



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA

**PROPUESTA DE UN ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA
APERTURA DE UN CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA EN
EL SECTOR DE MUCHO LOTE 2 UBICADO EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL**

Autora: Ortiz Ayala Cristina Margarita

Tutor: Econ. Andrés Freire Paredes

Guayaquil, Ecuador

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios que es el pilar fundamental en mi vida, a mis padres Margarita y Victor, a mi esposo, a mi hermano y familia quienes son mis fuentes de inspiración y apoyo en cada uno de mis proyectos.

Cristina Margarita Ortiz Ayala

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por cada una de las bendiciones recibidas, a mi familia y esposo por confiar en mí y apoyarme.

Por otra parte, quiero agradecer a mi tutor Econ. Andrés Freire Paredes por la orientación entregada en este proceso, y a todos mis profesores que a lo largo del camino me han brindado su conocimiento permitiéndome crecer tanto profesional como personalmente.

Cristina Margarita Ortiz Ayala



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Proyecto de investigación nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el Tema: “Propuesta de un estudio de pre factibilidad para la apertura de un consultorio de medicina alternativa en el sector de Mucho lote 2 ubicado en la ciudad de Guayaquil” y problema de investigación: ¿Cómo identificar la demanda de servicios de medicina alternativa que permita establecer la viabilidad comercial para la apertura de un consultorio ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil, en el sector de Mucho Lote 2, en la provincia del Guayas, para el año 2020? presentado por Cristina Ortiz como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo que cumple con los requisitos establecidos, en el metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Ortiz Ayala Cristina Margarita

Tutor:

Econ. Andrés Freire Paredes

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE
TITULACIÓN



Yo, **ORTIZ AYALA CRISTINA MARGARITA** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación "PROPUESTA DE UN ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN CONSULTORIO DE MEDICINA ALTERNATIVA EN EL SECTOR DE MUCHO LOTE 2 UBICADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL" de la modalidad de **Semipresencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

ORTIZ AYALA CRISTINA MARGARITA

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 1718363201



Factura: 002-002-000053988



20210901040D01369



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20210901040D01369

Ante mí, NOTARIO(A) LUIS CARLOS AVILA STAGG de la NOTARÍA CUADRAGÉSIMA, comparece(n) CRISTINA MARGARITA ORTIZ AYALA portador(a) de CÉDULA 1718363201 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil UNION LIBRE, domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE: quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede AUTORIZACION, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial». El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 15 DE JULIO DEL 2021, (10:12).


CRISTINA MARGARITA ORTIZ AYALA
CÉDULA 1718363201


NOTARIO(A) LUIS CARLOS AVILA STAGG
NOTARÍA CUADRAGÉSIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB-U.

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TEMA:**

Propuesta de un estudio de pre factibilidad para la apertura de un consultorio de medicina alternativa en el sector de Mucho Lote 2 ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Autor: Ortiz Ayala Cristina Margarita

Tutor: Econ. Andrés Freire Paredes

Resumen

Con relación al desarrollo del presente trabajo investigativo, se determina que este presenta como principal objetivo el desarrollo de un estudio de prefactibilidad que evalúe la creación de un consultorio de medicina alternativa, para esto como precedente se llevó a cabo la estipulación teórica de los elementos que componen un estudio de prefactibilidad, de manera que funcionen como base de conocimiento para las personas. Posteriormente se estipula el desarrollo de la metodología correspondiente a la investigación, donde como principal hito se realiza una breve descripción de la empresa a crearse para posterior presentar el diseño y la tipología de la investigación, así mismo se determina la población y muestra a considerarse, misma que fue evaluada mediante encuestas para la obtención de información relevante para la investigación y sirvan de aporte para la generación de la propuesta. Bajo el contexto de la propuesta, se realizó el informe de prefactibilidad abarcando el desarrollo de los principales puntos, entre los que se encuentra el estudio de mercado, estudio técnico, plan de marketing y estudio financieros, siendo este último mediante la utilización de indicadores de rentabilidad el que determina la factibilidad del proyecto.

Palabras claves: Estudio de prefactibilidad, medicina alternativa, análisis financiero



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TEMA:**

Propuesta de un estudio de pre factibilidad para la apertura de un consultorio de medicina alternativa en el sector de Mucho Lote 2 ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Autor: Ortiz Ayala Cristina Margarita

Tutor: Econ. Andrés Freire Paredes

Abstract

In relation to the development of this investigative work, it is determined that this presents as its main objective the development of a pre-feasibility study that evaluates the creation of an alternative medicine clinic, for this, as a precedent, the theoretical stipulation of the elements that make up a pre-feasibility study, so that they function as a knowledge base for people. Subsequently, the development of the methodology corresponding to the research is stipulated, where as the main milestone a brief description of the company to be created is made to later present the design and type of research, likewise the population and sample to be considered is determined, it was evaluated through surveys to obtain relevant information for the research and serve as input for the generation of the proposal. Under the context of the proposal, the pre-feasibility report was made covering the development of the main points, among which is the market study, technical study, marketing plan and financial study, the latter being through the use of indicators of profitability which determines the feasibility of the project.

Keywords: Pre-feasibility study, alternative medicine, financial analysis

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	IV
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
CAPITULO I	1
EL PROBLEMA	1
Planteamiento del problema	1
Ubicación del problema en un contexto	2
Situación conflicto	4
Causa y efecto	4
Formulación del problema	6
Delimitación del problema	6
Variables de la investigación	6
Evaluación del problema	6
Delimitado	6
Claro	7
Evidente	7
Factible	8
Original	8
Concreto	9
Objetivos de la investigación	9
Objetivo general	9

Objetivos específicos	9
Justificación e importancia	10
CAPITULO II	12
MARCO TEÓRICO	12
Antecedentes históricos	12
Antecedentes referenciales	14
Marco Teórico	18
Estudio de factibilidad	18
Plan de negocios	18
Estudio de mercado	20
Análisis situacional	21
Análisis FODA	22
Plan de marketing	23
Marketing de salud	25
Análisis técnico	27
Análisis financiero	29
Balance general	30
Estado de resultado	31
Estado de flujo de efectivo	31
Fundamentación legal	32
Variables de la investigación	34
Variable independiente: Demanda	34
Variable dependiente: Viabilidad comercial	35
Definiciones conceptuales	35
Entrevista a especialistas	37
CAPITULO III	39
METODOLOGÍA	39
Presentación de la empresa	39
Diseño de la investigación	40
Tipo de investigación	41

Población y muestra	41
Procedimiento de la investigación	44
Técnicas y herramientas de investigación	45
CAPÍTULO IV	46
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	46
Presentación de resultados	46
Propuesta	56
Título de la propuesta	56
Justificación de la propuesta	56
Desarrollo de la propuesta	56
<i>Estudio de mercado</i>	57
<i>Estudio técnico</i>	64
<i>Plan de marketing</i>	79
<i>Estudio financiero</i>	83
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	97
BIBLIOGRAFÍA	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama causa y efecto	5
Figura 2 Genero	46
Figura 3 Edad	47
Figura 4 Atención medica frecuente	48
Figura 5 Sufre de enfermedad	49
Figura 6 Gasto aproximado	50
Figura 7 Uso de medicina alternativa.....	51
Figura 8 Resultados favorables	52
Figura 9 Tipos de medicina.....	53

Figura 10 Disposición de pago.....	54
Figura 11 Optar por el servicio.....	55
Figura 12 PIB de Ecuador.....	59
Figura 13 Indicador de uso de internet	61
Figura 14 Organigrama.....	66
Figura 15 Proceso de atención	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Genero.....	46
Tabla 2 Edad	47
Tabla 3 Atención medica frecuente.....	48
Tabla 4 Sufre de enfermedad.....	49
Tabla 5 Gasto aproximado	50
Tabla 6 Uso de medicina alternativa.....	51
Tabla 7 Resultados favorables	52
Tabla 8 Tipos de medicina	53
Tabla 9 Disposición de pago	54
Tabla 10 Optar por el servicio	55
Tabla 11 Gerente General.....	66
Tabla 12 Asesor contable.....	68
Tabla 13 Asesor comercial.....	69
Tabla 14 Terapistas tratantes.....	70
Tabla 15 Precios.....	80
Tabla 16 Estrategia de promoción.....	81
Tabla 17 Desglose de activos fijos	83
Tabla 18 Inversión de activos fijos.....	84
Tabla 19 Desglose de capital de trabajo.....	85

Tabla 20 Inversión de capital de trabajo	86
Tabla 21 Inversión inicial	86
Tabla 22 Financiamiento.....	87
Tabla 23 Pago de intereses y capital.....	87
Tabla 24 Costos operativos	88
Tabla 25 Proyección de costos operativos	88
Tabla 26 Gastos	88
Tabla 27 Proyección de gastos.....	89
Tabla 28 Ingresos	90
Tabla 29 Ingresos	90
Tabla 30 Estado de situación financiera.....	91
Tabla 31 Estado de resultado	92
Tabla 32 Estado de flujo de efectivo	93
Tabla 33 Cálculo de TMAR.....	95
Tabla 33 Calculo de VAN y TIR.....	95

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

En la actualidad, es frecuente encontrar a microempresas de servicios que una vez empezadas sus operaciones se dan cuenta que el servicio ofertado no tiene el nivel de impacto deseado, ya sea por el grupo al que va dirigido, la ubicación o las condiciones en las que se desarrolla.

Es importante antes de iniciar un negocio, sea grande o pequeño, se puede realizar un estudio de pre factibilidad que permita un análisis preliminar del servicio que se quiere ofertar determinando si es viable implementarlo.

Según Tomson (2009), citado por Tapia y Granizo (2017) señala que la preparación del proyecto consiste en un proceso que establece estudios de viabilidad técnica, económica, financiera, social, ambiental y legal con el propósito de recolectar información para la elaboración del flujo de caja del proyecto. Con base a ello, se destaca que las entidades empleadoras de proyectos deben realizar el estudio de pre factibilidad para sus proyectos de inversión y para su proceso, se deben aplicar metodologías basadas en la preparación y evaluación de proyectos.

Un estudio de factibilidad es realizado con el fin de conocer el impacto que puede llegar a tener un negocio en el medio y si los resultados que obtendrá serán positivos o negativos, sirviendo de sustento para la aplicación implementación; de este modo, se destaca lo expuesto por Varela: “Se entiende por viabilidad las posibilidades de llevar a cabo un determinado proyecto.” (Cacao & Pihuave, 2017; p. 3). Por consiguiente, se acentúa que un estudio de factibilidad es definido como un análisis comprensivo de resultados financieros, económicos y sociales de una inversión; todo ello, para generar una evaluación integral que abarque los aspectos de mercado, desde la ejecución de los elementos que componen el estudio de

factibilidad, cuyos elementos permiten evaluar la pertinencia, sostenibilidad y viabilidad de una oportunidad de negocio.

Ubicación del problema en un contexto

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Ecuador forman parte del grupo más grande e importante, según su número, del tejido empresarial del país, lamentablemente en los últimos años se ha detectado que un gran número de microempresas cierran sus operaciones por diferentes factores, la mayoría de los mismos pudieron ser prevenidos antes de la apertura del negocio.

Ello se debe a las inadecuadas gestiones, las cuales direccionan al fracaso de las pymes. Una de las principales causas ante los fracasos es la creación de empresas por razones equivocadas, familia, tiempo y la presión sobre los fondos; carencia de responsabilidad financiera e inexistencia de un enfoque claro. Según la autora Balcázar (2015) muestra uno de los factores significativos que influyen en este tipo de fracasos; a continuación, se detallan una de las más principales:

- Ineficiente plan de negocios: El desarrollo de un plan de negocio es de suma importancia porque permite especificar el monto de la inversión, la fuente de financiamiento, la estructura organizacional y el modelo de negocio en el cual se sustenta la empresa. Este es una de las principales razones por el que las PYMES pierden de vista sus metas y se tornan vulnerables ante factores negativos que propician su insostenibilidad.
- Insuficiencia de capital: Si no se cuenta con fuentes de financiamiento, las pymes inician operaciones con limitado capital, permitiéndoles solo sobrevivir en el mercado en un corto periodo de tiempo.

- Mal uso del financiamiento: Con recursos financieros insuficientes, existe una propensión de los propietarios a asignar recursos para pagar préstamos personales.
- Déficit en habilidades por parte de la gerencia: Al no contar con las habilidades empresariales desde la fase inicial de la Pyme, esto conlleva al fracaso del negocio por no llevar una adecuada gestión.

Por lo antes expuesto es importante que previo a la apertura de una microempresa de servicios se desarrolle un estudio de pre factibilidad porque ello permite la obtención de varios beneficios para la operatividad del negocio como tal. Para ello, se enfatiza sobre lo señalado en la página 21 Getty (2016) quien denota que el estudio de pre factibilidad permite:

- Recopilar información: Es necesario recolectar información del mercado para conocer su comportamiento y con ello estimar las proyecciones que se manejan para el mismo, cuyos datos son de utilidad para estar al tanto del sector para saber si este sector, conocer si se encuentra estable para operar o no.
- Investigar a futuros clientes: El mercado objetivo o futuros clientes debe ser definido desde cualquier nivel; ya sea, socioeconómico, ubicación, sexo o edad; esto permite conocer cuándo y cuánto compran, con lo cual se puede emplear una estimación real de las ventas que puede alcanzar el negocio.
- La competencia: Es fundamental estudiar la competencia; especialmente aquellos que se destacan en el sector, identificando cómo y por qué se diferencian de los demás, cómo se está extendiendo en el mercado y quién es el líder; entre otros aspectos que la empresa.

Situación conflicto

El sector de Mucho Lote 2 con una población representativa, cuenta con varios consultorios de medicina tradicional, mientras que la oferta en servicios de medicina alternativa es limitada en comparación a la población.

En base a lo antes mencionado se propone desarrollar un estudio de pre factibilidad que permita establecer la viabilidad comercial para la apertura de un consultorio de medicina alternativa en el sector de Mucho lote 2, el mismo que nos permitirá determinar la demanda y acogida del servicio.

Por lo general, cuando surge un problema de salud, generalmente se usa el método habitual para curar; es decir, está bien ir a una clínica, hospital u oficina para ver a un profesional de la salud.

Este tipo de medicina tradicional, también conocida como medicina occidental, se caracteriza por el hecho de que sus practicantes son personas con un título que asegura que sus conocimientos, los métodos que utilizan y el tratamiento que prescriben son científicos (Chaparro, García y Ochoa, 2017; Gavin, 2013; Instituto Nacional del Cáncer). Sin embargo, aunque existe un sistema de salud dominante que promueve principalmente este estilo de medicina y, por lo tanto, es el más aceptado, existen otras prácticas que las personas pueden elegir para cuidar su salud y bienestar personal.

En Ecuador, tanto la medicina alternativa como las terapias alternativas ya están estandarizadas porque cada vez más personas las usan con mayor frecuencia, no solo además de la medicina tradicional, sino también por sus beneficios para la salud.

Causa y efecto

Para poder determinar la interacción bajo la que se maneja la problemática, es hiperactivo realizar la siguiente esquematización

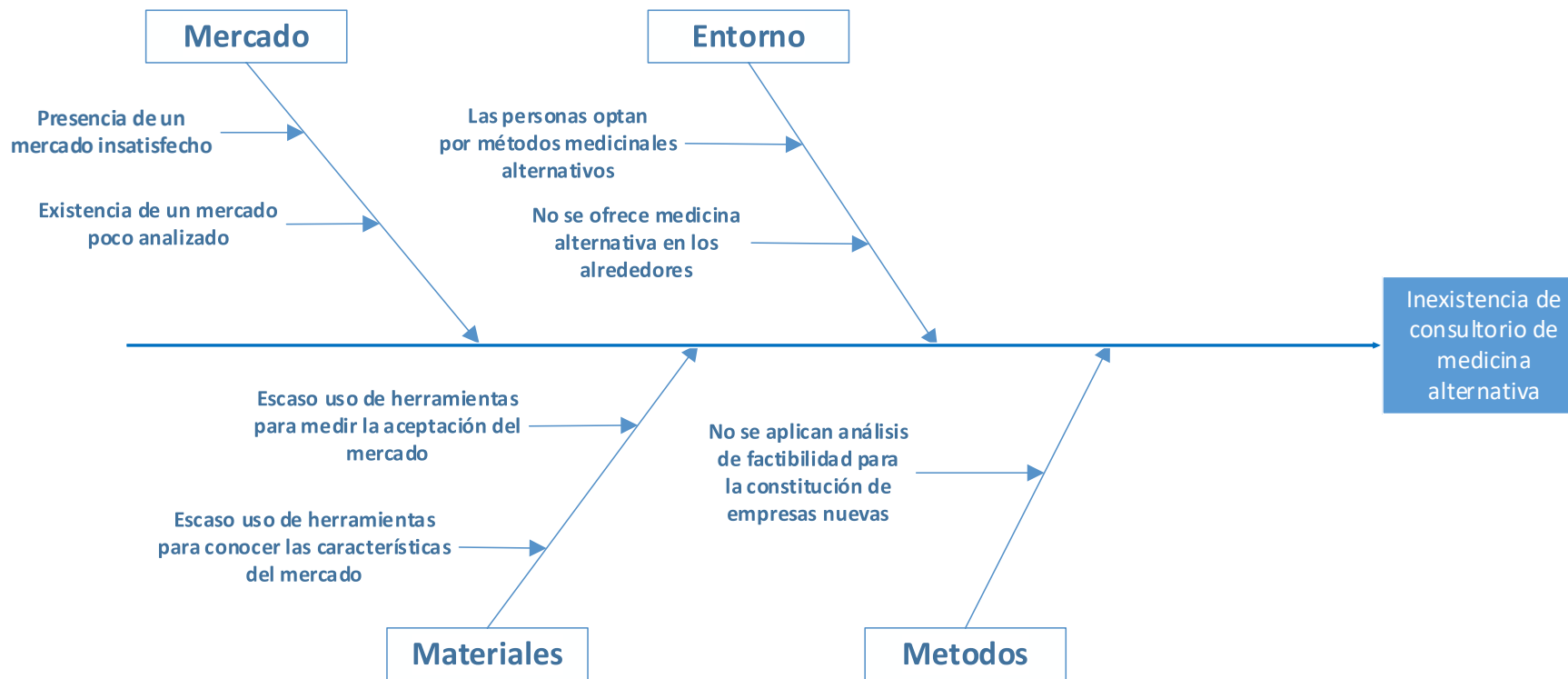


Figura 1 Diagrama causa y efecto
Elaborado por: Autora

Formulación del problema

¿Cómo identificar la demanda de servicios de medicina alternativa que permita establecer la viabilidad comercial para la apertura de un consultorio ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil, en el sector de Mucho Lote 2, en la provincia del Guayas, para el año 2020?

Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Estudio de pre factibilidad

Aspectos: Determinación de la viabilidad

Contexto: Apertura de consultorio de medicina alternativa

Cantón: Guayaquil

Provincia: Guayas

Año: 2020

Variables de la investigación

Variable independiente: Demanda

Variable dependiente: Viabilidad comercial

Evaluación del problema

Una vez determinada la problemática correspondiente al presente trabajo investigativo, se establece su respectiva evaluación, abarcan ciertos aspectos que se consideran importantes para la conformación y especificación del contexto de la problemática, entre estos aspectos se plantea el desarrollo de los siguientes:

Delimitado

Se considera al aspecto de la delimitación como un factor influyente al momento de la especificación de un problema, puesto que se enfoca en la estipulación de límites que se direccionen a brindar un tipo de control,

dejando claramente constituido el alcance que la investigación tendrá (Chaverri, 2017).

Evaluando la problemática correspondiente se puede identificar que la misma presenta un alcance correctamente delimitado, planteando que el problema que busca solucionarse se constata en el sector de Mucho Lote 2, en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas. Por otro lado, cabe recalcar que la presente investigación mantiene un campo de desarrollo administrativo enfocándose en el área de la comprobación de la prefactibilidad que presenta la constitución de una empresa que se dedique a brindar servicios de medicina alternativa en este sector, dado a que existe escases de este tipo de servicio, convirtiéndose este sector en la población de estudio.

Claro

Enfocado al aspecto de ser claro, es importante recalcar que este factor se enfasca en mantener la claridad y el enfoque bajo el que será manejado, con la objetividad de que este transmita su contexto de manera clara. Como lo manifiesta Espinoza Freire (2018) “El tema debe referirse a un aspecto claro y preciso. El tema elegido debe poseer un contenido definido que lo haga unívoco y con límites conceptuales claros” (pág. 28).

La conformación del problema analizado en la presente investigación mantiene un contexto claro, dado que se enfoca al análisis correspondiente de la factibilidad que presenta la conformación de una empresa que oferte servicios de medicina alternativa en un sector específico, buscando entender si la constitución de la empresa es factible.

Evidente

Dándole continuidad al respectivo análisis de los factores de la evaluación correspondiente de la problemática, se abarca el aspecto de presentar una estructura y contexto evidente, cuyo objetivo se enfasca en el desglose del problema para ser emitido de manera clara en el punto respectivo del planteamiento del problema, lo cual facilite al lector que genere una

comprensión de manera ágil de la problemática. Siendo este el punto de partida para que de manera intuitiva los lectores consideren que la realización de un análisis de factibilidad es el camino indicado para conocer cuanta posibilidad de éxito presenta la propuesta de un negocio como el que se plantea.

Factible

Se analiza la posibilidad de realizar la investigación, de acuerdo a los recursos disponibles. La experiencia del investigador es un recurso muy importante (Espinoza Freire, 2018, pág. 28). Estos recursos son variados partiendo desde lo económico, técnico y jurídico. Sólo si el proyecto a desarrollar es viable o factible este puede ser ejecutado, caso contrario se busca solucionar los limitantes o dejar a un lado dicho proyecto.

En este caso, con el respectivo análisis de cada uno de estos factores, se logra determinar que el desarrollo presenta factibilidad técnica, debido a que la investigadora cuenta con los conocimientos respectivos para la inicialización de un análisis de prefactibilidad de una idea de negocio concebida en un determinado sector. En cuanto a la factibilidad económica, se determina que los gastos en los que incurra la investigadora durante la fase de recolección de información u otros correrá netamente bajo su cuenta y serán costeados como tal, brindando esta factibilidad.

Con respecto a la factibilidad tecnológica, se determina que la autora cuenta con las herramientas tecnológicas para la recolección de información y el procesamiento de datos, permitiendo una generación de resultados con mayor veracidad. Así mismo con la factibilidad legal correspondiente a proyecto, se determina que su desarrollo no viola o incumple ningún tipo norma o ley establecida, concluyendo de tal manera que se abarca el aspecto de ser factible.

Original

En relación con el análisis respectivo del aspecto que determina que la investigación es original, se orienta en la especificación de que esta no se

ha realizado previamente bajo el mismo contexto, condiciones y estado temporal. Bajo este contexto, se logra determinar que la presente investigación y problemática es original, dado que no se ha realizado un análisis de prefactibilidad con antelación para la constitución de una empresa que oferta servicios de medicina alternativa que dé cobertura al sector de Mucho Lote 2, en la ciudad de Guayaquil.

Concreto

Como aspecto final analizado, corresponde al factor que le brinda a la problemática un aspecto de estar estipulado de forma concreta, evitando que su desarrollo abarque factores de complejidad y tecnicismo, por lo cual se debe utilizar terminología concreta y entendible para su posterior difusión y aplicación, lo cual permita comprender su significado, y asegurarse de que los involucrados lo puedan entender.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Desarrollar un estudio de pre factibilidad que permita establecer la viabilidad comercial para la apertura de un consultorio de medicina alternativa, ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil en el sector de Mucho Lote 2.

Objetivos específicos

- Sustentar teóricamente desde la administración los estudios de prefactibilidad orientado a establecer la viabilidad comercial en la creación de una microempresa de servicios.
- Identificar las características de los posibles clientes de medicina tradicional occidental y alternativa que existen ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil en el sector de Mucho lote 2.
- Presentar un informe del estudio de pre factibilidad donde se establece la viabilidad comercial de la apertura de un consultorio de medicina alternativa ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil, en el sector de Mucho lote 2.

Justificación e importancia

La medicina alternativa es común actualmente y lo evidencian muchas personas que acceden a tratamientos considerados más naturales y sanos; ya que, dependen más de elementos naturales y con menos sustancia químicas y farmacológicas.

En los últimos años, la aceptación de la práctica de medicina alternativa ha presentado un aumento considerable, solo en la región de América latina, se ha determinado que el 37% de su de latinos han determinado que recurren a la medicina alternativa para poder darle solución a los problemas de salud que los aquejan, debido que consideran que este tipo de practica medicinal les resulta más económico que recurrir a la medicina formal (El Comercio, 2016).

Ecuador no es ajeno a la estadística presentada con antelación, donde también se ha incrementado la aceptación de este tipo de medicina entre su población, lo que ha conllevó a las autoridades del Ministerio de Salud Pública a que normalicen el uso tanto de la medicina alternativa, así como de las terapias alternativas, y que estas no sean vista como un complemento de la medicina formal, sino que tomando en cuenta los beneficios que presentan, sean considerados como tratamientos principales para mitigar dolencias (Veletanga, 2017).

El realizar un estudio de pre factibilidad previo a la apertura de un consultorio de medicina alternativa es importante, ya que permitirá brindar a los inversionistas del proyecto un análisis detallado de los diversos aspectos que se relacionan con la ejecución del mismo, reduciendo de esta manera el riesgo asociado que posee la inversión y proporcionando, además, información necesaria y confiable para el proceso de toma de decisiones.

Se considera que el consultorio de medicina alternativa a conformarse, dispondrá de un enfoque administrativo de que se apegue a la responsabilidad social, dado que representara un aporte a la comunidad

perteneciente al sector de Mucho Lote 2, ofertando servicios de medicina alternativa que contribuyan con cuidado de la salud y bienestar de estas personas, a un precio por debajo de los precios que determinan la medicina formal, convirtiéndose en un servicio de salud de mayor accesibilidad para la población. Considerando que en la estipulación de estos precios ya se dispondrá de la respectiva ganancia para que la empresa pueda obtener utilidad y de esta forma se convierta en un proyecto totalmente viable.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes históricos

La realización de proyectos permite un dinamismo en la sociedad, ya que generan nuevas fuentes de ingreso, trabajo y proporcionan beneficios, de acuerdo con su fin. En este sentido toda idea previa a su implementación debe contar con un análisis que le permita conocer su viabilidad antes de la implementación del negocio, asegurando minimizar el riesgo de su inversión. Desde esta perspectiva, surge la importancia de un estudio de factibilidad por el cual se identifique la necesidad y la aceptación que podrá tener en sus potenciales clientes y demás factores, así como la competencia que tendrá dentro de su nicho de mercado. A este proceso se lo conoce como estudio de pre factibilidad, es así como Tapia, Granizo y Granizo (2017) indican:

Supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto. Al realizar su estudio, se toman en cuenta diversas variables y se determina sobre los aspectos centrales de la "idea". Si el análisis demuestra viabilidad, tiene la posibilidad de que el proyecto se materialice (p. 4).

Mientras que, Pope enfatiza sobre el estudio de pre factibilidad, mencionando lo siguiente:

El origen de la investigación data de muchos años atrás, se estima que tuvo sus inicios en sondeos de opinión en campañas presidenciales en Estados Unidos en los años 1800 sin mayor efectividad, sin embargo, significó el inicio del reconocimiento de la necesidad de tener la oportunidad de predecir situaciones en distintos temas de la vida. Desde entonces hasta ahora se ha

encontrado su gran utilidad en el mundo de los negocios (Moncayo, 2018; p. 42).

Estas teorías permitan dar una mejor comprensión de lo relacionado al estudio de pre factibilidad y su importancia en la conformación de proyectos. Los estudios de pre factibilidad sirven para monitorear el comportamiento del mercado, clientes, demanda etc. Es decir, su proceso conlleva a la estimación de inversiones probables, costos operativos, ingresos que demandarán el proyecto como tal.

Profundizando sobre los aspectos de vital importancia en una pre factibilidad de mercado, aparecen términos como proyección de la Oferta, identificación de la demanda y características del producto /o servicio, ya que el servicio o producto a establecer en determinado mercado será el actor principal para satisfacer la compra venta. Por tal razón, es necesario conocer previamente aquellas necesidades del mercado, para así cubrir con la demanda hallada, generando nuevas oportunidades de negocio, porque ya se conoce con exactitud y veracidad lo que el cliente busca o desea satisfacer.

Los productos o servicios que son ofertados al mercado, deben pasar por procesos de monitoreo, para medir la aceptabilidad que tendrán en el sector, con mayor énfasis las empresas que apuestan por innovación de ideas que implica una mayor inversión

Por consiguiente, se reconoce que muy aparte de conocer las necesidades del mercado, es necesario también conocer los costos que incurre la operatividad del negocio, conocer la viabilidad técnica, los materiales a utilizar, sean físicos o químicos según el servicio o producto a ofrecer.

Antecedentes referenciales

Con relación al contexto de la estipulación de los antecedentes referenciales, se determina el análisis respectivo de varias investigaciones que mantengan un contexto de análisis similar con un giro de negocio similar, mismos que pueden funcionar como ítems referenciales para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

Actualmente el desarrollo de negocios se debe a la necesidad de obtener un mejor estilo de vida mediante ingresos económicos propios, desde el levantamiento de emprendimientos, el cual también ha reflejado impactos significativos en la localidad en la que se desempeñan acciones de actividad emprendedora.

En el primer trabajo investigativo analizado, perteneciente a las autoras Alegría Tania y Naranjo Denis, mismo que lleva por título “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de medicina alternativa ubicada en el cantón duran, Primavera 1, presentado en la Facultad de Ciencias Administrativas perteneciente a la Universidad de Guayaquil, investigación que se direcciona a la implementación de centro de medicina alternativa que permita ser una opción y un lugar donde puedan acceder los habitantes de Durán para tratarse enfermedades. Esta idea se ha generado debido a la inexistencia de este tipo de lugares en el sector, pues cuando sus habitantes requieren visitar un centro con estas características, deben acudir hasta otros lugares, por lo general a la ciudad de Guayaquil, para brindar una solución asequible y adecuada, se prevé la creación de un centro de medicina alternativa con el personal y los recursos adecuados (Alegría & Naranjo, 2017).

Esta investigación enfoca su pertinencia hacia la determinación de una metodología con la realización de un plan de negocio, en el cual se realizó una investigación sobre la situación actual de estos centros, y plantear estrategias publicitarias para dar a conocer el lugar y captar mayor interés de los clientes potenciales.

En el siguiente trabajo analizado, pertenecientes a los autores Asato Verónica y Lean Guisella, mismo que lleva por título “Propuesta de un plan de negocio Salus Per Aquam, siendo este un consultorio de medicina alternativa en el distrito de los olivos”, presentado en Escuela de Postgrado perteneciente a la Universidad San Ignacio de Loyola, proyecto está enfocado a la identificación de un mercado orientado a la salud alternativa que se encuentra en pleno auge, convirtiéndose en unos de los más demandados negocios tanto por emprendedores como consumidores proviniendo de los niveles socioeconómicos en la nación de Perú. Otros de los aspectos bajo los que se desarrollan este plan de negocio se orienta a la presentación de diferenciación ante su competencia, cumpliendo todos los parámetros, protocolos y políticas de salud establecidos, para los diferentes tratamientos como: Acupuntura, Hidroterapia, Magnetoterapia, Masoterapia, Oxigenoterapia y Reflexología lo cual puede ayudar al cliente a aliviar tensiones, relajarse y brindar comodidad, mejorando la calidad de vida de la gente de Lima Norte (Asato & Leon, 2018).

Por otro lado, el análisis respectivo de la investigación presentada con antelación respalda su pertinencia al ser una esquematización que se puede adaptar a la presente investigación, el cual busca la estimación de los aspectos necesarios para la obtención de la rentabilidad, permitiendo aplicar los respectivos conocimientos relacionados con la validación de una oportunidad de negocio.

Bajo el contexto de la siguiente investigación analizada, pertenecientes al autor Vera Mercedes, mismo que lleva por título “Creación de un centro médico alternativo ubicado en una ciudadela del norte de Guayaquil”, presentado en el Sistema de Posgrado en la Universidad Católica de

Santiago de Guayaquil, trabajo en el cual se apuesta por la medicina alternativa o tradicional, manejada bajo una especialidad de perfil amplio, que emplea técnicas y procedimientos para la promoción de salud, prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de enfermedades mediante sistemas médicos basados en métodos tradicionales que buscan curar a una persona mediante mecanismos humanos y vegetales, animales o minerales, así como energía sin el uso de medicamentos o químicos, y que pueden ser desarrollados en el Centro de medicina alternativa para ayudar a los pacientes, presentándolo como una oportunidad de negocio validada por diseño y viabilidad (Vera, 2018).

A su vez, esta investigación respalda su pertinencia como un ejemplo que podría utilizarse para el manejo de información y la esquematización de resultados que puedan aportar con la determinación de la factibilidad de crear un centro médico alternativo con factores que representan una gran fortaleza capaz de traer beneficios rentables a largo plazo.

Por otra parte, en relación a la siguiente investigación analizada, perteneciente al autor López Francisco, mismo que lleva por título “Plan de factibilidad para la conformación de una central de medicina alternativa”, presentado en la Universidad Autónoma de occidente, la cual plantea como objetivo principal la construcción de un plan de negocio, siendo de gran importancia para el desarrollo efectivo de las estrategias comerciales que se llevarán a cabo a futuro en la empresa, considerándose que las clínicas de esta alternativas no solo compiten entre ellas sino también con la medicina formal. Se realizó este proyecto con el fin de construir una un análisis que compruebe la factibilidad de creación de una empresa de este tipo, planteando como prioridad analizar la competencia, los posibles clientes siendo este corresponsal del estudio del mercado, por otro lado, también se estipula determinación de los demás factores correspondiente a la constitución de la organización, dejando para el final la estipulación financiera, en el cual se determina mediante indicadores financieros la factibilidad del proyecto (Lopez, 2019).

Bajo este contexto de análisis, se determina que la investigación presentada con antelación orienta su pertenencia en la realización de acciones comunicativas diversas (página web, piezas promocionales en Instagram), las cuales serán orientadas hacia la creación de estrategias que se adapten a este tipo de empresa y su respectivo giro de negocio, como lo plantea el presente trabajo investigativo.

Como sección final de análisis, plantea el trabajo investigativo perteneciente al autor Fierro Isidro, mismo que lleva por título “Plan de negocios para una red de centros que aseguren el bienestar y calidad de vida a través de la medicina alternativa”, presentado en la Universidad de Chile, en el cual se expone el proceso de diseño, factibilidad e implementación de un centro de medicina alternativa, presentándose como una opción a la medicina convencional, abarcando distintas disciplinas. Es importante resaltar que su estudio contemplo varias etapas, donde primero se determina una oportunidad de negocio, luego se realiza un diagnóstico competitivo del mercado en el que ingresará el proyecto, posteriormente se propone una estrategia que aumentará la ventaja competitiva del proyecto, y se proponen planes de marketing relacionados, gestión operativa y del talento humano, finalmente, se realiza un análisis financiero para evaluar su factibilidad y algunos escenarios posibles. La estrategia propuesta al mercado fue la diferenciación, basado en un servicio de carácter personalizado e integral, realizado por terapeutas profesionales de la salud, tratando de abarcar la necesidad del cliente en su búsqueda de bienestar y calidad de vida en términos de salud (Fierro, 2017).

Por otra parte, cabe recalcar que el análisis de esta investigación respalda su pertinencia en la revisión de la estructura que plantea el autor con relación al desarrollo del plan de marketing, adoptando perspectivas que se enfocan a la promoción de un servicio, como es el que se pretende ofertar por la compañía a conformarse en el presente trabajo investigativo.

Marco Teórico

Estudio de factibilidad

Se reconoce que antes de optar por una inversión, se requiere de un proceso analítico de los objetivos de la organización con el propósito de conocer la viabilidad del proyecto a ejecutar. Por esta razón, se lleva a cabo un estudio de factibilidad que muestre las diversas herramientas que aportan significativamente ante la implementación de un proyecto. Uno de los objetivos más relevantes que determina la factibilidad es la reducción de errores y precisión en los procedimientos, reducción de costos con la optimización de tiempo y recurso innecesario, conocer la perspectiva del mercado, entre otros afines (Vaca, 2016).

Por esta razón, se hace mención a lo manifestado por Van Stel, citado por Aguirre (2018), quien destaca: “En la actualidad existe gran interés por el emprendimiento relacionado con el desarrollo económico y como parte de este último, el crecimiento económico, catalogado como situación que hace evidente su trascendencia” (p. 96).

Por tanto, se establece el interés que prestan los individuos ante el levantamiento de negocios propios, debido a todos los beneficios que pueden ganar con ello; sin embargo, es necesario que se lleve a cabo un proceso de pre factibilidad con el propósito de conocer el impacto o la viabilidad que podría generar la apertura de los nuevos negocios según el mercado al que se encuentra enfocado y en el que desean desarrollarse.

Plan de negocios

Un plan de negocios permite determinar si la empresa está encaminada al logro de las metas y objetivos planteados previamente y para atravesar por un proceso de innovación, se requiere de fases primordiales, una de ellas es la generación de ideas y evaluación de nuevas proposiciones, luego de ello, es el desarrollo del producto o servicio y para cumplir con dicha fase, se necesita tener en consideración los recursos con los que cuenta el negocio; siendo este capital humano, tiempo, recurso financieros, entre

otros afines; finalmente se tiene la última fase que es la comercialización, misma que debe relacionarse con las necesidades del mercado objetivo (Hernández & Salazar, 2019).

El plan de negocio actúa como una herramienta fundamental que cualquier empresa que recién desea salir al mercado, necesita tener en su lugar antes de comenzar sus operaciones. Por lo general, los bancos y las empresas de capital de riesgo hacen que la existencia de un plan de negocios viable sea un requisito previo para la inversión de fondos en un negocio (Kotler & Keller, 2012).

Un plan de negocios es una hoja de ruta que proporciona direcciones para que una persona con visión de un negocio pueda planificar su futuro y le ayuda a evitar obstáculos en el camino, el tiempo que invierte en hacer su plan de negocios completo y preciso, y mantenerlo actualizado, es una inversión que paga grandes dividendos a largo plazo, al tener éxito en el negocio.

El plan de negocios debe ajustarse a las pautas generalmente aceptadas en cuanto a forma y contenido, cada sección debe incluir elementos específicos y abordar información relevante, para que los socios o personas interesadas que lean su plan probablemente requieran conocer (McKeever, 2016). Generalmente, un plan de negocios tiene los siguientes componentes:

- Análisis de mercado
- Plan de marketing
- Análisis técnico
- Análisis financiero

Aunque son especialmente útiles para nuevos negocios, todas las empresas deben tener un plan de negocios, idealmente, el plan se revisa y actualiza periódicamente para ver si las metas se han cumplido o si han cambiado y evolucionado. Los planes de negocios ayudan a las empresas a identificar sus objetivos y mantenerse en el camino correcto. Pueden

ayudar a las empresas a comenzar y administrarse por sí mismas, y ayudar a crecer una vez que estén en funcionamiento.

Estudio de mercado

Al momento de llevar a cabo un estudio de mercado, se puede utilizar los resultados para crear un plan de negocios o un plan de marketing, con el fin de medir el éxito de su plan actual. Por eso es tan importante hacer las preguntas correctas a las personas adecuadas y para este caso, se necesita de las afirmaciones o argumentos de la población interviniente en esta investigación para con ello, aprender un poco más sobre las necesidades de los consumidores. Es decir, con la ayuda de este estudio, se consigue información pertinente y necesaria de la población u objeto de estudio.

El estudio de mercado se entiende por el proceso de recopilación de información sobre un mercado dentro de una industria determinada, su estudio se enfoca en el análisis de la dinámica que presenta el entorno y lo que motiva a los clientes potenciales, un análisis de mercado puede parecer complejo, pero es necesario para darle dirección al negocio.

Un análisis de mercado ayudará a definir los prospectos de clientes a los que se debe acoger la empresa, es decir el segmento de mercado al que se dirigirá, así como a establecer estrategias las que le permitirán tener éxito frente a la competencia, tanto a corto como a largo plazo, analizar los mercados influye en la reducción de los riesgos, ya que brinda una mejor comprensión de los clientes y las condiciones del mercado (Salazar & Aceves, 2017).

Existen ciertas dimensiones que nos ayudan a realizar un análisis de mercado, esto ayuda a comprender mejor el mercado en el que operara la empresa. Para Lozano (2016) estas dimensiones incluyen:

- **Tamaño del mercado.** - el tamaño del mercado es un factor clave en un análisis de este tipo.

- **Tendencias del mercado.** - las tendencias del mercado son una parte importante del análisis de mercado, pues se basan en conocimiento sobre los gustos y preferencias de los clientes.
- **Canales de distribución.** – se orienta a la determinación de los medios bajo los cuales se tratará de llegar a los posibles clientes potenciales.

Análisis situacional

El análisis situacional se define como un análisis de los factores internos y externos de la empresa, que permite definir claramente las oportunidades, los clientes, los clientes potenciales y el entorno empresarial de la empresa, y su impacto en la empresa, siendo así que, un análisis de situación es una parte esencial de cualquier plan de negocios y debe revisarse periódicamente para asegurarse de que esté actualizado (Erazo, 2018).

Este análisis sirve como una herramienta útil para determinar las fortalezas y debilidades de su negocio, y cualquier oportunidad y amenaza que pueda afectar el correcto desarrollo de la organización. Los resultados pueden ser reveladores sobre lo que realmente está sucediendo dentro de su negocio y ayudar a determinar la estrategia de su negocio dentro del mercado.

De acuerdo con Acosta y Ávila (2016) al considerar realizar un análisis de la situación de su negocio, es importante tener en cuenta varios factores:

- **Situación del producto.** Se enfoca en la determinación del producto actual, es posible que, para un mejor estudio, en caso de tener más de un producto, es factible que el análisis se separe en partes tales como el producto principal y cualquier servicio o producto secundario que comercialice la organización. Conocer los productos y servicios por separado ayuda a determinar cómo se relaciona cada uno con las necesidades principales de sus clientes.

- **Situación competitiva.** Se debe analizar a los principales competidores y determinar una comparación a fondo con el negocio, determinando posibles amenazas o ventajas competitivas.
- **Situación de distribución.** Se debe revisar la distribución en términos de cómo lleva sus productos al mercado, como a través de distribuidores u otros intermediarios.
- **Factores ambientales.** Determine los factores ambientales externos e internos, que pueden incluir factores económicos o sociológicos que impactan el desempeño de la empresa.
- **Análisis de oportunidades y problemas.** Como enfoque principal de este análisis, se pueden emplear la herramienta FODA, y de esta forma poder determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que puedan afectar su negocio y su desempeño.

Análisis FODA

Un análisis FODA es un método bajo análisis de situación que examina las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una empresa, tanto desde una perspectiva actual como futura. Se debe tener a consideración, que el objetivo de una empresa por lo general es seguir construyendo sobre las fortalezas mientras reduce las debilidades, un análisis FODA ayuda a una empresa a prepararse para una serie de escenarios diferentes (Ponce, 2016).

Según Álvarez & Viltard (2016) determinan que bajo el contexto de un análisis de situación eficaz incluye un examen de factores internos y externos, los cuales se identifican de mejor manera bajo la aplicación del análisis FODA, los elementos clave para ese análisis son:

- **Fortalezas:** Puntos fuertes sobre su marca, productos y servicios y programas de marketing.

- **Debilidades:** aspectos de sus productos, imagen de marca y programas de marketing que podría mejorar.
- **Oportunidades:** incluye formas en las que puede aumentar el éxito, como nuevas formas de llegar a los clientes o un nuevo mercado al que podría ingresar.
- **Amenazas:** elementos externos que podrían afectar negativamente sus ventas o rentabilidad.

Cabe destacar que el análisis FODA es un marco simple pero útil para analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de su organización, debido a que ayuda a aprovechar lo que hace bien, a abordar lo que le falta, a minimizar los riesgos y a aprovechar al máximo las posibilidades de éxito.

Se puede utilizar para iniciar la formulación de estrategias de manera informal o de una manera más sofisticada como una herramienta estratégica seria. También puede usarlo para comprender a sus competidores, lo que puede brindarle la información que necesita para crear una posición competitiva coherente y exitosa.

Plan de marketing

Un plan de marketing es una hoja de ruta para presentar y entregar su producto o servicio a clientes potenciales, cabe recalcar que, para una empresa en constitución reciente, es necesario que este sea breve y presente resultados rápidos, es imprescindible que ni cueste mucho dinero completarlo, sin embargo, si requieres esfuerzos de investigación y recolección de información (Rodriguez & Gutierrez, 2017).

De acuerdo con Vidal (2016) determina que un plan de marketing es un informe que describe su estrategia de marketing para el próximo año, trimestre o mes, el plan de marketing contiene:

- Descripción de la posición actual de marketing de su empresa.
- Descripción del mercado objetivo de su empresa y las necesidades del cliente.
- Indicadores clave de rendimiento (KPI) que rastreará.
- Un cronograma de cuándo se completarán las tareas dentro de su estrategia.
- Una descripción general de los objetivos publicitarios y de marketing de su empresa.

Un plan de marketing eficaz ayuda a la empresa a comprender su mercado objetivo y su competencia, el impacto y los resultados de las decisiones de marketing, y proporciona orientación para iniciativas futuras. Es importante considerar que no se puede desarrollar un plan de marketing sin una investigación de mercado correctamente estructurada, dado que esta es la guía la dirección de todos sus esfuerzos de marketing al brindarle información vital sobre sus clientes potenciales (el mercado objetivo) y la viabilidad de sus productos y servicios.

Para un correcto desarrollo del plan de marketing, la investigación o análisis de mercado debe incluir lo siguiente:

- Seguimiento de las tendencias económicas y de la industria
- Exploración de la competencia para determinar cómo puede obtener una ventaja competitiva en precios y servicio al cliente.
- Determinar las mejores formas de llegar a su mercado objetivo a través de la publicidad tradicional, las redes sociales y otros canales.

Según Cabezas (2016) expresa que los planes de marketing pueden variar según la industria, el tipo de productos o servicios y los objetivos que desee lograr, pero hay ciertos elementos esenciales que la mayoría de los planes incluyen:

- Resumen ejecutivo y descripción comercial
- Análisis de la situación
- Metas de marketing y objetivos comerciales
- Mercado objetivo y plan de entrega
- Propuesta y tácticas de venta únicas
- Pautas de mensajería
- Seguimiento y evaluación

Los objetivos de marketing estarán relacionados con los objetivos comerciales generales, pero solo se centrarán en aquellas partes del negocio en las que el marketing puede influir.

Marketing de salud

El marketing de la salud utiliza la ciencia y las estrategias del marketing comercial para promover sus productos, es decir, información e intervenciones de salud basadas en pruebas. Aunque el objetivo final del marketing comercial es beneficiar a los "vendedores" y accionistas del producto, el objetivo final del marketing de la salud es beneficiar a los "consumidores" del producto y al público (Corella, 2015).

Cabe recalcar que el marketing orientado al área de la salud es un componente integral del crecimiento sostenible para las empresas que ofertan servicios de salud, ya que la industria de la salud se encuentra en un cambio constante, este puede aumentar las conexiones de los pacientes y nutrir las relaciones para formar pacientes leales a largo plazo.

La ciencia y la práctica del marketing de la salud se basan en gran medida en varias disciplinas y modelos relacionados y, a menudo, superpuestos, la investigación de mercado, la estrategia de marketing y las relaciones públicas permiten un enfoque centrado en el cliente y un énfasis en la planificación estratégica y la difusión. La comunicación de la salud, la comunicación de riesgos y la promoción de la salud proporcionan una base

teórica y práctica para el desarrollo, diseño y entrega de mensajes (Martinez, 2016).

El marketing de la salud es un área multidisciplinaria de la práctica de la salud, este enfoque innovador se basa en las teorías y principios tradicionales del marketing y agrega estrategias científicas para la prevención, promoción de la salud y protección de la salud. Basándose en áreas como el marketing, la comunicación y la promoción de la salud, el marketing de la salud proporciona un marco para teorías, estrategias y métodos que se pueden utilizar para guiar campañas y eventos de concientización.

La naturaleza de la atención médica requiere un enfoque centrado en el cliente y debe centrarse en proporcionar valor además de aumentar el conocimiento de la marca y beneficiar la salud de las personas, donde la creación de contenido interesante y valioso beneficia a sus clientes potenciales y le permite mostrar nuevos hallazgos, enfoques médicos y, en general, la calidad de sus servicios (Andrade, 2016).

Las prácticas médicas y otras entidades sanitarias son negocios, cuyo propósito es ayudar a que las personas enfermas se recuperen, pero ese mismo hospital debe generar ganancias para seguir cumpliendo su propósito. Lo mismo ocurre con las consultas de atención primaria, los centros de cirugía estética y las clínicas grupales, el marketing de salud permite que estas organizaciones experimenten un crecimiento sostenible.

El marketing de atención médica eficaz emplea una variedad de tácticas publicitarias, de marca y promocionales para interactuar con la comunidad, generando confianza, tratando de mostrar experiencia y ganar nuevos pacientes. Muchas entidades de salud, sobre todo los de ámbito privado gastan una parte de sus presupuestos de marketing en la creación de relaciones y conciencia entre las organizaciones relacionadas con la salud y los médicos locales porque los nuevos negocios hospitalarios provienen tanto del marketing como de las referencias médicas (Suarez, 2015).

El marketing exitoso dentro del sector de la salud debe incluir medios digitales, ya que el uso de tácticas de marca y publicidad tanto en línea como fuera de línea aumenta el alcance de más clientes, debido a que en la actualidad porque muchas personas toman sus decisiones de compra en función de lo que ven y leen en línea, entre estos canales de comunicación en línea incluyen campañas multimedia que incluyen:

- Diseño web
- Marketing online
- Marketing en buscadores
- Marketing en redes sociales.

Cuando se trata de atención médica, el boca a boca y las referencias internas aún juegan un papel importante en la generación de nuevos negocios para consultorios privados, hospitales y centros médicos. La confianza, la seguridad y la comodidad son importantes para los pacientes, y ninguna cantidad de marketing compensará la atención por debajo del estándar o las experiencias negativas de servicio al cliente (Caballero & Marina, 2016).

El marketing es una disciplina compleja que requiere el uso de una variedad de tácticas para tener éxito, ciertos aspectos del marketing son fundamentales a la hora de desarrollar una estrategia que funcione en el sector de la salud. Estos incluyen el diseño de un plan eficaz para el éxito, el mantenimiento de una presencia significativa en la web, el desarrollo de una red de derivación confiable y sostenible y la construcción de un equipo de máximo rendimiento y centrado en el paciente.

Análisis técnico

Un estudio de viabilidad técnica evalúa los detalles de cómo piensa entregar un producto o servicio a los clientes. Bajo el contexto de este, se debe considerar los materiales, la mano de obra, el transporte, el lugar donde se ubicará su negocio y la tecnología que será necesaria para el cumplimiento de sus procesos operativos., también se toma a

consideración la planificación logística o táctica de cómo la empresa producirá, almacenará, entregará los productos o servicios al mercado correspondiente (Casas, 2016).

El análisis técnico es una herramienta excelente tanto para la resolución de problemas como para la planificación a largo plazo. Puede servir como un diagrama de flujo de cómo sus productos y servicios evolucionan y se mueven a través de su negocio para llegar físicamente a su mercado.

En este tipo de estudio, se determinan las capacidades de una empresa en términos de experiencia técnica, esta evaluación toma en consideración el esquema del sistema o los requisitos del proyecto, considerando como factores importantes lo siguiente:

- Los factores de recursos humanos y rentabilidad
- Procesos productivos.
- Capacidad operativa.
- Factores administrativos

De acuerdo con Delfín y Acosta (2016) determinan que las cuestiones relacionadas con la evaluación del análisis técnico del proyecto propuesto pueden clasificarse en las relativas a insumos, rendimientos y productos:

- **Análisis de entradas:** El análisis de entradas se ocupa principalmente de la identificación, cuantificación y evaluación de las entradas del proyecto, es decir, maquinaria y materiales. Se debe asegurar que el tipo y la calidad correctos de insumos estén disponibles en el momento y el costo adecuados durante la vida del proyecto, es preferible que logren celebrar contratos a largo plazo con los proveedores potenciales, las actividades involucradas en desarrollar y retener fuentes de suministro se conocen como gestión de la cadena de suministro.
- **Análisis de rendimiento:** se refiere a la producción y operaciones que se realiza con los respectivos insumos para la elaboración del

producto. Normalmente, los insumos recibidos pasarían por un proceso de transformación en varias etapas de fabricación. Sin embargo, previo a eso, se debe determinar la respectiva ubicación de las instalaciones, cuál será el diseño, cuáles serán las medidas de control, entre otros factores que presentan gran relevancia en la constitución de una organización.

- **Análisis de salida:** esto implica la especificación del producto en términos de características físicas: color, peso, largo, ancho, alto; características funcionales; propiedades químicas de los materiales; así como estándares a cumplir.

Análisis financiero

El análisis financiero es el proceso de evaluación de negocios, proyectos, presupuestos y otras transacciones relacionadas con las finanzas para determinar su desempeño e idoneidad. Normalmente, el análisis financiero se utiliza para analizar si una entidad es estable, solvente, líquida o lo suficientemente rentable como para justificar una inversión monetaria (Sanchez, 2017).

Este análisis se utiliza para evaluar tendencias económicas, establecer políticas financieras, elaborar planes a largo plazo para la actividad empresarial e identificar proyectos o empresas para invertir. Esto se hace mediante la síntesis de cifras y datos financieros, un analista financiero será examinar a fondo de una empresa estados financieros el estado de resultados, balance general y estado de flujo de efectivo (Dapena & Alonso, 2015). El análisis financiero se puede realizar tanto en entornos de finanzas corporativas como de financiación de inversiones.

La función financiera en los negocios implica evaluar las tendencias económicas, establecer la política financiera y crear planes a largo plazo para las actividades comerciales, también implica la aplicación de un sistema de controles internos para el manejo del efectivo, el reconocimiento de ventas, el desembolso de gastos, la valoración de inventarios y la

aprobación de gastos de capital (Nava & Marbelis, 2015). Además, la función financiera informa sobre estos sistemas de control interno a través de la preparación de estados financieros, tales como estados de resultados, balances generales y estados de flujo de efectivo.

Finalmente, las finanzas implican analizar los datos contenidos en los estados financieros con el fin de proporcionar información valiosa para las decisiones de gestión (Perez & Sanchez, 2016). De esta manera, el análisis financiero es solo una parte de la función general de las finanzas, pero es muy importante, debido a que las cuentas y los extractos de una empresa contienen una gran cantidad de información. Las tres fuentes principales de datos para el análisis financiero son el balance general, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo de una empresa.

Balance general

El balance general describe los recursos financieros y físicos que una empresa tiene disponibles para actividades comerciales en el futuro. Sin embargo, es importante señalar que el balance general solo enumera estos recursos y no juzga qué tan bien los utilizará la administración. Por esta razón, el balance general es más útil para analizar la situación financiera actual de una empresa que su desempeño esperado.

Los principales elementos del balance son activos y pasivos. Los activos generalmente incluyen tanto activos corrientes (efectivo o equivalentes que se convertirán en efectivo dentro de un año, como cuentas por cobrar, inventario y gastos pagados por anticipado) como activos no corrientes (activos que se mantienen por más de un año y se utilizan para ejecutar el negocio, incluidos activos fijos como propiedad, planta y equipo; inversiones a largo plazo; y activos intangibles como patentes, derechos de autor y fondo de comercio) (Diaz, 2017). Tanto la cantidad total de activos como la composición de las cuentas de activos son de interés para los analistas financieros.

El balance también incluye dos categorías de pasivos, pasivos corrientes (deudas que vencerán dentro de un año, como cuentas por pagar, préstamos a corto plazo e impuestos) y deudas a largo plazo (deudas que vencen a más de un año de la fecha de la declaración). El pasivo es importante para los analistas financieros. Esto se debe a que las empresas tienen la misma obligación de pagar sus facturas de forma regular con las personas, pero los ingresos de las empresas tienden a ser menos fiables.

La deuda a largo plazo es menos importante para los analistas debido a la falta de urgencia de la deuda a corto plazo, pero su presencia indica que la empresa es lo suficientemente fuerte como para pedir dinero prestado.

Estado de resultado

A diferencia de un balance general, un estado de pérdidas y ganancias proporciona información sobre los resultados de las operaciones de una empresa durante un cierto período de tiempo. Si bien se dice poco sobre la situación financiera actual de la empresa, todavía apunta a su viabilidad futura.

Los principales elementos del estado de resultados son ingresos

incurridos, gastos incurridos e ingresos netos, mientras que los ingresos consisten principalmente en ventas, pero los analistas financieros también pueden incluir regalías, intereses y elementos especiales (Tamayo, 2016).

Asimismo, los gastos operativos generalmente consisten en el costo de venta, pero también pueden incluir algunos elementos inusuales. La utilidad neta es el resultado final del estado de resultados y este número es un indicador clave del desempeño de la empresa durante el período del informe.

Estado de flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo es similar al estado de resultados en que registra el desempeño de un negocio durante un período de tiempo, la diferencia entre los dos es que el estado de resultados también tiene en

cuenta ciertos elementos contables no monetarios, como la depreciación (Morales & Sanchez, 2019).

El estado de flujo de efectivo elimina todo eso y muestra exactamente cuánto dinero real ha generado la empresa. Los estados de flujo de efectivo muestran el desempeño de las empresas en la gestión de entradas y salidas de efectivo, proporcionando una imagen más clara de la capacidad de una empresa para pagar sus facturas, acreedores y crecimiento financiero mejor que cualquier otro estado de cuenta.

Fundamentación legal

Los Requisitos para permiso de funcionamiento de establecimientos de servicios de salud públicos y privados.

- Copia certificada o notariada del nombramiento del representante técnico (Centros Médicos y Dispensarios Médicos).
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica, en caso de Fundaciones la resolución de los estatutos otorgada por el MIES o el MSP.
- Copia de los certificados de salud ocupacional de todo el personal (técnico, administrativo y de servicios), Emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
- Copia del Certificado del Ministerio de Energía Renovable (en caso de tener áreas de Radiología)
- Copia del certificado y calificación del manejo de desechos
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copias certificadas de los títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)
- Copias de la cédula y certificado de votación del director técnico (Centros Médicos y Dispensarios Médicos).
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal

- Copias de los registros de los títulos en el SENESCYT
- Croquis con referencias de ubicación del local.
- Plano del local a escala 1.50 (excepto consultorios)
- Solicitud para permiso de funcionamiento.

Por otro lado, de acuerdo con el Servicio de Rentas Internas (2019) determina los requisitos de la obtención del RUC, se dispone de:

- Certificado del consejo parroquial más cercano al lugar de residencia solo si el alojamiento no está registrado.
- Comprobante de pago de impuestos prediales. Debe coincidir con el año en que se realizó la inscripción o el año inmediatamente anterior.
- Alquiler (puede ser válido o no) con un recibo de venta válido emitido por el arrendador durante uno de los últimos 3 meses antes de la fecha de registro.
- Certificado de propiedad o venta de bienes inmuebles inscrito formalmente en el registro de bienes raíces o certificado de la autoridad registral de bienes raíces (válido por tres meses a partir de la fecha de emisión).
- Extracto bancario, servicio de televisión de pago, teléfono móvil o tarjeta de crédito.
- Certificado de votación original (requerido hasta un año después de la elección)
- Original y copia a color de cédula de identidad válida
- Patente local
- Asiento de servicio básico (agua, luz o teléfono). Debe coincidir con uno de los últimos 3 meses antes de la fecha de registro.

De acuerdo con el Municipio de Guayaquil (2019) para la obtención de la patente municipal se debe cumplir con lo siguiente:

- Obtener 1 tarifa de patente corporativa.
- Certificado que no pertenece al municipio.
- Certificado de uso del suelo

- Copia de DNI del representante legal corporativo. Tasa administrativa.
- Una copia del último formulario de agua potable.
- Una copia clara del nombramiento del gerente o presidente de la empresa.
- Original y copia corta de cédula de representante legal

De acuerdo con el Benemérito Cuerpo de Bombero (2019) determina los requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento, entre los que se encuentra:

- Si el trámite se realiza directamente, adjunte copia de la cédula de ciudadanía o autorización escrita de la persona que realizará el trámite, y adjunte copia de la cédula de ciudadanía de quien la autorizó y la persona autorizada para hacerlo. Cita si es de Cía.
- Una copia completa del Registro Único de Contribuyentes (RUC) que indique la dirección y las actividades de la instalación.
- Si eres artesano, el original y copia de la artesanía.
- El original y la copia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor está relacionada con la actividad y el área (mínimo 5 libras) de la instalación.
- Compra de tarifa de mantenimiento

Variables de la investigación

Variable independiente: Demanda

En economía, la demanda es la cantidad total de bienes o servicios que la gente quiere comprar. El sentido de demanda abarca una variedad de bienes y servicios que un consumidor en particular o todos los consumidores en un lugar en particular pueden comprar a precios de mercado para satisfacer sus necesidades y deseos. Estos bienes y servicios pueden incluir prácticamente cualquier producción humana, como alimentos, transporte, educación, recreación, medicina y miles de otros productos o servicios. (Retondaro & Costaguta, 2018).

Variable dependiente: Viabilidad comercial

La viabilidad es un análisis para determinar la probabilidad actual de finalización de un proyecto. Por lo tanto, le brinda información sobre si debe seguirlo o no. Entonces, si es factible, es probable que tenga éxito. Por el contrario, si no es así, significa que existe una alta probabilidad de falla. Cuando nos centramos en la economía estamos hablando de un estudio de viabilidad. (Andia & Paucara, 2017).

Definiciones conceptuales

Estudio de Factibilidad: Se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y, en base a él, para tomar las mejores decisiones sobre la idoneidad de la investigación, el desarrollo o la implementación (Duvergel & Argota, 2017).

Recursos de los estudios de Factibilidad: Si un proyecto está en progreso, se debe revisar y evaluar la identificación de recursos para los estudios de factibilidad (Castañeda & Macías, 2016).

Factibilidad Operativa: Esto se aplica a todos los recursos sobre los que se desarrolla un determinado tipo de actividad (proceso) y depende de los recursos humanos involucrados en el proyecto. En esta etapa se determinan todas las acciones necesarias para lograr el objetivo, y se evalúa y determina todo lo necesario para lograrlo (Castro, Reyes, Sainz, & Trejo, 2015).

Análisis técnico: Se refiere a los recursos necesarios, como herramientas, conocimientos, habilidades y experiencia, necesarios para llevar a cabo las actividades o procesos requeridos por el proyecto. Solemos hablar de valores materiales (medibles) (Castro, Reyes, Sainz, & Trejo, 2015).

Análisis financiero: Esto significa los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o ejecutar una actividad o proceso y / o adquirir recursos clave a considerar, incluidos los costos de tiempo, los costos de

implementación y los costos de adquisición de nuevos recursos (Castro, Reyes, Sainz, & Trejo, 2015)

Marketing. - El marketing es un conjunto de actividades, instituciones y procesos dirigidos a crear, entregar, entregar e intercambiar ofertas de valor para los clientes, los clientes, los socios y la sociedad en su conjunto (Fernandez, 2015).

Mercado. - Un mercado se define como la suma de todos los compradores y vendedores de esa región o región. En otras palabras, una región puede ser una tierra o un país, una región, un estado o una ciudad. Técnicamente, un mercado es cualquier lugar donde dos o más partes pueden reunirse para participar en transacciones económicas, y las transacciones del mercado pueden incluir bienes, servicios, información, divisas o una combinación de ellos que se mueven de un lugar a otro (Salazar & Aceves, 2017).

Segmento de mercado. - Un segmento de mercado es un grupo de personas que comparten una o más características comunes y se agrupan con fines de marketing. Cada segmento de mercado es único y los especialistas en marketing utilizan diferentes criterios para crear un mercado objetivo para un producto o servicio específico (Rivas & Cruz, 2017).

Tendencia. - Esta es la dirección esperada del movimiento de precios durante un período determinado. Las tendencias del mercado se aplican a todos los mercados donde hay un cambio en el precio o la cantidad de todos los activos y bienes comercializados (Lozano, 2016).

Capacidad operativa. - La capacidad es el nivel máximo de producción que una empresa puede mantener para producir un producto o proporcionar un servicio. La planificación de la capacidad requiere que la gestión se adapte a las limitaciones del proceso de producción (Casas, 2016).

Entrevista a especialistas

Terapeuta en Reiki

Lcda. Sonia Betty Hunter Ordoñez

21 años de experiencia

1. ¿Para qué sirve la medicina alternativa?

La medicina alternativa ayuda a las personas de manera más holística, ya que la persona no sólo es cuerpo físico sino también mente, energía y emociones.

2. ¿Puede la medicina alternativa sustituir a la medicina tradicional?

No se trata de reemplazar sino de complementar.

3. ¿Por qué es importante trabajar la parte mental, emocional y energética de una persona con enfermedades?

El cuerpo energético comprende la parte emocional de las personas que influye en nuestra mente, cuando existe un desequilibrio de los mismos se puede dar manifestaciones en nuestro cuerpo físico provocando enfermedades.

4. ¿Considera que la medicina Alternativa o complementaria está creciendo en Ecuador?

Si, actualmente la medicina complementaria se está expandiendo tal es el caso de que se ha creado La Asociación Ecuatoriana de Médicos Expertos en Medicina Integrativa (AEMEMI), la cual está conformada por profesionales de la salud convencional que a su vez complementan sus servicios con terapias alternativas.

5. ¿Cuántas sesiones o terapias se requieren para comenzar a ver cambios en la salud del paciente?

En lo particular el Reiki cuando se inicia se requiere de 7 terapias que permite equilibrar los centros energéticos.

6. ¿Qué valor promedio tiene la sesión o terapia realizada?

Es un valor aproximado de \$30 a \$50 dólares, en mi caso particular las terapias se complementan con aceites y flores de Batch.

7. ¿Cuántas horas mínimo se requiere de experiencia para poder iniciar a atender a pacientes?

Recomiendo un mínimo de 200 horas de capacitación y práctica

8. ¿Cuál es el promedio de tiempo que conlleva realizar 1 sesión o terapia?

Depende del tipo de tratamiento que requiere el paciente, el mismo puede ser de 1 a 2 horas de terapia.

Terapeuta en Biomagnetismo

Ing. Jorge Humberto Arango Escobar

15 años de experiencia

1. ¿Para qué sirve la medicina alternativa?

Sirve como alternativa de tratamiento, sana de forma integral ya que busca el origen de la enfermedad y trabaja sobre la causa, no sólo sobre el síntoma.

2. ¿Puede la medicina alternativa sustituir a la medicina tradicional?

No, la medicina alternativa es un complemento a la medicina tradicional.

3. ¿Por qué es importante trabajar la parte mental, emocional y energética de una persona con enfermedades?

Es importante ya que somos seres integrales, un desbalance en nuestro Ph, o una falta de armonización en los chacras, puede generar patologías que afecten a nuestros sistemas u órganos.

4. ¿Considera que la medicina Alternativa o complementaria está creciendo en Ecuador?

Si, todo en la vida es un círculo, todo parte de un lugar y retorna a su origen, en la antigüedad la manera de tratar las enfermedades era con oraciones, plantas, baños, todos los elementos que se tenía en el entorno, y es hacia allá que se inclina la medicina alternativa.

5. ¿Cuántas sesiones o terapias se requieren para comenzar a ver cambios en la salud del paciente?

Dependiendo del tipo de terapia y malestar presentado, en varios casos puede verse los cambios desde la primera terapia.

6. ¿Qué valor promedio tiene la sesión o terapia realizada?

Es un valor aproximado de \$10 a \$50 dólares, depende del tipo de terapia y los elementos que se involucran

7. ¿Cuántas horas mínimo se requiere de experiencia para poder iniciar a atender a pacientes?

Recomiendo un mínimo de 300 a 400 horas de capacitación y práctica

8. ¿Cuál es el promedio de tiempo que conlleva realizar 1 sesión o terapia?

Depende de la terapia o dolencia del paciente puede ser desde los 45 minutos en adelante.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

Bajo el contexto de desarrollo de la presente investigación, es importante resaltar que la misma se orienta en la determinación de la factibilidad que podría presentar la creación de un consultorio de medicina alternativa en el sector de mucho lote 2 ubicado en la ciudad de Guayaquil.

El consultorio médico alternativo a constituirse presenta como principal finalidad o concepto de negocio, ofertar servicios de salud o terapias alternativas que se alejan de la medicina tradicional, este tipo de servicios podrían ser utilizados por los pacientes como método de curación no convencional que les permita curara sus diversas dolencias.

En la actualidad este tipo de medicina ha presentado un mayor acogido por parte de la sociedad, debido a que presenta resultados sin la necesidad de usar medicamentos químicos, que en muchas ocasiones calma una dolencia, pero genera otra, adicionalmente este tipo de medicina es relativamente menos costosa y accesible, permitiendo que los pacientes optimicen sus recursos financieros.

Como se ha indicado, la empresa a constituirse presenta como idea de negocio la conformación de un consultorio de medicina alternativa ofertando a la comunidad servicios de salud a un bajo costo y en ciertas circunstancias con una rápida recuperación, para ello se identifican los principales servicios que ofertara este centro, entre las que se encuentra:

- Biomagnetismo
- Masaje terapéutico
- Reiki
- Reflexología

Diseño de la investigación

El proceso metodológico que comprende este trabajo, es el desarrollo de un enfoque cuantitativo, por la necesidad de llevar una recolección de datos que permita determinar un tema de interés en específico y tal como lo menciona Hernández y Mendoza (2018) la ruta cuantitativa se basa en conocer la magnitud de ocurrencia de alguna situación o fenómeno y para ello se requiere de un campo específico en el cual operar, manteniendo como soporte técnicas para la recolección de datos, lo que permite reflejar resultados numéricos para su posterior análisis.

Tal es el caso del presente estudio, el cual requiere de una recopilación de información necesaria para atender las necesidades plasmadas en este proyecto, como el conocer el posible estudio de pre factibilidad para establecer la viabilidad comercial ante la apertura de un consultorio de medicina alternativa en Mucho Lote 2.

Tipo de investigación

Investigación descriptiva

De acuerdo con López (2016) menciona que:

Este tipo de modalidad permite descubrir los componentes básicos de un fenómeno estudiado, mismo es que extraído de un contenido dado; es decir, mediante un proceso que se caracteriza como intento de rigor de medición para analizar y estudiar de una forma sistemática, objetiva y cuantitativa dicho fenómeno u objeto de estudio (p. 174).

Con base a ello, se busca identificar la oferta actual de los consultorios de medicina tradicional occidental y alternativa que existen en el sector de la ciudad de Guayaquil, sector de Mucho lote 2.

Investigación de campo

Según Rojas (2015) expresa que:

Recopilar datos desde donde se desencadena el problema. Por ello, es importante que el investigador sea un observador de todas las acciones para que pueda extraer conclusiones relevantes y alcanzar los objetivos establecidos (p. 115).

En este marco, se acentúa que el tipo de investigación es de campo, se basa en aquella que ayuda a la obtención de información de fuentes directas, la cual ayuda a comprender el contexto de la problemática del presente estudio.

Población y muestra

Población

El desarrollo de la presente propuesta de factibilidad debe llevar a cabo la ejecución de diversos factores que se involucran en la obtención del resultado del proyecto de investigación, uno de estos factores es el estudio

de la población sobre la que recae el plan de negocios a establecer. La población se convierte en unidad de análisis sensible dado que se debe discernir estudios que permitan corroborar o desestimar la idea de ejecutar la propuesta de negocios.

Se conoce que la población es un conjunto finito o infinito o incluso se basa en una serie de especificaciones o agrupación en la que se conoce una cantidad de unidades integradas. Con relación a la población que concierne a la presente investigación, se considera que dispone de una población finita, debido a que se conoce el número de individuos con el que se va a trabajar.

La autora considera a la población objeto de estudio como clase media, esto se debe a la calidad de vida que se percibe viven los habitantes del área. De igual forma, existen urbanizaciones como: Metrópolis, La Perla, Jardines del Río etc. que, sin considerarlas dentro de la población estudiada, la cercanía de estas, permiten tomarlas en cuenta como plus adicional decisivo.

Bajo este contexto, se determina que la población de estudio corresponde a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, sector Mucho Lote 2; debido a que dicho campo es de interés para arribar con la identificación de aspectos esenciales para la investigación; en este caso, con la identificación de la oferta actual de los consultorios de medicina tradicional occidental y alternativa existentes en dicho sector, cuyo crecimiento comercial se hace evidente a pesar que su masificación de habitantes se da entre los años 2017 y 2018. Dicho crecimiento comercial se vio temporalmente afectado por la pandemia en el año 2020, no obstante, el año 2021 se recupera satisfactoriamente.

Por tanto, la cantidad poblacional con la que se cuenta para el desarrollo del presente trabajo es la que actualmente habita en el sector Mucho lote 2, siendo un total de 50 mil personas (Ecuador Willana, 2018). Para este caso se toma la totalidad de habitantes dada la naturaleza del giro del

negocio, ya que, al ser un consultorio de medicina, sus potenciales clientes serán de todas las edades.

Muestra

La muestra es determinada como un subconjunto proveniente de la población, el cual debe guardar fiel representación del conjunto total, de esta forma puede ser evaluada y los resultados obtenidos no presentaran distorsión (Hernandez, 2014).

Este estudio comprende el cálculo de una muestra probabilística, siendo un subgrupo de la población total, siendo seleccionado este método, dado que los elementos que esta posee tienen la misma posibilidad al ser escogidos; en este caso, con la aplicación de la técnica de investigación a utilizar (encuesta).

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

El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos.

Donde:

N =	Población =	50.000
P =	Probabilidad de éxito =	0,5
Q =	Probabilidad de fracaso =	0,5
P*Q=	Varianza de la Población=	0,25
E =	Margen de error =	5,00%
NC (1- α) =	Confiabilidad =	95%
Z =	Nivel de Confianza =	1,96

$$\frac{1,96^2 * 50.000 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (50.000 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$\frac{3,84 * 50.000 * 0,5 * 0,5}{124,9975 + 0,9604}$$

$$= \frac{48020}{125,9579}$$

$$n = 381,2384$$

En definitiva, se concreta que la representación muestral es de 381; es decir, con dicha cantidad se trabaja para el procesamiento de datos mediante la técnica de la encuesta. Es importante manifestar, que a pesar que los potenciales clientes serán habitantes de la población de todas las edades, las herramientas que servirán para recolectar información relevante, se realizará sólo exclusivamente a personas mayores de 20 años de edad hasta los 65 años, es decir, personas económicamente activas según el Instituto de Estadísticas y Censo. Y a quienes depende la decisión de contar o no con un determinado producto o servicio.

Procedimiento de la investigación

En relación con la especificación del procedimiento de la investigación, se estipula que esta determina de manera detallada recolección de información relevante para la investigación donde se estipula la forma de aplicación de las técnicas y herramientas de recolección, con el respectivo procesamiento de datos, abarcando los siguientes ítems:

- Como parte inicial del procedimiento de recolección de información, se estipula la creación y formulación de la técnica y herramienta a ser empleada para la obtención de datos de relevancia, en este caso, se enfoca en la utilización de las encuestas.
- Una vez creada las encuestas, estas serán entregadas a los integrantes que conforman la muestra identificada, esta se llevara a cabo mediante la utilización de medios digitales.

- Una vez recolectada la información, esta pasa a ser evaluada mediante un proceso estadístico, que permita la obtención de resultados que aporten con la investigación y el análisis respectivo del mercado.

Técnicas y herramientas de investigación

Encuesta

El autor Arias (2016), indica: “Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular” (p. 71). En definitiva, se destaca que la encuesta será aplicada a los habitantes del sector Mucho Lote 2 con el propósito de conocer la oferta actual de los consultorios de medicina tradicional occidental y alternativa que existen en el lugar estudiado.

Cuestionario

Arias (2016) define el cuestionario como: “Una técnica de encuesta que se realiza por escrito utilizando un instrumento o formato de papel que contiene una serie de preguntas. Esto se denomina cuestionario de auto-completado porque el encuestado debe completarlo sin la intervención del entrevistador.” (p. 74). Dicho cuestionario, será aplicado a los habitantes del sector Mucho Lote 2, serán preguntas cerradas con el fin de conocer información y datos relevantes o verídicos ante la problemática plasmada en el presente estudio.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Presentación de resultados

1. Genero

Tabla 1

Genero

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Masculino	182	48%
	Femenino	199	52%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

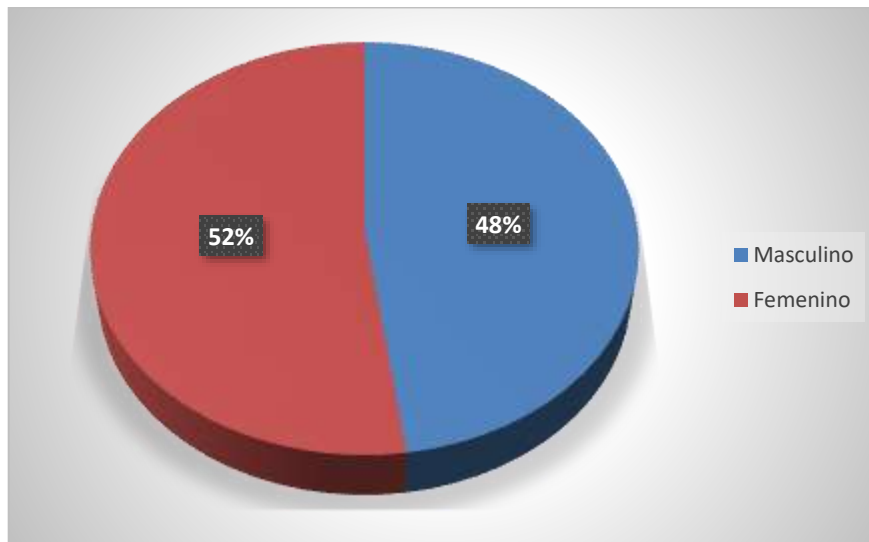


Figura 2 Genero
Elaborado por: Autor

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas permite constatar que el 52% de los elementos participante determinaron que pertenecen al género femenino, mientras que el 48% restante sostuvo que pertenecen al género masculino.

2. Edad

Tabla 2

Edad

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	De 20 años a 30 años	75	20%
	De 31 años a 40 años	166	44%
	De 41 años a 50 años	90	24%
	Mas de 50 años	50	13%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

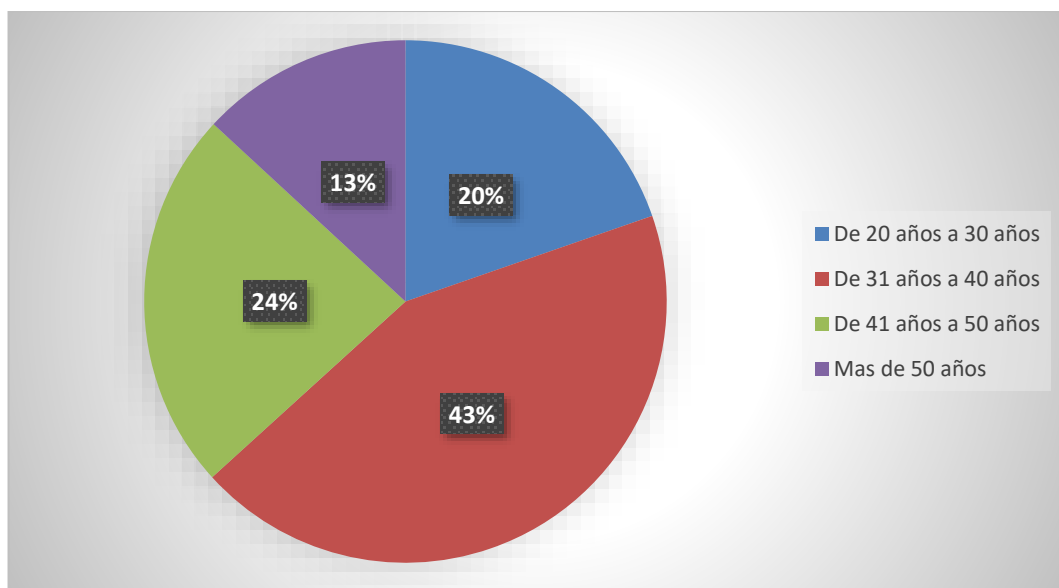


Figura 3 Edad
Elaborado por: Autor

Análisis:

Según se muestra en los resultados obtenidos en las encuestas realizados, permite constatar que el 44% de las personas encuestadas expresaron que se encuentran en el rango de edad entre los 31 y 40 años, el 24% sostuvo que pertenecen al grupo etario entre los 41 y 50 años, el 20% manifestó que se encuentra entre la edad de 20 y 30 años, mientras que el 13% restante determinó que supera los 50 años.

3. ¿Acude frecuentemente a citas o tratamientos médicos?

Tabla 3

Atención médica frecuente

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	229	60%
	No	152	40%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

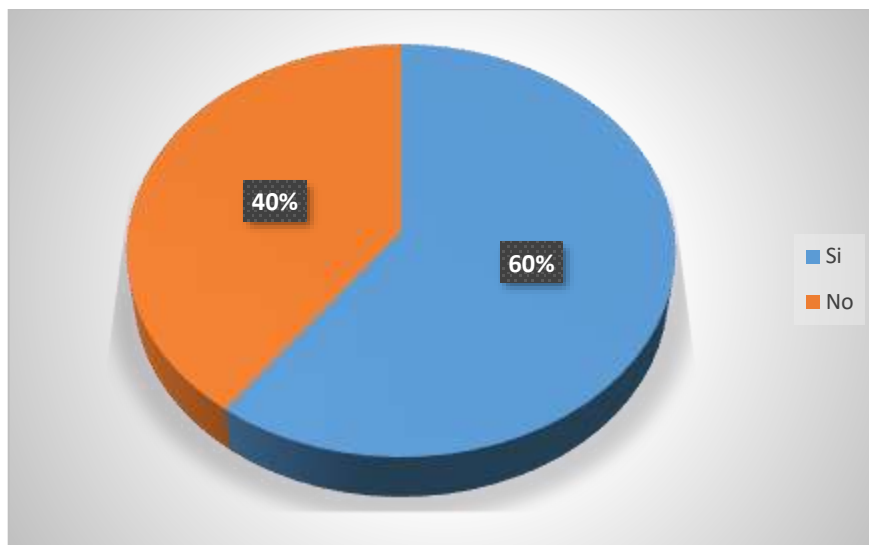


Figura 4 Atención medica frecuente

Elaborado por: Autor

Análisis:

Como se evidencia en los resultados esquematizados de forma gráfica, se logra constatar que el 60% de los elementos participantes indicaron que, si asisten con frecuencia a citas, tratamientos o control médico, mientras que el 40% restante dispuso que no asiste a ningún tipo de centro médico.

4. ¿Sufre de alguna enfermedad permanente?

Tabla 4
Sufre de enfermedad

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	116	30%
	No	265	70%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autor

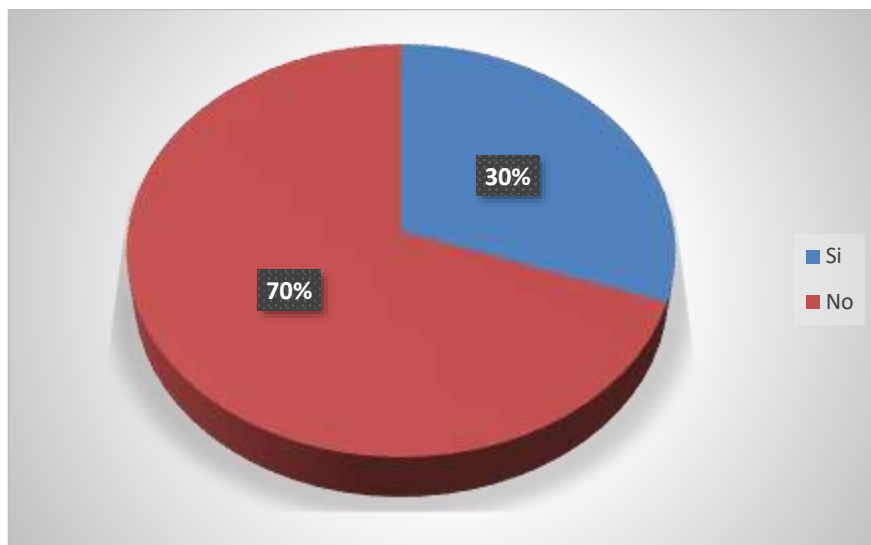


Figura 5 Sufre de enfermedad
Elaborado por: Autor

Análisis:

De acuerdo con los resultados determinados a través del procesamiento de información, se puede destacar que el 70% de los habitantes del sector evaluado manifestaron no disponen de ningún tipo de enfermedad permanente, mientras que el 30% restante sostuvo que si presentan algún tipo de enfermedad.

5. ¿Cuánto es el aproximado que gasta en una cita médica?

Tabla 5

Gasto aproximado

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Entre \$20 y \$40	40	10%
	Entre \$41 y \$60	98	26%
	Entre \$61 y \$80	178	47%
	Mas de \$80	65	17%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

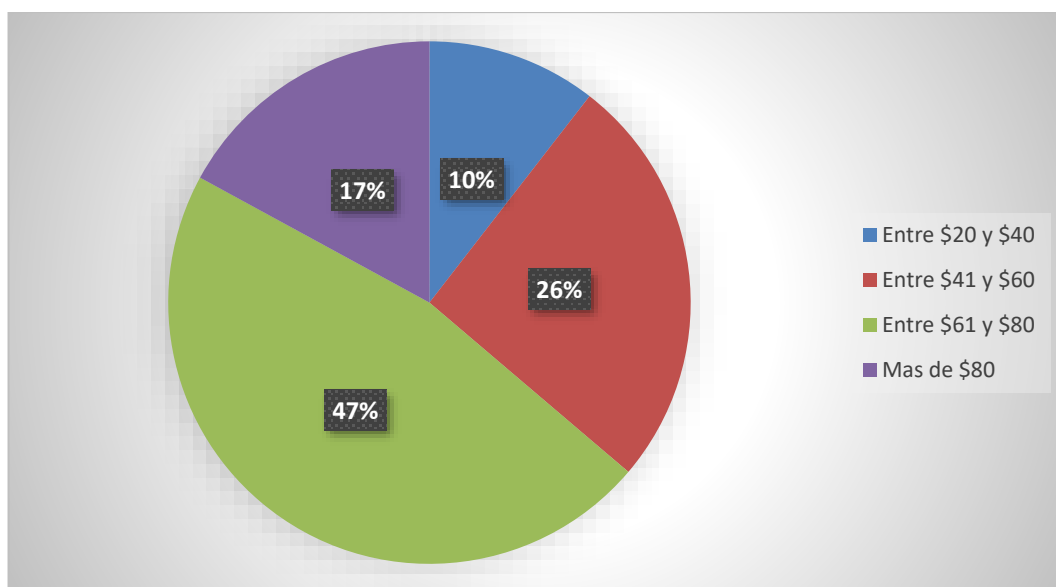


Figura 6 Gasto aproximado

Elaborado por: Autor

Análisis:

Según se muestra en los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas, permite constatar que el 47% de los elementos participantes determinaron que gastan un aproximado entre \$61 y \$80, el 26% determina que realizan un gasto aproximado de \$41 y \$60, el 17% dispuso que por lo general realiza un gasto que supera los \$80, mientras que el 10% restante expresó que realiza un gasto entre los \$20 y \$40.

6. ¿Ha recurrido alguna vez a la medicina alternativa?

Tabla 6

Uso de medicina alternativa

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	150	39%
	No	231	61%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

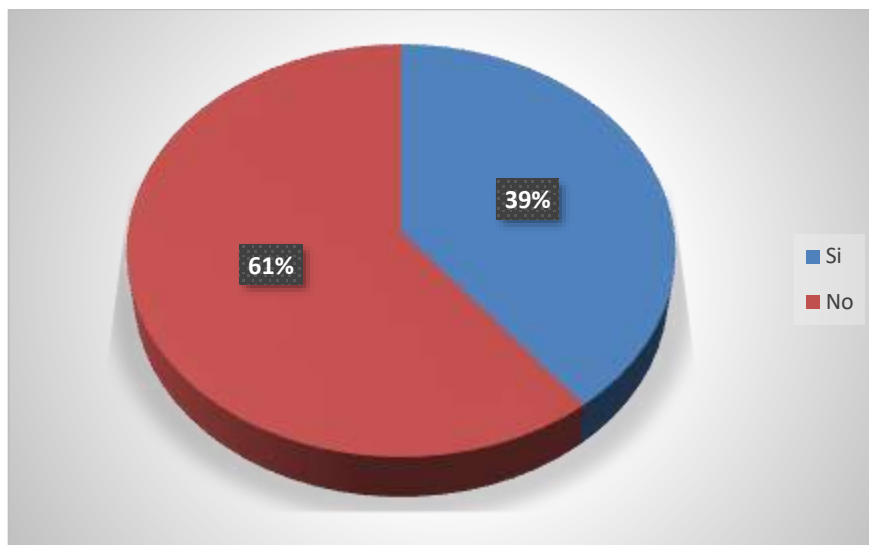


Figura 7 Uso de medicina alternativa

Elaborado por: Autor

Análisis:

En relación con los resultados obtenidos mediante el procesamiento de los datos recopilados a través de las encuestas, se logra determinar que el 61% de los elementos participantes expresaron que no ha recurrido a la medicina alternativa, mientras que el 39% sostiene que si ha recurrido a este tipo de medicina.

7. ¿Considera que la medicina alternativa pueda presentar resultados favorables para su salud?

Tabla 7

Resultados favorables

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	202	53%
	No	179	47%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

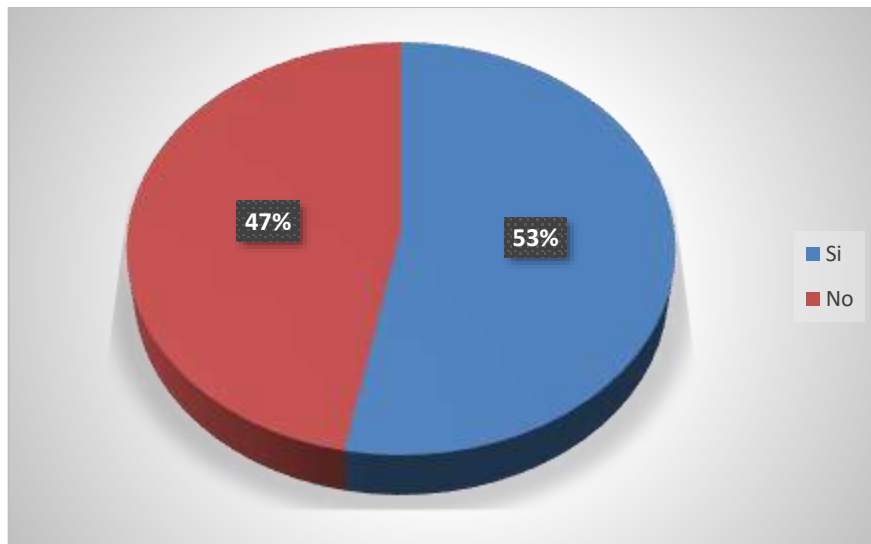


Figura 8 Resultados favorables

Elaborado por: Autor

Análisis:

De acuerdo con la información procesada correspondiente a las encuestas realizadas a los habitantes del sector analizado, permite constatar que el 53% sostuvo que, si considera que la medicina alternativa puede presentar resultados favorables para su salud, mientras que el 47% restante determinó que no considera que esto sea así.

8. ¿Cuál de los siguientes tipos de medicina alternativa le gustaría probar?

Tabla 8

Tipos de medicina

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Biomagnetismo		122	32%
Masaje terapéutico		101	27%
Reiki		89	23%
Reflexología		69	18%
Total		381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

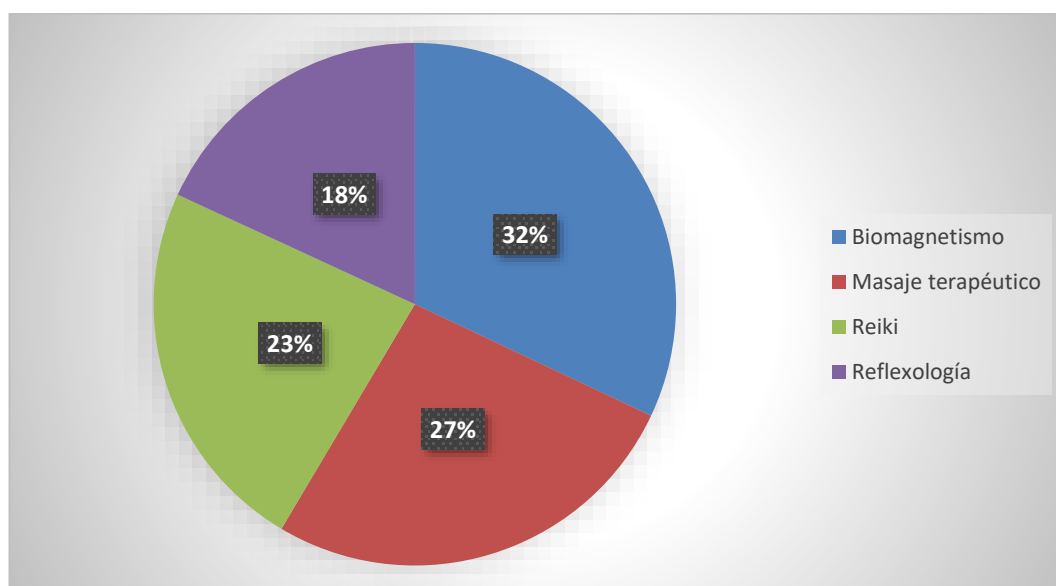


Figura 9 Tipos de medicina
Elaborado por: Autor

Análisis:

Según se muestra los resultados obtenidos en el procesamiento de información, permite constatar que el 32% de los elementos participantes expresaron que le gustaría probar la fitoterapia, el 27% sostuvo que le gustaría probar la terapia de acupuntura, el 23% determino que preferiría probar la homeopatía, mientras que el 18% restante determino que preferiría la reflexología.

9. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una consulta de medicina alternativa?

Tabla 9

Disposición de pago

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Entre \$20 y \$40	105	28%
	Entre \$41 y \$60	184	48%
	Entre \$61 y \$80	89	23%
	Mas de \$80	3	1%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

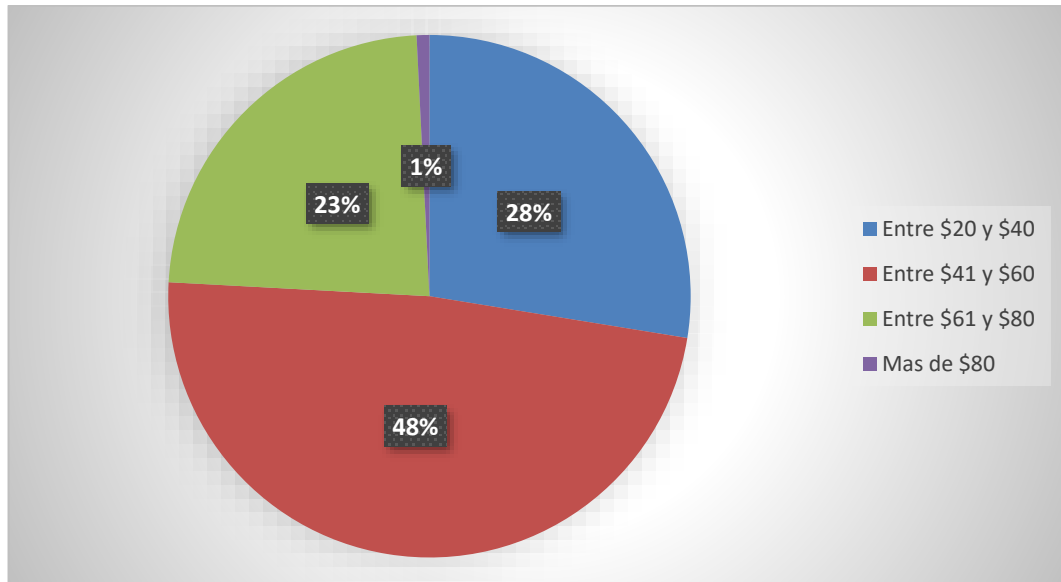


Figura 10 Disposición de pago

Elaborado por: Autor

Análisis:

En relación con los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas, permite constatar que el 48% de las personas encuestados expresaron que estarían dispuesto a pagar entre \$41 y \$60, el 28% determino que estarían dispuesto a pagar entre \$20 y \$40, el 23% sostuvo que estaría dispuesto a cancelar entre \$61 y \$80, mientras que el 1% restante determino que estaría dispuesto a pagar más de \$80.

10. ¿Estaría dispuesto a optar por el servicio de medicina alternativa para curar sus dolencias?

Tabla 10

Optar por el servicio

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	215	56%
	No	166	44%
	Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autor

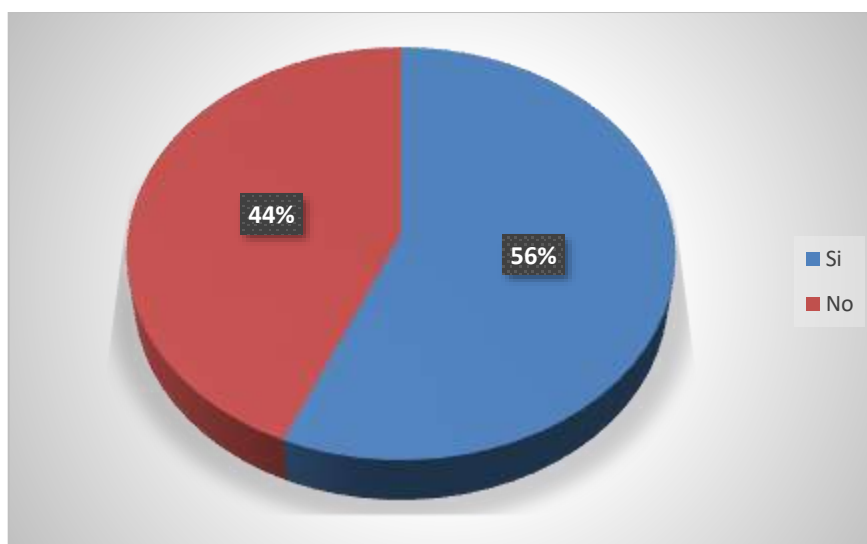


Figura 11 Optar por el servicio
Elaborado por: Autor

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas, permite constatar de forma gráfica que el 56% de los habitantes del sector evaluado, manifestaron que, si estarían dispuestos a optar por la medicina alternativa, mientras que el 44% restante determinó que no estaría dispuesto a optar por este tipo de medicina.

Propuesta

Título de la propuesta

Desarrollo de un estudio de prefactibilidad para la apertura de un consultorio de medicina alternativa en el sector de mucho lote.

Justificación de la propuesta

De acuerdo con el contexto de la problemática desarrollada en el presente trabajo investigativo, se logra constatar que, debido a la alta demanda de servicios médicos, y la insatisfacción de los pacientes por la ineficaz atención médica que reciben, considerando también la ausencia de centros médicos en relación directa a la población, misma que se encuentra dividida en sectores específico, sin embargo, diferentes sectores son direccionados a una sola unidad médica.

Bajo lo explicado con antelación surge la necesidad de estudiar la factibilidad del levantamiento de un consultorio de medicina alternativa, cuyo objetivo es ofertar servicios médicos alternativos con el fin de generar bienestar de la sociedad, dirigiendo los esfuerzos a apoyar a los más vulnerables; además de representar una oportunidad de negocio en la localidad donde se pretende su apertura, en este caso el sector de Mucho Lote 2 de la ciudad de Guayaquil.

Por lo tanto, es necesario llevar a cabo un estudio de prefactibilidad que se debe emplear para la apertura del consultorio médico, con el propósito de conocer si el mismo llegaría a ser aceptado por el mercado objetivo, si consigue o no viabilidad financiera, entre otros procesos que son de gran relevancia, por lo que deben ser ejecutados para conocer el éxito de su desarrollo en la localidad antes mencionada.

Desarrollo de la propuesta

Como estructura de desarrollo del respectivo análisis de prefactibilidad se plantea el desarrollo de estudio de mercado, plan de marketing, análisis técnico y análisis financiero.

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1
Planeación del estudio de mercado	X												
Encuestas en el campo de investigación	X	X											
Validación de resultados		X											
Tabulación y análisis de resultado			X										
Análisis situacional			X	X									
Análisis FODA					X								
Plan de marketing						X							
Análisis técnico						X	X						
Análisis financiero							X	X					
Presentación de informe borrador								X					
Presentación de informe final									X				
Aprobación del informe									X				
Permiso de funcionamientos										X			
Ejecución de obra civil y adecuaciones											X	X	
Inicio de operaciones													X

Estudio de mercado

En relación al factor que corresponde a los análisis respectivos del mercado, se determina su utilidad en la creación de un contexto que le permita saber a los inversores el estado del entorno sobre el que se va a desarrollar el consultorio de medicina alternativa. Para la realización de este tipo de análisis se abarca tanto el entorno macro como el micro, siendo

desarrollado mediante la ejecución de un sistema de análisis que determina los puntos de mayor relevancia para cada entorno.

Con respecto al análisis del marco entorno, para su estudio se toma a consideración la esquematización que brinda el análisis Porter, el cual determina cuatros factores principales que abarcan diferentes indoles para su análisis, entre estos se encuentran el factor político, factor económico, factor social y el factor tecnológico.

Factor político

Bajo este ámbito cabe recalcar que la medicina alternativa o tradicional se ha encontrado inmersa en el contexto nacional desde los antepasados siendo este transmitido a través de generaciones. Sin embargo, no es hasta el 2002 cuando las entidades del estado dan apertura para que la práctica de medicina alternativa sea reconocida como válida y también pase a ser regulada por la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Salud, la cual determina entre sus capítulos que el sistema de salud debe contemplar en su plan integral un enfoque pluricultural, promoviendo así la interrelación entre la medicina tradicional y la medicina alternativa (Vera, 2018).

Por otro lado, para el año 2015 el Ministerio de Salud Pública (MSP) estipulo un reglamento que regula el ejercicio de los profesionales y especialistas en la medicina alternativa, mismo que tiene como objetivo la regulación, vigilancia y control del servicio profesional de los terapistas que aplican la medicina alternativa (Ministerio de Salud Publica, 2015).

A partir de este momento, el Ministerio de Salud Pública tiene la potestad de reconocer la práctica profesional de las carreras de medicina alternativa, siempre y cuando los profesionales a ejecutarla cuenten con la formación académica debidamente reconocida e inscrita por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). A su vez otras de las condiciones planteadas corresponden a que estos

terapeutas deben seguir los principios de bioética y responsabilidad profesional, que rigen el ejercicio de la medicina.

De acuerdo con las estipulaciones presentadas, se logra determinar que la medicina alternativa cuenta con el aval de las entidades gubernamentales orientadas a la salud como lo es el Ministerio de Salud Pública, sin embargo, los profesionales que se dispongan a prestar este tipo de servicio o atención deberán contar con los estudios y títulos debidamente registrados y abalados por la SENESCYT

Factor económico

Bajo el contexto de análisis correspondiente al factor económico, se determina que es se te orienta a estudiar la situación actual de la economía a nivel macro, es decir, hace referencia a la situación económica en la que se encuentra el país.

Siendo así el indicador a emplearse para su respectiva revisión, corresponde al índice del Producto Interno Bruto (PIB), mismo que se encarga de determinar de forma porcentual la riqueza que presenta una nación en términos de su capacidad de producción, reflejando los siguientes índices:

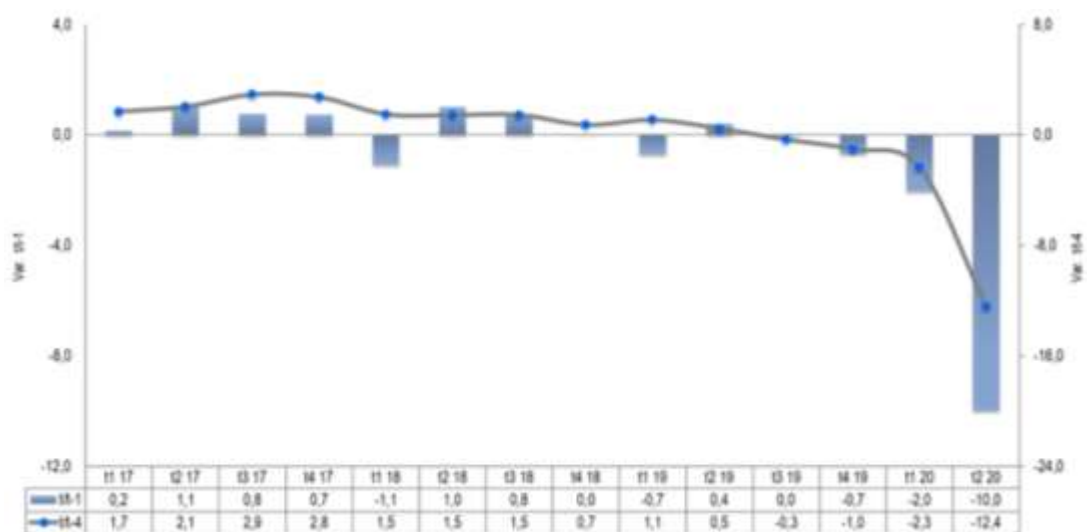


Figura 12 PIB de Ecuador

Elaborado por: Adaptado de BCE (2020)

En base a la gráfica presentada, se determina que la económica nacional ha presentado una tendencia decreciente en los últimos años, posicionándose en zona negativa desde el tercer semestre del año 2019, tendiendo a decaer aún más en cada evaluación, sin embargo, dicho descenso se potencio en el presente año, debido a la caída de la economía a raíz de la emergencia sanitaria, y las respectivas restricciones que planteo el gobierno para disminuir el contagio del Covid-19, posicionándose hasta el segundo periodo trimestral del 2020 en un total de -12,4%.

Factor social

En los últimos años la tendencia social con respecto a los servicios vinculados con la salud, donde se rescata que el gobierno brinda la oportunidad de contar con centros de salud pública, de los cuales, los ciudadanos pueden valerse para atender cualquier eventualidad con respecto a la salud.

Sin embargo, en ocasiones dichos centros presentan la deficiencia de atención, altas tasas de mala infraestructura, equipamiento, recurso humano, e incluso con ello, las limitaciones presupuestarias, lo que impide el desarrollo eficaz y eficiente ante el resguardo de la salud de los ciudadanos ecuatorianos (Mendoza, 2018).

Lo que ha conllevado a que la población desista de la atención medica publica por las respectivas deficiencias, sin embargo, el acceso a servicios de salud privado corresponde a un costo alto, que la población de ingresos promedios no puede abarcar. En estas situaciones, muchas personas optan por la automedicación para poder aplacar sus dolencias, lo que resulta peligroso, pues podrían existir efectos secundarios por la realización de dicha acción.

Bajo este enfoque, es necesario la existencia de una alternativa medica que represente resultados en la mejora de la salud y bienestar de las personas

bajo un costo considerable a comparación de los servicios de salud privado, la cual se puede convertir en una alternativa a elegir por muchas personas.

Factor tecnológico

En cuanto al análisis respectivo del factor tecnológico, este se direccionará hacia el estudio de la interacción que muestran las personas en relación con la tecnología, contando con la revisión del índice correspondiente a la evolución del porcentaje de los hogares que disponen y hacen uso del servicio de internet, con la objetividad de demostrar la factibilidad de la utilización de medios digitales para darse a conocer.

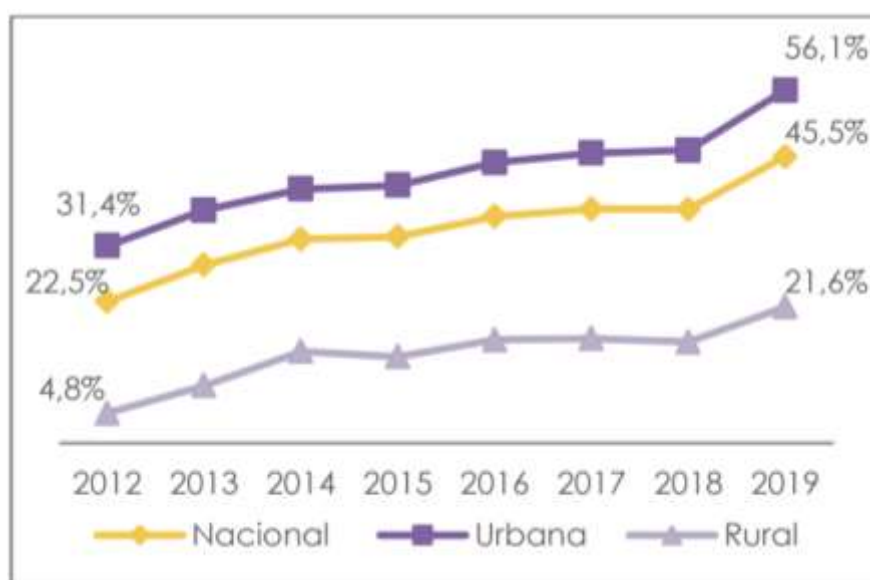


Figura 13 Indicador de uso de internet
Elaborado por: Adaptado de BCE (2020)

En cuanto al índice presentado, se logra interpretar que, en los últimos años, la interacción de las personas con el internet ha presentado una tendencia creciente potenciándose en el año 2019, donde de manera nacional se puntúa en un 45,5%. Sin embargo, se estima que en el presente año este índice presentó un gran crecimiento, puesto que debido a la situación de la emergencia sanitaria muchas actividades fueron digitalizadas, entre estas el trabajo y la educación, por lo que el uso de las redes se ha visto prolongado.

En cuanto al respectivo análisis del microentorno, se determina que este será ejecutado mediante la aplicación de la estructura correspondiente al análisis Porter, del cual se evaluará 5 fuerzas que muestran interacción directa con el negocio a crearse.

Poder de negociación de los clientes

Con relación al poder que se orienta a los clientes, este se direcciona, hacia la determinación de la capacidad de incidir en las decisiones de la organización con respecto al servicio, en este caso con relación al precio o algún otro beneficio.

En el caso del consultorio de medicina alternativa, se identifica que el cliente no cuenta con el poder de interacción necesario, pues se estima que los precios de los servicios a ofertarse se encuentren por debajo de los servicios de salud pagados, razón por la cual se considera esta fuerza con un poder bajo.

Poder de negociación de los proveedores

Con respecto al poder que se direcciona al análisis de la fuerza de interacción que pueden tener los proveedores en relación con la empresa y sus decisiones para la adquisición de los respectivos materiales para la ejecución de los servicios médicos alternativos, lo que se vería reflejado en condicionamientos en las compras, aumento de precios, entre otros.

Con relación a esta fuerza, se determina que la interacción que puede tener con el consultorio de medicina alternativa es baja, debido a que el tipo de materiales para la ejecución de estos servicios son encontrados en las comerciales de medicamentos naturales y medicinas alternativas.

A pesar de que en la ciudad existen varios de estos tipos de negocios, la empresa deberá conformar una asociación estratégica, ya que la compra de materiales se realizaría de forma periódica, lo que representaría un ingreso constante para el proveedor, siendo este quien deba de cuidar de cumplir con las especificaciones acordadas para continuar con el contrato.

Amenaza de nuevos competidores

Acerca de del poder que ejerce la amenaza de la presentación de nuevos competidores entrantes al mercado, se determina que sus análisis se direccionan al análisis de la probabilidad de que una empresa surja con el mismo tipo de negocio y se pueda convertir en competencia directa.

Con relación a esto, se determina que para consultorio de medicina alternativa esta fuerza presenta una influencia media, debido a que existen una serie de requisitos que el personal médico debe de cumplir para la obtención de los permisos y poder brindar dichos servicios, además de la constitución de las respectivas instalaciones necesarias para la conformación del consultorio.

Amenaza de productos sustitutos

Por otra parte, con relación a la fuerza que se direcciona a la revisión de la existencia de amenaza por productos sustitutos, esta se direcciona al análisis de la existencia de competencia indirecta en el mercado al que se busca dirigir.

En el caso de análisis del consultorio de medicina alternativa a constituirse, se determina que la fuerza relacionada con la amenaza de productos sustitutos presenta una incidencia media, dado a que como principales productos sustitutos se encuentran los servicios de salud tradicional, tanto de índole público como privado, sin embargo, cabe recalcar que los servicios de dependencia publica representan una serie de inconvenientes, mientras que los servicios de índole privado presentan una baja accesibilidad debido a sus precios.

Rivalidad entre competidores

Con respecto a la fuerza que se encarga de medir el nivel de rivalidad que existe en el mercado directo al que se direcciona una organización, evaluando si la influencia de la competencia es alta con relación a los potenciales clientes.

Bajo este contexto, con relación al análisis respectivo para el consultorio de medicina alternativa, se determina que muestra una fuerza baja, debido a que en la ciudad no existen muchos centros que oferten este tipo de servicio, adicionalmente, que en la zona a desarrollarse el proyecto no se encuentra ningún tipo de empresa o centro que oferte estos servicios.

Estudio técnico

El presente trabajo investigativo se disecciona hacia la creación de un consultorio de atención medica alternativa, mismo que tendrá desarrollo en el sector de Mucho Lote 2, al norte de la ciudad de Guayaquil, mismo que se encargará de brindar servicios medicinales como biomagnetismo, masaje terapéutico, reiki y de reflexología, con el objetivo de mejorar la salud de las personas que se atiendan.

Bajo el contexto del estudio técnico se determinará la estructura organizacional con la que contará dicho consultorio médico, abarcando la filosofía organizacional, diseño estructural y la revisión de los servicios de los que dispondrá.

Bajo el contexto de la filosofía organizacional bajo la que el consultorio iniciara operaciones, se orienta al diseño de su respectiva misión, visión y valores organizacionales.

Misión

Brindar a los pacientes una atención medica de calidad bajo un servicio personalizado con calidez y profesionalismo, con el fin de mejorar la salud y la calidad de vida de las personas que lo necesiten, bajo una atención integral y de accesibilidad económica para las personas.

Visión

Convertirse en un referente como el mejor consultorio de medicina alternativa de la ciudad de Guayaquil transmitiendo confianza y seguridad en los servicios que oferta, procurando siempre el bienestar de los pacientes.

Valores corporativos

Bajo el contexto de la conformación de la filosofía organizacional del consultorio a conformarse, determina que su funcionamiento y atención se direccionara hacia el cumplimiento de los siguientes valores:

- **Honestidad.** – Se fija que la empresa actuara con total transparencia en sus funciones y actividades, generando de esta forma generar credibilidad en los pacientes.
- **Respeto.** – La empresa y sus colaboradores se comprometen a servir con el mayor respeto a las personas que requieran de atención.
- **Compromiso.** – La organización cuenta con el compromiso de aportar con el bienestar y salud de las personas que requieran de la respectiva atención medica
- **Solidaridad.** – Las actividades a ejecutarse en la organización deben ser realizados mediante un apoyo mutuo entre los colaboradores, de manera que se garantice la realización de las respectivas obligaciones y el bienestar de los pacientes.

Estructura organizativa

Una vez diseñada la filosofía organizacional correspondiente a al consultorio médico a conformarse, es de gran relevancia que se desarrolle de manera coordinada la estructura organizacional con la que contara la empresa, tomando como base las necesidades y actividades que se van a realizar en la organización.

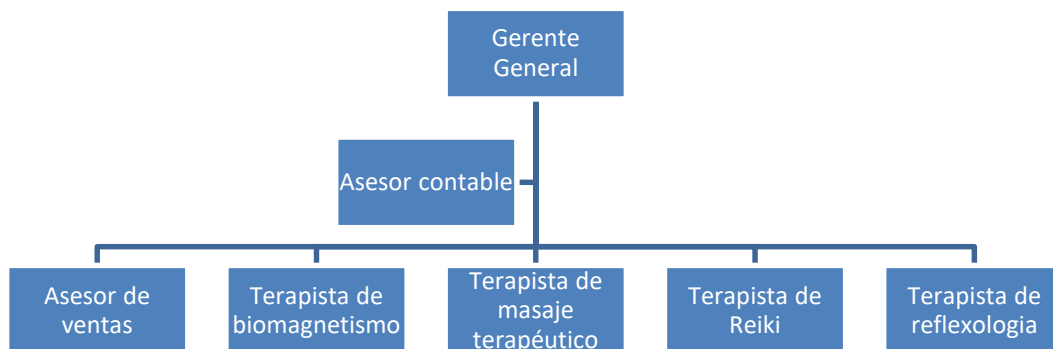


Figura 14 Organigrama
Elaborado por: Autora

Descripción de funciones y perfiles

Posteriormente a la estructuración organizativa de la que dispondrá la empresa, es necesario que, para cada uno de los puestos considerados, se determine sus respectivas funciones y los perfiles de cada cargo, como se muestra a continuación:

Tabla 11
Gerente General

Consultorio médico de medicina alternativa
Manual específico de Funciones y Perfil laboral

FUNCIÓN DEL CARGO: GERENTE GENERAL

Función Básica

Se prevé que este elemento sea el responsable de la organización, representando legalmente a la misma, asegurándose de que todos los colaboradores cumplan con sus respectivas funciones, de tal forma que la empresa pueda cumplir con sus actividades.

Funciones Específicas

Es el responsable de constatar que se dé cumplimiento a las respectivas actividades de cada elemento que conforma la organización.

Se encuentra encargado de constatar que cada área cumpla con sus respectivas funciones.

Es el encargado de aprobar los proyectos de inversión que se requieran ejecutar

Cuenta con la responsabilidad de evaluar y seleccionar a las personas que aspiran una plaza laboral en la organización

Debe actuar con liderazgo siempre a favor de la organización y sus colaboradores

Se encarga de mantener un ambiente laboral óptimo para el cumplimiento de obligaciones.

PERFIL DEL CARGO

Sexo: Indiferente

Estado Civil: Indiferente

REQUISITOS MÍNIMOS

Es necesario poseer un título de tercer nivel en administración de empresas, CPA, o carreras afines debidamente registrado en la SENESYT

Debe contar con una experiencia mínima de 3 años en cargos iguales

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

Elaborado por autor

Tabla 12
Asesor contable

Consultorio médico de medicina alternativa
Manual específico de Funciones y Perfil laboral

**FUNCIÓN DEL CARGO: ASESOR
CONTABLE**

Función Básica

Mantiene la responsabilidad de registrar y llevar un historial de todos los movimientos de dinero que realice la empresa, realizando y evaluando presupuestos y futuras inversiones, a su vez también es el encargado de generar los respectivos estados financieros.

Funciones Específicas

Debe realizar los respectivos estados financieros, para tener conocimiento del estado económico de la organización

Es el responsable de llevar un registro detallado de todos los movimientos que realice la organización, tanto ingresos como egresos.

Mantiene la responsabilidad de generar y cancelar la respectiva nómina de sueldos de los colaboradores.

Es responsable de llevar el control de los valores a pagar a los respectivos proveedores

Debe participar en las reuniones administrativas para dar a conocer el estado de la empresa

Es el encargado de evaluar las posibles inversiones que la empresa requiera realizar

PERFIL DEL CARGO

Sexo: Indiferente

Estado Civil: Indiferente

REQUISITOS MÍNIMOS

Es necesario poseer un título de tercer nivel en CPA, o carreras afines debidamente registrado en la SENESYT

Debe contar con una experiencia mínima de 2 años en cargos iguales

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

Elaborado por autor

Tabla 13

Asesor comercial

**Consultorio médico de medicina alternativa
Manual específico de Funciones y Perfil laboral**

**FUNCIÓN DEL CARGO: ASESOR
COMERCIAL**

Función Básica

Este elemento será el encargado de promocionar los servicios de atención médica, con la objetividad de atraer a las personas dando a conocer cada una de las especialidades de las que se dispone.

Funciones Específicas

Mantiene la responsabilidad de promocionar cada uno de los servicios de los que dispondrá el consultorio

Debe manejar las redes sociales oficiales de la empresa

Es responsable de generar los reportes del alcance que tiene la organización.

Es el encargado de generar la respectiva publicidad para captar clientes
También dispone de la responsabilidad de separar la cita de los usuarios y recaudar los pagos.

Debe de llevar registro de los pacientes y el tipo de atención que requieren

PERFIL DEL CARGO

Sexo: Indiferente

Estado Civil: Indiferente

REQUISITOS MÍNIMOS

Es necesario poseer un título de tercer nivel en ingeniería comercial, o carreras afines debidamente registrado en la SENESYT

Debe contar con una experiencia mínima de un año en cargos iguales

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

Elaborado por autor

Tabla 14

Terapistas tratantes

**Consultorio médico de medicina alternativa
Manual específico de Funciones y Perfil laboral**

FUNCIÓN DEL CARGO: TERAPISTAS TRATANTES

Función Básica

Los terapistas tratantes son los encargados de brindar el servicio medicinal, de acuerdo con la especialización que requiera cada paciente, ya sea biomagnetismo, masaje terapéutico, reiki y de reflexología.

Funciones Específicas

Es el encargado de recibir al paciente en el consultorio previa cita.

Debe dialogar con el paciente para conocer sus respectivas dolencias.

El terapeuta tratante debe llevar un registro de cada paciente, y si este no cuenta con uno, deberá crear dicho registro.

Debe realizar los procedimientos que respectan a su especialidad para lograr mejorar al paciente

Es necesario que lleve un registro periódico de avances para constatar la mejoría del paciente

Generar un reporte sobre las novedades de cada paciente para el respectivo registro.

PERFIL DEL CARGO

Sexo: Indiferente

Estado Civil: Indiferente

REQUISITOS MÍNIMOS

Es necesario poseer acreditación en el SENESYT

Contar con el registro en la Agencia de Aseguramiento de la Calidad de los Servicios de Salud y Medicina Prepagada (ACCESS)

Experiencia mínima de 3.200 horas

Elaborado por:

Revisado por:

Aprobado por:

Elaborado por autor

Descripción del proceso

Una vez estipulado cada una de las respectivas funciones que tendrán cada uno de los colaboradores, se diseña el proceso de atención bajo el que operará el consultorio de medicina alternativa, donde se estipula cada uno de los subprocesos desde que el cliente ingresa al consultorio hasta la evaluación de si el cliente dispondrá de una nueva terapia para el respectivo agendamiento de una nueva cita.

El proceso de atención para los pacientes del consultorio de medicina alternativa desglosa varios subprocesos, mismos que se encuentran esquematizados en la siguiente gráfica:

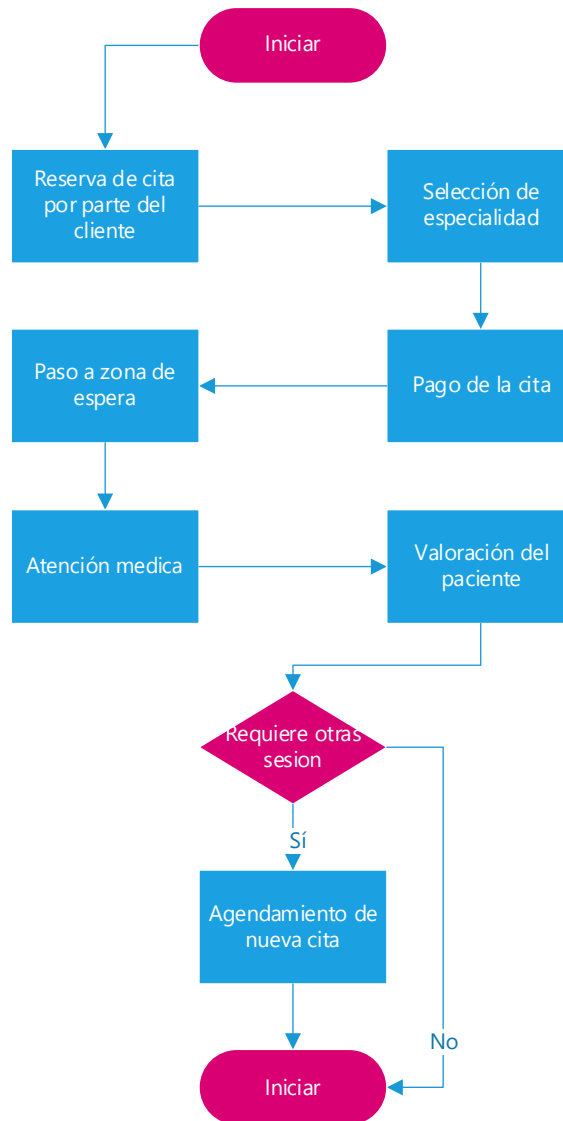


Figura 15 Proceso de atención
Elaborado por: Autora

Descripción de servicios

Uno de los elementos de mayor importancia en la creación de una empresa es tener en claro los servicios que se va a ofertar, en este caso, el consultorio médico alternativo, apuesta por brindar tratamiento de medicina alternativa, entre los que se encuentra biomagnetismo, masaje terapéutico, reiki y de reflexología, por lo cual es importante describir en que consiste cada uno de estos tratamientos y que beneficios puede traer al paciente.

Tratamiento de biomagnetismo

El biomagnetismo es un enfoque revolucionario, científico y terapéutico del bienestar que es diferente de la medicina tradicional y es totalmente compatible con cualquier otra terapia tradicional o alternativa. Es un enfoque de la salud que se practica a nivel internacional y que tiene como objetivo lograr el equilibrio bioenergético en el cuerpo humano; una condición de salud natural conocida como homeostasis.

Implica la colocación precisa y correcta (polaridad norte-sur) de imanes especiales con altas intensidades de campo en áreas muy específicas del cuerpo para mantener la regulación del pH en esas mismas áreas. Al mantener el nivel de pH adecuado, se puede restaurar la homeostasis y el cuerpo puede curarse a sí mismo.

Esta terapia estimula la función normal del sistema inmunológico, aumenta la circulación y la oxigenación, normalizar la respuesta a la inflamación y muchos más efectos positivos en nuestros cuerpos. Se cree que, en última instancia, los desequilibrios del pH pueden acumularse y combinarse para permitir el desarrollo de síntomas, síndromes y otras condiciones de salud en nuestros cuerpos.

La aplicación de biomagnetismo a un área específica del cuerpo restaura el pH adecuado de esa área y, si están presentes, los patógenos no pueden sobrevivir en este entorno de pH. Las células se vuelven saludables y el cuerpo comienza a sanar. Finalmente, el proceso de curación tiene lugar cuando el pH está equilibrado y alcanza el nivel óptimo que determina el bienestar de una persona. Distorsiona los niveles de acidez y alcalinidad (pH) en los órganos, lo que mantiene el fenómeno de la bioenergía.

Tradicionalmente, el magnetismo se ha utilizado cuando se trata de condiciones como:

- Alergias
- Asma
- Sinusitis
- Acné

- Soriasis
- Migrañas
- Arritmia
- Gripe
- Fatiga crónica
- Fibromialgia
- Dolor crónico
- Ciática
- Reflujo
- Dolor de espalda
- Artritis
- Reumatismo
- Venas varicosas
- Mala circulación
- Disfunciones glandulares
- Estrés
- Acidez
- Tendinitis
- Desequilibrio de pH
- Úlceras
- Ansiedad
- Desequilibrios energéticos

Tratamiento de masaje terapéutico

El masaje terapéutico incluye muchas técnicas avanzadas que mejoran la función regenerativa natural del cuerpo, el tacto ligero o firme se utiliza para aliviar la tensión, relajar los músculos, aumentar la circulación sanguínea y linfática y proporcionar una sensación de calma.

Este tipo de terapia se puede utilizar como una adición de apoyo y articulaciones a los tratamientos tradicionales para enfermedades y lesiones, aliviando el dolor y el estrés, ayudando a curar los tejidos blandos y revitalizando el cuerpo, y el masaje regular puede mejorar la salud al proporcionar relajación, aliviando la tensión muscular, aliviando la ansiedad y la tensión, y equilibrando aspectos del cuerpo, la mente y el espíritu.

Entre los principales tipos de masaje se encuentra:

- Masaje sueco: técnicas de fluidos, amasamientos y movimientos pasivos en las articulaciones. Promueve el alivio del estrés y la relajación general. Estimula las terminaciones nerviosas de la piel y el tejido conectivo, aumentando la circulación sanguínea y linfática.

- Masaje de tejido profundo: el trabajo se realiza profundamente dentro de los músculos y tejido conectivo. Los movimientos lentos y la presión profunda con los dedos ayudan a relajar las áreas contraídas del músculo y el tejido circundante.
- Masaje neuromuscular: las técnicas de masaje avanzadas alivian eficazmente el dolor crónico y las lesiones. Mejora el desequilibrio muscular y la postura.
- Terapia craneosacral: un toque ligero mantiene el trabajo en las corrientes naturales del cuerpo. Proporciona una relajación profunda, mejora la alineación del cuerpo y promueve la curación natural.
- Terapia de drenaje linfático: una ligera presión ayuda a aumentar el movimiento del líquido linfático. Complementa el tratamiento de enfermedades autoinmunes, el tratamiento del cáncer, la cirugía y promueve el bienestar a través de una mejor respuesta inmune.

Entre los principales beneficios de los masajes terapéuticos se determina que esta técnica puede ser útil en las siguientes condiciones:

- Estrés, ansiedad, depresión: promover la respuesta de relajación, mejorar los mecanismos de afrontamiento en pacientes sometidos a tratamiento contra el cáncer, reducir los síntomas de ansiedad, depresión y trastornos por estrés
- Control del dolor: fibromialgia, artritis, ciática, dolores de cabeza, parto.
- Enfermedad pulmonar crónica: aumenta la función respiratoria y disminuye la ansiedad
- Digestivo: terapia adyuvante al tratamiento del estreñimiento crónico.
- Lesiones: lesiones por esfuerzo repetitivo y uso excesivo, traumatismos en el lugar de trabajo y deportivos, latigazo

Tratamiento reiki

Reiki es una técnica de sanación energética japonesa. La forma predominante de Reiki que se practica en todo el mundo hoy en día es un enfoque complementario o alternativo de la salud, es utilizado para mejorar el bienestar general y controlar los síntomas.

El objetivo de la medicina energética es eliminar bloqueos y ayudar al flujo de energía de manera similar a la acupresión o acupuntura. Mejorar el flujo de energía a través del cuerpo puede ayudar a aliviar el dolor, relajarse, acelerar la curación y reducir otros síntomas, según los terapeutas.

Se recomienda que la terapia de Reiki se realice en cualquier lugar siempre que se realice en un ambiente tranquilo, el paciente se sentará en una silla cómoda o se acostará en la mesa completamente vestido. Cuando el practicante coloca suavemente sus manos sobre ciertas áreas de la cabeza, extremidades y torso, usando manos de diferentes formas, por un período de 2 a 5 minutos. Los brazos se pueden colocar en 20 partes diferentes del cuerpo.

En caso de haber una lesión, como una quemadura, las manos se pueden sostener por encima de la herida. Mientras tanto el practicante sostiene sus manos suavemente sobre el cuerpo, tiene lugar la transferencia de energía. Durante este tiempo, las manos del practicante pueden estar calientes y hormigueantes, manteniéndose cada posición de la mano hasta que el practicante sienta que la energía ha dejado de fluir.

Si el practicante siente que la energía o el calor en la mano ha disminuido, suéltelo y colóquelo en otra parte del cuerpo.

Según los practicantes, el efecto curativo está mediado por la transmisión de una energía universal conocida como qi, que se pronuncia "chi". Esta es la misma energía involucrada en el ejercicio de tai chi, considerada como la energía de fuerza vital que algunos creen que nos rodea a todos, entre

las condiciones para las que se ha utilizado Reiki para ayudar a tratar incluyen:

- cardiopatía
- ansiedad
- depresión
- dolor crónico
- esterilidad
- trastornos neurodegenerativos
- autismo
- enfermedad de Crohn
- síndromes de fatiga

Tratamiento de reflexología

La reflexología es un tratamiento basado en el principio de que hay áreas y puntos en los pies, manos y oídos que están conectados a través del sistema nervioso a las partes correspondientes del cuerpo. Cuando se aplica presión en estas áreas y puntos, se estimula el movimiento de energía a lo largo de los canales nerviosos y ayuda a restaurar el equilibrio homeostático del cuerpo.

La reflexología regula las vías energéticas del cuerpo humano a través de algunos puntos de presión situados en pies, manos, oídos y cara, la terapia de reflexología ayuda a reducir el estrés físico y mental del cuerpo. Los puntos de presión de reflexología ayudan a mejorar varios tipos de trastornos como el trastorno del sueño, el trastorno de la alimentación, etc.

Los dolores y molestias comunes como dolor de cabeza, dolor de muelas, dolor de cuello, dolor de espalda, dolor de rodilla, etc. se pueden reducir con reflexología. También se ha demostrado que la terapia de reflexología ayuda con algunos problemas graves como congestión sinusal, problemas nasales, ansiedad y estrés, depresión, insomnio, problemas de indigestión, migraña, trastornos menstruales, diarrea, etc.

La reflexología es útil de muchas formas, con la ayuda de los puntos de reflexología, cualquier síntoma se puede mejorar y reducir, entre los beneficios de esta terapia se pueden considerar los siguientes:

- Mejora la circulación sanguínea y la energía en el cuerpo estimulando los puntos de presión.
- Alivia el estrés y ayuda en el manejo del estrés.
- Ayuda a aliviar el dolor de espalda, el dolor de cuello, la rigidez del cuello, la tensión del hombro, el dolor de cabeza, el dolor de muelas, etc.
- Ayuda a mejorar el funcionamiento de la digestión y reduce los problemas de estómago como acidez, úlcera, quemaduras de pecho, gases.
- Elimina el deseo de comer y equilibra el apetito y reduce la cantidad de desechos.
- Ayuda a aliviar la depresión, las náuseas y otros trastornos mentales.
- Minimice la congestión de los senos nasales y los problemas nasales.
- Reducir el dolor nasal y deshacerse del moqueo o congestión nasal.
- Da alivio en problemas pulmonares.
- Alivie el dolor de tobillo, dolor de rodilla, dolor de codo, etc.
- Ayuda a mejorar el tono de la piel y cura los trastornos cutáneos.
- Ayuda a mejorar la vista mediante puntos de masaje.
- Ayuda a aliviar el resfriado, la tos, el estreñimiento, la artritis, los mareos y el dolor de garganta.
- Ayuda a mejorar la memoria.
- Ayuda a reducir los trastornos menstruales en las mujeres.
- Ayuda a reducir los desafíos emocionales de irritabilidad, enojo y frustración.

Plan de marketing

De acuerdo con este apartado, se determinarán el análisis de los apartados más importantes en la fijación de estrategias de marketing, el cual será desarrollado considerando la estructura de las 4p del marketing mix, como se muestra a continuación:

Estrategia de servicio

Bajo este contexto de análisis, se considera como estrategia la estipulación de las características que deberá tener el servicio a brindarse, para de esta manera poder ganar la fidelidad de los usuarios, entre las principales características se considera:

- Las diferentes terapias para realizarse serán totalmente personalizadas e individuales, sin que exista factores exógenos que interrumpan la terapia incomoden al paciente.
- Los respectivos tiempos serán respetados, el cual será netamente el tiempo que dure la terapia para así darle paso al siguiente paciente.
- El paciente tendrá la potestad de obtener una carpeta o historial médico donde se registrará su progreso desde el día del ingreso para sus respectivas terapias.
- Se busca ofertar un servicio donde se escuche plenamente al paciente, para informarlo claramente sobre sus respectivas inquietudes con respecto a la enfermedad que padece y como el tratamiento procederá a curarlo.
- Se busca que el servicio que brinden los terapeutas sea amable y se note el interés de ayudar, generando confianza en los pacientes.
- Es necesario que se superen las expectativas del cliente, enfocándose netamente en las necesidades de los pacientes, direccionando su tratamiento y sus consejos a obtener la mejoría de los pacientes.

Estrategia de precio

Como el servicio a ofertarse se busca que sea del alcance de las personas, con respecto a lo que entrega la competencia, la estrategia de precio será captar los clientes que estén dispuestos a pagar un precio justo a comparación de los precios elevados de la medicina privada.

Los precios por consulta privadas en hospitales o clínicas llegan a ser muy elevados por los diversos tipos de patologías, en exámenes o en tratamientos en la ciudad de Guayaquil, el consultorio de medicina alternativa apuesta por precios que sean accesibles. Por lo tanto, los precios a estipularse se encuentran basados en la factibilidad de valores que se muestra en las encuestas, elaborando la siguiente tabla por cada uno de los tratamientos:

Tabla 15

Precios

Tratamiento	Precio aproximado
Biomagnetismo	\$ 30,00
Masaje terapéutico	\$ 32,00
Reiki	\$ 25,00
Reflexología	\$ 30,00

Elaborado por autor

Estrategia de plaza

La distribución de nuestros servicios será directamente con el consumidor final, es decir con nuestros pacientes considerando la estructura de nuestra organización. En este caso como se determinó, el consultorio de medicina alternativa se encontrará ubicado en el sector de Mucho Lote 2 de la ciudad de Guayaquil, sin embargo, existen sectores aledaños, a los cuales se

puede dar cobertura también con el servicio, por la cercanía que tienen, entre estos se encuentra:

- Mucho lote 1
- Metrópolis 1
- Metrópolis 2
- Villa España

Estrategia de promoción

Para la estipulación de la estrategia que se relaciona con la promoción que tendrá el consultorio de medicina, se determina que la mejor forma de realizar publicidad en la situación en la que se encuentra la ciudad por las respectivas restricciones y medidas de cuidado, se dirección al uso de las redes sociales, abarcando las siguientes estrategias:

Tabla 16
Estrategia de promoción

Ítem	Estrategia	Descripción
Estrategia de publicidad	Publicitar mediante redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Como parte inicial de la estrategia de publicidad, se plantea el uso de las redes sociales como Facebook e Instagram, para generar contenido publicitario. • También se debe considerar la contratación de publicidad pagada mediante estos medios, lo cual genere un alcance mayor en relación con su post
	Crear un uso utilitario de las redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Una manera de abarcar mayores posibilidades de alcance, se orientan a la creación de contenidos utilitarios como

recomendaciones para diferentes dolencias leves que puedan tener las personas para que estas sean tratadas desde sus hogares sin la necesidad de salir.

Elaborado por autor

Se incluye dentro de la estrategia de promoción a la publicidad, la misma que se presenta como una de las herramientas más significativas para el presente plan de prefactibilidad. La inclusión de influencer de primer nivel es la alternativa más eficiente, gestionando publicidad en medios tradicionales y las nuevas tendencias tecnológicas como el marketing digital, al respecto Gómez Nieto (2018), menciona:

Las marcas utilizan la figura del influencer en la estrategia de marketing digital para la consecución de los objetivos, sus recomendaciones, opiniones son tenidas en cuenta por los consumidores en su decisión de compra. La disciplina del Influencer Marketing sigue afianzándose. Se estima que el mercado global del Influencer Marketing valdrá entre 5-10 billones de dólares en los próximos 5 años. Un 84% de los marketers afirman que lanzarán una campaña de este tipo en los próximos 12 meses y de los que ya lo han hecho el 81% están muy satisfechos con su efectividad, sobre todo para generar engagement y notoriedad de marca. (pág. 7)



Figura 16 influencer ofertando el servicio

Adicional se debe establecer el mensaje de forma clara, el servicio se aplica a todo género. El mismo debe empezar a gestionarse con fuerza al menos con 3 meses antes de aperturar el negocio, con la finalidad de empezar a cumplir las metas establecidas.

Estudio financiero

Como parte final del desarrollo de la propuesta evidenciada en el presente proyecto, se busca determinar la factibilidad financiera que la puesta en marcha del consultorio de medicina alternativa presenta, para determinar si la respectiva inversión representaría ganancias o pérdidas, para esto se desglosa las respectivas inversiones, costos, gastos e ingresos con los que contara la empresa.

Inversión de activos fijos

Bajo este contexto en relación con la inversión correspondiente a los activos fijos, este se direcciona a presentar los respectivos rubros que abarcan mueble y enseres, adecuaciones de las instalaciones, máquinas y equipos, entre otros. Como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 17
Desglose de activos fijos

Adecuaciones de instalaciones			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Colocación de puertas amplias		\$600,00	\$600,00
Pintura de las instalaciones		\$700,00	\$700,00
Separación en los consultorios		\$1200,00	\$1200,00
Arreglo eléctrico para equipos		\$800,00	\$800,00
Colocación de extintores	4	\$80,00	\$320,00
TOTAL	0	\$3.380,00	\$3.620,00
Muebles y enseres			
Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Escritorio	7	\$125,00	\$875,00
Sillas ergonómicas	7	\$75,00	\$525,00
Sillas para la sala de espera en hilera	4	\$70,00	\$280,00

Archivadores aéreos	3	\$60,00	\$180,00
Mesas para utensilios	4	\$80,00	\$320,00
Sillas para atención en consultorio	10	\$20,00	\$200,00
TOTAL	35	\$757,30	\$2.380,00

Máquinas y equipos

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Camillas para tratamiento	12	\$120,00	\$1.440,00
Equipo de imanes (electroestimulación)	1	\$500,00	\$500,00
Frigobar - compresas frías	2	\$150,00	\$300,00
Microondas - Compresas calientes	2	\$100,00	\$200,00
Dispensadores de cremas y jabón	5	\$40,00	\$200,00
Equipo de reflexología y masajes	1	\$360,00	\$360,00
TOTAL	23	\$0,00	\$3.000,00

Equipos de computación

Descripción	cantidad	costo unitario	Costo Total
Computadoras	7	\$600,00	\$4.200,00
Impresoras	3	\$100,00	\$300,00
Router expensor	3	\$80,00	\$240,00
TOTAL	19	\$780,00	\$4.740,00

Elaborado por autor

Posteriormente al ser desglosados cada uno de los rubros que corresponden a la inversión que se deberá hacer con relación a los activos fijos que requiere la organización, se destaca que esta presenta una totalización de \$13.740.

Tabla 18

Inversión de activos fijos

Tipo de Cuenta	Precio Unitario
Adecuaciones de instalaciones	\$3.620,00
Muebles y enseres	\$2.380,00
Máquinas y equipos	\$3.000,00
Equipos de computación	\$4.740,00
Menaje	\$0,00
TOTAL	\$13.740,00

Elaborado por autor

Inversión de capital de trabajo

Una vez que se encuentra planteada la respectiva inversión que corresponde a los activos fijos, es importante la determinación de los rubros que se toman a consideración como capital de trabajo, los cuales son imprescindible para que el consultorio de medicina alternativa inicie sus respectivas actividades, entre estos se encuentran:

Tabla 19

Desglose de capital de trabajo

Permisos de constitución			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Costo constitución de la compañía	1	\$500,00	\$500,00
Permisos Bomberos	1	\$50,00	\$50,00
Ruc	1	\$0,00	\$0,00
Permiso de funcionamiento	1	\$50,00	\$50,00
Publicidad	1	\$100,00	\$100,00
Hojas volantes	1	\$30,00	\$30,00
Arte del Logo	1	\$50,00	\$50,00
Diseñador Gráfico de páginas web y papelería	1	\$500,00	\$500,00
Costo de transporte y gastos por buscar cotizaciones	1	\$150,00	\$150,00
TOTAL	9	\$1.430	\$1.430
Mano de obra			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Sueldo de colaboradores (3 meses)	3	\$3.700,00	\$11.100,00
TOTAL	3	\$6.200,00	\$11.100,00
Materiales			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Materiales para el inicio de la producción (3 meses)	3	\$11.278,40	\$33.835,20
TOTAL	3	\$11.278,40	\$33.835,20

Elaborado por autor

Por otro lado, una vez desglosados, es importante que estos rubros se totalicen para la obtención del valor a invertirse como capital de trabajo, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 20

Inversión de capital de trabajo

Descripción	Precio total
Permisos de constitución	\$1.430,00
Mano de obra	\$11.100,00
Materiales	\$33.835,20
TOTAL	\$46.365,20

Elaborado por autor

Inversión total

A su vez, con los respectivos rubros identificados, correspondientes tanto a los activos fijos como al capital de trabajo, se deben totalizar para determinar la inversión total que se deberá realizar para la puesta en marcha del proyecto, misma que asciende a un total de \$60.105,20.

Tabla 21

Inversión inicial

Inversión Inicial	VALOR
Activo Fijo	\$13.740,00
Capital de Trabajo	\$46.365,20
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$60.105,20

Elaborado por autor

Financiamiento

Una vez totalizado el valor total a invertirse, se debe especificar la manera en que este valor será financiado, en este caso se determina que el 34%

será directamente financiado por los inversores al utilizar su capital propio, mientras que el 66% restante será financiado mediante la realización de un préstamo bancario.

Tabla 22
Financiamiento

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	\$20.000,00	34%
Valor a Financiar	\$40.105,20	66%
Inversión Inicial	\$60.105,20	100%

Elaborado por autor

Cabe recalcar que el préstamo bancario a realizarse constara de un periodo de pago de 5 años plazo, contemplando una tasa de interés de 11,25%, el mismo que genera el siguiente resumen de intereses anuales:

Tabla 23
Pago de intereses y capital

Año	Interés	Capital
1	\$4.191,94	\$6.331,97
2	\$3.441,69	\$7.082,22
3	\$2.602,55	\$7.921,36
4	\$1.663,98	\$8.859,93
5	\$614,20	\$9.909,71
TOTAL	\$12.514,37	\$40.105,20

Elaborado por autor

Proyección de costos

Para la determinación de la respectiva proyección de costos de forma anual, se toma a consideración los valores en los que se incurre para llevar a cabo cada uno de los respectivos servicios que se ofertaran en el consultorio de medicina alternativa, realizando su respectivo cálculo de acuerdo con la demanda que presenta cada uno de los servicios.

Tabla 24
Costos operativos

Descripción	Cantidad	Costo	Costo anual
Servicio de biomagnetismo	2849	\$15,00	\$ 42.739,20
Masaje terapéutico	2404	\$18,00	\$ 43.273,44
Servicio de Reiki	2048	\$10,00	\$ 20.479,20
Servicio de reflexología	1603	\$18,00	\$ 28.848,96
Costo total		\$61,00	\$135.340,80

Elaborado por autor

Después de haber sido totalizados los costos correspondientes a cada uno de los servicios presentados y su respectivo calculo anual, estos son proyectados a razón de la inflación proyectada por el banco central del Ecuador, presentando la siguiente tabla:

Tabla 25
Proyección de costos operativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos operativos	\$135.340,80	\$139.698,77	\$144.169,13	\$148.739,30	\$153.525,73
TOTAL	\$135.340,80	\$139.698,77	\$144.169,13	\$148.739,30	\$153.525,73

Elaborado por autor

Proyección de gastos

Por otro lado, otros de los elementos importantes a considerarse en el análisis financiero, corresponde a la estipulación de los respectivos gastos que tendrá el consultorio de medicina alternativa, entre estos se encuentran los gastos de ventas y administrativos, mismos que se desglosan a continuación:

Tabla 26
Gastos

Gastos de ventas		
Detalle	Total Mensual	Total Anual

Pautas en redes sociales	\$50,00	\$600,00
Community Manager	\$200,00	\$2.400,00
TOTAL	\$250,00	\$3.000,00

Gastos administrativos

Detalle	Total Mensual	Total Anual
Energía eléctrica	\$300,00	\$3.600,00
Agua potable	\$200,00	\$2.400,00
Teléfono	\$50,00	\$600,00
Internet	\$50,00	\$600,00
Suministros de oficina	\$30,00	\$360,00
Gastos de arriendo	\$500,00	\$6.000,00
TOTAL	\$1.130,00	\$13.560,00

Elaborado por autor

Considerando los rubros correspondientes a los gastos que presentara la empresa a constituirse, es importante recalcar que su respectiva proyección se encuentra directamente vinculada con los porcentajes de inflación proyectada, obteniendo los siguientes valores:

Tabla 27
Proyección de gastos

Gastos de ventas proyectados					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pautas en redes sociales	\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Community Manager	\$2.400,00	\$2.477,23	\$2.556,30	\$2.638,09	\$2.722,41
TOTAL	\$3.000,00	\$3.096,55	\$3.195,43	\$3.297,49	\$3.403,02

Gastos administrativos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía eléctrica	\$3.600,00	\$3.715,92	\$3.834,83	\$3.956,39	\$4.083,71
Agua potable	\$2.400,00	\$2.477,28	\$2.516,42	\$2.596,19	\$2.679,74
Teléfono	\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Internet	\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62

Suministros de oficina	\$360,00	\$371,59	\$383,48	\$395,64	\$408,37
Gastos de arriendo	\$6.000,00	\$6.193,20	\$6.391,38	\$6.593,99	\$6.806,18
TOTAL	\$13.560,00	\$13.996,63	\$14.404,39	\$14.861,01	\$15.339,24
GASTOS TOTALES	\$16.560,00	\$17.093,18	\$17.599,83	\$18.158,51	\$18.742,26

Elaborado por autor

Proyección de ingresos

Previo a la respectiva proyección de ventas que se espera para la organización se determina cuanto será el ingreso por cada uno de los servicios de los que dispondrá el consultorio de medicina alternativa, considerando la respectiva tasa de participación identificada en las encuestas, obteniendo los siguientes valores:

Tabla 28
Ingresos

Descripción	Precio	% de participación	Unidades anuales	Ingresos
Servicio de biomagnetismo	\$ 30,00	32%	2849	\$85.478,40
Masaje terapéutico	\$ 32,00	27%	2404	\$76.930,56
Servicio de Reiki	\$ 25,00	23%	2048	\$51.198,00
Servicio de reflexología	\$ 30,00	18%	1603	\$48.081,60
TOTAL				\$261.688,56

Elaborado por autor

Una vez totalizados los valores correspondientes a los ingresos, se determina que estos muestran un crecimiento constante durante el periodo proyectado de 5 años, como se muestra a continuación:

Tabla 29
Ingresos

Ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Monto	\$261.688,56	\$270.455,13	\$274.728,32	\$279.069,03	\$283.478,32

Elaborado por autor

Estado de situación financiera

Posteriormente con relación a la elaboración y descripción de estado de situación financiera proyectado, se muestra que, en las cuentas correspondiente al pasivo, estas muestran una tendencia de disminución, haciendo referencia al respectivo pago de la deuda por el préstamo bancario, como se muestra a continuación:

Tabla 30
Estado de situación financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/ Bancos	\$46.365,20	\$72.527,68	\$99.774,01	\$125.006,43	\$147.441,16	\$167.531,14
Total Activos Corrientes	\$46.365,20	\$72.527,68	\$99.774,01	\$125.006,43	\$147.441,16	\$167.531,14
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Adecuaciones de instalaciones	\$3.620,00	\$3.620,00	\$3.620,00	\$3.620,00	\$3.620,00	\$3.620,00
Muebles y enseres	\$2.380,00	\$2.380,00	\$2.380,00	\$2.380,00	\$2.380,00	\$2.380,00
Máquinas y equipos	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00
Equipos de computación	\$4.740,00	\$4.740,00	\$4.740,00	\$4.740,00	\$4.740,00	\$4.740,00
Depreciación Acumulada	\$0,00	-\$2.276,67	-\$4.553,33	-\$6.830,00	-\$7.130,00	-\$7.430,00
Total Activos No Corrientes	\$13.740,00	\$11.463,33	\$9.186,67	\$6.910,00	\$6.610,00	\$6.310,00
TOTAL ACTIVOS	\$60.105,20	\$83.991,01	\$108.960,68	\$131.916,43	\$154.051,16	\$173.841,14
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Préstamo bancario C/P	\$6.331,97	\$7.082,22	\$7.921,36	\$8.859,93	\$9.909,71	\$0,00

Total Pasivos						
Corrientes	\$6.331,97	\$7.082,22	\$7.921,36	\$8.859,93	\$9.909,71	\$0,00
PASIVOS NO CORRIENTES						
Préstamo						
Bancario L/P	\$33.773,23	\$26.691,01	\$18.769,65	\$9.909,71	\$0,00	\$0,00
Total Pasivos No Corrientes	\$33.773,23	\$26.691,01	\$18.769,65	\$9.909,71	\$0,00	\$0,00
TOTAL PASIVOS	\$40.105,20	\$33.773,23	\$26.691,01	\$18.769,65	\$9.909,71	\$0,00
PATRIMONIO						
Capital Social	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$0,00	\$30.217,78	\$32.051,89	\$30.877,12	\$30.994,66	\$29.699,69
Utilidades Retenidas	\$0,00	\$0,00	\$30.217,78	\$62.269,67	\$93.146,79	\$124.141,45
TOTAL PATRIMONIO	\$20.000,00	\$50.217,78	\$82.269,67	\$113.146,79	\$144.141,45	\$173.841,14
PASIVO + PATRIMONIO	\$60.105,20	\$83.991,01	\$108.960,68	\$131.916,43	\$154.051,16	\$173.841,14
TOTAL	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Elaborado por autor

Estado de resultado

Por otro lado, la determinación del estado de resultados logra manifestar una tendencia creciente en la utilidad neta que presenta el proyecto, como se muestra a continuación:

Tabla 31
Estado de resultado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
VENTAS NETAS	\$ 261.688,56	\$ 270.455,13	\$ 274.728,32	\$ 279.069,03	\$ 283.478,32
Costos de Prestación de Servicio	\$ 135.340,80	\$ 139.698,77	\$ 144.169,13	\$ 148.739,30	\$ 153.525,73
UTILIDAD BRUTA	\$ 126.347,76	\$ 130.756,35	\$ 130.559,18	\$ 130.329,73	\$ 129.952,59
GASTOS OPERACIONALES					
Sueldos y salarios	\$ 57.741,80	\$ 59.601,09	\$ 61.508,32	\$ 63.458,13	\$ 65.500,22
Nomina	\$ 57.741,80	\$ 59.601,09	\$ 61.508,32	\$ 63.458,13	\$ 65.500,22
Gastos Administrativos	\$ 13.560,00	\$ 13.996,63	\$ 14.404,39	\$ 14.861,01	\$ 15.339,24
Energía eléctrica	\$ 3.600,00	\$ 3.715,92	\$ 3.834,83	\$ 3.956,39	\$ 4.083,71

Agua potable	\$ 2.400,00	\$ 2.477,28	\$ 2.516,42	\$ 2.596,19	\$ 2.679,74
Teléfono	\$ 600,00	\$ 619,32	\$ 639,14	\$ 659,40	\$ 680,62
Internet	\$ 600,00	\$ 619,32	\$ 639,14	\$ 659,40	\$ 680,62
Suministros de oficina	\$ 360,00	\$ 371,59	\$ 383,48	\$ 395,64	\$ 408,37
Gastos de arriendo	\$ 6.000,00	\$ 6.193,20	\$ 6.391,38	\$ 6.593,99	\$ 6.806,18
<u>Gastos De Ventas</u>	\$ 3.000,00	\$ 3.096,55	\$ 3.195,43	\$ 3.297,49	\$ 3.403,02
Pautas en redes sociales	\$ 600,00	\$ 619,32	\$ 639,14	\$ 659,40	\$ 680,62
Community Manager	\$ 2.400,00	\$ 2.477,23	\$ 2.556,30	\$ 2.638,09	\$ 2.722,41
<u>Gastos Financieros</u>	\$ 4.191,94	\$ 3.441,69	\$ 2.602,55	\$ 1.663,98	\$ 614,20
Interés del préstamo	\$ 4.191,94	\$ 3.441,69	\$ 2.602,55	\$ 1.663,98	\$ 614,20
<u>Otros Gastos</u>	\$ 2.276,67	\$ 2.276,67	\$ 2.276,67	\$ 300,00	\$ 300,00
Depreciación	\$ 2.276,67	\$ 2.276,67	\$ 2.276,67	\$ 300,00	\$ 300,00
<u>Total Gastos</u>	\$ 80.770,41	\$ 82.412,63	\$ 83.987,36	\$ 83.580,62	\$ 85.156,68
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 45.577,35	\$ 48.343,72	\$ 46.571,82	\$ 46.749,11	\$ 44.795,91
Participación de trabajadores (15%)	\$ 6.836,60	\$ 7.251,56	\$ 6.985,77	\$ 7.012,37	\$ 6.719,39
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 8.522,96	\$ 9.040,28	\$ 8.708,93	\$ 8.742,08	\$ 8.376,83
<u>UTILIDAD NETA</u>	\$ 30.217,78	\$ 32.051,89	\$ 30.877,12	\$ 30.994,66	\$ 29.699,69
UTILIDAD NETA ACUMULADA	\$ 30.217,78	\$ 62.269,67	\$ 93.146,79	\$ 124.141,45	\$ 153.841,14

Elaborado por autor

Estado de flujo de efectivo

En la siguiente tabla se muestra la proyección del flujo de efectivo, donde se observa una tendencia positiva en el efectivo neto del proyecto donde en el primer año hasta el último año evaluado, como se presenta a continuación:

Tabla 32

Estado de flujo de efectivo

PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0,00	\$261.688,56	\$270.455,13	\$274.728,32	\$279.069,03	\$283.478,32
Costo de producción	\$0,00	\$135.340,80	\$139.698,77	\$144.169,13	\$148.739,30	\$153.525,73
Sueldos y salarios		\$57.741,80	\$59.601,09	\$61.508,32	\$63.458,13	\$65.500,22
Nomina		\$57.741,80	\$59.601,09	\$61.508,32	\$63.458,13	\$65.500,22

Gastos						
Administrativos		\$13.560,00	\$13.996,63	\$14.404,39	\$14.861,01	\$15.339,24
Energía eléctrica		\$3.600,00	\$3.715,92	\$3.834,83	\$3.956,39	\$4.083,71
Agua potable		\$2.400,00	\$2.477,28	\$2.516,42	\$2.596,19	\$2.679,74
Teléfono		\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Internet		\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Suministros de oficina		\$360,00	\$371,59	\$383,48	\$395,64	\$408,37
Gastos de arriendo		\$6.000,00	\$6.193,20	\$6.391,38	\$6.593,99	\$6.806,18
Gastos de Ventas		\$3.000,00	\$3.096,55	\$3.195,43	\$3.297,49	\$3.403,02
Pautas en redes sociales		\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Community Manager		\$2.400,00	\$2.477,23	\$2.556,30	\$2.638,09	\$2.722,41
Gastos Financieros						
Interés del préstamo	\$0,00	\$4.191,94	\$3.441,69	\$2.602,55	\$1.663,98	\$614,20
Otros Gastos						
Depreciación	\$0,00	\$2.276,67	\$2.276,67	\$2.276,67	\$300,00	\$300,00
Total gasto		\$80.770,41	\$82.412,63	\$83.987,36	\$83.580,62	\$85.156,68
Flujo antes de participación	\$0,00	\$45.577,35	\$48.343,72	\$46.571,82	\$46.749,11	\$44.795,91
Participación de trabajadores		\$6.836,60	\$7.251,56	\$6.985,77	\$7.012,37	\$6.719,39
Flujo antes de impuesto		\$38.740,75	\$41.092,16	\$39.586,05	\$39.736,74	\$38.076,52
Impuesto a la renta		\$8.522,96	\$9.040,28	\$8.708,93	\$8.742,08	\$8.376,83
Flujo después de impuesto (+)		\$30.217,78	\$32.051,89	\$30.877,12	\$30.994,66	\$29.699,69
Depreciaciones		\$2.276,67	\$2.276,67	\$2.276,67	\$300,00	\$300,00
(-) Pago de Capital Préstamo		-\$6.331,97	-\$7.082,22	-\$7.921,36	-\$8.859,93	-\$9.909,71
Capital de trabajo	\$46.365,20	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	
Activos Fijos en inversión	\$13.740,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flujo de Efectivo Neto	\$60.105,20	\$26.162,48	\$27.246,34	\$25.232,42	\$22.434,73	\$20.089,98

Elaborado por autor

Evaluación financiera

Antes de proceder a la evaluación de factibilidad financiera del negocio es necesario establecer la tasa de descuento a través de la tasa mínima de rendimiento (TMAR). En este sentido, se calculó una TMAR del 12%.

Tabla 33
Cálculo de TMAR

Fuente	Inversión	Peso	Tasa	Ponderación
Capital propio	\$20.000,00	33,27%	12,00%	3,99%
Préstamo	\$40.105,20	66,73%	12%	8,01%
TMAR				12,00%

Elaborado por autor

Una vez establecida la TMAR, se procede a determinar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), los cuales son necesarios para determinar si el proyecto es rentable o no. Cuyos resultados presentan rentabilidad para el proyecto, teniendo un VAN de \$28.591,97 y una TIR de 30,81%.

Tabla 34
Calculo de VAN y TIR

TIR Y VAN	
TMAR	12,00%
TIR	30,81%
VAN	\$28.591,97

Elaborado por autor

CONCLUSIONES

Como sección final de la presente investigación se determina la estipulación de las respectivas conclusiones, mismas que se encuentran orientadas a la presentación de los principales hallazgos durante su desarrollo y posterior cobertura a los respectivos objetivos específicos.

Con relación objetivo que busca sustentar de forma teórica la importancia de los estudios de prefactibilidad en la creación de una microempresa, bajo este contexto es importante recalcar que la presente investigación dispone de un marco teórico que se orienta a describir cada una de las secciones que se abarcan en un estudio de prefactibilidad, recalcando su respectiva importancia y su incidencia dentro del mismo.

Por otro lado, con relación al objetivo que se direcciona a la identificación de las características de los posibles clientes potenciales del consultorio de medicina alternativa, se estipula que se realizó la aplicación de una encuesta, donde los principales hallazgos revelaron que al menos el 60% de las personas mantienen una atención médica frecuente, así mismo se reveló que el 53% considera que la medicina alternativa sí puede presentar resultados favorables, mientras que el 56% determinó que sí estaría dispuesto a probar la medicina alternativa.

Por último, con relación al objetivo específico que se direcciona a la creación del informe de prefactibilidad para la creación del consultorio de medicina alternativa, es importante resaltar que el mismo fue realizado abarcando los cuatro pilares principales para constatar la factibilidad de la creación de un negocio, entre estos se encuentra, el estudio de mercado, el estudio técnico, el plan de marketing y el estudio financiero, donde cada uno de estos elementos presenta su respectivo contenido y demuestra la importancia de su desarrollo. Siendo en el estudio financiero donde se marca si la idea de negocio es rentable, en este caso, el presente proyecto presenta factibilidad, pues los indicadores de rentabilidad se muestran positivo y a favor del proyecto, teniendo un VAN de \$28.591,97 y una TIR de 30,81%.

RECOMENDACIONES

Por otro lado, es de gran relevancia que se determinen las principales recomendaciones con relación a la presente investigación para su posterior implementación. Por lo tanto, se recomienda que, al momento de establecerse la organización, esta disponga de una correcta gestión administrativa, lo cual le permita a la empresa llevar un correcto control de todos los recursos de los que dispondrá.

Es recomendable que el personal que se vinculara como terapeuta cuente con las certificaciones necesarias, pues este tipo de actividades se encuentran regidos por el ministerio de salud, y ningún terapeuta puede ejercer si los certificados que los abalan no se encuentran correctamente registrados.

Una vez que la empresa ingrese al mercado, es de gran relevancia que se reestructuren y potencialicen las estrategias de marketing, pues las que se encuentran estructuradas en el proyecto están direccionadas de forma específica para el lanzamiento de la empresa al mercado, posteriormente deberán orientarse al aumento de clientes y la obtención de su fidelidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, M., & Avila, A. (2016). *Análisis situacional de la forma de dirección y sistema organizacional*. Milagro: UNEMI.
- Aguirre, J. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad. *INNOVA*, 3(8), 94-109.
- Alegria, T., & Naranjo, D. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de medicina alternativa ubicada en el cantón duran, Primavera 1*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Alvarez, D., & Viltard, L. (2016). HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO. *Palermo Business Review* .
- Andía, W., & Paucara, E. (2017). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 80-84.
- Andrade, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de la salud. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 59-72.
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme C. A.
- Asato, V., & Leon, G. (2018). *Propuesta de un plan de negocio Salus Per Aquam, siendo este un consultorio de medicina alternativa en el distrito de los olivos*. Lima: Universidad San ignacio.
- Balcazar, J. (2015). *Análisis de casos de los factores potenciales que están incidiendo en el fracaso de las Pymes* . Machala : Universidad Técnica de Machala .
- Banco Mundial . (5 de Diciembre de 2013). *Banco Mundial: Detrás de la escasez de de empresarios innovadores en América Latina* . Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2013/12/05/world-bank-latin-america-shortage-innovative-entrepreneurs>
- Benemérito Cuerpo de Bombero. (2019). *Requisitos para la obtención de permiso de funcionamiento*. Guayaquil: Benemérito Cuerpo de Bombero.
- Caballero, C., & Marina, L. (2016). Marketing en salud. *Salud Uninorte*, 1-24.

- Cabezas, V. (2016). *Desarrollo e implementación de un plan de marketing*. Lima: UPF.
- Cacao, J., & Pihuave, K. (2017; p. 3). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización online de prendas de vestir*. Guayaquil: Observatorio de la economía latinoamericana.
- Casas, E. (2016). *Sistema de evaluación basado en análisis técnico*. Rioja: U de la Rioja.
- Castañeda, J., & Macías, A. (2016). *Guía metodológica para la elaboración de un estudio de factibilidad. Estudio de caso: Fabricación y venta de barras de cereal*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Castro, R., Reyes, A., Sainz, K., & Trejo, C. (2015). *Inicio del proyecto*. México : Tecnológico Nacional de México.
- Chaverri, D. (2017). *DELIMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/153/15354681012.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador . (2011). *Sistema económico y política económica* . Quito : Constitución de la República del Ecuador .
- Corella, J. (2015). *Introducción a la gestión de marketing en los servicios de salud. Salud y administración*.
- Dapena, J., & Alonso, J. (2015). *Aspectos financieros en la gestión de la empresa y en la evaluación de proyectos de inversión*. Buenos aires: UCEMA.
- Delfin, F., & Acosta, M. (2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial. Pensamiento y gestión*, 20.
- Diaz, M. (2017). *EL ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONTABLES EN UN ENTORNO DINÁMICO* . *Revista Universo Contábil*, 121-140.
- Duvergél, Y., & Argota, L. (2017). *Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos. Tecnología*, 6(4), 46-63.
- Ecuador Willana. (20 de Septiembre de 2018). *Cynthia Viteri se reunió con habitantes del programa habitacional Mucho Lote 2*. Obtenido

de Ecuador Willana:

<https://ecuadorwillana.com/2018/09/20/cynthia-viteri-se-reunio-con-habitantes-del-programa-habitacional-mucho-lote-2/>

- El Comercio. (13 de Junio de 2016). El 37% de los latinos utiliza medicinas alternativas. *El 37% de los latinos utiliza medicinas alternativas*, pág. 1.
- Erazo, M. (2018). *Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador*. Quito: U Andina.
- ESPAE. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017*. Guayaquil: ESPAE - ESPOL.
- Fernandez, V. (2015). Marketing mix de servicios de información. *Artículo Científico*, 15.
- Fidias, A. (2016). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme C. A.
- Fierro, I. (2017). *Plan de negocios para una red de centros que aseguren el bienestar y calidad de vida a través de la medicina alternativa*. Universidad de Chile.
- Hernández, J., & Salazar, H. (2019). *Modelo de negocios para microempresa productora y comercializadora de cerveza artesanal*. Guayaquil : Universidad de Guayaquil .
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F.: Interamericana Editores.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México : McGrawHill .
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. Mexico: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012; p. 7). *Dirección de marketing*. Mexico: Pearson.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria . (2011). *Título I Del ámbito, objeto y principios*. Quito: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria .
- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación, XXI(4)*, 167-179.

- López, F. (2016). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación, XXI(4)*, 167-179.
- Lopez, F. (2019). *Plan de factibilidad para la conformación de una central de medicina alternativa*. Universidad Autonoma de Occidente.
- Lozano, M. (2016). *Analisis de mercado potencial*. UDLA.
- Lozano, M. (2016). *Analisis de mercado potencial*. UDLA.
- Martinez, D. (2016). Factores claves en marketing, enfoque de empresas de servicios de salud. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 42-58.
- McKeever, M. (2016). *How to write a business plan*. London: Nolo.
- Mendoza, R. (2018). *Propuesta para la creación de un laboratorio clínico especializado en la Clínica Santiago de la Proviencia de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Guayaquil: Universidad Católica .
- Moncayo, C. (2018; p. 42). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil : Universidad Católica de Santiago de Guayaquil .
- Morales, L., & Sanchez, C. (2019). Importancia de los fundamentos contables. Aplicación práctica de un proceso contable en una empresa. *Revista de investigacion Sigma*, 84-100.
- Moya , R. (2015). *El Proyecto Factible*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/415120/4101230203.pdf>
- Municipio de Guayaquil. (2019). *Permisos para la obtencion de patente municipal*. Municipio de Guayaquil.
- Nava, R., & Marbelis, A. (2015). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*.
- Palencia, M. (2014; p. 12). *Metodología de la investigación*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Perez, S., & Sanchez, F. (2016). Planificación financiera de las empresas. *Revista Publicando*, 16.
- Perú 21. (14 de Agosto de 2016). *¿Cuál es la importancia de realizar un estudio de mercado antes de iniciar un negocio?* Obtenido de

Peru21: <https://peru21.pe/mis-finanzas/importancia-realizar-estudio-mercado-iniciar-negocio-225753-noticia/>

- Ponce, H. (2016). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones. *Contribuciones a la Economía*, 16.
- Retondaro, O., & Costaguta, C. (2018). La demanda de los consumidores por productos innovadores. *Distribución y Consumo*, 111-127.
- Rivas, B., & Cruz, M. (2017). Analisis de mercado como detonadores de negocios . *Mercados y Negocios*.
- Rodriguez, N., & Gutierrez, J. (2017). Guia para el diseño de un plan estrategico. *INTERFASES*, 18.
- Rojas, R. (2015). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: McGrawHill.
- Sabino, C. (2014). *EL PROCESO DE INVESTIGACION*. Obtenido de http://paginas.ufm.edu/sabino/word/proceso_investigacion.pdf
- Salazar, A., & Aceves, J. (2017). Importancia de una investigacion de mercado. *Enfoque para América Latina*, 20.
- Sanchez, P. (2017). *Analisis financiera y su incidencia en la toma de desiciones de la empresa*. UTAM.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* . Colombia : McGrawHill .
- Servicios de Rentas Internas. (2019). *Requisitos para la obtencion del RUC*. Guayaquil: Servicios de Rentas Internas.
- Suarez, N. (2015). Enfoque social de la mercadotecnia y los desafíos de la cobertura universal en salud. *Revista Cubana de Salud Pública*, 97-106.
- Tamayo, L. (2016). *IMPORTANCIA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS EN EL ENTORNO DE LAS FINANZAS*. Colombia: UTB.
- Tapia, M., Granizo, S., & Granizo, L. (2017). *Estudio de pre factibilidad de Ciencias Sociales* . Ciencias Sociales .
- Vaca, M. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Diagnóstico verterinario* . Quito : Universidad Internacional del Ecuador .

Veletanga, J. (2017). La Medicina Alternativa gana terreno en Ecuador.
Edicion Medica, 1-10.

Vera, M. (2018). *Creación de un centro médico alternativo ubicado en una ciudadela del norte de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica.

Vidal, P. (2016). Metodología para elaboración de un plan de marketing.
3C Empresa, 16.