



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
VENTAS**

TÍTULO:

Plan de Negocios para la Comercialización de un nuevo Servicio Médico Pediátrico en la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe del Cantón Simón Bolívar.

AUTORES:

Anny Calderón Espinoza

David Pozo Lucas

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

TUTOR:

Mgs. Mariella Johanna Jácome Ortega

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Anny Calderón Espinoza y David Pozo Lucas**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Ventas**.

TUTOR (A)

Mgs. Mariella Jácome Ortega

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. César Viteri Sandoval

Guayaquil, a los 28 días del mes de agosto del 2014.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Anny Calderón Espinoza y David Pozo Lucas**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, Plan de negocios para la comercialización de un nuevo servicio médico pediátrico en la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe del Cantón Simón Bolívar, previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Ventas**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Agosto del 2014.

AUTORES:

Anny Calderón Espinoza

David Pozo Lucas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Anny Calderón Espinoza y David Pozo Lucas**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de negocios para la comercialización de un nuevo servicio médico pediátrico en la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe del Cantón Simón Bolívar** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Agosto del 2014.

AUTORES:

Anny Calderón Espinoza

David Pozo Lucas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que nos permite lograr nuestros más profundos deseos, a mis padres, esposa e hijos y a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil quien por medio de sus maestros logré obtener conocimientos, profesionalismo y afán de servicio. GRACIAS A USTEDES.

David Pozo Lucas

AGRADECIMIENTO

Gratitud imperecedera al creador del universo, por permitirme alcanzar un título académico que se lo dedico especialmente a mis dos hijos, padres, hermanos, al amor de mi vida así mismo a mis demás familiares y amigos. Sin el respaldo de ellos no hubiera sido posible, ya que su fuerza anímica fue factor primordial para vencer muchas dificultades.

Pilares fundamentales han sido mis maestros quienes transmitieron sus conocimientos para fortalecer mi perfil profesional.

Gracias de corazón y que Dios nos bendiga para constituirnos en ecuatorianos de bien.

ANNY CALDERÓN ESPINOZA.

DEDICATORIA

Dedicado con profundo amor a aquella persona que hoy no está conmigo un gran hombre, él padre espiritual Mons. Federico Gagliardo Baquerizo quien me inculco la búsqueda de mejores días de servicio al prójimo, a mis padres Néstor y María que hicieron de esta persona con bases de valores, principios, de espíritu, entusiasmo, honestidad y deseos de superación con futuro gratificante.

A mis hermanos Raquel, Raúl, Cesar, María y Luis Cesar, a mis hijos Kevin, Nicole y Nicolás que son mi motivación constante al mejoramiento de mi familia, mi país, mi ciudad con un futuro esperanzador de mejor estilo de vida.

A mi esposa Sofía quien con paciencia, confianza, ha sido un pilar fundamental en mi vida y en mi trayectoria de formación universitaria, a todos aquellos que invisiblemente desde lo más profundo de sus corazones deseaban el mejor de mis días.

Dedicado a aquella persona que con carácter, amor, paciencia, espíritu ganador sabiendo sortear todos aquellos obstáculos a convertirme en un ciudadano productivo a la sociedad y al mundo.

DAVID POZO LUCAS.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

**Mgs. Mariella Jácome Ortega
TUTORA**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

CALIFICACIÓN

Anny Calderón Espinoza

David Pozo Lucas

**Mgs. Mariella Jácome Ortega
TUTORA**

INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN	2
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	3
AUTORIZACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO	i
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	iv
CALIFICACIÓN.....	v
RESUMEN EJECUTIVO	xii
INTRODUCCIÓN	1
Descripción del proyecto.....	3
Justificación del proyecto	5
Objetivo del proyecto	6
1. Objetivo General.	6
2. Objetivos específicos.	6
CAPÍTULO I.....	7
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	7
Introducción	7
1.1. Mercado Meta.....	8
1.2. Macro segmentación	9
1.3. Funciones:.....	10
1.4. Grupo de compradores:.....	10
1.5. Tecnología.....	11
1.6. Micro segmentación	12
1.6.1. Segmentación Geográfica	12
Elaborado por: Los autores.	13
1.6.2. Segmentación demográfica.....	13
Elaborado por: Los autores.	13
1.6.3. Segmentación socioeconómica.....	14

Elaborado por: Los autores	14
1.6.4. Segmentación Psicográfica	14
Elaborado por: Los autores	14
1.6.5. Segmentación Conductual	15
Elaborado por: Los autores	15
1.7. Perfil del Consumidor	15
CAPÍTULO II.....	16
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	16
2.1. Análisis PEST	16
2.1.1. Factor Político	16
2.1.2. Factor Económico	17
2.1.3. Factor Social	18
2.1.4. Factor tecnológico	18
2.2. ANÁLISIS DE PORTER.....	19
2.2.1. Amenaza de nuevos entrantes.....	19
2.2.2. Poder de negociación de los compradores.	20
2.2.3. Poder de negociación de los proveedores.	20
2.2.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos.	20
2.2.5. Rivalidad entre competidores.....	20
2.3. Metodología de la investigación.....	21
2.3.1. Población.....	21
2.3.2. Muestra	21
2.4. Tipo de muestreo aleatorio simple.....	22
2.4.1. Selección del tamaño de la muestra.....	22
2.5. Presentación de los resultados.....	22
2.5.1. Análisis e interpretación de los resultados	23
CAPÍTULO III.....	32
EL PRODUCTO O SERVICIO	32
3.1. Descripción del producto o servicio a ofrecer.	32
3.2. Aspectos regulatorios.	33
3.3. Cadena de valor	33

3.4. Análisis FODA	34
3.4.1. Fortalezas	34
3.4.2. Debilidades	34
3.4.3. Oportunidades.....	34
3.4.4 Amenazas.	35
CAPÍTULO IV.....	36
PLAN ESTRATÉGICO.....	36
4.1 Plan de ventas.	36
4.1.1 Fuerza de ventas.....	37
4.2 MARKETING MIX	37
4.2.1. Producto-Servicio	37
4.2.2 Precio	38
4.2.3 Plaza	38
4.2.4 Promoción	38
4.2.5 Trípticos	38
4.2.6 Página Web.....	39
4.2.7 Charlas a médicos.....	39
4.2.8 Charlas	39
CAPÍTULO V.....	40
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	40
Introducción.	40
5.1 Determinación de la inversión inicial.....	40
Elaborado por: Los autores	42
5.2 Fuentes de financiamiento.....	42
5.3 Presupuesto de Ingresos y Costos	42
5.4 Punto de equilibrio	45
5.5 Factibilidad financiera	46
5.5.1 Valor Actual Neto (VAN).....	47
5.5.2 Tasa interna de retorno (TIR).....	47
5.5.4 Período de recuperación	48

CAPÍTULO VI..... 49
RESPONSABILIDAD SOCIAL..... 49
 6.1 Base Legal..... 49
 6.2 Medio Ambiente..... 50
 6.3 Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir..... 50
 6.4 Conclusiones y Recomendaciones..... 50
Bibliografía..... 52

INDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN DEL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR	9
TABLA N° 2: VARIABLES GEOGRÁFICAS.....	13
TABLA N° 3: VARIABLES DEMOGRÁFICAS.....	13
TABLA N° 4: VARIABLES SOCIOECONÓMICAS.....	14
TABLA N° 5: VARIABLES PSICOGRÁFICAS.	14
TABLA N° 6: VARIABLES CONDUCTUALES.	15
TABLA N° 7: PRODUCTO INTERNO BRUTO EN EL AREA DE SALUD.....	17
TABLA N° 8: POSICIÓN DE EFICIENCIA EN CUIDADOS DE LA SALUD.	19
TABLA N° 9: DISTRIBUCIÓN EDADES ENCUESTADOS.	23
TABLA N° 10: DISTRIBUCIÓN DE LAS EDAD DE HIJOS DE LOS ENCUESTADOS.....	24
TABLA N° 11: DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS DE EMPRESA DONDE TRABAJAN LOS ENCUESTADOS	25
TABLA N° 12: DISTRUBUCION DE LOS NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS.....	26
TABLA N° 13: DISTRIBUCIÓN DE LOS SERVICIOS MEDICOS MÁS UTILIZADOS.....	27
TABLA N° 14: DISTRIBUCIÓN DE LOS DIFERENTES LUGARES DONDE RECIBEN ATENCIÓN MÉDICA LOS ENCUESTADOS	28
TABLA N° 15: DISTRIBUCIÓN DE LOS VALORES DE LAS CONSULTAS MÉDICAS	29
TABLA N° 16 : DISTRIBUCIÓN DE PORQUE RAZON ELIGEN LOS LUGARES DE ATENCIÓN MÉDICA	30
TABLA N° 17: DETALLE DE INVERSIONES	41
TABLA N° 18: INGRESOS PROYECTADOS	43
TABLA N° 19: COSTOS PROYECTADOS	44
TABLA N° 20 : PUNTO DE EQUILIBRIO.....	45
TABLA N° 21: EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO.....	47
TABLA N° 22: EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO.....	48

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO N° 1: Segmentación de Mercado	11
GRÁFICO N° 2: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EDADES ENCUESTADAS	23
GRÁFICO N° 3: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LAS EDADES DE HIJOS DE LOS ENCUESTADOS	24
GRÁFICO N° 4: REPRESENTACION PORCENTUAL DE LOS TIPOS DE EMPRESA DONDE TRABAJAN LOS ENCUESTADOS	25
GRÁFICO N° 5: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LOS NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS	26
GRÁFICO N° 6: REPRESENTACION PORCENTUAL DE LOS SERVICIOS MEDICOS MÁS UTILIZADOS	27
GRÁFICO N° 7: REPRESENTACION PORCENTUAL DE LOS DIFERENTES LUGARES DONDE RECIBEN ATENCIÓN MEDICA LOS ENCUESTADOS ...	28
GRÁFICO N° 8: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LOS VALORES DE LAS CONSULTAS MÉDICAS	29
GRÁFICO N° 9: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE PORQUE RAZON ELIGEN LOS LUGARES DE ATENCIÓN MÉDICA	31
GRÁFICO N° 10: CADENA DE VALOR.....	33

ABSTRACT

Executive Summary

This business plan seeks to meet the growing needs of the residents of Canton Simón Bolívar regarding the care of children under 10 years.

This project aims to demonstrate the economic and financial feasibility of implementing a pediatric specialty services at Our Lady of Guadalupe Clinic.

In the first chapter, this plan presents the target market, which is analyzed using tools such as macro and micro segmentation, which allows to consider external factors that may affect the operation of the above mentioned health.

Subsequently, the market research is guaranteed by the PEST analysis and model of Porter's five forces which is performed. In this chapter, we proceed to determine the population to develop the survey.

In the third chapter, the plan presents the description of the service to offer, regulatory aspects and the value chain; also the strategy which is applied to the service marketing.

In the next chapter, the strategic plan of the clinic considers the sales plan, sales force, and sales promotions.

All the plan contains marketing mix variables like product, price, place and promotion.

In chapter five, the project presents revenues and expenditures, the level of initial investment, the break point of the company, the net present value that indicates the project is acceptable, the TIR showing the rate of return offered by the project and the period considered recovery; them to determine that the project is profitable.

And the last chapter of this work where the issue of social responsibility, it is a priority in order to care the health of children under 10 years

INTRODUCCIÓN

En el Cantón Simón Bolívar se encuentra localizado en la Provincia del Guayas, colinda con los Cantones Milagro, Alfredo Baquerizo Moreno, Naranjito y General Antonio Elizalde (Bucay) en la provincia del Guayas, y limita con el cantón Babahoyo en la provincia de los Ríos. (INEC, 2014)

En el Cantón prima el desarrollo agrícola, constituyéndose el cacao y banano en los principales cultivos del cantón y las principales actividades generadoras de empleo.

Tiene una superficie de 291.8 Km² y una población cantonal de 26.000 habitantes con una tasa de crecimiento de 1.11% desde el 2001 hasta el 2009. En general, el cantón posee indicadores sociales deficientes en comparación con los indicadores del país. En lo referente con los indicadores de pobreza, el indicador “pobreza por necesidades básicas insatisfechas” se muestra en niveles de 85% en el cantón, mientras en el país el indicador se ubica 61.3.

Dentro de los indicadores de salud se destaca el alto nivel de mortalidad neonatal del cantón, cuya cifra es del 21%, en comparación con el nivel del país que es de 7.5%. (ministerio de salud, 2014)

Si bien existe en todo el cantón ocho establecimientos de salud entre sub-centros y dispensarios, la atención que prestan estas instituciones se circunscribe a una atención tipo *hospital del día* donde se ofrece un primer nivel de atención. Estos establecimientos carecen de internación y no funcionan las 24 horas por lo que cuando los padres necesitan un tratamiento pediátrico y que requieran hospitalización tienen que trasladarse al Cantón Yaguachi, Milagro, Babahoyo o

donde hay este tipo de servicio. La oferta de esta clase de servicio *pediatría 24 horas* de los actuales establecimientos está limitada.

La clínica Nuestra Señora de Guadalupe funciona desde hace 4 años y cuenta con un equipamiento superior al de los otros establecimientos que posee el Cantón incluyendo una ambulancia, gracias a una gestión efectiva la clínica se ha posibilitado para que tenga equipamiento médico moderno e instalaciones adecuadas y de fácil acceso.

Adicional a lo anterior la clínica ha establecido sistemas de estadísticas que permite llevar un muestreo de las principales incidencias de las enfermedades de niños en el cantón.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

A pesar de la inversión realizada por el gobierno que asciende en el año 2013 a 2.400 millones de dólares en el sistema nacional de salud, estos recursos no han sido suficientes para atender las necesidades de este sector. Esto se puede observar en los sub-centros existentes que por su infraestructura no satisfacen las necesidades de la población.

Un área que no está siendo debidamente atendida es la infantil por la carencia de personal especializado y de centros pediátricos para poder atenderlos.

Debido a esta problemática planteada, se propone el plan de negocios para la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población de Simón Bolívar a través de un nuevo servicio médico pediátrico de la más alta calidad técnica y profesional bajo todos los protocolos enfocada a la prevención, detección y tratamiento oportuno de las diferentes patologías existentes con el fin de cuidar el crecimiento y desarrollo de niños.

La clínica Nuestra Señora de Guadalupe inició sus operaciones en el año 2008, fue construida con capital privado, con el objetivo de contribuir con el cuidado de la salud de la población del cantón, Simón Bolívar alineada siempre a las exigencias de las autoridades de control. La clínica cuenta con equipos de primera, a la fecha se han atendido 14.600 pacientes, sin embargo, existe una carencia en el área de pediatría.

Para determinar la aceptación por parte de los usuarios de la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe acerca del servicio de pediatría que se piensa

implementar, se aplicará una encuesta a las personas que acudan a la mencionada casa de salud.

Con este proyecto estaríamos apoyando el Plan Nacional del Buen Vivir en lo referente a su objetivo número tres que establece mejorar la calidad de vida de la población.

Al contar los pobladores del cantón Simón Bolívar del servicio pediátrico que se ofrecerá en la clínica va a beneficiar tanto a sus pobladores como a las personas de los cantones vecinos ya que no tendrán un costo tan alto de transportación por tener que viajar a las grandes ciudades para atender a sus hijos.

Este servicio va a contribuir a la disminución del índice de mortalidad infantil; Adicionalmente, la clínica también se beneficia no solo por el rédito económico que se genera sino que ampliará su espectro de atención al convertirse en la clínica de especialidades más cercana de los cantones aledaños.

Los autores del presente trabajo, esperan que en el corto plazo se pueda dar la apertura de la sección de pediatría para que en el mediano y largo plazo se puedan ofrecer otros servicios con diferentes especialidades.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El cantón Simón Bolívar a la fecha no cuenta con hospital solo tiene centros de salud, los cuales no están equipados para atender diferentes patologías, es decir en el Cantón existen sub-centros de salud que son del Ministerio de Salud Pública y se encargan de atención ambulatoria, ya que si el paciente requiere de una atención más especializada tiene que migrar a la ciudad para ser atendido.

En la actual gracias al aporte privado existe la clínica Nuestra Señora de Guadalupe, la cual ha venido atendiendo a lo largo de 4 años, sin embargo, solo se encargaba de medicina general, teniendo que derivar a los pacientes a otros centros fuera del cantón.

Basado en lo anteriormente expuesto, es que los dueños de la clínica desean poder atender pacientes con diversas patologías, para lo cual deben de incorporar especialistas y equipamiento. Es por esta razón que en primer instancia se apertura el área de pediatría, con lo se beneficiará a la comunidad, ofreciéndole atención de médicos especialistas y a su vez poder realizar diversos exámenes que antes no se hacían por no contar con los equipos adecuados.

Este proyecto contribuye con los planes del actual gobierno, el cual busca el bienestar de la población según lo expresado en el Plan Nacional del Buen Vivir, el cual es referente del modelo de gobierno que rige en el país en estos momentos, sin considerar las plazas de trabajo que se generaran y el impacto positivo en la economía del cantón que esto generara. La implantación del área de pediatría es una mejora necesaria en la clínica, ya que permitirá atender a los niños del cantón, previniendo y mejorando de esta manera la salud de la población.

OBJETIVO DEL PROYECTO

1. Objetivo General.

Implementar el área de pediatría a la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe y así poder prevenir, detectar y tratar oportunamente las diferentes patologías existentes, con el fin de cuidar el crecimiento y desarrollo de los pacientes que oscilan en edad infantil.

2. Objetivos específicos.

- Determinar el perfil del consumidor que tendrá acceso al servicio.
- Investigar las necesidades actuales de la población infantil del cantón.
- Diseñar el servicio a ofrecer, determinando las características del mismo.
- Establecer las estrategias que se desarrollarán para poder implementar el servicio.
- Evaluar financieramente la viabilidad de la puesta en marcha del plan de negocios.

CAPÍTULO I

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Introducción

La segmentación surge ante la necesidad de clasificar al mercado en grupos pequeños con características semejantes con el fin de satisfacer los gustos y preferencias de cada uno de los subgrupos.

La segmentación del mercado es el proceso dónde se fragmenta en porciones menores de acuerdo a sus diferencias, que sea de utilidad a la compañía y así satisfacer sus necesidades. Al dividir el mercado se pueden ampliar los esfuerzos de publicidad (Promonegocios, 2014).

- Por medio de los canales de distribución ofrecen el servicio o producto como una oportunidad a la necesidad de los clientes.
- Aprovechan mejor sus recursos para posicionarlo hacia un segmento potencial para la empresa.
- Buscan estrategias y aprovechan fortaleza para llegar eficazmente en determinados segmentos del mercado.
- Orientan a sus clientes a encontrar productos o servicios apropiados a sus necesidades.

El Plan de investigación está orientado a fundamentar el nuevo servicio médico pediátrico que la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe que pretende ofrecer, localizando geográficamente a posibles clientes obteniendo información en relación a la existencia de alternativas u opciones equivalentes a los servicios de la Clínica y cuáles son esas alternativas en la actualidad.

Se buscará obtener información relevante que permita aproximarse al precio de mercado más adecuado.

A raíz de la información teórica levantada, que son nuestros indicadores de salud donde la encuesta del INEC en el 2010, mostraba un alto nivel de mortalidad de los niños del Cantón (21%) en comparación con el nivel del país (7.5%), por lo tanto, nuestro mercado sería los niños del Cantón Simón Bolívar.

1.1. Mercado Meta

El mercado objetivo o meta se lo puede definir como el destinatario del bien o servicio que se va a ofrecer y se lo determina mediante la macro-segmentación y micro-segmentación.

Esto nos permite encontrar el nicho de mercado en el cual centrar todos los esfuerzos del plan de marketing, de esa manera se enfoca hacia un grupo de consumidores que la empresa dada su capacidad instalada y el personal calificado podrá satisfacer las necesidades de ese colectivo.

En el caso de nuestro plan de negocios, el mercado meta estará constituido por familias de un segmento socioeconómico relativamente bajo y medio, y en consecuencia los costos de los servicios de pediatría se transformen en una barrera de entrada o de acceso para el mencionado servicio.

El target serán aquellas familias que tengan niños menores de 10 años porque son ellos los que requieren atención especializada.

TABLA N° 1: DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN DEL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR

Población del Cantón Simón Bolívar por: Grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
Población del Cantón Simón Bolívar por: Menor de 1 año	273	260	533
Población del Cantón Simón Bolívar por: de 1 a 4 años	1138	1091	2229
Población del Cantón Simón Bolívar por: De 5 a 9 años	14 03	1324	2727

Fuente: Eruditos, 2014

Elaborado por: Los autores

1.2. Macro segmentación

Debido a la imposibilidad de satisfacer a todos los consumidores con el mismo producto o servicio ya que tienen intereses diversos, el proceso de la segmentación dividirá al mercado en subconjuntos para agrupar a los clientes según sus características semejantes.

Consultadas las diferentes fuentes de información bibliográfica y de campo, se puede determinar que la población del cantón Simón Bolívar crece a una tasa de 1.1% anual.

Por otro lado, el Cantón Simón Bolívar tiene una superficie de 291,8 Km² y una población cantonal 25.483 habitantes.

El mercado de referencia se define indicando tres macrosegmentos:

1.3. Funciones:

Dentro de las necesidades funcionales de este proyecto, se busca que los niños de Simón Bolívar reciban atención especializada a través de la implementación del servicio médico de pediatría dentro de la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe.

Con la implementación del área de pediatría se ofrece a los padres de familia quienes serían los beneficiarios indirectos de este servicio ya que pagarán por la posibilidad de ser atendidos por médicos especializados y equipamiento adecuado para tratar las enfermedades que puedan presentar sus hijos sin la necesidad de tener que transportarse a las grandes ciudades para esta atención médica.

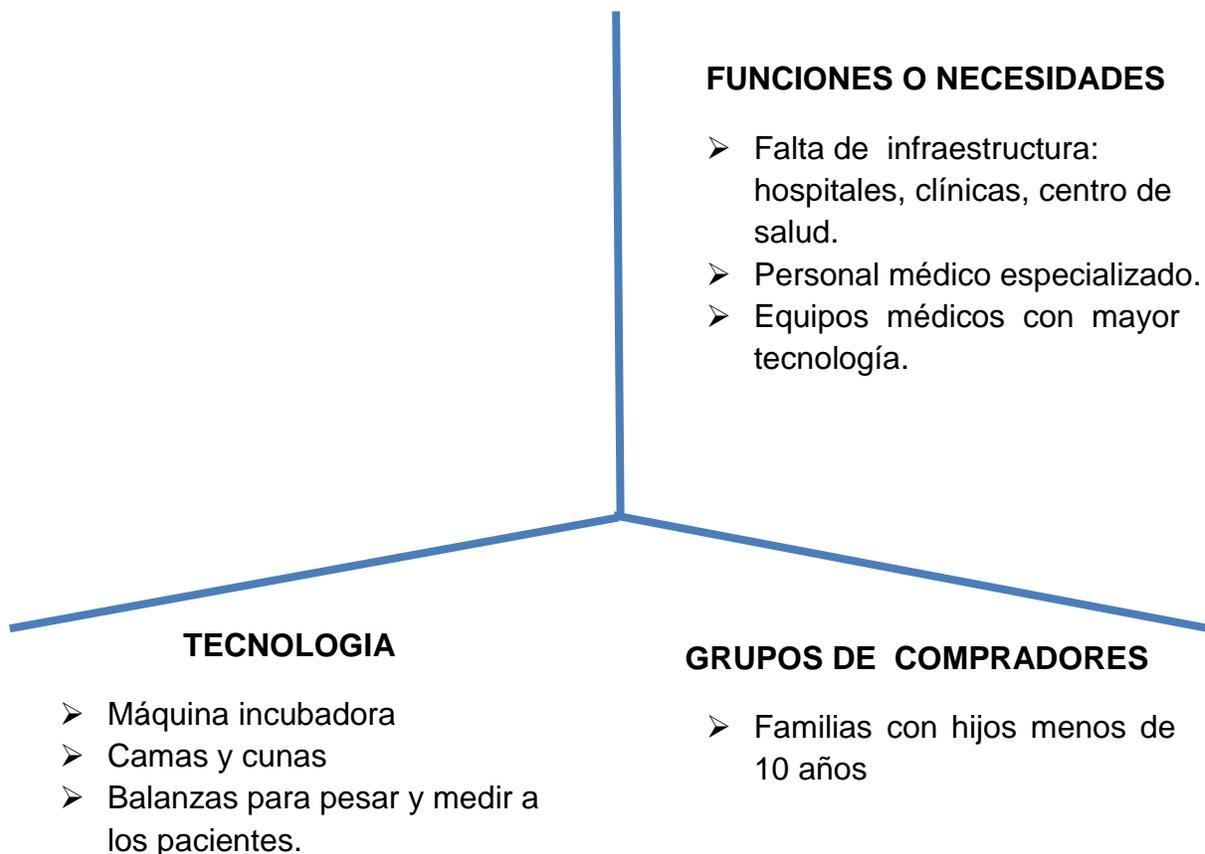
1.4. Grupo de compradores:

El grupo de compradores son los padres de Familia del Cantón Simón Bolívar y las zonas aledañas. Para nuestros consumidores, es beneficiosa la ubicación de este servicio de pediatría dentro de la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe porque les permitirá ahorrar tiempo y dinero al tener que transportarse a otras ciudades para que sus niños puedan ser atendidos. También el dinero que ahorren en transporte, lo podrá utilizar para la medicina necesaria para el tratamiento ambulatorio de sus hijos.

1.5. Tecnología

El Gobierno Nacional ha incrementado significativamente las asignaciones al área de la salud, por ejemplo, en el 2006 según datos del Ministerio de Salud Pública toda la red de hospitales registraron 16 millones de atenciones médicas, si comparamos estas cifras con las del 2012 los pacientes atendidos alcanzaron los 38 millones. Esto se debe a la creación de 22 nuevos hospitales y 24 que se encuentran en un proceso de remodelación, además tenemos que indicar que la inversión a realizarse por parte del ministerio incluye 950 centros de salud a nivel nacional con una capacidad de dos camas por cada mil habitantes.

GRÁFICO N° 1: Segmentación de Mercado



Elaborado por: Los autores

En lo referente al porcentaje de mortalidad de menores de un año, en lo que se refiere a enfermedades diarreicas se ha experimentado un significativo decrecimiento del 2007 al 2011 del 27.5% al 8% respectivamente.

Los hospitales que están en construcción según la planificación del SENPLADES poseen equipos con tecnología de punta, lo que garantiza la mejora en el servicio de salud.

1.6. Micro segmentación

Después de haber realizado la macro segmentación en el mercado, se procederá a un análisis más profundo de los subconjuntos con características semejantes con el fin de poder identificar a los consumidores potenciales.

Según José Nicolás Jany Castro (2009), la micro-segmentación consiste en identificar determinados grupos de personas. Las variables que se consideran en la micro segmentación son:

1.6.1. Segmentación Geográfica

En la segmentación de orden geográfica las variables que se consideran para establecer la ubicación de los clientes de mayor consumo son:

- Países
- Regiones
- Provincias
- Ciudades
- Poblaciones
- Idiomas
- Climas

TABLA Nº 2: VARIABLES GEOGRÁFICAS

Geográficas	Datos
País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Guayas
Clima	Tropical y fresco

Elaborado por: Los autores.

1.6.2. Segmentación demográfica

En la segmentación de carácter demográfico se consideran variables como edad, sexo, religión, nacionalidad con el objetivo de tener una idea de la población de nuestro mercado.

TABLA Nº 3: VARIABLES DEMOGRÁFICAS

Demográficas	Datos
Edad	0-65 años
Sexo	Femenino y Masculino
Religión	Indistinto
Nacionalidad	Ecuatoriana

Elaborado por: Los autores.

1.6.3. Segmentación socioeconómica

Dentro de las características socioeconómicas se consideran variables como ingresos de la población, instrucción y ocupación.

TABLA Nº 4: VARIABLES SOCIOECONÓMICAS.

Socioeconómica	Datos
Ingreso	\$ 340 a \$ 600
Instrucción	Primaria
Ocupación	Comerciantes y asalariados

Elaborado por: Los autores

1.6.4. Segmentación Psicográfica

Como variables psicográficas se considera clase social, personalidad y estilos de vida y valores de la población.

TABLA Nº 5: VARIABLES PSICOGRÁFICAS.

Psicográficas	Datos
Clase social	Media y baja
Estilos de vida y valores	Normal y altruista
Personalidad	Extrovertidos

Elaborado por: Los autores

1.6.5. Segmentación Conductual

Dentro de las variables conductuales se puede considerar beneficios buscados, tasa de uso y nivel de lealtad que tienen los consumidores.

TABLA Nº 6: VARIABLES CONDUCTUALES.

Conductuales	Datos
Beneficios buscados	Reducir tasa de mortalidad infantil
Tasa de uso	60%
Nivel de lealtad	45%

Elaborado por: Los autores

1.7. Perfil del Consumidor

El perfil de los consumidores que demandarán el servicio de pediatría de la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe son las familias que habitan en el cantón Simón Bolívar y cantones aledaños que tengan hijos menores de 10 años.

Los jefes de hogar de estas familias tienen un nivel de ingresos de entre \$340 a \$600 mensuales. Aquellas familias de escasos recursos económicos serán subvencionadas por la clínica mientras que los que sí tienen posibilidades tendrán que pagar un precio relativamente cómodo si consideramos los de la competencia.

CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Análisis PEST

Esta herramienta de análisis muy utilizada en la investigación de mercado nos permite determinar la evolución de las variables externas que pueden afectar el desenvolvimiento del proyecto que se piensa implementar, es decir, las variables que se analizarán a continuación no pueden controlarse porque responden a factores muy variados en los cuales los administradores de las empresas no pueden influir sino más bien adoptar medidas que mitiguen el impacto en la empresa.

2.1.1. Factor Político

El Gobierno de la Revolución Ciudadana invierte aproximadamente el 6.4% del Producto Interno Bruto en el área de la salud según fuentes del Banco Mundial.

Esto indica que el actual Gobierno tiene como política de Estado el mejoramiento de la salud pública pero a pesar de todos sus esfuerzos, la cobertura aún registra áreas de oportunidad para satisfacer las necesidades de las poblaciones que se encuentran alejadas de los polos de desarrollo.

Es por este motivo que para reducir las necesidades de la población del cantón Simón Bolívar se plantea la implementación del área pediátrica en la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe.

TABLA N° 7: PRODUCTO INTERNO BRUTO EN EL AREA DE SALUD

NOMBRE DEL PAÍS	2009	2010	2011	2012
Dinamarca	11,5	11,1	10,9	11,2
Djibouti	8,3	8,8	8,7	8,8
Dominica	5,0	6,0	6,0	5,9
Ecuador	7,1	7,2	6,9	6,4

Fuente: Banco Mundial, 2014

Elaborado por: Los autores

2.1.2. Factor Económico

Uno de los indicadores del nivel de actividad económica de un país es el PIB, el mismo que puede ser cuantificado mediante tres métodos: del gasto, del valor agregado y de los ingresos. En el gráfico N° 2 podemos observar que en el período comprendido de 1966 a 1980 el PIB creció en promedio 5.8% lo que significa que el boom petrolero de la década de los 70 lo que representó un ingreso de divisas bastante fuertes para el país.

En el período que se considera pre dolarización y que está comprendido entre 1980 a 1999, el desempeño del país fue relativamente bajo porque el PIB creció a una tasa promedio del 2.4% por lo que es fácil deducir que las asignaciones al área de la salud fueron poco significativas.

En la etapa de dolarización en el periodo comprendido entre el 2000 y el 2013 el PIB creció en promedio en 4.3% lo que nos permite inferir que el actual gobierno puede destinar una mayor cantidad de recursos a esta área.

Esto representa una gran amenaza para el proyecto porque un ente privado no tendría los recursos suficientes para competir contra el sector público de la salud que podría incrementar su cobertura si la evolución del PIB en los próximos años tiene una tendencia al alza.

2.1.3 Factor Social

2.1.3.1. Desempleo

El desempleo es una variable muy importante en la estructura del mercado laboral ecuatoriano. Este indicador alcanzó el 4.9% del total de la población económicamente activa (PEA) a diciembre del 2013. El análisis se tiene que complementar con la información de la tasa de subocupación que alcanza el 43.3%.

Este factor podría incidir en el nivel de ingresos de la población por la falta de recursos económicos, lo que significaría una afluencia cada vez menor a la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe y los consumidores de este servicio empiecen a demandar la oferta en salud que pone a disposición de los ciudadanos el gobierno de turno.

2.1.4 Factor tecnológico

Dado el nivel tecnológico de los hospitales, centros y sub-centros de la administración pública, este es de muy alto nivel. Lo que ha permitido que el Ecuador se sitúe en el puesto número veinte entre los países a nivel mundial en lo referente a la eficiencia en los cuidados de la salud según datos suministrados por Bloomberg.

TABLA N° 8: POSICIÓN DE EFICIENCIA EN CUIDADOS DE LA SALUD

RANK	COUNTRY	EFFICIENCY SCOTE	LIFE EXPECTANCY	GDP PER CAPITA	HEALTH-CARE COST PER CAPITA
18	MALAYSIA	52,8	74,3	3,3	346
19	FRANCE	52,3	81,7	12,5	4,952
20	ECUADOR	51,7	75,6	6,1	332

Fuente: (Bloomberg, 2014)

Elaborado por: Los autores

2.2. ANÁLISIS DE PORTER

El modelo estratégico elaborado en 1979 por Michael Porter se lo denomina *Modelo de las Cinco Fuerzas*, es un instrumento que sirve para analizar el microambiente de la empresa, es decir, determina el nivel de competencia que tendrá que enfrentar la empresa en un determinado mercado.

Este modelo plantea la existencia de cinco fuerzas: Amenaza de entrada de nuevos competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los consumidores, amenaza de servicios sustitutos y rivalidad entre competidores. A continuación aplicamos el modelo propuesto al análisis del mercado de salud pediátrica.

2.2.1 Amenaza de nuevos entrantes.

Los proyectos de construcción de Hospitales Públicos de tercer nivel por parte del Gobierno, es una amenaza importante para el proyecto porque se planea construir de acuerdo a lo planificado por el SENPLADES después de cinco años un hospital de tercer nivel en el Cantón Simón Bolívar, lo que significaría un competidor bastante fuerte para la clínica Nuestra Señora de Guadalupe que es de primer nivel.

2.2.2 Poder de negociación de los compradores.

Cuando se considera el poder de negociación de los clientes, en el análisis se está haciendo referencia si se puede pagar un precio por debajo del competitivo o de mercado. Debido a la falta de un centro de especialidades cercano y con atención las 24 horas. Esto determina un poder de negociación relativamente bajo de los consumidores.

2.2.3 Poder de negociación de los proveedores.

El poder de negociación de los proveedores es relativamente alto porque la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe se encuentra en un sitio distante de los canales de distribución de los laboratorios que pueden proveer de los medicamentos y los insumos médicos necesarios para desarrollar las actividades cotidianas de la mencionada clínica, esto repercute en los costos de los insumos y en su disponibilidad, si se comparan con los precios que se pueden obtener en la ciudad, donde se puede comprar las 24 horas del día, lo que se puede considerar como una desventaja que se tiene que enfrentar.

2.2.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos.

El nivel de sustitución del servicio es bastante alto porque en la actualidad existen centros y sub-centros en los cantones aledaños como: Babahoyo, Milagro, Yaguachi y Guayaquil; además con los existentes en el cantón Simón Bolívar que incluye a consultorios privados.

2.2.5 Rivalidad entre competidores.

En cuanto a la rivalidad entre los competidores está es relativamente baja porque la Clínica posee una mejor infraestructura en comparación con la competencia lo que hace se mantenga como pionera líder en este mercado, además de la atención esmerada con que se atiende a nuestros clientes.

2.3. Metodología de la investigación

Para el presente estudio se utilizará el método deductivo que consiste en partir de conceptos, principios y leyes obtenidos de la literatura especializada en el tema, para luego aplicarlos en casos particulares de investigación sobre la base de lo que ya se conoce.

Al aplicarse una inferencia estadística el método es de carácter cuantitativo porque recoge y analiza datos sobre determinadas variables, los mismos que son estudiados mediante técnicas como la observación, la entrevista o la encuesta. En el presente proyecto el método de recolección de datos es la encuesta.

2.3.1 Población

Se puede definir como población al conjunto de individuos que serán sujetos de nuestra investigación. Para el presente trabajo se tomará los datos arrojados por la encuesta realizada por el INEC en el último censo del año 2010. El cantón Simón Bolívar cuenta con 12.213 mujeres y 13.270 hombres, lo cual suman un total de 25.483 habitantes residentes en este cantón de la provincia del Guayas.

2.3.2 Muestra

A la muestra se la puede definir como una parte de la población que se toma como objeto de estudio. Si la población es pequeña no existe la necesidad de calcular una muestra, por lo tanto se debe aplicar la encuesta al total de la población. Si la población es mayor obviamente, no se puede trabajar con toda ella; es aquí donde hay la necesidad de tener una muestra. Las muestras se obtienen de manera probabilística, usando fórmulas estadísticas.

Una vez determinado el universo a estudiarse se procede a calcular la muestra, la misma que se la obtuvo con la fórmula estadística empleadas para poblaciones infinitas porque el universo es mayor a 30.000 unidades.

2.4 Tipo de muestreo aleatorio simple

Dado que conocemos los elementos de la población y cada uno de ellos tiene la posibilidad de ser elegido hemos elegido el muestreo aleatorio simple

2.4.1 Selección del tamaño de la muestra

Dada la fórmula, se procede a determinar el número de encuestas a realizar para que nuestra muestra sea significativa.

$$Z^2 = 3.8416$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$N = 25.483 \text{ Habitantes}$$

$$n = 378 \text{ encuestas}$$

Total de encuestas a realizarse son 378

2.5 Presentación de los resultados

A continuación se presenta el análisis de resultados de la investigación realizada para el análisis de las oportunidades.

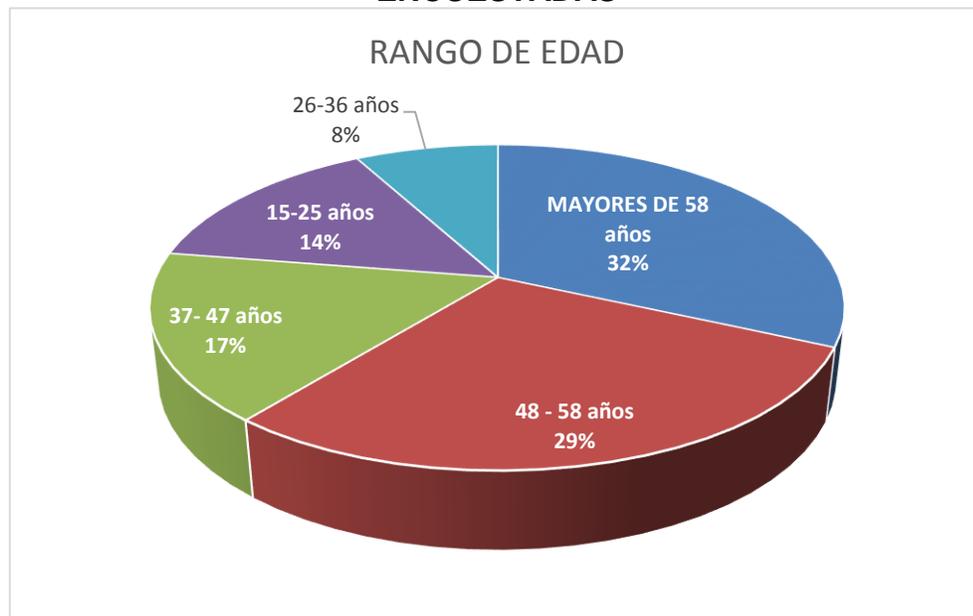
2.5.1 Análisis e interpretación de los resultados

2.5.1.1. Edades de los Encuestados.

TABLA Nº 9: DISTRIBUCIÓN EDADES ENCUESTADOS.

RANGO DE EDAD	Número	%
MAYORES DE 58	120	31,75%
48 – 58	110	29,10%
37- 47	63	16,67%
15-25	55	14,55%
26-36	30	7,94%
TOTAL	378	100,00%

GRÁFICO Nº 2: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EDADES ENCUESTADAS



Elaborado por: Autores.

En base a la encuesta aplicada a los pacientes que acuden a la clínica Nuestra Señora de Guadalupe, podemos observar que un 60,85% son personas de más de 48 años, seguido por un porcentaje del 16,67% de personas de entre 37 y 47 años. Este dato es lógico porque se supone que a medida que aumenta

la edad se presentan problemas asociados con nuestra salud y se tiene que acudir a centros médicos para cuidarse.

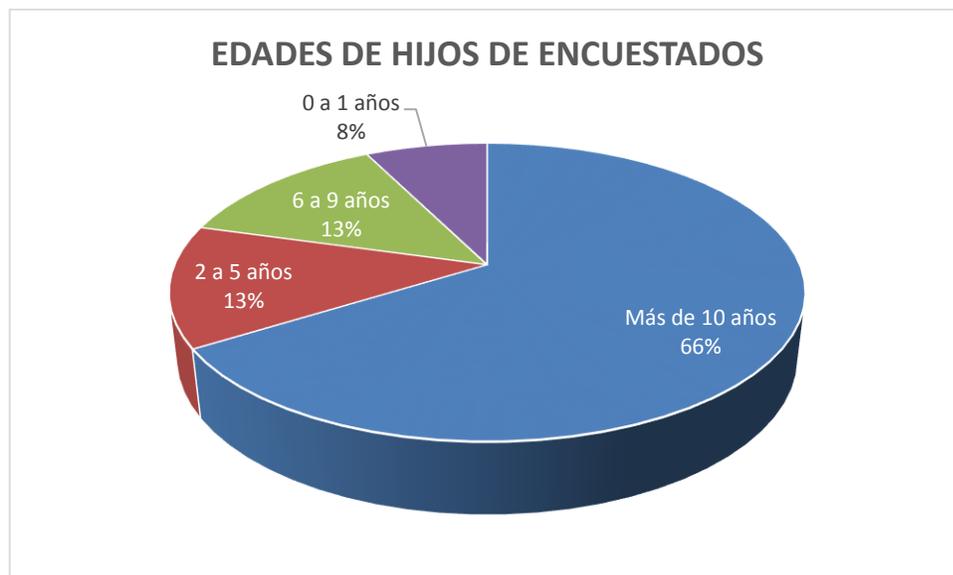
2.5.1.2. Edades de Hijos de los Encuestados.

TABLA N° 10: DISTRIBUCIÓN DE LAS EDAD DE HIJOS DE LOS ENCUESTADOS

Edades de los hijos	Número	%
Más de 10 años	250	66.14%
2 a 5 años	50	13.23%
6 a 9 años	50	13.23%
0 a 1 años	28	7.41%
TOTAL	378	100%

Elaborado por: Autores.

GRÁFICO N° 3: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LAS EDADES DE HIJOS DE LOS ENCUESTADOS



Elaborado por: Los autores

De acuerdo a lo datos que se observan en la tabla N° 10, el 7.41% de los encuestados respondieron que tenían hijos menores de un año y el 13.23% de 2

a 5 años; además un 13.23% respondieron que tienen hijos entre 6 y 9. Esta información nos permite determinar que para un 37.87% de los encuestados el departamento de pediatría que se piensa implementar es realmente importante.

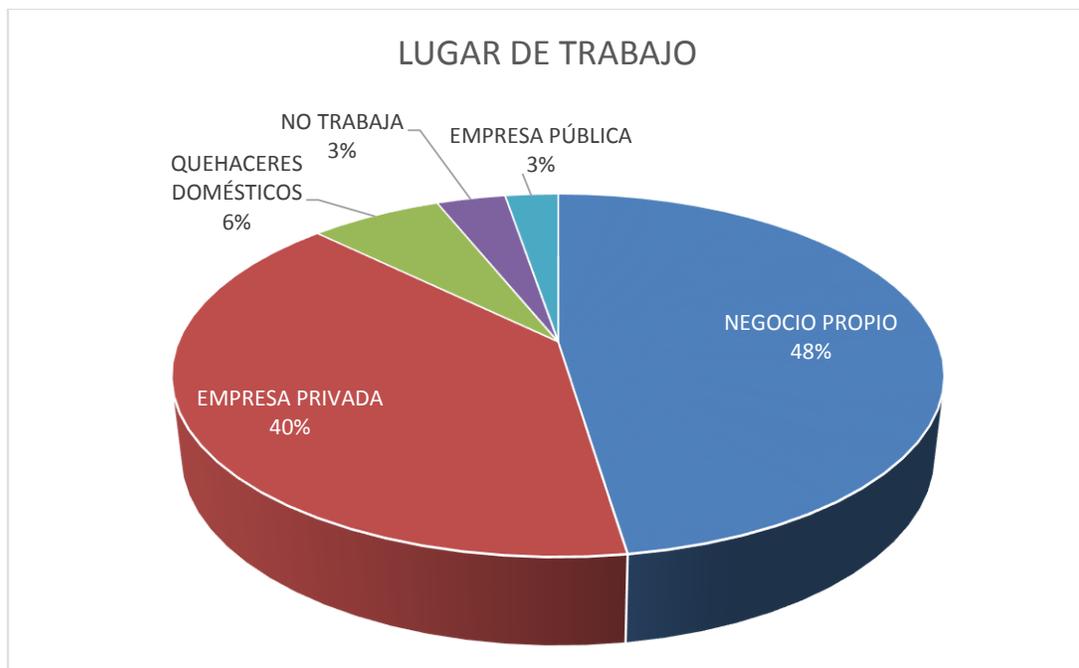
2.5.1.3. Lugar de Trabajo

TABLA Nº 11: DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS DE EMPRESA DONDE TRABAJAN LOS ENCUESTADOS

LUGAR DE TRABAJO	Número	%
NEGOCIO PROPIO	180	47.62%
EMPRESA PRIVADA	150	39.68%
QUEHACERES DOMÉSTICOS	25	6.61%
NO TRABAJA	13	3.44%
EMPRESA PÚBLICA	10	2.65%
TOTAL	378	100%

Elaborado por: Los autores

GRÁFICO Nº 4: REPRESENTACION PORCENTUAL DE LOS TIPOS DE EMPRESA DONDE TRABAJAN LOS ENCUESTADOS



Elaborado por: Los autores

La pregunta que se analiza a continuación tiene que ver con el lugar de trabajo. De acuerdo a lo datos que se observan en la tabla N° 11, el 47.62% de los encuestados tiene un trabajo propio mientras que el 39.68% trabaja en la empresa privada como datos más relevantes.

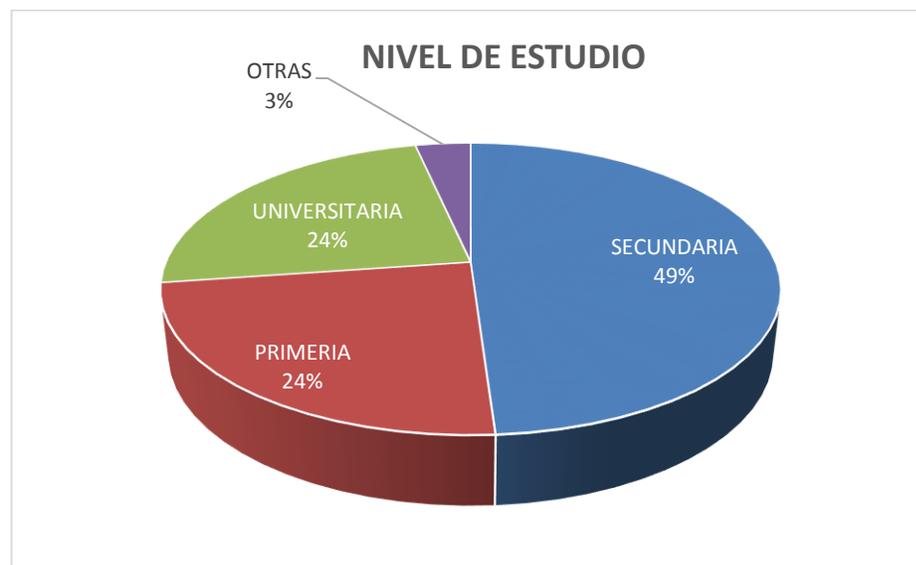
2.5.1.4. Nivel de Estudio de los Encuestados.

TABLA N° 12: DISTRUBUCION DE LOS NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS

NIVEL DE ESTUDIO	Número	%
SECUNDARIA	185	48.94%
PRIMERIA	90	23.81%
UNIVERSITARIA	90	23.81%
OTRAS	13	3.44%
TOTAL	378	100%

Elaborado por: Los autores

GRÁFICO N° 5: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LOS NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS



Elaborado por: Autores.

En lo referente al nivel de estudio, los datos revelaron que el 48,94% terminó sus estudios secundarios y un 23.81% posee estudios primarios. Un

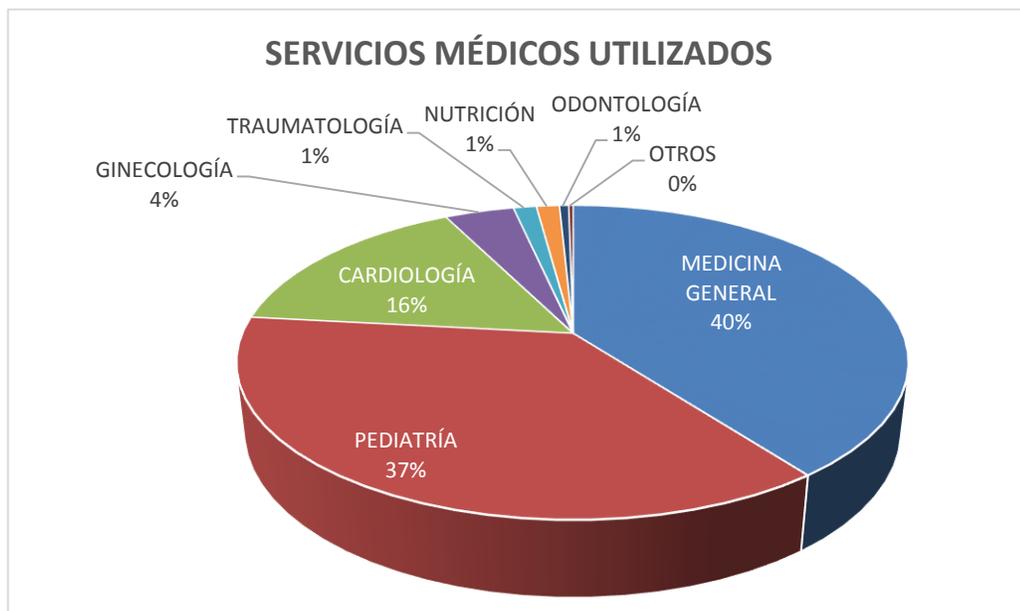
3.44% tiene cursos de manualidades lo que les permite obtener ingresos extras derivados de estas actividades. Como muestra la tabla N° 12, 72.75% tienen estudios secundarios en adelante lo que permitiría una mayor penetración de la información respecto a los métodos de salud preventiva.

2.5.1.5. Servicios Médicos Utilizados

TABLA N° 13: DISTRIBUCIÓN DE LOS SERVICIOS MEDICOS MÁS UTILIZADOS

SERVICIOS MÉDICOS UTILIZADOS	Número	%
MEDICINA GENERAL	150	39.68%
PEDIATRÍA	140	37.04%
CARDIOLOGÍA	60	15.87%
GINECOLOGÍA	15	3.97%
TRAUMATOLOGÍA	5	1.32%
NUTRICIÓN	5	1.32%
ODONTOLOGÍA	2	0.53%
OTROS	1	0.26%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO N° 6: REPRESENTACION PORCENTUAL DE LOS SERVICIOS MEDICOS MÁS UTILIZADOS



Elaborado por: Autores.

Con respecto a los servicios que demandan en la clínica Nuestra Señora de Guadalupe, la encuesta arroja los datos de la tabla N°13, donde se puede determinar una demanda de 37.04%, lo que para los planes del proyecto es muy alentador porque tenemos que considerar que el servicio no sólo sería para los moradores del cantón Simón Bolívar sino también para los cantones aledaños.

2.5.1.6. Lugar dónde recibe atención médica.

TABLA N° 14: DISTRIBUCIÓN DE LOS DIFERENTES LUGARES DONDE RECIBEN ATENCIÓN MEDICA LOS ENCUESTADOS

¿A DÓNDE ACUDE PARA RECIBIR ATENCIÓN MÉDICA?	Número	%
DISPENSARIO MÉDICO	151	39.95%
CONSULTORIO PRIVADO	147	38.89%
HOSPITAL PÚBLICO (FUERA DEL CANTÓN)	60	15.87%
CLÍNICA PRIVADA (FUERA DEL CANTÓN)	20	5.29%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO N° 7: REPRESENTACION PORCENTUAL DE LOS DIFERENTES LUGARES DONDE RECIBEN ATENCIÓN MEDICA LOS ENCUESTADOS



Elaborado por: Los autores

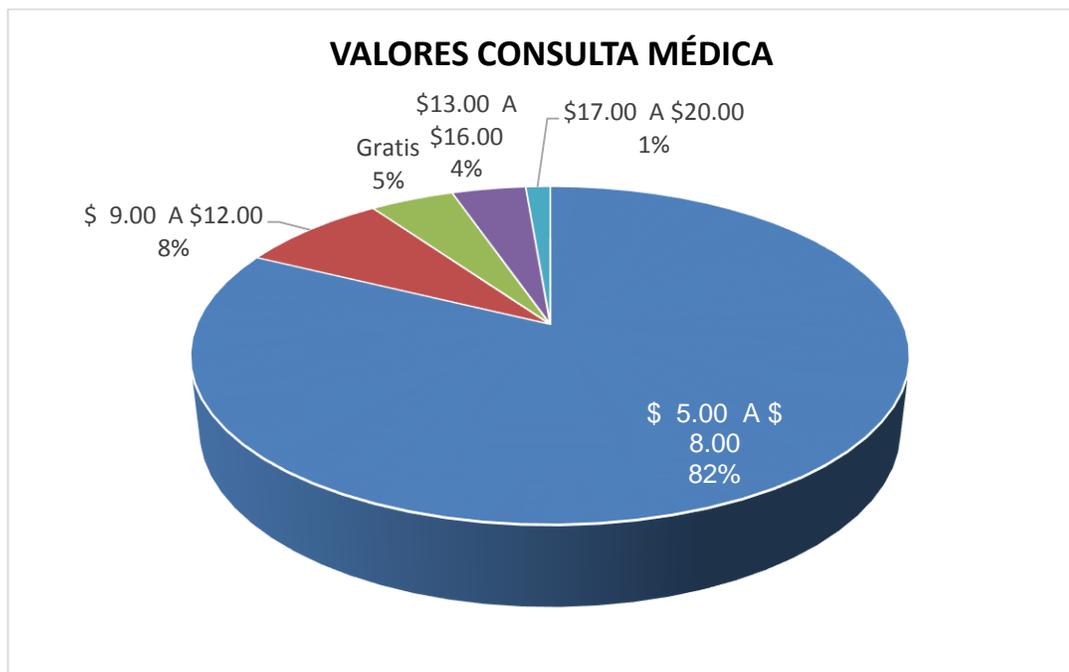
La tabla N° 14, muestra que los encuestados en un 39.95% prefiere acudir a un dispensario médico y en un 38.89% a un consultorio privado, lo que indica el grado de preferencias que tienen los consumidores de los servicios de salud. En este caso el porcentaje total sería de un 78.84%.

2.5.1.7. Valor que paga por consulta médica.

TABLA N° 15: DISTRIBUCIÓN DE LOS VALORES DE LAS CONSULTAS MÉDICAS

¿CUÁLES SON LOS VALORES QUE PAGA POR LA ATENCIÓN MÉDICA?	Número	%
\$ 5.00 a \$ 8.00	311	82.28%
\$ 9.00 a \$12.00	30	7.94%
Gratis	17	4.50%
\$13.00 a \$16.00	15	3.97%
\$17.00 a \$20.00	5	1.32%
TOTAL	378	100%

GRÁFICO N° 8: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LOS VALORES DE LAS CONSULTAS MÉDICAS



Elaborado por: Autores.

Según la tabla N°15, el 82% de los encuestados paga valores entre \$ 5 y \$ 8 por la atención médica que reciben, mientras que el 4.5 % desea obtener una consulta gratuita. Esta información permite determinar el precio que se podría fijar por la consulta médica pediátrica.

2.5.1.8. Razones por las que elige lugar de atención médica.

TABLA N° 16 : DISTRIBUCIÓN DE PORQUE RAZON ELIGEN LOS LUGARES DE ATENCIÓN MÉDICA

¿CUÁLES SON LAS RAZONES POR LA CUAL ELIGE LA ATENCIÓN MÉDICA EN LA CLÍNICA?	Número	%
Precio	80	21.16%
Atención las 24 horas	70	18.52%
Médicos	60	15.87%
Cercanía respecto al lugar donde vive	45	11.90%
Limpieza	40	10.58%
<i>Atención</i>	30	7.94%
<i>Servicio</i>	28	7.41%
Área de emergencia disponible	25	6.61%
TOTAL	378	100%

Elaborado por: Autores.

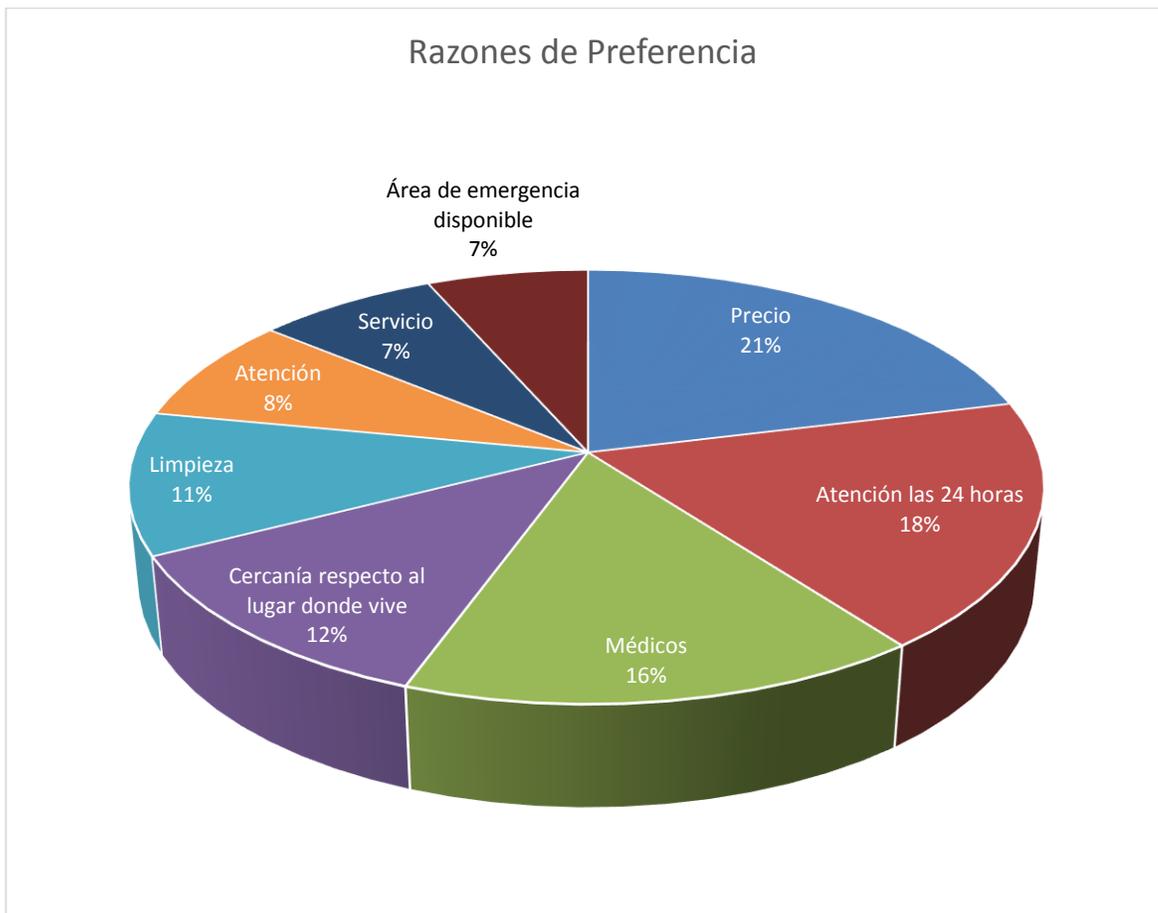
Interpretación:

La tabla N° 16, muestra las preferencias de los clientes de la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe por los servicios que ofrece, entre los factores que determinan esa preferencia se encuentran con un 21.16% el precio de la consulta que es de \$ 7 lo les parece bastante módica.

En segundo lugar, un 18.52% prefiere la atención las 24 horas del día, esto es importante para los clientes de la clínica porque si tiene alguna emergencia pueden acudir a la clínica con toda la seguridad de que serán atendidos.

En tercer lugar, el factor relevante para los clientes de la clínica son los médicos de la casa de salud que cuentan con la confianza de los pacientes, lo que se puede constatar por el 15.87% que arrojó la información de la encuesta realizada a cada uno de ellos.

GRÁFICO Nº 9: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE PORQUE RAZON ELIGEN LOS LUGARES DE ATENCIÓN MÉDICA



Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO III EL PRODUCTO O SERVICIO

En lo que se refiere al producto o servicio podemos acotar que es lo que el consumidor determina en función de su demanda que está relacionado con el precio del bien, el precio de otros bienes, el ingreso, gustos y preferencias, entre otras variables.

3.1 Descripción del producto o servicio a ofrecer.

La clínica Nuestra Señora de Guadalupe ofrecerá a los padres de familia del cantón Simón Bolívar el servicio médico pediátrico, el mismo que será de mucha utilidad para los niños menores de 10 años porque se reducirán las enfermedades retrovirales a las que los niños son más propensos.

El paciente solicita una consulta en el departamento de Estadística donde se realiza la apertura de una historia clínica con sus datos personales. Inmediatamente pasa a Enfermería donde es evaluado de acuerdo a la toma los signos vitales para posteriormente ser trasladada hasta el consultorio donde el médico verifica sus datos personales. Luego se pregunta el motivo de la consulta para que el médico general lo asigne a una casa de salud donde exista la especialidad que requiere dependiendo de los síntomas que presente. Por otro lado, si el paciente necesita un tratamiento ambulatorio se lo realiza en la Casa de salud o se lo envía a su domicilio.

Para ofrecer este servicio de pediatría, nuestra casa de salud tendrá que someterse a todas las exigencias del Ministerio de Salud Pública. La demanda de la casa de salud es de 5.489 niños entre 0 y 10 años, los mismos que

necesitan de este servicio para evitar problemas de salud y los padres de familia ahorraran dinero al no tener que trasladarse a casas de salud situadas en cantones aledaños.

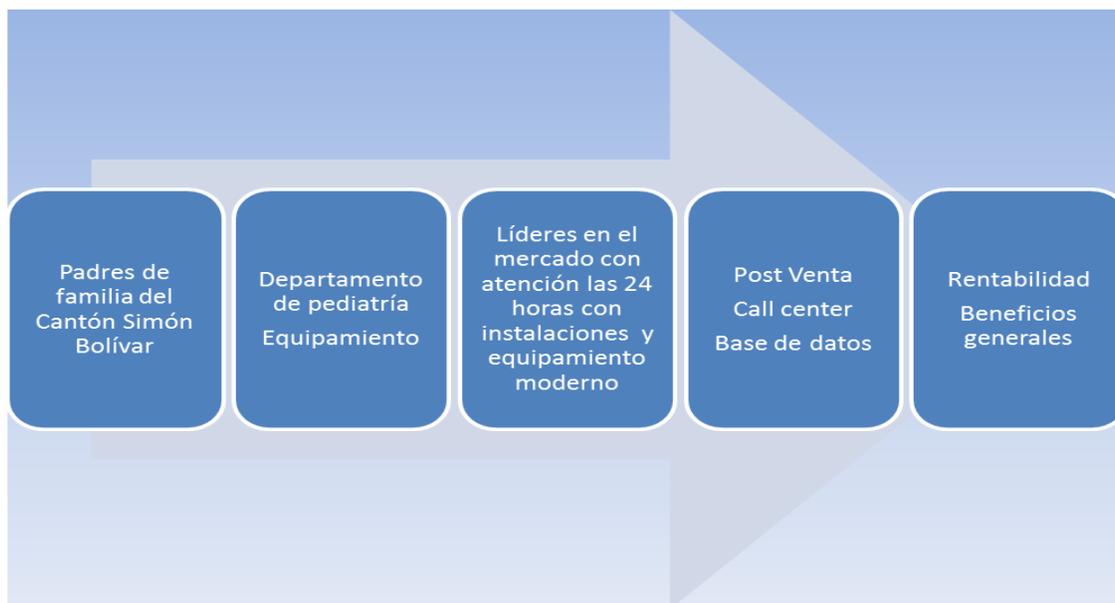
3.2 Aspectos regulatorios.

La Clínica Nuestra Señora de Guadalupe se acoge a todas las disposiciones y al marco regulatorio por el Ministerio de Salud Pública, lo que garantiza un servicio de primera calidad y un cuidado esmerado en la limpieza de las diferentes áreas de la institución. Esto evita que los pacientes que acuden a la mencionada clínica no contraigan virus que afecten su salud.

3.3. Cadena de valor

Según Philip Kotler y Kevin Lane cadena de valor es un instrumento para identificar el modo de generar más valor para los clientes.

GRÁFICO Nº 10: CADENA DE VALOR



Fuente: Phillip Klotler, Kevin Lane Keller, 2001, págs. 1-38
Elaborado por: Los autores

3.4. Análisis FODA

3.4.1. Fortalezas

- Infraestructura moderna con capacidad para cubrir la demanda insatisfecha.
- Líder en el mercado del Cantón Simón Bolívar con experiencia de seis años.
- Servicio de calidad y calidez; una excelente atención y servicios a nuestros pacientes.
- Atención las 24 horas en comparación a la competencia que no brinda este servicio.

3.4.2. Debilidades

- Dependencia de capital externo para mantener el negocio.
- Falta de Inversionistas privados.
- Falta de médicos especialistas en el área pediátrica que quieran colaborar con nuestro plan de negocios por estar ubicado en un sector distante a la ciudad.
- Pacientes que no pueden costear el servicio por ser personas de atención prioritaria.
- Falta de publicidad en sitios distantes (sector rural).

3.4.3. Oportunidades

- Posibilidades de llegar a los 72 recintos del Cantón Simón Bolívar.

- Posibles Instituciones donde se puede firmar convenios de cooperación como G.A.D.M, Ministerio de Salud Pública, BIESS, Escuelas y Colegios de la localidad.
- Charlas de capacitación en la competencia tales como. Sub centros, consultas particulares y toda institución ligada al sector salud.
- Captar pacientes de la competencia externa como son los Hospitales de Babahoyo, Milagro y Guayaquil.
- Captar los pacientes de la competencia que brindan un servicio de gratuidad.

3.4.4 Amenazas.

- Proyecto a largo plazo del Ministerio de Salud Pública en la construcción de un Hospital en la cabecera cantonal.
- Gratuidad en los sub-centros del Ministerio de Salud Pública en el servicio de pediatría.
- Gratuidad de medicina en los sub-centros de la localidad.

CAPÍTULO IV PLAN ESTRATÉGICO

De acuerdo con la información que se derivó del análisis FODA se puede definir la estrategia más apropiada para el servicio que se pretende implementar en la clínica. Según la opinión de Richard Stutely (2000), una estrategia es un mapa de caminos que indica el destino del proyecto y por qué medios se pretenden arribar al mismo, pero no cómo debemos conducirnos o cómo franquear los pequeños obstáculos que surjan en nuestro camino.

Por lo tanto, no se tiene que esperar que la estrategia nos indique que hacer, sino que marca el rumbo del proyecto. El objetivo de mercadeo de la nueva actividad que se está pensando implementar en la clínica Nuestra Señora de Guadalupe, consiste en alcanzar una mayor participación en el mercado mediante la difusión de un servicio de calidad.

El *servicio, calidad, cordialidad e imagen* deben ser los rasgos diferenciadores del servicio que se propone en el plan de negocios; además de la experiencia de la administración, la acogida de la comunidad del cantón Simón Bolívar, la tecnología.

4.1 Plan de ventas.

La Clínica Nuestra señora de Guadalupe ofrecerá su nuevo servicio de pediatría a los padres de familia del cantón Simón Bolívar, se dividirá por zonas para que las brigadas de información, den a conocer los detalles del nuevo servicio.

4.1.1 Fuerza de ventas

En lo referente a la fuerza de ventas no se contratará vendedores porque no es necesario, la promoción del servicio estará a cargo del personal de la clínica. Toda la estrategia de comercialización estará a cargo del Administrador accionista de la Clínica el cual tiene dentro de sus deberes llevar a cabo la implementación y la ejecución de las estrategias promocionales y de ventas.

4.2 MARKETING MIX

Para abordar el tema de Marketing Mix, se ha seguido en lo fundamental a Philip Kotler y Gary Armstrong (2001).

- Producto es un bien o un servicio que una organización ofrece a los consumidores.
- Precio es la disponibilidad monetaria que un usuario deben cancelar para obtener el servicio o producto.
- Plaza incluye las estrategias que la compañía, realiza para ofrecer el servicio o producto a los consumidores.
- Promoción son actividades que ofertan las ventajas del servicio o producto para que los consumidores meta lo adquieran.

(Phillip Klotler, Kevin Lane Keller, 2001, pág. 63)

4.2.1. Producto-Servicio

Nuevo servicio pediátrico en la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe en el Cantón Simón Bolívar.

4.2.2 Precio

El precio de la consulta se ha fijado de acuerdo al nivel socioeconómico de la población objetivo, los precios de mercado y los costos de la Clínica relacionados con la generación del servicio.

Es importante señalar que el resultado de las encuestas, se extrae como conclusión que en el mercado de salud los clientes están dispuestos a pagar por el servicio entre \$ 5 a \$ 8, por lo tanto, se decide fijar un precio de \$ 7 por la consulta pediátrica.

4.2.3 Plaza

La plaza indica dónde se ubica la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe es en el Cantón Simón Bolívar, para ofrecer el nuevo servicio de especialidades pediátricas con atención las 24 horas del día.

4.2.4 Promoción

Para la etapa de captación de clientes se prevé iniciar con un marketing de guerrilla a través del cual se pretende impactar fuertemente a los padres de familias que llevan a sus hijos a escuelas, colegios, guarderías, y en sus domicilios en diferentes recintos del Cantón.

4.2.5 Trípticos

Instrumentos que se dejarán en consultas médicas particulares, sub-centros, escuelas, colegios, a libre disposición.

4.2.6 Página Web

Mediante la página web de la Clínica los pacientes podrán conocer los servicios que brindamos vía on line.

4.2.7 Charlas a médicos

Exposición de nomas de cinco minutos efectivos como ayuda de un power point el administrador de la clínica buscara lograr la confianza del especialista y credibilidad en relación del servicio que se brinda. Se dejara trípticos en la consulta para que sean entregados al paciente.

4.2.8 Charlas

El administrador realizará charlas en sub-centros, escuelas, colegios, CNH, jardines infantiles, G.A.D.M, etc. De no más de 7 minutos efectivos de presentación apoyados con un power point ofreciendo el nuevo servicio médico pediátrico.

CAPÍTULO V

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

Introducción.

En este capítulo se muestra el estudio financiero que sirve para determinar de dónde provienen los fondos, a dónde se destinan y el período de recuperación de la inversión.

El estudio financiero contempla la inversión inicial, ingresos y costos, que permite evaluar económicamente el proyecto y determinar la rentabilidad del mismo utilizando herramientas como: el Valor Presente Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF).

5.1 Determinación de la inversión inicial.

En esta sección es necesario identificar los recursos que se utilizarán, establecer las cantidades y en base a esta información cuantificar la inversión requerida.

La inversión total se la puede definir como la suma de tres componentes básicos, la inversión fija que comprende la adquisición de los equipos, la segunda que tiene que ver con el capital de trabajo que es el dinero requerido para dar continuidad a las actividades de la clínica y en tercer lugar a lo relacionado con los gastos en permisos de funcionamiento.

En la tabla N° 17 se refleja en detalle lo requerido como inversión inicial es de 12.510 dólares para iniciar las operaciones en la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe en lo que se refiere al área de pediatría.

TABLA Nº 17: DETALLE DE INVERSIONES

Concepto	Inicial
<u>Equipos de Cómputo</u>	
01 Computadora	1,050
01 Impresora	350
Total Equipos de Cómputo	1,400
<u>Edificios e instalaciones</u>	
01 aire acondicionado	1,200
01 lámpara cuello de ganzo	72
01 televisor	1,200
01 Calculadora	24
01 escritorio	250
03 sillas	160
Total Edificios e Instalaciones	2,906
<u>Equipos y maquinarias</u>	
02 termocunas estáticas	4,000
01 termocuna de transporte	2,500
02 estetoscopios pediátricos	156
01 linterna	28
02 cintas métricas	4
01 chailón de valoración	200
03 porta sueros	210
01 Balanza para peso y talla	350

02 equipos de diagnóstico	130
03 camillas pediátricas	450
Total Equipos y maquinarias	8,028

Pre-operacionales	
Permiso de funcionamiento	56
Patentes municipales	120
Total Pre-operacionales	176

Total	12,510
Total sin Pre-Operacionales	12,334

Elaborado por: Los autores

5.2 Fuentes de financiamiento

La inversión inicial que requiere el proyecto será cubierta en un 100% con capital propio que tiene como fuente los ahorros personales del accionista y Administrador de la Clínica.

5.3 Presupuesto de Ingresos y Costos

Para la proyección de los ingresos se ha considerado que mensualmente atenderemos a 400 niños menores de 10 años en la consulta pediátrica que multiplicado por el precio que hemos determinado en base a las encuestas será de 7 dólares. Esperamos un crecimiento de la demanda de 5% anualmente como se muestra en la tabla N° 18

TABLA Nº 18: INGRESOS PROYECTADOS

INGRESOS PROYECTADOS					
Productos	1	2	3	4	5
Cantidades (En Unidades)					
Consulta pediatría	4.800	5.280	6.072	7.296	9.120
Total	4.800	5.280	6.072	7.296	9.120
Precio Unitario (En US\$)					
Consulta pediatría	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Total	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Ingresos (En US\$)					
Consulta pediatría	33.600	36.960	42.504	51.072	63.840
Total	33.600	36.960	42.504	51.072	63.840

Elaborado por: Los autores

En lo referente a la estructura de costos del proyecto se estima que en el primer año sea de 19.685 dólares. Si esto lo dividimos para 4.800 dólares, el costo unitario será de \$4,10, luego suponemos que en los siguientes años habrá un incremento del 7% debido a factores inflacionarios.

TABLA Nº 19: COSTOS PROYECTADOS

COSTOS PROYECTADOS					
Productos	1	2	3	4	5
Cantidades (En Unidades)					
Consulta pediatría	4.800	5.280	6.072	7.296	9.120
Total	4.800	5.280	6.072	7.296	9.120
Costo Unitario (US\$)					
Consulta pediatría	4,10	4,59	4,96	5,14	5,14
Total	4,10	4,59	4,96	5,14	5,14
Costos (En US\$)					
Consulta pediatría	19.685	24.232	30.115	37.524	46.891
Total	19.685	24.232	30.115	37.524	46.891

Elaborado por: Los autores

Comparando la proyección de ingresos y costos podemos deducir de acuerdo que el proyecto reporta un beneficio positivo porque sus ingresos con mayores que sus costos, lo que garantiza un flujo para que el negocio pueda continuar los próximos años.

5.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se define como el número de unidades dónde el negocio tiene iguales los ingresos y costos son iguales, y la utilidad es \$0. A continuación se presenta el cálculo para los próximos cinco años.

TABLA N° 20 : PUNTO DE EQUILIBRIO

Consulta pediatria	1	2	3	4	5
Precio Unitario (En US\$)	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Costo Variable Unitario (En US\$)	2,65	3,21	3,70	4,04	4,21
Costo Fijo Total (En US\$)	6.960	7.308	7.673	8.057	8.460
Punto de Equilibrio (unidades - año)	1.601	1.926	2.323	2.721	3.037
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	133	161	194	227	253

Elaborado por: Los autores

Según el cálculo del punto de equilibrio que se muestra en la tabla N°20. El proyecto necesita anualmente atender mínimo 133 niños. Lo que garantiza cubrir los costos fijos así como los variables. En el segundo año se va a necesitar 161, para el tercer 194, el cuarto 227 y en el quinto 253.

Estos cálculos reportan que el proyecto no necesita una afluencia demasiado alta para dejar una rentabilidad.

5.5 Factibilidad financiera

Este análisis se basa en el flujo de fondos que contempla todos los aspectos desarrollados a lo largo del plan de negocios. Su preparación requiere la elaboración de una lista de los ingresos y egresos de fondo ordenados de forma cronológica.

Un supuesto que se tiene que tomar en cuenta es el de incluir en el flujo de fondos aquellos ingresos y egresos que están directamente relacionados con el proyecto.

El horizonte temporal del planeamiento será el tiempo en el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se tiene que elaborar el flujo de fondos. En el presente proyecto hemos considerado un horizonte temporal de 5 años.

5.5.1 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Presente Neto es una herramienta financiera que nos permite determinar si el proyecto es aceptable o no para realizar la inversión, es un valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados en el futuro y la inversión inicial.

TABLA N° 21: EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

	0	1	2	3	4	5
Flujos de caja	\$ -12.510	\$ 9.125	\$ 8.199	\$ 7.935	\$ 9.100	\$ 11.753
Flujo de caja acumulado		\$ -3.385	\$ 4.814	\$ 12.750	\$ 21.850	\$ 33.603
Valor de Salvamento						\$ 6.194
Flujo de caja acumulado + Valor de Salvamento	\$ -12.510	\$ -3.385	\$ 4.814	\$ 12.750	\$ 21.850	\$ 39.796
Tasa de Descuento						18%
VAN						\$ 13.430

Elaborado por: Los autores

Es importante señalar que la tasa mínima aceptable de rendimiento es del 18%, donde se considera el riesgo y el costo de oportunidad y la inversión. En nuestro caso el Valor presente neto del proyecto es de \$13.430, lo que demuestra que el proyecto es viable.

5.5.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Una vez obtenido el Valor presente neto se procede a calcular la TIR para determinar el porcentaje de rentabilidad que nos da el proyecto comparado con la Tasa mínima aceptable de rendimiento con la cual

fueron descontados los flujos de fondos. Para el presente proyecto, la TIR es del 65%, lo que en un esquema de dolarización es un rendimiento muy atractivo.

5.5.3 Análisis de sensibilidad

TABLA N° 22: EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

	0	1	2	3	4	5
Flujos de caja	\$ 19.340	\$ 8.743	\$ 7.817	\$7.553	\$ 8.718	\$11.371
Flujo de caja acumulado		\$ -10.597	\$ -2.781	\$4.772	\$13.490	\$ 24.861
Valor de Salvamento						\$ 9.609
Flujo de caja acumulado + Valor de Salvamento	\$ -19.340	\$ -10.597	\$-2.781	\$4.772	\$13.490	\$34.469
Tasa de Descuento						15%
VAN						8.196
TIR						34%
Año de recuperación						3

Elaborado por: Los autores

En este análisis se planteó un escenario donde la inversión inicial es de \$19.340 lo que provocó una disminución en el VAN que se situó en \$8.196 y con una TIR del 34%. A pesar de ese incremento en la inversión el proyecto sigue siendo rentable aunque el periodo de recuperación se incrementó de 2 a 3 años.

5.5.4 Período de recuperación

De acuerdo a los flujos de caja netos del proyecto la inversión inicial se podrá recuperar en un horizonte temporal de 2 años.

CAPÍTULO VI. RESPONSABILIDAD SOCIAL

6.1 Base Legal

Unos de los procesos complejos es el mejoramiento y fortalecimiento de la calidad de vida determinado por varios derechos de los ciudadanos y ciudadanas como son: la salud, la educación, la alimentación, la vivienda, el ocio, la recreación entre otros.

Según el Gobierno Nacional, todas las necesidades de los habitantes incluyendo el servicio de salud deben ser atendidas de una manera justa y equitativa sin discriminación de ningún índole ya sea por color, raza, religión o cultura para así cumplir uno de los objetivos del plan del buen vivir.

Es por esto la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe en el tiempo que permanece brindando un servicio médico las 24 horas del día como una Institución de salud de primer nivel siempre ha cumplido con todas las normas, procedimientos ya sea de equipamiento, talento humano e instalaciones, para de esta manera brindar el servicio antes mencionado a la comunidad del cantón Simón Bolívar.

Se propone que el personal permanezca en constante capacitación, cuente con equipos de última tecnología y las instalaciones amplias, nuevas y cómodas todo esto para crear un ambiente agradable y así poder brindar un servicio de calidad y calidez y de esta manera contribuir al plan del buen vivir.

6.2 Medio Ambiente

El impacto negativo que ocasionará en el medio ambiente será significativo ya que los desechos médicos que resulten de este plan de negocios tendrán un adecuado reciclaje como lo indica el Ministerio de Salud Pública.

6.3 Beneficiarios directos e indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir

Los beneficios de un trabajo directo impulsados por el dueño de la Clínica Nuestra Señora de Guadalupe permite el respaldo a familias del sector urbano y rural del Cantón Simón Bolívar siendo beneficiadas 30 familiares de los cuales su representante trabajan en la Institución y por ende mantienen una independencia económica ellos también son beneficiados del nuevo servicio médico pediátrico que se pretende brindar.

Los pacientes y empleados también reciben charlas de motivación, prevención concientización todo esto ayuda a mejorar la calidad de las personas involucradas en este plan de negocios y así aportar al plan del buen vivir en las familias y mejorar la situación económica del país.

6.4 Conclusiones y Recomendaciones

Sin lugar a dudas queda claro que el Cantón Simón Bolívar tienen la necesidad de un nuevo servicio médico pediátrico que se pretende comercializar por tal motivo se debe cumplir con los objetivos expuestos en este plan de negocios que va directamente los padres de familias y consumidores los niños menores de 10 años.

A pesar de que en el mercado existen instituciones que brindan el servicio pero carecen de atención las 24 horas estaremos preparados para servir al paciente en cuanto lo requiera, esperando que en el primer año captar o fidelizar a nuestros pacientes con un servicio de calidad.

Se recomienda que en el primer año el precio se mantenga para de esta manera poder fidelizar a los pacientes internos y externos y ellos sean los portavoces de nuestra atención.

Se propone seguir dictando diferentes charlas de prevención, motivación entre los principales, en las diferentes zonas urbanas, rurales, establecimiento público y privados del Cantón.

Mantener en constante capacitación al personal que labora en la Clínica de esta manera mantenerlos motivados. El plan de negocios según las actividades de investigación realizadas es viable y rentable en términos económicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial. (5 de Julio de 2014). Obtenido de datos.bancomundial.org/indicador/SH.XPD.TOTL.ZS/countries
- Bloomberg. (15 de Julio de 2014). Obtenido de www.bloomberg.com
- Eruditos. (5 de Julio de 2014). Obtenido de http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Cant%C3%B3n_Sim%C3%B3n_Bolívar_por_edad
- INEC. (30 de Julio de 2014). Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec
- Ministerio de Salud. (4 de Agosto de 2014). Obtenido de www.salud.gob.ec
- Phillip Kotler, Kevin Lane Keller. (2001). Marketing. México: Octava Edición.
- Promonegocios. (22 de Julio de 2014). Recuperado el 22 de Julio de 2014, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>