



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

MIX DE MARKETING DE LA EMPRESA CENTRO TERAPEUTICO VOCES

“Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Tecnólogo en Marketing”

Profesor guía

Lcdo. Paúl Alberto Garcés Ruales

Autor

Holguer Vera Cadena

Año

2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los estudiantes, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Paúl Alberto Garcés Ruales
Licenciado en Administración de Empresas
CI: 170921752-3

DECLARACIÓN DEL GUIA CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de Titulación”

María Belén Castillo Quintana
Magister en Dirección de Empresas
CI: 170863751-5

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han enlazado las fuentes adecuados y que en su cumplimiento se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Holguer Vera Cadena

CI: 171164065-4

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida y fuerza para culminar esta meta, a mis Padres Holger Vera M. y Yolanda Cadena G. e hijos Andrés, David y Estefano Vera G., y a todas las personas q colaboraron a este proyecto.

DEDICATORIA

A todas las personas que han pasado por mi vida y me han ayudado a ser mejor ser humano:.

RESUMEN

La presente investigación se centra en la estructuración del mix de marketing del Centro de Terapéutico VOCES, herramienta necesaria para la expansión del centro al sur de la ciudad de Quito. En el primero capítulo del estudio se define los parámetros de la investigación dando orden y sentido al proceso de levantamiento y procesamiento de la información a través de la metodología de la investigación, base para alcanzar los objetivos propuestos. En el segundo capítulo se realiza el análisis del servicio que ofrece el centro determinando las condiciones, parámetros, características y atributos que tiene el servicio terapéutico, y evaluando el micro y macro entorno en el cual la institución desarrolla sus actividades actualmente, poniendo en evidencia las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades con las cuales cuenta la organización, resultando de estas la matriz FODA que en su cruce genera la alternativa de solución “Diseño de un mix de marketing especializado para la expansión y crecimiento del centro”. Una vez establecida la solución al problema que enfrenta el Centro de Terapéutico VOCES, en el tercer capítulo se estructuran las 4 p’s y c’s, cuya interacción es fundamental para el desarrollo del negocio pues considera tanto la perspectiva del centro como del paciente en el mercado del sur de la ciudad de Quito. Mediante la estructuración del mix de marketing se especializó y amplió el paquete de servicios que ofrece el Centro de Terapéutico VOCES, aumentando los beneficios y el nivel de alcance de los tratamientos terapéuticos, lo que se complementa con el precio ajustado a las necesidades socioeconómicas de la población del sur de la ciudad de Quito. Completando el mix de marketing se tiene la distribución refiriéndose a la ubicación del centro, el mismo que se situará estratégicamente en el sector El Recreo, lugar de alta concurrencia donde confluyen varios centros educativos. La comunicación (promoción y publicidad) por su parte se basará en visitas periódicas a escuelas y colegios de la zona complementadas con publicidad en internet y redes sociales para atraer progresivamente un número importante de pacientes al centro.

Palabras clave: Mix de marketing, Ubicación, Mercado, Precio, Comunicación.

ABSTRACT

The present research focuses on the structuring of the marketing mix of the VOC Therapeutic Center, a necessary tool for the expansion of the center south of the city of Quito. The first chapter of the study defines the parameters of the research giving order and sense to the process of raising and processing information through the research methodology, the basis for achieving the proposed objectives. The second chapter analyzes the service offered by the center, determining the conditions, parameters, characteristics and attributes of the therapeutic service, and evaluating the micro and macro environment in which the institution is currently carrying out its activities, Opportunities, threats, strengths and weaknesses with which the organization counts, resulting in the SWOT matrix that at its crossroads generates the solution alternative "Design of a specialized marketing mix for the expansion and growth of the center." Once the solution to the problem faced by the VOC Therapeutic Center is established, in the third chapter the 4 p's and c's are structured, whose interaction is fundamental for the development of the business, considering both the perspective of the center and the patient in the market of the South of the city of Quito. Through the structuring of the marketing mix, the package of services offered by the VOC Therapeutic Center has been specialized and expanded, increasing the benefits and the level of reach of therapeutic treatments, which is complemented by the price adjusted to the socioeconomic needs of the Population of the south of the city of Quito. Completing the marketing mix is the distribution refriéndose to the location of the center, the same that will be strategically located in the sector El Recreo, a place of high competition where several educational centers converge. The communication (promotion and publicity) will be based on periodic visits to schools and schools in the area complemented with internet advertising and social networks to progressively attract a significant number of patients to the center.

Keywords: Marketing mix, Location, Market, Price, Communication.

INDICE

1. CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. TEMA	1
1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2.1. Planteamiento del Problema	1
1.2.2. Pregunta de Investigación.....	1
1.3. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	1
1.4. OBJETIVOS	2
1.4.1. Objetivo General	2
1.4.2. Objetivos Específicos.....	2
1.5. JUSTIFICACIÓN	2
1.6. METODOLOGÍA.....	2
2. CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL SERVICIO ACTUAL.....	4
2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	4
2.1.1 Análisis del Entorno Externo	4
2.1.1.1 Factor económico	4
2.1.2. Análisis Estructural del Sector de Enseñanza, Servicios Sociales y Salud.....	11
2.2. FODA	18
2.3. MATRIZ CRUZADA FODA	19
2.4. ANÁLISIS DEL MIX DE MARKETING	20
2.4.1. Población	20
2.4.2. Mercado Objetivo.....	20
2.4.3. Muestra	20
2.4.4. Producto.....	22
2.4.5. Precio.....	22
2.4.6. Plaza.....	24
2.4.7. Promoción.....	24
2.5. UTILIDAD EN VENTA ESTIMADA DE TODA LA OPERACIÓN.....	25

3. CAPÍTULO III. DESARROLLO DE LAS VARIABLES DEL MIX MARKETING	26
3.1 OBJETIVOS A ALCANZAR CON EL MIX MARKETING	26
3.2 PROPUESTA DE MIX DE MARKETING	27
3.2.1 Servicio.....	27
3.2.2. Estrategia del Servicio.....	28
3.2.3. Precio	29
3.2.4. Plaza	31
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
4.1. CONCLUSIONES.....	44
4.2. RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS.....	46
ANEXOS	49

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. FODA	18
Tabla 2. Matriz Cruzada FODA	19
Tabla 3. Utilidad en venta estimada en la operación.....	25
Tabla 4. Estrategias del Servicio	29
Tabla 5. Estructura del Costo y Precio Actual	30
Tabla 6. Estructura del Costo y Precio Reducido	31
Tabla 7. Localización del Centro Terapéutico VOCES (Sucursal Sur)	33
Tabla 8. Matriz de localización Centro Terapéutico VOCES (Sucursal Sur)	34
Tabla 9. Estrategia de Plaza	35
Tabla 10. Publicidad Redes Sociales Centro Terapéutico VOCES	37
Tabla 11. Charlas de socialización de servicios	37
Tabla 12. Página Web Centro Terapéutico VOCES.....	38
Tabla 13. Material POP	38
Tabla 14. Estrategias de Comunicación.....	38
Tabla 15. Proyección del crecimiento de clientes.....	39
Tabla 16. Estado de Resultados Proyecto	40
Tabla 17. Valor Actual Neto (VAN).....	40
Tabla 18. Tasa Interna de Retorno.....	41
Tabla 19. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	41
Tabla 20. Existen niños con problemas.....	41
Tabla 21. Cuantos acuden a un centro especializado.....	42
Tabla 22. Se muestran abiertos a recibir terapia.....	43
Tabla 23. Afectación del lenguaje en el proceso de formación	44
Tabla 24. Muestran interés por recibir ayuda de un profesional.....	45
Tabla 25. Es necesaria la ayuda de un centro especializado.....	46
Tabla 26. Servicios terapéuticos que demandan los padres	47
Tabla 27. Cuanto cancelaria los padres por una hora de terapia.....	49

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Contribución al crecimiento del PIB del sector Enseñanza y servicios sociales y de salud	4
Figura 2. Decrecimiento de la inflación en el Ecuador.....	5
Figura 3. Decrecimiento de la tasa activa en el Ecuador.....	6
Figura 4. Niveles del Servicio.....	27
Figura 5. Mezcla de producto.....	28
Figura 6. Las Cuatro C.....	42

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. TEMA

Mix de marketing, para el Centro Terapéutico VOCES compañía de servicios terapéuticos, para ubicarlos en el Sur de Quito.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Planteamiento del Problema

No existen suficientes centros terapéuticos que brinden servicios profesionales, actualmente muchos pacientes no acuden a las consultas programadas debido a las distancias desde sus hogares, colegios, hasta donde se encuentra ubicado el centro.

Otro inconveniente es el costo de la consulta y el tratamiento, no es de fácil acceso para hogares que se encuentran en el estrato social Medio – Bajo

1.2.2. Pregunta de Investigación

- ¿Porque existe falta de atención al problema terapéutico en los niños?
- ¿Porque los padres no buscan ayuda a tiempo ante las dificultades de sus hijos?
- ¿Todos los niveles sociales podrían acceder a este tipo de centros?
- ¿Los centros terapéuticos se encuentran en lugares de fácil acceso?
- ¿Quién rige el funcionamiento de estos centros?

1.3. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

Al elaborar un mix de marketing para la Cía. Centro Terapéutico VOCES, se logra plantear los siguientes análisis del mercado como son Precio, Producto, Mercado, Distribución para entregar un producto de calidad y mayor accesibilidad en lugares donde no cuentan con este servicio.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Elaborar Mix de marketing, para el Centro Terapéutico VOCES compañía de servicios terapéuticos, para ubicarlos en el Sur de Quito.

1.4.2. Objetivos Específicos

Capítulo 1. Determinar la problemática de la investigación.

Capítulo 2. Evaluar el servicio actual del Centro Terapéutico VOCES.

Capítulo 3. Desarrollar las variables del mix de marketing.

Capítulo 4. Analizar los resultados obtenidos (conclusiones y recomendaciones).

1.5. JUSTIFICACIÓN

La investigación toma relevancia al estudiar las variables de expansión comercial del Centro Terapéutico VOCES como resultado de la inexistencia de este tipo de instituciones especializadas en deficiencias del lenguaje al sur de la ciudad de Quito, teniendo una mayor presencia de profesionales que ofrecen un servicio similar a precios elevados. En este sentido esta investigación establecerá las directrices para la creación de más centros en donde se presenten casos de niños y adolescentes con problemas terapéuticos.

1.6. METODOLOGÍA

En todos los capítulos se utilizará la metodología Descriptiva debido al tipo de producto ya desarrollado en el mercado y el cual se trata de expandirlo.

Como herramienta el Método Lógico Inductivo que es el razonamiento partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación, y las demostraciones.

Se escogió este tipo de método Lógico Inductivo, porque permite obtener una observación del mercado actual y potencial cliente, permite obtener registros y clasificarlos. Se utilizará la derivación Inductiva porque parte de los hechos y

permite llegar a la generalización y concentración del mercado al que se quiere aplicar el Mix de Marketing.

En esta investigación basada en la metodología Descriptiva, se utilizarán los siguientes instrumentos, entrevista inicial, historias clínicas, aplicativos de pruebas. Estas muestras son tomadas tanto a los pacientes y representantes legales de los niños que han acudido al centro.

Para finalizar este método se propone que mediante diversas observaciones de componentes o sucesos en el mercado, podamos obtener una conclusión general para este proyecto.

En el Ecuador durante su historia los procesos de educación no han sido iguales para todos los niños, jóvenes adultos que requieren estudiar por sus altos costos, ubicación geográfica, esto hablando de la Educación normal, cuando se trata de educación especial para niños, jóvenes con discapacidad de lenguaje que les impide desarrollarse normalmente el problema se agudiza, este tipo de terapias o educación tiene un costo extra para los padres de familia o familiares directos los cuales deben buscar estos recursos extras o simplemente vivir con el problema, limitando tanto al niño como a ellos a una vida sana.

Una vez identificado el problema en los niños por sus profesores, estos recomiendan a los padres asistir a centros terapéuticos, lo que no se encuentran fácilmente y el identificar cuáles son los centros que brinden un servicio profesional adecuado es muy difícil, a la vez que son muy pocos dichos centros.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL SERVICIO ACTUAL

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1.1 Análisis del Entorno Externo

2.1.1.1 Factor económico

Producto Interno Bruto (PIB)

En el año 2016 el PIB disminuyó en 1,7% a diferencia de lo ocurrido en el año 2015 que tuvo un incremento menor del 0,2%. En estas condiciones el sector de servicios en el cual se incluyen las empresas de prestación de servicios sociales y de salud, contrariamente el 2016 registra un crecimiento de 0,37%. (Banco Central del Ecuador, 2016). En consecuencia el decrecimiento del PIB producto de la avisada recesión económica como parte de la caída del precio del petróleo, se determina un escenario desconocido para el Centro Terapéutico VOCES, al tener una disminución del flujo económico, convirtiéndose en una amenaza para la institución pues la expansión como objetivo general del centro puede detenerse, haciendo los esfuerzos de marketing infructuosos.

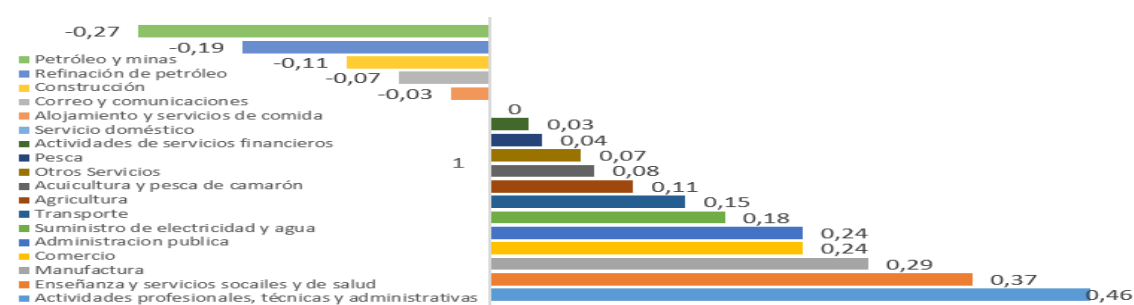


Figura 1. Contribución al crecimiento del PIB del sector Enseñanza y servicios sociales y de salud

Tomado de: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Inflación

A finales del año 2016 la inflación se ubicó en 1,2%, disminuyendo de acuerdo a lo registrado para el año 2015 con 3,38% (Banco Central del Ecuador, 2016). Como resultado se determina un contexto viable para la expansión del Centro Terapéutico VOCES, pues los servicios se abaratan aumentando el poder de adquisición de los posibles pacientes de la institución, esto se convierte en una oportunidad para la institución en su afán de expandirse, a través de la composición de un mix de marketing especializado en el incremento del mercado.

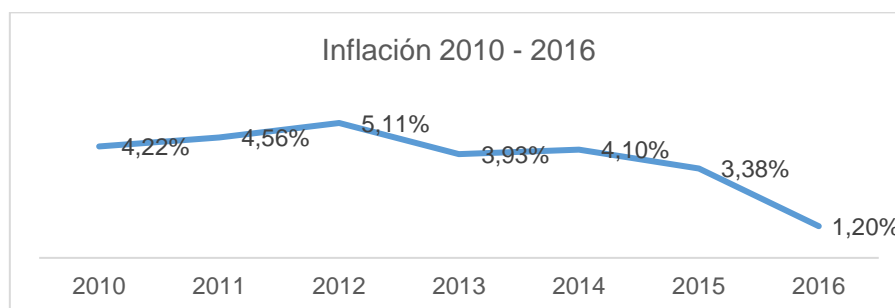


Figura 2. Decrecimiento de la inflación en el Ecuador

Tomado de: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Riesgo país

El riesgo país refleja la factibilidad de inversión en el país. En la actualidad este refleja una situación desfavorable de acuerdo a los datos del (Banco Central del Ecuador, 2016), que registra 647 hasta el 31 de diciembre de 2016, siendo este uno de los niveles más altos en comparación con el año anterior (2015). Esto se traduce en menos oportunidades de desarrollo para el Centro y para el sector dedicado a la Enseñanza y servicios sociales y de salud, convirtiéndose en una amenaza, pues el riesgo país fundamenta su medición en la situación económica del país, siendo esta desfavorable, lo que se traduce en menos inversión y desarrollo de negocios locales.

Tasas de interés

La tasa activa en el año 2016 se ubicó en 8,10% reflejando la facilidad para acceder a financiamiento (Banco Central del Ecuador, 2016), pues mientras más baja es está, el costo del crédito es menor, de esta manera se presenta como una oportunidad para la expansión del Centro Terapéutico VOCES, pues para lograr expandirse puede obtener financiamiento en condiciones adecuadas a las condiciones del mercado.

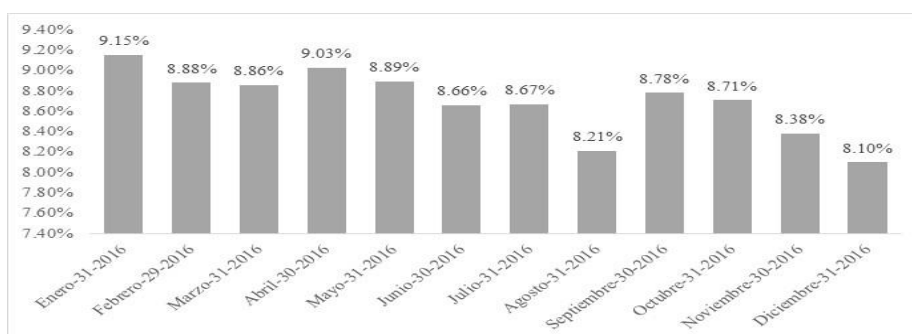


Figura 3. Decrecimiento de la tasa activa en el Ecuador

Tomado de: (Banco Central del Ecuador, 2016)

2.1.1.2 Entorno político y legal

Estabilidad política en el Ecuador

Los factores políticos que inciden en el desarrollo del Ecuador conforman una situación estable, que conjuntamente se sostiene con la seguridad legal y el equilibrio en las acciones del actual gobierno, esto se deriva en una oportunidad para la generación de más empresas en el país que va de la mano con el cambio de la matriz productiva. (Presidencia del Ecuador, 2016) Este cambio ha generado que el tejido empresarial ecuatoriano se fortalezca con el impulso económico y financiero del Estado, lo que se traduce en una oportunidad para el Centro Terapéutico VOCES, que a través de estas condiciones puede viabilizar su objetivo de expansión con la estructuración del mix de marketing especializado en el crecimiento del mercado.

Matriz Productiva

El cambio de la matriz productiva se convirtió en el proyecto emblemático del gobierno de la revolución ciudadana que comenzó desde el año 2007, este entre sus objetivos más importantes tiene:

- a. Mejorar la producción con características de innovación y desarrollo de nuevas tecnologías
- b. Mejorar el agregado de valor de los productos y servicios del sistema productivo nacional (Vicepresidencia del Ecuador, 2016)

Con estos planes estratégicos puestos en marcha tanto los factores políticos, productivos y económicos se transforman en un aliciente para el desarrollo de las PYMES, de esta manera existe una oportunidad para Centro Terapéutico VOCES, que en su afán de expansión, demanda de condiciones favorables para el crecimiento de sus servicios.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

Dentro del COPCI se establece el art. número 4, el cual determina como objetivo principal mejorar la producción nacional en base a principios de innovación y de responsabilidad social. (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2015) Según este contexto se concibe al COPCI como el pilar para el fortalecimiento del sector de la Educación, servicios sociales y de salud, por lo que se genera una oportunidad para la expansión del Centro Terapéutico VOCES, al contar con las bases y condiciones legales adecuadas para el crecimiento de sus servicios.

2.1.1.3 Entorno social

De acuerdo a (Fernández, Arce, & Moreno, 2014), en un rango del 10% y 14% de la población tiene deficiencias de lenguaje. Considerando que el lenguaje oral se desarrolla en los primeros ocho años, se determina que de la adecuada y rápida intervención de un especialista a través de un servicio integral de potenciamiento del lenguaje pediatra depende el desarrollo óptimo del lenguaje de los niños.

En el país el número de niños con problemas de lingüística ha crecido significativamente, es decir niños que presentan dificultades para comunicarse y para no articular bien palabras, lo que provoca bajos niveles de comprensión repercutiendo en su desarrollo académicos (FLACSO, 2012). En este contexto se evidencia que los problemas de lenguaje obstaculizan a muchos niños y niñas del Ecuador la adquisición de nuevos conocimientos. La ciudad de Quito provincia de Pichincha por la alta concentración de población estudiantil recibe una especial atención de la autoridades de educación, a consecuencia de la situación que atraviesan debido a la existencia de niños y niñas que presentan bajos niveles de comprensión, como consecuencia de sus problemas de comunicación y mala articulación de las palabras, lo que les dificulta la adquisición de conocimientos significativos, generando un retraso en su educación. (FLACSO, 2012).

En el Ecuador actualmente se presenta un significativo índice de nacimientos y formación de niños con problemas terapéuticos, que en su gran mayoría no son detectados a tiempo por los padres. (FLACSO, 2012).

Desde el punto de vista social aunque los crecientes casos de niños con deficiencias de lenguaje se convierten en un problema de atención pública, para lograr el objetivo del Centro Terapéutico VOCES de expansión este factor es positivo, pues existe un mercado creciente que demanda los servicios integrales de atención para niños y niñas con dificultades lingüísticas.

2.1.1.4 Entorno tecnológico

Cambio de Matriz Productiva

El sistema de producción ecuatoriano se fundamenta principalmente en el desarrollo del conocimiento soportado en la tecnología e innovación, donde el principal pilar se sostiene en la sociedad y el Estado. Sin duda esta es una oportunidad para el desarrollo del Centro Terapéutico VOCES, pues la disponibilidad de tecnología digital y virtual, puede convertirse en un complemento dinámico y eficiente para el tratamiento de niños y niñas con deficiencias de lenguaje. (Villena, 2015)

Ecuador sigue creciendo en tecnología

Las tecnología de la comunicación e información (TIC's) en el Ecuador se han desarrollado notablemente. En el año 2006, el 6% de ecuatorianos tenían acceso a internet, ya para el 2012 el 60% de los ecuatorianos tenían acceso a internet. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015) En este contexto se evidencia que el Ecuador ha existe un crecimiento en la formación de nuevas tecnologías de la información. En este sentido el crecimiento de la tecnología y su disponibilidad genera un factor a favor o una oportunidad para el Centro Terapéutico VOCES, pues esto permitirá desarrollar terapias de lenguaje con el soporte de hardware y software personalizado para problemas individuales.

2.1.1.5 Servicio del Centro Terapéutico VOCES

El Centro Terapéutico brinda servicios profesionales en áreas de terapia del lenguaje, psicopedagogía, terapia conductual, psicología emocional, neuropsicología infantil, terapia física, a niños en edades comprendidas entre los 2 y 14 años, según sean las necesidades específicas de cada caso. Los pacientes acuden a sesiones individuales o grupales, con una duración de 60 minutos por sesión una o dos veces por semana.

El producto está desarrollado para un segmento variable de mercado en nivel socio económico medio alto.

Las necesidades y requerimientos de la ciudadanía del norte de la ciudad de Quito influyeron en la estructuración de nuevos servicios:

- Psicopedagogía
- Programa de Integración Psicopedagógica
- Terapia del lenguaje
- Neuropsicología Infantil
- Neurorehabilitación Cognitiva
- Psicología Clínica del niño, adolescente y del adulto
- Psicología Infantil y Psicorehabilitación
- Terapia física.

- Evaluación Psicológica y Neuropsicológica

Para poder entregar un servicio de calidad el CENTRO TERAPEUTICO VOCES propone una variedad de técnicas y métodos que se usan para ayudar a niños y adolescentes que experimentan dificultades con su lenguaje, emociones, comportamiento destrezas cognitivas, psicomotoras, de aprendizaje entre otras, para lo cual presenta programas de tratamiento individuales y sistemáticos con óptimos resultados

Entre los lineamientos terapéuticos están:

- Enfoque Auditivo-oral en la intervención de deficiencia auditiva y retrasos del lenguaje.
- Enfoque ecológico y referencial en el tratamiento de trastornos de la articulación.
- Enfoque Conductual ABA y Sistema Pecs en el tratamiento para niños autistas.
- Terapia Racional Emotiva - Cognitivo-Conductual en el tratamiento Psicoterapéutico.
- Integración sensorio-motriz en terapia física.
- Evaluación y Terapia neuropsicológica
- Uso de terapia alternativa mediante el Método Tomatis

Las herramientas de evaluaciones y otros se brinda con material didáctico, sistemas de evaluación actualizados. El centro VOCES cuenta también dentro de su cartera de productos con cursos de capacitación para Padres, Maestros, Profesionales de la rama para su mejor desempeño en el rol que le toca desempeñar a cada uno.

Resumen Análisis Externo

Con el desarrollo de la dimensión externa como el acercamiento interno realizado con la descripción del servicio que ofrece el Centro Terapéutico, se plantean los lineamientos necesarios para realizar el análisis FODA, el cual establece las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas generadas por la institución en su interacción diaria con su entorno.

Consecuentemente con el despliegue de los factores a nivel macro como microambiental, se puede establecer en síntesis que las condiciones para que el centro pueda expandirse son adecuadas y permitirán que a través de un estudio especializado de marketing la institución logrará cumplir su objetivo de crecimiento, aprovechando las oportunidades del mercado como la disminución de tasas de interés para el apalancamiento de la inversión, así como la escasa presencia de potenciales competidores, y empleando las fortalezas del centro a su favor mediante la utilización de la experiencia en el mercado y la calidad del servicio. Lo que en conclusión determina la factibilidad de ingreso al mercado sur de la ciudad de Quito del Centro Terapéutico VOCES.

2.1.2. Análisis Estructural del Sector de Enseñanza, Servicios Sociales y Salud

2.1.2.1. Amenaza de Nuevos Competidores

Barreas de Entrada

Economías a escala

El sector de Enseñanza, servicios sociales y salud del país está mayormente basado en actividades de prestación de servicios de asistencia asistida con especialización en atención de salud integral y discapacidades (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014). Esto evidencia el limitado desarrollo del sector lo que reduce la capacidad atención a niños y niñas con problemas terapéuticos, siendo bastante llamativo incursionar en este sector de servicios.

Diferenciación del servicio

Hay varias diferencias entre las ramas del sector de Enseñanza, servicios sociales y salud, pues las diferentes sub líneas presentan niveles de servicios significativamente distintos (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014), por lo que estos pueden diversificarse, obteniendo una alta gama de atributos y características diferenciadoras. Esto se puede considerar una ventaja para ingresar al sector de Enseñanza, servicios sociales y salud, eliminando esta

barrera de entrada. La diferenciación del servicio conlleva también a la creación de varios beneficios que mejoren el bienestar del niño o niña, lo que contrariamente se convierte en una barrera de entrada al existir instituciones que ofrecen servicios similares dentro del área terapéutica, es decir sin ningún valor agregado.

Costo cambio del proveedor

Los proveedores para el sector de Enseñanza, servicios sociales y salud se convierten básicamente en los profesionales de la educación y salud que prestan sus servicios, de acuerdo a la estructuración de la institución a la que pertenecen, ya sean estas públicas o privadas, el fin es el mismo mejorar la calidad de vida de las personas, en este caso de los niños y niñas con problemas de lenguaje. En este sentido al existir un número considerable de profesionales dentro de las áreas que contempla el sector, el costo de cambio de proveedor no es un factor que impida el desarrollo del Centro Terapéutico VOCES, sin embargo el costo de contratación de estos puede generar una barrera de entrada, pues para la expansión del centro se deberá contar con profesionales especialistas que tenga experiencia en el tratamiento de problemas de lenguaje en niños y niñas.

Curva de Experiencia

De acuerdo a las más recientes estadísticas económicas del país, el aporte económico que genera el sector de Enseñanza, servicios sociales y salud, es uno de los más significativos, es decir contribuye al crecimiento del PIB del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2016). En este sentido el desarrollo de este sector se evidencia en la enseñanza y servicios de salud, donde existen varias sub líneas de prestación de servicios tanto en el sector público y privado, sin embargo servicios como los de tratamiento terapéuticos para problemas de lenguaje tienen un escaso desarrollo lo que evidencia la falta de experiencia que carece esta rama del sector, siendo esta una de las principales barreras de entrada que podría impedir la expansión del Centro Terapéutico VOCES.

Protección del Gobierno

La convención de los derechos de las personas con discapacidad (ONU, 2006), a la cual pertenece el Ecuador, impulsa la organización de una sociedad incluyente y la progresiva atención a las personas con discapacidad. En este sentido el gobierno nacional a través de lo establecido por la ONU, promueve la creación de instituciones tanto públicas como privadas que atiendan las discapacidades de las personas en sus diferentes niveles (física, visual, auditiva, lenguaje, intelectual y psicológica) por lo que la expansión del Centro Terapéutico VOCES, está sustentado por una organización internacional y por el propio Estado.

Tasa de Crecimiento del Sector

Se espera que para el año 2017 muestren un incremento aproximado del 0,37% para el sector de Enseñanza, servicios sociales y salud (Banco Central del Ecuador, 2017), en el caso de los servicios de enseñanza y salud, el nivel de crecimiento esperado responde también a las necesidades que tiene la población de cuidar su integridad tanto física como psicológica, en este sentido existe un entorno optimista para el sector, eliminando esta barrera de entrada.

Recursos de las instituciones

La composición empresarial dentro del sector de Enseñanza, servicios sociales y salud, pertenece a la constitución de los recursos por las instituciones que conforman el sector, esto muestra el nivel de activos, que de acuerdo a la (Superintendencia de Compañías, 2016), oscila entre los 50.000 USD y 100.000 USD, siendo esta una barrera de entrada importante para la expansión del Centro Terapéutico VOCES, puesto que las instituciones con más trayectoria en el mercado tienen una mayor disponibilidad de recursos.

2.1.2.2. Capacidad Negociadora de Proveedores

Número de Proveedores Importantes

Hay un número significativo de profesionales en el sector Enseñanza, servicios sociales y salud, estos suman alrededor de 103.796 (Instituto Nacional de

Estadísticas y Censos , 2015), especializados en diferentes áreas. Por lo que se puede concluir que al contar con un gran buro de especialistas terapéuticos será realizable y se facilitara el desarrollo de la prestación de servicios del Centro Terapéutico VOCES, eliminando esta barrera de entrada.

Amenaza del sector de integrarse hacia delante

Para que el sector pueda integrarse hacia delante es fundamental la existencia de nuevas inversiones que integren servicios especializados de alto valor agregado, para potenciar los beneficios de la población demandante. En este sentido las inversiones en el Ecuador con respecto al sector de Enseñanza, servicios sociales y salud es favorable pues hasta finales del 2016 se registró inversiones de aproximadamente 2.400 millones de USD (Ministerio de Salud Pública, 2016), provenientes de capitales públicos y privados Con estas condiciones es factible que el sector se integren hacia delante.

2.1.2.3. Acción de los Sustitutos

Precio relativo de los sustitutos

Los servicios sustitutos en el mercado pueden ser varios pues al existir varios profesionales especializados en terapia de lenguaje, pueden ofertar sus servicios individualmente sin contar con un centro que posea infraestructura y logística adecuada, así también en el mercado existen programa virtuales asistidos de lenguaje para niños y niñas, por lo que determinar un precio del servicio sustituto es complicado al constar varios niveles del mismo. Sin embargo este factor no es relativo para el desarrollo de la expansión del Centro Terapéutico VOCES.

Disponibilidad de sustitutos cercanos

La ausencia de centros terapéuticos especializados en lenguaje en el sur de Quito, determina a este factor como un factor a favor del desarrollo de la expansión del Centro Terapéutico VOCES.

Costo de cambio para el cliente

El potencial paciente al tener el poder de decisión y de adquisición es el que establece el costo de cambiar el servicio del centro por el de un servicio sustituto,

consecuentemente esto no influye en el desarrollo del sector de Enseñanza, servicios sociales y salud, pues los costos de prestación del servicio del Centro Terapéutico VOCES, están estructurados en base a los niveles socioeconómicos de la población menos favorecida.

2.1.2.4. Posibilidad Negociadora de los Clientes

Número de clientes

Aunque no se puede determinar el número de niñas o niños con deficiencia de lenguaje que viven en el sur de la ciudad de Quito, se puede estimar el número de personas que residen en esta parte del Distrito Metropolitano. De acuerdo a el 37% de la población de la ciudad reside en el sur, es decir aproximadamente 850 mil personas, de estas la composición familiar es de dos niños por familia promedio, es decir existen cerca de 450 mil niños y niñas potenciales pacientes del Centro Terapéutico VOCES.

Importancia de los clientes

El sector Enseñanza, servicios sociales y salud el potencial paciente tiene un rol importante, pues de acuerdo al crecimiento de la demanda del servicio la capacidad del Centro crecerá, en este sentido los potenciales pacientes son parte fundamental del desarrollo del Centro Terapéutico VOCES, pues de acuerdo a sus requerimientos se estructuran los servicios de la institución.

Amenaza de integración hacia atrás o hacia delante del potencial paciente

Según el nivel de complejidad de los servicios del sector Enseñanza, servicios sociales y salud, no es posible que el cliente o en este caso el padre de familia busque sustituirlos a través de su propio esfuerzo, pues la configuración del servicio terapéutico es complejo, por lo que es un factor que juega a favor de la expansión del Centro Terapéutico VOCES.

Acción del cliente sobre la empresa

Las necesidades de los clientes (pacientes), han derivado en la misma expansión del Centro Terapéutico VOCES, pues al detectar que en el sur de la ciudad de Quito no existen servicios terapéuticos de lenguaje, se ha configurado terapias de acuerdo a las características del mercado de esta parte del Distrito Metropolitano, transformándose en un aliciente para el desarrollo del Centro Terapéutico VOCES, que basa su desempeño en base al cliente.

Importancia de la calidad del servicio para el potencial paciente

La calidad de los resultados y mejora progresiva del paciente es el punto de partida para que el padre de familia pueda elegir el servicio entre los demás del mercado, este se convierte en un impulso para el Centro Terapéutico VOCES, pues para conseguir que el servicio sea aceptado es importante lograr los niveles de calidad del mercado.

2.1.2.5. Intensidad de la Rivalidad

Número de competidores con recursos y capacidad similar

La competencia en el sector de Enseñanza, servicios sociales y salud, es baja sin embargo aproximadamente 5 centros terapéuticos en la ciudad de Quito tienen una estructura análoga de recursos y capacidad de atención (Superintendencia de Compañías, 2016). Dejando abierta la posibilidad expansión del Centro Terapéutico VOCES mediante inversiones de mediano alcance para poder competir con el resto de instituciones.

Tasa de crecimiento del sector industrial

Los horizontes para el año 2017 determinan un desarrollo estimado de 0,41% para el sector de Enseñanza, servicios sociales y salud (Banco Central del Ecuador, 2017). Este nivel de crecimiento conforma un entorno adecuado para el desarrollo del Centro Terapéutico VOCES, lo que en consecuencia muestra el bajo nivel de competitividad que beneficia a la expansión del centro.

Competidores con distintos objetivos estrategias o intereses

Las empresas que forman parte del sector de Enseñanza, servicios sociales y salud, tienen un mismo fin, el cual es el atender al grupo de la población con deficiencias de lenguaje mediante la prestación de servicios terapéuticos, como consecuencia esta característica del mercado impide el sostenido desarrollo del Centro Terapéutico VOCES.

Barreras de Salida

Costos fijos de salida

Los costos fijos enfocados en la infraestructura y logística, como pilares fundamentales para la prestación del servicio terapéutico del Centro Terapéutico VOCES, no alcanzan niveles significativos lo que se traduce en factor favorable para la institución.

Restricciones sociales y gubernamentales

No se ha determinado un marco legal gubernamental que restrinja la salida de empresas del sector de Enseñanza, servicios sociales y salud, siendo así esta barrera de salida se elimina para el Centro Terapéutico VOCES.

Resumen del Análisis Interno

En el presente estudio se efectúa un análisis interno con el objetivo de identificar las fortalezas y debilidades que tiene la empresa de **Centro Terapéutico Voces**, de esta manera conocer los recursos y capacidades negativas o positivas que la organización maneja en la actualidad, a través de los factores encontrados se realizará una matriz cruzada F.O.D.A, para definir estrategias que vayan en beneficio de la entidad es decir que los aspectos negativos se conviertan en fortalezas, de esta manera brindar un servicio de calidad en beneficio de las personas de la comunidad que utilizan un centro terapéutico.

2.2. FODA

Una vez realizado el análisis del ambiente externo e interno es necesario establecer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que determinen la decisión de continuar con la expansión del centro al sur de Quito.

Tabla 1.

FODA

Factores Internos Controlables		Factores Externos No Controlables	
FORTALEZAS (+)	<p>F1: Estructura administrativa y organizacional diseñada en base a las necesidades de los pacientes.</p> <p>F2: Conocimiento de los principales problemas terapéuticos de niños y adolescentes con problemas de lenguaje.</p> <p>F3: Finanzas fuertes y sólidas para la reinversión en la expansión del centro.</p> <p>F4: Recurso humano calificado y capacitado en especialidades terapéuticas y de trastorno del lenguaje.</p> <p>F5: Infraestructura adecuada para el tratamiento y rehabilitación del paciente.</p> <p>F6: Calidad del servicio.</p> <p>F7: Precios ajustados a la realidad socioeconómica de la población del sur de Quito.</p>	OPORTUNIDADES(+)	<p>O1: Disminución de la inflación aumenta capacidad de adquisición</p> <p>O2: Disminución de las tasas de interés para financiar la expansión del centro.</p> <p>O3: Estabilidad política (PNBV, Matriz Productiva, COPCI) mejora el desarrollo de nuevos negocios.</p> <p>O4: Tecnología a favor del desarrollo de herramientas para el aprendizaje terapéutico</p> <p>O5: Gran número de profesionales especializados en el mercado laboral.</p> <p>O6: Servicios sustitutos no significativos.</p> <p>O7: Baja competencia.</p>
DEBILIDADES(-)	<p>D1: Capacidad de atención de pacientes limitada.</p> <p>D2: Desconocimiento del comportamiento del mercado del sur de Quito.</p> <p>D3: Mediana rotación de profesionales en el centro.</p> <p>D4: Inadecuada estructura de costos.</p> <p>D5: Inexistencia de planes de tratamiento integral padre de familia – profesor – paciente.</p>	AMENAZAS(-)	<p>A1: Decrecimiento del PIB disminuye el flujo comercial. Menos adquisición de bienes y servicios.</p> <p>A2: Crecimiento del riesgo país disminuye inversión en nuevos negocios.</p> <p>A3: Menor precio de los servicios sustitutos.</p> <p>A4: Desconocimiento de las personas, sobre causas y consecuencias de las deficiencias de lenguaje.</p> <p>A5: Varios servicios sustitutos en el mercado.</p>

Complementando la matriz FODA a continuación se realiza la Matriz Cruzada que como resultado arroja las posibles soluciones que enfrenta el centro para lograr expandirse.

2.3. MATRIZ CRUZADA FODA

Tabla 2.

Matriz Cruzada FODA

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>F1: Estructura administrativa y organizacional diseñada en base a las necesidades de los pacientes. F2: Conocimiento de los principales problemas terapéuticos de niños y adolescentes con problemas de lenguaje. F3: Finanzas fuertes y sólidas para la reinversión en la expansión del centro. F4: Recurso humano calificado y capacitado en especializadas terapéuticas y de trastorno del lenguaje. F5: Infraestructura adecuada para el tratamiento y rehabilitación del paciente. F6: Calidad del servicio. F7: Precios ajustados a la realidad socioeconómica de la población del sur de Quito.</p>	<p>D1: Capacidad de atención de pacientes limitada. D2: Desconocimiento del comportamiento del mercado del sur de Quito. D3: Mediana rotación de profesionales en el centro. D4: Inadecuada estructura de costos. D5: Inexistencia de planes de tratamiento integral padre de familia – profesor – paciente.</p>
<p>O1: Disminución de la inflación aumenta capacidad de adquisición O2: Disminución de las tasas de interés para financiar la expansión del centro. O3: Estabilidad política (PNBV, Matriz Productiva, COPCI) mejora el desarrollo de nuevos negocios. O4: Tecnología a favor del desarrollo de herramientas para el aprendizaje terapéutico O5: Gran número de profesionales especializados en el mercado laboral. O6: Servicios sustitutos no significativos. O7: Bajo nivel de competencia.</p>	<p>F1O2: Implementar manuales de funcionamiento y control interno en el centro.</p> <p>F2O4: Investigar y desarrollar herramientas tecnológicas que mejoren el proceso de terapias de lenguaje.</p> <p>F6O6: Promover programas de capacitación interna para el crecimiento profesional de personal.</p>	<p>D1O2: Invertir en infraestructura personal para el mejoramiento de los servicios del centro.</p> <p>D2O2: Diseño de un mix de marketing especializado para la expansión y crecimiento del centro.</p> <p>D4O2: Diseño de un modelo de costos para la optimización de las finanzas internas.</p>
<p>A1: Decrecimiento del PIB disminuye el flujo comercial. Menos adquisición de bienes y servicios. A2: Crecimiento del riesgo país disminuye inversión en nuevos negocios. A3: Menor precio de los servicios sustitutos. A4: Desconocimiento de las personas sobre causas y consecuencias de las deficiencias de lenguaje. A5: Varios servicios sustitutos en el mercado.</p>	<p>F3A5: Implementar un sistema de mejora continua del servicio terapéutico.</p> <p>F6A5: Establecer un programa de terapias gratuitos para personas de bajas recursos económicos.</p>	<p>D1A2: Solicitar financiamiento a entidades públicas con bajas tasas de interés.</p> <p>D5A4: Creación de un plan de terapia integral que satisfaga las necesidades del padre de familia, profesor y estudiante.</p>

Como resultado del cruce de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, se ha obtenido las estrategias que podrán implementarse para mejorar las condiciones del centro, específicamente para la expansión se ha considerado la estrategia D2O2: Diseño de un mix de marketing especializado para la expansión y crecimiento del centro.

2.4. ANÁLISIS DEL MIX DE MARKETING

2.4.1. Población

La población de estudio está comprendida por los psicólogos de las instituciones educativas ubicadas en el sur de Quito, las cuales de acuerdo al Ministerio de Educación ascienden a 453 (Ministerio de Educación, 2015). Para determinar el número de instituciones educativas del sur de Quito se han considerado las parroquias urbanas del sector sur de la ciudad, es decir; Chillogallo, Chimbacalle, Guamani, La Argelia, La Ecuatoriana, La Ferroviaria, La Magdalena, La Mana, Quitumbe, San Bartolo y Solanda. De esta población será necesario extraer la muestra para poder aplicar la encuesta que determinará la viabilidad de expansión del Centro Terapéutico VOCES.

2.4.2. Mercado Objetivo

El mercado objetivo está constituido por los padres de familia de niños con problemas de lenguaje que residen en el sur de la Ciudad de Quito, sin embargo para tener un acercamiento exacto a las necesidades del potencial paciente se aplica el estudio de mercado a los psicólogos de las unidades educativas de este sector de la ciudad.

2.4.3. Muestra

La muestra de la población de estudio se determina a través de muestreo aleatorio simple pues:

- Radica en tomar todos los elementos al azar de una lista (marco de la encuesta).

- En la práctica para efectos de la investigación debido a la estructura simple, se puede llevar a cabo de forma eficaz.

Para establecer el número de personas que formarán parte de la muestra se aplicará la siguiente fórmula matemática:

$$N = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * P * Q} \quad (\text{Ecuación 1})$$

Donde:

n: tamaño muestral

N: tamaño de la población

z: valor correspondiente a la distribución de gauss,

z α = 0.05 = 1.96 y z α = 0.01 = 2.58

p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse (p = 0.5), que hace mayor el tamaño muestral q: 1 - p (si p = 70 %, q = 30 %)

i: error que se prevé cometer si es del 10 %, i = 0.1

Datos:

N= Tamaño de la población	453
Z ² = Nivel de confianza	95%
P= Proporción real estimada de éxito	70 %
Q= Proporción real estimada de fracaso	30 %
e = Error	5%

Desarrollo:

$$n = \frac{(1.96^2)(0,7)(0,3)(453)}{(0,1)^2 (453 - 1) + (1.96^2)(0,7)(0,3)}$$

$$n = \frac{365,451408}{5,326736}$$

n = 69 encuestados

2.4.4. Producto

2.4.4.1. Niveles de producto:

- a. **Beneficio básico:** Evaluación, diagnóstico y tratamiento.
- b. **Producto real:** Evaluación inicial, entrega de informe, inicio tratamiento, seguimiento, entrega de reportes según la necesidad emitidos por los profesionales calificados.
- c. **Producto aumentado:** Atención inmediata, disponibilidad de horarios, seguimiento en todas las evaluaciones, capacitaciones a padres y docentes de las instituciones educativas.

Mezcla de producto:

- a. **Ancho:** Terapia del lenguaje, psicopedagogía, terapia conductual, psicología clínica, neuropsicología infantil, terapia física
- b. **Largo:** 6, terapia del lenguaje, psicopedagogía, terapia conductual, psicología clínica, neuropsicología infantil, terapia física
- c. **Profundidad:** Terapias 1

2.4.5. Precio

El centro terapéutico VOCES ha calculado el precio de sus servicios de acuerdo a las siguientes variables:

Mercado al que está dirigido (Segmentación de Nivel socioeconómico medio alto)

Cantidad de escuelas privadas en el sector norte de Quito son 809 instituciones según el Diario el Comercio en un estudio realizado en el 2015. En el año 2014 en el mes de julio, existían 15158 estudiantes con discapacidad, que estudian en escuelas regulares, en el 2017 eran apenas 9326 personas. En la capital, 42 escuelas reciben a 1 284 niños con discapacidad. A esto se suman los 14 centros educativos especiales. (El Comercio, 2016)

Esta investigación indica que existe una mayor cantidad de centros educativos privados que públicos en el Norte de Quito.

De las 26 instituciones educativas ubicadas en dos juntas parroquiales del norte de Quito, apenas 5 son planteles públicos. (El Telégrafo, 2015)

Esta evaluación permitió tener un panorama claro para el análisis de precios de acuerdo a la segmentación del mercado

Calificación de los profesionales contratados. (Nivel de Educación y profesionalismo de los Terapeutas contratados)

- ✓ Título de tercer nivel en Área de aplicación.
- ✓ Certificados de Sub-especialización en áreas de aplicación
- ✓ Personal capaz de adaptarse al sistema para poder formarlo dentro del área de aplicación.
- ✓ Experiencia mínima 2 años en trabajos dependiendo del área de aplicación.

Valorización del mercado de este tipo de servicios. (Análisis costo competencia-vs- costo propio)

Análisis de mercado:

Empresas que compiten en el mercado.

- ✓ Pro audio, 25 dólares la hora de terapia
- ✓ Cereni, 20 dólares la hora de terapia
- ✓ Superar, 20 dólares la hora de terapia

Después de este análisis el Centro Terapéutico VOCES coloca sus costos para brindar servicios terapéuticos en 23 Dólares la hora.

2.4.6. Plaza

El Centro, se encuentra ubicado en un sector centro norte, de fácil acceso, (Vías de primer orden, parqueaderos, seguridad en parqueaderos), el centro cuenta con aulas y mobiliario apto para brindar terapias a niños, cuenta también con áreas de recreación infantil, sala de recepción y de espera.

Las citas se realizan el momento que necesita la persona que llega por primera vez al centro por referencia o por cuenta propia, siempre existe un profesional para atender.

Los profesionales del centro están plenamente identificados internamente por la utilización de un uniforme institucional.

La ubicación geográfica de los dos centros actualmente nos permite tener un acceso fácil para cualquier potencial cliente.

2.4.7. Promoción

La propuesta actual consta de apoyo en redes sociales, tales como Face Book. Cuenta con su página Web.

En medios escritos cuenta con la suscripción de promoción del centro en la revista Babys, dirigida al mercado de madres de familia en cuidados de salud a sus hijos, estas revistas se reparten en consultorios médicos de pediatras y neurólogos en la ciudad de Quito.

Se realizan visitas en escuelas en las áreas de Psicología en donde se da a conocer nuestros servicios los cuales han sido de gran acogida tal así que tenemos como clientes a los Colegios, Einstein, Alemán, Terranova, Americano, Thomas Moro, Sek Quito, Sek Valles, Spellman Femenino, Spellman Masculino Cumbayá, El Pinar , Intisana, entre otros. Los psicólogos de los Colegios nos refieren y el Centro Voces procede a realizar los estudios respectivos y las terapias requeridas, al final emitimos los informes de avances o fin de consultas.

En los colegios por medio de los Psicólogos se entregan trípticos, se entrega información sobre charlas que brinda el Centro Voces para problemas de este ámbito.

2.5. UTILIDAD EN VENTA ESTIMADA DE TODA LA OPERACIÓN

Se calcula mediante los métodos contables Normas NIF aplicadas en el Ecuador.

Tabla 3.

Utilidad en venta estimada en la operación

	Mes	Año
NUMERO DE PACIENTES ATENDIDOS	250	3.000
INGRESOS	Mes	Año
Costo Total Evaluaciones	\$ 5.183,33	\$ 62.200,00
Costo Total	\$ 33.120,00	\$ 397.440,00
Total	\$ 38.303,33	\$ 459.640,00
COSTOS	Mes	Año
Costos fijos	\$ 469,00	\$ 5.628,00
Nómina	\$ 232,08	\$ 2.785,00
Ayuda Social	\$ 2.750,50	\$ 33.006,00
Pagos Evaluaciones Terapistas 70%	\$ 3.532,08	\$ 42.385,00
Pagos Terapias 70%	\$ 21.896,00	\$ 262.752,00
Total	\$ 28.879,67	\$ 346.556,00
Utilidad	\$ 9.423,67	\$ 113.084,00

SERVICIO DE EVALUACIÓN	
Costos fijos	\$ 1,02
Nómina	\$ 0,51
Ayuda Social	\$ 6,00
Pagos Evaluaciones	\$ 12,11
Total Costo Unitario	\$ 19,64
% Utilidad 21%	\$ 5,24
Precio Unitario	\$ 24,88

SERVICIO DE TERAPIAS	
Costos fijos	\$ 1,02
Nómina	\$ 0,51
Ayuda Social	\$ 6,00
Pagos Terapias	\$ 87,58
Total Costo Unitario	\$ 95,11
% Utilidad 38%	\$ 37,37
Precio Unitario	\$ 132,48

CAPÍTULO III. DESARROLLO DE LAS VARIABLES DEL MIX MARKETING

3.1 OBJETIVOS A ALCANZAR CON EL MIX MARKETING

- A. Reducir el precio del servicio terapéutico para atraer más pacientes.
- B. Mejorar la distribución del servicio terapéutico mediante la adhesión de nuevos canales a su estructura de distribución.
- C. Incrementar las inversiones en herramientas de comunicación (publicidad y promoción) para llegar a un mayor número de pacientes potenciales.
- D. Modificar la configuración del servicio y agregar nuevos servicios que mejoren el alcance y resultados de los pacientes.
- E. Generar políticas de precios especiales y ofrecer descuentos permanentes a pacientes provenientes de instituciones educativas fiscales.
- F. Incorporar vendedores capacitados para llegar a más pacientes potenciales.
- G. Modificar los medios de comunicación utilizados de acuerdo al mercado objetivo.
- H. Aumentar los ingresos anuales en 1% anual en los próximos 5 años.
- I. Combinar actividades de marketing en una estrategia integral para mejorar la participación del Centro Terapéutico VOCES. Para esto es necesario utilizar las cuatro dimensiones del marketing:
 - SERVICIO
 - PRECIO
 - DISTRIBUCIÓN
 - COMUNICACIÓN

3.2 PROPUESTA DE MIX DE MARKETING

3.2.1 Servicio

El servicio de terapéutico que brinda el Centro Terapéutico VOCES presenta características especializadas en el tratamiento de deficiencias de lenguaje en niños y adolescentes, aumentando los beneficios y alcances de los procedimientos a través de atención psicopedagógica, psicología clínica y terapia física, resolviendo el problema integralmente con la participación de los padres de familia y profesores, para lograr que el niño o adolescente se adapte rápidamente a su entorno sin afectar su proceso de aprendizaje y desarrollo social.

Niveles del servicio

Los niveles del servicio están representados por la dimensión básica, real y aumentada. Dentro de estos parámetros el Centro Terapéutico VOCES ha diseñado el servicio terapéutico de la siguiente forma:

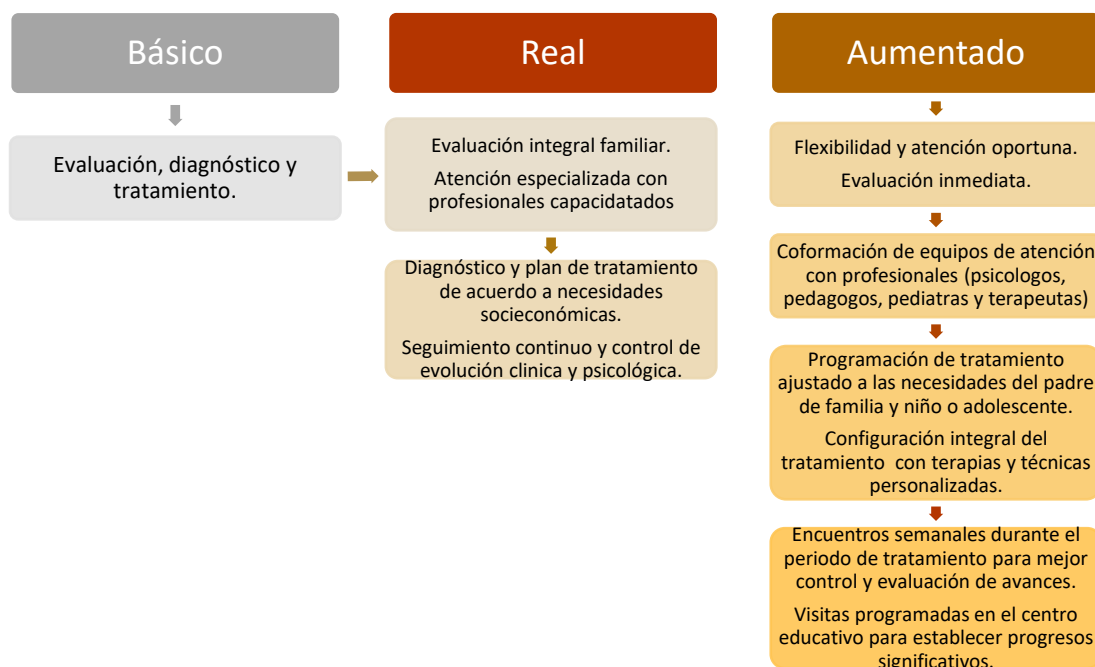


Figura 4. Niveles del Servicio

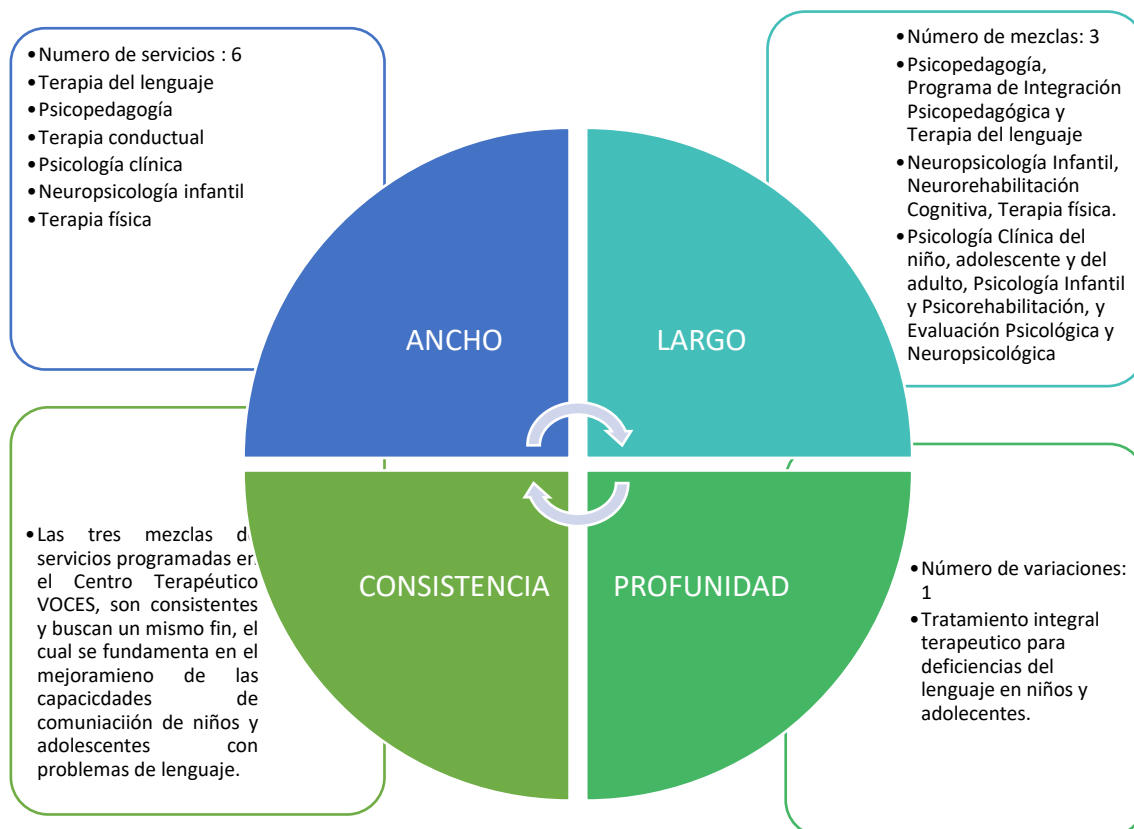


Figura 5. Mezcla de producto

3.2.2. Estrategia del Servicio

La estrategia del Centro Terapéutico VOCES está determinada principalmente por el conjunto de servicios que este ofrece a padres de familia, niños y adolescentes con deficiencias de lenguaje. De su correcta integración y estructuración depende el crecimiento de la oferta y consecuentemente de la demanda de servicios.

En esta sección se detalla las características inmateriales de la prestación del servicio del centro, partiendo de la atención al paciente hasta las pericias que se desplegarán para que el usuario pueda obtener un avance significativo en cada sesión.

Tabla 4.

Estrategias del Servicio

ESTRATEGIAS DE SERVICIO					
POLÍTICA	ESTRATEGIA	ACCIÓN	TIEMPO	COSTO	INDICADORES DE GESTIÓN
Servicio de calidad	Invertir en la formación constante de los profesionales del Centro Terapéutico VOCES, para mejorar el tratamiento de los pacientes.	Compra de programas de capacitación de terapia de lenguaje.	1 mes	5.000 USD	N° de pacientes atendidos
Desarrollo del servicio	Invertir en una nueva línea de servicios que complementen el tratamiento terapéutico de deficiencia de lenguaje.	Investigación de terapias psicológicas y físicas para el tratamiento de déficit de lenguaje.	3 meses	2.5000 USD	N° de servicios complementarios integrados
Satisfacción del cliente	Brindar asesoramiento permanente a padres de familia, profesores, niños y adolescentes.	Programar visitas mensuales a instituciones educativas para dar a conocer sobre las consecuencias del déficit de lenguaje en niños y adolescentes.	12 meses	1.000 USD	N° de instituciones visitadas por mes
TOTAL				8.500 USD	

3.2.3. Precio

La política de precios está basada en tener margen de 5% por debajo del promedio del precio del mercado de servicios terapéuticos.

Para la gestión del precio de la evaluación de terapias se debe establecer un precio un 5% por debajo del promedio del mercado de servicios terapéutico de lenguaje, en cuanto al precio de las terapias se determina un 5% por debajo del promedio para no afectar el desarrollo del Centro Terapéutico VOCES en el sur de Quito.

Objetivo General

Mejorar el acceso al público a los servicios del Centro Terapéutico VOCES, mediante precios acordes a las condiciones socioeconómicas de los pacientes potenciales.

Objetivos Específicos

- Lograr márgenes atractivos para recuperar los costos de investigación y expansión del Centro Terapéutico VOCES.
- Ingresar al mercado con precios competitivos que permitan el crecimiento de del Centro Terapéutico VOCES.
- Posicionar el Centro Terapéutico VOCES en el sector sur de la ciudad de Quito por el precio que responde a la calidad de los servicios terapéuticos.
- Crear flexibilidad para el manejo de promociones y descuentos a pacientes vulnerables (escasos ingresos económicos).

Estructura del Costo y Precio Actual

La estructura del precio actual se mantiene con un porcentaje de utilidad del 21% sobre el costo unitario del servicio de evaluación y un 38% sobre el costo unitario del servicio de terapia.

Tabla 5.

Estructura del Costo y Precio Actual

SERVICIO DE EVALUACIÓN		SERVICIO DE TERAPIAS	
Costos fijos	\$ 1,02	Costos fijos	\$ 1,02
Nómina	\$ 0,51	Nómina	\$ 0,51
Ayuda Social	\$ 6,00	Ayuda Social	\$ 6,00
Pagos Evaluaciones	\$ 12,11	Pagos Terapias	\$ 87,58
Total Costo Unitario	\$ 19,64	Total Costo Unitario	\$ 95,11

% Utilidad 21%	\$ 5,24	% Utilidad 38%	\$ 37,37
Precio Unitario	\$ 24,88	Precio Unitario	\$ 132,48

Estructura del Costo y Precio Reducido (Expansión Centro Terapéutico VOCES)

Para la disminución de los precios para la expansión del Centro Terapéutico VOCES

Se ha considerado una disminución del 5% para los dos servicios generales. Con esta política de reducción se sacrificará el nivel de utilidad, es decir la utilidad del servicio de evaluación pasara del 21% al 20,5% y la utilidad del servicio de terapia del 38% al 32.3%, de esta forma se ofrece a los pacientes potenciales un precio accesible y acorde con su situación socioeconómica.

Tabla 6.

Estructura del Costo y Precio Reducido

SERVICIO DE EVALUACIÓN REDUCCIÓN 20%		SERVICIO DE TERAPIAS REDUCCIÓN 5%	
Costos fijos	\$ 1,02	Costos fijos	\$ 1,02
Nómina	\$ 0,51	Nómina	\$ 0,51
Ayuda Social	\$ 6,00	Ayuda Social	\$ 6,00
Pagos Evaluaciones	\$ 12,11	Pagos Terapias	\$ 87,58
Total Costo Unitario	\$ 19,64	Total Costo Unitario	\$ 95,11
% Utilidad 20,5%	\$4,00	% Utilidad 32,3%	\$30,75
Precio Unitario	\$23,64	Precio Unitario	\$125,86

3.2.4. Plaza

Para el Centro Terapéutico VOCES al ofrecer un servicio la plaza o distribución se convierte en el lugar físico en donde se encuentra físicamente el centro, por lo que es importante analizar las características de la ubicación de la instalaciones en el sur de la ciudad de Quito, es decir establecer las ventajas y beneficios de escoger determinada localización, la cual debe facilitar el acceso y la masificación del servicio.

Objetivo General

Lograr el mejor acceso a los servicios que ofrece el Centro Terapéutico VOCES en su expansión al sur de Quito.

Objetivo Específico:

- Generar mayores oportunidades de acceso al servicio a los potenciales pacientes.
- Facilitar que el usuario pueda obtener información o asistencia técnica.

Localización

La localización del Centro Terapéutico VOCES en el sur de Quito es fundamental para el desarrollo de la expansión, pues si se obtiene una ubicación estratégica se facilitará al potencial paciente el acceso al servicio terapéutico.

Para determinar la localización del Centro Terapéutico VOCES es ineludible establecer una matriz de localización que defina de acuerdo a ciertos parámetros de medición la opción más idónea para sentar la infraestructura del centro.

Matriz de localización

Esta matriz se convierte en un instrumento útil y eficaz para determinar la ubicación idónea del Centro Terapéutico VOCES.

Las cualidades de la localización poseerán un valor determinado según su nivel de importancia, cada alternativa de localización se califica bajo ciertas medidas con una calificación que va desde 1 a 10.

Para la ubicación del centro se evaluaron tres ubicadas en el sur de la ciudad de Quito:

Tabla 7.

Localización del Centro Terapéutico VOCES (Sucursal Sur)

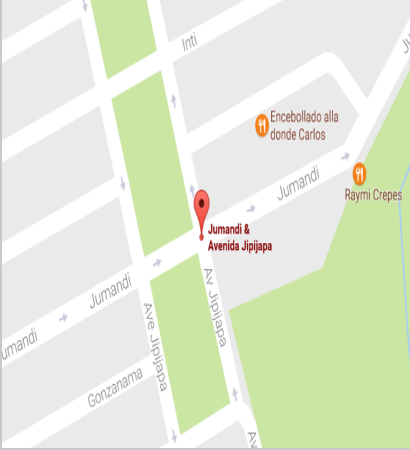
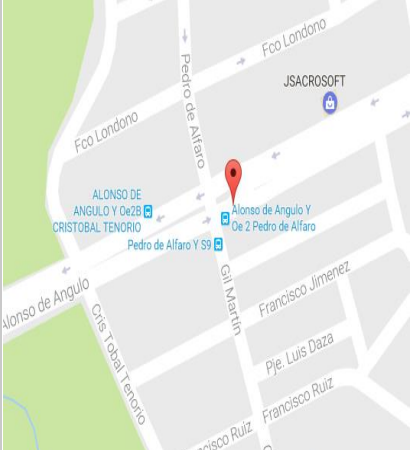

ALTERNATIVA	DETALLE	UBICACIÓN
Alternativa A:	Parroquia: El Recreo Dirección: Cdla. Atahualpa Calle Jumandy Oe2-282 y Jipijapa Superficie: 300 m ² Valor Arriendo Mensual: 600 USD	
Alternativa B:	Parroquia: Villa flora Dirección: Av. Alonso de Ángulo Superficie: 268 m ² Valor Arriendo Mensual: 500 USD	
Alternativa C:	Parroquia: Atahualpa Dirección: Av. Teniente Hugo Ortiz Superficie: 200 m ² Valor Arriendo Mensual: 560USD	

Tabla 8.

Matriz de localización Centro Terapéutico VOCES (Sucursal Sur)

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA A		ALTERNATIVA B		ALTERNATIVA C	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Infraestructura apropiada y disponibilidad de servicios básicos	0,25	3	0,75	2	0,5	2	0,5
Costo de bienes o servicios: servicios básicos	0,25	2	0,5	2	0,5	1	0,25
Cercanía al mercado objetivo	0,2	3	0,6	3	0,6	2	0,4
Facilidad de accesibilidad a medios de transporte y sistemas de comunicación	0,1	3	0,3	2	0,2	1	0,1
Factores Ambientales: Calidad del aire , calidad del agua	0,1	2	0,2	1	0,1	1	0,1
Cercanía a Unidades Educativas	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1
TOTAL	1	FACTIBLE →	2,45		2		1,45

Se ha definido a la ubicación del Centro Terapéutico VOCES en El Recreo Cdla. Atahualpa Calle Jumandy Oe2-282 y Jipijapa, de acuerdo al análisis de los siguientes factores:

A. Infraestructura apropiada y disponibilidad: existen las condiciones técnicas necesarias en cuanto al espacio disponible para la conformación de los consultorios de evaluación y terapias. Conjuntamente la dotación de servicios básicos es el adecuado pues que el agua potable, electricidad e internet son continuos, los cuales son necesarios para el desarrollo de las actividades diarias del personal.

B. Costo de bienes o servicios: se puede acceder a los servicios básicos a través de proveedores con costos accesibles para las actividades diarias del centro.

C. Cercanía con el mercado objetivo: este es quizá uno de los elementos con mayor importancia para determinar la ubicación o plaza del centro, pues al tener cercanía con escuelas y colegios tanto públicos como privados se genera una gran posibilidad para atraer un número mayor de potenciales pacientes. En este sentido la localización de estas instalaciones es estratégica pues alrededor se ubican varios centros educativos y además se encuentra cerca de conjuntos residenciales de masiva concentración de personas.

D. Facilidad y accesibilidad a medios de transporte y sistemas de comunicación: la ubicación tiene vías en buen estado, esto acompañada al rápido acceso a líneas de transporte público como El Trole y Ecovía, conjuntamente las redes telefónicas y satelitales funcionan bien en el sector.

Tabla 9.

Estrategia de Plaza

ESTRATEGIAS DE PLAZA					
POLÍTICA	ESTRATEGIA	ACCIÓN	TIEMPO	COSTO	INDICADORES DE GESTIÓN
Socialización del servicio	Desarrollar charlas de socialización del servicio en las unidades educativas cercanas al Centro.	Contactar con las autoridades de los establecimientos educativos para el desarrollo de las charlas.	3 meses	\$ 2.000	N° de charlas al año
Socialización del servicio	Realizar visitas técnicas puerta a puerta informando las consecuencias y soluciones para el déficit de lenguaje.	Diseñar programas de información para pacientes potenciales.	4 meses	\$ 4.000	N° de familias visitadas al mes
TOTAL				\$ 6.000	

3.2.4 Promoción

La promoción se convierte en una herramienta eficiente de difusión y socialización de los servicios que ofrece el Centro Terapéutico VOCES, pues

cuenta con varias alternativas de publicidad y comunicación con la que se podría maximizar el número de potenciales pacientes.

Objetivos:

- Crear expectativa antes del inicio de las actividades del Centro Terapéutico VOCES.
- Anunciar los servicios que ofrece el Centro Terapéutico VOCES, en un período de dos semanas después de su apertura, mediante publicidad física y publicidad digital.

Publicidad

Esta es una de las herramientas a través de la cual se dan a conocer los servicios que ofrece el Centro Terapéutico VOCES y dentro de estas existen variaciones que pueden combinarse para establecer las estrategias necesarias para la promoción.

Para promocionar al Centro Terapéutico VOCES se emplearan medios como redes sociales, internet y material POP.

Estrategias de publicidad**Campañas digitales**

Los medios para publicitar los servicios del Centro Terapéutico VOCES serán específicamente las redes sociales Facebook y Twitter, complementado por la estructuración de una página web.

Para las campañas digitales del Centro Terapéutico VOCES se emplearan las plataformas digitales (página web y las redes sociales). Con estas herramientas se publicitara en Facebook y Twitter los servicios del centro en franjas de alto tráfico, además se enlazaran los anuncios publicitarios con la página web.

Tabla 10.

Publicidad Redes Sociales Centro Terapéutico VOCES

PAGÍNA SOCIAL	DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN	COSTO MENSUAL
FACEBOOK	Estándar	600 USD
TWITTER	Estándar	600 USD

Incentivar el interés por el servicio

Para que los potenciales pacientes conozcan los servicios del Centro Terapéutico VOCES se deben realizar charlas en los establecimientos educativos cercanos, para que conjuntamente con los padres de familia, profesores y estudiantes se estimule la inquietud sobre la problemática que gira entorno a las deficiencias de lenguaje.

Tabla 11.

Charlas de socialización de servicios

CHARLAS INFORMATIVAS	LUGAR	FRECUENCIA	COSTO ANUAL
"Informe"	Unidad Educativa Amazonas.	2 veces al año	5.000 USD
	Unidad Educativas Benito Juárez		
	Unidad Educativa Estados Unidos de Norte América		

Página Web

Para incentivar el uso de la página web en donde se desplegaran todos los servicios con los cuales cuenta el Centro Terapéutico VOCES, se enlazarán con las dos redes sociales a través de las cuales se realizar publicidad digital Facebook y Twitter. Además en la página web se darán ciertos consejos y

recomendaciones para mejorar la calidad de vida de los niños y adolescentes con problemas de lenguaje.

Tabla 12.

Página Web Centro Terapéutico VOCES

Tipo	Descripción	Costo
Diseño Web Básico	Diseño web corporativo. Ideal para la pequeña empresa que desea ganar presencia en internet con un sitio web de excelente calidad gráfica	1.350 USD

Material POP (Point of Purchase)

El material POP, es necesario para que a través de su distribución ya sea en forma de volantes o trípticos se da a conocer los servicios del Centro Terapéutico VOCES. Este material se ubicara en el mismo centro así como en las instituciones educativas cercanas, para mejorar el alcance de las campañas digitales.

Tabla 13.

Material POP

MATERIAL	TIPO DE PAPEL	DE CANTIDAD	VALOR POR UNIDAD	TOTAL
TRIPTICOS	Basik	2500	0.20 USD	500 USD

Tabla 14.

Estrategias de Comunicación

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD					
POLÍTICA	ESTRATEGIA	ACCIÓN	TIEMPOS	PRESUPUESTO	INDICADORES DE GESTIÓN
Informar los servicios de del Centro.	Realizar charlas informativas.	Generar mesas de dialogo entre padres de familia, profesores y estudiantes para generar conciencia sobre las deficiencias de lenguaje.	4 meses	\$ 5.000	Nº de nuevos pacientes generados por las charlas

Tabla 16.

Estado de Resultados Proyecto

INGRESOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Total Evaluaciones		71.629,20	72.345,49	73.068,95	73.799,64	74.537,63
Ingreso Total Terapias		381.355,80	385.169,36	389.021,05	392.911,26	396.840,37
Total		452.985,00	457.514,85	462.090,00	466.710,90	471.378,01
COSTOS						
Costos fijos		5.691,03	5.754,77	5.819,23	5.884,40	5.950,31
Gasto Ventas (Mix Marketing)	(22.550,00)	-	-	-	-	-
Nómina		2.816,19	2.847,73	2.879,63	2.911,88	2.944,49
Ayuda Social		33.375,67	33.749,47	34.127,47	34.509,70	34.896,21
Pagos Evaluaciones Terapistas		42.859,71	43.339,74	43.825,15	44.315,99	44.812,33
Pagos Terapias		265.694,82	268.670,60	271.679,72	274.722,53	277.799,42
Total		350.437,43	354.362,33	358.331,18	362.344,49	366.402,75
Utilidad		102.547,57	103.152,52	103.758,81	104.366,40	104.975,26

VAN

El valor actual neto refleja la interacción entre los egresos e ingresos del centro en los próximos 5 años, si los ingresos son mayores a los egresos se puede establecer que la inversión es rentable.

Tabla 17.

Valor Actual Neto (VAN)

VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA)		
AÑOS	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-22.550,00	-22.550,00
1	102.547,57	87.662,48
2	103.152,52	75.380,09
3	103.758,81	64.817,18
4	104.366,40	55.733,24
5	104.975,26	47.921,33
TOTAL		308.964,32

VAN positivo mayor a cero, lo que indica que la inversión realizada en el marketing mix de 22.550 USD favorece al crecimiento de los ingresos y es rentable.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Por otra parte la Tasa Interna de Retorno (TIR) refleja el nivel al cual se recuperará la inversión del mix de marketing, mientras más alto es este con mayor rapidez se recupera la inversión. Para la actualización de los flujos de efectivo se ha considerado una tasa de actualización del 16,98%, el cual se obtiene con la Tasa Activa, Tasa Pasiva, Riesgo País y Tas de Inflación. Si el TIR es mayor a la tasa de actualización la inversión es rentable.

Tabla 18.

Tasa Interna de Retorno

CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO	
AÑOS	FLUJO EFECTIVO
0	-22.550,00
1	102.547,57
2	103.152,52
3	103.758,81
4	104.366,40
5	104.975,26
TIR	455%

El TIR 455% al ser mayor a la tasa actualización de 16,88% se determina que la inversión es rentable.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión muestra el año en el cual se recuperará el total de la inversión del mix de marketing.

Tabla 19.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

AÑOS	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	-22.550,00	-22.550,00	-22.550,00
1	102.547,57	87.662,48	65.112,48
2	103.152,52	75.380,09	140.492,57
3	103.758,81	64.817,18	205.309,75
4	104.366,40	55.733,24	261.042,99
5	104.975,26	47.921,33	308.964,32

El Centro Terapéutico VOCES recuperará la inversión del mix de marketing en el primer año de implementación del plan.

3.4 Cuatro C

Las cuatro c son complementarias a las cuatro p, pues analizan la relación entre el potencial paciente y el centro.

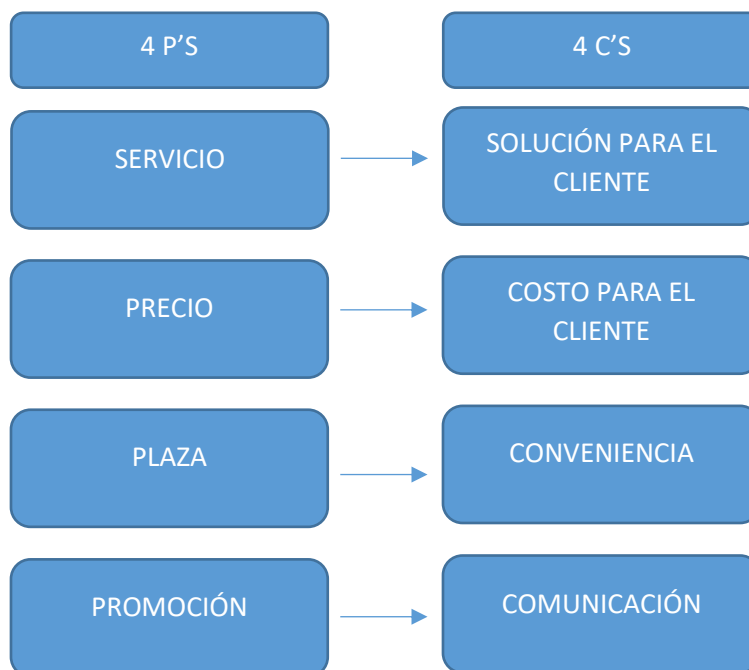


Figura 6. Las Cuatro C

Solución para el cliente

Al encontrar una necesidad creciente que realmente afecta al proceso de aprendizaje de niños y adolescentes de la ciudad de Quito, el Centro Terapéutico VOCES de acuerdo a su experiencia y crecimiento decide realizar su expansión para brindar sus servicios de terapia de lenguaje en la parte sur de la ciudad, con el fin de dar solución a los problemas de lenguaje de niños y adolescentes, conscientes de la problemática que por falta de información ha disminuido la capacidad de acceso de padres de familia a tratamientos eficientes para el mejoramiento de las habilidades de comunicación de sus hijos.

Costo para el Cliente

El costo que significa acceder a los servicios del Centro Terapéutico VOCES en su expansión al sur de Quito, está ajustado a las necesidades socioeconómicas

del paciente potencial, pensando no solo en generar rentabilidad a través de esta prestación, si no también considerando el beneficio social que este representa para las familias, en este sentido como una sociedad con fines de lucro se ha sacrificado la rentabilidad en 5% para establecer precios más accesibles que presenten un doble efecto, tanto para el centro como para el potencia paciente, en otras palabras al tener una disminución en el precio una cantidad mayor de pacientes serán atendidos manteniendo una rentabilidad aceptable para el centro, también al tener un precio disminuido el alcance del servicio se maximiza llegando a la población con menores recursos.

Conveniencia

En cuanto a la conveniencia esta es sustentada con la ubicación que tendrá el centro en el sur de la Ciudad, la cual de acuerdo a los análisis realizados determinó que el lugar idóneo se encuentra en la Parroquia el Recreo en la Cdla. Atahualpa Calle Jumandy Oe2-282 y Jipijapa. Punto estratégico y comercial donde confluye un número importante de unidades educativas. Lo que facilita la disponibilidad y acceso al servicio para los habitantes del sur de la ciudad. Adicionalmente la cercanía con líneas de transporte público como El Trole y La Ecovía facilita el acceso al servicio del Centro Terapéutico VOCES.

Comunicación

La comunicación se ha realizado en base a los medios disponibles por el Centro para llegar a un número mayor de potenciales usuarios del servicio, potenciando los instrumentos digitales como las redes sociales y pagina web, esto potenciado por las charlas que se realizaran en las unidades educativas cercanas para dar a conocer sobre las soluciones a la problemática que gira en torno a las deficiencias del lenguaje en niños y adolescentes.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

El diagnóstico del entorno del Centro Terapéutico VOCES, determino que existen las condiciones adecuadas para realizar su expansión al sur de la ciudad de Quito, resaltando principalmente las oportunidades de desarrollo que pueden ser potenciadas por la estabilidad política y el fácil acceso a fuentes de financiamiento para inversión. Adicionalmente al analizar las 5 Fuerzas de Porter se pudo establecer que existe un nivel de competencia bajo que mejora las condiciones de desarrollo del centro, esto adicionado a la baja significancia de los productos sustitutos.

Al realizar la segmentación del mercado se determinó que el mercado objetivo se encuentra comprendido por los padres de familia de niños con problemas de lenguaje, sin embargo para realizar un estudio más cercano de las condiciones de mercado se realizó una encuesta a 69 psicólogos de instituciones educativas del sur de Quito, para establecer los requerimientos de los potenciales pacientes del centro.

Finalmente el diseño del marketing mix permitió establecer las principales características de la nueva sucursal del Centro Terapéutico VOCES, donde se destaca la estructuración del servicio, así como la disminución del precio en un 5% por debajo del precio actual. Además se determinó como parte de la plaza el lugar idóneo para el centro, el mismo que será en la parroquia El Recreo. Esto también generó la mezcla de la promoción donde se utilizará redes sociales e internet para publicitar los servicios del centro.

4.2. RECOMENDACIONES

Para mejorar el alcance de la investigación se debe realizar un estudio de mercado que englobe a todas las instituciones de la ciudad de Quito, con el fin de obtener un espectro más amplio en cuanto a las necesidades de niños y adolescentes con deficiencias de lenguaje.

Para generar un crecimiento sostenido del Centro Terapéutico VOCES, se debe implementar el mix de marketing desarrollado en esta investigación, pues está adaptado a las necesidades tanto del potencial paciente como del centro. A través de las especificaciones que se ha realizado se asegura el crecimiento de los ingresos en el 1% anual y del 5% en los próximos 5 años.

Es necesario desarrollar un plan estratégico empresarial para el control y evaluación de cada estrategia planteada en el presente plan de marketing y así tomar las medidas correctivas luego de la implementación dentro del Centro Terapéutico VOCES.

REFERENCIAS

- Banco Central del Ecuador. (2016). *PIB*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Indicadores Económicos*. Recuperado el 22 de Mayo de 2017, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Información Económica*. Recuperado el 25 de Mayo de 2017, de <https://www.bce.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/836-en-el-segundo-trimestre-de-2015-el-pib-de-ecuador-mostr%C3%B3-un-crecimiento-inter-anual-de-10>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Evolución de la Balanza Comercial*. Recuperado de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/755>
- El Comercio. (2016). *Inclusión Educativa con Discapacidades*. Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/inclusion-educativa-escuelas-regulares-avanza-discapacidad-discapacidades.html>.
- El Telégrafo. (2015). *Análisis de las Unidades Educativas en Quito*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de <http://www.itelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/en-el-norte-de-quito-hay-pocas-unidades-educativas-publicas>
- Fernández, F., Arce, T., & Moreno, J. (2014). *Escuchemos el lenguaje del niño: normalidad versus signos de alerta*. Madrid: Rev Pediatr Aten Primaria. Recuperado el 19 de Mayo de 2017
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2014). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Anuario Sector Público*. Recuperado el 19 de Mayo de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Recursos_Actividades_de_Salud/Publicaciones/Anuario_Rec_Act_Salud_2011.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Evolución del Sector Manufacturero*. Recuperado el 19 de Mayo de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/SECTOR%20MANUFACTURERO.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Datos Sociodemográficos*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Tecnologías de la Información*. Recuperado el 14 de Mayo de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2015/Presentacion_TIC_2015.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Indicadores Laborales*. Recuperado el 26 de Mayo de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2015). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Recuperado el 20 de Mayo de 2017, de <http://www.produccion.gob.ec/codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversiones/>
- Ministerio Coordinador de Sectores Estratégicos. (2016). *Catálogo de Inversiones de los Sectores Estratégicos*. Recuperado el 14 de Mayo de 2017, de <http://www.sectoresestrategicos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/Primera-parte-Cata%CC%81logo-de-Inversiones-de-los-Sectores-Estrate%CC%81gicos-2015-2017.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Resolución N° 11 - 2015*. Recuperado el 26 de Mayo de 2017, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-011-2015.pdf>
- Ministerio de Educación. (2015). *Establecimientos por Zonas*. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <https://educacion.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id>
- Ministerio de Salud Pública. (2016). *Inversión de Salud*. Recuperado el 14 de Mayo de 2017, de <http://www.salud.gob.ec/biblioteca/>
- Plan Nacional para el Buen Vivir. (2016). *La Planificación Nacional*. Recuperado el 28 de Mayo de 2017, de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>
- Presidencia del Ecuador. (2016). *La Revolución Ciudadana le entregó estabilidad política al país*. Recuperado el 28 de Mayo de 2017, de

<http://www.presidencia.gob.ec/la-revolucion-ciudadana-le-entrego-estabilidad-politica-al-pais/>

- Superintendencia de Compañías. (2013). *Reglamento de Disolucion, Liquidacion, Reactivacion de Compañías*. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/RESOLUCION_No_07_SC_Q_IJ_004.pdf
- Superintendencia de Compañías. (2016). *Anuarios Estadísticos*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- Superintendencia de Compañías. (2016). *Distribucion Geografica del Capital Suscrito*. Recuperado el 20 de Mayo de 2017, de <http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi>
- The Global Innovation Index. (2014). *Análisis política del Ecuador*. Recuperado el 21 de Mayo de 2017, de <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
- TradeMap. (2016). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Recuperado el 19 de Mayo de 2017, de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||TOT AL|||2|1||1|2|1|2|1|
- Vicepresidencia del Ecuador. (2016). *Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva*. Recuperado el 19 de Mayo de 2017, de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/Estrategia.pdf>
- Villena, N. P. (2015). *El Ecuador y el Proceso de Cambio de la Matriz Productiva*. Guayaquil: Universidad Estatal de Guayaquil. Recuperado el 19 de Mayo de 2017

ANEXOS

Anexo 1. ENCUESTA DIRIGIDA A PSICÓLOGOS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

1. ¿En la unidad educativa existen niños con problemas de lenguaje?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

2. ¿De cada cinco niños diagnosticados con problemas de aprendizaje cuantos acuden a un centro especializado para soporte?

1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>

3. ¿Los padres de familia se ha mostrado abiertos a recibir conjuntamente con los niños terapia para mejorar su capacidad de comunicación lingüística?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

4. ¿De acuerdo a la siguiente escala en qué grado los problemas de lenguaje afectan al proceso de formación de los niños?

1	2	3	4
Nada considerable	Poco considerable	Considerable	Muy considerable

5. ¿Los padres de familia de los niños con problemas de lenguaje han mostrado interés por recibir ayuda profesional complementaria?

Si	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------

No	
----	--

6. ¿De acuerdo a su opinión es necesario la ayuda complementaria de un centro especializado en problemas terapéuticos de lenguaje para el mejoramiento de las capacidades de los niños de la institución?

Si	
----	--

No	
----	--

7. ¿De forma general que servicios terapéuticos demandan los padres de familia de niños con problemas de lenguaje?

Psicopedagogía	
Terapia del lenguaje	
Neuropsicología Infantil	
Neurorehabilitación Cognitiva	
Terapia física	
Evaluación Psicológica y Neuropsicológica	

8. ¿De acuerdo a su percepción cuanto estima usted que los padres de familia cancelan la hora de terapia de lenguaje?

\$25-\$35	
\$36-\$45	
\$46-\$55	
> \$55	

Anexo 2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PSICÓLOGOS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

1. ¿En la unidad educativa existen niños con problemas de lenguaje?

Tabla 20.

Existen niños con problemas

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	65%
NO	24	35%
TOTAL	69	100%

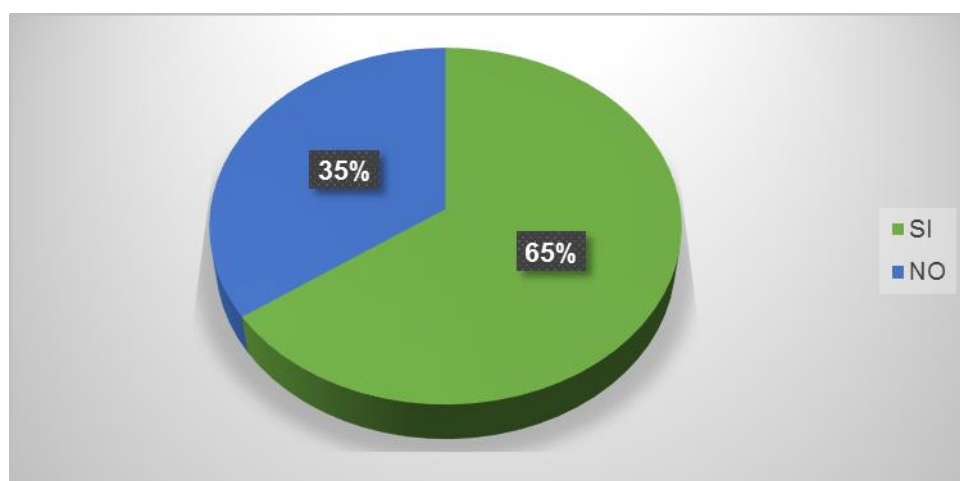


Gráfico 1. Existen niños con problemas

Análisis e interpretación.-

En relación a la encuesta aplicada se puede evidenciar que un 65% afirma que dentro de la institución si existen niños con problemas de lenguaje, mientras que el 35% asegura que no existen niños con problemas. Evidenciando que la mayor parte asegura que si existen niños que tienen problemas pero que en muchos de los casos no reciben la ayuda necesaria por desconocimiento de sus padres sobre los lugares que pueden brindar ayuda en estos casos.

2. ¿De cada cinco niños diagnosticados con problemas de aprendizaje cuantos acuden a un centro especializado para soporte?

Tabla 21.

Cuantos acuden a un centro especializado

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	18	26%
2	3	46%
3	19	28%
TOTAL	69	100%

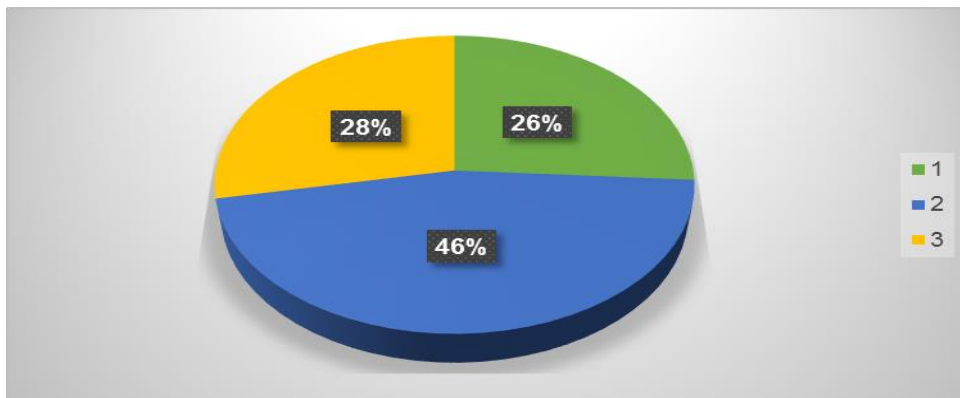


Gráfico 2. Cuantos acuden a un centro especializado

Análisis e interpretación.-

Según la información recopilada se evidencia que el 46% de los encuestados afirma que el 2 de los 5 niños acuden al centro especializado, mientras que el 28% asegura que 3 de los 5 niños acuden a dicho lugar y el 26% asevera que un solo niño recibe ayuda. Estableciendo de tal forma que la mayor parte de los psicólogos de la institución asegura que no todos los niños con problemas de lenguaje acuden a un lugar de ayuda ya sea por la falta de recursos o desconocimiento de los padres, además de en muchos de los casos desconfianza de que no puedan ayudar a sus hijos, por lo cual es necesario informarlos para que conozcan la ventaja de que sus hijos reciban ayuda de un profesional.

3. ¿Los padres de familia se ha mostrado abiertos a recibir conjuntamente con los niños terapia para mejorar su capacidad de comunicación lingüística?

Tabla 22.

Se muestran abiertos a recibir terapia

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	84%
NO	11	16%
TOTAL	69	100%

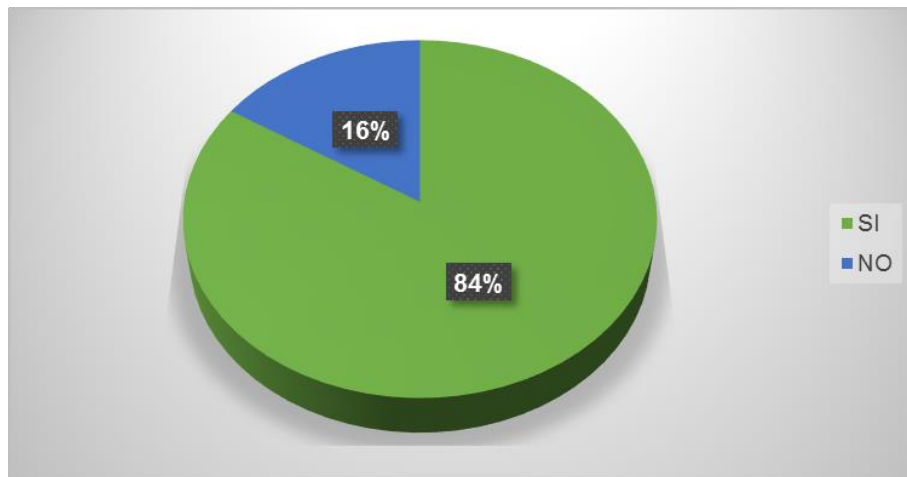


Gráfico 3. Se muestran abiertos a recibir terapia

Análisis e interpretación.-

De acuerdo con la información obtenida se evidencia que el 84% de los encuestados considera que los padres de familia si se muestran abiertos a recibir terapia con los niños para mejorar su capacidad de comunicación lingüística, mientras que el 16% asegura que no. Evidenciando de tal forma que la mayor parte de los psicólogos considera que los padres en muchos de los casos si se muestran dispuestos a ayudar con el tratamiento, pues desean que se mejoren los niños y logren tener un desarrollo adecuado y acorde a su edad.

4. ¿De acuerdo a la siguiente escala en qué grado los problemas de lenguaje afectan al proceso de formación de los niños?

Tabla 23.

Afectación del lenguaje en el proceso de formación

ÍTEM	FRECUENCIA				TOTAL	PORCENTAJE
	1	2	3	4		
Nada considerable	2				2	3%
Poco considerable		10			10	14%
Considerable			51		51	74%
Muy considerable				6	6	9%
TOTAL	2	10	51	6	69	100%

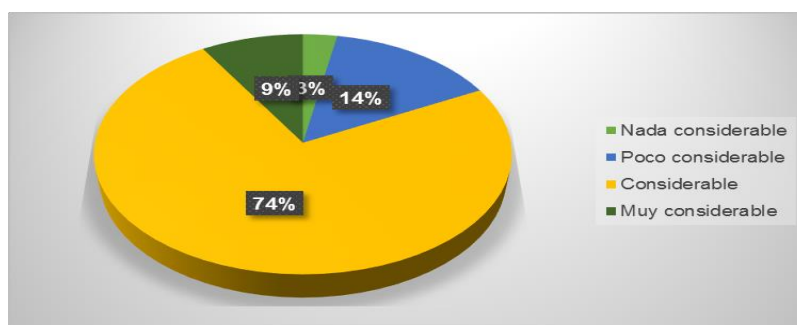


Gráfico 4. Afectación del lenguaje en el proceso de formación

Análisis e interpretación.-

Conforme a la información obtenida se evidencia que el 74% de los encuestados asegura que los problemas de lenguaje afecta considerablemente el proceso de formación de los niños, mientras que el 14% afirma que es poco considerable la afectación, el 9% establece que es muy considerable el grado de afectación y el 3% asegura que no afecta en nada. Evidenciando que la mayor parte de los psicólogos aseguran que la afectación es considerable debido a que no logran relacionarse adecuadamente con otros niños de su edad, además de que tienen problemas para comunicarse con otras personas, lo cual genera que se repriman y aislen del resto del grupo, determinando que es esencial que reciban ayuda profesional para que de esta forma puedan integrarse en un lugar determinado sin problema alguno.

5. ¿Los padres de familia de los niños con problemas de lenguaje han mostrado interés por recibir ayuda profesional complementaria?

Tabla 24.

Muestran interés por recibir ayuda de un profesional

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	94%
NO	4	6%
TOTAL	69	100%

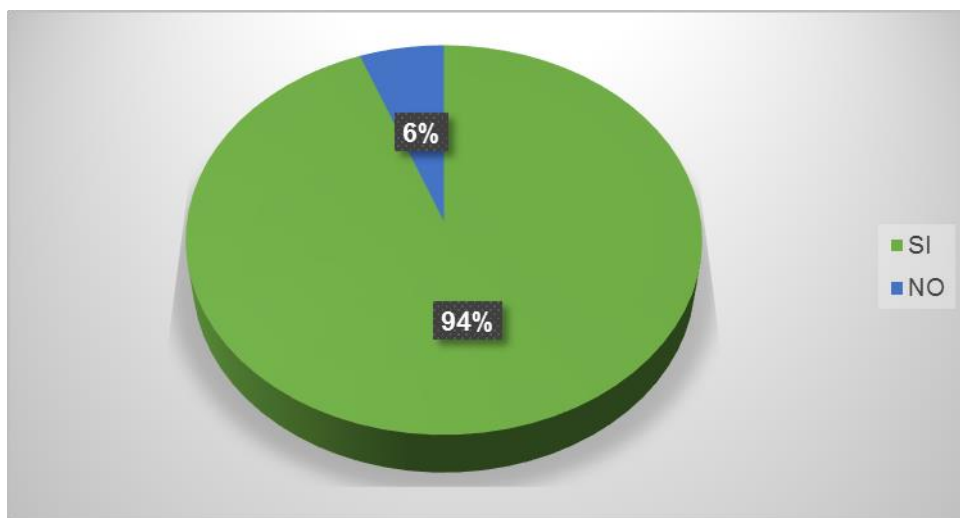


Gráfico 5. Muestran interés por recibir ayuda de un profesional

Análisis e interpretación.-

Según la información presentada se denota que el 94% de los psicólogos de la institución aseguran que los padres de familia de los niños con problemas de lenguaje si muestra interés por recibir ayuda profesional complementaria, mientras que el 6% no se muestra interesado. Evidenciando de tal forma que la mayoría de los padres de familia tienen aceptación por lugares especializados que brinden ayuda a los niños con problemas de lenguaje, ya que consideran que es esencial mejorar dichos aspectos para que sus niños puedan vivir mejor e integrarse al medio social sin ningún problema.

6. ¿De acuerdo a su opinión es necesario la ayuda complementaria de un centro especializado en problemas terapéuticos de lenguaje para el mejoramiento de las capacidades de los niños de la institución?

Tabla 25.

Es necesaria la ayuda de un centro especializado

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	97%
NO	2	3%
TOTAL	69	100%

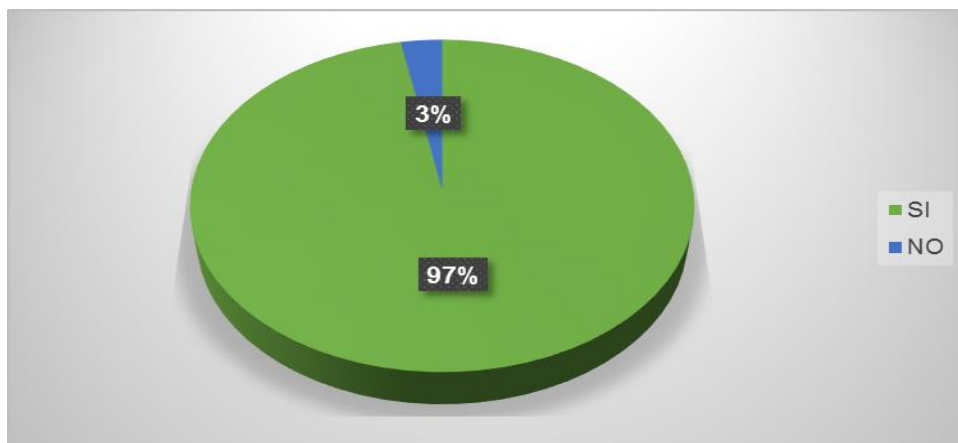


Gráfico 6. Es necesaria la ayuda de un centro especializado

Análisis e interpretación.-

Conforme la información recopilada se evidencia que el 97% de los encuestados consideran que si es necesaria la ayuda de un centro complementario especializado en problemas terapéuticos de lenguaje para mejorar las capacidades de los niños, mientras que el 3% considera que no es necesario. Evidenciando de tal forma que la mayor parte de los psicólogos asegura que es fundamental se reciba la ayuda de profesionales ya que se encuentran especializados en tratar a los niños con dichos problemas, además de que permitirán mejorar las condiciones de vida de los mismos, y contribuir con la tranquilidad y satisfacción de los padres.

7. ¿De forma general que servicios terapéuticos demandan los padres de familia de niños con problemas de lenguaje?

Tabla 26.

Servicios terapéuticos que demandan los padres

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Psicopedagogía	5	7%
Terapia de lenguaje	23	33%
Neuropsicología Infantil	9	13%
Neurorehabilitación Cognitiva	10	14%
Terapia física	8	12%
Evaluación Psicológica y Neuropsicológica	14	20%
TOTAL	69	100%

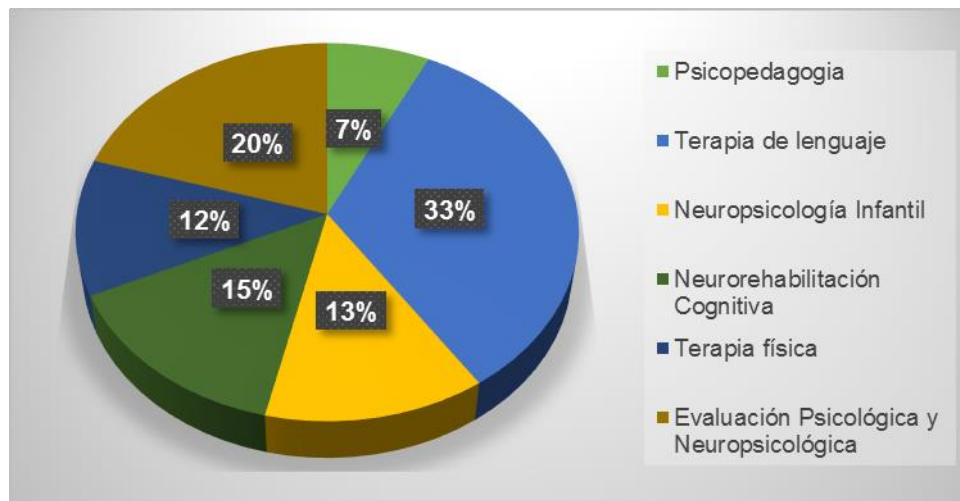


Gráfico 7. Servicios terapéuticos que demandan los padres

Análisis e interpretación.-

Según la información presentada anteriormente se evidencia que el 33% asegura que los servicios que demandan los padres de los niños con problemas de lenguaje son la terapia de lenguaje con la finalidad de que se mejore este aspecto en los niños y pueda mejorar su comunicación e interrelación con otras personas ajenas a su familia son dificultades.

Así mismo el 20% afirma que los padres demandan con mayor frecuencia servicios de evaluación psicológica y neuropsicología, con la finalidad de que se establezca un diagnóstico sobre la situación actual de los niños y que a su vez se identifiquen cual es la principal problemática de los mismo y se les pueda brindar un tratamiento especializado a todas las falencias que tengan. Por otra parte el 15% asevera que demandan rehabilitación neurocognoscitiva, considerando que estos afirman que el problema principal por el problema de los niños está ahí y que por ende es esencial que sea tratado por un profesional en el caso.

Por otra parte el 13% asegura que el servicio que mayor demanda tienen por parte de los padres es la neuropsicología infantil, debido a que de esta forma les ayudan a tratar no solo lo problemas de lenguaje sino problemas también relacionaos con el entorno del niño, de forma que este mejore sus capacidades evidentemente. De igual forma el 12% afirma que lo que mayormente se demanda es terapia física, ya que consideran que de esta forma el niño puede desarrollarse mejor y poder avanzar adecuadamente con el problema de lenguaje también.

Finalmente el 7% de los psicólogos considera que el servicio con mayor demanda es la psicopedagogía, debido a que a través de esta se pueden mejorar los problemas de aprendizaje del niño, no solo del lenguaje sino también de otros aspectos esenciales que se les imparte en su institución educativa, denotando la importancia de que reciban ayuda de un especialista en este campo.

8. ¿De acuerdo a su percepción cuanto estima usted que los padres de familia cancelan la hora de terapia de lenguaje?

Tabla 27.

Cuanto cancelaria los padres por una hora de terapia

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$25-\$35	48	70%
\$36-\$45	13	19%
\$46-\$55	6	9%
> \$55	2	3%
TOTAL	69	100%

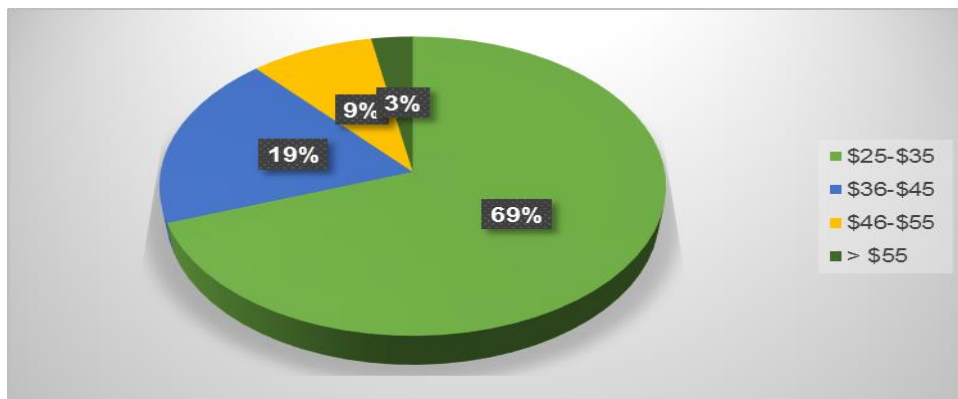


Gráfico 8. Cuanto cancelaria los padres por una hora de terapia

Análisis e interpretación.-

En relación a la información anterior se observa que el 69% de los psicólogos aseguran que los padres están dispuestos a pagar de \$25-\$35 dólares por una hora de terapia, mientras que el 19% asevera que pagarían de \$36-\$45 dólares por hora, el 9% asegura que de \$46-\$55 y el 3% considera que estarían dispuestos a pagar más de \$55 dólares por hora. Evidenciando de tal forma que la mayor parte de los padres no pagaría una suma alta por la terapia sino más bien un costo que se encuentre acorde a sus necesidades y bolsillo, pues no podrían cubrir costos más altos por hora ya que requerirían de más de dos horas al menos para evidenciar cambios positivos en sus niños.