



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
"ENCI"

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE
RAYOS X, MAXILO FACIAL Y ENDODONCIA EN EL CONSULTORIO
ODONTOLÓGICO DE LA DRA. SILVANA ARAUJO".**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Contable, Financiera y Tributaria E.2

AUTOR: CARLOS ALBERTO ACOSTA ARAUJO.

ASESORA: MBA. MARÍA DOLORES SANTILLÁN NARVÁEZ

IBARRA, JULIO -2019

CERTIFICACIÓN DE ASESOR

Ibarra, 22 de julio del 2019

MBA. MARÍA DOLORES SANTILLÁN NARVÁEZ
ASESORA

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f:) 

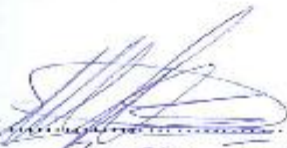
MBA. MARÍA DOLORES SANTILLÁN NARVÁEZ
C.C: 0400752382

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 
.....
María Dolores Sandoval
.....
C.C.: 0100758388.....

(f): 
.....
María Eugenia Fernández
.....
C.C.: 0604145326.....

(f): 
.....
ROBERTO TAREO
.....
C.C.: 1001909085.....

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo ACOSTA ARAUJO CARLOS ALBERTO, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: "Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia"

Ibarra, 22 de julio del 2019

f): 

ACOSTA ARAUJO CARLOS ALBERTO

C.C.: 0401495148

AUTORÍA

Yo, ACOSTA ARAUJO CARLOS ALBERTO, portador de la cédula de ciudadanía N° 0401495148, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

D: 

ACOSTA ARAUJO CARLOS ALBERTO

C.C.: 0401495148

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: ACOSTA ARAUJO CARLOS ALBERTO, con CC: 0401495148, autor del trabajo de grado intitulado: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE RAYOS X, MAXILO FACIAL Y ENDODONCIA EN EL CONSULTORIO ODONTOLÓGICO DE LA DRA. SILVANA ARAUJO"**, previo a la obtención del título profesional de "Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA", en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional "ENCI"

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 22 de julio del 2019

(f.).....

ACOSTA ARAUJO CARLOS ALBERTO

C.C. 0401495148

RESUMEN

El plan de negocios que se ha estructurado para implementar el servicio de rayos X, maxilofacial y endodoncia en el consultorio de la Dra. Silvana Araujo tiene la finalidad de potencializar los servicios odontológicos que se prestan actualmente; se pretende ofertar estos nuevos servicios en un solo lugar, para que los pacientes de odontología encuentren a su disposición los servicios requeridos sin tener que trasladarse a otro lugar, optimizando así tiempo, recursos económicos, poniendo a disposición instrumentos y equipos tecnológicos que se encuentran en auge y a la vanguardia de la tecnología en cuanto al cuidado odontológico, definiéndolos en forma teórica y más específica dentro del estado del arte.

La metodología utilizada para este propósito es de tipo exploratoria se ha realizado encuestas y entrevista para diagnosticar las diferentes necesidades que las personas tienen en cuanto a su salud bucal, se investigará los servicios existentes en el mercado para ofrecer un plus diferente y atraer clientes, elaborando un estudio técnico y económico que sustente la inversión inicial en el cual se definirán ingresos, egresos y se conocerá el tiempo en el que se recuperará la inversión.

La propuesta se ha planteado en base a los resultados obtenidos mediante encuestas y entrevistas, se propone un organigrama estructural de los cargos o puestos que se generarán como empleo para el consultorio, además se implementará flujogramas de proceso de los nuevos servicios en busca de que la ejecución del servicio sea óptima en cuanto al tiempo y diagnóstico de cada paciente, ajustándose a las necesidades que los mismos tengan, siendo los principales beneficiados los pacientes al recibir un beneficio odontológico de calidad y a tiempo, además que su propietaria mejore y actualice sus equipos y que sus ingresos económicos mejoren a través de la prestación de los diferentes servicios odontológicos que se ofertarán dentro del mismo lugar.

Palabras clave:

Plan

Inversión

Factibilidad

Calidad

Servicio

ABSTRACT

The business plan that has been structured to implement the service of X-rays, maxillofacial and endodontics in the office of Dr. Silvana Araujo has the purpose of potentializing the dental services that are currently provided; it is intended to offer these new services in one place, so that dental patients find the required services at their disposal without having to move to another place, thus optimizing time, economic resources, making available instruments and technological equipment that are in boom and the vanguard of technology in terms of dental care, defining them in a theoretical and more specific within the state of art.

The methodology used for this purpose is of an exploratory type. Surveys and interviews have been conducted to diagnose the different needs that people have regarding their oral health. The existing services in the market will be investigated to offer a different plus and attract clients, elaborating a technical and economic study that supports the initial investment in which income, expenses and income will be defined and the time in which the investment will be recovered will be known.

The proposal has been raised based on the results obtained through surveys and interviews, a structural flow chart of the posts or positions that will be generated as employment for the office is proposed, and process flowcharts of the new services will be implemented in order to ensure that the execution of the service is optimal in terms of time and diagnosis of each patient, adjusting to the needs they have, being the main beneficiaries of patients receiving a quality dental benefit and on time, in addition to the owner to improve and update their equipment and that their income improves through the provision of the different dental services that will be offered in the same place.

Keywords:

Plan

Investment

Feasibility

Quality

Service.

INTRODUCCIÓN

La seguridad en la salud bucal es de vital importancia y se viene aplicando desde el siglo pasado, brindando mejorías con el pasar del tiempo a través del uso de las herramientas odontológicas contemporáneas y que se puede brindar un servicio de calidad y de forma segura para el cliente.

Para ello se ha visto la necesidad en base a lo antes expuesto, de elaborar un plan de negocios que permita ampliar el servicio odontológico de rayos X, maxilofacial, y endodoncia en el consultorio de la Dra. Silvana Araujo, lo que atraerá más clientes por mejorar el nivel de cobertura en cuanto a servicios odontológicos.

El desarrollo de este plan de negocios permitirá obtener un amplio conocimiento del trabajo especializado en odontología que realiza el profesional de la rama así como emitir un diagnóstico más acertado en cuanto a la identificación de servicios de salud con mayor demanda por parte de la población de la ciudad de Ibarra.

Se lo realizará mediante un análisis del entorno, considerando factores internos y externos, estudio de mercado que permita identificar los requerimientos de la ciudadanía, como oferta y demanda, además de un estudio técnico para determinar recursos, organización, aspectos, técnicos, tecnológicos, legales.

Finalmente se elaborará una propuesta financiera que permita analizar si los recursos que se inviertan serán lo suficientemente necesarios para que en el plazo de 5 años se logre recuperar o invertido.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DE ASESOR.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
AUTORÍA	v
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
ÍNDICE DE CUADROS	xix
ÍNDICE DE ANEXOS	xx
1. ESTADO DEL ARTE	21
1.1. El plan de negocios	23
1.2. Importancia del plan de negocios	24
1.3. Elementos del plan de negocios	25
1.3.1. Resumen ejecutivo	25
1.3.2. Estudio de Mercado	26
1.3.3. Estudio Técnico.....	26
1.3.4. Estudio Organizacional	27
1.3.5. Estudio Financiero.....	28
1.4. Tipos de Plan de Negocios.....	28
1.4.1. Plan de negocios para empresa en marcha	28
1.4.2. Plan de negocios para nuevas empresas.	29

1.4.3.	Plan de negocios para inversionistas.	29
1.4.4.	Plan de negocios para administradores.	30
1.5.	Inversión	30
1.6.	Presupuesto	31
1.7.	Financiamiento	31
1.8.	Estados Financieros Proyectados	32
1.8.1.1.	Estados de situación inicial proyectado	32
1.8.1.1.1.	Activo	33
1.8.1.1.2.	Pasivo	33
1.8.1.1.3.	Patrimonio	33
1.8.1.2.	Estados de resultados proyectado.....	34
1.8.1.2.1.	Ingresos.....	35
1.8.1.2.2.	Gastos	35
1.8.1.2.3.	Costos	36
1.8.1.3.	Estado de Flujo del Efectivo.	36
1.9.	Evaluación Financiera	37
1.9.1.	Valor Actual neto (VAN)	37
1.9.2.	LA TIR, Tasa Interna de Retorno	38
1.9.3.	Costo Beneficio	38
1.9.4.	Periodo de recuperación de la inversión	39
1.9.5.	Punto de equilibrio.....	39
1.10.	Servicio.....	40
1.10.1.	Características de los servicios.	40
1.10.2.	Historia de la salud bucal.	42
1.10.3.	Servicio Odontológico	44
1.10.3.1.	¿Cómo se estructura el consultorio y servicio dental?.....	45
1.10.3.2.	¿Qué son los rayos X?	49

1.10.3.3.	Servicio de cirugía Maxilofacial.....	50
1.10.3.4.	Servicio de Endodoncia	51
2.	Materiales y Métodos.	52
2.1.	Objetivo general.	52
2.2.	Objetivos específicos.....	52
2.3.	Variables.	52
2.4.	Indicadores.....	53
2.5.	Matriz de relación.	53
2.6.	Mecánica operativa.	56
2.6.1.	Técnicas.....	56
2.6.1.1.	Encuesta.....	56
2.6.1.2.	Entrevistas	56
2.6.1.3.	Observación.....	56
2.6.2.	Instrumentos	57
2.6.2.1.	Ficha de Observación	57
2.6.2.2.	Cuestionario.....	57
2.6.2.3.	Video o grabación de voz.....	57
2.6.3.	Población y muestra.....	57
2.6.3.1.	Muestra.....	58
2.7.	Aplicación de encuestas.....	59
2.8.	Aplicación de entrevista.....	65
2.9.	Análisis y discusión de los resultados.	67
2.10.	Construcción De La Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, debilidades y Amenazas)	68
2.10.1.	Cruces estratégicos FO	68
2.10.2.	Cruces estratégicos FA.....	69
2.10.3.	Cruces estratégicos DO.....	69

2.10.4.	Cruces estratégicos DA	69
2.11.	Identificación del Problema Diagnóstico.....	70
3.	Plan de Negocios.	72
3.1.	Descripción del negocio	72
3.2.	Presentación del equipo humano	72
3.2.1.	Descripción de los puestos y funciones	73
3.3.	Aspectos estratégicos	84
3.3.1.	Nombre o razón social	84
3.3.2.	Misión.....	85
3.3.3.	Visión	85
3.3.4.	Principios y Valores.....	85
3.3.5.	Políticas.....	86
3.4.	Plan jurídico legal	86
3.4.1.	Obtención del RUC	87
3.4.2.	Compatibilidad de Uso de Suelo	87
3.4.3.	Permiso de Bomberos.....	88
3.4.4.	Permiso de Ambiente	88
3.4.5.	Manejo Ambiental Ruido	88
3.4.6.	Manejo Integral de Residuos.....	89
3.4.7.	Manejo de Riesgos.....	89
3.4.8.	Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud.....	89
3.4.9.	Registro Patronal	90
3.5.	Descripción del sector.	90
3.5.1.	Antecedentes	90
3.6.	Localización del proyecto.	91
3.6.1.	Macro Localización.....	91
3.6.2.	Micro Localización.....	92

3.6.3. Ubicación del consultorio odontológico	93
3.7. Ingeniería del proyecto.	94
3.8. Organigrama estructural	96
3.9. Flujogramas.....	97
3.10. Estudio de Mercado	102
3.10.1. Estrategias de Marketing	102
3.10.1.1. Producto o servicio	102
3.10.1.2. Personas.....	103
3.10.1.3. Precio.....	104
3.10.1.4. Plaza	107
3.10.1.5. Promoción.....	108
3.10.1.6. Procesos.....	109
3.10.1.7. Posicionamiento.....	109
3.11. Plan de puesta en marcha	109
3.11.1. Implementación.....	109
3.11.2. Frecuencia de compra de insumos	110
3.11.3. Proveedores.....	110
3.12. Presupuesto.	110
3.12.1. Ingresos	111
3.12.1.1. Ingresos Proyectados para 5 años.	112
3.12.2. Gastos.....	113
3.12.2.1. Muebles de Oficina	113
3.12.2.2. Equipo de Oficina.....	115
3.12.2.3. Equipo Odontológico.....	115
3.12.2.4. Edificio	116
3.12.2.5. Obra civil.....	116
3.12.2.6. Resumen inversión Fija.....	117

3.12.2.7. Depreciación inversión Fija	118
3.12.2.8. Proyección de la depreciación	118
3.12.2.9. Gastos de funcionamiento	119
3.12.2.10. Gastos sueldos	119
3.12.2.11. Gasto beneficios sociales	120
3.12.2.12. Gastos de Administración y ventas.....	123
3.12.3. Costos.....	125
3.12.3.1. Costos de operación	125
3.12.4. Inversión	126
3.12.4.1. Capital de trabajo.....	126
3.12.5. Financiamiento.....	127
3.12.5.1. Pago de la deuda.....	127
3.13. Análisis del estudio financiero.....	128
3.13.1. Estado de resultados proyectado.....	129
3.13.2. Estado de flujo del efectivo	130
3.13.3. Evaluación financiera.....	130
3.13.3.1. VAN	130
3.13.3.2. TIR	130
3.13.3.3. Costo beneficio	131
3.13.3.4. Periodo de recuperación de la inversión.....	132
3.13.3.5. Punto de equilibrio	132
Conclusiones.....	135
Recomendaciones.....	136
Bibliografía.	137
Anexos	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Población objeto de investigación	58
Tabla N° 2 Visitas al odontólogo	59
Tabla N° 3 Frecuencia de visitas al odontólogo	60
Tabla N° 4 razones de visita al odontólogo	60
Tabla N° 5 Condiciones de servicio dental	61
Tabla N° 6 Condiciones de acceso al servicio dental	61
Tabla N° 7 Conocimiento de procedimientos	62
Tabla N° 8 Uso de servicio	62
Tabla N° 9 Costo promedio	63
Tabla N° 10 Precio servicio	63
Tabla N° 11 Valor de pago adecuado	63
Tabla N° 12 Costo pagado por servicio	64
Tabla N° 13 Lugar de prestación del servicio	64
Tabla N° 14 Utilidad del servicio en un solo lugar	65
Tabla N° 15 Talento Humano	73
Tabla N° 16 Servicios Dra. Silvana Araujo	102
Tabla N° 17 Servicios Dra. Silvana Araujo	103
Tabla N° 18 Precios	104
Tabla N° 19 Precio de la competencia	106
Tabla N° 20 Personas atendidas por mes	111
Tabla N° 21 Ingresos por servicios anual	112
Tabla N° 22 Ingresos por servicios proyectado	113
Tabla N° 23 Muebles de Oficina	114
Tabla N° 24 Equipo de Oficina	115
Tabla N° 25 Equipo Odontológico	116
Tabla N° 26 Edificio	116
Tabla N° 27 Obra civil	117
Tabla N° 28 Resumen inversión fija	117
Tabla N° 29 Depreciación inversión fija	118
Tabla N° 30 Proyección de la depreciación	118
Tabla N° 31 Gastos de funcionamiento	119
Tabla N° 32 Gastos sueldos personal contrato fijo	119
Tabla N° 33 Rol de pagos y beneficios sociales Año 1	121

Tabla N° 34 Rol de pagos y beneficios sociales Año 2	122
Tabla N° 35 Gastos de Administración y ventas año 1	123
Tabla N° 36 Gastos de Administración y ventas año 1	124
Tabla N° 37 Gastos de Administración y ventas proyectados	125
Tabla N° 38 Costos de operación proyectados	126
Tabla N° 39 Capital de trabajo	126
Tabla N° 40 Inversión total	127
Tabla N° 41 Financiamiento	127
Tabla N° 42 Pago de la deuda	128
Tabla N° 43 Estado de resultados proyectado	129
Tabla N° 44 Flujo de Efectivo Financiero	130
Tabla N° 45 Costo de Capital	131
Tabla N° 46 Tasa de Rendimiento Medio	131
Tabla N° 47 costos fijos y variables	133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Ziann equipo odontológico Mod: ZA-208C	45
Figura N° 2 compresor 2.5 hp SAP65 Cap 65 Ltr.....	46
Figura N° 3 Autoclave sercon 21 ltr standard 110v	46
Figura N° 4 FONA turbina triple spray ref 6342963.....	47
Figura N° 5 Micromotor NSK completo con contrángulo	47
Figura N° 6 FONA rayos X Mod X70 de pedestal	48
Figura N° 7 FONA panorámico cefálico Art Plus C Digital	48
Figura N° 8 República del Ecuador	91
Figura N° 9 Provincia Imbabura	92
Figura N° 10 Cantón Ibarra	92
Figura N° 11 Ciudad Ibarra	93
Figura N° 12 Ubicación del local	93
Figura N° 13 Local.....	94
Figura N° 14 Distribución del espacio físico	95
Figura N° 15 Diseño de las instalaciones.....	96
Figura N° 16 Organigrama estructural.....	97
Figura N° 17 Flujograma de Servicio de Odontología	98
Figura N° 18 Flujograma de servicio de Rayos X.....	99
Figura N° 19 Flujograma de servicio de Endodoncia	100
Figura N° 20 Flujograma de servicio de Cirugía Maxilofacial	101

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Matriz de relación	54
Cuadro N° 2 Matriz FODA	68
Cuadro N° 3 Datos Gerente General.....	73
Cuadro N° 4 Datos Secretaria	74
Cuadro N° 5 Asesor contable (contador).....	75
Cuadro N° 6 Auxiliar de limpieza.....	77
Cuadro N° 7 Odontólogo general	78
Cuadro N° 8 Radiólogo	80
Cuadro N° 9 Endodoncista	81
Cuadro N° 10 Cirujano Maxilofacial.....	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta	142
Anexo N° 2 Entrevista	145
Anexo N° 3 Ficha de observación	146
Anexo N° 4 Proforma precios dental center	148
Anexo N° 5 Proforma precios consultorio dental	149
Anexo N° 6 Proforma precios Oral Vida	150
Anexo N° 7 Proforma precios Nordent RX	151
Anexo N° 8 Proforma precios Cruz Roja	152
Anexo N° 9 Proforma precios Cruz Roja	153
Anexo N° 10 Proforma precios Clínica Metropolitana	154
Anexo N° 11 Proforma requisitos permiso bomberos.....	154
Anexo N° 12 Proforma precios equipo odontológico	155
Anexo N° 13 Proforma precios permiso de bomberos	156
Anexo N° 14 Consulta de predios	157
Anexo N° 15 Consulta de valores de funcionamiento	158

1. ESTADO DEL ARTE

El cambio que ha sufrido la economía en los últimos años, y el auge que ha tenido la misma ha ocasionado que los mercados se dinamicen, generando que la economía de la sociedad cambie y que en ciertos aspectos para unos sea favorables y para otros no, por ende las necesidades de la población cambian, ya que hay influencia externa desde otros países, todo esto se relaciona directamente con la mejoría en los alcances de la salud, la finalidad de las personas de sentirse y verse bien, ha permitido la creación y avance tecnológico en los campos de la salud oral.

Para ello ha sido necesario investigar aspectos importantes en cuanto a los planes de negocios que permitan mejorar los servicios odontológicos que en la actualidad existen, considerando a (Valencia, Paucara, & Pinto, 2013) los cuales afirman que: “Un plan de negocios, es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación. Este documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos”. (p.80). Se lo considera como un instrumento de trabajo de la empresa, que sirve de guía para que la persona que decide aplicarlo o emplearlo le permita comunicar una idea nueva o refrescar a su negocio, a través de la inversión de un aliado o por medio del financiamiento con la finalidad de mejorar la calidad del servicio de quienes son sus clientes o de la sociedad en sí.

Todo plan de negocio se conforma por distintas etapas que alberga un conjunto de metas y objetivos que serán fundamentales en la ejecución del mismo para alcanzar cada propuesta, considerando el tipo del negocio en el que se va aplicar, el mercado al que se dirige, aspectos económicos de cada uno de los grupos sociales involucrados y sobre todo el tiempo en el que se llevará a cabo. (Valencia, Paucara, & Pinto, 2013).

Por otra parte otro aspecto importante que forma parte de la investigación es la radiología, misma que juega un papel fundamental para emitir un diagnóstico

más acertado en lo que a la salud de las personas se refiere y más aún a lo relacionado con la salud oral por ello:

La radiología digital ha experimentado un importante desarrollo. El continuo avance de las tecnologías en las que se sustenta ha dotado a estos sistemas de interesantes prestaciones que pueden facilitar el diagnóstico y manejo de imágenes radiográficas. Con estos avances la radiología digital ha despertado un interés creciente entre los profesionales de la odontología, especialmente durante los últimos años, en los que ha aumentado notoriamente tanto la cantidad de sistemas comercializados como el número de odontólogos que han decidido sustituir la radiología convencional por un sistema digital en sus clínicas. (Barbieri, Flores, Escribano, & Discepoli, 2015, pág. 1)

Para los profesionales de la salud oral es necesario hacer uso de las nuevas tecnologías complementarias en varias especialidades, que les permitan emitir un diagnóstico más acertado, ejecutar procedimientos y control en base a tratamientos acerca de la evolución del estado de algunas afecciones de cada paciente tal y como lo requiera cada persona. Para los especialistas, en áreas como la ortodoncia, endodoncia, rehabilitación, cirugía oral y maxilofacial, patología bucal, entre otras, la radiografía constituye una herramienta útil, ya que ofrece una visión de estructuras no superficiales y de lesiones que clínicamente no se pueden diferenciar de otras, debido a las estructuras comprometidas y su extensión. (Tirado, González, & Sir, 2015, pág. 3)

Además la prestación de un servicio a un paciente en cirugía oral y maxilofacial supone prestar al mismo cuidados seguros mediante una adecuada gestión de riesgos que minimicen los eventos adversos (EA) y propicien una cultura orientada hacia prácticas clínicas seguras como eje fundamental de una atención higiénica basada en la calidad sanitaria. (López, Martín, & Calvo, 2018, pág. 1).

La misma que se encarga de la prevención, estudio, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de la patología de la cavidad bucal y de la cara, así como de las

estructuras cervicales relacionadas directa o indirectamente con las anteriores. Esta definición incluye principalmente el tratamiento de:

- Enfermedades de la boca (infecciones, tumores, patologías de origen dentario, etc.)
- Tumores benignos y malignos de la cara
- Heridas y fracturas faciales
- Malformaciones faciales presentes al nacimiento, o deformidades aparecidas durante el desarrollo (cirugía estética y reconstructiva de la cara)
- Patología de la articulación temporomandibular
- Enfermedades de las glándulas salivales. (Complejo Hospitalario Universitario de Albacete, 2012, pág. 1).

Para todos y cada uno de los diferentes procedimientos se debe tener en cuenta los protocolos médicos que cuiden y brinden la seguridad adecuada a cada paciente, ya que la prevención es la mejor metodología para atender a tiempo las diferentes patologías o afecciones que se pueden presentar en cada uno brindando así de ésta manera un servicio de calidad y a tiempo para mejorar la calidad de vida de cada persona en éste caso de cada paciente.

1.1. El plan de negocios

El plan de negocio es una guía ya sea para crear una empresa, implementar un servicio o producto dentro de la misma, la cual permita cubrir los vacíos que el mercado tiene y que aún no han sido cubiertos. (Zorita, 2016, pág. 20)

A través de éste documento se puede identificar, describir y analizar un modelo de negocio, permite realizar un análisis si el servicio a implementarse es viable, por medio del desarrollo de estrategias y procedimientos para aprovechar la oportunidad de implementar un nuevo servicio en un proyecto empresarial. (Zorita, 2016, pág. 20)

Para implementar un plan de negocios se requiere de mucha habilidad que permitirá implantar y tomar decisiones observar y analizar los resultados que se puedan obtener para volver a tomar nuevas decisiones. (García, 2015, pág. 15).

Para que sea efectivo en el plan se debe especificar y describir las actividades que permitirán tener ganancia, distribuir de manera correcta tanto los recursos materiales, tecnológicos, económicos y humanos, los cuales permitirán alcanzar las metas y objetivos planteados. (Zorita, 2016, pág. 12).

1.2. Importancia del plan de negocios

Un plan de negocios es importante aplicarlo ya sea en empresas nuevas o existentes para mejorar lo que en la actualidad brinda optimizando sus recursos e implementando nuevos aspectos con la finalidad de brindar un servicio mejorado y renovado.

Es la parte primordial de toda empresa para su óptimo funcionamiento, es un documento el cual mejorará el propósito que tiene la compañía para optimizar recursos financieros, humanos y materiales con la finalidad de realizar el inicio de la organización en los mejores escenarios de mercado y financieros. (Barona, 2017, pág. 11)

Es un instrumento de trabajo, ya que durante su desarrollo se valora la posibilidad de que sea viable, se buscan opciones y se proponen cursos de acción; cuando su elaboración termina, se planifica la puesta en marcha del negocio, se considera en ello los contextos más factibles con todas sus variables. (Barona, 2017, pág. 11)

Un plan de negocios al estar correctamente diseñado e implementado, concebirá beneficios tanto para los accionistas o socios de la empresa como para todos los

interesados, tales como los proveedores, clientes, colaboradores, instituciones gubernamentales y la sociedad en general. Por lo antes expuesto es fundamental, plantear un plan de negocios relacionado con los intereses de los demás, el cual actúe con responsabilidad social. (Benalcázar, 2018, pág. 2).

1.3. Elementos del plan de negocios

El plan contiene una serie de elementos que ayudarán con el progreso de la organización, hará que todas las personas que formen parte de la empresa se vean involucradas. Un plan de negocios generalmente cuenta con los siguientes elementos o etapas:

1.3.1. Resumen ejecutivo

El objetivo de un resumen ejecutivo es captar el interés de los futuros inversores, para ello debe contener una síntesis de los aspectos más importantes del plan de negocio, debe ser breve, es aconsejable realizarlo una vez desarrollado todo el plan.

Los principales elementos son:

- La idea de negocio: su exclusividad respecto a productos/servicios existentes.
- Público objetivo: principales características y su encaje con el perfil de usuarios
- Valor del producto o servicio para el público objetivo.
- Tamaño de mercado y crecimiento esperado.
- Entorno competitivo.

- Fase actual de desarrollo del producto, especificando las necesidades de desarrollo adicionales a realizar.
- Inversión necesaria.
- Hitos fundamentales durante el funcionamiento del negocio
- Objetivos a medio/largo plazo. (La Universidad Internacional de La Rioja, 2013, pág. 1).

1.3.2. Estudio de Mercado

El estudio de mercado permite identificar el público objetivo al que se dirige el servicio con la finalidad de saber y conocer las necesidades actuales de quienes hacen uso de un bien o en este caso de un servicio.

Se lo define por el tamaño, estructura, proyección de crecimiento, tendencias y potencial de ventas. Estima la participación de mercado; el cómo fijará los precios, y como promover el producto y su distribución. (Puentes, 2010, pág. 1)

En tal sentido se puede resumir la definición de un plan de negocios como una herramienta utilizada por las empresas para buscar la consecución de objetivos planteados, relacionados con el crecimiento o rentabilidad. Dichos objetivos se plantean en base a técnicas e instrumentos de investigación para identificar los posibles consumidores o clientes de acuerdo a aspectos económicos, sociales, culturales, religiosos y políticos.

1.3.3. Estudio Técnico

Este estudio abarca los detalles principales como los instrumentos o equipo necesario para implementar o mejorar el bien y/o servicio que se va a brindar a la sociedad, además de los elementos básicos como la inversión en equipos, precios, y los gastos que serán necesarios para la consecución del mismo.

Se refiere al diseño del producto y como se desarrollará la producción y el marketing. Cuando la compañía comercializa un producto nuevo, inversión propia, incluye un plan de prueba, hay que incluir el presupuesto de compra de materiales, costos operativos y administrativos y servicios profesionales. (Puentes, 2010, pág. 1)

En este estudio se analiza toda la inversión necesaria para mejorar el servicio o incrementar equipos que ayuden en ese aspecto, además se considera la totalidad de los gastos que se deban cubrir, con ello se logrará identificar todo el capital necesario para poner en marcha el plan.

1.3.4. Estudio Organizacional

Permite organizar de manera efectiva cada proceso, mantener un orden jerárquico dentro de la empresa o negocio, por medio del cual se optimiza tiempo de ejecución de los servicios, conocimientos de las ocupaciones que cada uno de los funcionarios deben realizar, con la finalidad de optimizar recursos y sacar el mejor provecho de los mismos.

Según (Puentes, 2010) menciona que: “Demuestra cómo funcionará el negocio día a día. Con cada uno de los responsables de las actividades; cómo desempeñará sus funciones, y de igual manera cuáles serán sus necesidades de capital y gastos. (p.1)”.

Es la parte del plan que permite llevar de una manera más organizada cada proceso, cada servicio, ya sea en la ejecución de tiempos y en la coordinación de ejecución de cada actividad que se oferte a los clientes, permitiendo de ésta manera la optimización de recursos.

1.3.5. Estudio Financiero

A través de éste se puede mostrar los valores monetarios que se invertirán para mejorar el servicio actual, con la finalidad de brindar un mejor servicio y alcanzar una mejor rentabilidad.

“Debe incluir un estado de ingresos y gastos, así como el flujo de efectivo. Estos reportes muestran una proyección hacia el futuro de la situación financiera de la empresa” (Puentes, 2010, pág. 1).

Permite identificar si los gastos incurridos se recuperarán dentro de un plazo determinado, también se visualiza la proyección de ingresos y egresos para determinar una utilidad sobre la inversión efectuada. De esta forma se puede conocer cuando el emprendimiento empieza a ser rentable.

1.4. Tipos de Plan de Negocios.

Existen planes de negocios diferentes y de acuerdo al tipo de negocio al que se enfoque, siendo común en todos ya que se persiguen metas y objetivos.

De acuerdo a (Entrepreneur, 2016) afirman que “un plan de negocios es importante para una organización, ya que brinda información y sirve de guía para el negocio” (p.1); las necesidades de cada negocio conlleva a crear sus propios objetivos y para eso se debe hacer uso del plan de negocios apropiado para el mismo y mencionan los siguientes tipos:

1.4.1. Plan de negocios para empresa en marcha

Un plan de negocios para una empresa en marcha es mejorar lo que actualmente se ejecuta, optimizando los elementos con los que se cuenta e implementar aspectos nuevos que ayuden a refrescar y mejorar al negocio.

Evalúa la nueva unidad de negocio de manera independiente y distribuye los costos fijos de toda la empresa entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva. (Casa & Tambaco, 2018, pág. 3)

Cuando un negocio ya está funcionando el plan permite organizar lo que ya existe y potenciar cada uno de los recursos con los que se encuentra distribuyéndolos y usándolos de la mejor manera.

1.4.2. Plan de negocios para nuevas empresas.

Cuando se trata de un plan de negocios para crear una empresa se debe investigar a la competencia para poder brindar y mejorar lo que en el mercado ya existe brindando un valor agregado o un plus que llame la atención para los posibles usuarios.

Se detalla la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. (Casa & Tambaco, 2018, pág. 3)

Cuando un plan de negocios es para una empresa nueva o para crear una se enfoca en el planteamiento de metas, objetivos que se pretende alcanzar a corto, mediano y largo plazo, mediante estrategias que ayuden a encaminar de manera correcta lo que se pretende alcanzar.

1.4.3. Plan de negocios para inversionistas.

En éste caso el plan de negocios deberá revelar en su estudio que la inversión que van efectuar en el negocio les permitirá recuperar su inversión en un tiempo determinado y si ésta les dará las ganancias que han generado y si cumplirá con las expectativas planteadas.

Se debe incorporar toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta. (Casa & Tambaco, 2018, pág. 3)

Si un plan de negocios está enfocado a llamar la atención de una persona inversionista éste plan debe ser llamativo, claro y conciso en cuanto a detalles del negocio y las metas que se pretende alcanzar, a que tiempo se recuperará la inversión y cuál será el porcentaje que se recupere para así la decisión que el inversionista tenga sea clara.

1.4.4. Plan de negocios para administradores.

En éste documento se debe identificar las características específicas en cuanto a los cambios que se efectuarán en la empresa o en el negocio con el detalle de las ganancias que se generarán por los cambios que se realicen.

Debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan debe ser más detallado pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa. (Casa & Tambaco, 2018, pág. 4).

Este plan está direccionado a la estructura empresarial, el manejo del talento humano, optimización de recursos, materiales, humanos, tecnológicos, económicos con el afán de alcanzar las metas planteadas

1.5. Inversión

Según (Porter, 2015), menciona: “En economía, la inversión es un término con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación del capital y el postergamiento del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía”. (pág. 25)

Es el dinero que se coloca a favor de terceras personas con la finalidad de que un plan de negocio funcione y que de buenas ganancias, esperando recuperar lo invertido dentro de cierto tiempo.

1.6. Presupuesto

Es la cantidad de dinero destinada a la mejoría de la empresa o negocio con la finalidad de mejorar un bien o un servicio.

(Programa de educación financiera, 2015) define al presupuesto como:

“Un plan expresado en cantidades; en otras palabras podemos decir que un presupuesto es la determinación y asignación de los recursos requeridos para la consecución de los objetivos. El presupuesto sirve como un importante instrumento de dirección, es tan grande su importancia, que se puede aseverar que quizás sea la principal herramienta para dirigir eficazmente una empresa, mediana o grande. El presupuesto es una reseña total de operaciones de una empresa, para un período futuro, expresado en dinero” (pág.145)

Es un valor monetario en el que se detalla lo que se espera tener de ingresos y gastos, los mismos que serán necesarios para la implementación o mejora de un servicio sin dejar de lado un porcentaje para imprevistos.

1.7. Financiamiento

Al no contar con dinero disponible se busca la finalidad de realizar un préstamo en cierto tiempo determinado, que permita efectuar las metas planteadas, es una propuesta para dar solución a una necesidad actual o futura.

El término financiamiento tiene algunas definiciones se consideran las más acertadas las siguientes:

(Ortega, 2010) define:

“El financiamiento consiste en proporcionar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica. Siendo los recursos económicos obtenidos por esta vía, recuperados durante el plazo y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido” (pág.18)

(Murcia, Diaz, & etal, 2009) afirman:

“Es el conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente”. (pág. 27)

1.8. Estados Financieros Proyectados

Los estados financieros proyectados son la muestra de cómo se verá reflejada en el futuro la situación económica de la empresa, en base a la inversión que se ha hecho para mejorar la calidad del servicio de la misma.

Para (Cramer, 2017) afirma: “Los estados financieros son documentos de resultados, que proporcionan información para la toma de decisiones en salvaguarda de los intereses de la empresa, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que pueda contener es importante.

La proyección de los estados financieros consiste en calcular cuales son los estados financieros que presentará la empresa en el futuro”. (p.1)

1.8.1.1. Estados de situación inicial proyectado

En este estado se muestra el capital y las primeras cuentas con las que empieza la empresa antes de efectuarse los cambios que se plantean con el plan de negocios, los mismos valores serán proyectados usando fórmula matemática para conocer el crecimiento que la empresa tendrá con el paso de cierto tiempo, lo cual permitirá saber si es viable invertir y efectuar los cambios y mejoras para el negocio.

1.8.1.1.1. Activo

Son los bienes físicos con los que la empresa cuenta, adquiridos durante su funcionamiento en el mercado, es lo que la empresa compró para fabricar un producto o comercializarlo.

Para (NIIF, 2016): “Un activo es un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos” (pág. 18).

1.8.1.1.2. Pasivo

Son todos los valores que la empresa tiene que pagar, es decir las deudas que la empresa debe a terceros.

Para (NIIF, 2016): “Un pasivo es una obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos”. (pág. 18).

1.8.1.1.3. Patrimonio

Es lo que la empresa tiene registrado como propio, conjunto de bienes, derechos y obligaciones que tiene una persona o empresa, son los bienes, los elementos materiales e inmateriales con que cuenta la empresa.

Para (NIIF, 2016): “Es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos”. (pág.18)

Es decir que en este aspecto se aplica la ecuación contable que “es la expresión literal de los elementos que conforman el balance que se entrelazan y varían de acuerdo al movimiento o gesto empresarial. Sufriendo aumentos o disminuciones que en cierta manera repercuten en el resultado del ejercicio”. (Lopez, 2015, págs. 1,2)

$$A = P + P$$

Activo = Pasivo + Patrimonio

Activo representa:

- El dinero en efectivo o en cuentas corrientes.
- Cuentas por Cobrar comerciales
- Mercaderías
- Inmuebles
- Maquinarias, etc.

Pasivo.- representa las obligaciones contraídas por la empresa con los accionistas, propietarios y acreedores.

- Tributos por pagar
- Cuentas por pagar Comerciales
- Beneficios Sociales
- Cuentas por pagar, etc.

Patrimonio.- Se conoce como el resultante de diferenciar los activos y los pasivos de una empresa en algunos casos se conoce como capital o forman parte de él.

1.8.1.2. Estados de resultados proyectado

“El resultado final de los ingresos y costos operativos como las ventas, costo de ventas, costos de operación, costos financieros, etc. se resumen en el estado de resultados” (Carvalho, 2009, pág. 1). Mediante el uso de las matemáticas se puede realizar una proyección de los mismos para conocer cómo serán los movimientos empresariales dentro de un tiempo transcurrido es decir se podrá tener un estimado, si la empresa ganará o perderá lo que invirtió al cabo de cierto tiempo.

1.8.1.2.1. Ingresos

Según (Alcarria, 2009): “Los ingresos son incrementos del patrimonio neto, distintos de las aportaciones de fondos a la entidad por parte de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente”. (p. 20).

Son los valores monetarios obtenidos directamente de la actividad que la empresa realiza, es decir lo que se recibe por el pago de la prestación de un bien o de un servicio, ya sea por honorario, venta, alquiler, interés.

1.8.1.2.2. Gastos

(Zapata, 2011) menciona:

Son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del período contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de nacimiento o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio neto, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio. (pág.484).

El gasto siempre implicará el desembolso de una cantidad de dinero, ya sea en efectivo o por otro medio de pago, y llevará asociada una contraprestación.

Son los valores que se paga por la adquisición de insumos o productos necesarios que ayudan a prestar un servicio, los egresos son recuperables luego de brindar el servicio.

1.8.1.2.3. Costos

El término costo, en contabilidad, se relaciona con el esfuerzo económico que efectúa una empresa con la intención de alcanzar un objetivo de naturaleza operacional, permite establecer el precio al público de un bien determinado.

De acuerdo a (Rojas, 2017):

“El costo, también llamado coste, es el gasto económico ocasionado por la producción de algún bien o la oferta de algún servicio. Este concepto incluye la compra de insumos, el pago de la mano de trabajo, los gastos en las producción y administrativos, entre otras actividades” (pág. 9).

Los costos simbolizan el gasto financiero que implica elaborar un producto o proporcionar algún servicio, si es un producto, se forma por el precio de la materia prima, de la mano de obra que se empleó directamente en su fabricación y el precio pagado por la maquinaria y de los edificios.

1.8.1.3. Estado de Flujo del Efectivo.

Son los valores que serán proyectados para identificar las variaciones de efectivo de la empresa, los mismos que son generados por la actividad que se realiza.

Para (Duque, 2014):

“El estado de flujos de efectivo (en adelante, EFE) da cuenta de la variación del efectivo y equivalente de efectivo, como resultado de la suma algebraica de los flujos de efectivo de las actividades de operación, inversión y financiación. Suministra información para determinar la capacidad de la entidad para generar efectivo y equivalentes de efectivo, y las necesidades que tiene para utilizarlos”. (p.2,3).

1.9. Evaluación Financiera

Para (Meza, 2018) menciona:

“La evaluación financiera busca cuantificar el impacto efectivo, positivo o negativo de un proyecto, sirve para verificar la coincidencia de las labores ejecutadas con lo programado, su objeto consiste en “explicar” al identificar los aspectos del proyecto que fallaron, sí estuvieron a la altura de las expectativas. Analiza las causas que crearon esta situación, también indagada sobre los aspectos exitosos, con el fin de poder reproducirlos en proyectos futuros, ya sean de reposición o de complementos”. (pág.27).

La evaluación financiera consiste en analizar mediante fórmulas los datos obtenidos para identificar los aciertos y las falencias del plan de negocio y corregir esos detalles que permitan mejorar y alcanzar las metas planteadas.

1.9.1. Valor Actual neto (VAN)

(Pacheco & Pérez, 2018) definen:

Valor neto de una inversión se entiende a la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. Es un método de valoración de una inversión que permite visualizar la diferencia entre cobros y pagos generados en una inversión. Lo que permite tomar decisiones sobre la inversión.

- Si el VAN ES $>$ a cero es viable el proyecto, los flujos descontados son superiores al monto de la inversión realizada.
- Si el VAN es $<$ a cero no es viable el proyecto, los flujos de recursos a valor actual son inferiores al monto de la inversión realizada.
- Si el VAN es $=$ a cero, es viable pero es necesario un análisis más profundo de la sensibilidad del proyecto considerando que las expectativas de riesgos- rentabilidad están en el límite previsto. (pág. 146).

El VAN permite analizar el valor económico que se invierte luego de sumar los capitales actualizados, restándole el capital inicial, para saber lo que ha crecido económicamente la empresa.

1.9.2. LA TIR, Tasa Interna de Retorno

(Jácome, 2005) menciona:

“Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro o en el tiempo y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. En otras palabras la tasa interna de retorno hace nulo el valor actual neto del proyecto de inversión; para que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo del capital.

La tasa interna de retorno o rendimiento mide la rentabilidad relativa media por período del proyecto de inversión sobre el capital que permanece invertido a principios de cada período; incluye la retribución a los recursos financieros del capital invertido, además se refiere al capital que a principio de cada año permanece inmovilizado en el proyecto y no al capital que se inmoviliza inicialmente”. (pág. 163).

Es el porcentaje de rendimiento que se obtiene de una inversión, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

1.9.3. Costo Beneficio

(Baca, 2001) afirma:

El análisis Costo- Beneficio es el proceso de colocar cifras en los diferentes costos y beneficios de una actividad. Al utilizarlo podemos estimar el impacto financiero acumulado de lo que queremos lograr. El análisis de costo-beneficio es el acercamiento de la escala de peso para la toma de decisiones. Todos los elementos positivos (los movimientos de efectivo y otras ventajas intangibles) se ponen en un lado del equilibrio y todos los elementos negativos (los costos y las

desventajas) se ponen en el otro lado, depende del resultado para la toma de decisiones. (pág. 197)

Es el valor que permite determinar lo que se beneficia la empresa por cada dólar que se invierte.

1.9.4. Periodo de recuperación de la inversión

Es un cálculo matemático empleado los resultados de los flujos de caja obtenidos para conocer en qué tiempo se recuperará el dinero invertido.

(Gil & Giner, 2007) afirma:

El período de recuperación de la inversión se puede definir como el tiempo que tarda en recuperarse el desembolso inicial. Según esta medida las inversiones más deseables son aquellas que tienen un plazo de recuperación más corto. Sin embargo es una medida útil en determinadas situaciones, como en períodos de inestabilidad política y económica. (pág. 34).

1.9.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio o punto muerto es una herramienta clave en la estrategia de una empresa, que es fundamental para ponderar el grado de solvencia de una empresa y su potencial de rentabilidad.

En concreto, el punto de equilibrio determina cuál es el nivel de ventas preciso para poder cubrir el total de los costes de la empresa, puesto que predice el punto de ventas anuales que se debe conseguir para no tener pérdidas y comenzar a disfrutar de beneficios. (Ramírez, Tarapuez, & Redondo, 2018)

1.10. Servicio

Kotler & Armstrong (2013) mencionan que: “Un servicio se define como cualquier acción o cometido esencialmente intangible que una parte ofrece a otra, sin que exista transmisión de propiedad. Es el resultado de la aplicación de esfuerzos o mecanismos a personas u objetos” (p. 402).

El servicio es algo intangible que se ofrece a una persona o empresa a cambio de brindarle bienestar por un valor económico pactado de acuerdo a la oferta y demanda existente en el mercado, éste valor monetario variará dependiendo del tipo de servicio que se está ofertando.

1.10.1. Características de los servicios.

Las características que poseen los servicios y que los distinguen de los productos son:

- **Intangibilidad**

Característica más básica de los servicios, radica en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica obstaculiza una serie de operaciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación. (Fernández & Fernández, 2017)

Ya que no se los puede tocar, ver, ni medir, es que toman esa característica de intangibilidad, y es por eso que es complicado dar una valoración exacta, antes de haber concluido el servicio.

- **Heterogeneidad (o variabilidad)**

Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa. (Corea & Gómez, 2014, pág. 33)

Por ser servicios estos difícilmente serán iguales así sea el mismo, siempre habrá una diferencia, dependiendo del medio en el que se desarrolle, el cliente, el tiempo que se ejecute o lleve a cabo siempre marcarán una diferencia.

- **Inseparabilidad**

En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. (Thompson, 2016, pág. 1)

Otra característica propia de los servicios es la inseparabilidad ya que no habría la prestación de un servicio sin antes haber pactado una venta del mismo y la persona que se encarga de llevarlo a cabo.

- **Percibibilidad**

Los servicios no se pueden almacenar, por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento, por ejemplo un vuelo con un asiento vacío en un vuelo comercial. (Kotler, 2002, pág. 200)

Los servicios al no poderse ver ni poderse tocar no son inventario almacenable, tampoco tiene fecha de caducidad, pueden ser postergarles dependiendo del tipo de servicio que se oferte, pero si es un evento de concurrencia masiva un concierto por ejemplo no se puede cambiar ni mover.

- **Ausencia de propiedad**

Los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no su propiedad. Después de la prestación solo existen como experiencias vividas. (Stanton, Etzel, & Walker, 2004, pág. 337)

Al pagar por la prestación de un servicio no quiere decir que sea de quien lo pago sólo será por ese momento y durará mientras se ejecute, simplemente quedará la experiencia receptada por parte del usuario, que si le gustó el trato o servicio recibido volverá una próxima vez.

1.10.2. Historia de la salud bucal.

Revisar y retroceder hacia el pasado en busca de información que permita conocer como los antepasados cuidaban de su higiene bucal es algo curioso, dentro de esta búsqueda se encuentran instrumentos o herramientas particulares como son los cepillos dentales, siendo los más antiguos los de cerdas naturales que fueron inventados por el pueblo chino, los mismos que hicieron los cepillos de dientes con las cerdas de los cuellos de cerdos de clima frío. (Portal odontólogos.mx, 2013, pág. 1)

Contrario a los chinos, los dentistas franceses fueron los primeros europeos que promovieron el uso de cepillos de dientes en los siglos XVII y a principios del XVIII. William Addis Abeba Clerkenwald, de Inglaterra, creó la primera producción masiva de cepillo de dientes. (Portal odontólogos.mx, 2013, pág. 1)

El primer cepillo de dientes eléctrico real se produjo en 1939, fue desarrollado en Suiza. En 1960, Squibb comercializó el primer cepillo de dientes eléctrico norteamericano en los Estados Unidos llamado Broxodent. General Electric introdujo un cepillo de dientes recargable inalámbrico en 1961. (Portal odontólogos.mx, 2013, pág. 1)

En lo que respecta a la pasta de dientes, la primera se utilizó en el año 500 A.C. en China y en la India, sin embargo, las cremas dentales modernas se desarrollaron en la década de 1.800. En 1824, un dentista llamado Peabody fue el primero en agregar jabón a la pasta dental. (Programa Nacional de Salud Bucal Escolar, 2014, pág. 1)

John Harris agregó por primera vez “tiza”, como un ingrediente para la pasta de dientes en la década de 1850. En 1873, Colgate produjo la pasta de dientes en masa, sin embargo, fue todo un frasco. En 1892, el Dr. Washington Sheffield de Connecticut fabricó pasta de dientes en un tubo plegable, entonces en 1896, la crema dental Colgate se envasó en tubos plegables imitando a Sheffield. (Programa Nacional de Salud Bucal Escolar, 2014, pág. 1)

Los avances en los detergentes sintéticos fabricados después de la Segunda Guerra Mundial permitieron la sustitución del jabón utilizado en pasta de dientes con agentes emulsionantes tales como laurilsulfato de sodio y el ricinoleato sódico. Unos años más tarde, Colgate empezó a agregar flúor a la pasta dental. (PHB, 2014, pág. 1)

Conjuntamente con el cepillo de dientes y la pasta dental, el hilo dental es un invento verdaderamente antiguo. Los investigadores han descubierto que el uso de hilo dental y de palillos en los dientes de los seres humanos prehistóricos. Levi Spear Parmly (1790-1859), un dentista de Nueva Orleans se le acredita como el inventor de la seda dental moderna (o tal vez el término “reinventor” sería más exacto). (PHB, 2014, pág. 1)

1.10.3. Servicio Odontológico

La odontología y su historia, se ha desarrollado desde tiempos remotos de manera paralela a la medicina, pues si bien hay algo que las une, es la presencia del dolor en el ser humano y la necesidad de querer aliviarlo. (Leal & Hernández, 2016, pág. 2)

Para (Europa press, 2017):

Actualmente, los centros odontológicos ofrecen todo tipo de tratamientos a sus pacientes, ya que cuentan con diferentes profesionales especializados en las distintas ramas de la odontología. Entre los servicios que se encuentra en las clínicas actuales destacan los tratamientos de ortodoncia, ortodoncia invisible, periodoncia, endodoncia, cirugía oral e implantología, odontopediatría y prótesis dentales. (pág. 1).

Partiendo de lo antes mencionado y a los avances médicos el servicio odontológico es el servicio médico que recibe un paciente a través de un especialista en este caso un odontólogo para evaluar el estado en el que su salud bucal se encuentra.

De acuerdo a (Peñafiel, 2012): “es el canal o puerta de entrada del paciente, por medio del cual un odontólogo obtiene toda la información necesaria sobre antecedentes personales y una evaluación clínica exhaustiva para establecer un diagnóstico y un plan de tratamiento adecuado, es el procedimiento fundamental antes de cualquier intervención bucal.” (pág. 19).

1.10.3.1. ¿Cómo se estructura el consultorio y servicio dental?

En el consultorio dental trabajan los distintos expertos de la Odontología y el personal colaborador o auxiliar en Odontología, los cuales usan distintos equipos dentales, instrumental odontológico, mobiliario de consultorio dental, materiales dentales y muchos otros aditamentos para la atención de los pacientes. De dicho modo, se puede establecer que el consultorio dental cuenta con recursos humanos y con recursos físicos. (Odontomarketing, 2017, pág. 1)

Un consultorio dental debe tener equipos para brindar el servicio como los que se señala a continuación:

Figura N° 1 Ziann equipo odontológico Mod: ZA-208C



Fuente: <http://www.ziann.cn>

Equipo odontológico que consta de un sillón eléctrico que tiene la capacidad de subir, bajar hasta que esté en la posición adecuada para el paciente y para el profesional.

En la parte superior izquierda tiene una escupidera, en el brazo superior hay una lámpara que tiene 3 intensidades que enfocan directamente la boca del paciente.

En el siguiente brazo sostiene al trimodular que tiene la turbina, el micromotor, la jeringa triple, además tiene una bandeja que sirve para poner el instrumental.

Figura N° 2 compresor 2.5 hp SAP65 Cap 65 Ltr



Fuente: <https://www.ibushak.com>

El compresor tiene la función de generar energía para el funcionamiento del equipo odontológico.

Figura N° 3 Autoclave sercon 21 ltr standard 110v



Fuente: <https://www.ms dental.com.br/autoclave-standard-21lts>

Autoclave es un recipiente metálico de paredes gruesas que sirven para esterilizar todo el instrumental ya que inactiva virus y bacterias debido a que utiliza altas temperaturas a un tiempo de 15 a 20 minutos.

Figura N° 4 FONA turbina triple spray ref 6342963



Fuente: <https://www.fonadental.es/products/fona-6060/>

Turbina sirve para realizar las operatorias (restauraciones o calzas), sale aire y agua que sirve para refrigerar el diente.

Figura N° 5 Micromotor NSK completo con contrángulo



Fuente: <https://listado.mercadolibre.com.ec/micromotor-nsk>

Micromotor es un instrumento que sirve para pulir ya sean restauraciones u otros trabajos dentales. También se utiliza para realizar las profilaxis (limpieza dental).

Figura N° 6 FONA rayos X Mod X70 de pedestal



Fuente: <https://www.fonadental.es/products/fona-xdc/>

Este equipo de rayos X toma radiografías periapicales, es decir, radiografías individuales de los dientes, esto es indispensable para los tratamientos de endodoncia (sacar el nervio de la pieza dental en tratamiento), también es posible ver caries interproximales, abscesos periodontales.

Figura N° 7 FONA panorámico cefálico Art Plus C Digital



Fuente: www.agustinerhermanosycia.com

Este equipo sirve para tomar radiografías panorámicas, que son radiografías de toda la arcada dental, tanto superior como inferior, se puede ver la existencia de dientes supernumerarios o en qué posición se encuentran los terceros molares para su extracción.

También toma radiografías oclusales, en donde el paciente muerde una placa y se proyecta todas las caras oclusales de los dientes, de mucha utilidad en los tratamientos de ortodoncia (alineación de los dientes y corrección del tipo de mordida).

1.10.3.2. ¿Qué son los rayos X?

Los rayos X son una forma de radiación electromagnética que puede penetrar a través del cuerpo humano y producir sombra, no sólo se utilizan con propósitos médicos, sino que tienen otras aplicaciones. Por ejemplo, en la astronomía se utilizan satélites detectores de los rayos X que producen algunos elementos del espacio -por ejemplo, los agujeros negros, las estrellas de neutrones, remanentes de supernovas o el Sol-. Estos detectores miden el número de fotones, su energía y qué tan rápido son detectados para aportarnos datos sobre el objeto que envía rayos X. (Vazquez, 2011, pág. 1)

Al realizar una radiografía se suele poner detrás de cada persona una placa sensible a los rayos X, y estos se disparan a través de las mismas. Los dientes y huesos se ven con mayor claridad porque absorben mayor cantidad de rayos X, al ser más densos. La radiografía es algo similar a una fotografía pero realizada con rayos X; el fluoroscopio, el mamógrafo y la tomografía computarizada son algunos de los aparatos que utilizan rayos X para el diagnóstico médico. (Geosalud, 2014, pág. 1)

Sin lugar a dudas, la radiación no es buena para el ser humano. Sin embargo hay que tener en cuenta que las dosis de radiación de los rayos X no producen, en general, efectos adversos. La radiación producida por un examen común corresponde a un año de exposición a la radiación por fuentes naturales. (Vazquez, 2011, pág. 1)

Es importante contar con las tecnologías avanzadas para determinar e identificar anomalías en cada paciente, para prevenir posibles afecciones o complicaciones en la salud oral o bucal, además de que es una ventaja el poder observar mal formaciones o ubicaciones en mala posición de las piezas dentales para desde ese punto emitir un criterio y un tratamiento acertado.

1.10.3.3. Servicio de cirugía Maxilofacial

Para (Instituto máxilofacial, 2016) afirman lo siguiente:

“La cirugía oral y maxilofacial es una especialidad que se dedica al estudio, prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de las enfermedades congénitas o adquiridas de toda la estructura facial que incluye:

- Cráneo
- Boca
- Dientes
- Maxilares
- Cara
- Cabeza
- Cuello

La especialidad abarca una gran variedad de procedimientos. El cirujano maxilofacial realiza desde complejas intervenciones de cirugía plástica reconstructiva craneofacial, cirugía del esqueleto de la cara, procedimientos de

cirugía estética de la cara y el cuello hasta extracciones de muelas del juicio, apicectomias o colocación de implantes dentales” (pág. 1).

1.10.3.4. Servicio de Endodoncia

De acuerdo a (Clavera, Chaple, Miranda, & Álvarez, 2017): “La endodoncia es un procedimiento odontológico que actúa sobre la pulpa dental, se utiliza para tratar caries profundas que han atravesado el esmalte y la dentina y han llegado a la pulpa, produciendo una infección de la misma conocida como pulpitis. La técnica consiste en acceder a esta zona profunda de la pieza dental, extraer la pulpa mediante instrumentos especiales, y rellenar la cavidad con un material inerte” (pág.1).

2. Materiales y Métodos.

El presente estudio inicia con una investigación exploratoria descriptiva, pues la labor investigativa no construye ninguna situación distinta, más bien se centra en la observación de situaciones existentes y su comportamiento en condiciones normales; además se hará uso de los métodos cualitativo-cuantitativo, donde predomina el cualitativo. Así mismo, el diseño del estudio es no experimental, ya que se utilizará un estudio por muestreo, y además documental, pues los resultados no se obtendrán a partir del ensayo, sino de la información de campo para el estudio técnico y bibliográfico para la construcción de los fundamentos que sustentan teóricamente algunos aspectos que sirvieron como base de la investigación.

2.1. Objetivo general.

Realizar un plan de negocios para la implementación del servicio de rayos x, maxilofacial y endodoncia en el consultorio odontológico de la Dra. Silvana Araujo.

2.2. Objetivos específicos.

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar los requerimientos de la ciudadanía, como oferta.
- Ejecutar un estudio de mercado que permita identificar los requerimientos de la ciudadanía, como demanda.
- Efectuar un análisis del negocio, servicio a ofertar, tipos de servicios.
- Elaborar una propuesta que permita conocer la inversión, presupuesto o financiamiento para crear la empresa.

2.3. Variables.

- Oferta
- Demanda
- Análisis ambiente interno.

- Plan financiero.

2.4. Indicadores.

- *Oferta*
 - Número de oferentes
 - Precios actuales
- *Demanda*
 - Número de consumidores
 - Frecuencia de consumo
 - Capacidad de pago
 - Gustos y preferencias
- *Análisis ambiente interno.*
 - Fortalezas
 - Oportunidades
 - Debilidades
 - Amenazas
- *Plan financiero.*
 - Inversión en activos
 - Gastos corrientes

2.5. Matriz de relación.

Cuadro N° 1 Matriz de relación

Objetivos de investigación	VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Fuente de información	Informante	Técnica	Ítems
Realizar un estudio de mercado que permita identificar los requerimientos de la ciudadanía, como oferta.	Oferta	Fisher, Espejo (2011): Oferta son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado.	Se calculará el número de empresas que ofrecen el mismo servicio en la rama odontológica .	Oferta	Número de oferentes Precios actuales	Primaria	Clínicas dentales. Consultorios y clínicas dentales y servicios de radiología	Entrevista Observación directa	Anexo 2
Ejecutar un estudio de mercado que permita identificar los requerimientos de la ciudadanía, como demanda	Demanda	Kotler (2002): La demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago.	Se definirá las cantidades demandadas a través de la opinión de la población.	Consumo	Número de consumidores Frecuencia de consumo Capacidad de pago Gustos y preferencias.	Primaria	Población económica y activa	Encuesta	Anexo 1
Efectuar un análisis del negocio, servicio a ofertar, tipos de servicios.	Análisis ambiente interno.	López (2013): Constituye una herramienta sencilla y de gran utilidad a los fines de conocer la actual situación de	Se realizará un análisis de las condiciones actuales de la empresa tanto de las internas y externas.	Recursos Capacidades Servicios	Fortalezas Oportunidades Debilidades	Primaria	Propietario del consultorio Entorno de la empresa	Entrevista Observación	Anexo 3

Elaborar una propuesta que permita conocer la inversión, presupuesto o financiamiento para crear la empresa	Plan financiero	una organización y los problemas que impiden su crecimiento, sobrevivencia o desarrollo.	Bac Urbina (2009): tiene por objeto conocer la rentabilidad económica y social de un proyecto, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.	Se realizará en base a los resultados del estudio de mercado, estudio técnico y plan estratégico, ya que todas esas proyecciones implican costos.	Costos	Inversión en activos	en	Primaria	Proveedores	Proformas	Anexos
		Gastos			Secundaria			Leyes y normas vigentes.			

Elaborado por: El autor.

2.6. Mecánica operativa.

Para el desarrollo de la investigación ha sido necesario el apoyo de los métodos y técnicas de la investigación a continuación los siguientes:

2.6.1. Técnicas

2.6.1.1. Encuesta

La encuesta será aplicada a cada uno de los pobladores de la ciudad de Ibarra y su sector de influencia (personas de ciudades aledañas), luego de realizar el muestreo con el uso de fórmulas matemáticas y lo que se establezca en ella en relación a la población global.

2.6.1.2. Entrevistas

Se efectuará las entrevistas necesarias a los representantes tanto de empresas públicas como privadas que puedan requerir del servicio. (profesionales de la salud, especialistas como odontólogos).

2.6.1.3. Observación

La observación directa se la efectuará durante el desarrollo de la investigación y mientras se aplique las encuestas y entrevistas, para tomar detalles importantes que den realce a la investigación.

2.6.2. Instrumentos

2.6.2.1. Ficha de Observación

El modelo de ficha de observación a emplear para la investigación se encuentra en la parte de anexos, y en ella se señalará lo que no se ha podido captar ni en la entrevista ni en la encuesta, todo lo relacionado a la competencia.

2.6.2.2. Cuestionario

El modelo de encuesta estará conformado por 10 preguntas, las cuales serán aplicadas a las personas tanto de las zonas urbanas y rurales de la ciudad de Ibarra, cuenta con preguntas de opción múltiple.

2.6.2.3. Video o grabación de voz.

Para la entrevista se considerará 10 preguntas abiertas y será aplicada al propietario de IBARRA DENTAL CENTER el Dr. Patricio Tingo.

2.6.3. Población y muestra

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Wigodski, 2010, pág. 1)

2.6.3.1. Muestra.

Para el cálculo de la muestra se ha considerado a la población de la ciudad de Ibarra en base al censo del año 2010 desde un rango de edad de 10 años hasta 49 años empleando una fórmula estadística.

Se ha considerado a este rango para la investigación ya que los pacientes a partir de la edad de 10 años ya tienen sus dientes definitivos, ya no sufrirán cambios y por ende es más viable realizar los tratamientos odontológicos, hasta los 55 años de edad ya que algunas personas adultas mayores aún conservan sus dientes propios y es necesario mantener su cuidado e higiene bucal, mediante los tratamientos se puede prevenir enfermedades.

Tabla N° 1 Población objeto de investigación

RANGO DE EDAD	2010
de 10 a 14	44,326.00
de 15 a 19	39,840.00
de 20 a 24	34,518.00
de 25 a 29	30,720.00
de 30 a 34	26,659.00
de 35 a 39	24,305.00
de 40 a 44	21,832.00
de 45 a 49	19,891.00
TOTAL	242,091.00

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010)

Simbología:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población (242.091)

z= Nivel de confiabilidad (1.96)

e = Margen de error (5% = 0,05)

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

$$n = \frac{242.091 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (242.091 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 384$$

De acuerdo a la fórmula aplicada se deberá aplicar tanto en las parroquias urbanas y rurales un total de 384 encuestas.

2.7. Aplicación de encuestas

La presente encuesta tiene como finalidad identificar la aplicación de un plan de negocios, que permitirá empatar las necesidades de la población y aplicar opciones de beneficios para cada usuario de acuerdo a cada necesidad mediante preguntas de opción múltiple.

OBJETIVO:

Realizar un diagnóstico para la implementación del servicio de rayos x, maxilo facial y endodoncia en el consultorio odontológico de la Dra. Silvana Araujo.

1.- ¿Usted realiza visitas al odontólogo, con qué frecuencia?

Tabla N° 2 Visitas al odontólogo

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Sí	344	90%
No	40	10%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Tabla N° 3 Frecuencia de visitas al odontólogo

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
1-2 veces al año	135	39%
3-5 veces al año	148	43%
Más de 6 veces al año	34	10%
No responde	27	8%
Total	344	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: De las personas a las que se aplicó la encuesta, algunas no acude a revisión odontológica, y de los que si asisten a revisiones, lo hacen de 3 q 5 veces en el año, manifestaron que acuden cuando presentan alguna complicación o tratamiento médico, 1 a 2 veces en el año declararon que era por control y chequeo, finalmente asisten más de 6 veces al año muy pocas personas, y el resto no responde a la pregunta.

2.- ¿Cuál es la/las razones más frecuentes para una visita al odontólogo? (más de una opción)

Tabla N° 4 razones de visita al odontólogo

Categorías	Frecuencia más de 1 opción	Frecuencia	Porcentaje Válido
Controles anuales	69	68	18%
Tratamiento dental curativo	220	217	57%
Tratamiento dental estético	57	56	15%
Cirugía	23	23	6%
Otros	20	20	5%
Total	389	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: De las personas que asisten con más frecuencia al odontólogo están los tratamientos dentales curativos, (curaciones por caries, calzas); le siguen con el mismo porcentaje los controles anuales y los tratamientos dentales estéticos, ya que es importante siempre visitar al médico para evitar mayores daños en los molares y prevenir afecciones mayores.

3.- ¿Bajo qué condiciones escoge usted un servicio dental?

Tabla N° 5 Condiciones de servicio dental

Categorías	Frecuencia más de 1 opción	Frecuencia	Porcentaje Válido
Por el costo	97	84	22%
Por la ubicación	56	49	13%
Por los servicios integrales que ofrece	190	165	43%
Por las promociones y planes de financiamiento	12	10	3%
Por la tecnología e instalaciones	10	9	2%
Por el tipo de servicio	78	68	18%
Total	443	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: Las personas escogen un servicio odontológico de acuerdo a los beneficios que obtengan, es decir por los servicios integrales que ofrece, por el tipo de servicio, por la ubicación del centro odontológico y por el precio del servicio que van a recibir, las personas se inclinan por obtener un buen servicio que esté a su alcance y que no afecte mucho en la economía del hogar.

4.- ¿Bajo qué condiciones accede a un servicio dental?

Tabla N° 6 Condiciones de acceso al servicio dental

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Recursos propios de momento	362	94%
Beneficios laborales	7	2%
Plan dental de aseguradora	2	1%
Beneficio de las instituciones financieras	5	1%
No responde	8	2%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: Las personas manifestaron que acceden a un servicio odontológico bajo el uso de sus propios recursos económicos, ya que no cuentan con el suficiente dinero para acceder o adquirir servicios de aseguradoras privadas o de algún otro plan odontológico, o mencionaron que por desconocimiento no hacen uso de los beneficios por las entidades financieras y son mínimos los que conocen de ese servicio, otros no responden y muy pocos usan servicios privados de odontología.

5.- ¿Conoce usted los procedimientos de cirugía maxilofacial y endodoncia? Si su respuesta es la opción “B” o “C”, pase a la pregunta 7

Tabla N° 7 Conocimiento de procedimientos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Conoce y ha utilizado	239	62%
Conoce pero no ha usado	64	17%
No conoce y no ha usado	81	21%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: Las personas sí conocen los procedimientos de cirugía maxilofacial y endodoncia, han hecho uso de por lo menos una de ellas, las demás personas conocen no han utilizado y desconocen de que se trata.

6.- ¿Ha utilizado el servicio de rayos X, maxilofacial o endodoncia en el último año? Puede elegir más de una opción.

Tabla N° 8 Uso de servicio

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Servicio de rayos X	41	11%
Cirugía maxilofacial	58	15%
Endodoncia	265	69%
No responde	20	5%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: Lo que las personas usan con más frecuencia es el servicio de endodoncia, como las personas desconocen o no saben de qué se trata cada servicio que han utilizado se limitan y no responden, con muy pocas respuestas manifiestan haber hecho uso de rayos X y de maxilofacial.

7.- ¿Cuál ha sido el costo promedio que ha tenido que pagar por cada servicio (maxilofacial, endodoncia, rayos x), considera que ha sido adecuado el valor que pagó?

Tabla N° 9 Costo promedio

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Sí	289	75%
No	95	25%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Tabla N° 10 Precio servicio

Servicio rayos X (cada placa)	\$ 15
Cirugía maxilofacial (por procedimiento)	\$80 a \$100
Endodoncia (por pieza dental)	\$40 a \$120

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Tabla N° 11 Valor de pago adecuado

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Sí	282	73%
No	0	0%
No responde	102	27%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: Las personas han hecho uso de los servicios, además han señalado los diferentes precios que han tenido que pagar por los mismos, los cuales oscilan desde los 15 dólares hasta 120 dólares dependiendo del tipo de procedimiento que se haya realizado, señalando que si han estado de acuerdo con el valor pagado, mientras que una parte se limita y no responde.

8.- ¿Qué opina acerca del costo que tuvo que pagar por el servicio?

Tabla N° 12 Costo pagado por servicio

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Bajo costo	0	0%
Costo adecuado	183	48%
Costo excesivo	66	17%
No responde	135	35%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: Como se ha presentado previamente en las diferentes preguntas, las personas prefieren no dar su opinión y en la mayoría no responden, algunas manifiestan que el valor pagado es adecuado, y una mínima parte dicen haber pagado un costo muy excesivo.

9.- ¿En qué lugar ha encontrado los servicios de rayos X, maxilofacial y endodoncia, en un consultorio dental o clínica odontológica?

Tabla N° 13 Lugar de prestación del servicio

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Consultorio dental	235	61%
Clínica odontológica	149	39%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: Los servicios integrales de acuerdo a las respuestas obtenidas han sido ubicados en la mayoría por el uso de consultorios dentales, una mínima parte señala que ha sido en clínicas ya que las clínicas ofrecen servicios integrales y más completos, y por ende más costosos.

10.- ¿Es de utilidad para usted contar con los servicios de rayos X, maxilofacial y endodoncia en el mismo lugar?

Tabla N° 14 Utilidad del servicio en un solo lugar

Categorías	Frecuencia	Porcentaje Válido
Sí	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Análisis: Es de mucha facilidad y comodidad tanto personal como económica encontrar los servicios que cada paciente requiere en un solo lugar por eso la respuesta en su totalidad es afirmativa.

2.8. Aplicación de entrevista

El objetivo de la siguiente entrevista es identificar por medio de la experiencia de un especialista en salud bucal las necesidades por las que atraviesan los pacientes y por ende brindar servicios unificados en un mismo lugar de acuerdo a los recursos económicos de cada usuario.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ODONTÓLOGO PATRICIO TINGO ESPECIALISTA EN ENDODONCIA Y CIRUGÍA MAXILOFACIAL

1. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en el mercado?

Hace 25 años comencé a trabajar, instalando el consultorio con equipo necesario para poder atender a los pacientes de la mejor manera.

2. ¿Cuenta la empresa con una filosofía organizacional?

Sí porque a medida que pasa el tiempo se ha ido incrementando el número de pacientes y se quiere brindar un servicio de calidad ante la sociedad.

3. ¿La infraestructura donde funciona la empresa, es de su propiedad?

Sí.

4. ¿El capital de trabajo proviene de fondos propios o financiamiento?

Proviene de fondos propios y financiamiento porque los equipos son de alto costo.

5. ¿Con qué frecuencia se realiza inversión en herramientas y equipos?

Aproximadamente cada 2 años es necesario cambiar instrumental y los equipos se revisan cada 6 meses para dar mantenimiento.

6. ¿Ofrece a sus clientes frecuentes planes de pago?

Los planes de pago los hago especialmente en pacientes con tratamientos de Ortodoncia, que se hacen en pagos mensuales para dar facilidad al paciente.

7. ¿Aplica algún tipo de promociones para clientes nuevos o habituales?

Las promociones aplico en tratamientos de ortodoncia, no se les cobra las radiografías ni aparatos de contención al finalizar dicho tratamiento.

8. ¿Con qué frecuencia recibe un requerimiento de procedimiento maxilofacial o endodoncia?

Casos de cirugía maxilofacial comprende casos de fracturas unas 2 veces por semana, cirugía de terceros molares 2 pacientes al día. Para tratamientos de endodoncia unos 4 pacientes al día.

9. ¿Para qué tipo de procedimientos solicita imágenes de rayos X?

En casi todos los casos, por ejemplo, en operatoria para ver caries en las caras proximales de los dientes, en endodoncia para ver la longitud de las raíces y en la extracción de terceros molares para ver su ubicación y longitud.

10. ¿Qué tan a menudo acuden los pacientes que usted recomienda un procedimiento maxilofacial o endodoncia?

En procedimiento maxilofacial después de la cirugía volver a los 8 días para extracción de puntos, en la endodoncia se requiere unas 4 o 5 citas más.

Análisis:

De acuerdo a la investigación realizada y las respuestas obtenidas por el especialista se ha logrado identificar que debido al constante cambio de tecnología es necesario actualizar los equipos odontológicos y hacer su

respectivo mantenimiento cada cierto tiempo, dichos instrumentos deben estar a la vanguardia de las necesidades de los pacientes, para ello es necesario el uso de un capital propio y otra parte debe realizarse por financiamiento al ser equipos muy costosos, para brindar una atención de calidad y oportuna, además según los tratamientos que los pacientes reciben, el médico tratante facilita la mera de pago porque dichos tratamientos son costosos en algunos casos, y para realizar los diferentes tipos de tratamiento es necesario efectuar antes una placa de rayos x, ya que por medio de ella se identificará y tomará la decisión del siguiente paso a realizar.

2.9. Análisis y discusión de los resultados.

El propósito fundamental de ésta investigación fue identificar la necesidad que tienen las personas en cuanto a los servicios odontológicos, para implementar el servicio de rayos x, maxilofacial y endodoncia en el consultorio odontológico de la Dra. Silvana Araujo, es decir reunir todos estos servicios en el mismo lugar y evitar hacer uso de los diferentes requerimientos odontológicos en diversos lugares.

Este problema es importante como ya se mencionó anteriormente puesto que se utilizaría los servicios dentro de un mismo lugar y se optimizaría la parte económica y el tiempo de ejecución del control o recepción del servicio.

La contribución al implementar el servicio es mejorar la atención odontológica de los pacientes reduciendo tiempo de espera, al recibir un servicio global se puede armar paquetes de servicios en los que se de precios globales con cierto porcentaje de descuento que el costo del servicio individual, se puede otorgar crédito por tratamiento o facilidades de pago de acuerdo al tiempo de ejecución del servicio.

2.10. Construcción De La Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, debilidades y Amenazas)

Cuadro N° 2 Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Precios competitivos. • Consultorio propio. • Especialistas en servicios odontológicos como maxilofacial, radiólogo, endodoncista con los conocimientos actualizados. • Clientela propia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reforma en la ley en los aspectos de importaciones. • Mercado mal atendido. • Participación como proveedores de servicio integrado en campañas de salud pública. • Necesidad de las personas para recibir un servicio dental integrado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No contar con capital propio. • Espacio reducido del consultorio. • Escasa promoción y publicidad. • Bajo nivel de stock de insumos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia leal y desleal. • Migración de la población a otras ciudades. • Crisis económica. • Aumento de precio de insumos.

2.10.1. Cruces estratégicos FO

- Gracias a los precios competitivos se puede llegar a cubrir el mercado mal atendido.
- Al tener un espacio o consultorio propio, se puede tener participación como proveedores de servicio integrado en campañas de salud pública.
- Al contar con especialistas en servicios odontológicos como maxilofacial, radiólogo, endodoncista con los conocimientos actualizados, será

beneficioso las reformas en los aspectos de importación que permitan traer equipos más actualizados para brindar el servicio.

- La necesidad de las personas al querer tener un servicio integrado odontológico, permite que se obtenga clientes fijos o propios.

2.10.2. Cruces estratégicos FA

- Al contar con precios competitivos se puede enfrentar de mejor manera a la competencia leal y desleal.
- Al contar con un consultorio propio es más fácil enfrentar el aumento de precio de insumos.
- Al tener especialistas en servicios odontológicos como maxilofacial, radiólogo, endodoncista con los conocimientos actualizados se evita la migración de la población a otras ciudades.
- Manteniendo la clientela propia se obtienen recursos estables y se enfrenta la crisis económica.

2.10.3. Cruces estratégicos DO

- Al no contar con capital propio es complicado cubrir una necesidad de requerir las personas un servicio integral odontológico.
- Por tener un espacio reducido del consultorio, no se podría importar, en caso de haber reformas en las leyes de importación el adquirir nuevos equipos.
- Debido a la escasa promoción y publicidad no se puede realizar una participación como proveedores de servicio integrado en campañas de salud pública.
- El bajo nivel de stock de los insumos no permite mejorar el servicio del mercado mal atendido.

2.10.4. Cruces estratégicos DA

- No contar con capital propio no permite enfrentar la crisis económica.
- Por tener un espacio reducido del consultorio, afecta la competencia leal y desleal.

- La escasa promoción y publicidad hace que las personas no conozcan de los servicios y generan la migración de la población a otras ciudades.
- El bajo nivel de stock de los insumos se debe al aumento de precio de insumos.

2.11. Identificación del Problema Diagnóstico

Luego de realizar la investigación mediante el empleo de técnicas e instrumentos de información primaria y secundaria, en el análisis de las principales variables como: Oferta, Demanda, Análisis ambiente interno, Plan financiero y luego de la construcción de la matriz FODA se determinó las siguientes necesidades en la población del cantón Ibarra.

La mayoría de personas en la ciudad de Ibarra acceden a los servicios odontológicos mediante recursos propios, y por ello es necesario brindar los servicios integrados en un solo lugar así se captará más clientes y se brindará un servicio de calidad en un solo lugar a precios asequibles de acuerdo a los demás brindados por la competencia, para ello se detallan los siguientes a continuación.

De acuerdo a la aplicación de las encuestas y entrevista las personas hacen uso de un servicio privado de acuerdo al alcance de su economía, como es la asistencia al chequeo y controles odontológicos por necesidad o porque ya se presenta complicaciones con su salud bucal, y por los servicios integrales que ofrecen en un centro odontológico.

Se descarta las promociones y planes de financiamiento ya que la mayoría de personas siguen o recurren a los tratamientos odontológicos debido a que ya presentan dolor en sus piezas dentales, o porque es necesario la aplicación de tratamientos de ortodoncia, la mayoría de pacientes acuden al odontólogo por chequeos y tratamientos dentales curativos, las endodoncias son los motivos por los cuáles la mayoría de pacientes son tratados.

Las necesidades tanto para las personas del sector urbano y del sector rural son similares, han manifestado acudir al odontólogo por lo menos 5 veces en el año ya sea por cualquier tratamiento curativo de sus piezas dentales, y no responden si consideran que el valor pagado por el servicio es el adecuado, pero el resto de encuestados piensan que es un valor adecuado el que han tenido que pagar por el servicio recibido, y que de preferencia ha sido en un centro médico.

Se puede manifestar que sin lugar a dudas las personas acudirán a un servicio integral y que si reciben una buena atención al cliente en cuanto a la prestación del servicio, harán sus recomendaciones a otras personas es decir se insertará de manera indirecta el de boca en boca, y por ésta razón si dinamizará y mejorará la economía de quien brinde el servicio.

3. Plan de Negocios.

3.1. Descripción del negocio

En los últimos tiempos se ha vuelto imprescindible e inevitable realizar investigaciones para identificar las necesidades de la sociedad en lo relacionado a productos o servicios, con el propósito de conocer si son aceptados o rechazados, tomando en cuenta que existen otras empresas que se encuentran brindando un producto y/o servicio similar o sustituto.

Por tal razón ha sido necesario investigar la factibilidad de implementar y agrupar en un solo lugar los servicios odontológicos necesarios para mejorar la salud oral de cada paciente y por ende aplicar cálculos financieros que permitan conocer si se obtendrá utilidad y cuando se empezará a recuperar el capital invertido, para ello es necesario los siguientes aspectos que se detallan a continuación.

Es necesario indicar que el negocio pertenece a una persona natural profesional que no está obligada a llevar contabilidad, sin embargo, debe cumplir con los deberes formales del contribuyente como son: Obtener el RUC, Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados, Llevar los libros y registros contables relacionados con la actividad económica, Presentar las declaraciones y pagar los impuestos, Acudir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas cuando sea necesario.

La investigación parte desde el año 2018 siendo éste el año base para proyectarse al año 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 que son los 5 años de evaluación del proyecto.

3.2. Presentación del equipo humano

El equipo de trabajo está conformado por las siguientes personas, mismas que permanecerán de forma permanente de acuerdo las horas laborales que señala

la ley 8 horas diarias de lunes a viernes y las personas que serán llamadas cuando el caso lo amerite.

Tabla N° 15 Talento Humano

CARGO	CANTIDAD
Gerente/odontólogo de planta	1
Secretaria	1
Contador	1
Auxiliar de servicios de limpieza	1
Radiólogo	1
Endodoncista	1
Cirujano maxilofacial	1

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

3.2.1. Descripción de los puestos y funciones

Cuadro N° 3 Datos Gerente General

PERFIL DEL CARGO GERENTE GENERAL	
NOMBRE DEL CARGO:	Gerente General
DEPENDENCIA:	Departamento Administrativo
NÚMERO DE PUESTOS:	1
REPORTA A (NOMBRE DEL CARGO):	Máxima autoridad. (NA)
Requisitos Mínimos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de tercer nivel en Administración de empresas o afines. • Experiencia mínima de 3 años en cargos similares. • Tener conocimiento en administración, contabilidad, Talento Humano. 	
Objetivo Principal: Será el máximo responsable y el encargado de controlar, dirigir y tomar las mejores decisiones para beneficio de la empresa a la cual representa.	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Administración y gestión de la clínica. • Cuidar que la contabilidad de la empresa este al día. 	

- Representar a la empresa ante las diversas autoridades a las que está expuesta
- Velar por el cumplimiento de las normas legales a las que está expuesta la institución
- El gerente es responsable de los daños y perjuicios
- Es responsable de la información verídica que otorga el contador.

Cuadro N° 4 Datos Secretaria

PERFIL DEL CARGO SECRETARIA.	
NOMBRE DEL CARGO:	Secretaria.
DEPENDENCIA:	Departamento administrativo.
NÚMERO DE PUESTOS:	1
REPORTA A (NOMBRE DEL CARGO):	Gerencia.
Requisitos Mínimos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de tercer nivel en Secretariado ejecutivo. • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares. • Tener conocimiento en secretaría, redacción, escritura, organización de archivos, atención al cliente, coordinación. 	
Objetivo Principal: Será la persona encargada de agendar las citas odontológicas con los clientes, organizar la agenda del gerente, realizar informes, oficios, cartas, mantener ordenado y actualizados los archivos, físicos como digitales.	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar, y en ciertos casos, asistir a reuniones • Establecer buenos contactos telefónicos • Redactar y presentar correctamente informes, comunicados, etc. • Revisar el stock de insumos disponibles. • Preparar y tratar la información adecuadamente • Debe saber: Trabajar en equipo gestionando todo aquello que su jefe delega en ella y establecer relaciones personales efectivas con el entorno interno y externo de la clínica. 	

- Manejo y atención del cliente.

Código, protocolo de vestimenta y bioseguridad:

- Presentarse a su lugar de trabajo con el uniforme, limpio ordenado en buen estado, vestirlo en forma completa durante toda la jornada laboral.
- Uso del uniforme aplicando condiciones requeridas para mantener las medidas de bioseguridad.
- El mandil clínico debe ser de color blanco y utilizarse completamente cerrado.
- El personal debe utilizar uniforme limpio y con mangas.
- Se debe utilizar telas de manta o algodón evitando el uso de vestimenta de material sintético con accesorios o adornos.
- Utilizar con el uniforme solamente un pin o insignia y el carnet de identificación.
- EL calzado debe ser cerrado que cubra completamente los pies, resistentes, impermeables y antideslizantes.
- Uso de aretes, cadenas, pulseras y anillos no está permitido con el uniforme.
- El reloj será utilizado preferentemente de colgar, si es de puño en el bolsillo.
- El color del suéter a utilizar será azul oscuro, negro o blanco.

Cuadro N° 5 Asesor contable (contador)

PERFIL DEL CARGO CONTADOR GENERAL	
NOMBRE DEL CARGO:	Contador General.
DEPENDENCIA:	Asesor externo.
NÚMERO DE PUESTOS:	1
REPORTA A (NOMBRE DEL CARGO):	Gerente
Requisitos Mínimos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría. • Tener conocimiento en contabilidad general, manejo SRI, IESS. 	

Objetivo Principal: Será la persona encargada de elaborar los estados financieros, realizar la contabilidad general, realizar las declaraciones y los trámites relacionados al IESS y ministerio de Trabajo.

Funciones y responsabilidades:

- Diseño, implementación y evaluación de métodos de contabilidad.
- Creación del plan de cuentas acorde para ser utilizado por un software de contabilidad.
- Estructuración de un manual de descripción de cuentas.
- Asesoría laboral en cuanto a cálculo de vacaciones, utilidades y prestaciones sociales (antigüedad) de los trabajadores, igualmente, la liquidación del contrato de trabajo.
- Declaración y pago de impuestos (sobre la renta, al valor agregado, activos empresariales) así como, contribuir en la planificación fiscal de las operaciones de la empresa.
- Auditoría Financiera y Administrativa.
- Diseño de la evaluación del desempeño de los empleados adscritos a la empresa, elaboración del perfil de cada cargo así como de las actividades que habrá de realizar cada miembro.
- Colocar notas aclaratorias o explicativas a los estados financieros de la empresa.
- Creación de manuales de procedimientos contables.
- Asesoría permanente en registros de operaciones contables.
- Dirigir a la clínica en cuanto a la asignación de métodos de depreciación para los activos fijos, así como para establecer el método adecuado para determinar el costo de producción de los productos terminados y valorar los diferentes tipos de inventarios (materiales, productos en proceso, productos terminados, insumos, repuestos, etc.).

Cuadro N° 6 Auxiliar de limpieza

PERFIL DEL CARGO AUXILIAR DE LIMPIEZA	
NOMBRE DEL CARGO:	Auxiliar de limpieza
DEPENDENCIA:	Departamento administrativo.
NÚMERO DE PUESTOS:	1
REPORTA A (NOMBRE DEL CARGO):	Gerente
Requisitos Mínimos: <ul style="list-style-type: none"> • De preferencia tener título de bachiller en cualquier especialidad. • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares. • Tener conocimiento en manejo de productos de limpieza y desinfección. 	
Objetivo Principal: Será la persona encargada de realizar la limpieza de la clínica odontológica, y de colaborar con los aspectos relacionados a la desinfección del instrumental y en si de lo que corresponde a la limpieza del lugar.	
Funciones y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> • Manejo adecuado de los productos químicos necesarios para la limpieza y desinfección de la clínica. • Mantener en orden cada espacio u oficina. • Desinfectar y colocar en el lugar correspondiente los utensilios y artículos del consultorio. 	
Código, protocolo de vestimenta y bioseguridad: <ul style="list-style-type: none"> • Terno sanitario plomo. • El personal debe utilizar uniforme limpio y con mangas. • Se debe utilizar telas de manta o algodón evitando el uso de vestimenta de material sintético con accesorios o adornos. • EL calzado debe ser cerrado que cubra completamente los pies, resistentes, impermeables y antideslizantes. • No debe portar anillos brazaletes reloj de puño, collares y otros adornos en cara, manos, cuello y cabello. 	

Cuadro N° 7 Odontólogo general

PERFIL DEL CARGO ODONTÓLOGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Odontólogo general
DEPENDENCIA:	Departamento operativo.
NÚMERO DE PUESTOS:	1
REPORTA A (NOMBRE DEL CARGO):	Gerente
<p>Requisitos Mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener título de tercer nivel en Odontología. • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares. • Tener conocimiento en manejo de instrumental y equipo odontológico. 	
<p>Objetivo Principal: Será la persona encargada de recibir a cada paciente que haya agendado su cita y dar un diagnóstico para realizar el tratamiento pertinente para cada caso que se presente en la clínica.</p>	
<p>Funciones y responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo adecuado de los utensilios de odontología. • Mantener en orden su espacio de trabajo. • Usar las protecciones necesarias al momento de efectuar el servicio odontológico. • Los profesionales odontólogos y su personal auxiliar deben guardar todas las medidas de bioseguridad como una doctrina de comportamiento encaminada a lograr actitudes y conductas que disminuyan el riesgo de adquirir infecciones o enfermedades profesionales en el medio laboral. • El personal odontológico debe recibir la vacuna contra la hepatitis B, en dosis completas y según esquema vigente debe contar con el mayor número de inmunizaciones como: tétano, rubéola, hepatitis A, influenza, entre otras. 	
<p>Código, protocolo de vestimenta y bioseguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terno sanitario azul. • El uso de mandil protege la piel de brazos y cuello de salpicaduras de sangre y saliva, aerosoles y partículas generadas durante el trabajo 	

odontológico. También protege al paciente de gérmenes que el profesional puede traer en su vestimenta cotidiana. Este debe tener una longitud aproximada hasta el tercio superior del muslo manga larga y de preferencia con el puño elástico adaptado a la muñeca, debe ser cerrado hasta el cuello y además debe ser confortable.

- Zapatos cerrados con suela antideslizante.
- Se debe realizar un lavado corto de manos al ingresar y retirarse del consultorio, antes y después de usar los guantes, para realizar procedimientos no invasivos, antes y después de ingerir alimentos, después de usar los sanitarios, después de estornudar, toser, tocarse la cara, arreglarse cabello, cuando están visiblemente sucias.
- El personal responsable de los procesos de limpieza del equipo, instrumental e insumos odontológicos debe poseer un claro conocimiento de los métodos de limpieza y desinfección de tal forma que garantice que los artículos de atención directa hayan recibido el procedimiento adecuado para eliminar o disminuir el riesgo de infección.
- El uso de guantes es indispensable y obligatorio para todo tipo de procedimiento odontológico que incluye el examen clínico.
- Se utilizan mascarillas para proteger las mucosas de nariz y boca contra la inhalación o ingestión de partículas presentes en el aire, en los aerosoles y protección contra las salpicaduras de sangre y saliva.
- Los protectores oculares, sirven para proteger la conjuntiva ocular y los ojos de la contaminación por aerosoles, salpicaduras de sangre y saliva y de las partículas que se generan durante el trabajo odontológico, como ocurre cuando se desgasta amalgama, acrílico, metales, entre otros.
- El uso de gorra evita la contaminación de los cabellos por aerosoles o gotas de saliva y/o sangre generadas por el trabajo odontológico.

Cuadro N° 8 Radiólogo

PERFIL DEL CARGO RADIOLOGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Radiólogo
DEPENDENCIA:	Departamento operativo.
NÚMERO DE PUESTOS:	1
REPORTA A (NOMBRE DEL CARGO):	Gerente
Requisitos Mínimos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de cuarto nivel en Radiología o imagen. • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares. • Tener conocimiento en manejo de instrumental y equipo radiológico. 	
Objetivo Principal: Será la persona encargada de recibir a cada paciente que haya agendado su cita y realizar el pedido de rayos x que solicite el médico.	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo adecuado de los equipos de radiología. • Mantener en orden su espacio de trabajo. • Usar las protecciones necesarias al momento de efectuar el servicio de imagenología. 	
Código, protocolo de vestimenta y bioseguridad:	
<ul style="list-style-type: none"> • Existen distintas alternativas o medios que van desde el uso de ropa exclusiva de trabajo, guantes plomados, lentes de seguridad, protección respiratoria, etc., hasta el uso de los delantales plomados y collarines que son los más conocidos y utilizados dentro de la radiología médica y dental. Estos últimos pueden tener diferentes espesores según el campo de radiación al que se expone; en el caso particular de la radiología clínica dental convencional el espesor es de 0,25 mm de Plomo. Hay que tener muy en cuenta que en muchas ocasiones el solo uso del delantal plomado no significa la no exposición a las radiaciones, por lo que hay que tener presente el cumplimiento de las otras medidas 	

de protección operacional. Estos elementos de protección personal deben cuidarse y protegerse de manera adecuada para mantener su efectividad y prolongar su vida útil. Los pacientes no deben sujetar las placas con sus dedos, se deben utilizar porta películas. El odontólogo y demás personal, deben comprender los peligros de la radiación y conocer las precauciones necesarias para manipular correctamente el equipo y los pacientes. Se debe controlar estrechamente la exposición del personal a la radiación, utilizando dosímetros de placa.

- Uso de chaleco plomado.
- Uso de cuello tiroideo.
- Manejo de porta películas.
- Empleo de dosímetro.

Cuadro N° 9 Endodoncista

PERFIL DEL CARGO ENDODONSISTA	
NOMBRE DEL CARGO:	Endodoncista
DEPENDENCIA:	Departamento operativo.
NÚMERO DE PUESTOS:	1
REPORTA A (NOMBRE DEL CARGO):	Gerente
Requisitos Mínimos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de cuarto nivel en Endodoncia. • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares. • Tener conocimiento en manejo de instrumental y equipo odontológico. 	
Objetivo Principal: Será la persona encargada de recibir a cada paciente que haya agendado su cita y realizar el tratamiento adecuado.	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo adecuado de los equipos de endodoncia. 	

- Mantener en orden su espacio de trabajo.
- Usar las protecciones necesarias al momento de efectuar el servicio o tratamiento.

Código, protocolo de vestimenta y bioseguridad:

- Terno sanitario azul.
- El uso de mandil protege la piel de brazos y cuello de salpicaduras de sangre y saliva, aerosoles y partículas generadas durante el trabajo odontológico. También protege al paciente de gérmenes que el profesional puede traer en su vestimenta cotidiana. Este debe tener una longitud aproximada hasta el tercio superior del muslo manga larga y de preferencia con el puño elástico adaptado a la muñeca, debe ser cerrado hasta el cuello y además debe ser comfortable.
- Zapatos cerrados con suela antideslizante.
- Se debe realizar un lavado corto de manos al ingresar y retirarse del consultorio, antes y después de usar los guantes, para realizar procedimientos no invasivos, antes y después de ingerir alimentos, después de usar los sanitarios, después de estornudar, toser, tocarse la cara, arreglarse cabello, cuando están visiblemente sucias.
- El personal responsable de los procesos de limpieza del equipo, instrumental e insumos odontológicos debe poseer un claro conocimiento de los métodos de limpieza y desinfección de tal forma que garantice que los artículos de atención directa hayan recibido el procedimiento adecuado para eliminar o disminuir el riesgo de infección.
- El uso de guantes es indispensable y obligatorio para todo tipo de procedimiento odontológico que incluye el examen clínico.
- Se utilizan mascarillas para proteger las mucosas de nariz y boca contra la inhalación o ingestión de partículas presentes en el aire, en los aerosoles y protección contra las salpicaduras de sangre y saliva.
- Los protectores oculares, sirven para proteger la conjuntiva ocular y los ojos de la contaminación por aerosoles, salpicaduras de sangre y saliva y de las partículas que se generan durante el trabajo odontológico,

como ocurre cuando se desgasta amalgama, acrílico, metales, entre otros.

- El uso de gorra evita la contaminación de los cabellos por aerosoles o gotas de saliva y/o sangre generadas por el trabajo odontológico.

Cuadro N° 10 Cirujano Maxilofacial

PERFIL DEL CARGO CIRUJANO MAXILOFACIAL	
NOMBRE DEL CARGO:	Cirujano Maxilofacial
DEPENDENCIA:	Departamento operativo.
NÚMERO DE PUESTOS:	1
REPORTA A (NOMBRE DEL CARGO):	Gerente
Requisitos Mínimos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de cuarto nivel en Cirugía Maxilofacial. • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares. • Tener conocimiento en manejo de instrumental y equipo odontológico y lo referente a cirugías. 	
Objetivo Principal: Será la persona encargada de recibir a cada paciente que haya agendado su cita y realizar el tratamiento adecuado.	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo adecuado de los equipos de cirugía. • Mantener en orden su espacio de trabajo. • Usar las protecciones necesarias al momento de efectuar el servicio o tratamiento. 	
Código, protocolo de vestimenta y bioseguridad:	
<ul style="list-style-type: none"> • Terno sanitario azul. • El uso de mandil protege la piel de brazos y cuello de salpicaduras de sangre y saliva, aerosoles y partículas generadas durante el trabajo odontológico. También protege al paciente de gérmenes que el 	

profesional puede traer en su vestimenta cotidiana. Este debe tener una longitud aproximada hasta el tercio superior del muslo manga larga y de preferencia con el puño elástico adaptado a la muñeca, debe ser cerrado hasta el cuello y además debe ser confortable.

- Zapatos cerrados con suela antideslizante.
- Se debe realizar un lavado corto de manos al ingresar y retirarse del consultorio, antes y después de usar los guantes, para realizar procedimientos no invasivos, antes y después de ingerir alimentos, después de usar los sanitarios, después de estornudar, toser, tocarse la cara, arreglarse cabello, cuando están visiblemente sucias.
- El personal responsable de los procesos de limpieza del equipo, instrumental e insumos odontológicos debe poseer un claro conocimiento de los métodos de limpieza y desinfección de tal forma que garantice que los artículos de atención directa hayan recibido el procedimiento adecuado para eliminar o disminuir el riesgo de infección.
- El uso de guantes es indispensable y obligatorio para todo tipo de procedimiento odontológico que incluye el examen clínico.
- Se utilizan mascarillas para proteger las mucosas de nariz y boca contra la inhalación o ingestión de partículas presentes en el aire, en los aerosoles y protección contra las salpicaduras de sangre y saliva.
- Los protectores oculares, sirven para proteger la conjuntiva ocular y los ojos de la contaminación por aerosoles, salpicaduras de sangre y saliva y de las partículas que se generan durante el trabajo odontológico, como ocurre cuando se desgasta amalgama, acrílico, metales, entre otros.
- El uso de gorra evita la contaminación de los cabellos por aerosoles o gotas de saliva y/o sangre generadas por el trabajo odontológico.

3.3. Aspectos estratégicos

3.3.1. Nombre o razón social

La clínica se denominará comercialmente “DENTIBARRA”

3.3.2. Misión

Somos una clínica integral dedicada a la prestación de varios servicios odontológicos, para todas las personas que habitan en la ciudad de Ibarra, la zona norte del país y la zona sur de la provincia de pichincha, con la finalidad de facilitar y mejorar la atención odontológica que cada paciente requiere y cubrir sus necesidades de salud oral en un solo lugar.

Devolver las ganas de sonreír a nuestros pacientes empleando la tecnología más innovadora en nuestros tratamientos de mejora y perfeccionamiento de la sonrisa.

Ayudar a los profesionales a desenvolverse de manera experta en la solución de patologías que afean la sonrisa de los pacientes.

3.3.3. Visión

La clínica dental DENTIBARRA queremos llegar a ser una entidad médica reconocida en los próximos 2 años, por medio de la prestación de sus servicios integrales en un solo lugar, por medio de la atención de médicos especialistas, basados en la responsabilidad, puntualidad, confianza, atención esmerada, el buen trato a cada uno de los pacientes, lo que permitirá crecer como empresa y mejorar cada vez más el servicio a los clientes.

3.3.4. Principios y Valores

Los principios y los valores son los elementos fundamentales con los que se deberá trabajar para brindar una atención de calidad a los pacientes.

Innovación, incorporando a nuestra práctica las técnicas más avanzadas en odontología.

Mejora continua, en búsqueda siempre de la excelencia en nuestra actividad clínica, formativa y humana.

Compromiso y honestidad, ofreciendo siempre la mejor solución adaptada y personalizada a cada uno de nuestros clientes.

Cercanía, en la atención personal a nuestros clientes.

3.3.5. Políticas

- a) Asegurar una acogida del paciente, por un personal formado, dentro de una relación de carácter personal.
- b) Garantizar el respeto de los horarios de cita.
- c) Establecer y mantener al día un historial médico completo, respetando en todo momento la debida confidencialidad.
- d) Ayudar al paciente a fijarse unos objetivos de salud bucodental.
- e) Tras un examen global, aconsejar y explicar a todo paciente los tratamientos a afrontar.
- f) Elaborar el correspondiente Plan de Tratamiento personalizado a cada paciente.
- g) Tener en cuenta permanentemente el dolor.
- h) Informar a cada paciente de la evolución de los tratamientos realizados.
- i) Recomendar las técnicas de mantenimiento a seguir en cada caso.
- j) Utilizar en todo momento unos equipos técnicos mantenidos en un estado operativo óptimo compatible con las actividades a realizar.
- k) Contar con un personal competente y regularmente formado a fin de actualizar sus conocimientos
- l) Realizar una evaluación regular de la satisfacción de los pacientes.
- m) Tener en cuenta las sugerencias y reclamaciones que puedan presentarse, respondiéndolas de forma sistemática.

De esta forma, se podrá mejorar de manera continua la eficacia del sistema de calidad y avanzar por el camino de la excelencia en la gestión, asegurando en todo momento el cumplimiento de todos los requisitos aplicables.

3.4. Plan jurídico legal

Para el correcto funcionamiento de la clínica es necesario contar con un Registro único de Contribuyentes que servirá para reportar las compras y las ventas efectuadas en el mes y la cancelación del Impuesto al Valor Agregado IVA.

La Dra. Silvana Araujo actualmente ya tiene un RUC al cual será necesario actualizar para cambiar las direcciones al nuevo establecimiento, los requisitos son los siguientes; para una persona Natural no Obligada a llevar contabilidad.

Del documento del registro único de contribuyentes.- El certificado de registro contendrá la siguiente información:

1. Número de registro (trece dígitos).
2. Nombres y apellidos completos, para el caso de personas naturales; o, razón social o denominación, para el caso de sociedades.
3. Tipo y clase de sujeto pasivo.
4. Actividad (es) económica (s).
5. Fecha de inicio de actividad (es), de inscripción, de constitución, de actualización, de reinicio de actividades, de cese de actividades.
6. Obligaciones tributarias y formales que debe cumplir el contribuyente.
7. Lugar de inscripción del contribuyente. 8. Dirección principal y otros medios de contacto (teléfono, fax, e-mail, número de celular, etc.).

3.4.1. Obtención del RUC

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas (en adelante SRI), (2017). Para su obtención se deberá presentar los siguientes documentos:

- Copia de la cédula y del último certificado de votación
- Certificación de la dirección domiciliaria en que la compañía desarrolle su actividad económica.
- Copia de una carta de servicio básico

3.4.2. Compatibilidad de Uso de Suelo

De acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra (2017), menciona que para la compatibilidad de funcionamiento de un establecimiento con el uso del suelo, se deben presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo (Croquis)
- Escritura de Constitución
- RUC
- Copias de Cédula

- Copias de Papeleta de Votación
- Copia de Pago Impuesto Predial

3.4.3. Permiso de Bomberos

De acuerdo al Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Ibarra (2017), establece que este permiso consiste en instalar sistemas de prevención de incendios dentro de la organización, la solicitud se realiza en el cuerpo de bomberos correspondiente a la zona. Para obtenerlo se debe contar con:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC

Extintores de incendios en número, capacidad y tipo determinado por el Departamento de Prevención y Control de Incendios del Cuerpo de Bomberos

- Señalización de Escape
- Pago del Impuesto Predial

3.4.4. Permiso de Ambiente

De acuerdo al sitio oficial del Ministerio del Ambiente (2017) El ministerio del ambiente establece guías de prácticas ambientales para los sectores industriales de bajo impacto, comercios y servicios. Este permiso es requisito para obtener la licencia de funcionamiento y está sujeta a inspecciones previas, para obtenerla se deberá cumplir los siguientes requisitos:

3.4.5. Manejo Ambiental Ruido

- Controlar emisiones del ruido hacia el exterior.
- Colocar letreros de advertencia respecto a la afectación de la salud que puede ocasionar la exposición prolongada a elevados niveles de ruido.

3.4.6. Manejo Integral de Residuos

Los tarros de basura serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y con fundas plásticas en su interior.

Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y la reutilización, a excepción de envases de productos químicos de desinfección y limpieza que serán entregados al recolector de basura.

Los desinfectantes y detergentes deberán ser identificados y guardados de acuerdo a la recomendación del fabricante.

El establecimiento debe contar con un sitio para el almacenamiento de la basura y mantener limpia el área circundante en un radio de 10 metros.

3.4.7. Manejo de Riesgos

El establecimiento debe acatar las disposiciones de prevención de incendios establecido por el cuerpo de bomberos.

Contar con instalaciones eléctricas aisladas, protegidas y fijas.

Ningún establecimiento podrá verter al alcantarillado público ninguna sustancia contaminante (sustancias inflamables con ácidos o alcalinos).

3.4.8. Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud

Se deberá obtener el permiso de funcionamiento establecido por la Dirección del Proceso de Vigilancia de Control Sanitario, para esto se deberá cumplir los siguientes pasos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Planilla de Inspección
- Copia de títulos de los Profesionales Endodoncista, Cirujano y Radiólogo.
- Médico Odontólogo.
- Lista de tipos de tratamiento que la clínica realizará a sus pacientes.
- Copias de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)

- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copia de la Cédula
- Certificado de Votación del propietario
- Copia del RUC del establecimiento
- Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

3.4.9. Registro Patronal

A continuación, se detallan los requisitos que el patrono necesita para obtener el registro patronal en el Instituto de Seguridad Social IESS:

- Contrato de trabajo inscrito en la Inspección de Trabajo de todos los funcionarios de la clínica.
- Cédula de identidad del representante de la clínica y papeleta de votación.
- RUC de la propietaria.
- Copia de pago de teléfono o luz.

3.5. Descripción del sector.

3.5.1. Antecedentes

En la actualidad las personas han visto la necesidad de mantener su apariencia física y salud en buen estado, por eso es importante mantener una higiene bucal buena ya que la boca es el ingreso al sistema digestivo y al tener alguna enfermedad ésta se propagaría desde el ingreso, desde aquí empieza el procesamiento de los alimentos, por ende la salud física se verá afectada, la digestión, e incluso el autoestima de cada persona, por estas razones es importante mantener una higiene bucal correcta.

La higiene oral observa los métodos que conservan limpios y sanos a las encías, dientes, lengua y la boca en general, lo cual permite tener un aliento fresco,

conservar las piezas dentarias libre de caries y no sufrir molestias. La higiene dental tiene que formar parte de los hábitos de limpieza y cuidado, realizando un cepillado de los dientes al menos dos veces al día.

Es necesario cepillar y mantener los dientes limpios para prevenir otras enfermedades como sensibilidad en las encías, pérdida de piezas dentales, infecciones que producen en mujeres partos prematuros, y en general sufrir dolor oral y facial, pérdida de dientes, problemas con el corazón y otros órganos importantes (por las infecciones de boca), problemas de digestión que pueden llevar a una insuficiencia intestinal o a un síndrome de colon irritable. (Soto, 2011, pág. 1)

3.6. Localización del proyecto.

3.6.1. Macro Localización

La macro localización es el lugar o país donde se ubicará el consultorio odontológico será en el Ecuador.

Figura N° 8 República del Ecuador



Fuente: google.com

Situándose en la provincia de Imbabura

Figura N° 9 Provincia Imbabura



Fuente: google.com

3.6.2. Micro Localización

Se presenta el mapa del cantón Ibarra, en el cual se ubicará el centro odontológico.

Figura N° 10 Cantón Ibarra



Fuente: google.com

Se situará en la capital de la provincia de Imbabura, la ciudad de Ibarra

Figura N° 11 Ciudad Ibarra

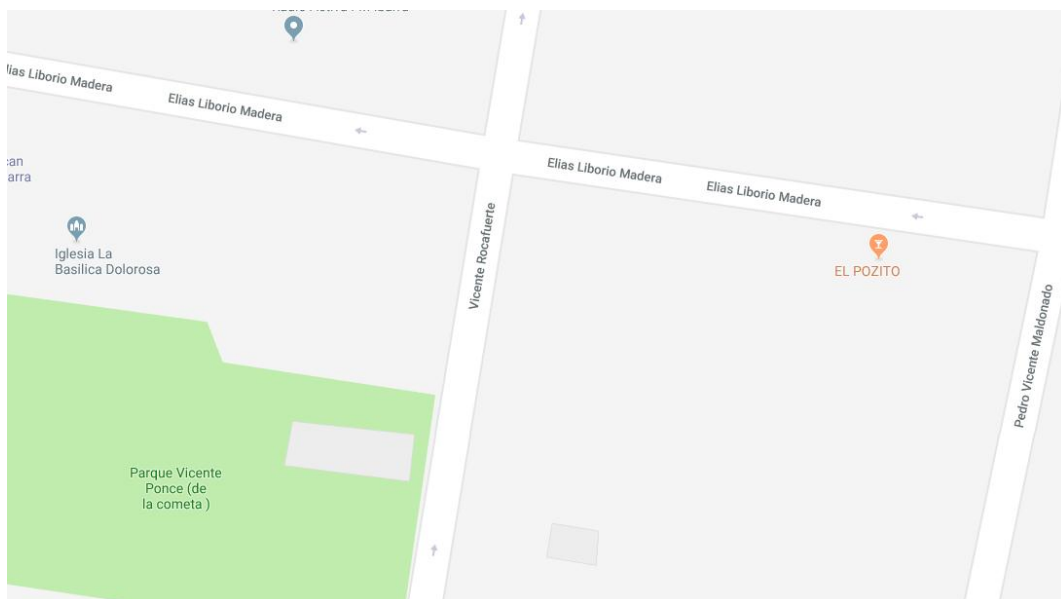


Fuente: google.com

3.6.3. Ubicación del consultorio odontológico

El consultorio estará ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra tras la basílica de la Dolorosa como se puede observar en el siguiente mapa, en las calles Rocafuerte y Elías Liborio Madera, número 3-87.

Figura N° 12 Ubicación del local



Fuente: google.com

Constará de un área: 51m², ubicado en la parroquia: San Francisco, Cantón: Ibarra, Provincia: Imbabura, en el Edificio NOVA ILUSIÓN #102

Figura N° 13 Local



Fuente: El autor

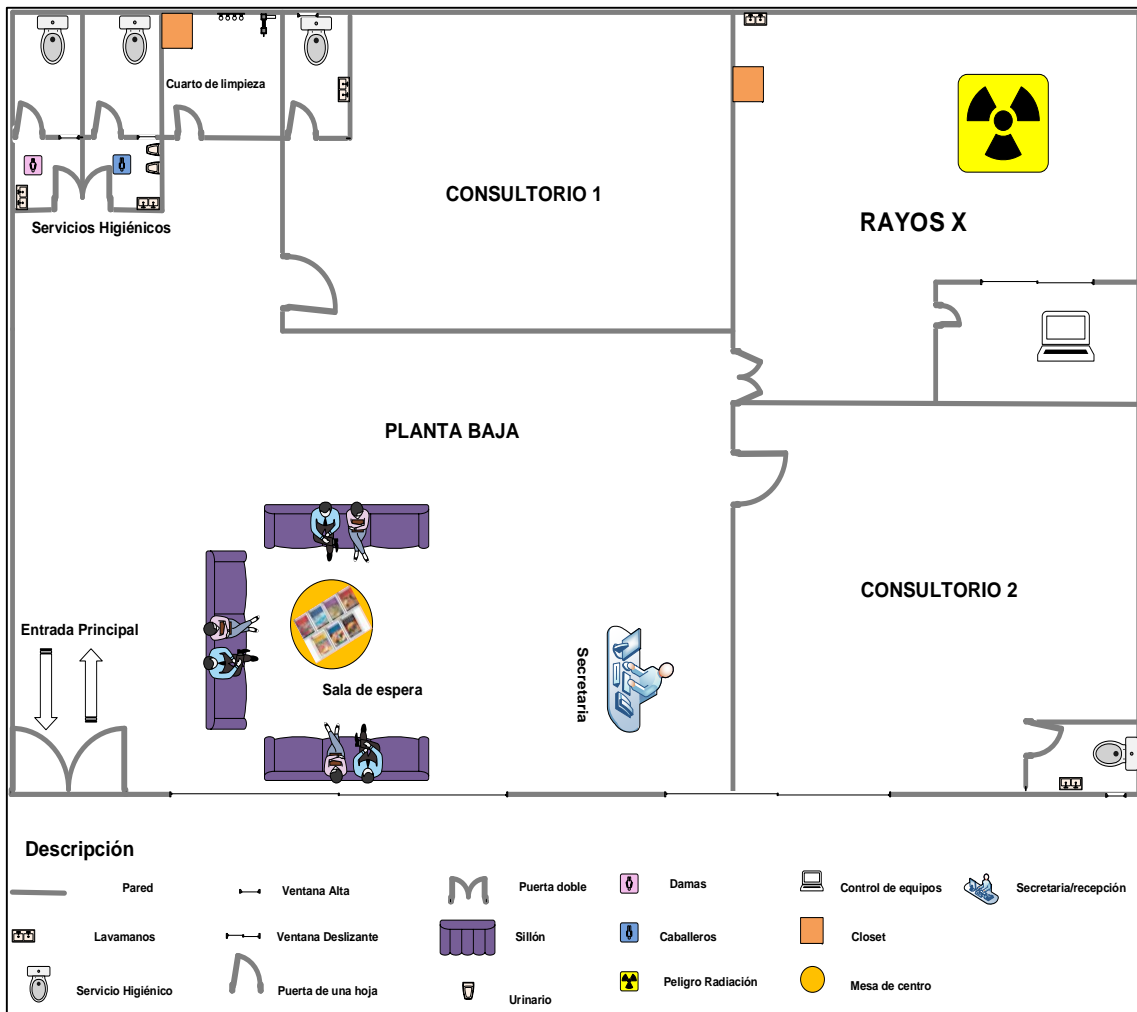
3.7. Ingeniería del proyecto.

En lo que comprende a la ingeniería del proyecto se hace referencia a las adecuaciones de las instalaciones que se harán al local para que este tenga los espacios adecuados y lo necesario para que pueda funcionar como consultorio odontológico.

El consultorio estará formado por dos consultorios, uno para la atención de odontología, el consultorio dos es donde se realizará las cirugías, el tercer ambiente es el espacio para rayos X, un espacio para sala de espera, baterías sanitarias, y el ambiente para la secretaria recepcionista.

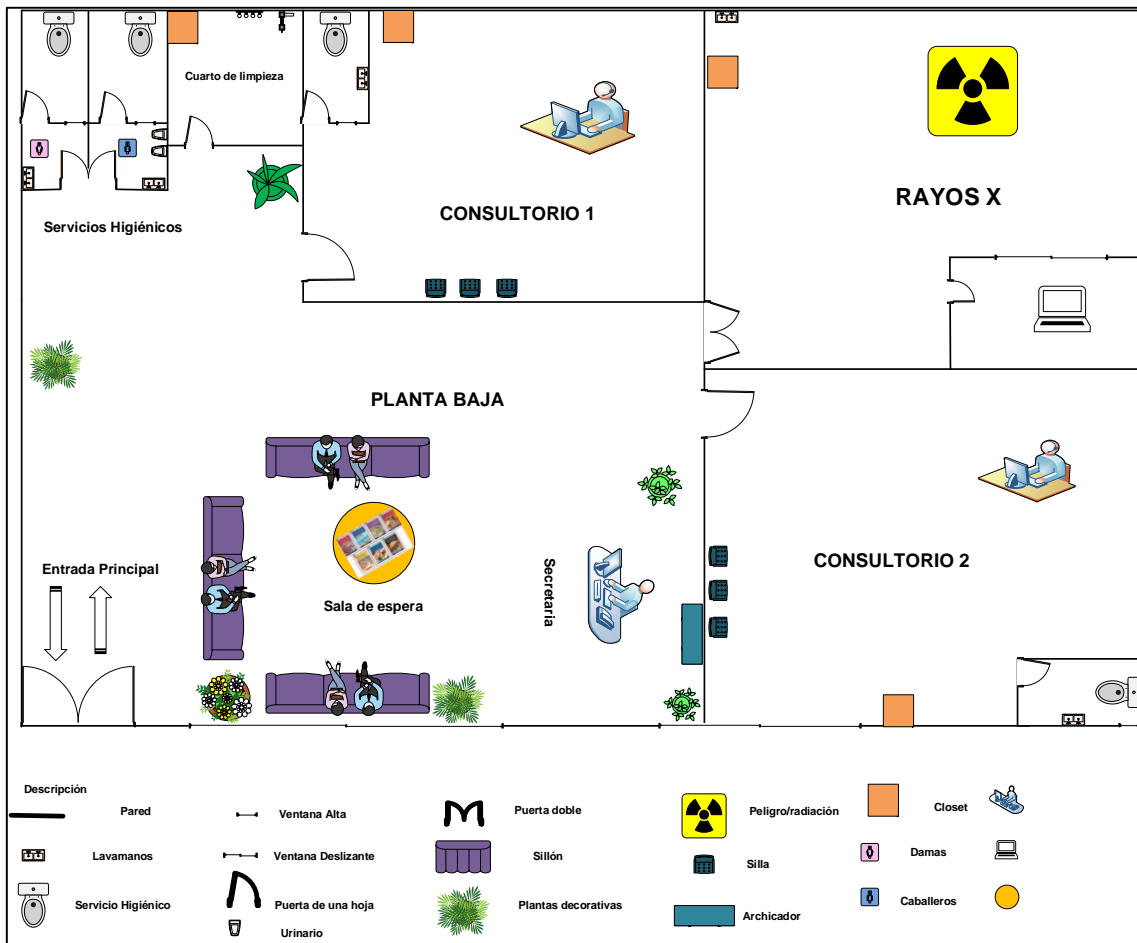
Tal como se detalla en la siguiente figura.

Figura N° 14 Distribución del espacio físico



Elaborado por: El autor

Figura N° 15 Diseño de las instalaciones



Elaborado por: El autor

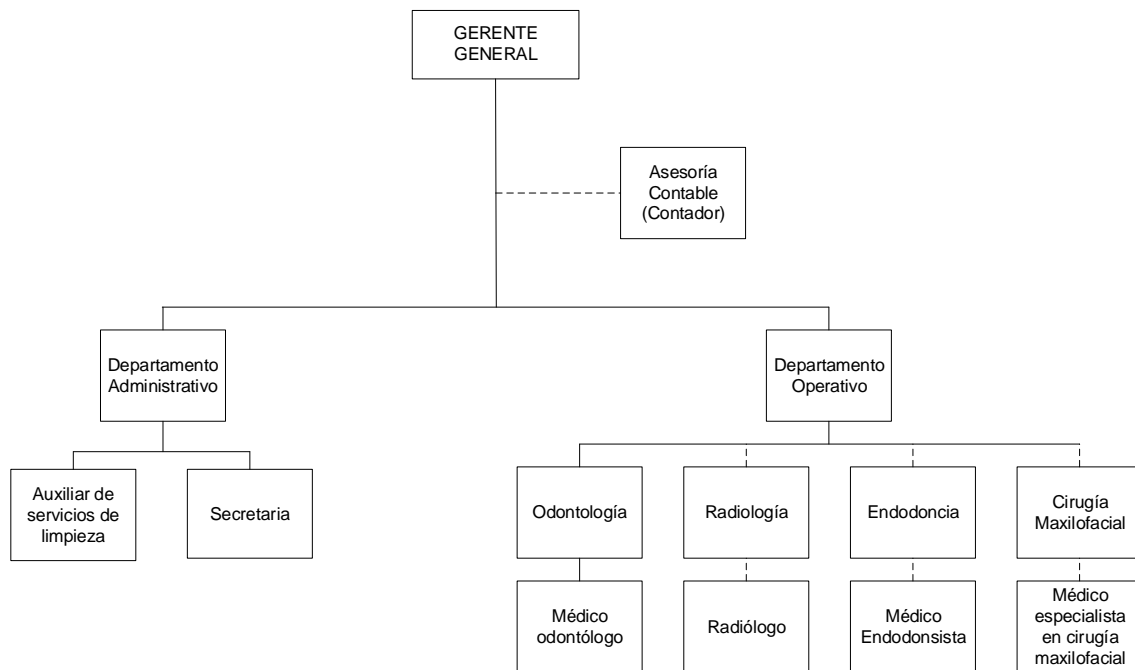
3.8. Organigrama estructural

Es una representación gráfica en la que se describe como se encontrará distribuido el cargo que desempeña cada profesional en la prestación del servicio.

Cabe señalar que en el organigrama la línea entrecortada son los servicios auxiliares que los profesionales prestarán al consultorio integral, los cuales no están en relación de dependencia sólo brindarán sus servicios cuando el caso lo amerite y cuando se solicite el servicio, por honorarios profesionales.

Es el caso del asesor contable y el departamento de servicios de salud.

Figura N° 16 Organigrama estructural

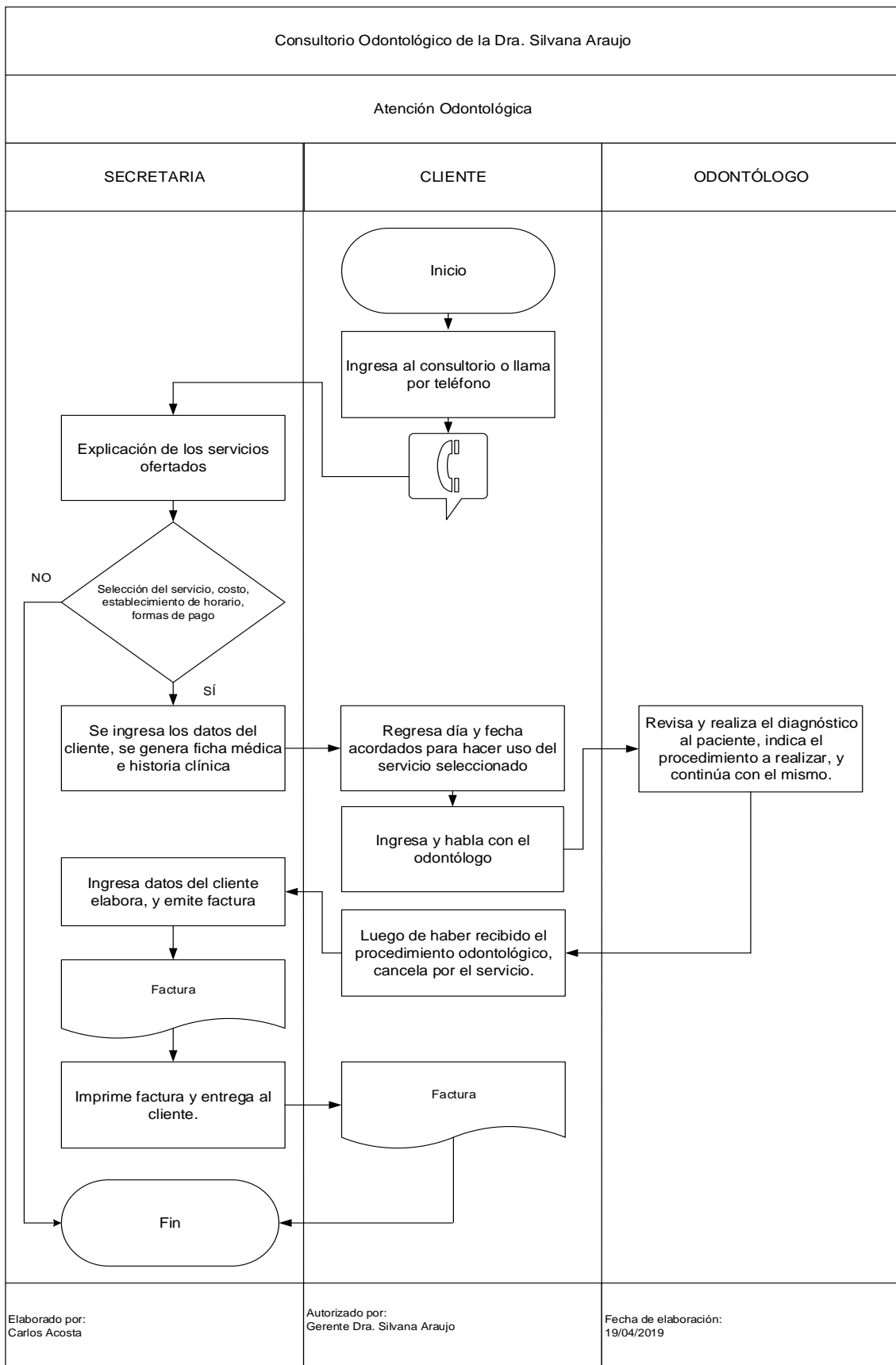


Elaborado por: El autor

3.9. Flujogramas

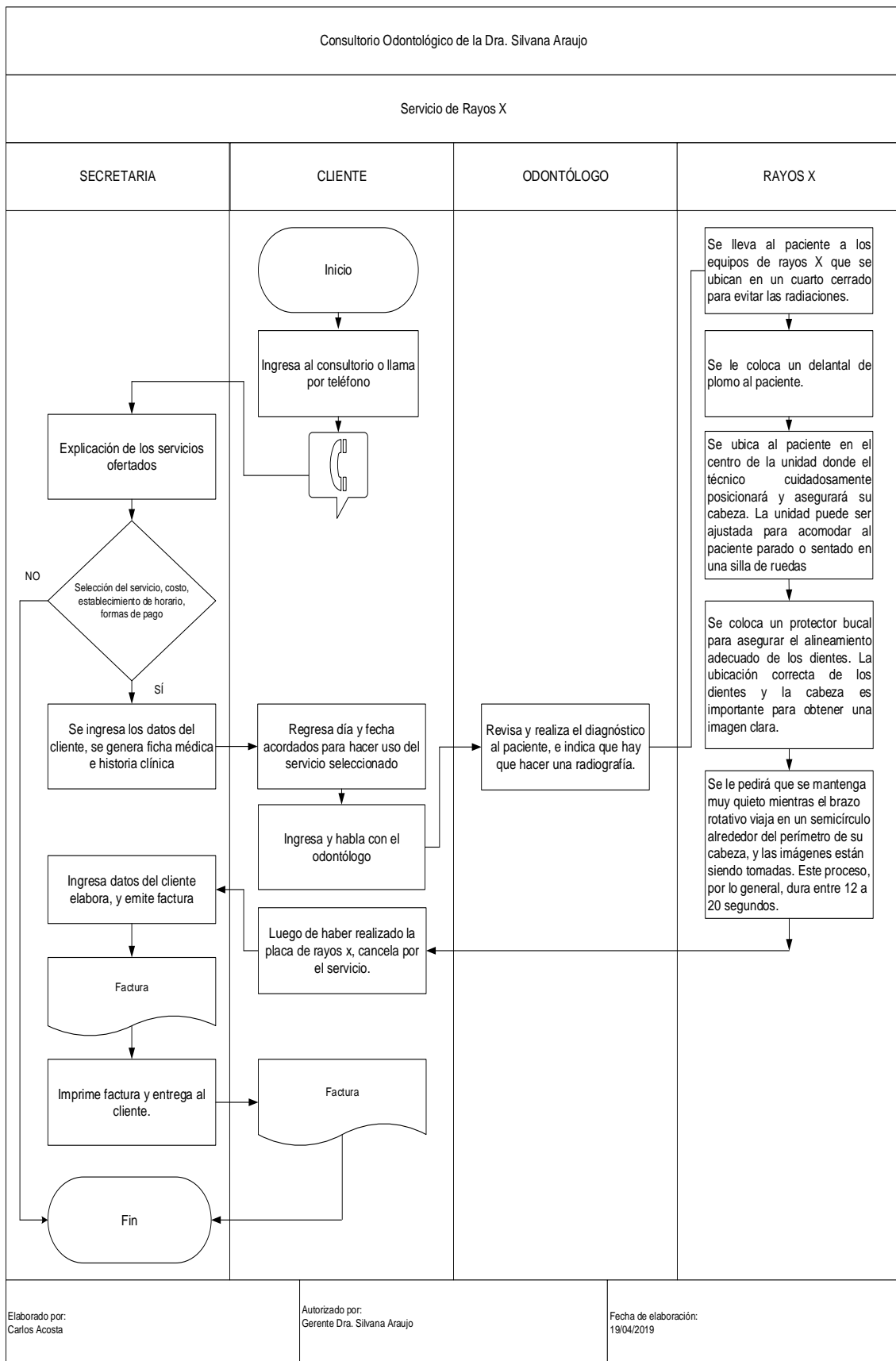
Se ha elaborado flujograma para cada uno de los distintos servicios que brindará el consultorio, tal como se muestra en las siguientes imágenes.

Figura N° 17 Flujoograma de Servicio de Odontología



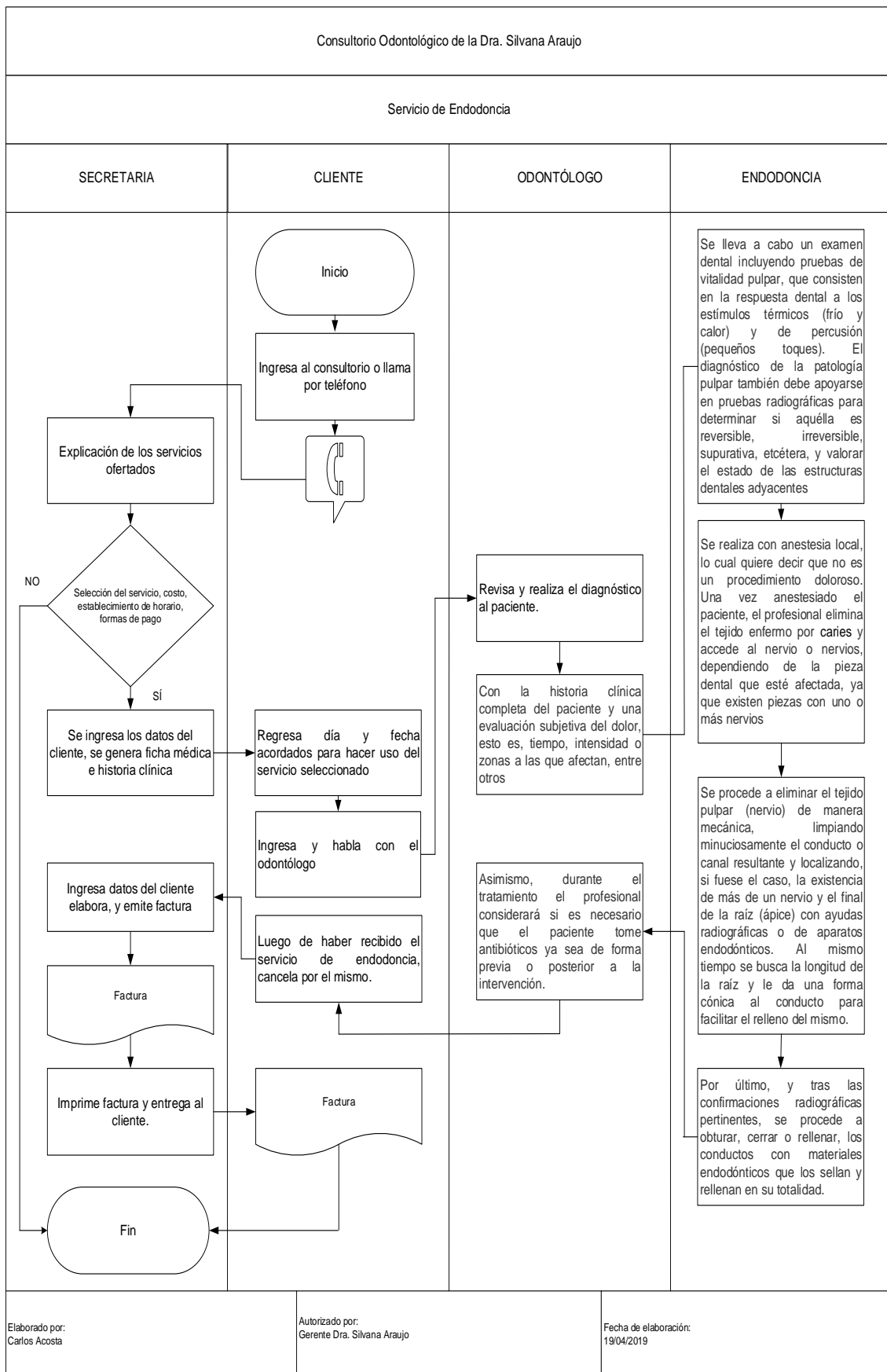
Elaborado por: El autor

Figura N° 18 Flujoograma de servicio de Rayos X



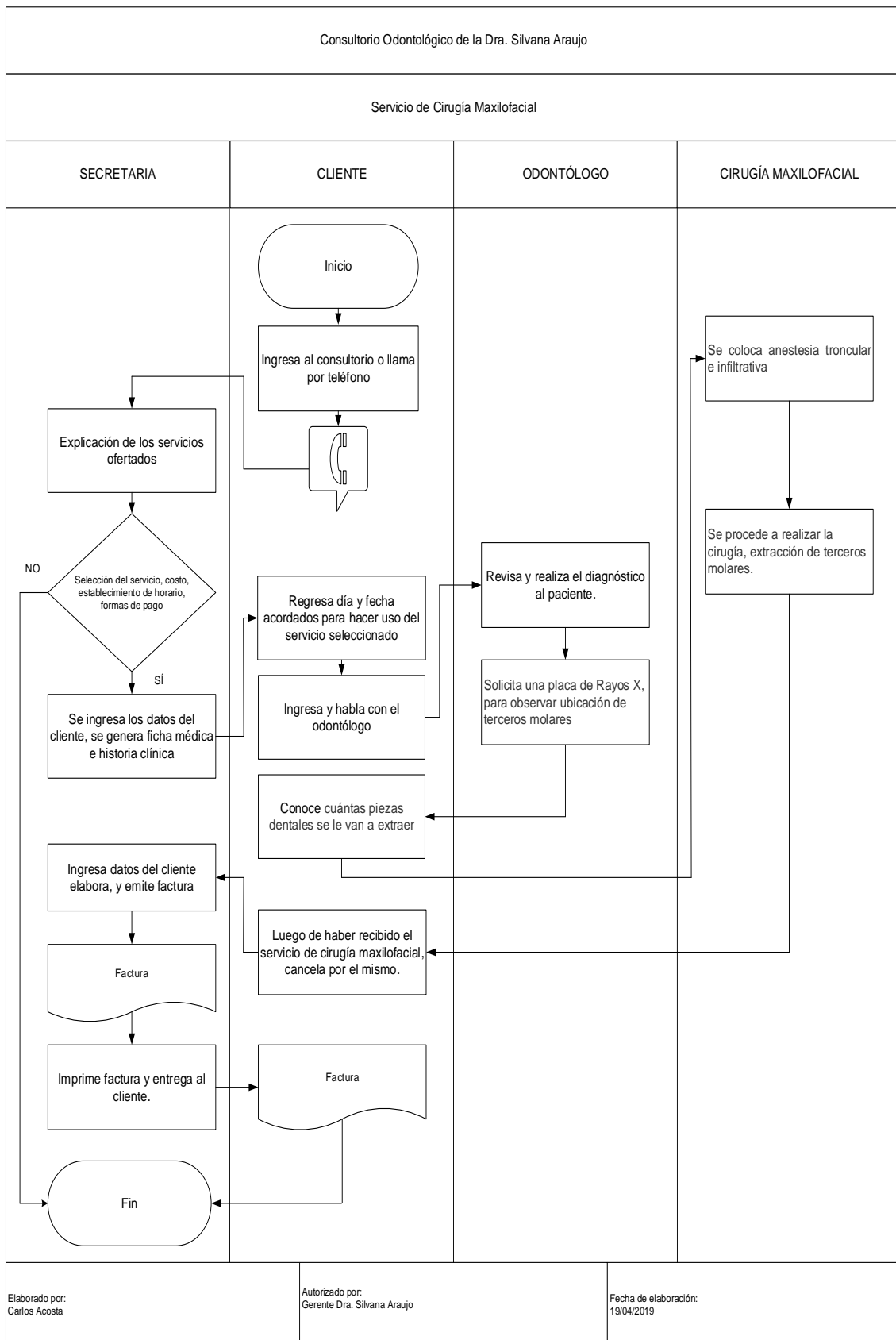
Elaborado por: El autor

Figura N° 19 Flujoograma de servicio de Endodoncia



Elaborado por: El autor

Figura N° 20 Flujograma de servicio de Cirugía Maxilofacial



Elaborado por:
Carlos Acosta

Autorizado por:
Gerente Dra. Silvana Araujo

Fecha de elaboración:
19/04/2019

Elaborado por: El autor

3.10. Estudio de Mercado

3.10.1. Estrategias de Marketing

En esta parte de la investigación y en lo relacionado al estudio de mercado se hará referencia a las 7 P's que son Producto, Personas, Precio, Plaza, Promoción, Proceso y Posicionamiento, de las cuales se detalla información a continuación:

3.10.1.1. Producto o servicio

Actualmente el consultorio de la Dra. Silvana Araujo brinda a sus pacientes tratamientos relacionados con la extracción de molares y curaciones más conocidas con el nombre de calzas.

Tabla N° 16 Servicios Dra. Silvana Araujo

DETALLE	Nro. Pacientes Mes Octubre 2018
Calzas	98
Extracciones	42

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Para mejorar la calidad de la asistencia odontológica y brindar un servicio integral en un solo lugar se ha considerado contratar los servicios ocasionales de médicos especialistas en cada área como Radiólogo, Endodoncista y Cirujano Maxilofacial, y cada uno ha ayudado con el aporte de personas que atiende por mes en su consultorio de forma independiente, que serán los servicios integrales que se ofrecerá en DENTIBARRA.

Con la finalidad de mejorar los servicios actuales se ha optado por adquirir nuevos equipos, equipos de radiología, equipos de odontología, y cirugía los cuales van a estar y pertenecer a DENTIBARRA, pero solo de manera ocasional y luego de haber agendado las citas previas para los diferentes tratamientos, o servicio junto con la coordinación del especialista cercano que esté disponible en colaborar se asignará fecha, hora y día para realizar el procedimiento requerido.

Tabla N° 17 Servicios Dra. Silvana Araujo

DETALLE	Nro. Pacientes Mes Octubre 2018	
	Dr. Tingo	Dra. Llerena
Calzas		40
Extracciones sencillas		20
Endodoncia	80	20
Extracción terceros		
Molares	62	20
Rayos X	142	
Prótesis		20

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

Es el promedio de pacientes que son atendidos en cada servicio por mes, los cuales han sido la base para proyectar de forma anual y son los servicios integrales a brindar en la clínica DENTIBARRA.

3.10.1.2. Personas

Para ésta fase del marketing se va hacer referencia al rango de personas al que se segmentó el mercado por su edad, dicho rango oscila desde los 10 años hasta los 49 años de edad, que será el público objetivo al que está enfocado el servicio integral de la Clínica DENTIBARRA.

Se ha seleccionado a ese rango de edad ya que los pacientes han cambiado ya sus primeros dientes por los definitivos y a partir de ello ya se puede aplicar o sugerir un tratamiento correctivo ya que será para toda la vida y también porque hasta los 50 años hay pacientes que aún mantienen su dentadura propia y es necesario realizar exámenes para mantener el buen cuidado y salud oral.

Además la persona que está encargada de la atención al cliente en la recepción en este caso la secretaria deberá:

- Presentarse a su lugar de trabajo con el uniforme, limpio ordenado en buen estado, vestirlo en forma completa durante toda la jornada laboral.
- El mandil clínico debe ser de color blanco y utilizarse completamente cerrado.
- El personal debe utilizar uniforme limpio y con mangas.

- Se debe utilizar telas de manta o algodón evitando el uso de vestimenta de material sintético con accesorios o adornos.
- Utilizar con el uniforme el carnet de identificación.
- EL calzado debe ser cerrado que cubra completamente los pies, resistentes, impermeables y antideslizantes.
- Debe coordinar el agendamiento de citas médicas, y la coordinación con cada médico especialista por servicio profesional ocasional o cuando el caso amerite su llamado.

3.10.1.3. Precio

Tabla N° 18 Precios

Servicios	Precio Venta	Costo variable	Margen Contribución	Porcentaje Margen Contribución
Endodoncia	60,00	42,00	18,00	30%
Maxilofacial (Extracción Terceros Molares)	68,89	48,22	20,67	30%
Radiografías	9,67	6,77	2,90	30%

Elaborado por: El autor.

Para la fijación de los precios en la prestación del servicio integral de la clínica DENTIBARRA, ha sido considerada la entrevista efectuada a las diferentes entidades médicas que prestan sus servicios actualmente de forma privada en sus consultorios, obteniendo así el precio que la competencia cobra a sus clientes en la prestación de cada servicio, para ello se ha elaborado una tabla en la que se señala un precio promedio y en otros casos al resultar el precio promedio muy alto se ha considerado el de menor valor establecido en el mercado, para establecer una ventaja competitiva en relación con los competidores. Tratando de ser justo y razonable con los pacientes, otorgando un gran valor a cambio de lo que ellos pagan.

Las estrategias empleadas para la fijación de precios han sido las siguientes, considerando los márgenes de utilidad y rentabilidad que beneficiarán a DENTIBARRA.

- **Penetración de mercado**

Al tener un servicio poco diferenciado el cual existe de forma individual en el mercado, para DENTIBARRA puede interesar un precio más ajustado, similar a la competencia, junto a una potente promoción por medio de la radiodifusión para poder conseguir una rápida conquista de cuota de mercado.

Los márgenes de beneficios serán más bajos, pero el volumen de unidades vendidas lo compensará para poder amortizar la inversión.

- **Con base en la demanda del mercado**

Este método no toma en cuenta directamente los costos de producción, sino que al emplearse ésta metodología el emprendedor le presta atención a los precios de aquellos bienes o servicios que se parezcan al ofertado por DENTIBARRA con el apoyo de las encuestas aplicadas en el diagnóstico.

Tal cual se ha explicado anteriormente, se ha considerado el precio promedio y el precio más bajo del mercado.

Tabla N° 19 Precio de la competencia

DETALLE	IBARRA DENTAL CENTER	HOSPITAL CLÍNICA METROPOLITANA	CENTRO ODONTOLÓGICO ORAL VIDA	CONSULTORIO DENTAL DRA MAGDALENA LLERENA	NORDENT RX	CRUZ ROJA ECUATORIANA	DRA SILVANA ARAUJO	PRECIO PROMEDIO/MENOR
	Cada una							
ODONTOLOGÍA								
Calzas			20/30	20/40			20	26,00
Prótesis			400	400			300	366,67
ENDODONCIA								
Pieza uniradicular	30		70	80		30		52,50
Pieza multiradicular	30		90	100/140				90
Cirugía Maxilofacial (terceros molares)								
Extracción simple	30		30/50/80	50		30		45
Extracción compuesta (semi incluida)	50			80		80		70
Extracción compleja (totalmente incluida)	80		120			120		106,67
Radiografías								
Panorámicas	8	15			15	14		13
Peri apicales	4				5	10		6,33

Elaborado por: El autor.

Fuente: Encuesta Diciembre 2018

3.10.1.4. Plaza

El lugar donde serán las instalaciones de la clínica odontológica DENTIBARRA está ubicado en el centro de la ciudad un lugar muy accesible en donde pasa la línea de bus, taxis, hay servicios básicos, la ubicación es tras de la Basílica la Dolorosa, es un lugar muy amplio, ubicado en la planta baja, de acuerdo al público al que se desea llegar, para ello se ha considerado los siguientes aspectos:

- **Canales de distribución:** Para este aspecto se ha considerado la experiencia y la antigüedad al servicio de la sociedad y por ende será un canal directo el que se use en la prestación del servicio odontológico.
- **Planificación de la distribución:** En este caso como es un servicio el que se pone a disposición de los clientes, el buen trato, la atención oportuna, un diagnóstico acertado, a un buen precio hará que nuestros pacientes regresen.

Por ende y en base a los aspectos antes mencionados se espera que los clientes asistan y se acerquen a recibir un servicio integrado de odontología en un solo lugar, en el cual encontrarán profesionales de calidad con la más alta experiencia, atención esmerada, oportuna y cálida, a precios bajos de acuerdo a los establecidos en mercado, en unas instalaciones modernas, amplias, para mejor comodidad de quienes asistan a recibir el servicio.

- **Comercialización:** Para dar a conocer la nueva ubicación de la clínica odontológica se irá mencionando a cada paciente que reciba el servicio en las instalaciones actuales que se acerque y se invitará a visitar el día de la apertura las nuevas instalaciones, se brindará la confianza necesaria para que busquen el servicio de la clínica y regresen incluso sugieran el servicio a terceras personas, generando fidelidad y confianza en cada paciente. DENTIBARRA implementa una estrategia de marketing directo por medio de correo electrónico, e internet con las redes sociales como

Facebook (Fanpage), dándose a conocer a través de seguidores; también por el marketing de boca en boca.

- **Estrategia de comunicación:** Con el uso del internet se puede llegar masivamente a los clientes utilizándolo como medio de información, de ventas, de ampliar y actualizar mensaje de las empresa y a su vez, poder beneficiarse de la popularidad que se puede generar por el uso del marketing móvil; actualmente se llega más fácil a los clientes debido a que el consumidor obtiene cada vez más información al pasar más tiempo en la red por medio de dispositivos electrónicos móviles que en el que emplean en leer revistas, periódicos y/o en ver televisión, llevándolos a ser más receptivos a los mensajes de marketing directo, la existencia de canales y medios de comunicación móviles puede mantener a los consumidores conectados, permitiéndoles que interactúen con una marca a lo largo del día ; las características tipo GPS de éstos dispositivos puede ayudar a las consumidores a identificar oportunidades de compra, a través del marketing móvil, los clientes o consumidores envían a sus familiares información sobre el producto o empresa generando un voz a voz lo que se manifiesta con el aumento de clientes poderosos.

3.10.1.5. Promoción

Para la ejecución de la promoción se ha considerado la trayectoria que se tiene como consultorio independiente ya que algunos de los pacientes nos recomiendan a través del de **BOCA en BOCA**, se hará uso de las tarjetas de presentación, la difusión por medio de las redes sociales en la que se ha considerado la creación de la página o blog de DENTIBARRA en FACEBOOK el cual no tiene costo alguno para crearlo, y el uso de la radioemisora local (Canela FM y EXA FM) con la transmisión de un spot publicitario en el horario de 8am a 12am por el tiempo de 5 meses en Canela FM y 3 meses en EXA FM, el costo del servicio se detalla en la parte del presupuesto en gastos de publicidad y ventas.

3.10.1.6. Procesos.

Con la finalidad de retener a los clientes, se debe prestar atención a los procesos de ejecución del servicio, monitorizando redes sociales, realizando entrevistas de satisfacción del cliente. La secretaria se encargará de procesar los datos aportados por el cliente para convertirlos en acciones que contribuyan a la fidelización del consumidor, se receptorá o colocará una caja de sugerencias para considerar a futuro cambios con la finalidad de mejorar cada vez el servicio.

3.10.1.7. Posicionamiento

Para retener a los clientes, la marca debe tener muy claro quién es y comunicar su personalidad de manera clara y repetida al consumidor. El posicionamiento de una marca se revela en las acciones que realiza, en la gente que contrata, en los servicios que proporciona, en los precios de los servicios, en el lugar y las promociones que elige para darse a conocer y en los procesos que pone en práctica.

Es importante conocer las ventajas del Marketing, las cuales ayudan al posicionamiento en el mercado:

- Aumentar la eficiencia y la productividad.
- La actualización de conocimientos para el mejor desempeño de las labores.
- Beneficiar la imagen del profesional odontólogo.
- Difundir conocimientos al paciente y permitir su fácil acceso al servicio profesional.

3.11. Plan de puesta en marcha

3.11.1. Implementación

La implementación de este plan se inicia con la adquisición del dinero por medio del financiamiento, el cual servirá para la adquisición de todos los equipos odontológicos, de imagen y cirugía necesarios para poner en marcha la clínica,

junto con las adecuaciones del espacio o del lugar en donde va a funcionar la misma, dichos equipos y gastos se hallan detallados en la parte del presupuesto.

3.11.2. Frecuencia de compra de insumos

Para conocer cada que tiempo se deberá adquirir los insumos referentes al servicio odontológico, como la compra de material para rayos x, insumos para las cirugías, endodoncias, insumos referentes a la limpieza del establecimiento, químicos de limpieza y demás productos relacionados se llevará un control de existencias, el cual estará a cargo de la secretaria y cuando haya en disponibilidad alrededor de 6 placas y 1 litro de los químicos a manera general en relación a todos los implementos, se presentará los insumos necesarios a gerencia para que se asigne el presupuesto para la adquisición de lo que sea necesario, eso dependerá de la cantidad de pacientes atendidos a la semana ya que no es un número fijo y puede variar de un mes a otro.

3.11.3. Proveedores

Se ha considerado a los proveedores locales como son Prodontomed, Proquilim son empresas que se encargan de la comercialización de productos y equipos odontológicos y productos de limpieza y desinfección respectivamente.

En la ciudad de Quito se ha contactado a los siguientes proveedores, a los cuales se les solicitará insumos de acuerdo al consumo que se efectúe por semana, manteniendo un stock mínimo de acuerdo a cada insumo ya sea en kg, g o ml.

Dental Ayala - Proveedor de Insumos Odontológicos.

Depósito Dental Corp

Odontología - Recor Dental y Quimedic

3.12. Presupuesto.

En el presupuesto se detalla los recursos que serán necesarios para poner en marcha el negocio o remodelación del local para que funcione como consultorio odontológico, considerando ingresos y gastos.

3.12.1. Ingresos

En la parte de los ingresos se ha considerado los servicios que se prestarán en el consultorio durante un año, es decir el número de pacientes que se atenderá en el mismo, por cada servicio se ha tomado en cuenta a los precios establecidos en el mercado en base a investigación a las personas que brindan actualmente los mismos, se ha hecho un comparativo y se ha considerado sacar un precio promedio, como se muestra a continuación.

Cabe señalar que la cantidad de servicios anuales son las personas atendidas en ese lapso de tiempo, en base a datos históricos proyectados de acuerdo a pacientes atendidos en los consultorios investigados, así se ha considerado para cada servicio, tal como se muestra a continuación, tomando como referencia el promedio de personas atendidas al mes de cada servicio y proyectando ese dato de manera anual.

Tabla N° 20 Personas atendidas por mes.

DETALLE	Nro. Pacientes Mes Octubre 2018			Promedio servicios al mes	ANUAL
	Dra. Silvana Araujo	Dr. Tingo	Dra. Llerena		
Calzas	98		40	69	828
Extracciones sencillas	42		20	31	372
Endodoncia		80	20	50	600
Extracción terceros		62	20	41	492
Molares					
Rayos X		142		142	1.704
Prótesis			20	20	240
TOTAL	140	284	120	353	4.236

Fuente: Entrevista

Elaborado por: El autor.

Tabla N° 21 Ingresos por servicios anual

DETALLE	PRECIO POR SERVICIO	PRECIO PROMEDIO	CANTIDAD DE PERSONAS ATENDIDAS EN EL AÑO (SERVICIO ANUAL)	INGRESO POR SERVICIO ANUAL
ODONTOLOGÍA				
Calzas	20		828	16.560,00
Prótesis	300		240	72.000,00
ENDODONCIA				
Pieza uniradicular	30,00			
Pieza multiradicular	90,00	60,00	600	36.000,00
CIRUGIA MAXILOFACIAL (TERCEROS MOLARES)				
Extracción simple	30,00			
Extracción compuesta (semi incluida)	70,00			
Extracción compleja (totalmente incluida)	106,67	68,89	864	59.520,00
RADIOGRAFÍAS				
Panorámicas	13,00			
Periapicales	6,33	9,67	1.704	16.472,00
INGRESO TOTAL			4.236	200.552,00

Elaborado por: El autor.

3.12.1.1. Ingresos Proyectados para 5 años.

Para la proyección de los ingresos se ha usado la fórmula del monto, el cual es el valor final resultado de adicionar el interés generado de la operación al capital primario, también se ha usado el porcentaje de inflación anual al año 2018 en lo referente a servicios de salud que es el 0,10%. (Banco Central del Ecuador, 2018, pág. 1)

$C_n = ?$

C_0 = valor inicial

n = Número de períodos (1, 2, 3, 4, 5)

i = tasa de interés o inflación

$$C_n = C_0 \cdot (1+i)^n$$

$$C_n = 200.552,00 \cdot (1+0,10)^1$$

$$C_n = 200.750,15$$

Tabla N° 22 Ingresos por servicios proyectado

PERIODO	AÑO	INGRESOS PROYECTADOS
0	2.018	200.552,00
1	2.019	200.750,15
2	2.020	200.948,49
3	2.021	201.147,02
4	2.022	201.345,76
5	2.023	201.544,69

Elaborado por: El autor.

3.12.2. Gastos

3.12.2.1. Muebles de Oficina

El valor de los muebles de oficina ha sido obtenido mediante observación directa y entrevista, a través de la solicitud de proformas que señalan los precios. (Ver anexo 3)

Tabla N° 23 Muebles de Oficina

MOBILIARIO	
DETALLE	VALOR
División de ambientes (42 m)	\$ 3.780,00
Counter recepción	\$ 790,00
Escritorio consultorio 1	\$ 620,00
Escritorio consultorio 2	\$ 620,00
Escritorio rayos X	\$ 310,00
Estantería consultorio 1	\$ 600,00
Estantería consultorio 2	\$ 600,00
Estantería rayos X	\$ 600,00
Mueble de baño	\$ 385,00
Puerta consultorio 1	\$ 280,00
Puerta consultorio 2	\$ 280,00
Puerta Rayos X	\$ 280,00
Mesa de centro	\$ 40,00
Sillón giratorio elevable con ruedas de oficina, despacho o estudio	\$ 300,00
Sillones sala de espera	\$ 329,97
Botes de basura	\$ 75,00
Sillas individuales para pacientes	\$ 270,00
Archivadores	\$ 180,00
	SUBTOTAL \$ 10.339,97
	12% IVA \$ 1240,80
	TOTAL \$ 11.580,77

Elaborado por: El autor.

3.12.2.2. Equipo de Oficina

Los precios obtenidos para los equipos de oficina se pueden apreciar en el Anexo 3, por medio de la observación directa, entrevista y solicitud de proformas.

Tabla N° 24 Equipo de Oficina

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Subtotal
2	Computador Escritorio Core I3 1era-4gb-dd500gb-led 19	307,00	614,00
4	Regulador De Voltaje Altek 1600w 8 Tomas Precio Inc Iva	9,99	39,96
1	Kit 8 Cámaras Seguridad Cctv Hd 720p Hd 1080p Hilook	129,93	129,93
1	Impresora Multifuncional Hp Ink Tank 315 Sistema Continuo	142,00	142,00
4	Cortapicos	10,00	40,00
1	Vtech Teléfono Inalámbrico Doble Base Contestador Identifica	44,99	44,99
1	UPS	50,00	50,00
		Subtotal	1.060,88
		IVA 12%	127,31
		Total	1.188,19

Elaborado por: El autor.

3.12.2.3. Equipo Odontológico

El valor de los equipos odontológicos se obtuvo en base a la solicitud de proformas y la de menor costo es la que se usó para fijar precios tal como se observa en el Anexo 12.

Tabla N° 25 Equipo Odontológico

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Subtotal
1	Ziann Equipo Odontológico Mod: ZA-208 C	2.750,15	2.750,15
1	Compresor 2.5 hp SAP65 Cap 65 ltr	599,00	599,00
1	Autoclave Sercon 21 ltr Standard 110 V	1.800,00	1.800,00
1	FONA Turbina Triple Spray Ref 6342963	210,00	210,00
1	Micromotor NSK Completo Con Contrangulo	398,13	398,13
1	FONA Rayos X Mod X70 De Pedestal	2.799,00	2.799,00
1	FONA Panorámico Cefálico Art Plus C Digital	34.850,63	34.850,63
		Subtotal	43.406,91
		IVA 12%	5.208,83
		Total	48.615,74

Elaborado por: El autor.

3.12.2.4. Edificio

Para la fijación del precio del edificio se ha considerado el valor del predio (valor comercial) y el total de este se ha dividido para el número de pisos (3), obteniendo el valor del inmueble de la planta baja, cabe señalar que la misma pertenece a la Doctora Silvana Araujo. (Ver Anexo 14).

Tabla N° 26 Edificio

ítem	Unidad de medida	Tamaño	Costo Unitario	Costo Total
Edificio (planta baja)	m ²	51	166,59	8.496,23

Elaborado por: El autor.

3.12.2.5. Obra civil

La obra civil está constituida por las adecuaciones que serán necesarias para modificar el espacio actual del inmueble y adaptarlo al consultorio de

especialidades que permitirá brindar un servicio conjunto en un solo lugar, se ha considerado los valores en base a los conocimientos de un maestro albañil.

Tabla N° 27 Obra civil

Planta baja	Largo	Ancho	Total	Costo unitario m²	Total
Repello y pintura del local	10	5,10	51	5,5	280,50
Colocación baño y lavabo	2			150	300,00
Mano de obra	2			50	100,00
Porcelanato mueble de baño	2			90	180,00
Instalaciones eléctricas	10	5,10	51	5	255,00
Total Obra Civil					1.115,50

Elaborado por: El autor.

3.12.2.6. Resumen inversión Fija

Tabla N° 28 Resumen inversión fija

CONCEPTO	VALOR EN USD
Muebles de oficina	11.580,77
Equipo y Software de oficina	1.188,19
Equipo odontológico	48.615,74
Obra civil	1.115,50
Edificio	8.496,23
TOTAL	70.996,42

Elaborado por: El autor.

3.12.2.7. Depreciación inversión Fija

Tabla N° 29 Depreciación inversión fija

CONCEPTO	Costo Total	Vida útil	% de salvamento	Valor de salvamento	Base Depreciable	Depreciación Anual
Muebles de oficina	11.580,77	10	10%	1.158,08	10.422,69	1.042,27
Equipo y Software de oficina	1.188,19	3	10%	118,82	1.069,37	356,46
Equipo odontológico	48.615,74	10	10%	4.861,57	43.754,17	4.375,42
Obra civil	1.115,50	20	10%	111,55	1.003,95	50,20
Edificio	8.496,23	20	10%	849,62	7.646,61	382,33
TOTAL	70.996,42			7.099,64	63.896,78	6.206,67

Elaborado por: El autor.

3.12.2.8. Proyección de la depreciación

Para la proyección de la depreciación se ha considerado la aplicación de la fórmula o método lineal, se ha usado la fórmula del monto para proyectar.

Tabla N° 30 Proyección de la depreciación

Concepto	Vida Útil	2019	2020	2021	2022	2023
Muebles de oficina	10	1.042,27	1.042,27	1.042,27	1.042,27	1.042,27
Equipo y Software de oficina	3	356,46	356,46	356,46		
Equipo odontológico	10	4.375,42	4.375,42	4.375,42	4.375,42	4.375,42
Obra civil	20	50,20	50,20	50,20	50,20	50,20
Edificio	20	382,33	382,33	382,33	382,33	382,33
TOTAL		6.206,67	6.206,67	6.206,67	5.850,21	5.850,21

Elaborado por: El autor.

3.12.2.9. Gastos de funcionamiento

Para los gastos de funcionamiento se ha considerado los valores establecido en la actualidad por las diferentes instituciones que se encargan del control tal como se observa en el anexo 11 y 13.

Tabla N° 31 Gastos de funcionamiento

Concepto	COSTOS EN USD
Patente Municipal	30,00
Permiso de bomberos	65,00
Permiso de salud	70,00
Obtención del RUC	3,00
Impuesto predial	28,37
Total Gastos de Funcionamiento	196,37

Elaborado por: El autor.

3.12.2.10. Gastos sueldos

Se ha considerado el medico odontólogo de planta que estará de forma permanente brindando el servicio, el sueldo del auxiliar de limpieza y secretaria, de acuerdo a la tabla de los mínimos sectoriales vigente al año 2019.

Tabla N° 32 Gastos sueldos personal contrato fijo

CARGO	Nº de Puestos	Remuneración	
		Mensual (Mínimo sectorial)	Remuneración Anual
SECRETARIA	1	408,33	4.900,01
PROPIETARIO/MÉDICO ODONTOLOGO	1	641,94	7.703,28
AUXILIAR DE SERVICIOS (AUXILIAR DE LIMPIEZA) MEDIO TIEMPO	1	199,17	2.389,98
TOTAL	1	199,17	14.993,27

Elaborado por: El autor.

3.12.2.11. Gasto beneficios sociales

A continuación se presenta un rol de pagos en el que se detalla los beneficios sociales a los cuales es acreedor el trabajador en relación de dependencia, de acuerdo a la tabla de mínimos sectoriales y en base al código de trabajo vigente al año 2019, para ello se detalla un rol al año 1 en el que no se perciben fondos de reserva ni vacaciones, al año 2 ya se incluyen estos rubros.

Tabla N° 33 Rol de pagos y beneficios sociales Año 1

N°	CARGO	N° DE PUESTOS	SUELDO	SUELDO ANUAL	IESS PATRONAL	FONDOS RESERVA	VACACIONES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL	SUMA SOLO BENEFICIOS
1	SECRETARIA PROPIETARIO/ MÉDICO	1	408,33	4900,01	595,35			408,33	394,00	6.297,69	1.397,68
2	ODONTOLOGO AUXILIAR DE SERVICIOS (AUXILIAR DE LIMPIEZA)	1	641,94	7703,28	935,95			641,94	394,00	9.675,17	1.971,89
3	MEDIO TIEMPO	1	199,17	2389,98	290,38			199,17	394,00	3.273,53	883,55
TOTAL				14.993,27	1.821,68	0,00	0,00	1.249,44	1.182,00	19.246,39	4.253,12

Elaborado por: El autor.

Tabla N° 34 Rol de pagos y beneficios sociales Año 2

N°	CARGO	N° DE PUESTOS	SUELDO	SUELDO ANUAL	IESS PATRONAL	FONDOS RESERVA	VACACIONES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL	SUMA SOLO BENEFICIOS
1	SECRETARIA PROPIETARIO/MÉDICO	1	408,33	4900,01	595,35	408,17	204,17	408,33	394,00	6.910,03	2.010,02
2	ODONTOLOGO AUXILIAR DE SERVICIOS (AUXILIAR DE LIMPIEZA) MEDIO	1	641,94	7703,28	935,95	641,68	320,97	641,94	394,00	10.637,82	2.934,54
3	TIEMPO	1	199,17	2389,98	290,38	199,09	99,58	199,17	394,00	3.572,20	1.182,22
TOTAL				14.993,27	1.821,68	1.248,94	624,72	1.249,44	1.182,00	21.120,05	6.126,78

Elaborado por: El autor.

3.12.2.12. Gastos de Administración y ventas

Los gastos de administración y venta son los valores necesarios para la prestación del servicio tal como se detalla en la siguiente tabla, los precios han sido obtenidos según observación directa de acuerdo a los precios que se manejan actualmente en el mercado, mediante la solicitud de proformas y la aplicación de entrevistas.

Tabla N° 35 Gastos de Administración y ventas año 1

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Gasto mantenimiento de edificio	150,00	1.800,00
Gasto luz	94,00	1.128,00
Gasto agua	46,00	552,00
Gasto teléfono e internet	276,00	3.312,00
Elaboración libretines de facturas	2,50	30,00
Tarjetas de presentación	5,83	69,96
Rótulo	16,67	200,00
Spot publicitario radio	150,00	1.800,00
Suministros de Oficina	16,67	200,00
Suministros de Limpieza	30,00	360,00
Gasto sueldo secretaria	408,33	4.900,01
Gasto sueldo auxiliar de limpieza	199,17	2.389,98
Gasto Beneficios sociales	354,43	4.253,12
Gasto honorarios contador	200,00	2.400,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTA	1.949,59	23.395,07

Elaborado por: El autor.

Tabla N° 36 Gastos de Administración y ventas año 1

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Gasto mantenimiento de edificio	150,00	1.800,00
Gasto luz	94,00	1.128,00
Gasto agua	46,00	552,00
Gasto teléfono e internet	276,00	3.312,00
Elaboración libretines de facturas	2,50	30,00
Tarjetas de presentación	5,83	69,96
Rótulo	16,67	200,00
Spot publicitario radio	150,00	1.800,00
Suministros de Oficina	16,67	200,00
Suministros de Limpieza	30,00	360,00
Gasto sueldo secretaria	408,33	4.900,01
Gasto sueldo auxiliar de limpieza	199,17	2.389,98
Gasto Beneficios sociales	510,56	6.126,78
Gasto honorarios contador	200,00	2.400,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTA	2.105,73	25.268,73

Elaborado por: El autor.

Tabla N° 37 Gastos de Administración y ventas proyectados

Gastos de administración y venta	Año base	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto de Administración y Venta	23.395,07	25.268,73	25.318,69	25.343,70	25.368,74	25.393,81
TOTAL	23.395,07	25.268,73	25.318,69	25.343,70	25.368,74	25.393,81

Elaborado por: El autor.

3.12.3. Costos

3.12.3.1. Costos de operación

Para la proyección de los costos de operación y para todas las proyecciones se ha usado como anteriormente se señaló la fórmula del monto y la tasa de inflación al año 2018 en lo referente a servicios de salud. (0,10%) (Banco Central del Ecuador, 2018).

El pago para cubrir el valor de los honorarios profesionales corresponde al 70% de los ingresos generados por los tres servicios a implementarse, tal como se muestra a continuación.

Ingresos por los servicios de Endodoncia, Cirugía maxilofacial y rayos X = \$111.992,00

$70\% * 111.992,00 = \$78.394,40$

Tabla N° 38 Costos de operación proyectados

DETALLE	Año base	2019	2020	2021	2022	2023
Costo de Mantenimiento (Equipos y local)	100,00	100,10	100,20	100,30	100,40	100,59
Insumos de odontología	1.440,00	1.441,42	1.442,85	1.444,27	1.445,70	1.448,56
Honorarios profesionales Ocasionales (70%)	78.394,40	78.471,85	78.549,38	78.626,99	78.704,67	78.860,27
Sueldo médico odontólogo de planta	7.703,28	7.710,89	7.718,51	7.726,14	7.733,77	7.749,06
TOTAL	87.637,68	87.724,27	87.810,94	87.897,69	87.984,54	88.158,48

Elaborado por: El autor.

3.12.4. Inversión

3.12.4.1. Capital de trabajo

Para el capital de trabajo se ha considerado el dinero que sea necesario para iniciar y pagar los recursos obligatorios para que el consultorio funcione en tres meses iniciales.

Tabla N° 39 Capital de trabajo

Detalle	Costo Anual Total	1º Mes	Valores 2º Mes	3º Mes	Total
Suministros de Oficina	200,00	16,67	16,67	16,67	50,00
Suministros de Limpieza	360,00	30,00	30,00	30,00	90,00
Servicios Básicos	200,00	16,67	16,67	16,67	50,00
Pago sueldos de personal	14.993,27	1.249,44	1.249,44	1.249,44	3.748,32
Beneficios Sociales	4.253,12	354,43	354,43	354,43	1.063,28
Pago honorarios Contador	2.400,00	200,00	200,00	200,00	600,00
Total Capital de Trabajo	20.006,39	1.867,20	1.867,20	1.867,20	5.601,60

Elaborado por: El autor.

Tabla N° 40 Inversión total

Inversión Total	Parcial	USD
<i>Capital de Trabajo (3 meses)</i>		\$5.601,60
<i>Inversión Fija</i>		\$71.192,79
Muebles de oficina	\$11.580,77	
Equipo y Software de oficina	\$1.188,19	
Equipo odontológico	\$48.615,74	
Edificio	\$8.496,23	
Obra civil	\$1.115,50	
Gastos de Funcionamiento	\$196,37	
TOTAL INVERSIÓN		\$76.794,39

Elaborado por: El autor.

3.12.5. Financiamiento

Tabla N° 41 Financiamiento

Accionista	% Aportación	Aportación USD
<i>Inversión Total</i>	100%	76.794,39
Propietario	30%	23.038,32
Coop. Pablo Muñoz Vega	70%	53.756,07
Importe del Préstamo	53.756,07	
Tasa de Interés Anual	14,00%	
Plazo de préstamo en años	5	
Número de pagos al Año	12	
Fecha inicial del préstamo	01/07/2019	

Elaborado por: El autor.

3.12.5.1. Pago de la deuda

Para la tabla del pago de la deuda se ha considerado los 5 períodos que dura el proyecto en éste caso los pagos se identifican por ser anuales y al dividir la cuota para los 12 meses del año el valor mensual a pagar será de \$1.304,85.

Tabla N° 42 Pago de la deuda

Año	Saldo Deuda	Cuota	Interés	Amortización
2018	\$ 53.756,07	\$ 15.658,26	\$ 7.525,85	\$ 8.132,41
2019	\$ 45.623,66	\$ 15.658,26	\$ 6.387,31	\$ 9.270,95
2020	\$ 36.352,72	\$ 15.658,26	\$ 5.089,38	\$ 10.568,88
2021	\$ 25.783,84	\$ 15.658,26	\$ 3.609,74	\$ 12.048,52
2022	\$ 13.735,32	\$ 15.658,26	\$ 1.922,94	\$ 13.735,32
2023	\$ 0,00	\$ 15.658,26	\$ 0,00	\$ 15.658,26

Elaborado por: El autor.

3.13. Análisis del estudio financiero.

3.13.1. Estado de resultados proyectado

Tabla N° 43 Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO						% COSTO FIJO	% COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
	AÑO BASE	2019	2020	2021	2022	2023				
Ingresos	200.552,00	200.750,15	200.948,49	201.147,02	201.345,76	201.544,69				
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	200.552,00	200.750,15	200.948,49	201.147,02	201.345,76	201.544,69				
(-) COSTOS DE OPERACIÓN	87.637,68	87.724,27	87.810,94	87.897,69	87.984,54	88.158,48	80%	20%	70.179	17.545
UTILIDAD BRUTA	112.914,32	113.025,88	113.137,55	113.249,33	113.361,22	113.386,21				
(-) GASTOS:										
Gastos										
Administrativos y de ventas	23.395,07	25.268,73	25.318,69	25.343,70	25.368,74	25.393,81	90%	10%	22.742	2.527
Depreciación	6.206,67	6.206,67	6.206,67	5.850,21	5.850,21	5.850,21	100%		6.207	
TOTAL GASTOS	29.601,74	31.475,40	31.525,36	31.193,92	31.218,96	31.244,02				
UTILIDAD OPERACIONAL	83.312,58	81.550,48	81.612,19	82.055,41	82.142,26	82.142,19				
(-) Gastos Financieros		7.525,85	6.387,31	5.089,38	3.609,74	1.922,94	100%		7.526	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	83.312,58	74.024,63	75.224,88	76.966,03	78.532,53	80.219,24				
(-) 15% Participación Trabajadores	12.496,89	11.103,69	11.283,73	11.544,90	11.779,88	12.032,89				
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	70.815,69	62.920,93	63.941,15	65.421,13	66.752,65	68.186,36				
UTILIDAD NETA	70.815,69	62.920,93	63.941,15	65.421,13	66.752,65	68.186,36			106.654	20.072

Elaborado por: El autor.

3.13.2. Estado de flujo del efectivo

Tabla N° 44 Flujo de Efectivo Financiero

DESCRIPCIÓN	Año base	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS						
Utilidad Neta Proyectada (+)	70.815,69	62.920,93	63.941,15	65.421,13	66.752,65	68.186,36
Depreciación Valor de Salvamento (=)	6.206,67	6.206,67	6.206,67	5.850,21	5.850,21	5.850,21
(=) TOTAL INGRESOS	77.022,36	69.127,60	70.147,82	71.271,34	72.602,86	81.136,21
EGRESOS						
Pago De La Deuda (=)	8.132,41	9.270,95	10.568,88	12.048,52	13.735,32	15.658,26
(=) TOTAL EGRESOS	8.132,41	9.270,95	10.568,88	12.048,52	13.735,32	15.658,26
(=) FLUJO DE CAJA NETO	68.889,95	59.856,66	59.578,94	59.222,82	58.867,55	65.477,95

Elaborado por: El autor.

3.13.3. Evaluación financiera

3.13.3.1. VAN

$$\text{VAN} = < \text{Inversión Inicial} > + \frac{\text{FE} + \text{FE} + \text{FE} + \text{FE} + \text{FE}}{(1+i)^1 + (1+i)^2 + (1+i)^3 + (1+i)^4 + (1+i)^5}$$

INVERSIÓN INICIAL

	-76.794	
1	55.878	96.564,79
2	39.381	
3	31.795	
4	25.636	
5	20.669	173.359
VAN	96.564,8	

3.13.3.2. TIR

Para la TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) se aplicó la fórmula de Excel con los flujos de caja y el valor a estimar que proviene de la TASADE RENDIMIENTO MEDIO (TRM) y el costo de capital (CK).

Para la tasa de ponderación se ha considerado el rendimiento que producirá el dinero si este es depositado en la misma Cooperativa Pablo Muñoz a plazo fijo al 8% anual, y la tasa de financiamiento es la tasa del 14% que corresponde a un microcrédito de consumo, en la misma entidad.

Tabla N° 45 Costo de Capital

Descripción	Valor	%	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Inversión Propia	23.038	30	8%	2
Inversión Financiada	53.756	70	14%	10
TOTAL	76.794	100	0	12
COSTO DE CAPITAL= $\frac{12}{100} = 0,122$				

Tabla N° 46 Tasa de Rendimiento Medio

TRM		
Ck=		0,122
TRM=	$(1+Ck)^*(1+inf)-1$	
Inflación		0,10% 0,0988
TRM=	$(1+0,122)^*(1+0,0988)-1$	
	0,2328536	23,29%

Rendimiento	0,122%
Inflación	0,10%
TRM=	0,22%

Teóricamente el proyecto producirá una rentabilidad del 0,22%.

INERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO DE CAJA				
0	2019	2020	2021	2022	2023
-76.794	68.889,95	59.856,66	59.578,94	59.222,82	58.867,55

TIR= 79%

3.13.3.3. Costo beneficio

B/C = FEN/(1+i)^n

Inversión	76.794
Sumatoria Flujos	173.359

TRCB = (sumatoria FC/ (1+i)^n)/Inversión 2,257446

- Si el beneficio costo es mayor a 1, indica un adecuado nivel de retorno de los ingresos frente a la inversión inicial.
- Si el beneficio costo es igual a 1, significa indiferencia, tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.
- Significa que por un dólar de gasto se genera 2,26 dólares de ingresos.

3.13.3.4. Periodo de recuperación de la inversión

		Años
Sumatoria de los flujos de caja netos (FCN)	306.416	5
Inversión	76.794	X
$X = (\text{Inversión} * \text{años}) / \text{sumatoria flujos netos caja}$	1,253107065	

En la tabla que se presenta anteriormente se ha considerado a la inversión que se efectúa en cada año dividido para los flujos netos de caja obteniendo así el resultado que quiere decir que el dinero invertido se lo recuperará a partir de 1 año 3 meses, por lo tanto se recupera el dinero invertido dentro de los 5 años en los que se ha efectuado el estudio, por ende si es factible aplicar el plan de negocio.

3.13.3.5. Punto de equilibrio

Para este plan de negocio se ha considerado tomar los valores totales de costos fijos y variables del proyecto, para el año 2019 es como sigue:

- **Costo Fijo**

Se entiende como coste fijo, también llamado costo fijo, a un tipo de coste que no varía en un periodo de tiempo corto y que es independiente de la actividad productiva de la empresa.

Es invariable porque durante un espacio de tiempo indefinido el importe se mantiene y es independiente porque se repetirá sin importar los cambios que pueda haber en la producción o en los niveles de venta. Dicho coste no se verá afectado por el volumen de negocio de la empresa y, por lo general, no puede ser evitado. Es un coste operacional necesario para que la empresa siga existiendo. (Parkin & Esquivel, 2006)

- **Costo Variable**

Los costos variables son los gastos que cambian en proporción a la actividad de una empresa. El costo variable es la suma de los costos marginales en todas las unidades producidas (servicio o atención a pacientes brindada). Así, los costos fijos y los costos variables constituyen los dos componentes del costo total.

Los costos variables se denominan a veces a nivel de unidad producida (servicio prestado), ya que los costos varían según el número de unidades producidas. (Del Río & Del Rio, 2009).

- **Margen de contribución**

El margen de contribución de una empresa a lo largo de un periodo contable se calcula con la diferencia entre el volumen de ventas y los costes variables. Margen de contribución = ventas - costo variable.

O para decirlo de otra manera: el margen de contribución son los beneficios de una compañía, sin considerar los costos fijos.

Tabla N° 47 costos fijos y variables

Detalle	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos de operación	9243,28	78394,4	
Gastos de administración y ventas	23.395,07		

Depreciación	6.206,67		
Gastos financieros	7.525,85		
TOTAL	46.370,87	78.394,40	124.765,27
PE\$	\$76.129,29		

Elaborado por: El autor.

$$\text{PE en dólares} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$\text{PE en dólares} = \frac{46.370,87}{1 - \frac{78.394,40}{200.552,00}}$$

$$\text{PE en dólares} = \$76.129,29$$

Conclusiones.

- Los resultados obtenidos a través de encuestas, entrevistas y fichas de observación en cuanto a oferta y demanda, indican que las personas están a favor de la implementación de los servicios de Rayos X, Maxilofacial y Endodoncia, en un solo lugar o ubicación física que integre los mencionados servicios como es el caso de una clínica odontológica, ubicada en la ciudad de Ibarra.
- El diseño del organigrama estructural de la clínica odontológica DENTIBARRA permitirá conocer como están distribuidos los cargos que desempeñan cada profesional en la prestación de su servicio, de igual manera, con el flujograma se puede ver el procedimiento que se realiza en cada servicio odontológico y si existe algún fallo, poder identificarlo y corregirlo.
- La oferta de servicios odontológicos integrados se muestra rentable en la ciudad de Ibarra pues la competencia en este aspecto es escasa y el negocio de la Dra. Silvana Araujo cuenta con trayectoria de servicio de calidad que es reconocida por su clientela.
- Los precios presupuestados de los servicios a ofertar son competitivos en el mercado local y constituyen un elemento primordial para el afianzamiento del negocio, además de permitir el acceso a mayor cantidad de usuarios.
- El VAN muestra un valor de \$ 96 564,80, es decir, el proyecto es viable ya que se tuvo ganancia tras medir los flujos de caja futuros menos la inversión inicial. El valor de la TIR es de 79%, que es la máxima tasa de descuento que puede tener el proyecto y es superior a la tasa de rentabilidad esperada por lo que el proyecto se muestra rentable desde la perspectiva financiera. El periodo de recuperación de la inversión es a partir del año y 3 meses.

Recomendaciones

- Realizar de manera clara, sencilla y objetiva la estructura de cada una de los instrumentos de investigación (encuesta, entrevista, ficha de observación) para obtener resultados más precisos.
- Recordar que el VAN es un indicador financiero que por sí solo no da a conocer mayores aspectos de un proyecto, necesita complementarse con otros indicadores financieros para poder decidir el aceptar o no determinadas inversiones.
- El estudio financiero complementado con TIR y período de recuperación para este proyecto de inversión refleja factibilidad y rentabilidad, por lo que se recomienda a su propietaria la Dra. Silvana Araujo, dar inicio a las gestiones que demandan obtener financiamiento externo como primer paso para continuar con la ejecución del proyecto.
- Se recomienda mantener la calidad del servicio y la competitividad en los precios para mantener la empresa en marcha con resultados económicos favorables conforme los proyectados en el presente trabajo de investigación.

Bibliografía.

- Alcarria, J. J. (2009). *Contabilidad financiera I*. España: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Baca, U. G. (2001). *Evaluación de proyectos 4º edición*. México: Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Tasa de inflación*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Barbieri, P. G., Flores, G. J., Escribano, B. M., & Discepoli, N. (Mayo de 2015). *Actualización en radiología dental. Radiología convencional Vs digital*. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/odonto/v22n2/original4.pdf>
- Barona, A. (6 de Diciembre de 2017). *Grupo ALBE consultoría*. Obtenido de Importancia del plan de negocios: <http://www.grupoalbe.com/importancia-del-plan-de-negocios/>
- Benalcázar, H. P. (2018). *DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, BASADO EN LA INTELIGENCIA DE MERCADOS PARA LA MICROEMPRESA SWEET LAIA, EN LA CIUDAD DE IBARRA*. Ibarra: Universitaria.
- Carvalho, J. A. (2009). *Estado de resultados. Procesos contables*. Obtenido de <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/2589>
- Casa, G. D., & Tambaco, Q. A. (2018). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SPA ANTIESTRÉS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA*. Ibarra: Universitaria.
- Clavera, V., Chaple, G. A., Miranda, T. J., & Álvarez, R. J. (27 de Septiembre de 2017). *Odontología*. Obtenido de <http://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=63019>
- Complejo Hospitalario Universitario de Albacete. (9 de Mayo de 2012). *Servicio de cirugía maxilofacial*. Obtenido de http://www.chospab.es/area_medica/cirugia_maxilo/intro.htm
- Corea, C. L., & Gómez, H. S. (2014). *Mercadeo*. Nicaragua: Universitaria.

- Cramer, R. J. (29 de Agosto de 2017). *Estados financieros proyectados*. Obtenido de <https://ednajimenez97.jimdo.com/app/.../Estados+Financieros+Proyectados.pdf>
- Del Río, G. C., & Del Rio, S. R. (2009). *Costos/ Cost: Introduccion al estudio de la contabilidad y control de los costos industriales/ Introduction to the Study of Accounting and Control of Industrial Cos*. España: Cengage Learning Latin America.
- Duque, S. A. (27 de Agosto de 2014). *Estado de flujos de efectivo: aplicación de razonamientos algebraicos y de la NIC 7**. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5430436>
- Entrepreneur. (5 de marzo de 2016). *Entrepreneur*. Obtenido de Plan de negocios: <https://www.entrepreneur.com/article/269219>
- Europa press. (2017). *Evolución hacia un nuevo concepto de clínica dental*. España: Europa press.
- Fernández, R. E., & Fernández, V. L. (22 de Octubre de 2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente 2.ª edición 2017*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_(econom%C3%ADa))
- Franco, C. P. (2004). *Evaluación de estados financieros*. Bogotá: Universidad del Pacifico.
- García, B. A. (2015). *Plan de negocio. Cómo diseñarlo e implementarlo: Todos los pasos desde el diseño a la puesta en marcha y revisión*. Barcelona: Profit Editoria.
- Geosalud. (29 de Octubre de 2014). *Qué son los rayos x médicos ?* Obtenido de https://www.geosalud.com/imagenes_medicas/rayos-x.html
- Gil, E. M., & Giner, d. I. (2007). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa: conceptos e instrumentos*. Madrid: ESIC Editorial.
- Instituto máxilofacial. (15 de mayo de 2016). *¿Qué es la cirugía oral y máxilofacial?* Obtenido de

<https://www.institutomaxilofacial.com/es/cirugia-oral-y-maxilofacial/que-es-la-cirugia-oral-y-maxilofacial/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (12 de 12 de 2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>

Jácome, W. (2005). *Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión*. Ibarra: Universitaria.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. México: Prentice Hall.

La Universidad Internacional de La Rioja. (2013). *Resumen ejecutivo*. Bolonia: Espacio Europeo de Educación Superior.

Leal, F. P., & Hernández, M. Y. (2016). *Evolución de la odontología*. México: Universitaria.

Lopez, C. (2015). *Ecuación contable*. Obtenido de http://www.academia.edu/10578987/LA_ECUACI%C3%93N_CONTABLE_F%C3%B3rmula_A_P_C

López, J., Martín, M., & Calvo, M. A. (4 de Octubre de 2018). *Gestión de eventos adversos en un Servicio de Cirugía oral y Maxilofacial*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2603647918300678>

Meza, O. J. (2018). *Evaluación financiera de proyectos*. México: Ecoe Ediciones.

NIIF. (2016). *Norma Internacional Financiera para PYMES*. Quito: San Francisco.

Odontomarketing. (2017). *Características y especificaciones del consultorio odontológico (centro odontológico o clínica dental)*. Obtenido de <http://www.odontomarketing.com/consultoriodontal.htm>

Pacheco, C. C., & Pérez, B. G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. México: IMCP.

Parkin, M., & Esquivel, G. (2006). *Microeconomía*. México: Pearson education.

- Peñafiel, C. P. (2012). *Diseño interior de un consultorio odontopediátrico*. Cuenca: Universitaria.
- PHB. (23 de Enero de 2014). *La curiosa historia de la salud bucal*. Obtenido de <https://www.phb.es/la-curiosa-historia-de-la-salud-bucal/>
- Portal odontólogos.mx. (16 de Abril de 2013). *Historia de la Odontología y el cuidado dental*. Obtenido de <https://www.odontologos.mx/odontologos/noticias/538/historia-de-la-odontologia-y-el-cuidado-dental>
- Porter, M. E. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Programa de educación financiera. (31 de Agosto de 2015). *Para qué sirve un presupuesto*. Obtenido de <http://www.asobancaria.com/sabermassermas/para-que-sirve-un-presupuesto-2/>
- Programa Nacional de Salud Bucal Escolar. (17 de Abril de 2014). *Antecedentes de la salud bucal*. Obtenido de <http://saludbucal.gub.uy/inicio/salud-bucal/antecedentes/>
- Puentes, H. (2010). *Plan de negocios*. Córdoba: Unidad de emprendimiento virtual.
- Ramírez, O. J., Tarapuez, C. E., & Redondo, R. M. (2018). *Economía: Principios generales*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Rodríguez, R. S. (2017). *Finanzas personales su mejor plan de vida*. Colombia: Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.
- Rojas, M. R. (2017). *Sistema de costos, un proceso para su implementación*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia sede Manizales.
- Soto, G. (29 de Octubre de 2011). *La importancia de la higiene bucal*. Obtenido de <https://www.vix.com/es/imj/salud/2011/10/29/la-importancia-de-la-higiene-bucal>

- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing*, 13va. Edición. México: Mc Graw Hill.
- Thompson, I. (2 de Agosto de 2016). *Características de los Servicios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>
- Tirado, A. L., González, M. F., & Sir, M. F. (13 de Enero de 2015). *Rev. Cienc. Salud. 13 (1): 99-112 / 99Artículo de reflexión uso controlado de los rayos X en la práctica odontológica*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/recis/v13n1/v13n1a09.pdf>
- Valencia, A., Paucara, W., & Pinto, E. (Enero de 2013). *Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81629469009.pdf>
- Vazquez, L. (28 de Marzo de 2011). *¿Para qué sirven los Rayos X?* . Obtenido de <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2011/03/28/para-que-sirven-los-rayos-x>
- Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad general*. México: McGRAW_HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Zorita, L. E. (2016). *El plan de negocio*. España: ESIC Editorial.

Anexos

Anexo N° 1 Encuesta



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE IBARRA

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL “ENCI”

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA

La presente encuesta está orientada a recabar información referente al uso del servicio odontológico en la población ibarreña, esto con el fin de establecer la factibilidad de un centro odontológico con servicios complementarios, como el de radiología.

Seleccione con una “X” la opción que se ajuste a su criterio.

1. ¿Usted realiza visitas al odontólogo, con qué frecuencia?

Si () No ()

a. 1-2 veces por año

b. 3-5 veces por año

c. Más de 6 veces al año

2. ¿Cuál es la/las razones más frecuentes para una visita al odontólogo?

a. Controles anuales

b. Tratamiento dental curativo

c. Tratamiento dental estético

d. Cirugía

e. Otros

3. ¿Bajo qué condiciones escoge usted un servicio dental?

a. Por el costo

b. Por la ubicación

c. Por los servicios integrales que ofrece

d. Por las promociones y planes de financiamiento

e. Por la tecnología e instalaciones

f. Por el tipo de servicio

4. ¿Bajo qué condiciones accede a un servicio dental?

- a. Recursos propios de momento
- b. Beneficios laborales
- c. Plan dental de aseguradora
- d. Beneficio de las instituciones financieras

5. ¿Conoce usted los procedimientos de cirugía maxilofacial y endodoncia? Si su respuesta es la opción "B o C", pase a la pregunta 7

- a. Conoce y ha utilizado
- b. Conoce, pero no ha usado
- c. No conoce y no ha usado

6. ¿Ha utilizado el servicio de rayos X, maxilofacial o endodoncia en el último año? Puede elegir más de una opción.

- a. Servicio de rayos X
- b. Cirugía maxilofacial
- c. Endodoncia

7. ¿Cuál ha sido el costo promedio que ha tenido que pagar por cada servicio (maxilofacial, endodoncia, rayos x), considera que ha sido adecuado el valor que pagó?

Si () No ()

- a. Servicio de rayos X (cada placa)
- b. Cirugía maxilofacial (por procedimiento)
- c. Endodoncia (por pieza dental)

Si () No ()

8. ¿Qué opina acerca del costo que tuvo que pagar por el servicio?

- a. Bajo costo
- b. Costo adecuado
- c. Costo excesivo

9. ¿En qué lugar ha encontrado los servicios de rayos X, maxilofacial y endodoncia, en un consultorio dental o clínica odontológica?

- a. Consultorio dental
- b. Clínica odontológica

10. ¿Es de utilidad para usted contar con los servicios de rayos X, maxilofacial y endodoncia en el mismo lugar?

- a. SI
- b. NO

DATOS TÉCNICOS

GÉNERO	MASCULINO			FEMENINO		
EDAD	Menos de 25 años	25-35 años	36-45 años	46-55 años	56-65 años	Más de 65 años
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Primaria	Secundaria		Superior		Postgrado
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
OCUPACION	<input type="text"/>					
DOMICILIO	Parroquia	<input type="text"/>		Barrio	<input type="text"/>	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo N° 2 Entrevista



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA










ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL "ENCI"

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA EMPRESA

- 11. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en el mercado?**
- 12. ¿La infraestructura donde funciona la empresa es de su propiedad?**
- 13. ¿El capital de trabajo proviene de fondos propios o financiamiento?**
- 14. ¿Con qué frecuencia se realiza inversión en herramientas y equipos?**
- 15. ¿Cuenta la empresa con una filosofía organizacional?**
- 16. ¿Existe planificación para la organización del trabajo?**
- 17. ¿Se realiza el trabajo en función de metas y objetivos?**
- 18. ¿Cuenta con personal de apoyo para cubrir ausencias?**
- 19. ¿Proporciona algún tipo de servicio adicional a los tradicionales?**
- 20. ¿Se lleva un control de los tiempos de entrega del servicio?**
- 21. ¿Ofrece a sus clientes frecuentes planes de pago?**
- 22. ¿Aplica algún tipo de promociones para clientes nuevos o habituales?**
- 23. ¿Se proporciona al cliente la opción de expresar su opinión, ya sea con quejas o sugerencias?**

Anexo N° 3 Ficha de observación

AUTOR: Carlos Acosta		FECHA: 20 de Mayo		CANTÓN: Ibarra	
EQUIPOS DE OFICINA					
DETALLE	PRECIO	FUENTE		IMAGEN	
2 Computadores escritorio Core I3 1era-4gb-dd500gb-led 19	\$ 614,00	https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-420440847-computador-escritorio-core-i3-1era-4gb-dd500gb-led-19-JM?quantity=1			
4 Reguladores de voltaje Altek 1600w 8 Tomas Precio Inc Iva	\$ 39,96	https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-420551145-regulador-de-voltaje-alktek-1600w-8-tomas-precio-inc-iva-JM?quantity=1			
Kit 8 Camaras Seguridad Cctv Hd 720p Hd 1080p Hilook	\$ 129,93	https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-420530781-kit-4-6-8-16-camaras-seguridad-cctv-hd-720p-hd-1080p-hilook-JM?quantity=1			
Impresora Multifuncional Hp Ink Tank 315 Sistema Continuo	\$ 142,00	https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-420382439-impresora-multifuncional-hp-ink-tank-315-sistema-continuo-JM?quantity=1			
4 Cortapicos	\$ 40,00	https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-420109845-cortapicos-apc-7-tomas-JM?quantity=1			
Vtech Teléfono Inalámbrico Doble Base Contestador Identifica	\$ 44,99	https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-420237024-vtech-telefono-inalambrico-doble-base-contestador-identifica-JM?quantity=1			
UPS	\$ 50,00	https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-420528551-ups-forzant-511-500va-250w-6-tomas-regulador-de-voltaje-JM?quantity=1			
MUEBLES DE OFICINA					
División de ambientes (42 m)	\$ 3.780,00	Mobler			
Counter recepción	\$ 790,00	Mobler			
2 Escritorios consultorio	\$ 1.240,00	Mobler			
Escritorio rayos X	\$ 310,00	Mobler			

3 Estanterías	\$ 1.800,00	Mobler	
Mueble de baño	\$ 385,00	Mobler	
3 Puertas	\$ 624,00	Mobler	
Mesa de centro	\$ 40,00	Mobler	
Sillón giratorio elevable con ruedas de oficina, despacho o estudio	\$ 300,00	Mobler	
Sillones sala de espera	\$ 329,97	Mobler	
Botes de basura	\$ 75,00	Mobler	
Sillas individuales para pacientes	\$ 270,00	Mobler	
Archivadores	\$ 180,00	Mobler	

Elaborado por: El Autor

Anexo N° 4 Proforma precios dental center

IBARRA DENTAL CENTER

Ibarra 5 de octubre del 2018

Señores
Fundación santo domingo
Presente.

De mis consideraciones:

Reciban de mi parte un cordial saludo y a la vez deseándoles muchos éxitos en sus labores y actividades que realizan día a día.

Me dirijo hacia ustedes con el fin de seguir brindando la atención y ayuda social a las personas que necesitan de nuestros servicios.

A continuación damos a conocer costo de nuestros servicios profesionales.

Endodancias

- pieza uniradicular = 30 dólares
- pieza multiradicular = 30 dólares por cada una

Cirugia

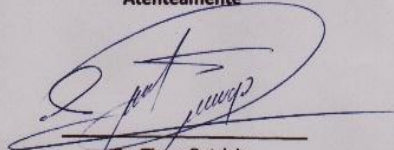
- extracción terceros molares simple = 30 dólares
- extracción compuesta (semi incluida) = 50 dólares
- extracción compleja (total mente incluida) = 80 dólares

Radiografias

- Panorámicas \$8.00
- Periapicales \$4.00

Estos valores serán verificados con sus respectivas radiografias.
Esperando serles de mucha utilidad para que la ayuda brindada siga apoyando a la fundación.

Atentamente



Dr. Tingo Patricio
C.C. 1001597150

Anexo N° 5 Proforma precios consultorio dental

CONSULTORIO DENTAL

Dra. Magdalena Llerena
Email: llereña60@hotmail.com
Telf.062612645

Exodoncia de 3^{ra} molar, varía de acuerdo a la posición \$50.00 y \$ 80.00

Exodoncia normal \$ 20.00

Restauración \$20.00, \$40.00

Endodoncia (Uniradicular o multiradicular) dependiendo de las piezas dentales
\$80.00, \$100.00, \$140.00.

Atentamente



Dra. Magdalena Llerena

Dra. Magdalena Llerena M.D.
Reg. M.S.P. I III F42 N° 122

Anmoexo N° 6 Proforma precios Oral Vida



Ibarra, 8 de Junio del 2018

Señores Doctores

DR. ANDRES ROSERO

DIRECTOR "FUNDACION SANTO DOMINGO DE GUZMAN"

DRA.SILVANA ARAUJO

ODONTOLOGA F.S. D.G.

Presente.-

De nuestras Consideraciones:

Por medio del presente, reciban un cordial y atento saludo, deseándoles éxitos en sus delicadas funciones, en especial lo de Servicio Social, que tan acertadamente lo vienen realizando.

A continuación ponemos a vuestro conocimiento los precios diferenciados para su fundación:

-**Exodoncias de Terceros Molares** (Cordales), el precio varía de acuerdo a la posición que se encuentre: \$30,00 \$50,00 \$80,00 c/una. En caso de necesitar una intervención Quirúrgica más avanzada el costo será de \$120,00 c/una, ya que contamos con un Cirujano Máxilo Facial de la ciudad de Quito.

-**Exodoncias de Molares** el costo será de \$20,00 c/una.

-**Endodoncias de dientes anteriores**, tanto Superiores como Inferiores será de \$70,00 c/una, premolares Superiores e Inferiores \$90,00c/una.

Debemos indicar que estos precios son considerados, únicamente para su Fundación que acertadamente Uds. dirigen, ya que se considera como una ayuda Social y Servicio a la comunidad.

En espera de su comprensión, anticipamos nuestros debidos agradecimientos:

Atentamente

Dr. Ramiro Changotasi

Dra. Estefania Changotasi B.

Dr. Steven Changotasi B.

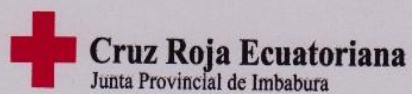
Anexo N° 7 Proforma precios Nordent RX



LISTA DE PRECIOS 2018

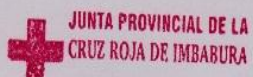
T.C.C.B.	60,00
TOMOGRAFIA A.T.M.	80,00
RX PANORAMICA DE MAXILARES	15,00
RX CEFALICA (lateral de cráneo o A.P.)	15,00
RX OCLUSAL (superior o inferior)	15,00
RX A.T.M.	30,00
RX PERIAPICAL ANÁLOGA	5,00
RX PERIAPICAL DIGITAL: e-mail, whatsApp	5,00
RX PERIAPICAL DIGITAL: e-mail, whatsApp, Cd	8,00
RX PERIAPICAL DIGITAL: e-mail, whatsApp,impresa	10,00
RX BITE WING	5,00
RX CARPAL	15,00
IMPRESIÓN RADIODIAGNOSTICO	15,00
FOTOGRAFIA CLINICA (intraoral y extraoral)	15,00
CEFALOMETRIA COMPUTARIZADA	20,00
MODELOS DE ESTUDIO	30,00
MODELOS DE TRABAJO	25,00
SERVICIO DE VACCUM	8,00
PLACAS PARA BLANQUEAMIENTO	8,00
RETENEDOR POST-ORTODONCIA (sin impresión)	10,00
RETENEDOR POST-ORTODONCIA (con impresión)	20,00
PAQUETE ORTODONCIA:	90,00
Rx panorámica de maxilares, Rx cefálica (lateral de cráneo) Modelos de estudio, Fotografía clínica, Cefalometría.	

Anexo N° 8 Proforma precios Cruz Roja



LISTA DE PRECIOS DEL ÁREA DE ODONTOLOGÍA.

CÓDIGO.	PROCEDIMIENTO.	PRECIO A.
OD8972	ENDODONCIA POR CONDUCTO.	45,00
OD8973	EXODONCIA SIMPLE DE TERCEROS MOLARES.	30,00
OD8904	EXODONCIA COMPLEJA DE TERCEROS MOLARES.	80,00
OD9112	CIRUGÍA DE TERCEROS MOLARES.	120,00



En todas partes, *para* todos.



Anexo N° 9 Proforma precios Cruz Roja



LISTA DE PRECIOS DEL ÁREA DE RADIOLOGÍA.

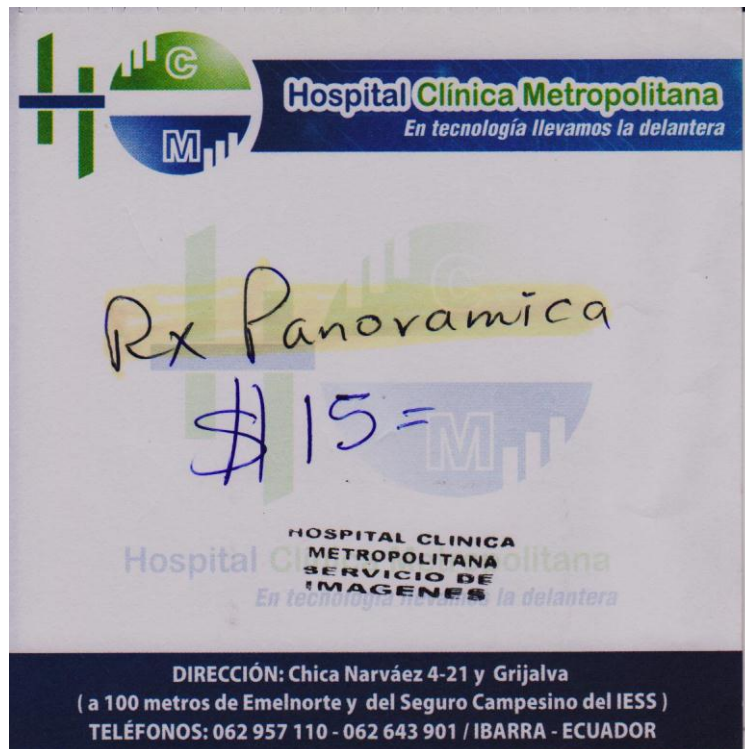
CÓDIGO.	TIPO DE RADIOGRAFÍA.	PRECIO A.
RX001	PANORÁMICA.	14,00
RX002	CEFÁLICA (LATERAL DE PERFIL).	14,00
RX003	ATM BOCA ABIERTA/BOCA CERRADA.	14,00
RX004	POSTERO ANTERIOR DE CRÁNEO.	20,00
RX006	SENOS PARANASALES.	18,00
RX007	OCLUSALES.	10,00
RX008	ALETA DE MORDIDA (BITEWING).	14,00
RX009	TRAZADO CEFALOMÉTRICO.	16,00
RX010	TRAZADO CEFALOMÉTRICO DOWNS.	16,00
RX011	FOTOGRAFÍAS CLÍNICAS.	5,00
RX013	CÚBITO RADIAL.	20,00
RX014	TIBIA PERONÉ.	25,00
RX015	RAYOS X DE MANO.	20,00
RX016	RAYOS X DE DEDO.	20,00
RX017	RAYOS X DE PIE.	20,00

JUNTA PROVINCIAL DE LA
CRUZ ROJA DE IMBABURA

En todas partes, *para* todos.



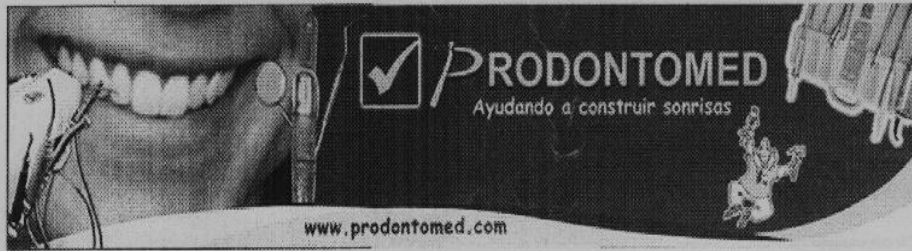
Anexo N° 10 Proforma precios Clínica Metropolitana



Anexo N° 11 Proforma requisitos permiso bomberos

1). SOLICITUD DE INSPECCIÓN
2). INFORME DE INSPECCIÓN APROBADA POR BOMBEROS 2019
3). COPIA DE CÉDULA Y PAPELETA DE VOTACIÓN
4). COPIA DE RUC O RISE
5). COPIA DE LA PATENTE COMERCIAL MUNICIPAL 2019
6). COPIA DEL PERMISO DE BOMBEROS AÑO ANTERIOR
7). TERCERA EDAD: COPIA DE EXONERACIÓN MUNICIPAL
ARTESANOS/AS: CALIF. ARTESANAL Y EXONERA. MUNICIPAL
NEGOCIO NUEVO: TRAER RUC O RISE
SOLICITAR CÓDIGO EN BOMBEROS

Anexo N° 12 Proforma precios equipo odontológico



Señores: SR. CARLOS ACOSTA

Ciudad: IBARRA

Fecha: 14/06/2018

Cant.	Descripción	Precio	Subtotal
1	Ziann Equipo Odontologico Mod: ZA-208 C	2,750.15	2,750.15
1	Compresor 2.5 hp SAP65 Cap 65 Ltr	599.00	599.00
1	Autoclave Sercon 21 Ltr Standard 110 V	1,800.00	1,800.00
1	FONA Turbina Triple Spray Ref 6342963	210.00	210.00
1	MICROMOTOR NSK COMPLETO CON CONTRANGULO	398.13	398.13
1	FONA Rayos X Mod X70 de Pedestal	2,799.00	2,799.00
1	FONA Panoramico Cefalico Art Plus C Digital	34,850.63	34,850.63

Att
Ing. Tanya Báez
Administradora
0999 301 931

PRODONTOMED S.A.

FIRMA AUTORIZADA

SUBTOTAL	43,406.91
IVA 12%	5,208.83
TOTAL	48,615.74

Anexo N° 13 Proforma precios permiso de bomberos



+593 (6) 2 607 122
+593 (6) 2 605 020

@IBomberos

Bomberos Ibarra

www.bomberosibarra.gob.ec

Bomberos Ibarra

Ibarra, 27 de mayo del 2019
Oficio N: CBI-CG-110-19

Doctora
Silvana Araujo
Presente.

De mi consideración:

En atención a su atenta comunicación, informo a usted que los requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento son:

- Solicitud de inspección / valor 1 dólar
- Informe de inspección aprobada por bomberos año 2019
- Copia de cédula y papeleta de votación actualizada
- Copia de Ruc o Rise
- Copia de la patente comercial municipal 2019
- Copia del permiso del año anterior si fuera el caso
- TERCERA EDAD: Copia de exoneración municipal
- ARTESANOS: calificación artesanal y exoneración municipal
- NEGOCIO NUEVO: TRAER RUC O RISE / solicitar código de bomberos

Los valores a pagar por el permiso de funcionamiento son:

Pequeño: 20 dólares
Mediano: 40 dólares
Grande: 60 dólares

Tamaño que será categorizado por el inspector que realiza la inspección del local comercial.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,
ABNEGACIÓN Y DISCIPLINA




Cnrl. (B) Fabián López Torres
COMANDANTE GENERAL
CUERPO DE BOMBEROS DE IBARRA

Anexo N° 14 Consulta de predios

Resultados:

CÉDULA	APELLIDOS Y NOMBRES	
0400532081	ARAUJO DEL HIERRO ARAUJO DEL HIERRO SILVANA	Ver datos prediales

Predios registrados:

UBICACIÓN	CÓDIGO CATASTRAL	BARRIO	CALLE	NÚMERO	TIPO	VALOR TERRENO	VALOR EDIFICACION	VALOR ELEMENTO VALORIZADO	VALOR COMERCIAL
	100104040148001012	DON BOSCO	ELIAS LIBORIO MADERA Y VICENTE ROCAFUERTE	3-87	URBANO	2617.18	22871.51	0	25488.69

Anexo N° 15 Consulta de valores de funcionamiento

DERECHOS POR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO AÑO 2013

Establecimientos	Coeficiente de Cálculo	Costo de Permiso de Funcionamiento (Dólares Americanos)
1.0 Establecimientos de servicios de salud públicos y privados:		
1.1 Laboratorios de Diagnóstico:		
1.1.1 Rayos x ultrasonido, tomografía, resonancia magnética	5	38.16
1.1.2 Médico patológico	5	38.16
1.1.3 Hematológicos	5	38.16
1.1.4 Endocrinológico	5	38.16
1.1.5 Inmunológico	8	61.06
1.1.6 Bioquímico clínico y microbiológico	1	7.63
1.1.7 Dedicados a la internación, cultivo o conservación de bacterias y otros microorganismos, virus, hongos y parásitos transmisores	1	7.63
1.1.8 Genética	5	38.16
1.1.9 Hospital del Día - Clínico o Quirúrgico o Unidad Médico-Quirúrgica de Corta Estancia o Unidad de Cirugía Ambulatoria, coeficiente de cálculo	6	45.79
Nota: Numeral 1.19 agregado por Acuerdo Ministerial No. 458, publicado en Registro Oficial 483 de 4 de Julio del 2011 (ver...).		
1.2 Clínicas:		
1.2.1 De más de 30 camas	20	152.64
1.2.2 De 15 a 30 camas	10	76.32
1.2.3 De menos de 15 camas (no inferior a 10 camas)	8	61.06
1.3 Hospitales:		
1.3.1 De más de 30 camas	50	381.60
1.3.2 De 15 a 30 camas	20	152.64
1.3.3 De menos de 15 camas (no inferior a 10 camas)	10	76.32
1.4 Institutos médicos:		
1.4.1 De más de 30 camas	30	228.96
1.4.2 De 15 a 30 camas	10	76.32
1.4.3 De menos de 15 camas (no inferior a 10 camas)	6	45.79
1.5 Centros médicos:		
1.5.1 De cuatro o más especialidades	6	45.79
1.5.2 De hasta 3 especialidades	3	22.90
1.6 Dispensarios médicos	1	7.63
1.7 Consultorios médicos:		
1.7.1 General	1	7.63
1.7.2 Especialidad	3	22.90
1.8 Servicios de rehabilitación	3	22.90
1.9 Consultorios odontológicos:		
1.9.1 General	1	7.63
1.9.2 Especialidad	3	22.90
1.10 Consultorios obstétricos	1	7.63
1.11 Consultorios psicológicos	1	7.63