

UNIDAD DERMATOLOGICA DE FOTOTERAPIA

INFORME DE GERENCIA 2009

1. ENTORNO MACROECONOMICO Y LA EMPRESA

Durante el año 2009, la economía del país tuvo un crecimiento muy moderado del 0.36% según el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. Este comportamiento se refleja en los sectores productivos que también han tenido un crecimiento moderado, destacándose el sector de la pesca y construcción que alcanzan un crecimiento del 5%.

El empleo que es otro indicador muy sensible para el análisis del comportamiento de la economía decreció significativamente en el país, así según los análisis de coyuntura de la FLACSO e ILDIS, se destruyeron 190.000 empleos, lo que significa un 5% en la tasa de ocupación plena.

Sin embargo de este comportamiento descrito, la Unidad Dermatológica de Fototerapia UDF, que se encuentra clasificada dentro del área de servicios de salud privado, ha mantenido durante el 2009 un ritmo de crecimiento significativo alcanzando un nivel de ingresos de 82.314, 17 dólares, y alcanzó una utilidad neta de 24.673 dólares debido a varios factores:

- Oferta tecnología de punta novedosa para curación de algunas enfermedades dermatológicas.
- Se alcanzo un buen nivel de marketing y publicidad durante el período.
- Se cuenta con socios dermatólogos que realizan referencia de pacientes.

2. RESULTADOS DE LA GESTION 2009: MEDICOS, PUBLICIDAD, Y FINANCIEROS.

MEDICOS

La Empresa inicio su gestión durante los primeros meses del año 2009, durante el cual se logró tener atención a 185 pacientes, de los cuales el 66% de ello han tendido un diagnóstico de vitiligo, el 22% de psoriasis, el 12% de eczema tópico, y algunos casos de dermatitis atópica y de mucosis fungoide.

El número referido de pacientes ha ido disminuyendo por algunas razones:

- falta de cobertura de las aseguradoras de salud a este tipo de enfermedades,
- el paciente se ha sentido satisfecho con los servicios prestados y ha llegado a un estado de bienestar.

Un gran porcentaje de pacientes han llegado a la Unidad de Fototerapia por referencia de la publicidad realizada a través de prensa, radio y televisión. También se ha tenido referencia de pacientes a través de médicos dermatólogos socios de la empresa (Ver cuadro adjunto).

MARKETING Y PUBLICIDAD

Las gestiones realizadas en torno a este tema han sido:

1. Determinación de Plan de Marketing con el objetivo de posicionar la marca UV Center.
2. Establecimientos de logo, papelería, tarjetería y dípticos de difusión.
3. Creación de página web y correos electrónicos
4. Contratación de personal de planta y contadora
5. Seguimiento del trabajo diario de UV Center: personal a su cargo, mantenimientos de máquinas y equipos, seguimiento de atención de pacientes y coordinación con Médico Dermatólogo de planta.
6. Contacto para lograr entrevistas en tv, radio, prensa, etc.
7. Seguimiento de contactos realizados para entrevistas.

Resultados conseguidos:

Plan marketing realizado
Marca posesionada
Logo realizado
Papelería UV Center realizada
Papelería para SRI realizada
Dípticos realizados
Web en funcionamiento
Correos electrónicos activados
Contratación a personal y seguimiento de su trabajo

Contratación de contadora externa que nos apoye en gestión con sri y iess
Máquinas mantenidas
Compra de UPS para mantener equipos en buen estado
Realización de difusión de UV Center en radio, prensa y tv.
Pacientes conseguidos por marketing y referidos por médicos

2.3 FINANCIEROS

En conformidad al Balance General, la UDF, tiene un total de activos de 89.405,92 dólares que incluye activos disponibles en bancos, los activos exigibles y la propiedad de equipo médico (ver anexo adjunto).

De acuerdo al Estado de Pérdidas y Ganancias 2009 de la UDF, se tiene un nivel de ingresos de 82.314,17 dólares y con un total de gastos de 49.331,70 dólares. La utilidad neta del ejercicio luego de pagar impuestos y participación de empleados es de 24.673,00 dólares (ver anexo adjunto).

3. ESCENARIOS Y PERSPECTIVAS 2010

3.1 Escenario Económico e Inversión

Para realizar el análisis de las perspectivas 2010 de la economía ecuatoriana y la relación respecto a UDF es necesario conocer que algunos aspectos macroeconómicos:

El gasto presupuestario del estado ecuatoriano es deficitario debido a la gran inversión social y de infraestructura que ha realizado el gobierno. Esto ha determinado que el gobierno busque alternativas de obtener más ingresos, las fuentes de financiamiento probables como son la Banco de Desarrollo BID, Banco Mundial etc no han dado señales positivas de otorgar préstamos al país, lo mismo ha sucedido con las solicitudes de créditos realizados a entidades financieras chinas.

Por otro lado la solicitud de la autoridad competente del gobierno a los bancos privados de retorno de capitales que están fuera del país ha vuelto espinozo el panorama económico en el país. Muchos voceros y analistas económicos sostienen que es probable que el país deba desdolarizar la economía.

Frente a esta situación, las resoluciones de inversión dentro de la empresa deben ser cautelosas y esperar el primer semestre del año en curso para realizar cualquier inversión prevista.

3.2 Escenario de impulso de la demanda de los servicios médicos ofrecidos:

Durante el 2010, se recomienda realizar una fuerte labor de gestión de incremento de la demanda de los servicios ofrecidos por UDF a través de la publicidad y de la

consecución de convenios institucionales con entidades como aseguradoras de salud, instituciones que brinden salud sean estas públicas o privadas.

Con estas estrategias de impulso a la demanda se espera poder incrementar el nivel de demanda hasta ahora conseguido en la empresa.

EC. LUZ ELENA BORBANO

GERENTE

