



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE GUAYAQUIL**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE  
SUMINISTROS MÉDICOS Y DE LABORATORIOS EN GUAYAQUIL.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del  
Título de Licenciada en Administración de Empresas

AUTOR(AS): Melanie Stephania Fernández Cárdenas y Emily Sarahí Gómez Bajaña  
TUTOR: Alex Neptalí Zambrano Bazurto

Guayaquil - Ecuador  
2024

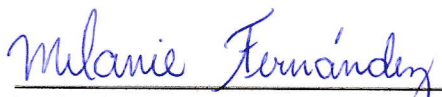
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO  
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, **MELANIE STEPHANIA FERNÁNDEZ CÁRDENAS** con documento de identificación No. 0931743876 y **EMILY SARAHI GÓMEZ BAJAÑA** con documento de identificación No. 0955857594, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del artículo académico: “Análisis de Estrategias de Comercialización de Suministros Médicos y de Laboratorios en Guayaquil”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en administración de empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 13 de marzo del año 2024.

Atentamente,

  
\_\_\_\_\_  
Melanie Stephania Fernández Cárdenas  
0931743876

  
\_\_\_\_\_  
Emily Sarahí Gómez Bajaaná  
0955857594

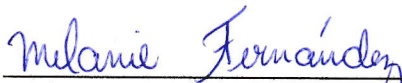
**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN**

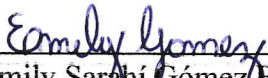
Nosotros, **MELANIE STEPHANIA FERNÁNDEZ CÁRDENAS** con documento de identificación N° 0931743876 y **EMILY SARAHÍ GÓMEZ BAJAÑA** con documento de identificación N° 0955857594; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 13 de marzo del año 2024.

Atentamente,

  
\_\_\_\_\_  
Melanie Stephania Fernández Cárdenas  
0931743876

  
\_\_\_\_\_  
Emily Sarahí Gómez Bajaaná  
0955857594

## **CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, **ALEX NEPTALÍ ZAMBRANO BAZURTO** con documento de identificación N° 0918147620, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE SUMINISTROS MÉDICOS Y DE LABORATORIOS EN GUAYAQUIL**, realizado por **MELANIE STEPHANIA FERNÁNDEZ CÁRDENAS** con documento de identificación N° 0931743876 y por **EMILY SARAHÍ GÓMEZ BAJAÑA** con documento de identificación N°0955857594, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 13 de marzo del año 2024.

Atentamente,



---

Alex Neptalí Zambrano Bazurto  
0918147620

## **Análisis de estrategias de comercialización de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil.**

### ***Analysis of marketing strategies for medical and laboratory supplies in Guayaquil.***

Melanie Stephanie Fernández Cárdenas es egresada de la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador), [mfernandezc6@est.ups.edu.ec](mailto:mfernandezc6@est.ups.edu.ec)

Emily Sarahí Gómez Bajaña es egresada de la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador), [egomezb6@est.ups.edu.ec](mailto:egomezb6@est.ups.edu.ec)

Alex Neptalí Zambrano Bazurto es docente de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador), [azambranob@ups.edu.ec](mailto:azambranob@ups.edu.ec)

## **Resumen**

---

La investigación pretende analizar las estrategias de comercialización de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil. La creciente demanda de productos especializados en el ámbito de la salud ha impulsado la necesidad de comprender a fondo las estrategias de comercialización que los proveedores emplean en este sector. El enfoque que sostiene el estudio es descriptivo, compromete el uso de entrevistas realizadas a representantes de distribuidoras, así como a capacitadores y expertos en suministros médicos y de laboratorio. La obtención de datos implicó la elaboración de encuestas a un grupo representativo como parte de la metodología de recopilación de información la cual fue aplicada a doscientas cuatro personas, esto permitirá medir elementos significativos para la comercialización de suministros médicos y de laboratorio. Los resultados destacados de este estudio indican que las estrategias actualmente implementadas llevan a las empresas hacia el éxito en este mercado competitivo donde se aspira a destacar y marcar la diferencia. En conclusión, quienes comercialicen estos suministros deben enfocarse en la calidad y en brindar una atención excepcional, lo que incluye una respuesta rápida al cliente, para destacar en este mercado competitivo.

## **Abstract**

---

The research aims to analyze the marketing strategies of medical and laboratory supplies in Guayaquil. The growing demand for specialized products in the healthcare sector has driven the need to thoroughly understand the marketing strategies that suppliers employ in this field. The study's approach is descriptive, involving the use of interviews conducted with representatives from distributors, as well as trainers and experts in medical and laboratory supplies. Data collection involved the development of surveys targeting a representative group as part of the information gathering methodology, which was administered to two hundred four individuals. This will allow for the measurement of significant elements for the marketing of medical and laboratory supplies. The highlighted results of this study indicate that the strategies currently implemented lead companies to success in this competitive market where the goal is to stand out and make a difference. In conclusion, those who market these supplies must focus on quality and offer and exceptional service, which include fast response to customers in order to stand out in this competitive market.

## **Palabras clave**

---

Estrategias, suministros médicos, laboratorio, salud, comercialización.

## **Keywords**

---

Strategies, medical supplies, laboratory, health, marketing.

## 1. Introducción

La comercialización de suministros médicos y de laboratorio pertenece a una industria en crecimiento que comprende la promoción y distribución de una extensa variedad de productos, incluyendo desde herramientas y equipamiento para uso médico y de laboratorio. La comercialización de estos suministros suele involucrar tanto a proveedores grandes como a empresas más pequeñas, y se realiza en diversos mercados, incluyendo a hospitales, clínicas, farmacias, centros de cuidados médicos y laboratorios.

La expansión de organismos de salud, ya sean del sector público o privado, impulsó la necesidad de equipos avanzados, dispositivos médicos especializados para la valoración y la atención de enfermedades. Por ello, los clientes optaron por elegir a un proveedor capaz de satisfacer sus requisitos según sus necesidades particulares. Por ende, (Palacio & Cevallos, 2023) indican que la comercialización de suministros médicos desempeña un rol fundamental en el ámbito de la salud nacional, dada la considerable demanda tanto a nivel local como global.

Para poder comercializar en este sector, es esencial cumplir con las regulaciones gubernamentales que aseguren la condición y protección de los productos médicos y farmacéuticos. De acuerdo con las regulaciones establecidas por la (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2017) “Art. 4.- Los dispositivos médicos de uso humano, para su fabricación, importación, dispensación, comercialización y expendio deberán contar con el respectivo registro sanitario, otorgado por la ARCSA, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente norma técnica sanitaria.”

Para abordar la investigación, es importante resaltar los conceptos básicos del tema. Tal como indica (Chiriboga, 2022) la comercialización implica la búsqueda y aplicación de varias estrategias de presentación de un producto, las cuales son adaptadas a las demandas y tendencias del mercado. Dicha labor se realiza para impulsar una distribución óptima y establecer condiciones de venta que incentiven a los consumidores a comprar los productos.

El estudio de Arias et al (2020) manifestó que la detallada descripción de las estrategias representa un aporte esencial para las investigaciones sobre los movimientos actuales del marketing, particularmente en el área de la industria farmacéutica, y el entendimiento de cómo las tendencias macroeconómicas de las estructuras del mercado interactúan con las respuestas a nivel micro de los representantes de ventas.

Varios estudios señalan la importancia de las estrategias en el dominio de la comercialización tales como Fernández et al (2021), en su trabajo explicó el propósito de mejorar la mercadotecnia de los productos de INMEDICP S.A. al identificar deficiencias en las estrategias actuales que han resultado en una baja rotación de inventarios. Su investigación se centró en la aplicación de estrategias de mercadeo para alcanzar una ubicación estratégica en el mercado nacional. Se destacó la necesidad de implementar nuevas estrategias, incluyendo promociones y publicidad, para incrementar la exposición y reconocimiento de la organización y sus productos.

La estrategia comercial en una organización es importante, ya que determina la dirección que tomará en el mercado. Las acciones emprendidas deben fortalecer la estrategia comercial, no solo para competir eficazmente en el mercado, sino también para que la organización esté preparada para adaptarse a condiciones cambiantes en dicho mercado. Simplemente, los mercados se pueden definir como el entorno, físico o virtual, donde se intercambian diversos productos y servicios (IICA, 2018).

Las estrategias de comercialización, de acuerdo con su denominación, constituyen procedimientos organizados y previamente diseñados que se ejecutan con el propósito de alcanzar metas a largo plazo, buscando establecer conexiones en el ámbito del marketing para la introducción de productos, incremento de las ventas o lograr una participación de mercado más amplia (Gerardini & Rivera, 2021).

El estudio de Guerrero et al (2018) , señaló que las empresas buscan obtener ventajas competitivas mediante estrategias que les permitan permanecer en el mercado, adaptándose a las modificaciones de las conductas de los compradores. En este campo, el marketing se rige como una herramienta que facilitó mantener su posición y desarrollar tácticas para permanecer en el pensamiento del consumidor.

Las siguientes estrategias pueden potenciar la comercialización de los suministros médicos y de laboratorio:

- Estrategias de penetración en el mercado: Centra su atención en una estrategia de marketing más enérgica para los productos existentes, como ofrecer precios más atractivos que los de la competencia y llevar a cabo tareas publicitarias, ventas directas y promociones de ventas de manera intensiva (Yoza et al, 2021)

- Estrategias de desarrollo de productos: Aplica la innovación de nuevos planes con el objetivo de potenciar las ventas, creando productos que ofrezcan un valor adicional o completamente nuevo en un sector determinado (Zuñiga et al, 2018)
- Estrategias de diferenciación: Las estrategias incentivan a las empresas a competir, promocionar productos y servicios, y a introducir tecnologías innovadoras y atributos singulares a la marca, para satisfacer las necesidades del mercado y generar lealtad en los clientes (Galdea, 2023)
- Estrategias de posicionamiento: este tipo de estrategias buscan alterar la percepción que tiene el consumidor sobre una marca, con el objetivo de hacerla destacar y diferenciarse de sus competidores (Córdova et al, 2020).

En este estudio, se evidencia que el análisis no solo promovió la competitividad en un mercado dinámico, sino que también juega un papel significativo en la adaptación a las demandas del mercado mediante el impulso de estrategias de comercialización en la localidad de Guayaquil. Por consiguiente, el objetivo primordial de este trabajo es analizar las estrategias de comercialización de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil, utilizando como base el comportamiento y las preferencias de los clientes. Por ende, resulta imperativo considerar detenidamente los objetivos específicos (i) Evaluar las estrategias empleadas por los proveedores de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil. (ii) Indagar a personas expertas en la comercialización de suministros médicos y de laboratorios. (iii) Investigar los factores claves que influyen en la decisión de compra de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil.

## **2. Materiales y método**

La investigación adoptó un diseño transversal debido a su capacidad para recopilar datos que validen los resultados alcanzados durante un periodo exacto, realizado en el año 2023. Para la obtención eficaz de datos, es necesario adoptar un enfoque descriptivo en el cual se emplean tanto el método cuantitativo, centrado en números y valores, como el cualitativo, que evalúa las cualidades y atributos de los elementos investigados (Guevara et al, 2020).

Para lograr el objetivo específico (i) evaluar las estrategias empleadas por los proveedores de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil, se llevaron a cabo entrevistas dirigidas a representantes de distribuidoras de suministros médicos y de laboratorio. De igual manera, para cumplir el objetivo específico (ii) referente a indagar a personas expertas en la comercialización de suministros médicos y de laboratorios, se realizaron entrevistas personales a capacitadores



biomédicos, especialistas en laboratorios. Finalmente, para ejecutar el objetivo específico (iii) el cual implica investigar los factores claves que influyen en la decisión de compra de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil, se recolectó la información de farmacias y laboratorios a través de encuestas.

Menciona (Silerio et al, 2020) que para obtener el resultado de la muestra se presentan dos enfoques: el cálculo para poblaciones infinitas y el correspondiente a poblaciones finitas, donde se tiene conocimiento del tamaño poblacional.

Para la presente muestra, se estableció la fórmula específicamente diseñada para muestreo finito, dado que se dispuso de datos acerca de la magnitud de la población.

La selección de la muestra se fundamentó en los registros proporcionados por la Superintendencia de Compañías y en los datos facilitados por la entidad privada conocida como "Inmunotech". Gracias a estos datos, según los resultados del estudio poblacional, se logró identificar un total de 107 farmacias y 326 laboratorios en la ciudad de Guayaquil.

La encuesta se efectuó utilizando Google Forms, y el tamaño de la muestra se estableció aplicando la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{(Z^2 pqN)}{e^2(N-1)+Z^2 pq}$$
$$n = \frac{((1,96)^2(0,50)(0,50)(433))}{(0,05)^2(433-1)+(1,96)^2(0,50)(0,50)} = 203,8096452 = 204$$

### 3. Resultados

Un recurso con una gran influencia en el campo cualitativo es el uso de cuadros comparativos, los cuales posibilitan la organización y representación gráfica de las semejanzas y discrepancias entre diversos aspectos, lo que simplifica la observación y la interpretación de los informes recopilados.

En consecuencia, para las entrevistas se usó el cuadro comparativo, efectivo para identificar patrones, tendencias y relaciones entre los datos recopilados, simplificando la interpretación y la exploración de los resultados.

**Entrevista a representantes de distribuidoras de suministros médicos y de laboratorios.**

	<b>Ing. Edymar Cortez</b>	<b>Ing. Guísela Sanín</b>
<b>1. ¿Qué características tienen los clientes a los que se dirigen?</b>	Como representante de una distribuidora de suministros médicos y de laboratorio, me dirijo a una gran gama de clientes en el sector de la salud. Nuestro perfil de clientes incluye a profesionales de la salud, como médicos, enfermeros, técnicos de laboratorio y otros especialistas. Además, también abarca industrias farmacéuticas y organizaciones de salud pública.	Actualmente, trabajamos con laboratorios, clínicas y hospitales de diversos tamaños, desde pequeñas instalaciones hasta grandes centros médicos. Sus características pueden variar, pero realmente estamos abierto a comercializar con quienes requieran de suministros médicos y de laboratorio.

*Tabla 1: perfil de los clientes*

La intención, fue comprender y definir las características demográficas, psicográficas y comportamentales de los clientes a los que una empresa o un negocio específico están orientando sus productos o servicios.

	<b>Ing. Edymar Cortez</b>	<b>Ing. Guísela Sanín</b>
<p>2. <b>¿Cuál es su experiencia en la industria de la salud y cómo han evolucionado para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado?</b></p>	<p>Mi experiencia en la industria de la salud se basa en mis años de compromiso y colaboración con profesionales, instituciones y empresas en este sector. Para satisfacer las demandas del mercado, hemos ampliado nuestro catálogo incluyendo productos y equipos de última generación, a medida que la tecnología avanza.</p>	<p>Tenemos una vasta trayectoria en el sector de la salud, ya que hemos operado en este mercado varios años. Durante este tiempo, he presenciado numerosos cambios y me he adaptado constantemente para atender las demandas de nuestros clientes. Por ejemplo, hemos ampliado nuestra oferta de productos para incluir los nuevos equipos y dispositivos, insumos médicos y de laboratorio que se desarrollan con frecuencia. Además tengo en proceso entrar al mercado de suministros veterinarios para ofrecer una gama de productos a este sector.</p>

*Tabla 2: evolución en la satisfacción del cliente.*

Se buscó identificar tendencias, mejores prácticas y desafíos en la industria, que pueden ayudar a informar decisiones futuras y estrategias comerciales.

	<b>Ing. Edymar Cortez</b>	<b>Ing. Guísela Sanín</b>
<b>3. ¿Cuál es su estrategia para posicionarse en el mercado de suministros médicos y de laboratorio?</b>	<p>Mi enfoque se centra en ofrecer productos que sean de calidad a precios accesibles con atención personalizada. Mantengo una comunicación abierta y constante con mis clientes para asegurar su satisfacción y atender cualquier requerimiento de manera eficiente.</p>	<p>La innovación desempeña un papel fundamental en nuestra estrategia, ya sea mediante la incorporación de tecnologías avanzadas, la integración de productos y soluciones sostenibles, o la continua creación de enfoques nuevos para mejorar la eficacia en los procesos. Aspiramos a obtener reconocimiento como líderes en la distribución de productos médicos y de laboratorio, no solo por la calidad de nuestros productos, sino también por nuestra habilidad para ajustarnos a las cambiantes demandas del mercado y ofrecer un valor añadido a nuestros clientes.</p>

*Tabla 3: posicionamiento de mercado.*

Conocer la estrategia de posicionamiento ayudó a comprender cómo las distribuidoras de suministros médicos y de laboratorios, planean diferenciarse de la competencia, comunicar su propuesta de valor única y atraer el interés de los clientes potenciales en el mercado.

	<b>Ing. Edymar Cortez</b>	<b>Ing. Guísela Sanín</b>
<b>4. ¿Cómo describiría los desafíos más significativos que enfrentan los proveedores en este mercado específico?</b>	En la actualidad, enfrentamos el desafío de una competencia intensa. Por lo tanto, considero que la diferenciación mediante la calidad y el servicio al cliente se convierte en un aspecto crucial para destacarnos en un mercado altamente competitivo.	En este mercado específico, uno de los desafíos más significativos radica en la creciente conciencia de la salud pública y privada, que ha elevado las expectativas en términos de seguridad y eficacia de los productos. La demanda de estándares más estrictos impone presión adicional, pero al cumplir con ellos, garantizamos la calidad y legalidad de nuestros productos. Esto no solo construye confianza con los clientes, sino que también nos coloca un paso adelante de la competencia.

*Tabla 4: desafíos de mercado*

Al preguntar sobre los desafíos, se buscó información detallada sobre los obstáculos, problemas y dificultades de los proveedores en su día a día, fundamental para comprender el panorama competitivo y las condiciones del mercado.

	<b>Ing. Edymar Cortez</b>	<b>Ing. Guísela Sanín</b>
<b>5. ¿Cómo diferencian sus productos y servicios de los competidores?</b>	<p>Somos plenamente conscientes de que nuestros clientes cuentan con diversas opciones al seleccionar sus suministros médicos y de laboratorio. Por ello, nos comprometemos a proporcionar una oferta que sobresalga, centrada en un servicio personalizado. Después de concretar una venta, nuestros clientes pueden contactarnos para resolver cualquier duda sobre el producto adquirido o para obtener asistencia en su uso. Estamos completamente dispuestos a brindarles el apoyo necesario. Además, si las circunstancias físicas lo requieren y no podemos encontrarnos en persona, también ofrecemos reuniones a través de Zoom para garantizar una comunicación efectiva.</p>	<p>Manteniendo firme nuestra dedicación para cumplir con los estándares más elevados, buscamos destacarnos ofreciendo a nuestros nuevos clientes un atractivo descuento en su primera compra. Además, para aquellos que realizan compras de manera recurrente, ajustamos un porcentaje especial en todas sus adquisiciones de insumos, en colaboración con su asesor comercial.</p>

*Tabla 5: diferenciación de productos y servicios.*

El punto en esta pregunta es conocer ¿cómo la empresa se posicionó en el mercado?, ¿qué aspectos consideró únicos o distintivos de sus ofertas? y ¿cómo estas características influyen en la percepción de los clientes?

	<b>Ing. Edymar Cortez</b>	<b>Ing. Guísela Sanín</b>
<b>6. ¿Qué aspectos considera cruciales al establecer alianzas estratégicas con clínicas, hospitales o laboratorios en Guayaquil?</b>	Considero fundamental, primero la calidad del suministro y segundo el tiempo de entrega de este. Además, me comprometo a ofrecer precios accesibles, plazos de entrega confiables, y brindar soporte técnico continuo. En este tipo de alianzas, nosotros ofrecemos y la otra parte nos promociona o nos ayuda a distribuir.	Dos aspectos que considero mucho son la compatibilidad de misiones y valores, ya que es importante elegir socios cuya filosofía y prioridades se alineen con las nuestras, particularmente en lo que respecta a la calidad y la ética profesional. Esta consideración es esencial para garantizar una excelente colaboración y el logro conjunto de objetivos.

*Tabla 6: Alianzas estratégicas*

Esta pregunta ayudó a evaluar la idoneidad de posibles colaboraciones y a diseñar estrategias efectivas para establecer y mantener alianzas exitosas en el mercado. Conocer los criterios de selección y las estrategias de asociación de las distribuidoras de suministros médicos y de laboratorios, permite identificar oportunidades para mejorar o fortalecer las relaciones con otros actores del sector de la salud.

	<b>Ing. Edymar Cortez</b>	<b>Ing. Guísela Sanín</b>
<b>7. ¿Cómo utilizan la tecnología digital para mejorar sus procesos internos y la experiencia del cliente?</b>	<p>Hemos implementado sistemas de gestión de inventarios. La automatización de procesos administrativos y contables también nos permite ser más ágiles y precisos en nuestras operaciones internas.</p> <p>En cuanto a la experiencia al cliente, optamos por redes sociales con asesores en tiempo real para que sean atendidos, brindando a nuestros clientes la comodidad de acceder a nuestro catálogo y realizar transacciones de manera rápida y segura.</p>	<p>Contamos con un sistema de facturación que se integra con una base de datos y un sistema de inventarios en tiempo real. Esto nos permite asegurar la disponibilidad de productos alineada con los pedidos ya abonados, optimizando la gestión de inventarios y garantizando la precisión en las entregas.</p>

*Tabla 7: Tecnología en procesos internos y experiencia del cliente.*

Se buscó discernir cómo las distribuidoras de suministros médicos y de laboratorios utilizan herramientas tecnológicas, como software, plataformas en línea o aplicaciones móviles, para optimizar sus operaciones internas y ofrecer una experiencia más satisfactoria y eficiente a sus clientes.



	<b>Ing. Edymar Cortez</b>	<b>Ing. Guísela Sanín</b>
<b>8. ¿Utilizan indicadores clave de rendimiento (KPIs) específicos y como han evolucionado a lo largo del tiempo?</b>	Bueno, con el progreso tecnológico. Para la importancia de la experiencia del cliente, hemos incorporado KPIs más orientados al cliente, como la satisfacción del cliente, la prontitud en la solución de problemas y la efectividad de nuestras interacciones en redes sociales.	Mi principal indicador se basa por el volumen de ventas por asesores comerciales, se mide a través de los ingresos generados de forma mensual con el único objetivo de identificar la productividad individual de estos y su contribución al total de ventas. Su evolución siempre varía, no siempre se tiene un alto en ventas, se considera que esto solo se da por ciertas temporadas o eventos en las que se vea involucrada la salud. Un ejemplo claro fue la pandemia la que impulso las ventas de pruebas de detección de covid durante ese periodo se tuvo un alto en ventas.

*Tabla 8: Indicadores claves de desempeño (KPIs).*

La finalidad de esta pregunta es entender ¿cómo las distribuidoras de suministros médicos y de laboratorios, miden su desempeño, y los aspectos que considera prioritarios para monitorear y mejorar en su operación.

**Entrevistas a capacitadores biomédicos, especialistas en laboratorios.**

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C. Figueroa</b>
<p><b>1. ¿Cómo describiría la actual situación del mercado de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil desde su perspectiva?</b></p>	<p>El mercado de insumos médicos y laboratorios en Guayaquil está en crecimiento.</p> <p>Actualmente, la demanda de los suministros es alta por ende el mercado está activo y diversificado.</p> <p>Muchos proveedores día a día compiten por lograr satisfacer las demandas de instituciones de salud, laboratorios clínicos y otros clientes dentro del sector.</p>	<p>Actualmente, observo una competencia marcada en el mercado. Este mercado ya no solo está centrado en el producto debido a los diversos proveedores que existen, sino a la forma de distribuirlo.</p>

*Tabla 1: situación del mercado.*

La finalidad de esta pregunta fue identificar, recopilar opiniones y percepciones de capacitadores biomédicos, especialistas de laboratorios; para orientar el desarrollo de estrategias y la creación de políticas relacionadas con los suministros médicos y de laboratorio en la ciudad de Guayaquil.

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C. Figueroa</b>
<p>2. <b>¿Cómo se mantiene informado sobre las características y usos de nuevos suministros médicos?</b></p>	<p>Como profesional en el sector, considero imperativo mantenerme constantemente informado para desempeñar bien mis responsabilidades. Mi enfoque siempre será mantenerme actualizado con los últimos avances y esto implica participar regularmente en conferencias y, anualmente, asistir a convenciones. Estas instancias proporcionan una visión exhaustiva de los nuevos equipos, reactivos y suministros, detallando de manera rigurosa todas las novedades y mejoras en el campo.</p>	<p>Me mantengo informado utilizando las redes sociales y estableciendo contacto directo con mis conexiones. Por ejemplo, a través de WhatsApp, si se presenta un nuevo lanzamiento de productos, mis contactos suelen enviarme enlaces para unirme a reuniones en Zoom, lo que me permite obtener información detallada sobre el suministro.</p>

*Tabla 2: información sobre suministros médicos y laboratorios.*

El propósito de esta interrogante fue identificar las fuentes de información utilizadas, como revistas especializadas, conferencias, redes profesionales, cursos de formación, entre otros, lo que podría proporcionar insights sobre las prácticas de actualización profesional y la adopción de innovaciones en el campo médico.

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C. Figueroa</b>
<b>3. ¿Cómo evalúa la calidad de los suministros médicos que utiliza?</b>	<p>La evaluación de los suministros representa un compromiso significativo, dado que cualquier error podría tener consecuencias. En primer lugar, se lleva a cabo una revisión del proveedor en el que aseguramos que cumpla con todos los estándares de calidad. En segundo lugar, revisamos detalladamente la ficha técnica del suministro, analizando sus especificaciones y características y finalmente, realizamos una prueba piloto con el objetivo de evaluar su calidad en condiciones prácticas antes de la implementación total.</p>	<p>En este ámbito, deben de cumplir con las normas ISO9001: 2015 e ISO13485: 2016 para asegurarnos completamente de su calidad y nos brinde seguridad cada que se realice una compra. Después de este paso, es posible realizar una comparación con productos de otras marcas que hayan sido previamente comprados.</p>

*Tabla 3: evaluación de la calidad.*

Esta pregunta buscó obtener información sobre los estándares, protocolos de evaluación, experiencias previas o cualquier otro factor que influya en la percepción de calidad de los suministros médicos por parte de los capacitadores biomédicos y especialistas de laboratorios; Esto puede ser útil para identificar áreas de mejora en los procesos de evaluación de calidad y para garantizar un uso más efectivo y seguro de los suministros médicos.

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C. Figueroa</b>
<b>4. ¿Cómo visualiza el futuro del mercado de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil?</b>	<p>Para abordar ese tema, es importante tener en cuenta diversos factores, ya que la imprevisibilidad de las pandemias puede generar un aumento significativo en el mercado de suministros.</p> <p>En mi perspectiva, surgirán métodos de diagnóstico más precisos que se logren adaptar a las necesidades del momento; por lo tanto, serán una gran tendencia en el mercado de suministros médicos y de laboratorio.</p>	<p>Desde mi perspectiva, Este amplio mercado experimentará la introducción de nuevas marcas en su oferta, lo que aumentará la competencia. No es difícil entrar en este entorno; simplemente es necesario saber cómo gestionar la dinámica del mercado.</p>

*Tabla 4: visualización de mercado.*

Esta pregunta tuvo la intención de obtener una perspectiva anticipada y proyectiva sobre la evolución y las tendencias esperadas en dicho mercado desde la perspectiva de los capacitadores biomédicos y especialistas de laboratorio. La pregunta busca explorar las percepciones, opiniones y posibles escenarios que el individuo consideró relevantes para el futuro del mercado de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil. Esta información puede ser valiosa para la planificación estratégica, la toma de decisiones empresariales y la formulación de políticas relacionadas con este sector en la región.

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C. Figueroa</b>
<p><b>5. ¿Qué recomendaciones brindaría para los representantes de ventas que buscan mejorar sus estrategias en esta región?</b></p>	<p>Siempre deben de tener un conocimiento profundo de este mercado con el objetivo de proporcionar una atención excepcional que genere confianza en los clientes. La opinión de estos es de gran relevancia para mantener una reputación sobresaliente para la empresa que representan. No debe pasarse por alto la importancia de la capacitación continua para estar siempre actualizado y poder brindar el mejor servicio posible y alcanzar una posición más favorable en el mercado</p>	<p>Enfatizo la importancia de generar confianza como prioridad. Establecer una conexión fuerte con el cliente, ya que esto no solo puede llevar a recomendaciones entre colegas, sino también a comentarios positivos sobre los productos y servicios adquiridos. Tener en cuenta que deben mantener la integridad en la información que brindan, asegurándose de que sea precisa, y garantizar la calidad del producto junto con un cumplimiento puntual en los plazos de entrega.</p>

*Tabla 5: estrategias aplicadas*

El objetivo fue recopilar información práctica y orientada a la acción que pueda ayudar a estos profesionales a optimizar su desempeño y alcanzar mejores resultados en el mercado local.

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C. Figueroa</b>
<b>6. ¿Qué criterio utiliza en la selección de equipos y suministros médicos para garantizar su adecuación a las necesidades clínicas y de laboratorio?</b>	<p>Mi criterio de selección se enfoca en estimar el número aproximado de clientes de la clínica o laboratorio. De esta manera, se busca adquirir equipos que puedan ofrecer respuestas adecuadas a la situación actual, asegurando una alineación efectiva entre la compra de suministros y las necesidades de los clientes y, al mismo tiempo, estableciendo una relación armoniosa con los proveedores.</p>	<p>Siempre mi criterio se basa en la durabilidad y fiabilidad, ya que los equipos médicos de alta calidad y fiabilidad tienen una vida útil más prolongada y requieren de menos mantenimientos en comparación con los de baja calidad. Esto no solo disminuye el costo total de propiedad, sino que también garantiza la disponibilidad de los equipos cuando se necesitan.</p>

*Tabla 6: criterios de selección.*

Se buscó comprender los criterios y procesos que una persona o profesional emplea al seleccionar equipos y suministros médicos, asegurando que estos sean apropiados y adecuados para satisfacer las necesidades específicas en entornos clínicos y de laboratorio. La pregunta busca identificar los factores considerados, tales como la calidad, la funcionalidad, la eficacia clínica, la compatibilidad con los procedimientos y estándares médicos, entre otros, lo que puede proporcionar información valiosa para mejorar la selección y utilización de equipos y suministros médicos.

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C. Figueroa</b>
<b>7. ¿Qué variables considera más importante al evaluar nuevos suministros?</b>	Se considera más importante el rendimiento del suministro en comparación con su precio, ya que un producto con un elevado costo y una duración corta puede abrir la puerta a la sustitución por alternativas de otras marcas que ofrezcan un mejor equilibrio entre calidad y costo.	La disponibilidad del suministro se destaca como la variable más importante, ya que la introducción de nuevos suministros a menudo implica una espera significativa para su importación y posterior distribución, lo que puede llevar semanas.

*Tabla 7: variables importantes para evaluar nuevos suministros.*

El propósito fue comprender cuáles son los factores o criterios prioritarios que una persona o profesional tiene en cuenta al evaluar nuevos suministros. Se busca identificar las variables que se consideran fundamentales en el proceso de evaluación, lo que puede proporcionar información valiosa sobre las preferencias y los estándares de calidad del entrevistado en relación con los suministros médicos.



	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C Figueroa</b>
<b>8. ¿Cómo maneja la integración de nuevos suministros con equipos biomédicos existentes?</b>	Para gestionar la integración, establezco comunicación directa con los proveedores de los nuevos suministros y con los proveedores de los equipos existentes. Esto me permite obtener información detallada acerca de los protocolos, interfaces y posibles actualizaciones de software necesarios para lograr una integración efectiva y sin contratiempos.	Se implementa un monitoreo constante para evaluar el desempeño de la integración con el paso del tiempo. Esta práctica me permite detectar cualquier problema de manera proactiva y, en consecuencia, realizar ajustes según sea necesario.

*Tabla 8: integración de nuevos suministros médicos con equipos ya existentes.*

Se pretendió obtener información sobre los métodos, protocolos y consideraciones prácticas que se tienen en cuenta al realizar esta integración, lo que puede ser útil para mejorar la eficiencia operativa, garantizar la compatibilidad y minimizar los riesgos asociados con la implementación de nuevos suministros en entornos médicos.

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C Figueroa</b>
<b>9. ¿Cuál es su experiencia en el campo de la ingeniería biomédica y cómo se involucra con suministros médicos y de laboratorio?</b>	<p>Mi enfoque profesional en este ámbito ha sido en la especialización del uso de equipos, así como en la continua capacitación y contribución al desarrollo profesional de colegas en el área. He colaborado activamente en la calibración y control de equipos y suministros, asegurando su funcionamiento preciso.</p>	<p>He cultivado relaciones colaborativas con proveedores de suministros médicos, participando activamente en negociaciones, revisando las especificaciones técnicas y asegurando tanto la calidad como el cumplimiento de los estándares de los suministros médicos y de laboratorio.</p>

*Tabla 9: campo de la ingeniería biomédica*

El punto de esta interrogante fue recabar información acerca de la experiencia y la participación del individuo en el ámbito de la biomedicina, precisamente en relación con los suministros médicos y de laboratorio. Buscamos comprender el nivel de experiencia y conocimiento del entrevistado en esta área, así como su involucramiento práctico con los suministros utilizados en entornos médicos y de laboratorio. Esta información puede ser relevante para evaluar la idoneidad y la capacidad del individuo en el área de la biomedicina y su utilidad en el entorno de suministros médicos y de laboratorio.

	<b>Ing. Ángel Tomalá</b>	<b>Ing. Jean C Figueroa</b>
<b>10. En su experiencia, ¿cómo afecta la disponibilidad de inventario a su decisión de compra de suministros médicos y de laboratorio?</b>	En mi opinión, si los suministros tienen una disponibilidad suficiente, esto puede permitir tomar más tiempo para comparar ofertas, buscar descuentos y promociones, o investigar otros suministros que podrían ser más convenientes.	Bajo mi experiencia, si los suministros muestran una disponibilidad limitada o están a punto de agotarse, suele ser necesario adquirirlos de inmediato para evitar quedarnos sin stock.

*Tabla 10: Disponibilidad de inventario.*

Se buscó obtener información sobre cómo la disponibilidad de inventario impacta en el proceso de la decisión de compra, incluyendo si afecta la elección de proveedores, el tiempo de entrega, la planificación de compras futuras y la satisfacción general del cliente. Siendo esta útil para identificar áreas de optimización en la administración de inventarios y en la satisfacción del cliente en relación con los suministros médicos y de laboratorio.

A continuación, se presentará un análisis de los resultados derivados de la evaluación cuantitativa. En este contexto, se expondrán las opiniones expresadas por los participantes de acuerdo con sus respuestas:

## 1. ¿Cuántos años lleva en operación su negocio?

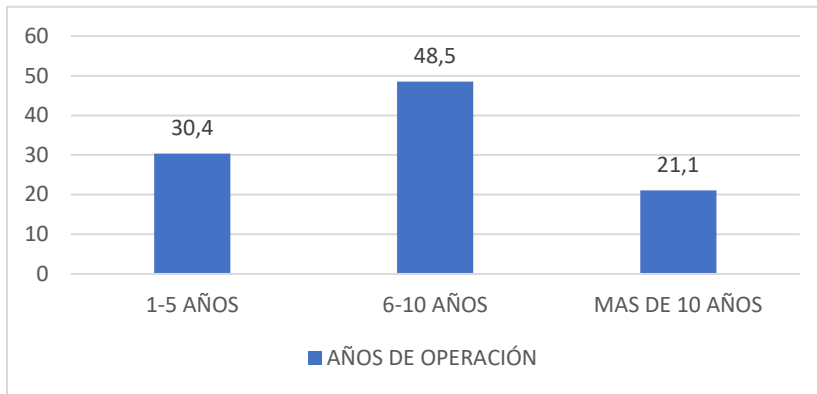


Gráfico 1: tiempo de operación.

El 48,5% de la muestra indicó que una parte considerable de las farmacias y laboratorios en la ciudad de Guayaquil llevan de 6 a 10 años en el mercado.

## 2. ¿En qué sector de guayaquil está ubicado su negocio?

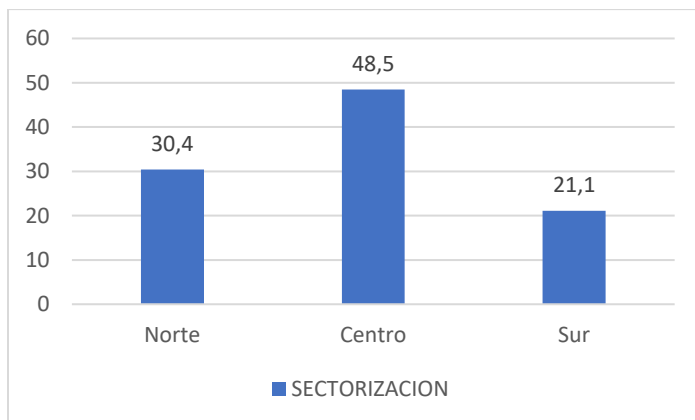


Gráfico 2: sectorización.

La zona "centro" fue la ubicación más dominante, representando el 48.5% de la muestra. Además, se observó una proporción considerable en la zona norte, con un 30.40%, y en la zona sur, con un 21.10%.

### 3. ¿Cuál es el número total de puntos de venta de su empresa?

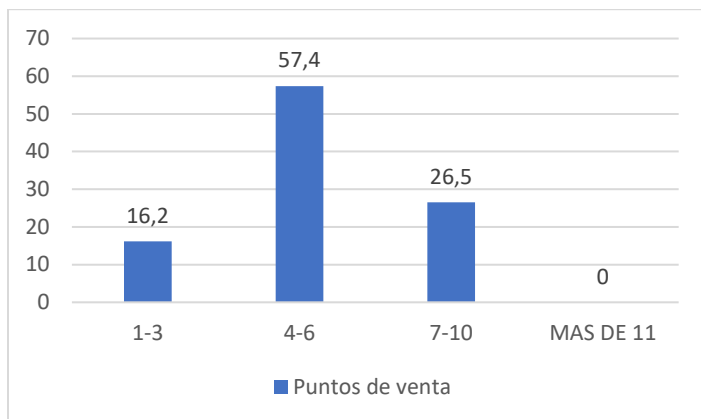


Gráfico 3: puntos de venta.

La mayoría de las farmacias y laboratorios ubicados en la ciudad de Guayaquil, poseen de 4 a 6 puntos de venta.

### 4. ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación prefieres para obtener información de nuevos productos para el negocio de farmacéutica/laboratorio?

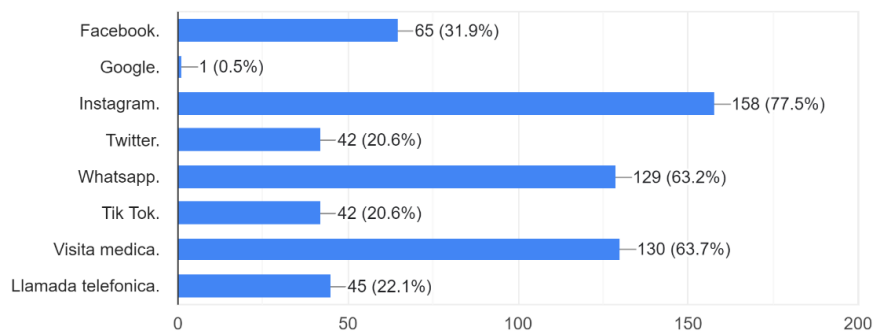


Gráfico 4: medios de comunicación.

Los canales de comunicación preferentes para obtener información de nuevos productos fueron Instagram con 77.5%, WhatsApp con 63.2%, y por último la visita médica con 63.7%

**5. Cuando recibe quejas sobre ciertos productos, ¿influyen estas, en su decisión de compra hacia sus proveedores de insumos médicos y laboratorio?**

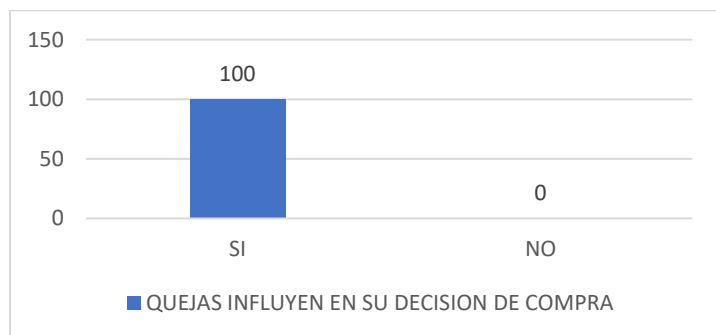


Gráfico 5: influencia de los comentarios sobre productos en específicos.

El 100% de la muestra indicó que “sí” se siente influenciada por las quejas que reciben de los clientes al comprar ciertos productos a sus proveedores.

**6. ¿Cómo calificaría la importancia del precio de los productos que le distribuyen los proveedores de insumos médicos y laboratorios?**

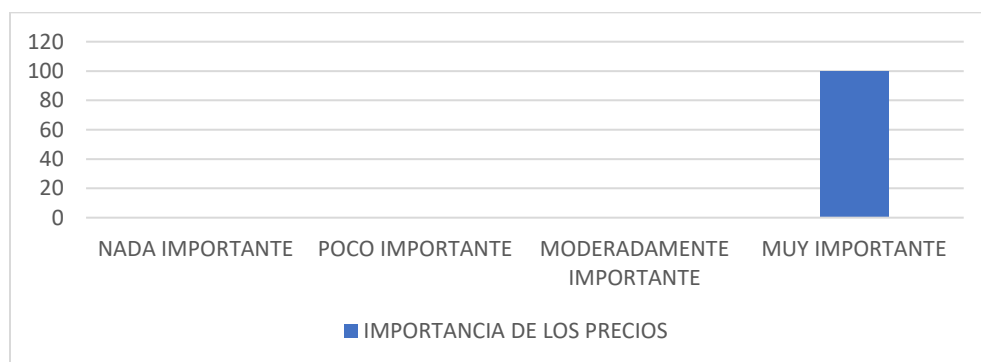


Gráfico 6: importancia de los precios

El 100% de la muestra pensó que es “MUY IMPORTANTE” considerar los precios ofrecidos por los proveedores antes de adquirir los productos.

### 7. ¿Qué tan influyentes son las recomendaciones de visitadores médicos en su decisión de compra?

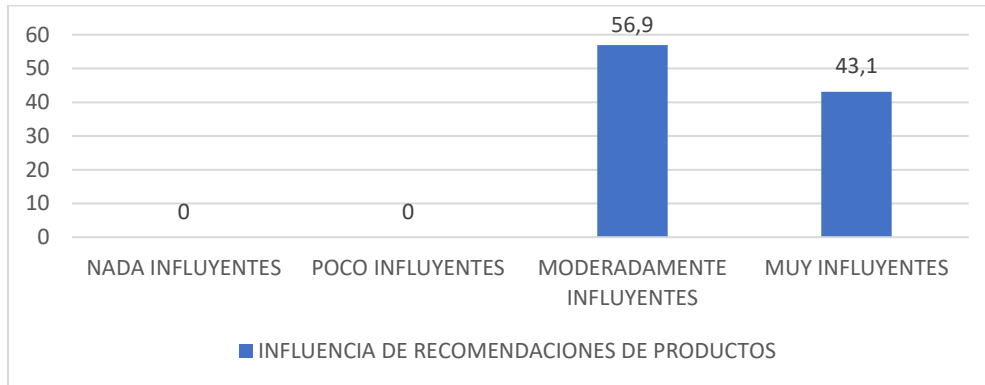


Gráfico 7: influencia de las recomendaciones de visitadores médicos.

Este resultado demostró que grandes partes de la muestra se consideran “moderadamente influyentes” el 56.90%, y muy influyentes 43.1% el escuchar recomendaciones de visitadores médicos al instante de su decisión de compra.

### 8. ¿Qué tan importante es la marca cuando la farmacéutica/laboratorio compra suministros médicos y de laboratorios?

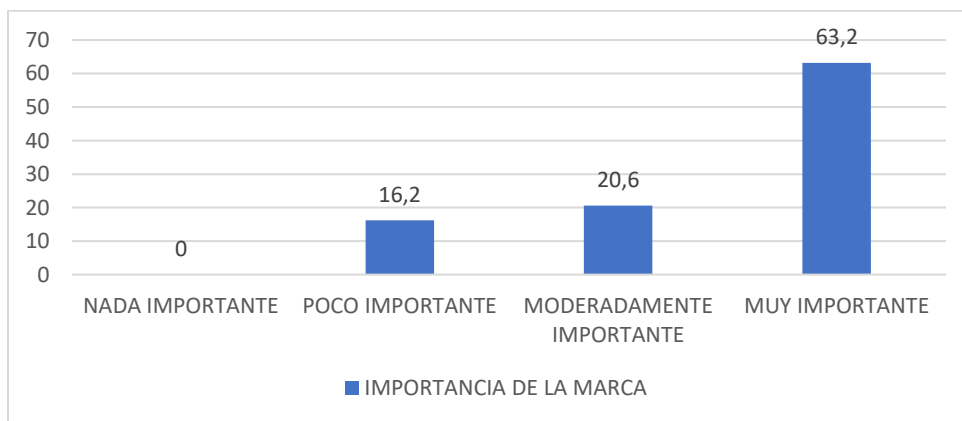


Gráfico 8: importancia de la marca.

Se observó que el 63.2% de la muestra, consideró importante la marca del suministro médicos o de laboratorios, antes de ejecutar su compra. Esta respuesta proporciona información sobre cómo perciben los clientes la calidad, confiabilidad y reputación de las marcas en este sector, lo que puede influir en su decisión y en las tácticas de mercadeo corporativas.

**9. ¿Cuánto tiempo lleva usando a su principal proveedor de insumos para la farmacéutica/laboratorio?**

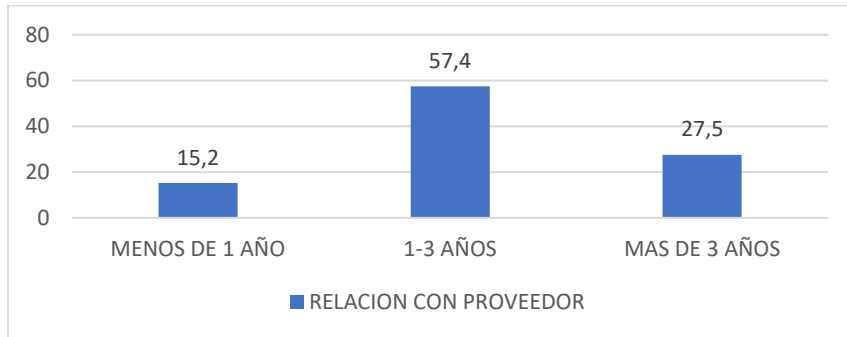


Gráfico 9: tiempo de relación con su proveedor actual.

Se comprendió que la duración de la relación entre ambas partes puede brindar una visión detallada sobre la estabilidad de las relaciones comerciales, la confianza depositada en el proveedor y el nivel de satisfacción con los productos o servicios proporcionados. Según el 57.4% de la muestra, ha mantenido una relación de 1 a 3 años con su proveedor actual; este conocimiento resulta valioso para evaluar la fidelidad del cliente hacia el proveedor y para detectar posibles áreas de mejora en la colaboración comercial.

**10 ¿Realiza auditorias periódicas a sus proveedores para garantizar la calidad?**

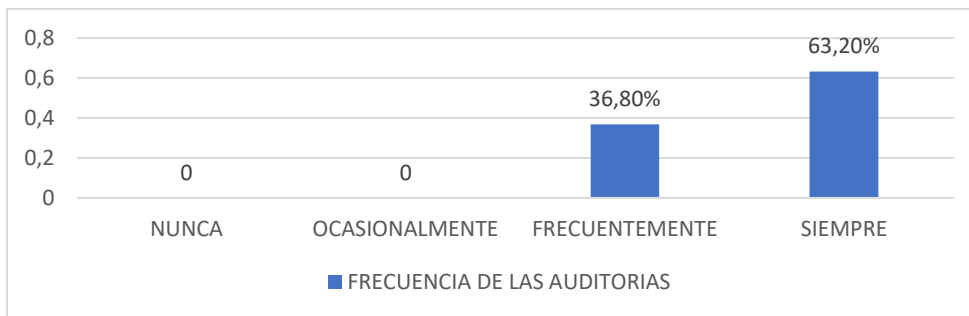


Gráfico 10: frecuencia de las auditorias periódicas.

Es importante evaluar el nivel de compromiso de las farmacias y laboratorios con la calidad de los suministros médicos y de laboratorio que adquieren. Realizar auditorías periódicas a los proveedores es una práctica fundamental para asegurar que los productos cumplen con los estándares de calidad necesarios, así lo afirmó el 63.2% de la muestra, los cuales saben que estas auditorias ayudan a mitigar riesgos relacionados con la seguridad del paciente y la efectividad de los tratamientos médicos.



### 11. ¿Cómo evalúa la competencia de otras farmacéuticas/laboratorios en el mercado de distribución de insumos médicos y laboratorios?

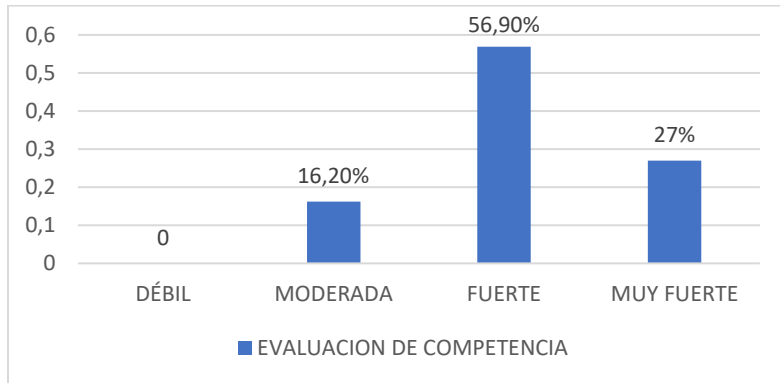


Gráfico 11: evaluación de la competencia.

Saber cómo las farmacias y laboratorios perciben y evalúan la competencia en el mercado de distribución de insumos médicos y de laboratorio. Ayudó a entender mejor su posición relativa en el mercado, y ya que el 56.90% de la muestra consideró que su competencia es “muy fuerte” las farmacias y laboratorios deben identificar oportunidades para diferenciarse y destacarse en un mercado competitivo.

### 12. ¿Qué tan importante es la responsabilidad social del proveedor de insumos médicos y laboratorio en su decisión de compra?

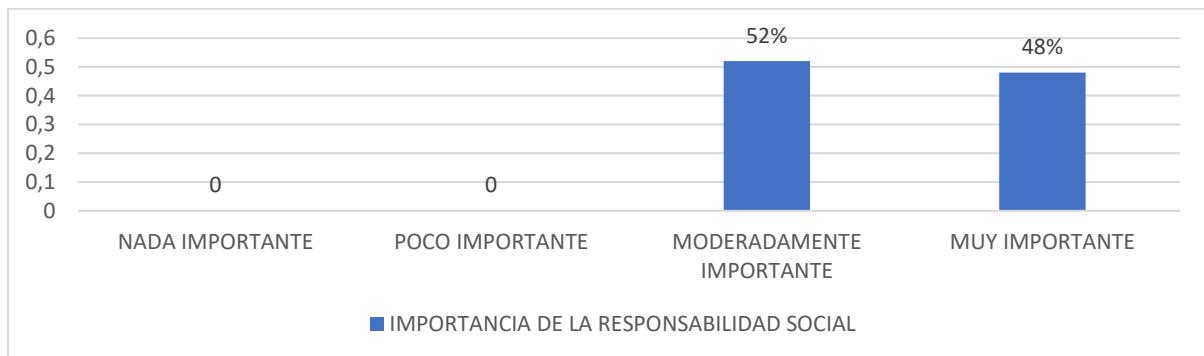


Gráfico 12: responsabilidad social del proveedor.

El 57,80% de la muestra consideró relevante que el proveedor tenga prácticas responsables y éticas en aspectos como el cuidado del medio ambiente, el trato justo a los empleados y las contribuciones a la comunidad.

### 13. ¿Qué tan importante es el tiempo de respuesta del proveedor al solicitar un producto?

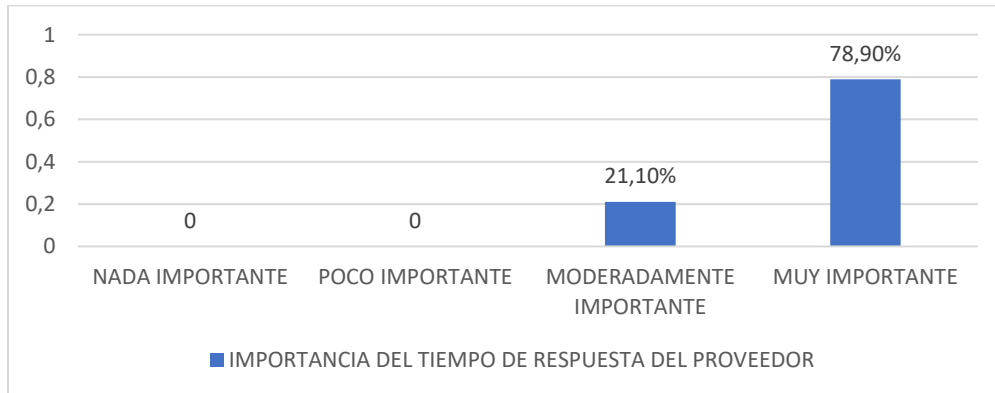


Gráfico 13: respuesta del proveedor

La rapidez y eficiencia en el proceso de entrega puede ayudar a las empresas a optimizar sus operaciones y a mantener la competitividad en el mercado al brindar un servicio más ágil y eficiente; y así lo respaldó el 78.90% de la muestra quienes consideraron “MUY IMPORTANTE” el tiempo de entrega que ofrece el proveedor.

### 14. ¿Cómo evalúa la importancia de innovación de tecnología en los productos ofrecidos por un proveedor de insumos médicos y laboratorios?

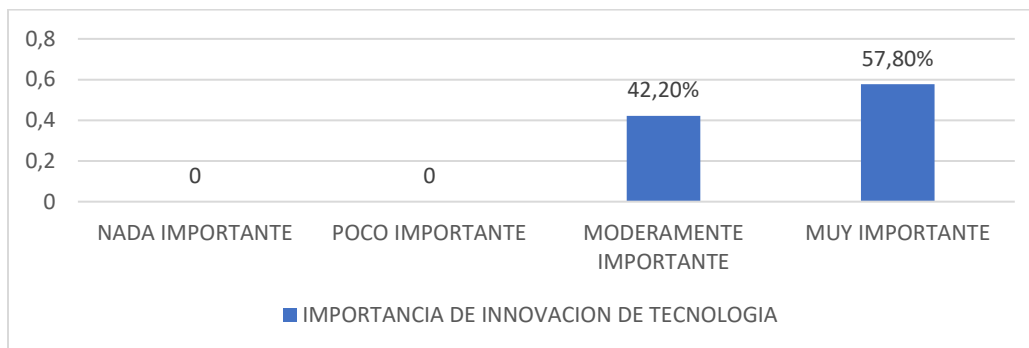


Gráfico 14: innovación tecnológica en los productos.

La innovación tecnológica en los productos ofrecidos por un proveedor de insumos médicos y laboratorios es sustancial para elevar la condición de la atención médica, mantener la competitividad en el mercado y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes y pacientes, y el 57.80% sabe lo “importante” de esto, mejorar la excelencia de sus servicios y potenciar la eficiencia operativa y diferenciarse en el mercado.

**15. ¿Qué tan relevantes son las políticas de garantía al seleccionar un proveedor de insumos médicos y laboratorios?**

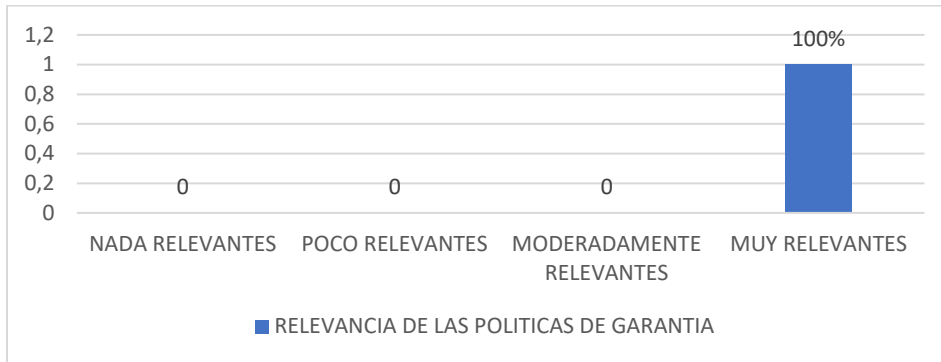


Gráfico 15: políticas de garantía.

Las políticas de garantía son esenciales para asegurar la calidad, generar confianza, reducir el riesgo, cumplir con regulaciones y mantener una reputación positiva. Así lo consideró el 100% de la muestra, quienes antes de seleccionar un proveedor revisan sus políticas de garantía.

**16. ¿Con qué frecuencia utiliza estrategias de promoción en su negocio de farmacéutica/laboratorio?**

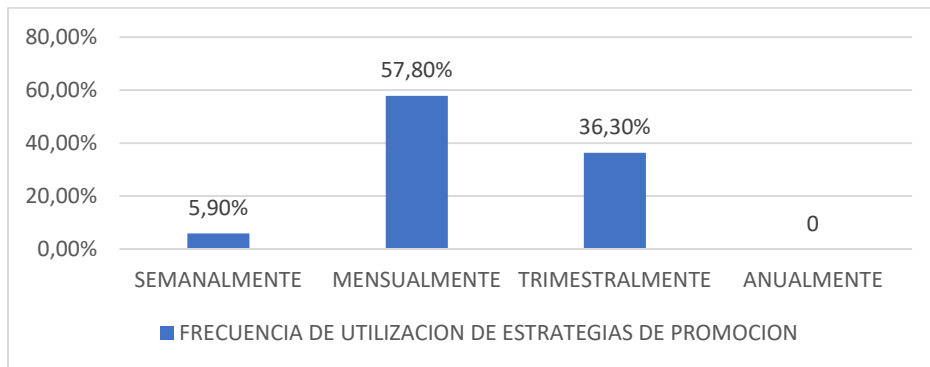


Gráfico 16: frecuencia de estrategias de promoción.

Las farmacias y laboratorios utilizan estrategias de promoción con la intención de agrandar la perceptibilidad de sus productos y servicios, atraer a más clientes, generar ventas, fomentar la fidelidad del cliente y diferenciarse de la competencia. Por esto el 57.80% de la muestra realiza sus promociones “mensualmente”, mientras que el 36.30% lleva a cabo sus promociones de manera “trimestral”, el 5,90% semanalmente.

**17. ¿Cree que la participación en eventos y ferias comerciales especializadas es fundamental para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de una marca de suministros médicos y de laboratorios?**

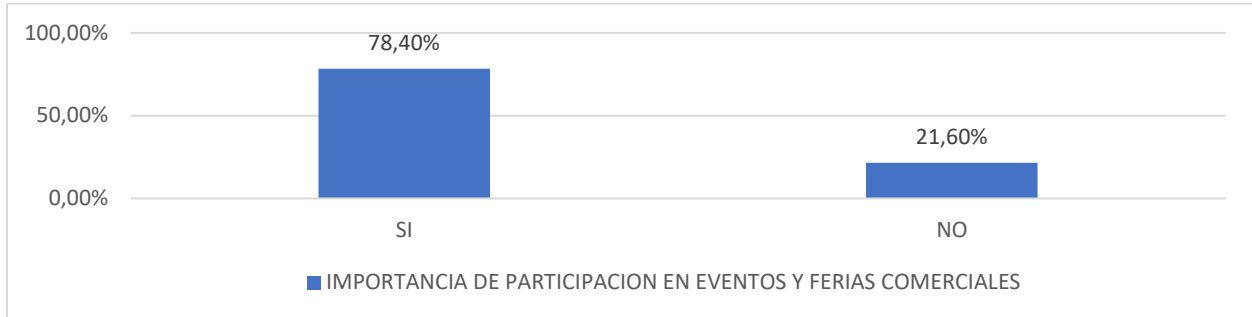


Gráfico 17: participación de eventos y ferias comerciales.

Participar en este tipo de eventos es una estrategia útil para generar leads (clientes potenciales), establecer relaciones comerciales y fortalecer la reputación de una marca de suministros médicos y de laboratorios en la industria. Así lo consideró el 78.40% de la muestra, mientras que el 21.60% consideró que la participación en eventos y ferias comerciales no es fundamental para aumentar la visibilidad de la marca.

**18. ¿Cuál de las siguientes estrategias de marketing considera más influyentes en su decisión de compra?**

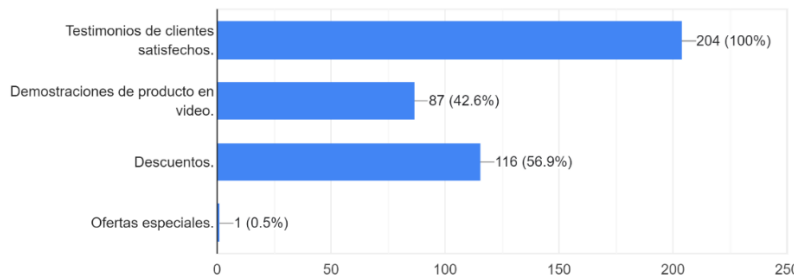


Gráfico 18: estrategias influyentes en la decisión de compra.

La finalidad de esta pregunta es comprender qué aspectos o estrategias tuvieron mayor connotación en la decisión de compra de los clientes. Esto permitió a las autoras conocer qué tácticas son más efectivas para influir en las decisiones de compra de las farmacias y laboratorios, esto significa que el 96.4% de la muestra se guía por los “testimonios de clientes satisfechos” al

momento de comprar insumos médicos y de laboratorios, mientras que el 54,9% se dirige por los “descuentos” que ofrecen los proveedores. Por otro lado 24.9% modifica su decisión motivada por “demostraciones de producto en video”, para finalizar el 23,6% de la muestra contempla que las “ofertas especiales” fueron factores claves para dirigir su decisión de compra de suministros médicos y de laboratorios.

**19. ¿Considera que la promoción en redes sociales es una estrategia efectiva para dar a conocer suministros médicos y de laboratorios en el mercado actual?**

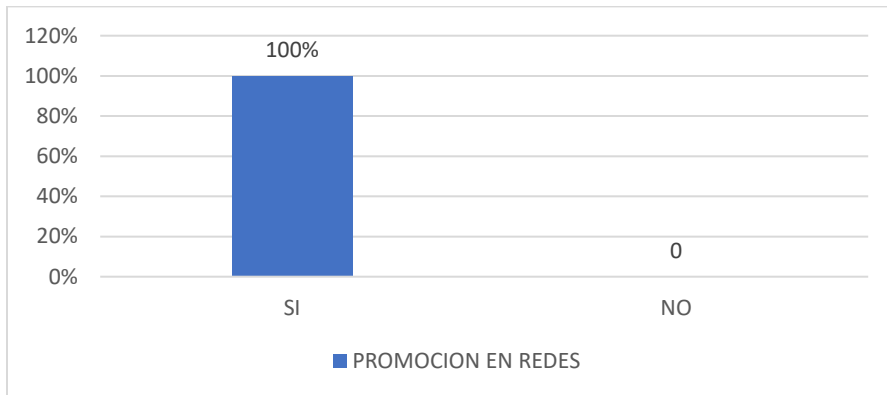


Gráfico 19: promoción en redes sociales como estrategia.

La promoción en redes sociales permite aumentar la visibilidad, interactuar con clientes potenciales y generar interés en los suministros médicos y de laboratorios en el mercado actual. Y el 97.70% de la muestra afirmó este concepto.

**20. ¿Qué canal de promoción considera más efectivo para enterarse de ofertas en suministros médicos?**

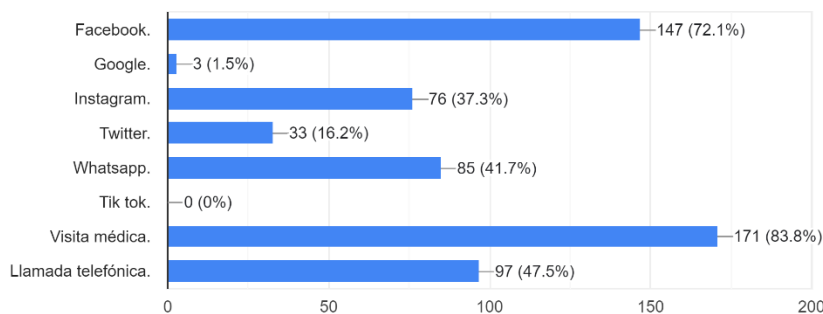


Gráfico 20: canales para conocer ofertas en suministros médicos.

Los canales de promoción les permiten ahorrar costos, acceder convenientemente a las ofertas, y conocer nuevas opciones en el mercado. Visita médica con 83.8%, Facebook según el

72.1% de la muestra es el canal más idóneo para conocer ofertas en suministros médicos, seguido por WhatsApp con el 41.7%, llamada telefónica con un 44%, Instagram 40.7%, Twitter con 16.2% finalizando con Google 1.5%.

#### **4. Discusión y conclusión**

El hallazgo de este estudio indicó que el representante de ventas, como mediador en la comercialización de productos ya establecidos y de reciente lanzamiento, es la pieza principal para concretar una venta exitosa a través de la comunicación efectiva por los distintos medios empleados en la actualidad. Además, el uso de las promociones como estrategias los lleva a incrementar el interés del cliente y a incentivar la compra de los productos ofrecidos.

Esta interpretación se mantiene concordante según el estudio de Prieto et al. (2019) el cual nos informa que es necesario establecer una comunicación directa con el cliente, empleando un asesor comercial experto y bien entrenado. Este asesor utilizará un catálogo de productos para contactar a clientes potenciales, organizar visitas, presentar el catálogo y propuestas comerciales, así como dar seguimiento a estas propuestas, adaptándolas según las sugerencias del cliente.

Como indica Rojas et al (2023), actualmente las organizaciones se desenvuelven en un entorno muy competitivo y cambiante, por lo cual estas deben tener la capacidad de plantear estrategias que, con su implementación, les permita lograr ventaja competitiva sostenible, es así como las estrategias de comercialización cumplen con un papel importante.

De la presente investigación se derivan las siguientes conclusiones; El análisis de las estrategias de comercialización realizadas por las empresas que distribuyen suministros médicos y de laboratorio, permitieron conocer que la estrategia de posicionamiento y diferenciación se basa en ofrecer calidad, precios competitivos, atención personalizada, una comunicación abierta y constante donde los representantes de ventas son la base de toda negociación. Las entrevistas declaran que la industria farmacéutica, organizaciones de salud y otros clientes que requieren de estos suministros consideran el tiempo de respuesta del proveedor, la calidad del producto y la marca muy importante, ya que gracias a esto se da la operatividad óptima de sus negocios.

Sobre la tecnología digital, implementan sistemas de gestión de inventarios para optimizar el control y seguimiento de sus productos, asegurando niveles adecuados de stock, reduciendo pérdidas por obsolescencia y mejorando la eficiencia en la gestión de pedidos. Además, aprovechan las reuniones en redes sociales con asesores en tiempo real y las transacciones digitales para aumentar la eficacia en sus operaciones y mejorar la interacción con los clientes.

Después de analizar exhaustivamente los datos recopilados, se identificó varios factores determinantes que influyeron significativamente en la decisión de compra de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil. Entre estos factores clave se destacó la calidad, la disponibilidad, el precio y la garantía de los productos, sin olvidar, el tiempo de respuesta del proveedor y el servicio al cliente. Estos elementos surgieron como puntos críticos que los compradores consideraron al evaluar y seleccionar sus proveedores de suministros médicos y de laboratorios.

En resumen, el éxito en el mercado de suministros médicos y de laboratorio depende de la adaptabilidad, la innovación tecnológica, la atención, la calidad y la comunicación efectiva con los clientes y proveedores.

## Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2017). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/NORMATIVA-TECNICA-DE-DISPOSITIVOS-MEDICOS.pdf>
- Arias, C., & Ceballos, I. (2020). *Estrategias de promoción de representantes de la industria farmacéutica frente al sistema MIPRES en Colombia*. Pereira: Universidad EAFIT.
- Chiriboga, P. (2022). *Estrategias de Marketing orientadas al fortalecimiento de la comercialización de productos lácteos “Viglac” del cantón Cañar*. Riobamba: Universidad Ncional de Chimborazo.
- Córdova, G., & Quintana, E. (2020). *Estrategia de Posicionamiento de Marketing para la fidelización de clientes del Restaurante Snack Makisapa de la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo: UCV-Institucional.
- Fernández, D. (2021). *Estrategias para mejoramiento de comercialización de la empresa inmedicp s.a para lograr posicionamiento en el mercado nacional*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil - UG.
- Galdea, Y. (2023). *Estrategias de diferenciación y ventajas competitivas de cabaña Ebenezer, comuna San Pablo, provincia Santa Elena, año 2022*. Santa elena: La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2023.
- García, M. &. (2018). *"Positioning Strategies in the Medical Supplies Industry."* . International Journal of Business Management.
- Gerardini, A., & Rivera, B. (2021). *Estrategias de comercialización en la venta de equipos médicos y hospitalarios de la empresa importadora Aldalab Perú S.A.C*. Perú: Universidad Continental.
- Guerrero, J., García, J., & López, M. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Machala: UTAMACH.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, *IV*(3), 163-173.
- IICA. (2018). Manual 5: el mercado y la comercialización. *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – San José*, 03-105.
- Palacio, A., & Cevallos, Á. (2023). *Plan de negocios para la comercialización de insumos médicos en el sector norte de la ciudad de Quito*. Quito: Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.



- Prieto, J., Alvarado, V., Uzcanga, J., & Novoa, J. (2019). *Propuesta Empresarial II, Visión Futura*. Chía: ESCUELA INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.
- Rojas, Y., & Pérez, M. (11 de diciembre de 2023). *semanticscholar*. Obtenido de <https://www.semanticscholar.org/paper/La-estrategia-de-comercializaci%C3%B3n-como-herramienta-Leyva-Vallejo/ed7d15fc95b3e0a056910486b7f40ead22bbd820>
- Silerio, L., Lechuga, M., & Reyes, M. (2020). Determinación del tamaño de muestra: un caso práctico. *Revista Electrónica de la Red Durango de Investigadores Educativos, A. C., XXI*, 187-202.
- Yoza, X., Villafuerte, R., & María, P. (2021). Crecimiento empresarial: estrategia de desarrollo del mercado en el sector MIPYMES. *Revista Publicando*, 82-95.
- Zuñiga, X. E., & Pacheco, X. (2018). *La estrategia de desarrollo de nuevos productos y su incidencia en la satisfacción de los clientes de las PYMES Ecuatorianas*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro.

## **Anexos**

### **Entrevista personal a representantes de distribuidoras de suministros médicos y de laboratorio.**

#### **Perfil#1**

**Período:** 2023

**Entrevistado:** Edymar Cortez

#### **1. ¿Qué características tienen los clientes a los que se dirigen?**

Como representante de una distribuidora de suministros médicos y de laboratorio, me dirijo a una gran gama de clientes en el sector de la salud. Nuestro perfil de clientes incluye a profesionales de la salud, como médicos, enfermeros, técnicos de laboratorio y otros especialistas. Además, también abarca industrias farmacéuticas y organizaciones de salud pública.

#### **2. ¿Cuál es su experiencia en la industria de la salud y cómo han evolucionado para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado?**

Mi experiencia en la industria de la salud se basa en mis años de compromiso y colaboración con profesionales, instituciones y empresas en este sector. Para satisfacer las demandas del mercado, hemos ampliado nuestro catálogo incluyendo productos y equipos de última generación, a medida que la tecnología avanza.

#### **3. ¿Cuál es su estrategia para posicionarse en el mercado de suministros médicos y de laboratorio?**

Mi enfoque se centra en ofrecer productos que sean de calidad a precios accesibles con atención personalizada. Mantengo una comunicación abierta y constante con mis clientes para asegurar su satisfacción y atender cualquier requerimiento de manera eficiente.

#### **4. ¿Cómo describiría los desafíos más significativos que enfrentan los proveedores en este mercado específico?**

En la actualidad, enfrentamos el desafío de una competencia intensa. Por lo tanto, considero que la diferenciación mediante la calidad y el servicio al cliente se convierte en un aspecto crucial para destacarnos en un mercado altamente competitivo.

## **5. ¿Cómo diferencian sus productos y servicios de los competidores?**

Somos plenamente conscientes de que nuestros clientes cuentan con diversas opciones al seleccionar sus suministros médicos y de laboratorio. Por ello, nos comprometemos a proporcionar una oferta que sobresalga, centrada en un servicio personalizado. Después de concretar una venta, nuestros clientes pueden contactarnos para resolver cualquier duda sobre el producto adquirido o para obtener asistencia en su uso. Estamos completamente dispuestos a brindarles el apoyo necesario. Además, si las circunstancias físicas lo requieren y no podemos encontrarnos en persona, también ofrecemos reuniones a través de Zoom para garantizar una comunicación efectiva.

## **6. ¿Qué aspectos considera cruciales al establecer alianzas estratégicas con clínicas, hospitales o laboratorios en Guayaquil?**

Considero fundamental, primero la calidad del suministro y segundo el tiempo de entrega de este. Además, me comprometo a ofrecer precios accesibles, plazos de entrega confiables, y brindar soporte técnico continuo. En este tipo de alianzas, nosotros ofrecemos y la otra parte nos promociona o nos ayuda a distribuir.

## **7. ¿Cómo utilizan la tecnología digital para mejorar sus procesos internos y la experiencia del cliente?**

Hemos implementado sistemas de gestión de inventarios, para optimizar la eficiencia en la cadena de suministro. La automatización de procesos administrativos y contables también nos permite ser más ágiles y precisos en nuestras operaciones internas.

En cuanto a la experiencia del cliente, hemos adoptado redes sociales con asesores en tiempo real para que sean atendidos, brindando a nuestros clientes la comodidad de acceder a nuestro catálogo y realizar transacciones de manera rápida y segura.

## **8. ¿Utilizan indicadores clave de rendimiento (KPIs) específicos y como han evolucionado a lo largo del tiempo?**

Bueno, con el progreso tecnológico. Para la importancia de la experiencia del cliente, hemos incorporado KPIs más orientados al cliente, como la satisfacción del cliente, la prontitud en la solución de problemas y la efectividad de nuestras interacciones en redes sociales.

## **Perfil#2**

**Período:** 2023

**Entrevistado:** Sra. Guísela Sanín

### **1. ¿Qué características tienen los clientes a los que se dirigen?**

Actualmente, trabajamos con laboratorios, clínicas y hospitales de diversos tamaños, desde pequeñas instalaciones hasta grandes centros médicos. Sus características pueden variar, pero realmente estamos abierto a comercializar con quienes requieran de suministros médicos y de laboratorio.

### **2. ¿Cuál es su experiencia en la industria de la salud y cómo han evolucionado para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado?**

Tenemos una vasta trayectoria en el sector de la salud, ya que hemos operado en este mercado varios años. Durante este tiempo, he presenciado numerosos cambios y me he adaptado constantemente para atender las demandas de nuestros clientes. Por ejemplo, hemos ampliado nuestra oferta de productos para incluir los nuevos equipos y dispositivos, insumos médicos y de laboratorio que se desarrollan con frecuencia. A demás tengo en proceso entrar al mercado de suministros veterinarios para ofrecer una gama de productos a este sector.

### **3. ¿Cuál es su estrategia para posicionarse en el mercado de suministros médicos y de laboratorio?**

La innovación desempeña un papel fundamental en nuestra estrategia, ya sea mediante la incorporación de tecnologías avanzadas, la integración de productos y soluciones sostenibles, o la continua creación de enfoques nuevos para mejorar la eficacia en los procesos. Aspiramos a obtener reconocimiento como líderes en la distribución de productos médicos y de laboratorio, no solo por la calidad de nuestros productos, sino también por nuestra habilidad para ajustarnos a las cambiantes demandas del mercado y ofrecer un valor añadido a nuestros clientes.

### **4. ¿Cómo describiría los desafíos más significativos que enfrentan los proveedores en este mercado específico?**

En este mercado específico, uno de los desafíos más significativos radica en la creciente conciencia de la salud pública y privada, que ha elevado las expectativas en términos de seguridad y eficacia

de los productos. La demanda de estándares más estrictos impone presión adicional, pero al cumplir con ellos, garantizamos la calidad y legalidad de nuestros productos. Esto no solo construye confianza con los clientes, sino que también nos coloca un paso adelante de la competencia.

### **5. ¿Cómo diferencian sus productos y servicios de los competidores?**

Manteniendo firme nuestra dedicación para cumplir con los estándares más elevados, buscamos destacarnos ofreciendo a nuestros nuevos clientes un atractivo descuento en su primera compra. Además, para aquellos que realizan compras de manera recurrente, ajustamos un porcentaje especial en todas sus adquisiciones de insumos, en colaboración con su asesor comercial.

### **6. ¿Qué aspectos considera cruciales al establecer alianzas estratégicas con clínicas, hospitales o laboratorios en Guayaquil?**

Dos aspectos que considero mucho son la compatibilidad de misiones y valores, ya que es importante elegir socios cuya filosofía y prioridades se alineen con las nuestras, particularmente en lo que respecta a la calidad y la ética profesional. Esta consideración es esencial para garantizar una excelente colaboración y el logro conjunto de objetivos.

### **7. ¿Cómo utilizan la tecnología digital para mejorar sus procesos internos y la experiencia del cliente?**

Contamos con un sistema de facturación que se integra con una base de datos y un sistema de inventarios en tiempo real. Esto nos permite asegurar la disponibilidad de productos alineada con los pedidos ya abonados, optimizando la gestión de inventarios y garantizando la precisión en las entregas.

### **8. ¿Utilizan indicadores clave de rendimiento (KPIs) específicos y como han evolucionado a lo largo del tiempo?**

Mi principal indicador se basa por el volumen de ventas por asesores comerciales, se mide a través de los ingresos generados de forma mensual con el único objetivo de identificar la productividad individual de estos y su contribución al total de ventas. Su evolución siempre varía, no siempre se tiene un alto en ventas, se considera que esto solo se da por ciertas temporadas o eventos en las

que se vea involucrada la salud. Un ejemplo claro fue la pandemia la que impulso las ventas de pruebas de detección de covid durante ese periodo se tuvo un alto en ventas.

## **Entrevista personal a capacitadores biomédicos y/o especialistas en laboratorios,**

**Perfil#1**

**Período:** 2023

**Entrevistado:** Ing. Ángel Tomalá

### **1. ¿Cómo describiría la actual situación del mercado de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil desde su perspectiva?**

El mercado de insumos médicos y laboratorios en Guayaquil está en crecimiento. Actualmente, la demanda de los suministros es alta por ende el mercado está activo y diversificado. Muchos proveedores día a día compiten por lograr satisfacer las demandas de instituciones de salud, laboratorios clínicos y otros clientes dentro del sector.

### **2. ¿Cómo se mantiene informado sobre las características y usos de nuevos suministros médicos?**

Como profesional en el sector, considero imperativo mantenerme constantemente informado para desempeñar bien mis responsabilidades. Mi enfoque siempre será mantenerme actualizado con los últimos avances y esto implica participar regularmente en conferencias y, anualmente, asistir a convenciones. Estas instancias proporcionan una visión exhaustiva de los nuevos equipos, reactivos y suministros, detallando de manera rigurosa todas las novedades y mejoras en el campo.

### **3. ¿Cómo evalúa la calidad de los suministros médicos que utiliza?**

La evaluación de los suministros representa un compromiso significativo, dado que cualquier error podría tener consecuencias. En primer lugar, se lleva a cabo una revisión del proveedor en el que aseguramos que cumpla con todos los estándares de calidad. En segundo lugar, revisamos detalladamente la ficha técnica del suministro, analizando sus especificaciones y características y finalmente, realizamos una prueba piloto con el objetivo de evaluar su calidad en condiciones prácticas antes de la implementación total.

**4. ¿Cómo visualiza el futuro del mercado de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil?**

Para abordar ese tema, es importante tener en cuenta diversos factores, ya que la imprevisibilidad de las pandemias puede generar un aumento significativo en el mercado de suministros. En mi perspectiva, surgirán métodos de diagnóstico más precisos que se logren adaptar a las necesidades del momento; por lo tanto, serán una gran tendencia en el mercado de suministros médicos y de laboratorio.

**5. ¿Qué recomendaciones brindaría para los representantes de ventas que buscan mejorar sus estrategias en esta región?**

Siempre deben de tener un conocimiento profundo de este mercado con el objetivo de proporcionar una atención excepcional que genere confianza en los clientes. La opinión de estos es de gran relevancia para mantener una reputación sobresaliente para la empresa que representan. No debe pasarse por alto la importancia de la capacitación continua para estar siempre actualizado y poder brindar el mejor servicio posible y alcanzar una posición más favorable en el mercado.

**6. ¿Qué criterio utiliza en la selección de equipos y suministros médicos para garantizar su adecuación a las necesidades clínicas y de laboratorio?**

Mi criterio de selección se enfoca en estimar el número aproximado de clientes de la clínica o laboratorio. De esta manera, se busca adquirir equipos que puedan ofrecer respuestas adecuadas a la situación actual, asegurando una alineación efectiva entre la compra de suministros y las necesidades de los clientes y, al mismo tiempo, estableciendo una relación armoniosa con los proveedores.

**7. ¿Qué variables considera más importante al evaluar nuevos suministros?**

Se considera más importante el rendimiento del suministro en comparación con su precio, ya que un producto con un elevado costo y una duración corta puede abrir la puerta a la sustitución por alternativas de otras marcas que ofrezcan un mejor equilibrio entre calidad y costo.

**8. ¿Cómo maneja la integración de nuevos suministros con equipos biomédicos existentes?**

Para gestionar la integración, establezco comunicación directa con los proveedores de los nuevos suministros y con los proveedores de los equipos existentes. Esto me permite obtener información detallada acerca de los protocolos, interfaces y posibles actualizaciones de software necesarios para lograr una integración efectiva y sin contratiempos.

**9. ¿Cuál es su experiencia en el campo de la ingeniería biomédica y cómo se involucra con suministros médicos y de laboratorio?**

Mi enfoque profesional en este ámbito ha sido en la especialización del uso de equipos, así como en la continua capacitación y contribución al desarrollo profesional de colegas en el área. He colaborado activamente en la calibración y control de equipos y suministros, asegurando su funcionamiento preciso.

**10. En su experiencia, ¿cómo afecta la disponibilidad de inventario a su decisión de compra de suministros médicos y de laboratorio?**

En mi opinión, si los suministros tienen una disponibilidad suficiente, esto puede permitir tomar más tiempo para comparar ofertas, buscar descuentos y promociones, o investigar otros suministros que podrían ser más convenientes.

**Perfil#2**

**Período:** 2023

**Entrevistado:** Ing. Jean Figueroa

**1. ¿Cómo describiría la actual situación del mercado de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil desde su perspectiva?**

Actualmente, observo una competencia marcada. Este mercado ya no solo está centrado en el producto debido a los diversos proveedores que existen, sino a la forma de distribuirlo en este amplio mercado.



**2. ¿Cómo se mantiene informado sobre las características y usos de nuevos suministros médicos?**

Me mantengo informado utilizando las redes sociales y estableciendo contacto directo con mis conexiones. Por ejemplo, a través de WhatsApp, si se presenta un nuevo lanzamiento de productos, mis contactos suelen enviarme enlaces para unirme a reuniones en Zoom, lo que me permite obtener información detallada sobre el suministro.

**3. ¿Cómo evalúa la calidad de los suministros médicos que utiliza?**

En este ámbito, deben de cumplir con las normas ISO9001: 2015 e ISO13485: 2016 para asegurarnos completamente de su calidad y nos brinde seguridad cada que se realice una compra. Después de este paso, es posible realizar una comparación con productos de otras marcas que hayan sido previamente comprados, con el objetivo de evaluar su calidad.

**4. ¿Cómo visualiza el futuro del mercado de suministros médicos y de laboratorios en Guayaquil?**

Desde mi perspectiva, Este amplio mercado experimentará la introducción de nuevas marcas en su oferta, lo que aumentará la competencia. No es difícil entrar en este entorno; simplemente es necesario saber cómo gestionar la dinámica del mercado.

**5. ¿Qué recomendaciones brindaría para los representantes de ventas que buscan mejorar sus estrategias en esta región?**

Enfatizo la importancia de generar confianza como prioridad. Establecer una conexión fuerte con el cliente es fundamental, ya que esto no solo puede llevar a recomendaciones entre colegas, sino también a comentarios positivos sobre los productos y servicios adquiridos. Tener en cuenta que deben mantener la integridad en la información que brindan, asegurándose de que sea precisa, y garantizar la calidad del producto junto con un cumplimiento puntual en los plazos de entrega.

**6. ¿Qué criterio utiliza en la selección de equipos y suministros médicos para garantizar su adecuación a las necesidades clínicas y de laboratorio?**

Siempre mi criterio se basa en la durabilidad y fiabilidad, ya que los equipos médicos de alta calidad y fiabilidad tienen una vida útil más prolongada y requieren de menos mantenimientos en

comparación con los de baja calidad. Esto no solo disminuye el costo total de propiedad, sino que también garantiza la disponibilidad de los equipos cuando se necesitan.

**7. ¿Qué variables considera más importante al evaluar nuevos suministros?**

La disponibilidad del suministro se destaca como la variable más importante, ya que la introducción de nuevos suministros a menudo implica una espera significativa para su importación y posterior distribución, lo que puede llevar semanas.

**8. ¿Cómo maneja la integración de nuevos suministros con equipos biomédicos existentes?**

Se implementa un monitoreo constante para evaluar el desempeño de la integración con el paso del tiempo. Esta práctica me permite detectar cualquier problema de manera proactiva y, en consecuencia, realizar ajustes según sea necesario.

**9. ¿Cuál es su experiencia en el campo de la ingeniería biomédica y cómo se involucra con suministros médicos y de laboratorio?**

He cultivado relaciones colaborativas con proveedores de suministros médicos, participando activamente en negociaciones, revisando las especificaciones técnicas y asegurando tanto la calidad como el cumplimiento de los estándares de los suministros médicos y de laboratorio.

**10. En su experiencia, ¿cómo afecta la disponibilidad de inventario a su decisión de compra de suministros médicos y de laboratorio?**

Bajo mi experiencia, si los suministros muestran una disponibilidad limitada o están a punto de agotarse, suele ser necesario adquirirlos de inmediato para evitar quedarnos sin stock.

## Anexos

Saludos.

El propósito de esta encuesta es obtener datos acerca de laboratorios y farmacéuticas ubicados en la ciudad de Guayaquil. Toda la información recopilada será utilizada con fines de investigación académica. Le solicitamos amablemente que complete la encuesta a continuación, llenando todos los campos y respondiendo a todas las preguntas.

### 1. ¿Cuántos años lleva en operación su negocio?

(Escoger una opción)

- a. Menos de 1 año       b. 1-e años       c. 6-10 años       d. Más de 10 años

### 2. ¿En qué sector de guayaquil está ubicado su negocio?

(Escoger una opción)

- a. Sur       b. Centro       c. Norte       d. Otros: \_\_\_\_\_

### 3. ¿Cuál es el número total de puntos de venta de su empresa?

(Escoger una opción)

- a. 1-3       b. 4-6       c. 7-10       d. Más de 11

### 4. ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación prefieres para obtener información de nuevos productos para el negocio de farmacéutica/Laboratorio?

(Escoger máximo 3 opciones)

- a. Facebook       b. Google       c. Instagram       d. Twitter   
e. Whatsapp       f. tik tok       g. Visita médica       h. Llamada telefónica   
i. Otros: \_\_\_\_\_

### 5. Cuando recibe quejas sobre ciertos productos, ¿influyen estas en su decisión de compra hacia sus proveedores de insumos médicos y laboratorio?

(Escoger una opción)

- a. Si       b. No

### 6. ¿Cómo calificaría la importancia del precio de los productos que le distribuyen los proveedores de insumos médicos y laboratorio?

(Escoger una opción)

- a. Nada importante.       b. Poco importante       c. Moderadamente importante

d. Muy importante

**7. ¿Qué tan influyentes son las recomendaciones de visitantes médicos en su decisión de compra?**  
(Escoger una opción)

a. Nada influyentes  b. Poco influyentes  c. Moderadamente influyentes

d. Muy influyentes  e. Otros: \_\_\_\_\_

**8. ¿Qué tan importante es la marca cuando la farmacéutica/Laboratorio compra suministros médicos y de laboratorio?**  
(Escoger una opción)

a. Nada importante.  b. Poco importante  c. Moderadamente importante

d. Muy importante

**9. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando a su principal proveedor de insumos para la farmacéutica/Laboratorio en la actualidad?**  
(Escoger una opción)

a. Menos de 1 año  b. 1-3 años  c. Más de 3 años

4. Otros: \_\_\_\_\_

**10. ¿Realiza auditorías periódicas a sus proveedores para garantizar la calidad?**  
(Escoger una opción)

a. Nunca  b. Ocasionalmente  c. Frecuentemente

d. Siempre

**11. ¿Cómo evalúa la competencia de otras farmacéuticas/Laboratorios en el mercado de distribución de insumos médicos y laboratorio?**  
(Escoger una opción)

a. Débil  b. Moderada  c. Fuerte

d. Muy fuerte  e. Otros: \_\_\_\_\_

**12. ¿Qué tan importante es la responsabilidad social del proveedor de insumos médicos y laboratorio en su decisión de compra?**  
(Escoger una opción)

- a. Nada importante.  b. Poco importante  c. Moderadamente importante
- d. Muy importante  e. Otros: \_\_\_\_\_

**13. ¿Qué tan importante es el tiempo de respuesta del proveedor al solicitar un producto?**  
(Escoger una opción)

- a. Nada importante.  b. Poco importante  c. Moderadamente importante
- d. Muy importante  e. Otros: \_\_\_\_\_

**14. ¿Cómo evalúa la importancia de innovación de tecnología en los productos ofrecidos por un proveedor de insumos médicos y laboratorio?**  
(Escoger una opción)

- a. Nada importante.  b. Poco importante  c. Moderadamente importante
- d. Muy importante  e. Otros: \_\_\_\_\_

**15. ¿Qué tan relevantes son las políticas de garantía al seleccionar un proveedor de insumos médicos y laboratorio?**  
(Escoger una opción)

- a. Nada relevantes  b. Poco relevantes  c. Moderadamente relevantes
- d. Muy relevantes  e. Otros: \_\_\_\_\_

**16. ¿Con qué frecuencia utiliza estrategias de promoción en su negocio de farmacéutica/Laboratorio?**  
(Escoger una opción)

- a. Semanalmente  b. Mensualmente  c. Trimestralmente
- d. Anualmente

**17. ¿Cree que la participación en eventos y ferias comerciales especializadas es fundamental para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de una marca de suministros médicos y de laboratorios?**  
(Escoger una opción)

Si  no

**18. ¿Cuál de las siguientes estrategias de marketing considera más influyente en su decisión de compra?**  
(Escoger máximo 2 opciones)

- a. Testimonios de clientes satisfechos  b. Demostraciones de productos en video  c. Descuentos

d. Ofertas especiales

e. Otros:

\_\_\_\_\_

**19. ¿Considera que la promoción en redes sociales es una estrategia efectiva para dar a conocer suministros médicos y de laboratorios en el mercado actual?**

**(Escoger una opción)**

Si

No

**20. ¿Qué canal de promoción considera más efectivo para enterarse de ofertas en suministros médicos?**

**(Escoger máximo 3 opciones)**

a. Facebook

b. Google

c. Instagram

d. Twitter

e. Whatsapp

f. Tik tok

g. Visita médica

h. Llamada telefónica

i. Otros:

\_\_\_\_\_

