



PROYECTO DE TITULACION

Maestría en gerencia de instituciones de salud privada

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO MÉDICO AMBULATORIO EN EL CANTÓN YACUAMBI, 2023

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:**

Maestría en Gerencia de instituciones de salud

Profesor guía Msc.

Dr. Ronnal Vargas Córdova

Autor

Segundo Daniel Vacacela Quizhpe

Año 2023

RESUMEN EJECUTIVO

El centro médico “Yacuambi” nace en el cantón Yacuambi, provincia de Zamora Chinchipe ante la falta de inversión privada en el mercado de la salud en este cantón. El primer centro médico ambulatorio desde el sector privado en la ciudad ofrecerá servicios de medicina general, enfermería, odontología, laboratorio clínico y farmacia.

Se mantiene aún altas tasas de mortalidad neonatal, materna e infantil, además del déficit en infraestructura, equipamiento y recursos humanos debido a una baja inversión en salud desde el sector público y como resultado el sistema de salud del Ecuador es deficiente.

Previo al estudio de mercado he realizado un análisis de los factores internos y externos de la clínica con el fin de determinar ventajas y desventajas del sector y el mercado en el cual se desenvuelve.

Se incluye un manual de funciones donde se procede a detallar: cargo, funciones y responsabilidades del personal que formara parte del centro médico. Además, se he desarrollado un plan de marketing digital con la finalidad de plantear estrategias para promocionar los servicios mediante los medios digitales.

El desarrollo del proyecto necesitara una inversión inicial de \$ 84.558,00 los estudios y evaluación financiera del proyecto, se ha proyectado a 8 años mediante un flujo de fondos donde se determinó los siguientes indicadores financieros:

- TIR
- VAN
- TASA DE DESCUENTO (TMAR)

De acuerdo con estos resultados concluimos que el proyecto llega a ser atractivo y rentable para los inversionistas. Al momento de determinar la TMAR,

se tomó como referencia la inflación anual (11,7%), una prima de riesgo que es la utilidad mínima (10%) la que esperan ganar los socios del centro médico y la tasa pasiva referencial del 5,87%; con la finalidad de trabajar bajo un escenario más cercano a la situación real.

ABSTRACT

The "Yacuambi" medical center was born in the Yacuambi canton, Zamora Chinchipe province due to the lack of private investment in the health market in this canton. The first ambulatory medical center from the private sector in the city will offer general medicine, nursing, dentistry, clinical laboratory and pharmacy services.

High neonatal, maternal and infant mortality rates are still maintained, in addition to the deficit in infrastructure, equipment and human resources due to low investment in health from the public sector and as a result the Ecuadorian health system is deficient.

Prior to the market study, I have carried out an analysis of the internal and external factors of the clinic in order to determine the advantages and disadvantages of the sector and the market in which it operates.

A functions manual is included where we proceed to detail: position, functions and responsibilities of the personnel that will be part of the medical center. In addition, a digital marketing plan has been developed in order to propose strategies to promote services through digital media.

The development of the project will require an initial investment of \$84,558.00, the studies and financial evaluation of the project, it has been projected to 8 years through a flow of funds where the following financial indicators were determined:

- TIR
- VAN
- DISCOUNT RATE (TMAR)

Based on these results, we conclude that the project becomes attractive and profitable for investors. When determining the MARR, annual inflation (11.7%) was taken as a reference, a risk premium that is the minimum utility (10%) that

the members of the medical center expect to earn, and the referential passive rate of 5.87%; in order to work under a scenario closer to the real situation.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	2
ABSTRACT	4
INDICE	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	11
ÍNDICE DE FIGURAS	13
ÍNDICE DE ANEXOS	15
CAPÍTULO I Aspectos Generales	16
1.1. Identificación del sector y la industria.....	16
1.2. Estudio Pest	16
1.3. La industria, la compañía y sus servicios.....	19
1.3.1. La industria.....	19
1.3.2. La compañía y el concepto de negocio	21
1.4. Los servicios actuales.....	22
1.5. Estrategia de entrada y crecimiento.....	22
1.6. Los conceptos de diferenciación.....	23
1.7. Análisis FODA	23
CAPÍTULO II Análisis e investigación de mercados	26

2.1.Introducción	26
2.1.1. Problema gerencial.....	26
2.1.2. Determinación de la oportunidad.....	26
2.1.3. Problema de investigación de mercado	26
2.2.Consumidores.....	27
2.2.1. Tipo de consumidor.....	27
2.2.2. Segmentación	27
2.2.3. Investigación de mercados y sus resultados	27
2.2.4. Herramientas de recolección de datos	28
2.3.Encuesta.....	29
2.3.1. Resultados de la encuesta.....	29
2.4.Fuerzas de Porter	51
CAPÍTULO III Plan de marketing	53
3.1.Objetivos y metas	53
3.1.1. Objetivos no Financieros:.....	53
3.1.2. Objetivos Financieros:	53
3.1.3. Target	53
3.2.Estrategia de marketing global.....	54
3.2.1. Estrategias del producto	54
3.2.2. Estrategias de precios.....	54

3.2.3. Estrategias publicitarias y promocionales	55
3.2.4. Políticas de servicio y garantías	55
3.2.5. Estrategias de comunicación	55
CAPÍTULO IV Plan de operación	56
4.1.Cadena de valor	56
4.1.1. Zona medica	56
4.2.Diseño de instalación.....	57
4.3.Diseño de proceso de servicio	58
4.3.1. Diagrama funcional de procesos	58
4.4.Ubicación geográfica	60
CAPÍTULO V El equipo de administración	61
5.1.Estructura organizacional	61
5.2.Funciones generales de salud	61
5.2.1. Funciones departamentales	62
CAPÍTULO VI La economía de los negocios	66
6.1.Costos fijos	66
6.2.Gastos	66
6.3.Maximización de rentabilidad en base a costos	66
6.4.Márgenes de renta bruta y de operación	66
6.5.Potencial de rentabilidad y duración	66
CAPÍTULO VII Plan financiero	67

7.1.Presupuestos.....	67
7.1.1. Proforma de inversiones.....	67
7.1.2. Proforma de capital de trabajo.....	67
7.1.3. Proforma de ingresos.....	67
7.1.4. Proforma de costos.....	67
7.1.5. Proforma de gastos.....	67
7.2.Puntos más sobresalientes.....	67
7.3.Estados financieros.....	68
7.3.1. Proforma de balance general.....	68
7.3.2. Proforma de estado de resultados.....	68
CAPÍTULO VIII.....	70
7.4.Financiamiento deseado.....	70
7.4.1. Oferta.....	70
7.4.2. Capitalización.....	70
7.4.3. Reinversión.....	70
CAPÍTULO IX.....	71
7.5.Cronograma.....	71
Conclusiones y recomendaciones.....	72
Conclusiones.....	72
Recomendaciones.....	73

Bibliografía.....	74
ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Identificación del sector</i>	16
Tabla 2 <i>Sexo</i>	29
Tabla 3 <i>Edad</i>	30
Tabla 4 <i>Estado civil</i>	31
Tabla 5 <i>Actividad económica que realiza</i>	32
Tabla 6 <i>Nivel de ingreso mensual</i>	33
Tabla 7 <i>Tiene familiares en el exterior</i>	34
Tabla 8 <i>Acude a un médico</i>	35
Tabla 9 <i>Lugar al que acude</i>	36
Tabla 10 <i>Porque acude a ese lugar</i>	37
Tabla 11 <i>Como es el servicio que recibe</i>	38
Tabla 12 <i>Medicamento que consume</i>	39
Tabla 13 <i>Motivo por el que utiliza ese servicio</i>	40
Tabla 14 <i>Enfermedad que tiene</i>	41
Tabla 15 <i>Frecuencia con la que visita un médico</i>	42
Tabla 16 <i>Precio de la consulta que recibió</i>	43
Tabla 17 <i>Lugar donde recibe el servicio</i>	44
Tabla 18 <i>Valor de la última receta que adquirió</i>	45
Tabla 19 <i>Conoce alguna clínica en el cantón Saraguro</i>	46

Tabla 20	<i>Información sobre los servicios de una clínica..</i>	47
Tabla 21	<i>En caso de atención materna acude a una clínica</i>	48
Tabla 22	<i>Servicios que le gustaría tener clínica.....</i>	49
Tabla 23	<i>Valor que estaría dispuesto a pagar por la</i> <i>atención médica</i>	50
Tabla 24	<i>Puntos de evaluación más sobresalientes</i>	68
Tabla 25	<i>Cronograma de aplicación.....</i>	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Logo</i>	21
Figura 2 <i>Sexo</i>	30
Figura 3 <i>Edad</i>	31
Figura 4 <i>Estado civil</i>	32
Figura 5 <i>Actividad económica que realiza</i>	33
Figura 6 <i>Nivel de ingreso mensual</i>	34
Figura 7 <i>Tiene familiares en el exterior</i>	35
Figura 8 <i>Acude a un médico</i>	35
Figura 9 <i>Lugar al que acude</i>	36
Figura 10 <i>Porque acude a ese lugar</i>	37
Figura 11 <i>Como es el servicio que recibe</i>	38
Figura 12 <i>Medicamento que consume</i>	39
Figura 13 <i>Motivo por el que utiliza ese servicio</i>	40
Figura 14 <i>Enfermedad que tiene</i>	41
Figura 15 <i>Frecuencia con la que visita un médico</i>	42
Figura 16 <i>Precio de la consulta que recibió</i>	43
Figura 17 <i>Lugar donde recibe el servicio</i>	44
Figura 18 <i>Valor de la última receta que adquirió</i>	45
Figura 19 <i>Conoce alguna clínica en el cantón Saraguro</i> ...	46

Figura 20	<i>Información sobre los servicios de una clínica</i>	47
Figura 21	<i>En caso de atención materna acude a una clínica</i>	48
Figura 22	<i>Servicios que le gustaría tener en la clínica</i>	49
Figura 23	<i>Valor que estaría dispuesto a pagar por la atención médica</i>	50
Figura 24	<i>Diseño de la instalación para el centro médico “Yacuambi”</i>	57
Figura 25	<i>Diagrama funcional del proceso macro</i>	58
Figura 26	<i>Diagrama funcional del proceso micro</i>	59
Figura 27	<i>Ubicación para el centro médico “Yacuambi”</i> ..	60
Figura 28	<i>Estructura organizacional para el centro médico “Yacuambi”</i>	61

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Preguntas de encuestas	75
Anexo 2 Inversión en propiedad, planta	83
Anexo 3 Capital de trabajo	84
Anexo 4 Inversión inicial	85
Anexo 5 Financiamiento	86
Anexo 6 Depreciación	88
Anexo 7 Costo de producción	89
Anexo 8 Sueldos	89
Anexo 9 Gastos	90
Anexo 10 Proyección de ventas	91
Anexo 11 Estado de situación financiera	92
Anexo 12 Estado de resultado integral	93
Anexo 13 Flujo de efectivo	94
Anexo 14 Evaluación	95

CAPÍTULO I

Aspectos Generales

1.1. Identificación del sector y la industria

Tabla 1 *Identificación del sector*

<input checked="" type="radio"/> Sector	<input checked="" type="radio"/> M	<input checked="" type="radio"/> MÉDICO
<input checked="" type="radio"/> Industria	<input checked="" type="radio"/> M	<input checked="" type="radio"/> CENTRO MÉDICO AMBULATORIO
<input checked="" type="radio"/> Subsector	<input checked="" type="radio"/> M	<input checked="" type="radio"/> PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO MÉDICO

Elaborado por: Daniel Vacacela

Centro médico Yacuambi será un lugar en el que las personas puedan hacerse atender de manera más ágil y eficiente para ahorrarles el tiempo de buscar un centro de salud.

1.2. Estudio Pest

- Político-legales. -

La política de salud de todos los gobiernos carece de coherencia, lo que significa que las propuestas de reforma de salud son truncadas y no tienen un impacto significativo en el estado de salud del país. El potencial para mejorar el sistema de salud del país significa inevitablemente: Primero, la inversión en salud se acercará al promedio de 6,6% del PIB latinoamericano, además de aumentar el gasto per cápita en casi \$680 en comparación con el promedio latinoamericano. 1026 dólares. La escasez de mano de obra se abordó antes de que el brote dejara a 73.348 trabajadores de la salud, incluidos 13.000 médicos (Franzoni & Ancochea, 2019).

En tercer lugar, se requieren inversiones de corto y mediano plazo para suplir la falta de capacidad instalada, que el Ministerio de Salud define como infraestructura inestable y equipos obsoletos y defectuosos. El 97% de la capacidad instalada es insuficiente y el 96% en hospitales. Cuarto, cerrar la brecha tecnológica no solo en equipos médicos y no médicos de alta tecnología, sino también en los procesos de atención, acercando la calidad a la atención integral.

En estos tiempos ha cobrado relevancia la importancia de la telemedicina, proceso que debe implementarse y practicarse de manera regular. Quinto, repensar la organización de los servicios cambiando los estándares de las redes integradas de atención médica y su integración para agilizar la prestación para satisfacer la demanda diversa y creciente (Franzoni & Ancochea, 2019).

- Económicos. -

El impacto económico de la epidemia de COVID-19 en el Ecuador es significativo, lo que se refleja en la situación sanitaria de nuestro país, lo que plantea una seria obligación de destinar fondos a diversas actividades en las instituciones de salud para poder recibir atención médica, puntual, seguro y cualitativa. Los servicios médicos de alta calidad están orientados al paciente, basados en procesos de pensamiento, pero sobre todo en decisiones basadas en evidencia (Barros & Neira, 2020).

Dado que las metas de salud alcanzables generan los costos necesarios, son necesarias porque permiten el desarrollo de actividades (procesos), la entrega de productos y, por lo tanto, la realización de los resultados de salud esperados. Dos factores juegan un papel muy importante en el contexto en el que vivimos: Desde el punto de vista presupuestario.

El Banco Mundial señaló que los países del Caribe y América Latina deben invertir en atención médica, por lo que estas recomendaciones han cobrado relevancia desde que comenzó la pandemia; Pero los distintos gobiernos de estos países, y del Ecuador en particular, es un tema que aún no ha recibido la atención que merece.

La desaceleración y el estancamiento del crecimiento general de la atención médica en la región se deben a la mala asignación de los costos de atención médica. El crecimiento del PIB y el gasto en salud están relacionados positivamente porque cuando aumenta el PIB, aumenta el gasto en salud y cuando disminuye, ambos disminuyen. Además, el gasto en salud ha superado el crecimiento económico en los últimos cinco años (Barros & Neira, 2020).

Es importante señalar cuáles fueron las secuelas del COVID-19 en todos sus aspectos; que se creen modelos predictivos para predecir el análisis de necesidades; que el sector sanitario ha sufrido muchas crisis sanitarias con hospitales cada vez más reducidos y falta de recursos; Como resultado, muchos residentes comenzaron a utilizar servicios privados.

- Sociales. -

La lucha contra la pandemia de COVID-19 es un desafío para la industria de la salud. Por un lado, esto indicaba la gravedad de los problemas estructurales: falta de personal, líneas de frente débiles, defensas débiles y falta de equipo médico. Por otro lado, los gobiernos han tomado medidas de control para reducir los efectos de la enfermedad en la salud. Sin embargo, las restricciones impuestas (congelamientos de ciudadanos, restricciones de ancho de banda, toques de queda, etc.) han tenido un impacto negativo en la actividad económica de estos sectores y ya no necesitan viajar a Quito para sus actividades diarias (Lucas, 2021).

En 2020 y 2021, el Ministerio de Salud ha priorizado la pandemia; cuando asignó un presupuesto para combatir la crisis sanitaria. Esto le impidió enfrentar otros problemas de salud. Por ejemplo, desde 2019 a la fecha, muchos indicadores de control de la anemia han disminuido, algunos de manera drástica. Asimismo, en el tercer trimestre de 2019 y 2021 (para el mismo período), la utilización efectiva de los servicios médicos en el país disminuyó 14 puntos (del 50% al 36%).

Se necesitan inversiones en infraestructura y actualización de equipos para garantizar el acceso efectivo y equitativo a los servicios de salud para 2022. Además del personal de servicio de primera clase. Además, el sistema de salud

generalmente necesita ser reformado para llenar los vacíos que se han abierto en la industria en los últimos años (Lucas, 2021).

El cantón Yacuambi es un cantón en la provincia de Zamora Chinchipe, Ecuador. Se encuentra rodeado por los cantones Zamora y Yantzaza; y limita con las provincias de Loja, Azuay y Morona Santiago. Tiene una población estimada, a mediados de 2020, de 6,740 habitantes. El cantón está dividido políticamente en tres parroquias, una parroquia urbana y dos rurales que son: La parroquia 28 de mayo (cabecera cantonal) y las parroquias rurales son: La Paz y Tutupali.

El cantón cuenta actualmente con un centro médico del Ministerio de Salud Pública en la zona urbana y 2 Subcentros de Salud en las parroquias rurales, lo que demuestra la carencia de centros médicos, maternidades y especialistas, para cubrir las necesidades en el sector privado, ya que por este motivo no se puede satisfacer las crecientes necesidades de la población; por esta razón existe la necesidad actual de la población de trasladarse a las capitales de las provincias como Loja, Zamora y la ciudad de Saraguro (León, 2020).

- Tecnológicos. -

El uso de nuevos medios para hacer llegar el derecho de recibir un buen servicio y atención médica es por lo que se apuesta la implementación de un centro de salud móvil, esto permitirá que los pacientes no tengan que ir hacia un destino tan lejano para hacerse atender.

1.3. La industria, la compañía y sus servicios

1.3.1. La industria

Análisis de la industria en el tiempo.

Según el marco legal vigente, el Ministerio de Salud Pública (MSP) es el ente rector del sistema de salud en el país y por tanto no solo será responsable de formular la política nacional de salud, sino que también el funcionamiento de los actores del sector público y privado que actúan en la salud (Zabala, 2020).

El sistema de salud de Ecuador está compuesto por dos sectores, público y privado. El sector público comprende al Ministerio de Salud Pública (MSP), Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), los servicios de salud de las municipalidades y las instituciones de seguridad social [Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas (ISSFA) e Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional (ISSPOL)]. El sector privado comprende entidades con fines de lucro (hospitales, clínicas, dispensarios, consultorios, farmacias y empresas de medicina prepagada) y organizaciones no lucrativas de la sociedad civil y de servicio social (Urquiza & Coello, 2019).

El MSP, con la provisión más amplia de servicios del país, cubre alrededor del 51% de la población ecuatoriana. Los trabajadores del sector formal de la economía, incluyendo al sector campesino, tienen derecho a afiliarse al IESS, este instituto cubre por lo menos a 20% del total de la población ecuatoriana mientras que el ISSFA y el ISSPOL cubren a poco más de 5% de la población con seguros públicos, por lo que Ministerio de Defensa, Ministerio de Justicia y de Gobierno y Policía, contaban en su conjunto con 109 establecimientos. A estos establecimientos se suman 13 del SOLCA y 5 de la junta de beneficencia de Guayaquil. A pesar de la cobertura del sistema se deja casi a un 30% de la población sin cobertura, quedando fuera especialmente del acceso a los servicios de salud a la población en zonas rurales, indígenas en su mayoría (Zabala, 2020).

Los seguros privados y empresas de medicina prepagada cubren aproximadamente a 3% de la población perteneciente a estratos de ingresos medios y altos. Además, existen cerca de 10 000 consultorios médicos particulares, en general dotados de infraestructura y tecnología elementales, ubicados en las principales ciudades y en los que la población suele hacer pagos directos de bolsillo en el momento de recibir la atención (León, 2020).

1.3.2. La compañía y el concepto de negocio

1.3.2.1. Definición del negocio

El objetivo de este proyecto es mostrar, a través del análisis de contenido y datos, la oportunidad de invertir en el mercado de servicios ambulatorios especializados en el cantón de Yacuambi, donde claramente existe una gran demanda de estos servicios especializados. Los hospitales y centros médicos privados de Guangzhou no cuentan con todas las especialidades, lo que genera una gran demanda de esta atención básica y la movilización de pacientes a otras ciudades como Milagro o Guayaquil.

La salud es un punto muy importante porque es una de las necesidades humanas básicas, por lo que siempre existirá una necesidad. La creación de un centro especializado reducirá el movimiento de personas a otras ciudades.

1.3.2.2. Nombre: Centro Médico Yacuambi

Figura 1 Logo



Elaborado por: Pablo Freire

Eslogan:

Tu salud en nuestras manos

1.3.2.3. Visión

El centro médico Yacuambi será un centro médico que brinde un servicio de

salud, basada en un servicio de calidad e integrada que aprovecha el desarrollo tecnológico existente para responder a las necesidades de la comunidad y la sociedad.

1.3.2.4. Misión

Entregar a nuestros pacientes y la familia una atención médica integral y oportuna, satisfaciendo sus necesidades de salud de la población sin distinción de edad, condición económica, nacionalidad, raza y religión, con una alta calidad asistencial, ética, humana y con la máxima profesionalidad.

1.4. Los servicios actuales

La atención que se brinda en la Medicina Ambulatoria también es nombrada primaria y en ella se pueden encontrar: servicios de cirugía ambulatoria, consulta externa, hospital de día y visitas médicas a domicilio.

Una ventaja de los servicios ambulatorios es que no exigen a los pacientes un cambio de entorno, lo cual permite a las personas continuar con sus actividades cotidianas, ya sean laborales, académicas o sociales después de culminada la sesión. Las intervenciones ambulatorias también implican un ahorro de recursos para los hospitales.

Los Centros de atención ambulatoria de especialidades son establecimientos de alta producción de productos intermedios y finales como consultas de especialidad, consultas de otros profesionales, exámenes y procedimientos de mayor complejidad y de Cirugía ambulatoria menor y mayor.

1.5. Estrategia de entrada y crecimiento

Se busca señalar que en el casco urbano de Yacuambi existe una necesidad de atención en salud debido a que los centros médicos no cuentan con todas las especialidades y los pobladores viajan a otros cantones o ciudades para su atención, lo que unido a la movilización genera un tiempo y costo factor.

La creación de un centro médico especializado permitirá que familias y pacientes no paguen altos precios por servicios de clínicas privadas fuera del

cantón.

El centro ofrece un buen apoyo y servicios de calidad. Personal especializado y equipo técnico.

1.6. Los conceptos de diferenciación

Ofertar servicios de salud integral, familiar y comunitaria, para la satisfacción de los clientes en sector privado.

Contar con un equipo médico calificado para garantizar tratamientos adecuados de calidad de acuerdo con el nivel de atención.

Asistir a pacientes con patología aguda o crónica de origen benigno o maligno, basados en una atención interdisciplinaria, bajo un contexto de atención médico-psicológica, social y espiritual, y con apoyo familiar.

Complementar los servicios de salud en la localidad con servicio de laboratorio, odontología y farmacia.

1.7. Análisis FODA

Fortalezas

- Atención integral en APS.
- Personal médico capacitado en las diferentes áreas de la medicina como odontología enfermería, laboratorio y farmacia.
- Estructura organizacional y administrativa adecuada
- Infraestructura acorde al nivel de atención de salud
- Ubicación estratégica
- Aprovechamiento tecnológico
- Clima organizacional bueno y con creciente motivación
- Proyecto de planificación y construcción de infraestructura propia del

centro médico.

Oportunidades

- El desarrollo tecnológico actual permitirá optimizar las operaciones, con aprovechamiento de la tecnología médica.
- Trabajar con empresas proveedoras reconocidas
- Trabajar con apoyo de instituciones médicas ya establecidas en otra localidad como centro de especialidades médicas “Saraguro” que brindara asesoramiento en gestión y futuro plan de asistencia para brindar servicios de especialidad médica.
- Deficiente preocupación desde el sector privado y público en ofrecer servicios sanitarios con atención de excelencia e integral.
- Demanda insatisfecha de los servicios de salud desde el sector privado.

Debilidades

- Altos precios de los equipos médicos.
- Ser una clínica nueva, lo que se dificultará posesionarse en el mercado.
- Presupuesto de publicidad escaso
- La competencia desde el sector público cuenta con algunos servicios posesionados en el mercado.
- Ingreso reciente al mercado.
- No cuenta con atención medica 24/7, servicio de atención y traslado de pacientes emergentes y urgentes.

Amenazas

- Situación Geográfica de la localidad con zonas de difícil acceso.
- Nivel promedio (25%) de consumo de remedios caseros y

automedicación por parte de la población de Yacuambi

- Nivel bajo de cultura preventiva de la ciudadanía (4,30%)
- . Rigurosidad en el control de equipos médicos acorde a cada nivel de atención por parte del MSP
- Nuevos programas de salud implementados por parte del MSP (Médico de barrio y campañas de prevención).

CAPÍTULO II

Análisis e investigación de mercados

2.1. Introducción

Esta sección recopila datos sobre el mercado y los consumidores que pretendemos atraer. Las necesidades comerciales se evalúan utilizando diferentes enfoques de investigación para identificar diferentes requisitos de servicio.

2.1.1. Problema gerencial

El tema de la decisión de la gerencia se basará en la posibilidad de abrir un centro de atención ambulatoria en la comunidad de Yacumbi.

2.1.2. Determinación de la oportunidad

No hay un centro médico disponible para todos los residentes del Cantón Yacumbi. Esto es importante para la empresa, ya que tiene la oportunidad de abrir un nuevo mercado para la investigación.

2.1.3. Problema de investigación de mercado

- ¿Cuál es la necesidad de atención médica en la región de Yacumbi?
- ¿Por qué la gente no tiene buena atención médica?
- ¿Qué características son importantes para un cliente cuando visita a un médico?
- ¿La población está dispuesta a pagar por las consultas?
- ¿Qué determina la población a la hora de elegir un centro asistencial?
- ¿Quiénes serán los nuevos clientes potenciales de la empresa?
- ¿Qué estrategia se debe implementar en el centro de salud para llegar al grupo objetivo?

2.2. Consumidores

2.2.1. Tipo de consumidor

2.2.1.1. Perfil del consumidor

Los beneficiarios del proyecto son los habitantes de Yacumbi en busca de atención médica de calidad. Además, hay que decir que este tipo de negocio es bienvenido en la mayoría de las zonas por la facilidad que ofrece y el hecho de que es accesible a personas de bajos ingresos.

2.2.2. Segmentación

Se realiza una segmentación demográfica de la población para obtener un perfil de consumidor.

- Geográficos. - Dado que el nuevo centro de salud está ubicado en Yacuambi, el número total de residentes es de 6.000.
- Psicográficos. – El segmento al que se dedicará la clínica será todas las personas que viven en la comunidad y sus alrededores.
- Demográficos. – Las edades de los usuarios van desde bebés hasta personas de tercera edad.
- Conductual. – La característica principal del comportamiento es el deseo de una práctica médica de calidad, que permita a los residentes recibir una atención de calidad.

2.2.3. Investigación de mercados y sus resultados

2.2.3.1. Diseño de la investigación

Para efectos de este estudio, considerando los aspectos de investigación de mercado, se dividen en: gestión de mercado, finanzas y estrategia; se realizará un estudio preliminar y cuantitativo (Flick, 2020).

2.2.3.1.1. Investigación Exploratoria.

La investigación preliminar se realizará a través de una encuesta comunitaria que nos brindará la información que necesitamos para determinar la demanda insatisfecha del mercado, así como el nivel de demanda por segmento para un nuevo centro de atención ambulatoria en la ciudad (Morales, 2019).

2.2.3.1.2. Investigación cuantitativa

Esto le permite recopilar y analizar datos numéricos en función de ciertas variables predefinidas. Este tipo de investigación de mercado examina la relación entre todos los datos cuantitativos para obtener una interpretación correcta de los resultados relevantes (Cárdenas, 2018).

2.2.4. Herramientas de recolección de datos

2.2.4.1. Encuesta

Una encuesta es uno de los métodos más comunes de investigación de mercado, ya que ayuda a obtener información detallada de fuentes primarias. Por lo tanto, es importante que los especialistas en marketing y los investigadores de mercado conozcan la definición de investigación, pero desde diferentes ángulos para obtener una imagen más completa (Hair, 2019).

2.2.4.2. Metodología

En este apartado se realizó el cálculo con la población del cantón Yacumbi. La encuesta de esta muestra se realiza directamente y de persona a persona en dicho sector del cantón con el fin de mantener la muestra lo más cerca posible de la evolución del mercado (Flores & Franco, 2020).

2.2.4.3. Cálculo de la muestra

Esta sección explica la fórmula utilizada para la selección aleatoria simple:

$$n = \frac{N z^2 p(1 - p)}{(N - 1)e^2 + z^2 p(1 - p)}$$

En donde:

n = es el tamaño de la población.

N = el tamaño de la muestra

z = nivel de confianza

p =porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

$n=361$ tamaño de muestra que se utilizara

2.3. Encuesta

Buenos días/tardes,

Soy estudiante de la Universidad de las Américas y me gustaría utilizar esta investigación para identificar la posibilidad de abrir un centro médico ambulatorio que brinde servicios médicos adecuados para el beneficio de usted y sus familiares. Permítame hacerle algunas preguntas y gracias de antemano por sus respuestas.

2.3.1. Resultados de la encuesta

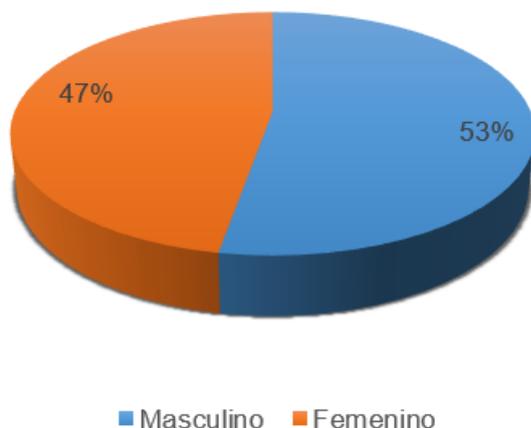
1. Sexo

Tabla 2 Sexo

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Masculino	191	53%
Femenino	171	47%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 2 Sexo



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 1 realizada a los encuestados, el 53% es género masculino y el otro 47% femenino.

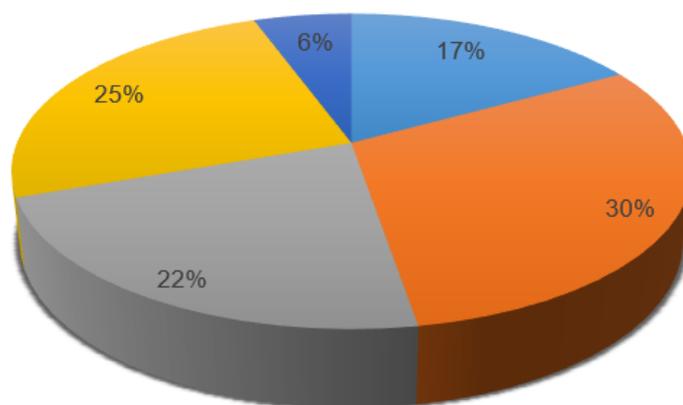
2. Edad

Tabla 3 Edad

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
De 15 a 24 años	61	17%
De 25 a 34 años	110	30%
De 35 a 44 años	80	22%
De 45 a 54 años	90	25%
De 55 a 64 años	20	6%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 3 *Edad*



■ De 15 a 24 años ■ De 25 a 34 años ■ De 35 a 44 años ■ De 45 a 54 años ■ De 55 a 64 años

Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 2 realizada a los encuestados, el 30% indicaron que tienen de 25 a 34 años, otro 25% de 45 a 54 años, el 22% de 35 a 44 años, un 17% de 15 a 24 años y el último 6% de 55 a 64 años.

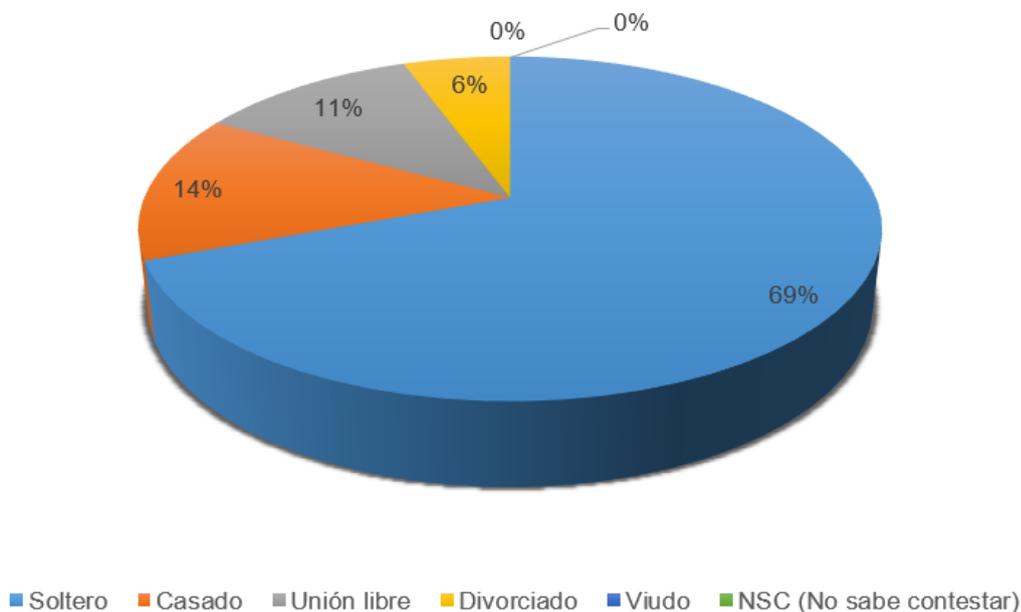
3. Estado Civil

Tabla 4 *Estado civil*

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Soltero	250	69%
Casado	50	14%
Unión libre	41	11%
Divorciado	20	6%
Viudo	0	0%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 4 Estado civil



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 3 realizada a los encuestados, el 69% indicó que su estado civil es soltero, otro 14% casado, un 11% unión libre y el último 6% divorciado.

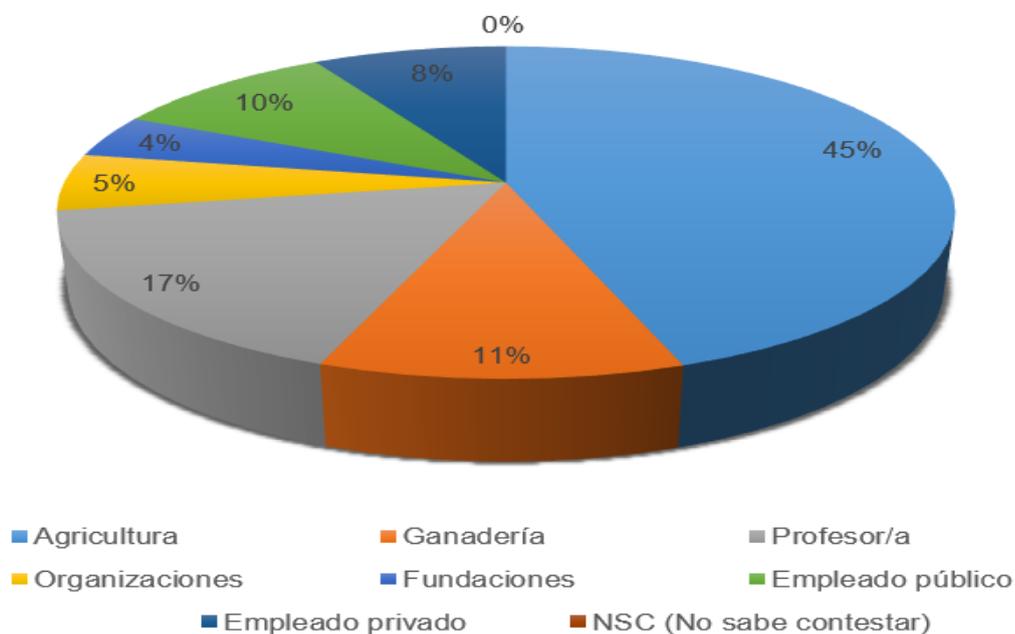
4. ¿Lugar o Actividad Económica que Ud. realiza?

Tabla 5 Actividad económica que realiza

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Agricultura	161	45%
Ganadería	40	11%
Profesor/a	60	17%
Organizaciones	20	5%
Fundaciones	15	4%
Empleado público	35	10%
Empleado privado	30	8%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 5 Actividad económica que realiza



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 4 realizada a los encuestados, el 45% indicó que laboran en la agricultura, otro 17% profesor/a, 11% ganadería, el 10% empleado público, un 8% empleado privado, otro 5% organizaciones y el último 4% fundaciones.

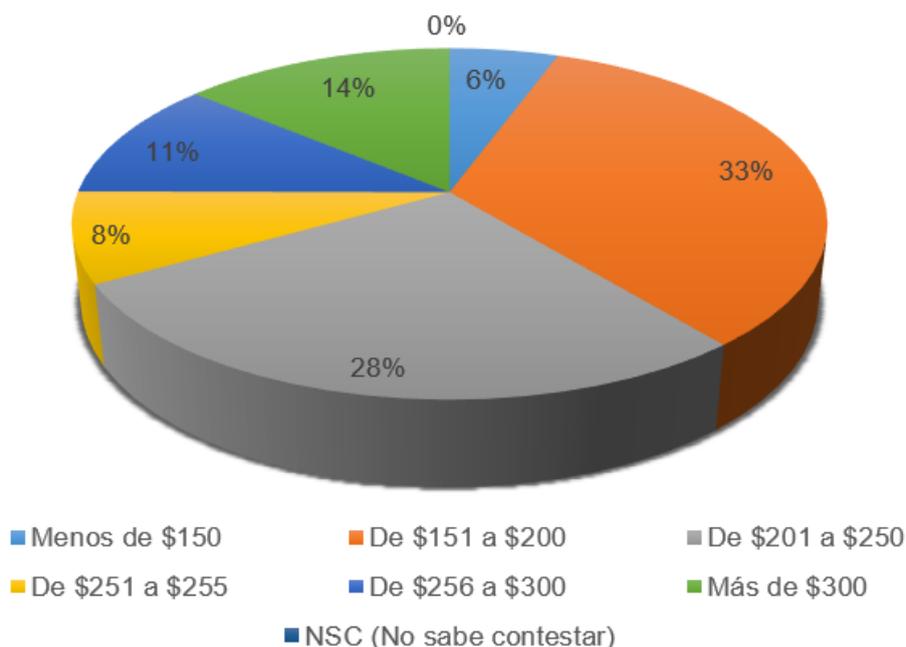
5. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

Tabla 6 Nivel de ingreso mensual

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Menos de \$150	20	6%
De \$151 a \$200	121	33%
De \$201 a \$250	100	28%
De \$251 a \$255	30	8%
De \$256 a \$300	40	11%
Más de \$300	50	14%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 6 Nivel de ingreso mensual



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 5 realizada a los encuestados, el 33% indicó que su nivel de ingreso es de \$151 a \$200, otro 28% de \$201 a \$250, un 14% más de \$300, un 11% de \$256 a \$300, otro 8% de \$251 a \$255 y el último 6% menos de \$150.

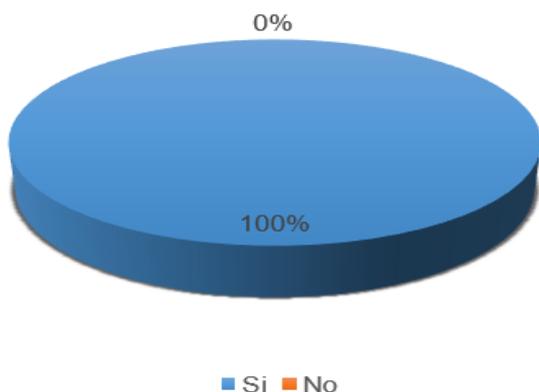
6. ¿En caso de tener familiares en el exterior UD. mejoraría la Atención en su Salud?

Tabla 7 Tiene familiares en el exterior

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	361	100%
No	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 7 *Tiene familiares en el exterior*



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 6 realizada a los encuestados, el 100% indico que si tendrían familiares en el exterior mejoraría la atención en su salud.

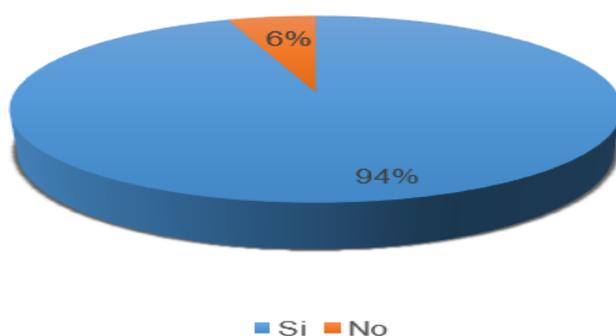
7. ¿En caso de una enfermedad Ud. acude a un Médico?

Tabla 8 *Acude a un médico*

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	341	94%
No	20	6%
TOTAL	361	100%

Elaborado por el autor.

Figura 8 *Acude a un médico*



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 7 realizada a los encuestados, el 94% indicó que si acuden a un médico en caso de enfermedad y el otro 6% no.

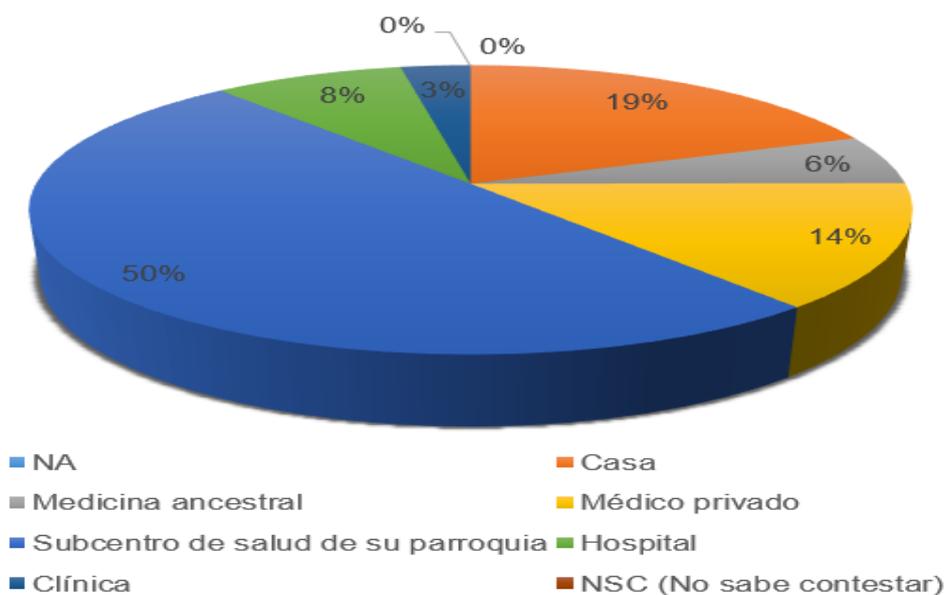
8. Si 7 es 1 ¿A qué lugar Ud. asiste?

Tabla 9 Lugar al que acude

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Casa	70	19%
Medicina ancestral	20	6%
Médico privado	50	14%
Subcentro de salud de su parroquia	180	50%
Hospital	30	8%
Clínica	11	3%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 9 Lugar al que acude



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 8 realizada a los encuestados, el 50% indicó que asisten a un subcentro de salud de su parroquia, otro 19% casa, un 14% médico privado, el 8% hospital, el 6% medicina ancestral y el último 3% clínica.

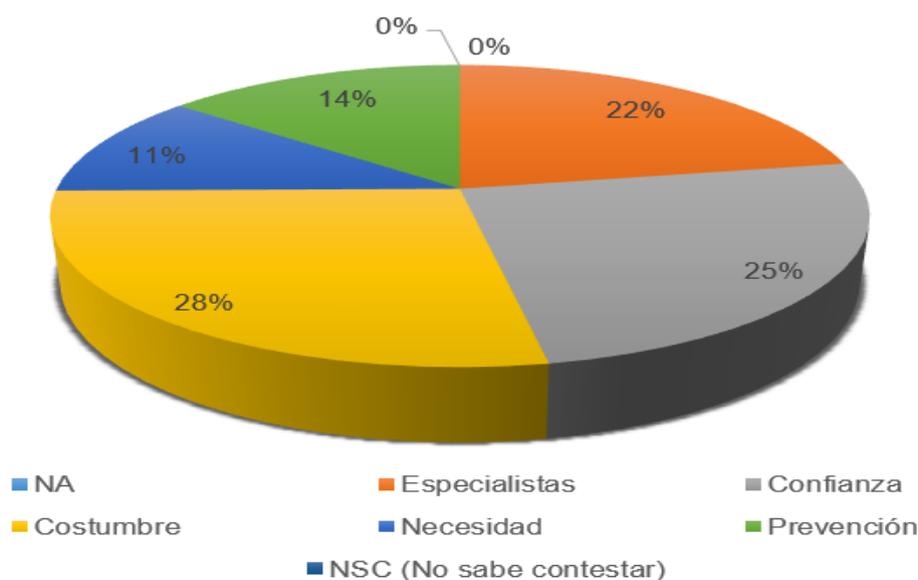
9. Si 7 es 1 ¿Por qué acude Ud. a este lugar?

Tabla 10 Porque acude a ese lugar

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Especialistas	80	22%
Confianza	90	25%
Costumbre	100	28%
Necesidad	40	11%
Prevención	51	14%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 10 Porque acude a ese lugar



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 9 realizada a los encuestados, el 28% indico que acuden a estos lugares por la costumbre, otro 25% confianza, el 22% especialistas, un 14% prevención y el ultimo 11% por necesidad.

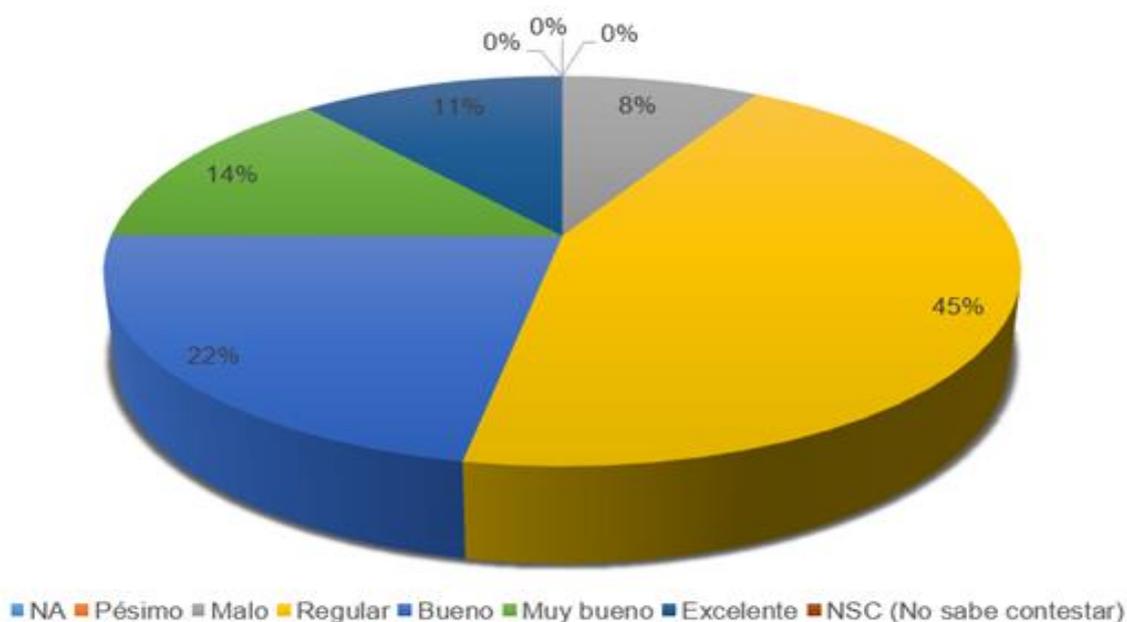
10. Si 7 es 1 ¿El servicio que recibe por esta atención es?

Tabla 11 Como es el servicio que recibe

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Pésimo	0	0%
Malo	30	8%
Regular	161	45%
Bueno	80	22%
Muy bueno	50	14%
Excelente	40	11%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 11 Como es el servicio que recibe



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 10 realizada a los encuestados, el 45% indicó que el servicio que recibe en la atención es regular, otro 22% bueno, el 14% muy bueno, un 11% excelente y el último 8% malo.

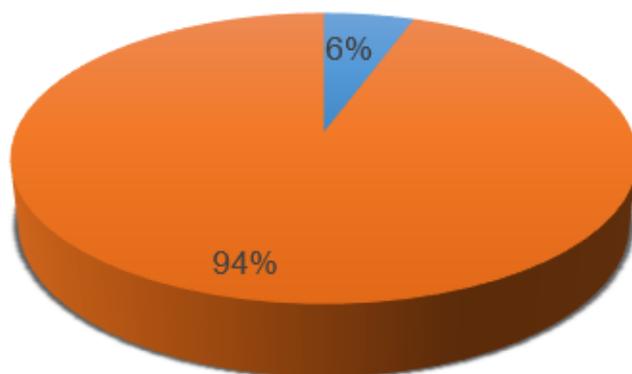
11. Si 7 es 1 ¿Qué tipo de medicamento Ud. consume con mayor frecuencia?

Tabla 12 *Medicamento que consume*

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	20	6%
Remedios caseros natural	340	94%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 12 *Medicamento que consume*



■ NA ■ Remedios caseros natural

Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 11 realizada a los encuestados, el 94% indicó que el tipo de medicamento que consume con mayor frecuencia son los remedios caseros naturales y el otro 6% NA.

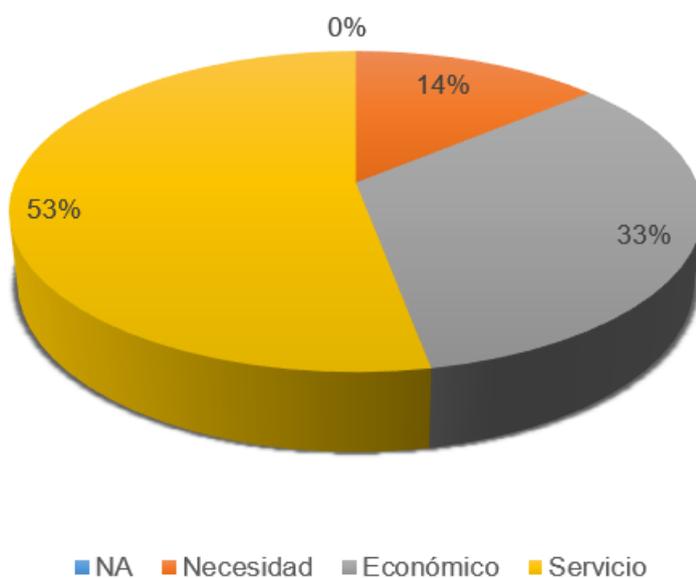
12. ¿Por qué motivo utiliza estos servicios?

Tabla 13 Motivo por el que utiliza ese servicio

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Necesidad	50	14%
Económico	120	33%
Servicio	191	53%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 13 Motivo por el que utiliza ese servicio



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 12 realizada a los encuestados, el 53% indicó que el motivo por lo que lo utiliza es por su servicio, otro 33% por lo económico y el otro 14% por necesidad.

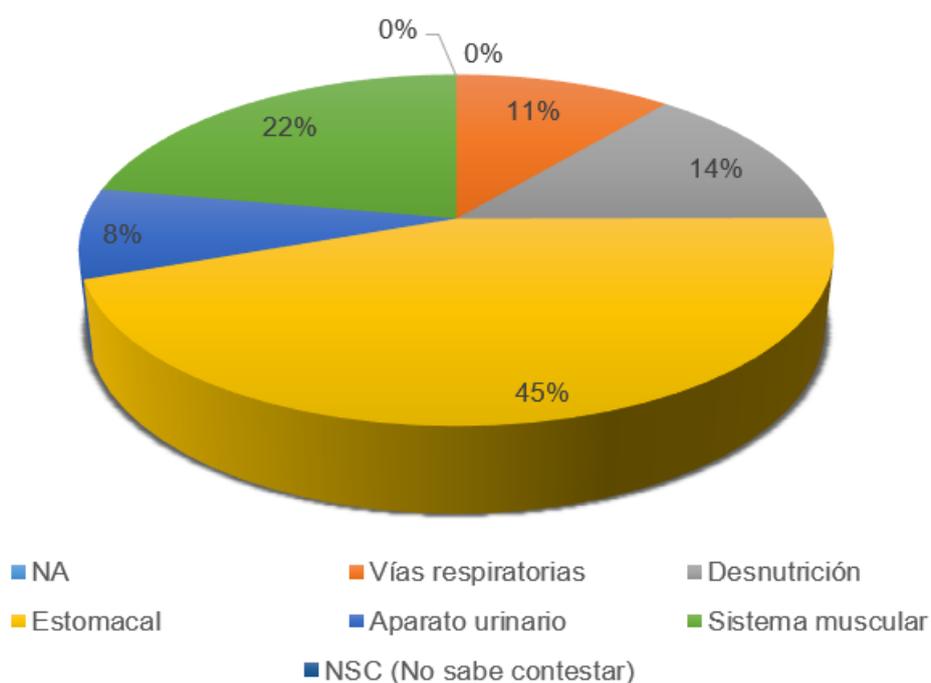
13. ¿Qué enfermedad tiene con frecuencia?

Tabla 14 *Enfermedad que tiene*

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Vías respiratorias	40	11%
Desnutrición	50	14%
Estomacal	161	45%
Aparato urinario	30	8%
Sistema muscular	80	22%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 14 *Enfermedad que tiene*



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 13 realizada a los encuestados, el 45% indicó que la enfermedad que tiene con más frecuencia es la estomacal, otro 22% sistema muscular, un 14% desnutrición, el 11% vías respiratorias y el último 8% aparato urinario.

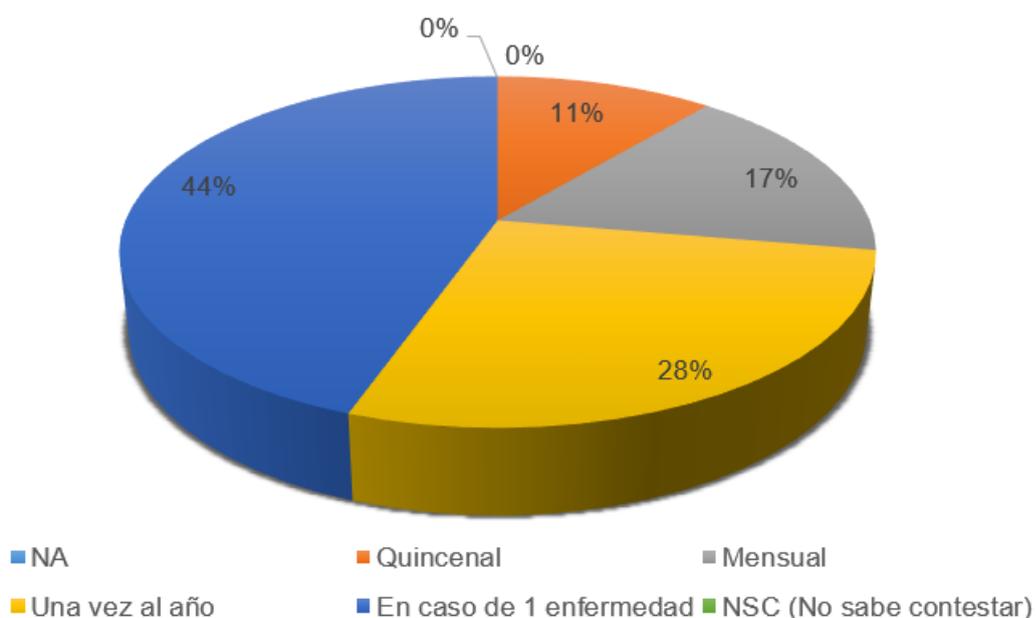
14. ¿Con que frecuencia Ud. visita a un Médico?

Tabla 15 Frecuencia con la que visita un médico

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Quincenal	40	11%
Mensual	60	17%
Una vez al año	100	28%
En caso de 1 enfermedad	161	44%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 15 Frecuencia con la que visita un médico



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 14 realizada a los encuestados, el 44% indicó que en un caso de una enfermedad es por lo que visita a un médico, otro 28% una vez al año, el 17% de manera mensual y el último 11% quincenal.

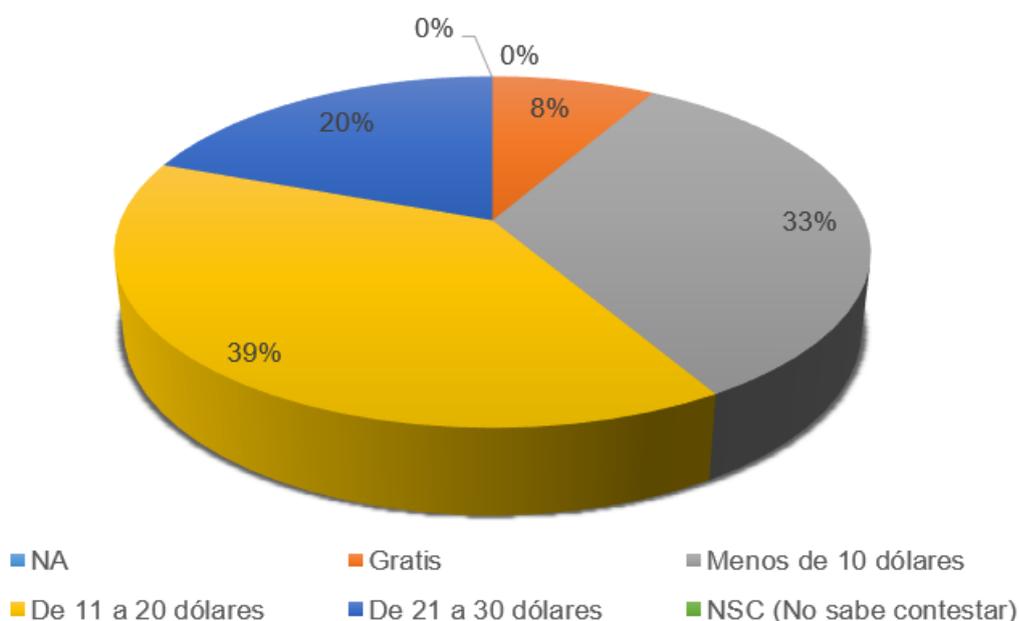
15. ¿Cuánto pago por la consulta la última vez que fue al médico?

Tabla 16 Precio de la consulta que recibió

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Gratis	30	8%
Menos de 10 dólares	120	33%
De 11 a 20 dólares	141	39%
De 21 a 30 dólares	70	20%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 16 Precio de la consulta que recibió



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 15 realizada a los encuestados, el 39% indicó que el pago de la última consulta médica que tuvo fue de 11 a 20 dólares, otro 33% menos de 10 dólares, el 20% de 21 a 30 dólares y el último 8% gratis.

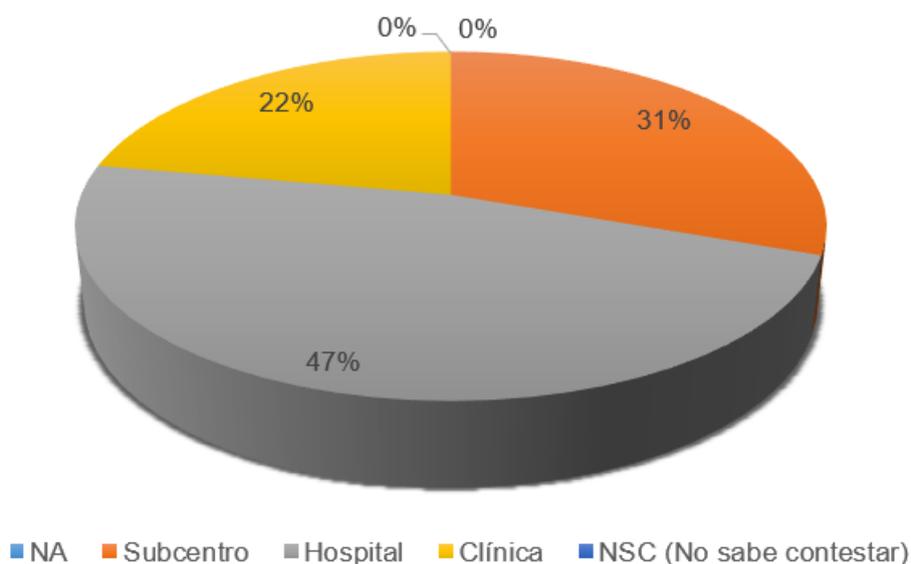
16. ¿En qué lugar adquiere usted un buen servicio y como Ud. lo califica cada uno de estos centros?

Tabla 17 Lugar donde recibe el servicio

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Subcentro	110	31%
Hospital	171	47%
Clínica	80	22%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 17 Lugar donde recibe el servicio



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 16 realizada a los encuestados, el 47% indicó que el lugar donde adquiere un buen servicio es en un hospital, otro 31% subcentro y el último 22% clínica.

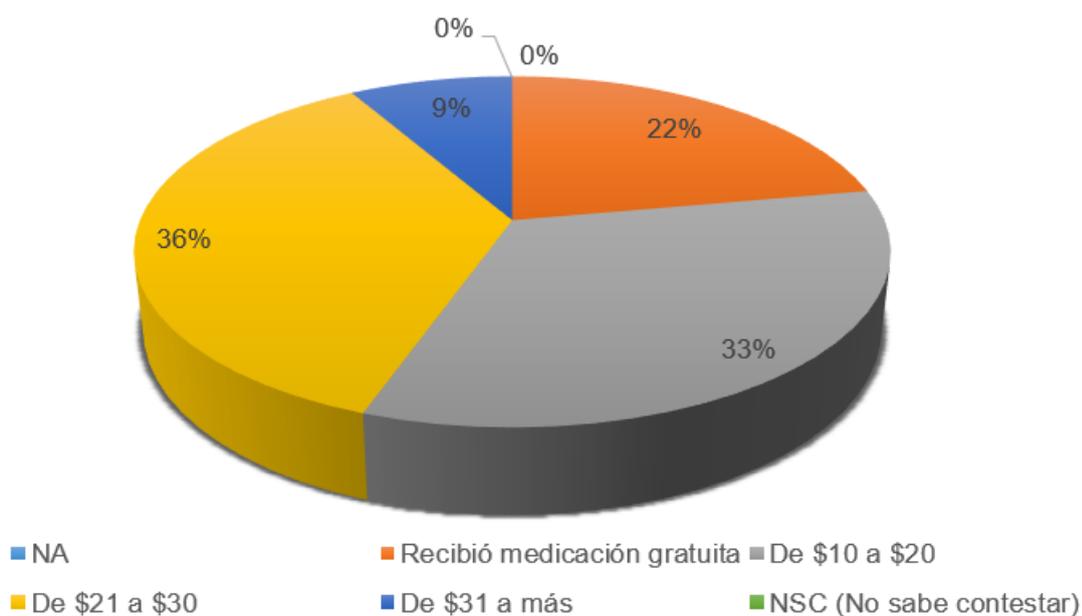
17. ¿Cuánto gasto Ud. en su última receta?

Tabla 18 Valor de la última receta que adquirió

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Recibió medicación gratuita	80	22%
De \$10 a \$20	120	33%
De \$21 a \$30	131	36%
De \$31 a más	30	9%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 18 Valor de la última receta que adquirió



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 17 realizada a los encuestados, el 36% indicó que el pago de su última receta fue de \$21 a \$30, otro 33% de \$10 a \$20, el 22% recibió medicación gratuita y el último 9% de \$31 a más.

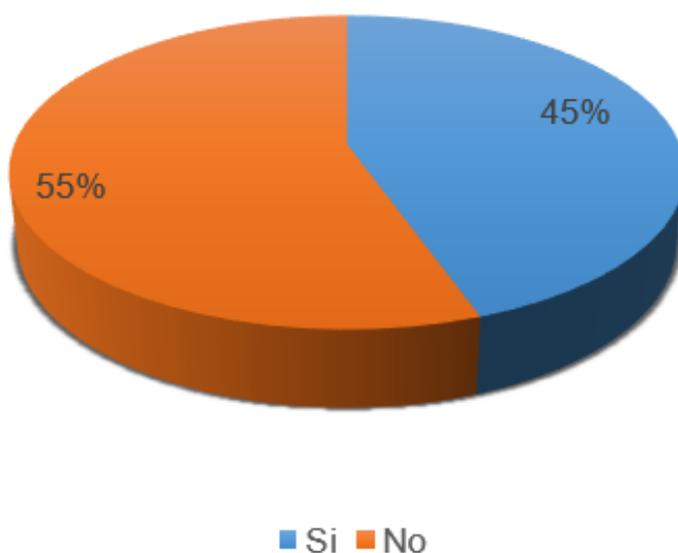
18. Si 7 es 2. ¿Conoce usted alguna Clínica en el Cantón Saraguro?

Tabla 19 *Conoce alguna clínica en el cantón Saraguro*

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	161	45%
No	200	55%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 19 *Conoce alguna clínica en el cantón Saraguro*



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 18 realizada a los encuestados, el 55% indicó que no conocen una clínica en el cantón Saraguro y el otro 45% sí.

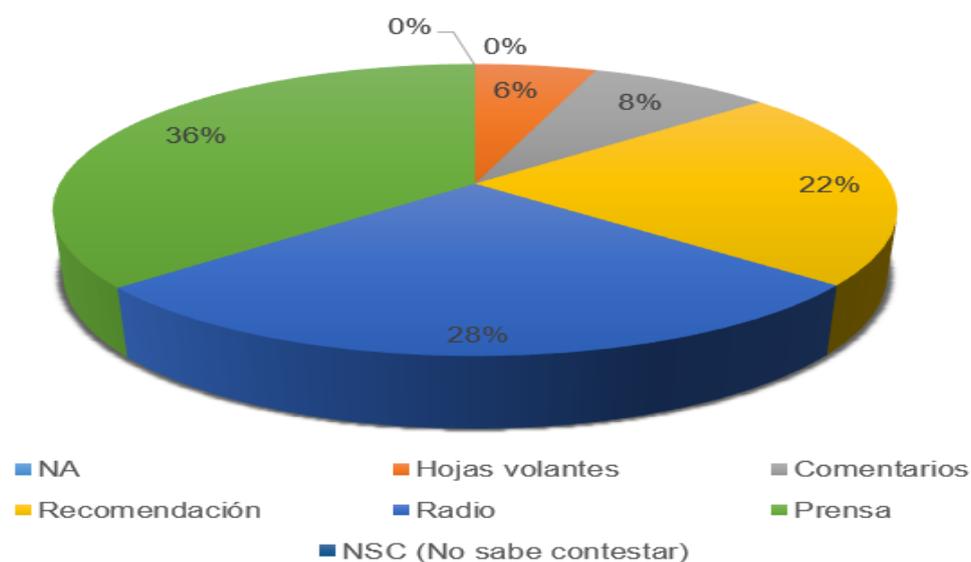
19. Si 18 es 1 ¿Por qué medio busca información por estos servicios la existencia de esta Clínica?

Tabla 20 Información sobre los servicios de una clínica

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Hojas volantes	20	6%
Comentarios	30	8%
Recomendación	80	22%
Radio	100	28%
Prensa	131	36%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 20 Información sobre los servicios de una clínica



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 19 realizada a los encuestados, el 36% indico que la prensa es el medio por el cual buscan información por los servicios de una clínica, el 28% por radio, otro 22% recomendación, un 8% comentarios y el ultimo 6% hojas volantes.

20. Si 18 es 2 ¿En caso de que un familiar necesite atención materna acudiría Ud. a una Clínica?

Tabla 21 *En caso de atención materna acude a una clínica*

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Si	361	100%
No	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 21 *En caso de atención materna acude a una clínica*



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 20 realizada a los encuestados, el 100% indico que si acuden a una clínica es porque necesitan atención materna para un familiar.

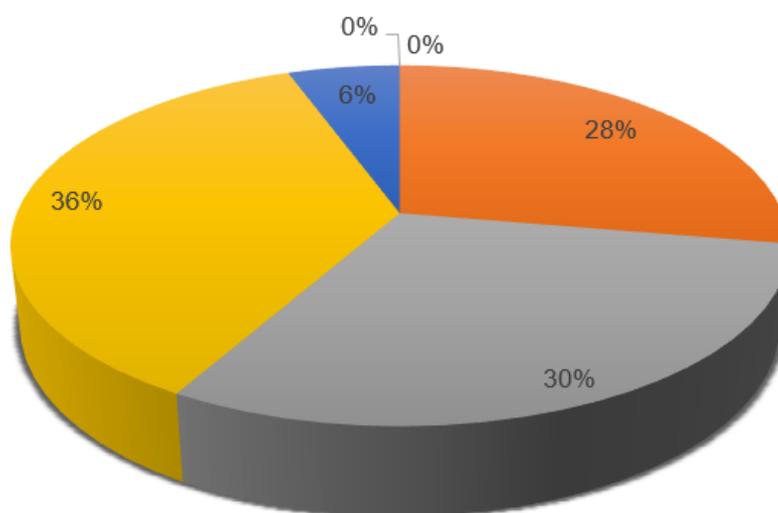
21. Si 20 es 1 ¿Qué servicios le gustaría que reuniera esta Clínica?

Tabla 22 Servicios que le gustaría tener clínica

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
Calidad	100	28%
Precios justos	110	30%
Multiservicios	131	36%
Diferenciación	20	6%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 22 Servicios que le gustaría tener en la clínica



■ NA ■ Calidad ■ Precios justos ■ Multiservicios ■ Diferenciación ■ NSC (No sabe contestar)

Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 21 realizada a los encuestados, el 36% indicó que los multiservicios sería uno de los puntos que le gustaría que una clínica los tenga, otro 30% precios justos, el 28% por la calidad y el último 6% diferenciación.

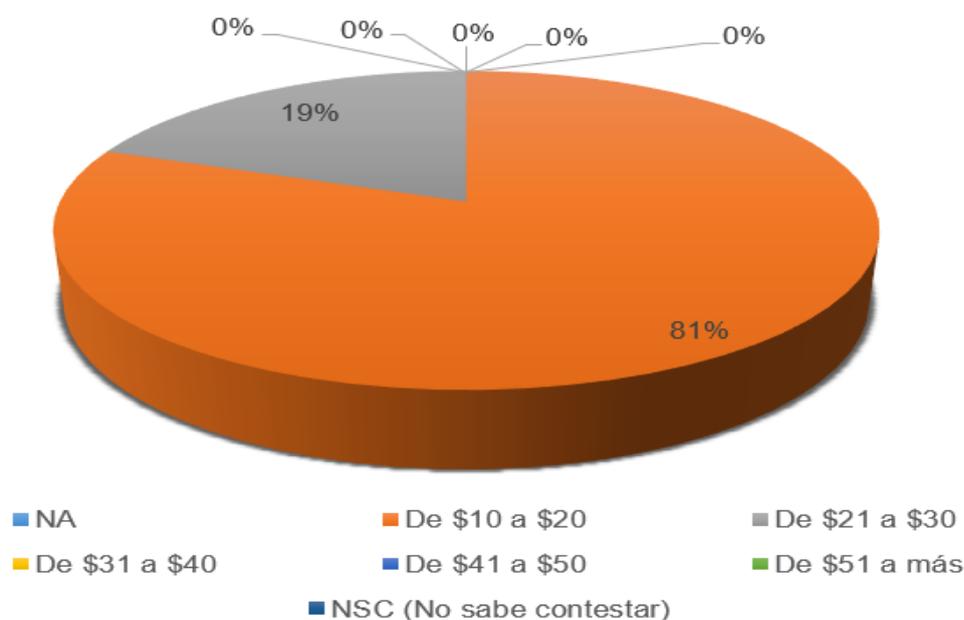
22. Si 20 es 1 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio recibido?

Tabla 23 Valor que estaría dispuesto a pagar por la atención médica

Indicador	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
NA	0	0%
De \$10 a \$20	291	81%
De \$21 a \$30	70	19%
De \$31 a \$40	0	0%
De \$41 a \$50	0	0%
De \$51 a más	0	0%
NSC (No sabe contestar)	0	0%
TOTAL	361	100%

Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 23 Valor que estaría dispuesto a pagar por la atención médica



Elaborado por: Daniel Vacacela

Análisis

En la pregunta 22 realizada a los encuestados, el 81% indicó que estarían dispuestos a pagar por el servicio recibido un valor de \$10 a \$20 y el otro 19% de \$21 a \$30.

23. Si es 20 Gracias por su colaboración

2.4. Fuerzas de Porter

Amenaza de los nuevos participantes

Este tema se relaciona con el deseo de una organización de ingresar al mercado para ganar participación de mercado. Todo depende de los obstáculos creados por los competidores. Tales barreras pueden incluir economías de escala, diferenciación de productos, requisitos de capital, costos variables, mejoras tecnológicas y valor de marca.

Es útil que este tipo de negocios no tenga competidores directos, la mayoría de los competidores en el campo médico ofrecen servicios similares, pero no a domicilio, por lo que es necesario actuar en los aspectos antes mencionados.

Amenaza de servicios sustitutos

Es importante recordar que otros servicios de salud pueden sustituirse entre sí debido a muchas circunstancias. Algunos factores que pueden afectar a las gestantes subrogadas son:

- Beneficios para el cliente al cambiar
- Precios relativos de los servicios sustitutos
- Costo o facilidad de cambiar de cliente
- Nivel percibido de diferenciación del producto.
- Acceso a diputados cercanos.

Esta empresa ofrecerá un servicio que no tiene sustitutos cercanos, solo competidores, pero no puede competir con el centro de salud en su conjunto. Asimismo, no existe atención domiciliaria en el sector del cantón Yacumbi que ofrezca los mismos servicios en las mismas condiciones.

Poder de negociación de los compradores

Dependiendo de la zona de salud; Los pacientes pueden beneficiarse de sustituciones que inclinan la balanza a su favor, permitiéndoles exigir mejor calidad, mejor servicio y precios más bajos.

- Los pacientes eligen el sitio de tratamiento con mucho cuidado.
- Estos no son servicios diferenciados
- Hay servicios alternativos
- Los pacientes están bien informados sobre los costos y precios de los servicios ofrecidos.

Será un centro médico que piensa mucho en la salud de sus pacientes y sus preferencias, por lo que el mercado priorizará los servicios que ofrecemos.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores

El papel que juega un proveedor en la entrega de su producto es muy importante ya que depende de su nivel de competencia en el mercado y si su contribución está relacionada con la prestación de nuestros servicios.

En el caso de un centro médico, el poder de los proveedores no juega un papel importante ya que los costos adquiridos no juegan un papel significativo en la prestación de los servicios médicos, que son servicios intangibles. Sin embargo, es bueno tener una cartera de múltiples proveedores en lugar de depender de uno solo para pedidos especiales.

Rivalidad entre los competidores

La industria subdesarrollada y la ausencia de competidores directos al centro médico es un factor positivo para aumentar la rentabilidad de la organización, lo que hace que este proyecto sea muy rentable.

La rivalidad entre competidores surge debido a las 4 fuerzas mencionadas anteriormente. Su suma ayuda a determinar la rentabilidad de la organización porque cuanto menos competitiva es, más rentable se vuelve y viceversa.

CAPÍTULO III

Plan de marketing

3.1. Objetivos y metas

3.1.1. Objetivos no Financieros:

- Crear e implementar la marca “Centro Médico Yacuambi” con el fin de posicionar la identidad corporativa de la empresa. De esta manera lograr la confianza de los clientes hacia la empresa y al personal médico.
- Desarrollar la presencia de la marca “Centro médico Yacuambi” en medios digitales como Facebook, Instagram y Web Sites.
- Implementar un sistema de gestión financiera y gestión de historias clínicas digitales para mejorar la administración financiera, la gestión administrativa y control de pacientes.
- Dar a conocer al cantón Yacuambi los servicios y beneficios que ofrece el centro médico.
- Captar hasta el 50% de la demanda del servicio en el primer año de operaciones.

3.1.2. Objetivos Financieros:

- Reducir en un 20% el costo de implementación de materiales y equipos de trabajo mediante una negociación asequible con los proveedores.
- Aumentar el volumen de atenciones diarias en relación con las previstas, con la implementación del plan de marketing.

3.1.3. Target

El presente plan de marketing está desarrollado para enfocarse en dos secciones: Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad, indígenas y mestizos pertenecientes al sector urbano del cantón Yacuambi, en quienes implementaremos el plan marketing mediante medios convencionales “off line”

y en hombres y mujeres de 16 a 29 años de edad, indígenas y mestizos del cantón Yacuambi, segmentados como milenials y centenials con quienes implementaremos una comunicación efectiva a través de medios digitales “on line”.

3.2. Estrategia de marketing global

Posicionar al centro médico Yacuambi en la mente de los consumidores como la mejor alternativa de servicios de última generación para las personas que necesitan ayuda con problemas de salud. Lo mismo se aplica si se vende a los usuarios para acceder a esa actividad.

3.2.1. Estrategias del producto

- Ofrecer servicios personalizados que aporten valor al usuario.
- Proporcionar recomendaciones adecuadas para el servicio solicitado.
- Desarrolla aplicaciones a la medida de las necesidades de tus usuarios.

3.2.2. Estrategias de precios

La estrategia de precio que se va a implementar es de acoplarnos al medio. El centro médico pretende ofrecer calidad y confianza con espacios acogedores, es por ello que el costo de nuestros servicios será acorde al de la región. En nuestro caso al tratarse de un servicio, nuestros canales de distribución son las empresas que pertenecen al círculo de afiliación, como farmacia, laboratorio, el centro médico. Además, los medios digitales serán nuestros aliados principales para llegar a más personas; incluso para las personas que no hacen uso de la tecnología puesto que es muy común que dentro del círculo familiar existan individuos con fácil acceso a la tecnología que nos puedan recomendar.

Las estrategias que se mantendrán son las siguientes:

- Un mercado altamente competitivo con servicios ligeramente mejores ofrece opciones más económicas que la competencia.
- Cuentan con diferentes opciones de pago para que el usuario pueda

elegir la que se adapte a su realidad financiera.

- Provisión de planes de financiamiento durante las consultas.

3.2.3. Estrategias publicitarias y promocionales

- Compartir información en las redes sociales.
- Utilizar promociones por los servicios prestados.
- Disponer de planes de empresa para la formación de los empleados.

3.2.4. Políticas de servicio y garantías

- Ofrecer servicios de calidad según el acuerdo de uso.
- Contar con un equipo de personas bien capacitado que responda a las solicitudes de los usuarios.
- Los programas deben adaptarse a las necesidades de los usuarios.
- Los usuarios deben asistir al menos 3 horas por semana para recibir tutoriales.

3.2.5. Estrategias de comunicación

Actualmente la tecnología se encuentra al alcance de la mano de la mayoría de las personas, es por ello que el desarrollo de una aplicación móvil es fundamental para establecer un diálogo directo con el usuario, para generar una relación estrecha con la imagen de la clínica. Además, como complemento necesario, son las redes sociales y aplicaciones de mensajería para la captación de nuevos prospectos.

CAPÍTULO IV

Plan de operación

4.1. Cadena de valor

Su objetivo principal es desarrollar servicios médicos óptimos, maximizar el uso de los recursos disponibles y también distribuirlos a diferentes áreas y, por lo tanto, al personal médico y al centro del mundo. Esto permite un análisis en profundidad de la naturaleza del proyecto considerando su tamaño, ubicación, proceso de atención, etc.

4.1.1. Zona medica

Este espacio está dedicado específicamente a la prestación de los servicios en sí, es decir, insumos médicos de primer nivel, medicamentos, signos vitales y procedimientos médicos; sin olvidar las conferencias de prevención de enfermedades.

Atención de la salud: si la atención se brinda en el hogar, también se realizan visitas a un médico en un centro médico; servicio consistente en el análisis de los síntomas referidos por el paciente o para los cuales se solicitó asistencia médica, la evaluación de los signos vitales y la prescripción de un médico o tratamiento acorde a la condición diagnosticada. Además, se realiza un seguimiento de la evolución del paciente a través de su historial médico, que sirve de guía para consultas posteriores.

Enfermería: Esta área se encarga de los procedimientos médicos básicos, lo que significa que la persona a cargo podrá realizar actividades vitales, evaluar síntomas, cierre inicial de heridas, intervenciones ventilatorias (nebulizadores), cicatrización de heridas, etc. El equipo médico también actúa como una guía en el campo del consejo médico y facilita el diagnóstico inicial para analizar su condición clínica.

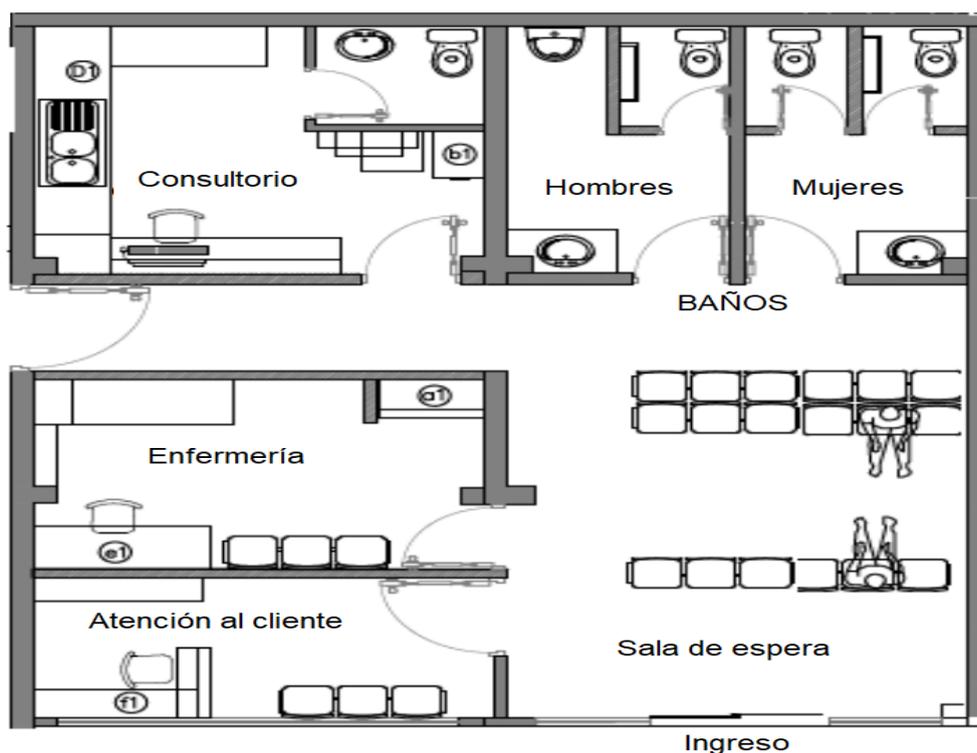
Jornadas de Prevención: Este servicio consiste en recomendaciones para el tratamiento de enfermedades específicas, así como la difusión de información sobre nuevos casos clínicos que puedan surgir en la comunidad, pudiendo estar

disponibles en lugares públicos, instituciones, etc. Sitios interesados en la enfermedad prevención y creen que pueden servir de guía a los pacientes que luchan contra la enfermedad. Este servicio no se percibe como tal, pero puede ser una base sólida para captar nuevos clientes y promocionar los servicios que el centro de salud ofrece hoy y brindará en el futuro; Como puede ver, existe una demanda de personas que sepan atender un portafolio más amplio de servicios.

4.2. Diseño de instalación

Para que la empresa funcione bien y brinde servicios de calidad, debe contar con un espacio adecuado para que el usuario se sienta cómodo en la oficina. Por lo tanto, tendrá más cámaras para las necesidades de los usuarios y empresas.

Figura 24 *Diseño de la instalación para el centro médico “Yacuambi”*



Elaborado por: Daniel Vacacela

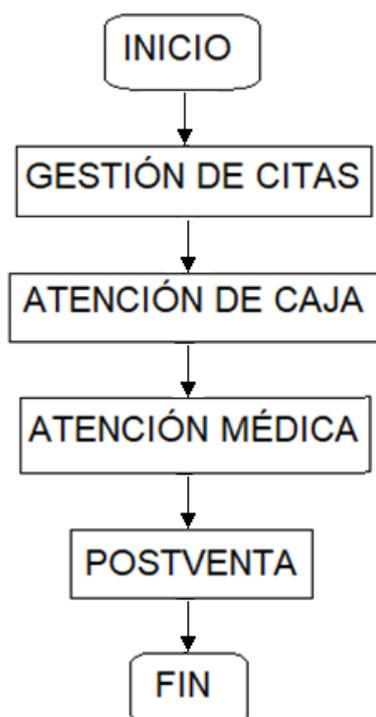
4.3. Diseño de proceso de servicio

El centro médico ambulatorio Yacuambi ofrecerá a sus clientes (pacientes) una amplia gama de servicios para cubrir sus necesidades básicas para que su estadía en el centro de acogida de desempeño sea lo más satisfactoria posible. La descripción de la cadena de valor se realiza con la ayuda de un organigrama, el cual permite ver de manera más dinámica y clara todos los servicios que se brindan en el centro médico, ya que el tema tratado es de carácter más técnico.

4.3.1. Diagrama funcional de procesos

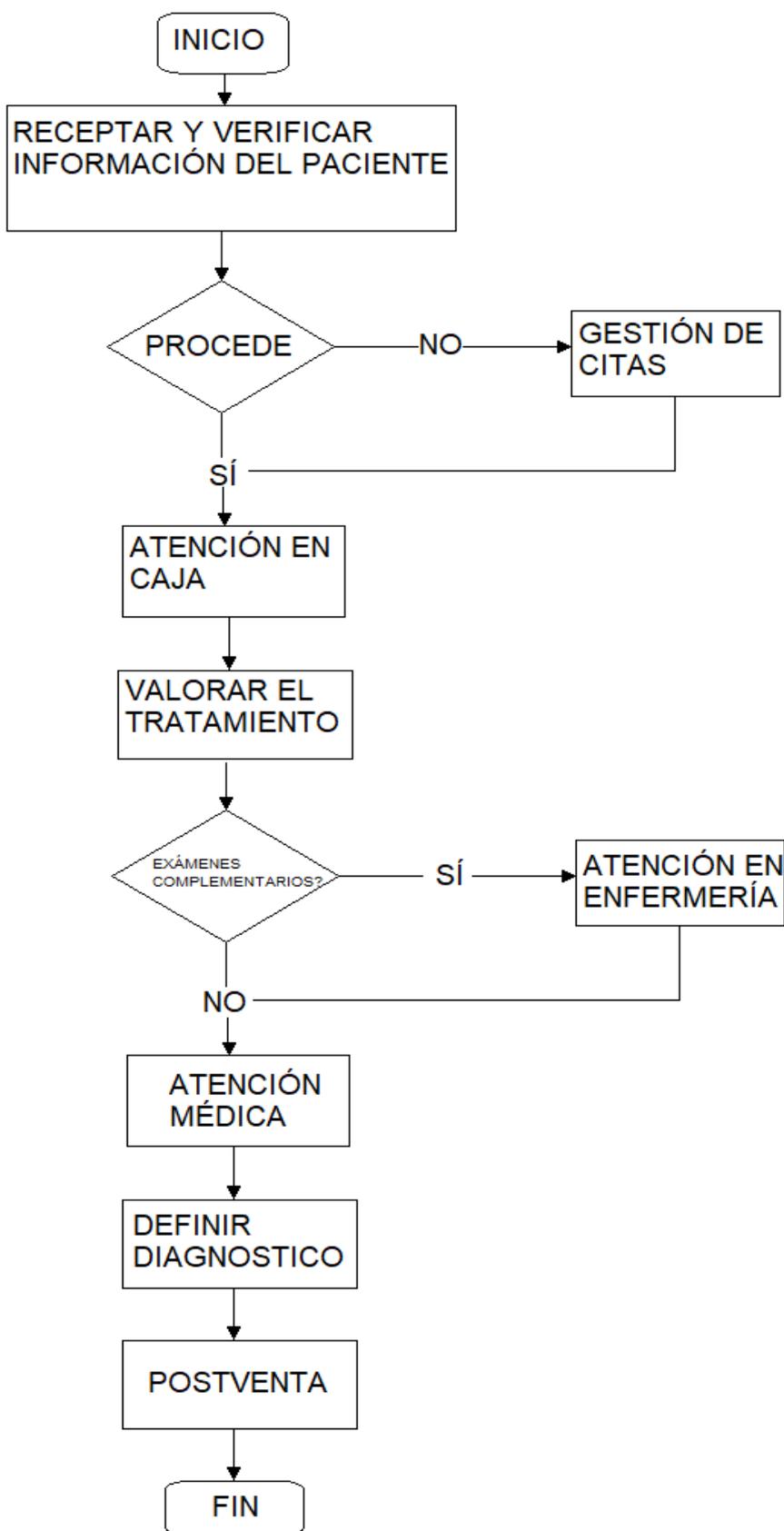
El diagrama de proceso a continuación le permite visualizar la cadena de valor en un centro médico desde el pedido hasta el servicio en sí (imagen del primer diagrama). Además, el seguimiento del paciente se integra como una actividad adicional, es decir, el seguimiento del paciente y su progreso después del examen médico y el tratamiento prescrito, como se muestra en la Figura 25, donde el progreso se describe por actividades. justo.

Figura 25 Diagrama funcional del proceso macro



Elaborado por: Daniel Vacacela

Figura 26 Diagrama funcional del proceso micro

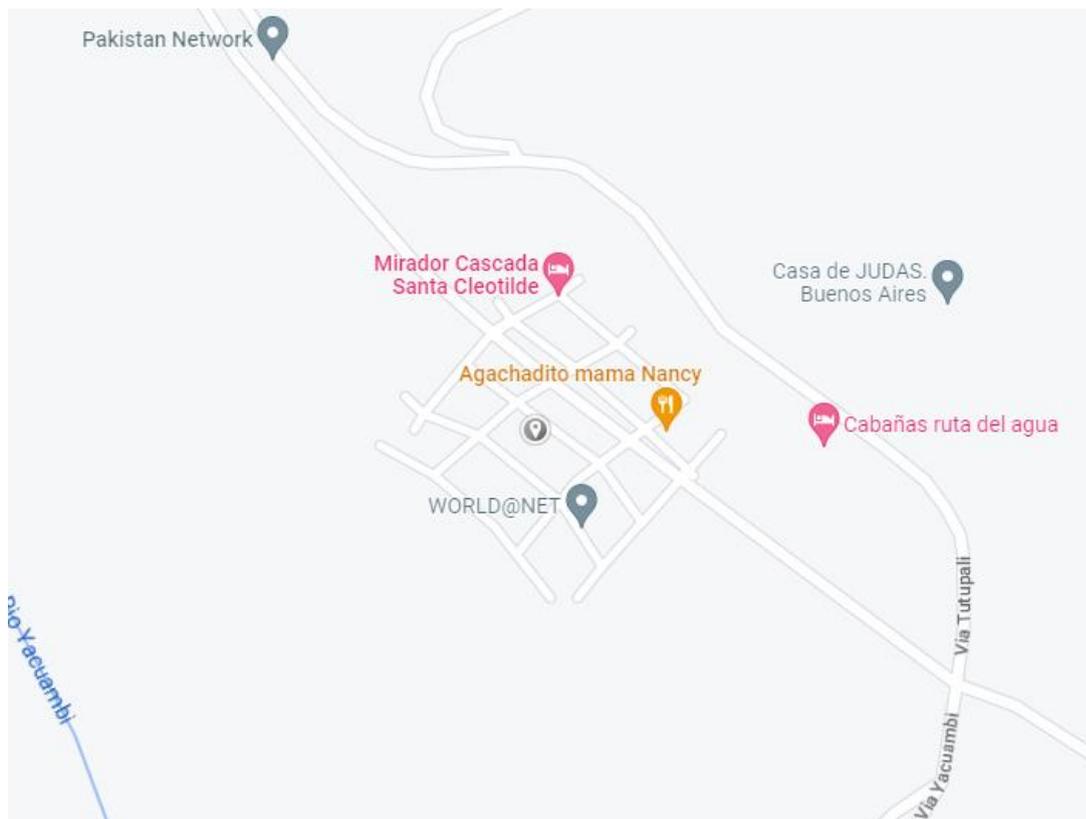


Elaborado por: Daniel Vacacela

4.4. Ubicación geográfica

El centro médico ambulatorio tendrá su sede en el Cantón Yacuambi, cercano al área comercial estratégica del centro de negocios así como cercano a las principales urbanizaciones del sector, lo que le otorga una posición estratégica.

Figura 27 *Ubicación para el centro médico “Yacuambi”*



Fuente: Google maps.

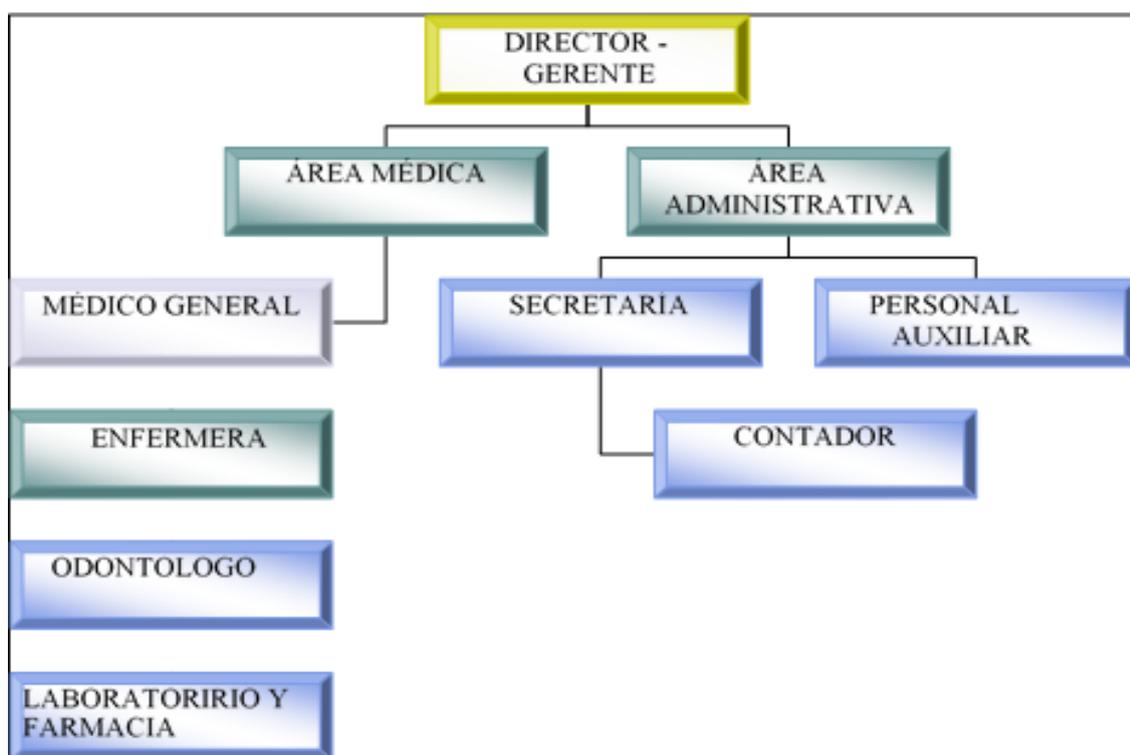
CAPÍTULO V

El equipo de administración

5.1. Estructura organizacional

El centro médico “Yacuambi”, se organizará en base a la división correspondiente de asignación de funciones y responsabilidades, en relación con la jerarquía de las diferentes instancias que la constituyen.

Figura 28 Estructura organizacional para el centro médico “Yacuambi”



Elaborado por: Daniel Vacacela

5.2. Funciones generales de salud

El centro médico “Yacuambi” estará conformada, por el director y propietario a la vez, posteriormente por delegados de los departamentos los mismos que cumplirán funciones específicas.

5.2.1. Funciones departamentales

Las principales funciones son:

- Brindar servicios de salud para la aplicación de métodos de diagnóstico, tratamientos clínicos y quirúrgicos menores, atención de emergencias, consulta externa, servicio de laboratorio y farmacia.
- Coordinar con otras unidades de servicios médicos especializados y de diagnóstico, a fin de proveer la atención integral.
- Prevenir enfermedades a través de educación para la salud y la aplicación de las medidas de prevención en salud.

5.2.1.1. Servicio de emergencia

El servicio lo conformaran el médico, odontólogo, enfermería y personal auxiliar.

Entre las funciones están:

- Recepción del paciente.
- Evaluar, diagnosticar y tratar los casos que ameritan urgencias, tratamientos clínicos ambulatorios y derivaciones a otras casas de salud privado o centros médicos públicos.
- Brindar evaluaciones o reportes diarios por parte del médico residente.

5.2.1.2. Servicio de consulta externa medicina general.

El servicio de medicina general se conformará por el médico general, enfermera o auxiliar.

Funciones de médico general:

- Se encarga de analizar, diagnosticar clínicamente y por laboratorio para tratar las patologías de los usuarios.
- Valoración para derivación del paciente en caso de que lo amerite.

- Control de enfermedades crónicas como diabetes, hipertensión, cardiopatías, problemas cerebrales, pulmonares etc.
- Valoraciones por imágenes.
- Solicitud de exámenes complementarios.

5.2.1.3. Servicio de laboratorio clínico

Este servicio estará dirigido por un laboratorista de planta.

Dentro de sus funciones constaran:

- Verificar los análisis clínicos y garantizar su confiabilidad.
- Apoyar al diagnóstico de las diferentes patologías, mediante elaboración de exámenes como: bioquímica, función hepática, serología, inmunología, bacteriología y parasitología.
- Contemplar las medidas de bioseguridad determinadas por el Ministerio de Salud Pública en el Manejo de Desechos infecciosos de los diferentes biológicos que se realizan en el Laboratorio.

5.2.1.4. Servicio de enfermería

Las funciones del área de enfermería es brindar atención de enfermería de calidad, oportuna, humana a los pacientes que asistan al centro médico.

Estas funciones del servicio de enfermería incluyen:

- Cumplir funciones de prevención, atención, administración y educación; aplicando conocimientos teóricos y prácticos.
- Brindar atención integral a todos y cada uno de los pacientes que ingresen al servicio de salud de acuerdo con su diagnóstico.
- Preparar los pacientes para consulta y procedimientos médicos menores. Apoyo en procedimientos de curación, suturas y primeros auxilios.

- Colaborar al médico y odontólogo en la atención de pacientes y post consulta.
- Atención de enfermería pre y post-consulta.

5.2.1.5. Servicio de odontología

Esta unidad de servicio estará conformada por el odontólogo y personal de enfermería, y se complementa con equipo de laboratorio.

Funciones: Valoración, Controles Tratamiento de la cavidad oral.

5.2.1.6. Servicio del contador

- Será el responsable del control contable y financiero, encargado del registro y control de los ingresos y egresos en forma diaria, elaboración y actualización de los manuales de la organización, normas y demás procedimientos contables.
- Supervisar y llevar un control de los créditos internos, así como de las cobranzas.
- Implementar el sistema de contabilidad, acorde a las necesidades del centro médico, de manera que permita un control adecuado de los ingresos.
- Registrar todos los ingresos que se generan en la clínica por servicios que se prestan a los pacientes, así como el registro de los egresos.
- Participar en la elaboración del presupuesto de la institución.
- Velar por la solvencia económica y financiera de la entidad, así como alertar a los directivos en caso de riesgos que pongan en peligro el funcionamiento de la entidad.

5.2.1.7. Servicio de mantenimiento y limpieza

El personal de servicio de mantenimiento y limpieza es el encargado del mantenimiento del edificio que permitan alcanzar una óptima higiene en las

instalaciones. Dentro de las principales funciones tenemos:

- Asear y arreglar los espacios de atención y de uso común.
- Notificar sobre los daños en las instalaciones, así como de las reparaciones realizadas.
- Realizar un manejo adecuado, clasificación, transporte y tratamiento de los desechos: comunes, infecciosos, corto punzantes y especiales; según las normas establecidas por el Ministerio y Salud Pública.
- Otras que le sean impartidas por las instancias superiores.

CAPÍTULO VI

La economía de los negocios

6.1. Costos fijos

Los costos fijos incluyen los salarios pagados al personal del Centro Médico Yacuambi. (Ver anexo 2)

6.2. Gastos

Los costos incluyen los salarios del personal médico. También cubre el alquiler de la casa a ser alquilada para el proyecto; Cuidados básicos y limpieza (ver Anexos 8 y 9).

6.3. Maximización de rentabilidad en base a costos

Al examinar la estructura de costos, se verifica que, a menor costo de los servicios, mayor costo total promedio, lo que se debe a la alta periodicidad de los costos independientemente del volumen de producción.

Por esta razón, se desarrolló una estructura de costos fijos y variables para determinar el volumen de ventas óptimo que arroja el costo promedio más bajo.

6.4. Márgenes de renta bruta y de operación

Con una inversión inicial de \$7.639,00 (ver Anexo 4), se ganará \$52.020,71 (ver Anexo 10) en el primer año con una rentabilidad bruta promedio del 50%, es decir, la minería tiene una tasa interna de rentabilidad del 49,51%, es un proyecto altamente rentable y sostenible (ver Anexo 14).

6.5. Potencial de rentabilidad y duración

La renta fija se calcula sobre la base de un período de apreciación de tasa fija de cinco años, por lo que vale la pena comenzar este proyecto ahora.

CAPÍTULO VII

Plan financiero

7.1. Presupuestos

7.1.1. Proforma de inversiones

La inversión inicial requerida para iniciar el proyecto es de \$7,639.00 (ver Anexo 4) y este monto cubre todas las necesidades iniciales. Este monto es financiado en un 30% por recursos propios y en un 70% por préstamos bancarios. (Ver Anexo 5).

7.1.2. Proforma de capital de trabajo

El capital de trabajo incluye el costo de las materias primas, los materiales de capacitación, la provisión de mano de obra durante los primeros tres meses del proyecto, los costos fijos, excluyendo los salarios de los primeros tres meses, y los salarios fijos y las comisiones cobradas por el primer mes de trabajo, que se convierten en someterse a clases intensivas. (Ver Anexos 2 y 3)

7.1.3. Proforma de ingresos

Los ingresos de la empresa provienen de los servicios que ofrece, servicios ambulatorios personales en el municipio de Yacuambi (ver Anexo 10).

7.1.4. Proforma de costos

Gastos de funcionamiento se encuentra el equipo de oficina necesario, salarios del personal y publicidad masiva (ver Anexos 8 y 9).

7.1.5. Proforma de gastos

Los gastos operativos fijos incluyen salarios fijos, alquiler, impuestos y servicios de limpieza (ver Anexo 8 y 9).

7.2. Puntos más sobresalientes

De lo anterior, se extrae la principal conclusión, a saber, la facilidad de utilizar

un préstamo con alta rentabilidad para el proyecto y el uso de fondos externos, la devolución de los intereses correspondientes, la presencia de deuda a una tasa por debajo del costo de oportunidad, adicional valor en efectivo, el beneficio en VAN es de \$9.077,22, aun considerando que pagar el precio de la plata se convierte en un beneficio fiscal al sumarse a la cantidad consumida.

Para una mejor comprensión, los resultados se aplican a los tres resultados a continuación.

Tabla 24 *Puntos de evaluación más sobresalientes*

TIR Y VAN	
TMAR	12,00%
TIR	49,51%
VAN	\$9.077,22

Elaborado por: Daniel Vacacela

7.3. Estados financieros

7.3.1. Proforma de balance general

Con la ayuda del balance se puede ver la realidad financiera de la empresa y luego, si es necesario, tomar acciones correctivas o seguir la estrategia propuesta para seguir logrando buenos resultados. En este caso, se prepararon dos estados financieros, uno para el año cero y otro para el año uno, para examinar los cambios que la entidad había retenido desde el año uno (ver Anexo 11).

7.3.2. Proforma de estado de resultados

El informe del primer año puede confirmar que los flujos de efectivo esperados

son alcanzables, el proyecto cumple con todos los lineamientos requeridos, por lo que se recomienda comenzar a trabajar lo antes posible (ver Anexo 12).

CAPÍTULO VIII

7.4. Financiamiento deseado

7.4.1. Oferta

El centro médico “Yacuambi” estará financiado en un 70% por préstamos bancarios y en un 30% por acciones.

Banco Guayaquil con una tasa de interés del 12% anual y pagos anuales durante cinco años (ver Anexo 5).

7.4.2. Capitalización

La utilidad del año en curso se capitalizará durante el proyecto para futuras inversiones de desarrollo.

7.4.3. Reinversión

De cumplirse los requisitos, se abrirán nuevas sucursales a nivel nacional a partir del sexto año.

CAPÍTULO IX

7.5. Cronograma

Tabla 25 *Cronograma de aplicación*

Actividades/ Semanas	1er. Mes				2do. Mes				3er. mes			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Solicitud de crédito en Banco de Guayaquil	X											
Inscripción de empresa		X										
Obtención de RUC			X									
Alquiler del lugar donde se centrará el centro médico			X									
Contratación de personal requerido (médico y administrativo)				X	X							
Capacitación al personal						X	X	X				
Comercializar centro médico mediante estrategias publicitarias								X	X	X		
Inauguración											X	

Elaborado por: Daniel Vacacela

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- En conclusión, se puede decir que este es un proyecto bien estructurado que cumple con todos los lineamientos y logró los objetivos iniciales, por lo que este artículo determina la factibilidad de este emprendimiento en el mercado de salud.
- Se ha realizado un análisis de la industria del mercado que muestra que este es un sector atractivo para ingresar con importantes oportunidades comerciales y de desarrollo comunitario por realizar.
- La investigación de mercado ha demostrado que la demanda de clínicas está creciendo, lo que la convierte en una industria atractiva y potencialmente rentable.
- Se identificó la mejor forma de llegar a los usuarios, dando como resultado un plan de marketing diseñado y desarrollado para el mercado para competir y liderar el mercado.
- Un plan de negocios determina la forma más eficiente de construir un centro de salud, optimizando así los recursos para que los procesos que maneja la empresa sean lo más eficientes posible.
- El éxito empresarial depende de la formación de los empleados. Por lo tanto, al desarrollar un perfil de empleado basado en habilidades, la empresa tiene la fuerza laboral ideal para lograr los mejores resultados.
- Los aspectos financieros son lo más importante cuando evalúo una empresa, por lo que voy con mucho cuidado para obtener un plan real de lo que la empresa ofrecerá como servicio, resumiendo así su rentabilidad y su importante contribución a la sociedad.

Recomendaciones

- Al ser un proyecto bien estructurado, vale la pena implementarlo ya que tiene todos los requisitos previos para demostrar su factibilidad y procesos efectivos para garantizar la calidad del servicio ofrecido a todos los residentes del cantón Yacuambi y que logren tener mejores resultados.
- Al ser un nicho de mercado nuevo, es necesario aplicar las estrategias propuestas, tanto en términos de posicionamiento como de marketing, para desarrollarlas y lograr el éxito esperado.
- No pierdas el tiempo brindando servicios de calidad que no solo son esperados, sino que también brindan valor agregado, porque un cliente satisfecho es la mejor manera de atraer nuevos participantes al proyecto.
- El seguimiento constante del impacto de la implementación de la estrategia en el logro de los objetivos permitirá incrementar las tasas

Bibliografía

Barros, M., & Neira, M. (2020). Rol de los emprendimientos y su responsabilidad post crisis económica covid-19. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 5(3), 723-734.

Cárdenas, J. (2018). Investigación cuantitativa.

Flick, U. (2020). El diseño de la investigación cualitativa (Vol. 1). Ediciones Morata.

Flores, M., & Franco, M. (2020). Metodología de la investigación. Editorial Trillas, SA de CV.

Franzoni, J., & Ancochea, D. (2019). La incorporación social en Centroamérica: trayectorias, obstáculos y oportunidades.

Hair, J. (2019). Investigación de mercados.

León, L. (2020). CAUSAS PREDISPONENTES PARA EL EMBARAZO Y COMPLICACIONES PRENATALES EN ADOLESCENTES ENTRE 10-19 AÑOS DE EDAD EN LAS POBLACIONES DE EL PANGUI, YACUAMBI Y ZAMORA.

Lucas, C. (2021). Diseño de infografías sobre salud mental para prevenir el deterioro emocional del personal de salud de primera línea debido al alto índice de pacientes con Covid-19 en los hospitales públicos del Minsa.

Morales, N. (2019). Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos.

Urquiza, F., & Coello, S. (2019). Tendencias del entorno que impactan en la gestión de la calidad de los servicios de salud del Ecuador.

Zabala, N. (2020). Falencias de las políticas públicas de salud como resultado de la desarticulación estructural del Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1 Preguntas de encuestas

Buenos días/tardes,

Soy estudiante de la Universidad de las Américas y me gustaría utilizar esta investigación para identificar la posibilidad de abrir un centro médico ambulatorio que brinde servicios médicos adecuados para el beneficio de usted y sus familiares. Permítame hacerle algunas preguntas y gracias de antemano por sus respuestas.

1. Sexo

- Masculino
- Femenino

2. Edad

- De 15 a 24 años
- De 25 a 34 años
- De 35 a 44 años
- De 45 a 54 años
- De 55 a 64 año

3. Estado Civil

- Soltero
- Casado
- Unión Libre
- Divorciado

- Viudo
- NSC (No sabe contestar)

4. ¿Lugar o Actividad Económica que Ud. realiza?

- Agricultura
- Ganadería
- Profesor/a
- Organizaciones
- Fundaciones
- Empleado Público
- Empleado Privado
- NSC (No sabe contestar)

5. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

- Menos de \$150
- De \$151 a \$200
- De \$201 a \$250
- De \$251 a \$255
- De \$256 a \$300
- Más de \$300
- NSC (No sabe contestar)

6. ¿En caso de tener familiares en el exterior UD. mejoraría la Atención en su Salud?

- Sí
- No

7. ¿En caso de una enfermedad Ud. acude a un Médico?

- Sí
- No

8. Si 7 es 1 ¿A qué lugar Ud. asiste?

- NA
- Casa
- Medicina Ancestral
- Médico privado
- Subcentro de Salud de su parroquia
- Hospital
- Clínica
- NSC (No sabe contestar)

9. Si 7 es 1 ¿Por qué acude Ud. a este lugar?

- NA
- Especialistas
- Confianza
- Costumbre
- Necesidad
- Prevención

- NSC (No sabe contestar)

10. Si 7 es 1 ¿El servicio que recibe por esta atención es?

- NA
- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Muy bueno
- Excelente
- NSC (No sabe contestar)

11. Si 7 es 1 ¿Qué tipo de medicamento Ud. consume con mayor frecuencia?

- NA
- Remedios Caseros Natural

12. ¿Por qué motivo utiliza estos servicios?

- NA
- Necesidad
- Económico
- Servicio

13. ¿Qué enfermedad tiene con frecuencia?

- NA

- Vías respiratorias
- Desnutrición
- Estomacal
- Aparato urinario
- Sistema muscular
- NSC (No sabe contestar)

14. ¿Con que frecuencia Ud. visita a un Médico?

- NA
- Quincenal
- Mensual
- Una vez al año
- En caso de 1 enfermedad
- NSC (No sabe contestar)

15. ¿Cuánto pago por la consulta la última vez que fue al médico?

- NA
- Gratis
- Menos de 10 dólares
- De 11 a 20 dólares
- De 21 a 30 dólares
- NSC (No sabe contestar)

16. ¿En qué lugar adquiere usted un buen servicio y como Ud. lo califica

cada uno de estos centros?

- NA
- Subcentro
- Hospital
- Clínica
- NSC (No sabe contestar)

17. ¿Cuánto gasto Ud. en su última receta?

- NA
- Recibió medicación gratuita
- De \$10 a \$20
- De \$21 a \$30
- De \$31 a más
- NSC (No sabe contestar)

18. Si 7 es 2. ¿Conoce usted alguna Clínica en el Cantón Saraguro?

- Si
- No

19. Si 18 es 1 ¿Por qué medio busca información por estos servicios la existencia de esta Clínica?

- NA
- Hoja Volantes
- Comentarios

- Recomendación
- Radio
- Prensa
- NSC (No sabe contestar)

20. Si 18 es 2 ¿En caso de que un familiar necesite atención materna acudiría Ud. a una Clínica?

- Si
- No

21. Si 20 es 1 ¿Qué servicios le gustaría que reuniera esta Clínica?

- NA
- Calidad
- Precios Justos
- Multiservicios
- Diferenciación
- NSC (No sabe contestar)

22. Si 20 es 1 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio recibido?

- NA
- De \$10 a \$20
- De \$21 a \$30
- De \$31 a \$40
- De \$41 a \$50

- De \$51 a más
- NSC (No sabe contestar)

23. Si es 20 Gracias por su colaboración

Anexo 2 Inversión en propiedad, planta

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Camilla estándar	2	\$150,00	\$300,00
Bascula	1	\$100,00	\$100,00
Total	3	\$250,00	\$400,00

Equipos de computación

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Computadoras	2	\$300,00	\$600,00
Televisión	1	\$300,00	\$300,00
Impresora	1	\$60,00	\$60,00
Total	4	\$660,00	\$960,00

Maquinaria

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Nebulizador	2	\$70,00	\$140,00
Tensiómetro	1	\$72,00	\$72,00
Estetoscopio	2	\$65,00	\$130,00
Total	5	\$207,00	\$342,00

Inversión en propiedad, planta

Tipo de cuenta	Valor
Muebles y enseres	\$400,00
Maquinaria	\$342,00
Equipos de computación	\$960,00
Total	\$1.702,00

Anexo 3 Capital de trabajo

Mano de obra directa

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Doctores	3	\$600,00	\$1.800,00
Total		\$600,00	\$1.800,00

Materiales directos

Descripción	Cantidad	Costo unitario promedio	Total
Tanque de oxígeno	2	\$40,00	\$80,00
Termómetro	2	\$10,00	\$20,00
Total	4	\$50,00	\$100,00

Materiales indirectos

Descripción	Cantidad	Costo unitario promedio	Total
Tijera rectal	1	\$10,00	\$10,00
Linterna	1	\$6,00	\$6,00
Galón de alcohol antiséptico	2	\$6,50	
Bandeja de acero	2	\$11,00	\$22,00
Pinza quirúrgica	1	\$11,00	\$11,00
Paquete de vendas de gasa	2	\$10,00	\$20,00
Paquete de guantes	2	\$5,00	\$10,00
Total	11	\$60	\$79,00

Capital de trabajo

Descripción	Valor total
Mano de obra directa	\$5.400,00
Materiales directos	\$300,00
Materiales indirectos	\$237,00
Total por 3 meses	\$5.937,00

Anexo 4 Inversión inicial

Inversión en activos fijos

Inversión en activos fijos	Total
Muebles y enseres	\$400,00
Maquinaria	\$342,00
Equipos de computación	\$960,00
INVERSIÓN ACTIVO FIJO	\$1.702,00

Capital de trabajo

Capital de Trabajo	Total
Mano de obra directa	\$5.400,00
Materiales directos	\$300,00
Materiales indirectos	\$237,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$5.937,00

Inversión inicial

Inversión inicial	Total
Activo Fijo	\$1.702,00
Capital de Trabajo	\$5.937,00
TOTAL INVERSION INICIAL	\$7.639,00

Anexo 5 Financiamiento

Plan de financiamiento

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	\$2.291,70	30,00%
Valor a Financiar	\$5.347,30	70,00%
Inversión Inicial	\$7.639,00	100,00%
Tasa	12%	
Tiempo	60	MESES
Pago	\$118,95	MENSUAL

Financiamiento total

PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$5.347,30
1	\$118,95	\$53,47	\$65,47	\$5.281,83
2	\$118,95	\$52,82	\$66,13	\$5.215,70
3	\$118,95	\$52,16	\$66,79	\$5.148,91
4	\$118,95	\$51,49	\$67,46	\$5.081,45
5	\$118,95	\$50,81	\$68,13	\$5.013,31
6	\$118,95	\$50,13	\$68,81	\$4.944,50
7	\$118,95	\$49,44	\$69,50	\$4.875,00
8	\$118,95	\$48,75	\$70,20	\$4.804,80
9	\$118,95	\$48,05	\$70,90	\$4.733,90
10	\$118,95	\$47,34	\$71,61	\$4.662,29
11	\$118,95	\$46,62	\$72,32	\$4.589,96
12	\$118,95	\$45,90	\$73,05	\$4.516,92
13	\$118,95	\$45,17	\$73,78	\$4.443,14
14	\$118,95	\$44,43	\$74,52	\$4.368,62
15	\$118,95	\$43,69	\$75,26	\$4.293,36
16	\$118,95	\$42,93	\$76,01	\$4.217,35
17	\$118,95	\$42,17	\$76,77	\$4.140,57
18	\$118,95	\$41,41	\$77,54	\$4.063,03
19	\$118,95	\$40,63	\$78,32	\$3.984,71
20	\$118,95	\$39,85	\$79,10	\$3.905,61
21	\$118,95	\$39,06	\$79,89	\$3.825,72
22	\$118,95	\$38,26	\$80,69	\$3.745,03
23	\$118,95	\$37,45	\$81,50	\$3.663,53
24	\$118,95	\$36,64	\$82,31	\$3.581,22
25	\$118,95	\$35,81	\$83,14	\$3.498,08
26	\$118,95	\$34,98	\$83,97	\$3.414,12

27	\$118,95	\$34,14	\$84,81	\$3.329,31
28	\$118,95	\$33,29	\$85,65	\$3.243,66
29	\$118,95	\$32,44	\$86,51	\$3.157,14
30	\$118,95	\$31,57	\$87,38	\$3.069,77
31	\$118,95	\$30,70	\$88,25	\$2.981,52
32	\$118,95	\$29,82	\$89,13	\$2.892,39
33	\$118,95	\$28,92	\$90,02	\$2.802,36
34	\$118,95	\$28,02	\$90,92	\$2.711,44
35	\$118,95	\$27,11	\$91,83	\$2.619,60
36	\$118,95	\$26,20	\$92,75	\$2.526,85
37	\$118,95	\$25,27	\$93,68	\$2.433,17
38	\$118,95	\$24,33	\$94,62	\$2.338,56
39	\$118,95	\$23,39	\$95,56	\$2.243,00
40	\$118,95	\$22,43	\$96,52	\$2.146,48
41	\$118,95	\$21,46	\$97,48	\$2.048,99
42	\$118,95	\$20,49	\$98,46	\$1.950,54
43	\$118,95	\$19,51	\$99,44	\$1.851,09
44	\$118,95	\$18,51	\$100,44	\$1.750,66
45	\$118,95	\$17,51	\$101,44	\$1.649,22
46	\$118,95	\$16,49	\$102,46	\$1.546,76
47	\$118,95	\$15,47	\$103,48	\$1.443,28
48	\$118,95	\$14,43	\$104,51	\$1.338,77
49	\$118,95	\$13,39	\$105,56	\$1.233,21
50	\$118,95	\$12,33	\$106,62	\$1.126,59
51	\$118,95	\$11,27	\$107,68	\$1.018,91
52	\$118,95	\$10,19	\$108,76	\$910,15
53	\$118,95	\$9,10	\$109,85	\$800,30
54	\$118,95	\$8,00	\$110,94	\$689,36
55	\$118,95	\$6,89	\$112,05	\$577,30
56	\$118,95	\$5,77	\$113,17	\$464,13
57	\$118,95	\$4,64	\$114,31	\$349,82
58	\$118,95	\$3,50	\$115,45	\$234,37
59	\$118,95	\$2,34	\$116,60	\$117,77
60	\$118,95	\$1,18	\$117,77	\$0,00

Financiamiento en 5 años

Año	Intereses	Capital	Total
1	\$596,99	\$830,38	\$1.427,37
2	\$491,68	\$935,70	\$1.427,37
3	\$373,01	\$1.054,37	\$1.427,37
4	\$239,29	\$1.188,09	\$1.427,37

5	\$88,61	\$1.338,77	\$1.427,37
Total	\$1.789,56	\$5.347,30	\$7.136,86

Anexo 6 Depreciación

Depreciación

ACTIVO FIJO	COSTO	DEPRECIACION	TOTAL ANUAL
Muebles y enseres	\$400,00	6	\$66,67
Maquinaria	\$342,00	10	\$34,20
Equipos de computación	\$960,00	3	\$320,00
Total	\$1.702,00		\$420,87
			\$ 100,87

Depreciación acumulada

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-\$420,87	-\$841,73	-\$1.262,60	-\$1.683,47	-\$2.104,33

Anexo 7 Costo de producción

Costo

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Operativos	\$11.748,00	\$12.141,56	\$12.524,02	\$12.927,29	\$13.340,96
Total	\$11.748,00	\$12.141,56	\$12.524,02	\$12.927,29	\$13.340,96

Anexo 8 Sueldos

Sueldo de nómina

Nómina	Sueldo mensual	Cantidad de empleados	13er pago	14to pago	Aporte Patron al 12,15%	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total por empleado	Total del personal
Empleados del centro médico	\$500,00	4	\$41,67	\$33,33	\$60,75	\$0,00	\$20,83	\$656,58	\$2.626,33
Total Personal	\$500,00	4	\$41,67	\$33,33	\$60,75	\$0,00	\$20,83	\$656,58	\$2.626,33

Proyección de sueldo

Proyección Sueldos Anual Administrativos				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$31.516,00	\$32.571,79	\$33.597,80	\$34.679,65	\$35.789,40

Anexo 9 Gastos

Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS		
Detalle	Total mensual	Total anual
Luz	\$30,00	\$360,00
Agua	\$5,00	\$60,00
Mantenimiento de máquinas médicas	\$15,00	\$180,00
Internet	\$30,00	\$360,00
Alquiler de vehículo	\$20,00	\$240,00
Total	\$100,00	\$1.200,00

Gastos de ventas proyectados

GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	\$360,00	\$372,06	\$383,78	\$396,14	\$408,81
Agua	\$60,00	\$61,92	\$63,88	\$65,94	\$68,05
Mantenimiento de máquinas médicas	\$180,00	\$185,76	\$191,65	\$197,82	\$204,15
Internet	\$360,00	\$371,52	\$383,30	\$395,64	\$408,30
Alquiler de vehículo	\$240,00	\$247,68	\$255,53	\$263,76	\$272,20
Total	\$1.200,0	\$1.238,9	\$1.278,1	\$1.319,3	\$1.361,5

Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Detalle	Total Mensual	Total Anual
Empleados	\$2.626,33	\$31.516,00
Total	\$2.626,33	\$31.516,00

Gastos administrativos proyectados

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	\$31.516,00	\$32.571,79	\$33.597,80	\$34.679,65	\$35.789,40

Total \$31.516,00 \$32.571,79 \$33.597,80 \$34.679,65 \$35.789,40

Gastos totales proyectados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de venta	\$1.200,00	\$1.238,94	\$1.278,14	\$1.319,30	\$1.361,51
Gastos de sueldos	\$31.516,00	\$32.571,79	\$33.597,80	\$34.679,65	\$35.789,40
Total	\$32.716,00	\$33.810,73	\$34.875,94	\$35.998,94	\$37.150,91

Anexo 10 Proyección de ventas

Proyección

Detalle	Cantidad
Precio de venta	\$4,00
Margen de ganancia	50%
Demanda anual	425432
Capacidad de producción anual	13005
% Cubierto del mercado	3,06%
Cantidad	13005
Ingreso anual	\$52.020,71

Proyección de ventas a 5 años

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$52.020,71	\$54.261,82	\$56.599,49	\$59.037,87	\$61.581,30
Total	\$52.020,71	\$54.261,82	\$56.599,49	\$59.037,87	\$61.581,30

Anexo 11 Estado de situación financiera

Estado de situación financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Activos corrientes						
Caja/ bancos	\$5.937,00	\$9.696,00	\$13.896,76	\$18.621,87	\$23.879,97	\$29.706,79
Total activos corrientes	\$5.937,00	\$9.696,00	\$13.896,76	\$18.621,87	\$23.879,97	\$29.706,79
Activos no corrientes						
Muebles y enseres	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00
Maquinaria	\$342,00	\$342,00	\$342,00	\$342,00	\$342,00	\$342,00
Equipos de computación	\$960,00	\$960,00	\$960,00	\$960,00	\$960,00	\$960,00
Depreciación acumulada	\$0,00	-\$420,87	-\$841,73	\$1.262,60	\$1.683,47	\$2.104,33
Total activos no corrientes	\$1.702,00	\$1.281,13	\$860,27	\$439,40	\$18,53	-\$402,33
Total activos	\$7.639,00	\$10.977,13	\$14.757,02	\$19.061,27	\$23.898,50	\$29.304,45
Pasivos						
Pasivos corrientes						
Préstamo bancario C/P	\$830,38	\$935,70	\$1.054,37	\$1.188,09	\$1.338,77	\$0,00
Total pasivos corrientes	\$830,38	\$935,70	\$1.054,37	\$1.188,09	\$1.338,77	\$0,00
Pasivos no corrientes						
Préstamo bancario l/p	\$4.516,92	\$3.581,22	\$2.526,85	\$1.338,77	\$0,00	\$0,00
Total pasivos no corrientes	\$4.516,92	\$3.581,22	\$2.526,85	\$1.338,77	\$0,00	\$0,00
Total pasivos	\$5.347,30	\$4.516,92	\$3.581,22	\$2.526,85	\$1.338,77	\$0,00
Patrimonio						
Capital social	\$2.291,70	\$2.291,70	\$2.291,70	\$2.291,70	\$2.291,70	\$2.291,70
Utilidad del Ejercicio	\$0,00	\$4.168,52	\$4.715,59	\$5.358,61	\$6.025,32	\$6.744,72
Utilidades retenidas	\$0,00	\$0,00	\$4.168,52	\$8.884,10	\$14.242,71	\$20.268,03
Total patrimonio	\$2.291,70	\$6.460,22	\$11.175,80	\$16.534,41	\$22.559,73	\$29.304,45
Pasivo + patrimonio	\$7.639,00	\$10.977,13	\$14.757,02	\$19.061,27	\$23.898,50	\$29.304,45

Anexo 12 Estado de resultado integral

Estado de resultado integral

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas netas	\$52.020,71	\$54.261,82	\$56.599,49	\$59.037,87	\$61.581,30
Costos operativos	\$11.748,00	\$12.141,56	\$12.524,02	\$12.927,29	\$13.340,96
Utilidad bruta	\$40.272,71	\$42.120,27	\$44.075,47	\$46.110,58	\$48.240,33
Gastos operacionales					
Gastos administrativos	\$31.516,00	\$32.571,79	\$33.597,80	\$34.679,65	\$35.789,40
Empleados	\$31.516,00	\$32.571,79	\$33.597,80	\$34.679,65	\$35.789,40
Gastos de ventas	\$1.200,00	\$1.238,94	\$1.278,14	\$1.319,30	\$1.361,51
Luz	\$360,00	\$372,06	\$383,78	\$396,14	\$408,81
Agua	\$60,00	\$61,92	\$63,88	\$65,94	\$68,05
Mantenimiento de máquinas médicas	\$180,00	\$185,76	\$191,65	\$197,82	\$204,15
Internet	\$360,00	\$371,52	\$383,30	\$395,64	\$408,30
Alquiler de vehículo	\$240,00	\$247,68	\$255,53	\$263,76	\$272,20
Gastos financieros	\$596,99	\$491,68	\$373,01	\$239,29	\$88,61
Interés del préstamo	\$596,99	\$491,68	\$373,01	\$239,29	\$88,61
Otros gastos	\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87
Depreciación	\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87
Total gastos	\$33.733,86	\$34.723,27	\$35.669,81	\$36.659,10	\$37.660,38
Utilidad operativa	\$6.538,85	\$7.397,00	\$8.405,66	\$9.451,48	\$10.579,95
Participación de trabajadores (15%)	\$980,83	\$1.109,55	\$1.260,85	\$1.417,72	\$1.586,99
Impuesto a la Renta (25%)	\$1.389,51	\$1.571,86	\$1.786,20	\$2.008,44	\$2.248,24
Utilidad neta	\$4.168,52	\$4.715,59	\$5.358,61	\$6.025,32	\$6.744,72
UTILIDAD NETA ACUMULADA	\$4.168,52	\$8.884,10	\$14.242,71	\$20.268,03	\$27.012,75

Anexo 13 Flujo de efectivo

Flujo de efectivo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0,00	\$52.020,71	\$54.261,82	\$56.599,49	\$59.037,87	\$61.581,30
Costos operativos	\$0,00	\$11.748,00	\$12.141,56	\$12.524,02	\$12.927,29	\$13.340,96
Gastos Administrativos		\$31.516,00	\$32.571,79	\$33.597,80	\$34.679,65	\$35.789,40
Empleados		\$31.516,00	\$32.571,79	\$33.597,80	\$34.679,65	\$35.789,40
Gastos de Ventas		\$1.200,00	\$1.238,94	\$1.278,14	\$1.319,30	\$1.361,51
Luz		\$360,00	\$372,06	\$383,78	\$396,14	\$408,81
Agua		\$60,00	\$61,92	\$63,88	\$65,94	\$68,05
Mantenimiento de máquinas médicas		\$180,00	\$185,76	\$191,65	\$197,82	\$204,15
Internet		\$360,00	\$371,52	\$383,30	\$395,64	\$408,30
Alquiler de vehículo		\$240,00	\$247,68	\$255,53	\$263,76	\$272,20
Gastos Financieros		\$596,99	\$491,68	\$373,01	\$239,29	\$88,61
Interés del préstamo	\$0,00	\$596,99	\$491,68	\$373,01	\$239,29	\$88,61
Otros Gastos		\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87
Depreciación	\$0,00	\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87
Flujo antes de participación	\$0,00	\$6.538,85	\$7.397,00	\$8.405,66	\$9.451,48	\$10.579,95
Participación de trabajadores		\$980,83	\$1.109,55	\$1.260,85	\$1.417,72	\$1.586,99
Flujo antes de impuesto		\$5.558,02	\$6.287,45	\$7.144,81	\$8.033,76	\$8.992,96
Impuesto a la renta		\$1.389,51	\$1.571,86	\$1.786,20	\$2.008,44	\$2.248,24
Flujo después de impuesto		\$4.168,52	\$4.715,59	\$5.358,61	\$6.025,32	\$6.744,72
(+) Depreciaciones		\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87	\$420,87
(-) Pago de Capital Préstamo		-	-	\$1.054,37	\$1.188,09	\$1.338,77
Capital de trabajo	\$5.937,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Activos Fijos en inversión	\$1.702,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Flujo de Efectivo Neto	- \$7.639,00	\$3.759,00	\$4.200,76	\$4.725,11	\$5.258,10	\$5.826,82
-------------------------------	------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Anexo 14 Evaluación

Evaluación

Descripción	Año 0	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Neto		\$3.759,00	\$4.200,76	\$4.725,11	\$5.258,10	\$5.826,82
Inversión Fija	\$1.702,00					
Inversión Corriente	\$5.937,00					
Resultado	\$7.639,00	\$3.759,00	\$4.200,76	\$4.725,11	\$5.258,10	\$5.826,82
Payback	\$7.639,00	\$3.880,00	\$320,76	\$5.045,87	\$10.303,97	\$16.130,79

Capital de trabajo ponderado

Fuente	Inversión	Peso	Tasa	Ponderación
Capital propio	\$2.291,70	30%	12%	4%
Préstamo	\$5.347,30	70%	12%	8%
	TMAR			12,00%

TIR y VAN

TIR Y VAN	
TMAR	12,00%
TIR	49,51%
VAN	\$9.077,22