



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de
un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada En Administración**

AUTOR:

Palacios Meléndez, Rosemarie (orcid.org/0009-0000-2386-1231)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (orcid.org/0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

PIURA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedico esta tesis, en primer lugar a Dios, por haberme permitido llegar a este momento tan importante en mi vida; a mis padres Sales y Emilio quienes han sido mis pilares para seguir adelante y quienes a lo largo de su vida han velado por mi bienestar y educación, siendo un gran apoyo en todo momento ; a mi pequeña hija Ivana, la más grande motivación en mi vida, mi motor y motivo; a mis hermanos por siempre confiar en mí ; y a todos quienes me han apoyado moralmente en bienestar de mi profesión.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por haberme permitido cumplir uno de mis grandes sueños, el de ser profesional.

A mis padres, Sales y Emilio quienes con su amor y trabajo apoyaron mi educación.

A mis hermanos quienes fueron mis grandes promotores durante este proceso.

A mi asesor de Tesis por haberme guiado en este proyecto en base a su experiencia y sabiduría.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables, operacionalización	11
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
3.5. Procedimiento.....	13
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS	15
V. DISCUSIÓN.....	73
VI. CONCLUSIONES	76
VII. RECOMENDACIONES.....	78
REFERENCIAS	79
ANEXOS.....	82

Índice de tablas

Tabla 1	Matriz de evaluación del factor interno (EFI)	17
Tabla 2	Matriz de evaluación del factor externo (EFE).....	18
Tabla 3	Matriz del perfil competitivo.....	19
Tabla 4	Matriz FODA	20
Tabla 5	Datos para la proyección de la demanda	36
Tabla 6	Balance demanda – oferta.....	37
Tabla 7	Proyección de la demanda por servicio	37
Tabla 8	Principales Competidores y sus precios por consulta	40
Tabla 9	Determinación del precio	42
Tabla 10	Maquinarias y equipos.....	50
Tabla 11	Inversión total	53
Tabla 12	Maquinarias y equipos médicos.....	53
Tabla 13	Utensilios.....	55
Tabla 14	Mano de obra directa.....	56
Tabla 15	Insumos.....	57
Tabla 16	Servicios	57
Tabla 17	Caja.....	57
Tabla 18	Equipos complementarios.....	57
Tabla 19	Gastos generales	58
Tabla 20	Costo de obra construida.....	58
Tabla 21	Amortizaciones	59
Tabla 22	Ingresos.....	61
Tabla 23	Egresos.....	62
Tabla 24	Servicios	62
Tabla 25	Gastos Administrativos.....	62
Tabla 26	Costo total	63
Tabla 27	Depreciación.....	63
Tabla 28	Depreciación de maquinaria y equipo.....	64

Tabla 29 Depreciación de otros equipos	65
Tabla 30 Depreciación de obras civiles	65
Tabla 31 Amortización.....	65
Tabla 32 Punto de equilibrio	66
Tabla 33 Balance inicial.....	67
Tabla 34 Estado de pérdidas y ganancias.....	67
Tabla 35 Flujo de caja económico y financiero	68
Tabla 36 Tasa de descuento	69
Tabla 37 Indicadores de rentabilidad económica	69
Tabla 38 Indicadores de rentabilidad financiera.....	70
Tabla 39 Flujo de caja con sensibilidad	71
Tabla 40 Indicadores de rentabilidad con sensibilidad	72

Índice de figuras

Figura 1	Acudiría al centro médico si se integraran más especialidades	23
Figura 2	Qué es lo que más espera del centro médico.....	24
Figura 3	Que toma en cuenta al tener a un familiar en estado delicado	25
Figura 4	A qué centro o lugar acudes para atender a tu paciente.....	26
Figura 5	Especialidad requerida para evaluar al paciente	30
Figura 6	Calificación de la atención médica recibida	31
Figura 7	Motivo de preferencia del establecimiento	31
Figura 8	Gasto promedio en una consulta	32
Figura 9	Nivel de satisfacción con el servicio recibido	33
Figura 10	Principal modalidad de atención requerida.....	35
Figura 11	Especialidad requerida	36
Figura 12	Disponibilidad de pago	41
Figura 13	Modalidad de atención demandada.....	45
Figura 14	Qué espera del centro médico.....	46
Figura 15	Atributos preferidos del centro de salud	47

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo Determinar los niveles de viabilidad y rentabilidad que tendría la integración de los Servicios Asistenciales Médicos de un centro médico en el distrito de Tambogrande en el año 2020. El proyecto tuvo como unidad de análisis la población del distrito de Tambogrande, se utilizó el método probabilístico para la muestra que fue de 384. Esta investigación se encuentra enmarcada dentro de la modalidad de proyecto factible, apoyado en un diseño de campo de tipo descriptivo, No experimental de corte transversal. Los resultados de los estudios de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera, permitieron evidenciar que el proyecto de integral de servicios asistenciales en el centro médico es viable y merece ser puesto en marcha ya que existe una amplia demanda potencial y una excelente oportunidad para ampliar los servicios. Además, se constató que las utilidades y los flujos de efectivo son autosuficientes y están en capacidad de cumplir con los compromisos financieros y demás costos que se generen. De igual manera, la evaluación económica reveló la alta rentabilidad del proyecto, razón por la cual se recomendó la integración de los servicios de medicina general, ginecología, pediatría, obstetricia, análisis y laboratorio.

Palabras clave: Centro asistencial, viabilidad, rentabilidad

Abstract

The objective of this research work was to determine the levels of viability and profitability that the integration of the Medical Assistance Services of a medical center in the district of Tambogrande would have in the year 2020. The project had as a unit of analysis the population of the district of Tambogrande, the probabilistic method was used for the sample that was 384. This research is framed within the feasible project modality, supported by a descriptive, non-experimental, cross-sectional field design. The results of the market, technical, economic studies and the financial evaluation, allowed to show that the project of integral assistance services in the medical center is viable and deserves to be launched since there is a wide potential demand and an excellent opportunity to expand services. In addition, it was verified that the profits and cash flows are self-sufficient and are able to meet the financial commitments and other costs that are generated. Similarly, the economic evaluation revealed the high profitability of the project, which is why the integration of general medicine, gynecology, pediatrics, obstetrics, analysis and laboratory services was recommended.

Keywords: Healthcare center, feasibility, profitability

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el sector salud se ha convertido en uno de los pilares estratégicos de desarrollo social y económico de un país, caracterizado por un servicio más integral y eficiente hacia el beneficiario. Sin embargo, los gastos públicos no son suficientes para cubrir las expectativas demandadas de servicios de Salud. Así tenemos el caso de América Latina, donde existe una desigualdad en los presupuestos asignados al Sector Salud. Mientras, por ejemplo, en el año 2000, en Argentina se destinaba el 5% del Producto Bruto Interno (PBI), para el 2010 pasó a ser 6.2%. Caso muy contrario sucede con Perú, que para el 2000 destinaba el 1.2% del PBI, descendió al 1% en el 2010. Aun cuando el Perú ha tenido un crecimiento económico sostenido en la última década con un promedio del 6%, producto de la contribución interna de cada uno de sus departamentos.

Siendo el departamento de Piura el que ha tenido uno de los mayores crecimientos económicos, el cual ha tenido una variación promedio porcentual del 9.76% durante la última década. Sin embargo, los beneficios de dicho crecimiento no se han visto reflejados en la mejora de la calidad de vida de las poblaciones rurales. Un caso es el distrito de Tambogrande que posee un nivel de necesidades básicas insatisfechas del 81.3%, incrementándose en sus poblados más lejanos al 91.1%. Dentro de estas necesidades podemos mencionar que el 42.2% posee viviendas con características físicas inadecuadas, de las cuales el 19.8% son viviendas con hacinamiento. Por otro lado, el número de viviendas sin desagüe en dicho distrito llega al 67.5%.

Dichas condiciones de limitado acceso a los servicios básicos, ha conllevado que en el distrito de Tambogrande se presente una tasa de mortalidad en niños menores de un año por cada mil personas de 12.25%, afectados por diversas enfermedades, muy por encima de la tasa de la Provincia de Piura que es de 10.7%, considerándose más grave si se considera que la población de niños de dicho distrito representa el 64.99% con respecto al total de niño de la provincia de Piura. Por otro lado, otro aspecto grave es la tasa de mortalidad materna ha sido de 1.08% por cada diez mil mujeres.

Aun cuando en dicho distrito se encuentran localizados un sólo centro de salud y 21 puestos de salud, los cuales pertenecen al sector público de salud, y dados los escasos presupuesto que reciben, implica que su cobertura de por si sea limitada y sus servicios escasos. Además de contar con un personal poco capacitado y escasez de medicamentos necesarios para atender las diversas enfermedades de la localidad.

Las perspectivas no son nada optimistas si consideramos que a nivel de la provincia de Piura el 57.03% de la población carece de algún tipo de seguro de atención médica, incrementándose a nivel de los distritos hasta en un 75%. En esta realidad distrital descrita anteriormente se encuentra operando el centro médico, producto del emprendimiento privado, para cubrir la ausencia de una mejora en la calidad de atención en los servicios de salud pública. Sin embargo, en dicho Centro Médico no se ha logrado integrar los diversos servicios de salud que brinda como son Obstetricia, Medicina General, Pediatría, Odontología y Farmacia, con lo cual no ha sistematizado un servicio integral que permita incrementar mejoras en la Calidad de Servicio ofertado. Con el desarrollo de la investigación se demostrará que tan viable y rentable será la integración de los Servicios Asistenciales Médicos ofrecidos en el centro médico en el distrito de Tambogrande, que le permita a la empresa generar un mayor valor agregado en el sector servicio de salud.

Se formuló el problema general: ¿Cuáles son los niveles de viabilidad y rentabilidad que tendría la integración de los servicios asistenciales médicos de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020? Mientras que los problemas específicos: ¿Cuáles son las condiciones de mercado que poseen los servicios asistenciales médicos en el distrito de Tambogrande?; ¿Cuáles son las condiciones técnicas, organizacionales y operativas que deben poseer los servicios asistenciales médicos en el distrito de Tambogrande?; ¿Cuál son las condiciones financieras que debe poseer los servicios asistenciales médicos en el distrito de Tambogrande?

La importancia que posee la profesionalización del negocio, como parte estratégica de su generación de valor agregado, es determinante para el rumbo de la empresa. El plan de negocios constituye una herramienta estratégica en la institucionalización de su identidad corporativa. Más aún cuando, la empresa posee un buen periodo de tiempo en el mercado. Es el caso del centro médico en el distrito de

Tambogrande, el cual ofrece una serie de servicios asistenciales médicos, que están muy relacionados a la realidad preocupante de la salud de dicho distrito. Siendo su impacto muy positivo en la comunidad, dada la trascendencia de un servicio de calidad adecuado.

Sin embargo, es necesaria la mejora de dichos servicios, a través de una integración más profesionalizada, para generar mayor valor agregado en calidad de atención de estos. Considerando que sean los pobladores de dicha zona las más beneficiados con un servicio de primera calidad y visionario. La importancia de esta investigación es promover aquella integración con la formulación de un plan de negocios, que le permita a la gerencia del centro médico, posicionarse como un centro médico privados con servicios integrados y de vanguardia, generando valor agregado para beneficio del cliente.

Siendo el objetivo general: Determinar los niveles de viabilidad y rentabilidad que tendría la integración de los servicios asistenciales médicos de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020. Mientras que los objetivos específicos: Determinar el mercado objetivo y la mezcla de marketing; Determinar el tamaño de la infraestructura, maquinaria y equipos, aspectos organizacionales, así como el ciclo operativo que son necesarios para la integración de los servicios asistenciales médicos; Determinar la rentabilidad y la estrategia de financiación para la integración de los servicios asistenciales médicos.

En cuanto a la hipótesis general: Los niveles de viabilidad y rentabilidad son favorables y positivos en la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020. Mientras las hipótesis específicas: Existen condiciones favorables en el mercado objetivo que permiten aplicar una mezcla de marketing para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande; Existen condiciones técnicas y organizacionales que determinan el tamaño de la organización e infraestructura, maquinaria equipo así como las condiciones operativas posibles de aplicar para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande; Existen condiciones positivas de rentabilidad y fuentes viables de financiamiento que hacen

posible la integración de los servicios asistenciales médicos de un centro médico en el distrito de Tambogrande.

II. MARCO TEÓRICO

Lau y Hernández (2007). *Plan de Negocios para la introducción de un nuevo producto para la empresa Agua la Purísima y Hielo y Refrigeración de Morelos*. Es un plan de negocios completo para la empresa Agua la Purísima y Hielo y Refrigeración de Morelos para la introducción de un nuevo producto que consiste en agua con clorofila embotellada de manera que se generara información pertinente del producto, características, aceptación, condiciones financieras, necesidades de inversión con la finalidad de conocer que tan rentable y asertivo es la introducción del proyecto para la empresa y que inversión es requerida para llevarlo a cabo. Es un plan de negocio para una empresa en marcha, en el cual se determinará la aceptación de un producto nuevo al mercado. En cuanto a la teoría que fundamenta la investigación a presentar se incluye a Kotler et al. (2014) quienes afirmaron que el estudio de mercado consiste en plantear y recoger toda la información y datos precisos de la empresa en cuestión para establecer en forma clara la situación de la organización.

Burgos (2009). *Manual de Plan de Negocio: La Cartera de Negocio Para el Éxito*, Ministerio de Trabajo Lima-Perú. En este texto se muestran los diversos aspectos que se deben considerar para evaluar la propuesta a convertir en negocio, enfocando desde el análisis de mercado hasta el análisis económico. Siempre con un carácter racional y visionario propone ejemplos de negocios de ideas que sirvan de orientación al lector. El analizar técnicamente una propuesta junto a ejemplos prácticos es importante, para su mayor entendimiento y, a través de este libro podemos comprender los temas técnicos.

Chávez y Mendo (2006). *Plan de negocios para la producción y comercialización de Tara: Empresa San Pedro SRL. San Marcos – 2006*. Universidad Nacional de Cajamarca. Facilitará la producción y comercialización de Tara, propiciando la rentabilidad forestal a favor de los socios agricultores, equilibrará la balanza comercial forestal de la Tara, evitando la fuga de divisas, permitirá la

restauración de áreas, regulación del régimen hídrico, mejora del paisaje y la belleza escénica, y captura de gases efecto invernadero.

Valdivieso (2010). *Plan de Negocios para incubar un Centro de Mantenimiento Automotriz*, Universidad Nacional de Piura. El objetivo de esta tesis es incubar un centro de mantenimiento automotriz, dado el crecimiento constante del número de vehículos en la ciudad de Piura, y debido a que todo vehículo a lo largo de su vida útil presenta desgastes por el uso, sea de manera temprana o tardía requiere los servicios de mantenimiento o reparación. Este proyecto se constituirá en un Taller medio destinado a atender la demanda de las diversas marcas que presenta el mercado automotriz, brindando mantenimiento tanto preventivo como correctivo, ofertando a los clientes principalmente un servicio de calidad a precios competitivos.

Villela (2010) *Estudio de factibilidad para implementar un servicio turístico casa-hospedaje en las playas de los Órganos – Talara Región Piura*, Universidad César Vallejo – Piura. En este trabajo de investigación se identifican las razones y motivos que los turistas receptivos e internos consideran para la elección de un servicio de hospedaje, la muestra estuvo conformada por un total de 380 personas se utilizó metodología cuantitativa, cuyo instrumento fue el cuestionario, dando como resultado la aprobación de las hipótesis en estudio y aceptando la posibilidad de desarrollar la propuesta de hospedaje.

Dentro de las bases teóricas se incluyó a Gómez-García y Palao (2010) quienes describen a un plan de negocio como: un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos. Reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha (Rosales, 2012).

En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúa los resultados que se obtendrán al accionar sobre esta de una determinada manera. Se definen las variables involucradas en el proyecto

y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha (Aaker, et al., 2016, Mankiw, 2009)

Según sea la magnitud del proyecto, la realización del plan puede llevar unos días o varios meses, ya que no se trata sólo de redactar un documento sino de imaginar y poner a prueba toda una estructura lógica (Schiffman y Kanunk, 2014).

Es importante destacar que, si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un plan de negocio no debe limitarse sólo a cálculos económicos y números. Un plan de negocio debe reunir las siguientes características: simple, específico, realista y completo (Gómez-García y Palao, 2010).

En tanto que Friend y Zehle (2008) detallan que un plan de negocio: es el plan que permite identificar el mercado, sus perspectivas de crecimiento, los clientes objetivo y los principales competidores. Deberá basarse en un conjunto de estimaciones creíbles, y deberá identificar aquellas estimaciones a las que la rentabilidad del negocio es más sensible. Deberá identificar los riesgos que enfrentan el negocio, los potenciales inconvenientes y las acciones que se tomarán con el fin de atenuar los riesgos (Andrade, 2013; Mayorga y Araujo, 2007).

Weinberger (2009) indica que un plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable” contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado (Bonta y Farber, 2016; Rivera y Mencía de Garcillán, 2017).

De acuerdo con Etzel (2014) entre los beneficios que se obtienen con tener un plan de negocio escrito son: los negocios con planes escritos tienen más éxitos, este hecho solamente justifica el gasto y el trabajo de realizar un plan de negocio. Ayuda a

clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio. Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito. Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza considerar todos los factores relevantes del negocio. Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionista, proveedores, equipo directivo, etc. Es un cronograma de actividades que permite coordinar la relación de tareas de acuerdo con un calendario establecido. Es una herramienta para el modelado del negocio que permite trabajar con flexibilidad en la organización, al ofrecer la posibilidad de realizar cambios cuando algunos de los factores del negocio experimentan variaciones (Fischer y Espejo, 2016). Es un instrumento de control que permite detectar desviaciones del plan original; así como evaluar el progreso del proyecto y ajustar el plan en función de los resultados parciales. Es un punto de referencia para futuros planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona. Un plan de negocio es un documento imprescindible de consulta para potenciales inversionistas y para el propio emprendedor, así como para proyectos de exportación; ya que ayuda a entender y estructurar mejor el negocio con la finalidad de establecer posteriormente una sólida relación mercantil (Flores, 2010; Randall, 2013).

En cuanto a la funcionalidad de los planes de negocio, de acuerdo con Weinberger (2009) y Malhotra (2014) el plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una administrativa o interna y otra financiera o externa. Internamente, el plan de negocios sirve para conocer en detalle el entorno en el que se desarrollan las actividades empresariales; determinar cada oportunidad y amenaza, así como toda fortaleza y debilidad empresarial.

Para Weinberger (2009) escribir un plan de negocios no es una tarea simple, pues requiere de un gran conocimiento de la industria y de la empresa, así como buena habilidad para comunicarse de manera escrita. El proceso de escribir un plan de negocios es muy útil para determinar la factibilidad del negocio, y este plan debe ser consultado y actualizado constantemente para no perder la orientación del negocio. El

desafío está en convertir la idea de negocio en una realidad. Es un documento que se escribe, se modifica y se reescribe, según se va consiguiendo la información relevante para tomar decisiones sobre cada uno de los elementos y variables que lo conforman. Se trata de un documento en el que se presenta una serie de análisis interrelacionados con retroalimentación permanente, que muchas veces obliga a retroceder en el proceso y a repetirlo en varias etapas (Fred, 2014).

En cuanto a los tipos de planes de negocios, los planes de negocios sirven, para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa (Kotler, 2013). Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa. En algunos casos, es posible desarrollar un mini plan de negocios, con la finalidad de profundizar luego en su análisis, siempre y cuando logre despertar la curiosidad y el interés de un inversionista (Weinberger, 2009; Parkin et al., 2012).

El contenido de un plan de negocios incluye el resumen ejecutivo, la descripción de la empresa, bienes y servicios de la empresa, plan de marketing, plan de operaciones, dirección y organización, calendario, financiación y estructura de capital, plan financiero (Kotler, 2011).

De otra parte, en cuanto a los servicios, de acuerdo con Zeithaml et al. (2009) los servicios, son todas las actividades económicas cuyo resultado no es producto o construcción físicos, por lo general se consume en el momento en que se produce y proporciona valor agregado en formas (como convivencia, diversión, puntualidad, comodidad o salud), que son preocupaciones esencialmente intangibles de su primer comprador. Entre las características de los servicios se tienen a la intangibilidad, heterogeneidad, son producidos y consumidos simultáneamente, así como la caducidad.

En cuanto al servicio al cliente, de acuerdo con Sandhusen (2012) este viene a ser el servicio proporcionado en apoyo de los productos centrales de una compañía.

Las compañías por lo común no cobran por el servicio al cliente. Éste puede presentarse en el sitio (como cuando un empleado minorista ayuda a un cliente a encontrar un artículo deseado o responde una pregunta), o bien acercarse por teléfono o por internet (Kotler, 2015).

Respecto a los recursos técnicos y logísticos, Riveros (2007) indican que el talento humano de la organización constituye los cimientos para alcanzar el direccionamiento estratégico. Pero para que este talento logre desarrollar toda su potencialidad, la organización debe proveer los recursos necesarios que le faciliten la interacción con el cliente. Para lograr una excelente calidad, con respuesta ágil y un servicio que supere las expectativas del cliente, es fundamental que se cuente con los recursos adecuados: técnicos, logísticos, físicos y de documentación. Asimismo, la tecnología es un elemento fundamental en la calidad de atención al cliente, y para cada empresa de servicio existe sus propias necesidades de tecnología que bien aplicada y explotada, se convierte en una ventaja competitiva (Kotler et al., 2014).

Respecto al mercado Sapag y Sapag (2008) mencionan que es el conjunto de relaciones básicas, técnicas e institucionales que caracterizan la organización económica de una sociedad y condicionan el sentido general de sus decisiones fundamentales y los cauces predominantes de su actividad.

En cuanto al análisis situacional del mercado Fernández (2005) argumenta que es una combinación de datos externos e internos, pero también tendrá una gran componente de valoración personal. Esto es sin duda lo veremos cuando estemos elaborando los objetivos, puesto que no siempre nos vamos a guiar única y exclusivamente por los datos, sino que nuestro instinto tendrá un gran valor (Lemos, 2010).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación es básica, específicamente descriptiva, la cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. El diseño de la investigación es no experimental, la cual se encarga de observar fenómenos, tal como se da en su contexto natural, para después ser analizados (Ander-Egg, 2012).

3.2. Variables, operacionalización

Variable 1: Oferta

Número de bienes que los clientes manifiestan disponibilidad de adquirir a los niveles de precio del mercado (Rosales, 2012).

Variable 2: Demanda

Número de bienes que los ofertantes tienen disponibilidad para producir a determinado nivel de precios (Parkin et al.,2012).

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

Población

La población está conformada por los habitantes del distrito de Tambogrande, provincia de Piura, que en su conjunto suman un total de 96 451 personas.

Muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * P *}{E^2 * (N-1) + Z^2 * P *}$$

Reemplazando los datos se tiene:

$$\frac{96\ 451 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (96\ 451-1) + (1.96)^2 * (0.5) *}$$

$$n = 383.77$$

$$n = 384 \text{ habitantes}$$

Unidad de análisis

La unidad de evaluación estuvo conformada por los habitantes de Tambogrande.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El cuestionario que se realizó en la presente investigación de trabajo, la cual contiene la información general, en donde se detalla la persona que realizó la encuesta, así como también la fecha y hora en que se realizó la entrevista y de su término, y se detallan las instrucciones para el desarrollo del cuestionario, que en la práctica se trató de realizar mediante una conversación o como entrevista, para que sea más amena el desarrollo del cuestionario con la persona a la cual se encuesta.

Las preguntas del cuestionario están divididas en tres secciones, una primera sección: información general del entrevistado, en donde se indicarán la edad del entrevistado, marcándose la alternativa de acuerdo con la edad, el sexo, estado civil, si cuenta con hijos, cuántos hijos tiene, el grado de instrucción y el promedio de ingreso mensual que percibe.

La segunda sección: Situación de salud actual, en donde se le pregunta al encuestado que toma en cuenta cuando un familiar o el mismo encuestado se encuentra delicado de salud, si en los dos últimos meses, algún familiar requirió atención médica, en esta pregunta si la respuesta es positiva se continua la entrevista en esta sección, en caso contrario, se pasaría a la tercera sección. Se continua la entrevista, preguntándole que especialidad ha requerido del familiar que requirió la asistencia médica, a qué lugar asistió, la califica de atención que le brindo el establecimiento que asistió, por que prefirió ese establecimiento médico, cuánto gasta en promedio por una consulta, quedo satisfecho por el servicio brindado en el establecimiento médico que asistió, que le propondría algún cambio al establecimiento médico que asistió, cual sería; de tener algún inconveniente en el servicio, cuál sería la razón; y de qué manera contribuye a mejorar el servicio brindado en el centro médico.

En la tercera sección: situación Esperada, se le pregunta al encuestado si estaría dispuesto a acudir al centro médico, si se integraran más especialidades de asistencia médica, que esperararía del centro médico, a través de que medio se enteró de este centro médico, el atributo que prefiere del centro de salud, la principal de atención demandaría en el centro de salud; cuál es la especialidad que ha requerido para evaluar al paciente, la calificación de la ubicación del centro médico, que precio estaría dispuesto a pagar por la atención de consulta médico en el centro médico.

3.5. Procedimiento

Se ubicó a las personas a encuestar en las calles y plazas más concurridas de la ciudad de Tambogrande, a quienes se les consultó previamente su deseo por apoyar

con sus respuestas al cuestionario. Como consecuencia de ello, se logró a recoger con éxito los datos para su posterior análisis y conclusiones.

3.6. Método de análisis de datos

Los resultados que se obtuvieron de los instrumentos se muestran a través de tablas de distribución de frecuencia, gráficos de sectores circular, barras, y otros. Para ello se hizo uso del programa SPSS v 22. La presente investigación es considerada una prueba paramétrica; ya que la población a investigar presenta características y requisitos para su inclusión, como es el caso de pertenecer a la empresa.

3.7. Aspectos éticos

Se cumplió con respetar los valores y principios que la universidad promueve para la investigación científica como por ejemplo la honradez, el respeto por la autenticidad de las fuentes, el anonimato de los encuestados y la probidad en el tratamiento de los datos recogidos.

IV. RESULTADOS

El presente plan de negocio nace en base a las necesidades de los pobladores del distrito de Tambogrande, de contar con un centro médico, el cual brinde las especialidades de obstetricia, ginecología y medicina en general que son las especialidades que mayormente demanda la población, así como los servicios de laboratorio y análisis. Brindando una excelencia en la calidad del servicio.

El plan de negocio está basado en el modelo CANVAS, debido al delicado estado en el que se encuentra el sector salud en el distrito de Tambogrande. Por lo que nuestro negocio debe estar diferenciado del resto de centros médicos que existen en el distrito, ofreciendo especialidades que demanda y requiere la población, contando con equipos e insumos que nos coadyuven a brindar una adecuada atención a nuestros clientes, una atención de calidad; con la finalidad de establecer una relación amical que nos permita fidelizar a los clientes, brindándoles un tratamiento que satisfaga sus necesidades, en este caso de mejorar el estado de salud, en las especialidades de medicina en general, ginecología/obstetricia y pediatría. Todo esto enmarcado en una estructura financiera, que nos permita saber cuáles son mis ingresos y egresos.

A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

✓ Ubicación

El centro médico está ubicado en el Jr. Morropón 273 Tambogrande

✓ Breve historia del negocio

El centro médico fue creado el 03 de enero del 2007 en el distrito de Tambogrande, este centro nace producto del emprendimiento de un profesional médico, quien en sus inicios prestaba servicios solo de atención de partos, planificación familiar y control de embarazo siendo el primer consultorio privado en prestar estos servicios. Años después como producto de la alta participación de mercado, de la gran clientela fidelizada con la que goza el centro a y a las diversas necesidades de salud que existen en el distrito, la gerente decide asociarse con médicos

especialistas para realizar campañas médicas los días domingos en las diferentes especialidades, tales como medicina general, odontología ,pediatría, traumatología , ginecología, así como servicios de farmacia y laboratorio, las cuales han venido teniendo gran acogida por la población en general,

B. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

El análisis interno realizado a la empresa permitió identificar las fortalezas y debilidades de la empresa.

Fortalezas

- Lugar de ubicación
- Prestigio y experiencia medica en la especialidad de obstetricia
- Atención exclusiva y personalizada
- Conocimiento de este servicio.
- Sesiones familiares

Debilidades:

- Necesidad de médicos especializados.
- No se cuenta con una información suficiente de estudios de mercados anteriores
- Poca capacidad de financiamiento por parte de entidades financieras

Tabla 1*Matriz de evaluación del factor interno (EFI)*

FACTOR INTERNO CLAVE	PESO	RANTING	PESO PROM
Brindar un excelente servicio a los clientes	0.20	4	0.80
Se cuenta con un reconocido prestigio y experiencia	0.15	4	0.60
Lugar de ubicación	0.10	3	0.30
Conocimiento de este servicio	0.15	4	0.60
Necesidad de médicos especializados	0.20	1	0.20
No se cuenta con una información suficiente de estudios de mercados anteriores	0.10	2	0.20
Poca capacidad de financiamiento por parte de entidades financieras	0.10	1	0.10
PESO PONDERADO TOTAL	1.00		2.8

El análisis externo se centró en las oportunidades y amenazas competitivas, tecnológicas, legales, gubernamentales, políticas, geográficas, demográficas, culturales, sociales y económicas.

Oportunidades:

- Mejor especialización para los tratamientos.
- Demanda requiere de un centro médico que brinde servicio especializado.
- Establecer convenio con instituciones de salud o educativas
- Publicidad por medio de campañas médicas.

Amenazas:

- Falta de capacidad de pago de la demanda por el servicio brindado
- Medicamentos escasos y caros.

Tabla 2

Matriz de evaluación del factor externo (EFE)

FACTOR INTERNO CLAVE	PESO	RANTING	PESO PROM
Demanda requiere de un centro médico que brinde servicios especializados	0.15	4	0.60
Establecer convenio con otra institución de salud o educativa	0.10	3	0.30
Publicidad a través de campañas médicas	0.10	3	0.30
Centros médicos con escasa calidad en la atención al cliente	0.15	4	0.60
Falta de capacidad de pago por un sector de la demanda por el servicio brindado	0.10	2	0.20
Mejor especialización para los tratamientos	0.10	3	0.30
Medicamentos escasos y caros	0.15	1	0.15
Poca capacidad de financiamiento por parte de entidades financieras	0.15	1	0.15
PESO PONDERADO TOTAL	1.00		2.60

Tabla 3

Matriz del perfil competitivo

FACTORES	Centro Médico		C.M MADRID		C.M. DR CELI		
CLAVES PARA EL ÉXITO	PESO	RANKING	PUNTAJE POND.	RANKING	PUNTAJE POND.	RANKING	PUNTAJE POND.
Calidad de servicio al cliente	0.22	4	0.88	4	0.88	3	0.66
Precio	0.20	3	0.60	4	0.80	4	0.80
Ubicación	0.18	4	0.72	3	0.54	3	0.54
Reconocimiento y experiencia	0.20	4	0.80	3	0.60	3	0.60
Tecnología	0.12	3	0.36	3	0.36	3	0.36
Publicidad	0.08	4	0.32	3	0.24	3	0.24
PUNTAJE PONDERADO							
	1.00		3.68		3.42		3.20
TOTAL							

Perfil Competitivo: Empresa fuerte

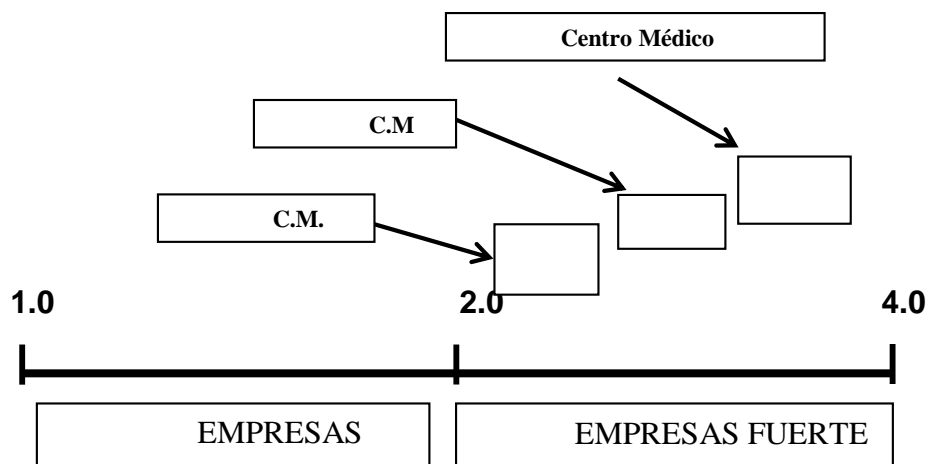


Tabla 4

Matriz FODA

	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejor especialización para los tratamientos. • Demanda requiere de un centro médico que brinde servicio especializado. • Establecer convenio con otra institución de salud o educativa • Publicidad a través de campañas médicas. • Centros médicos con escasa calidad en la atención al cliente 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacidad de pago de la demanda por el servicio brindado • Medicamentos escasos y caros.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lugar de ubicación • Prestigio y experiencia medica en la especialidad de obstetricia • Atención exclusiva y personalizada • Conocimiento de este servicio. • Sesiones familiares 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante la experiencia y el reconocimiento del centro médico establecer convenios con instituciones educativas o de salud. • Mediante la calidad en la atención al cliente en las especialidades que se les brindarán, crear una fidelización con los pacientes. • Mediante la facilidad de ubicación, que brindará las especialidades de ginecología, obstetricia, pediatría, odontología y medicina en general, establecer una estrategia publicitaria en los principales medios de comunicación de la zona • Mediante las sesiones familiares, establecer campañas medicas sobre diversos temas del cuidado de la salud 	<ul style="list-style-type: none"> • Contando con una atención personalizada y exclusiva; el prestigio y la experiencia que cuenta el centro médico, contrarrestar la falta de capacidad de pago, por el servicio brindado. • Contando con experiencia y conocimiento en el servicio, crear un servicio de farmacia dentro del centro médico los cuales tengan en su stock los medicamentos que constantemente se recetan y a costos accesibles.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de médicos especializados. • No se cuenta con una información suficiente de estudios de mercados anteriores • Poca capacidad de financiamiento por parte de entidades financieras 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante los convenios que se establezcan con otras instituciones de salud y teniendo en cuenta que la demanda requiere un mejor centro médico con varias especialidades, podemos contrarrestar la necesidad de contactar médicos especializados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reforzar la capacidad de aprovisionarse de medicamentos los cuales se receten constantemente, y este al alcance de la demanda.

	<ul style="list-style-type: none"> • Teniendo en cuenta que la demanda requiere de un centro médico que le brinde, y que existe una escasa calidad de atención al cliente, en donde el centro médico se diferenciará, exponer estos puntos a las entidades financieras para la aprobación de un crédito. 	
--	---	--

Misión

Promover en las personas la asistencia periódica a consultas médicas, cumpliendo con su tratamiento, en beneficio de su bienestar personal. Todo lo anterior inspirado en un sistema y atención altamente personalizada, con la finalidad que el centro médico, como uno de los centros médicos de mejor servicio en la localidad.

Visión

Ser el mejor centro médico de Tambogrande, en las especialidades de Obstetricia, Ginecología, Pediatría, Odontología y Medicina General, contando con un personal especializado y comprometido con la ciudadanía.

Objetivos estratégicos

Lograr que la atención médica brindada en el centro médico sea de la más alta calidad

Lograr y mantener un sistema de información y comunicación eficiente, con nuestros clientes.

Disponer de infraestructura y tecnología adecuada.

Implementar nuevas especialidades de atención que vayan de acuerdo con las necesidades del mercado

Mantener una continua comunicación con nuestros pacientes sobre la evolución de su mejora de salud.

Fortalecer la relación entre el centro y la población de Tambogrande, mediante la realización de charlas educativas respecto al cuidado de la salud.

Cadena de valor

La cadena de valor categoriza las actividades que producen valor añadido en una organización. Reconocemos los dos tipos de actividades para el caso de los centros médicos. Las actividades primarias que formaran la creación del servicio, las actividades formadas en la difusión del servicio (venta) y la asistencia postventa. Se dividen en:

1. Logística: Recepción, almacenamientos y control de los productos médicos (medicinas, utensilios médicos) y activos fijos dentro del centro médico y realizar la repartición en cada habitación.
2. Operación: Realización de servicios integrales segmentados según tipo de diagnóstico.
3. Mercadotecnia: Necesaria para el reconocimiento de los clientes.

Actividades secundarias:

1. Infraestructura de la organización: prestan apoyo al centro médico, como la planificación, contabilidad, finanzas
2. Dirección de recursos humanos: búsqueda, contratación y motivación del personal.
3. Desarrollo de tecnología (investigación y desarrollo): obtención, mejora y gestión de la tecnología

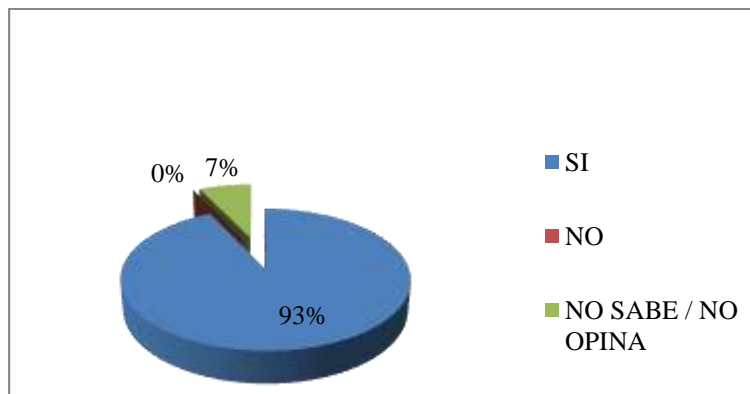
C. RESULTADOS DEL CUESTIONARIO APLICADO

Análisis de la oportunidad

Podemos determinar que existe la oportunidad de emprender el presente plan de negocio. Llegamos a esta conclusión, a la pregunta que se realizó a nuestros encuestados, si estaría dispuesto a acudir al centro médico, si se le integraran más especialidades, el 93% indicaron que, si estaría dispuesto a asistir, en tanto que solamente el 7% no sabría de ir o no quería opinar.

Figura 1

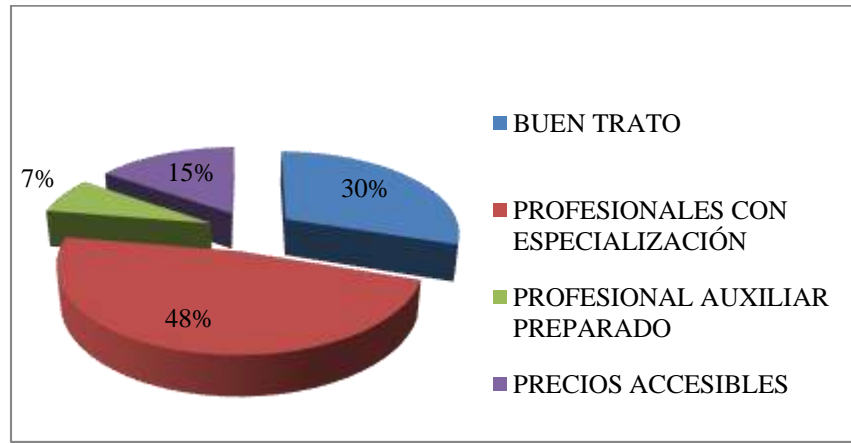
Acudiría al centro médico si se integraran más especialidades



Nuestros servicios deben estar dado por profesionales especializados, quienes deben de tener un buen trato con nuestros pacientes, que sientan nuestros pacientes que hemos satisfecho sus consultas, realizando un control de cumplimiento de tratamiento a cada uno de nuestros pacientes. Mencionamos esto al hacer la pregunta a nuestros encuestados que es lo que esperarían del centro médico el 48% mencionaron que deben de contar con profesionales especializados, el 30% que ofrezcan un buen trato a los pacientes, y un 15% indicaron que las consultas tengan precios accesibles.

Figura 2

Qué es lo que más espera del centro médico



Con estas dos preguntas realizadas, en nuestro cuestionario, podemos indicar que existe una necesidad de por parte de la población de contar con más especialidades en el distrito de Tambogrande, especialidades que pueden ser obstetricia, ginecología y medicina en general las cuales son de mayor demanda, así como también pediatría odontología y cardiología; este análisis se detallará más adelante en nuestro plan de negocio.

Estas especialidades estarán a cargo de profesionales médicos preparados y con las capacidades que demande la población, acompañadas por un buen trato a cada uno de nuestros pacientes, brindando un tratamiento adecuado y realizando un control de esta.

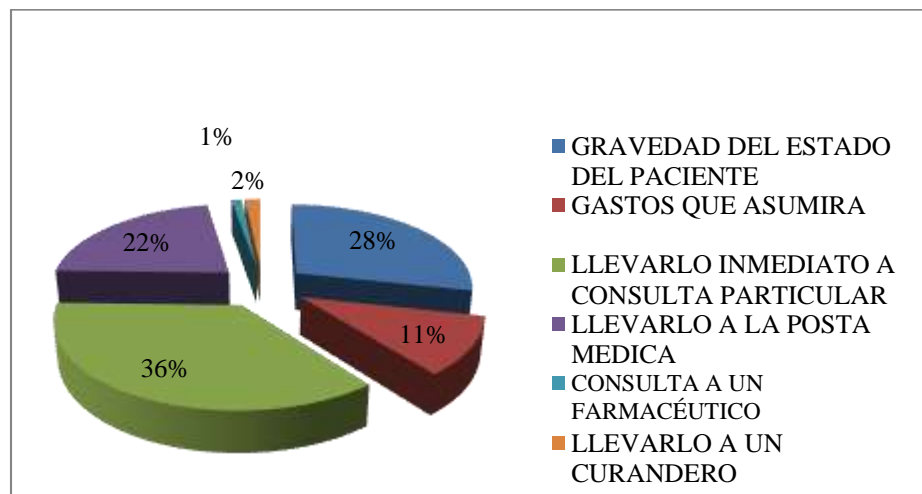
Análisis del entorno

Sobre cómo reacciona las personas, en caso de tener a un familiar, en un estado delicado de salud (emergencia), que es lo que primero toman en cuenta, es llevarlo en inmediato a una consulta particular, o una posta médica.

El 36% mencionaron que lo llevan de inmediato a una consulta particular, el 28% tiene en cuenta la gravedad del estado del paciente, el 22% lo lleva a una posta médica; un 11% evalúa los gastos que tendrá que asumir. En tanto que solamente el 1% y el 2%, lo llevan donde un farmacéutico y curandero, respectivamente.

Figura 3

Que toma en cuenta al tener a un familiar en estado delicado



Sobre cómo reacciona las personas, en caso de tener a un familiar, en un estado delicado de salud (emergencia), que es lo que primero toman en cuenta, es llevarlo en inmediato a una consulta particular, o una posta médica.

El 36% mencionaron que lo llevan de inmediato a una consulta particular, el 28% tiene en cuenta la gravedad del estado del paciente, el 22% lo lleva a una posta

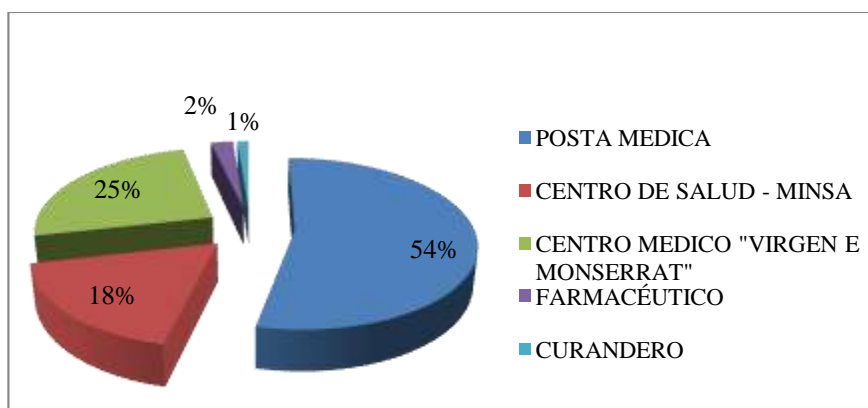
médica; un 11% evalúa los gastos que tendrá que asumir. En tanto que solamente el 1% y el 2%, lo llevan donde un farmacéutico y curandero, respectivamente.

Después de haber obtenido la información sobre lo que toman en cuenta, ante un familiar que se encuentra en estado delicado de salud, de las personas encuestadas que indicaron que, en los dos últimos meses, si tuvieron algún pariente enfermo que adquirió asistencia médica, el lugar que fueron llevados para ser atendidos o al que acudieron principalmente es a una posta médica, al centro médico y al MINSA.

El 54% nos indicaron que acudieron a una posta médica, el 25% acudieron al Centro Médico, en tanto que un 18% acudieron al MINSA. Porque eligieron esos establecimientos de salud, el 48% indicaron que por los bajos costos; el 24% por la calidad en el servicio; el 15% por su ubicación; el 7% por el personal capacitado en el establecimiento de salud, en tanto que 6% indicaron que la tecnología que cuenta el establecimiento médico.

Figura 4

A qué centro o lugar acudes para atender a tu paciente



Análisis del sector salud, del mercado y la estimación de la demanda

La micro red Tambogrande, se encuentra en la Red Ayabaca, DISA Sullana, Piura II. El distrito de Tambogrande cuenta con dos centros de salud, un establecimiento de ESSALUD y 22 puestos de Salud:

- Centro de Salud Tambogrande.
- Centro de Salud San Isidro. 10 – 4.

La cobertura del servicio de salud es baja frente a la alta demanda de la población, así mismo la atención es deficiente. Por:

- Los Centros y Puestos de Salud no cuentan con el personal necesario.
- La infraestructura de Centros y Puestos de Salud es deficitaria y no cuentan con los equipos necesarios.

Análisis del Sector Salud – distrito Tambogrande

- “CENTRO MEDICO MADRID”

Cuenta con servicios de medicina general, atención de partos, planificación familiar, laboratorio, clínico, Ecografías, su horario de atención es de 9am a 1pm y de 4pm-8pm, los precios de las consultas son:

Consulta de Medicina general son: S/.25

Atención de partos/. 300.00

Ecografías/. 25.00

Laboratorio clínico S/. 10.00

- “POSTA MEDICA DE TAMBOGRANDE”

Cuenta con servicios de emergencia las 24 horas del día, consultas de medicina general, obstetricia, atención de partos, servicio de ecografía, planificación familiar, tópico, ambulancia, farmacia. Odontología.

Precio de consulta para medicina general S/. 10

- “CONSULTORIO MEDICO DR. CELI”

Medicina general, atención de partos, emergencias

Precio consulta medicina general: S/. 20

- “CENTRO MEDICO: SANTA MARIA”

Medicina general, planificación familiar, atención de partos.

Costo de consulta medicina general S/. 20.00

- “CENTRO MATERNO: LA CIGÜEÑA FELIZ”

Ofrece atención de partos, consulta de planificación familiar

Precio de consulta planificación familiar: S/. 20.00.

Precio de parto: S/.250.00

- ESSALUD

Consultorio externo, odontología, Medicina general

Atención solo para asegurados (consulta externa)

Para el análisis del servicio de salud que se brinda en el distrito de Tambogrande, realizamos una entrevista a la jefa del centro de salud/posta médica de mencionado distrito, MINSA, se nos informó que éste establecimiento de salud presta los siguientes servicios:

- Medicina general: En donde se atienden por día 50 pacientes.
- Obstetricia: Se brindan el servicio de atención de partos, Control de embarazo y planificación familiar; en donde se atienden a 10 pacientes diarios.
- Odontología: Se atienden a 20 pacientes diarios.
- Servicio de ambulancia: se realizan dos viajes diarios Tambogrande - Sullana)
- Servicio de emergencia las 24 horas del día.
- Servicio de Guardería
- Servicio de Farmacia
- Ecografías: Se realizan veinte20 ecografías diarias.
- Control de vacunación para el niño sano
- Área de hospitalización

Además, precisó que actualmente la posta médica de Tambogrande contaba con seis médicos, de medicina en general, seis enfermeras, veinte técnicas en enfermería, diez obstetras y dos personas encargadas de la limpieza, no existe ningún especialista, según lo que se nos informó. El personal está dividido en turnos de mañana, tarde y madrugada.

En cuanto a la situación de los equipos médicos se nos informó que éstos se encuentran un 10% en buen estado y el otro 90% se encuentra en un estado regular.

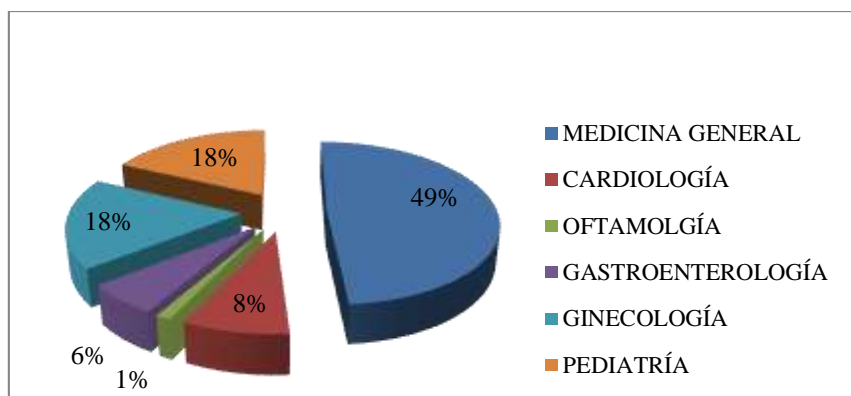
Análisis del Mercado – Cliente

En lo referente a la especialidad que ha demandado al momento de evaluar a un paciente o familiar, los encuestados indicaron que han requerido atención en medicina en general, pediatría y ginecología. Porcentualmente detallamos lo siguiente: el 49% indicaron que necesitaron atención en medicina general, el en tanto con el mismo

porcentaje el 18% que requirieron las especialidades de ginecología y pediatría. Esto lo podemos cambiar en análisis de la demanda.

Figura 5

Especialidad requerida para evaluar al paciente

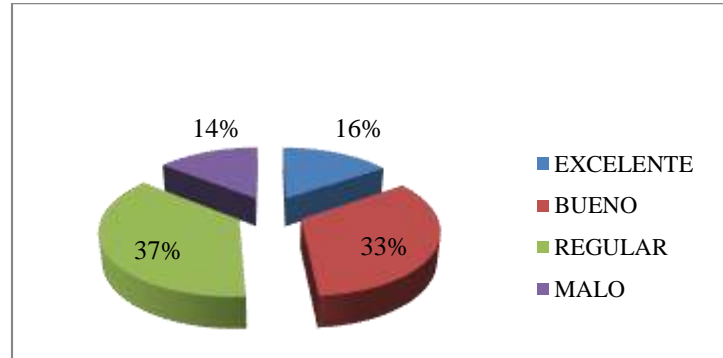


En cuando al análisis de la oferta, sobre como califican la atención medica que le brindaron, consideraron que la atención que existe en los establecimientos de acudieron, se encuentra en el rango de buena y regular; brindada es regular y buena. No se tiene un porcentaje resaltante que la atención que se brinda es excelente. Que es la calificación que tiene como objetivo el Centro Médico, con la finalidad de diferenciarse de los demás centros médicos.

Los porcentajes que obtuvieron en esta parte del cuestionario, 37% lo consideró como regular, el 33% lo califico como bueno, en tanto que un 16% y un 14% lo calificaron como un excelente y malo respectivamente.

Figura 6

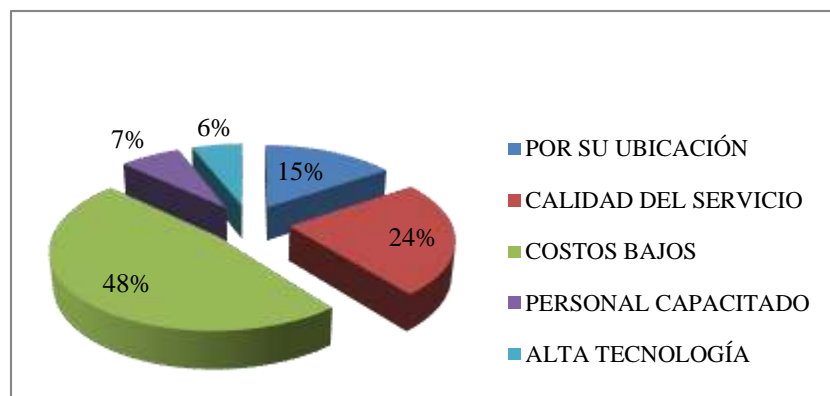
Calificación de la atención médica recibida



Sobre el indicador que eligen al momento de acudir a un centro médico, es que el centro médico no sea costoso (bajos costos), calidad en el servicio y la ubicación. El 48% indicaron que propondrían más servicios de calidad; el 26% sugiere que den una atención especializada, el 12% recomendaron que tengan más personal administrativo para la atención; el 10% mencionaron que deben de tener mejor equipamiento médico, y solamente un 5% indicaron que los establecimientos médicos sean más limpios.

Figura 7

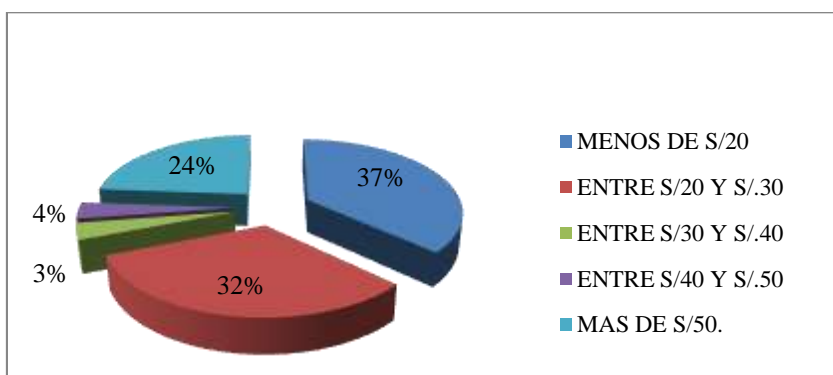
Motivo de preferencia del establecimiento



En lo que se refiere al precio que cobran los centros médicos por las consultas que brindan, podemos indicar, que el gasto promedio es de menos de S/.30 soles. De acuerdo a los resultados de nuestro cuestionario, el 37% indicaron que gastaron menos de S/. 20.00, el 32% mencionaron que el gasto realizado esta entre S/.20 y S/.30, por lo que podemos mencionar que el 69% gasto menos de S/.30.00 en la consulta médica. Solamente un 24% gastaron más de S/.50. Y el 4% indicaron que gastaron entre S/. 40 y S/.50. solamente el 3% indicaron que gastaron entre S/.30 y S/.40.

Figura 8

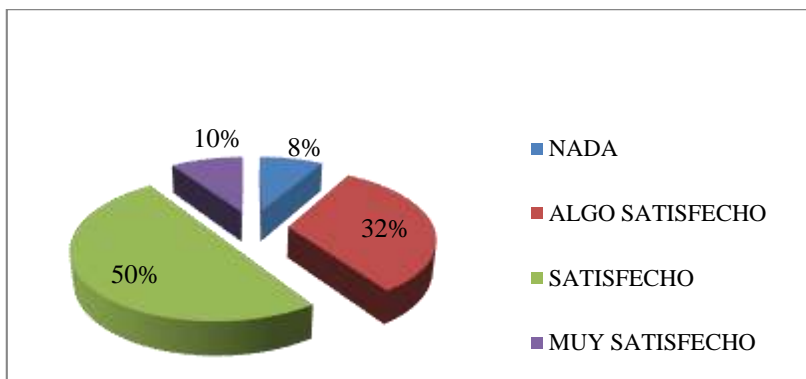
Gasto promedio en una consulta



Sobre la calidad del servicio, que brindaron, los centros médicos a los cuales acudieron, la calificación la mitad de los encuestados indico que se sintió satisfecho, por el servicio que le brindaron, El 32% se sintieron algo satisfecho. En tanto que un 10% y un 8% manifestaron que se sintieron muy satisfechos y nada satisfechos respectivamente.

Figura 9

Nivel de satisfacción con el servicio recibido



De los resultados obtenidos, referente a la oferta de los centros médicos en el distrito de Tambogrande, podemos indicar que de las especialidades que brindan los centros médicos las que mayormente requiere los pobladores de distrito de Tambogrande, el servicio de medicina en general, pediatría y ginecología/obstetricia, mencionados esta dos últimas especialidades juntas, porque son especialidades muy relacionadas. No existen niveles excelentes en la atención de los centros médicos, por lo que el Centro Médico, tendrá que diferenciarse de los demás centros médicos por la calidad en el servicio que se brinda en cada una de las consultas. Otra diferenciación que debe de tener en cuenta es el precio de las consultas, debido a que las personas indicaron que gastan menos de S/.30.00, para determinar el precio lo detallaremos más adelante con el análisis de la demanda, teniendo en cuenta las preguntas de nuestro cuestionario. En cuando al nivel de satisfacción que percibieron después de haber percibido el servicio de atención médica, más de la mitad de nuestros encuestados se sintieron satisfechos.

Estimación de la demanda

Debido a que no se cuenta con estudios que evidencien la realidad en el sector salud y la situación socioeconómica actual del distrito de Tambogrande Podemos indicar, de acuerdo con lo conversado con nuestros encuestadores, que el sector salud se encuentra en una situación delicada.

De acuerdo con los comentarios que hemos recibido de los pobladores, al momento que se realizamos el cuestionario, que el hospital de ESSALUD, no cuenta con especialistas, brindar un mal servicio administrativo y de atención no son atendidos con la rapidez que se requiere al momento de llevar a un paciente ya sea para control (asistencia periódica) o para que sea atendidos por alguna emergencia. Los medicamentos que recomiendan son escasos o caros, y al no encontrar especialistas o si la atención es por alguna emergencia (gravedad del estado de salud del paciente), estos son llevados al Hospital de Sullana, lo cual ocasiona gastos adicionales de transporte los cuales son muy elevados.

En cuanto a los consultorios /centros médicos, podemos indicar que cuentan con especialistas, pero estos lugares no cuentan con la debida limpieza o aseo que deben de tener, en donde debe de ser primordial este factor, acompaña de una buena atención.

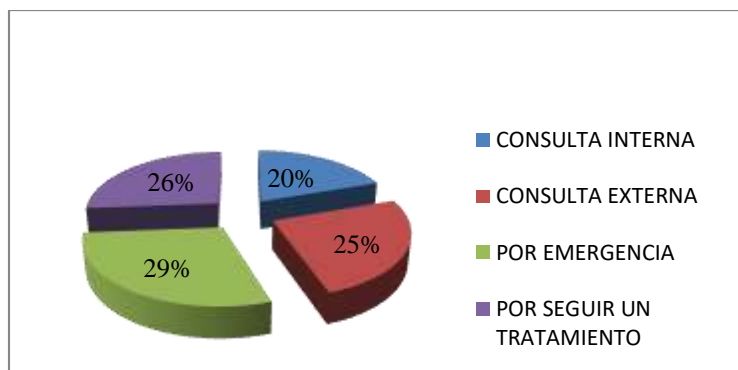
Podemos indicar que el Centro Médico, tendría más aceptación si se integraran más especialidades, mencionamos lo anterior debido, a que el 93% indico que, si estuviese dispuesto a asistir, en tanto que solamente el 7% no sabría de ir o no quería opinar.

Sobre la modalidad de atención que demandaría del centro de salud, podemos indicar que centro médico, deberá tener las siguientes modalidades, priorizando la atención por emergencia, ofrecer un tratamiento de eficiente y eficaz al paciente, así como también ofrecer la modalidad de atención externa e interna.

Indicamos lo anterior en base a los siguientes resultados: el 29% demandaría el servicio de emergencia, el 26% mencionaron la asistencia periódica, seguir un tratamiento; consulta externa e interna, el 25% y 20% respectivamente.

Figura 10

Principal modalidad de atención requerida



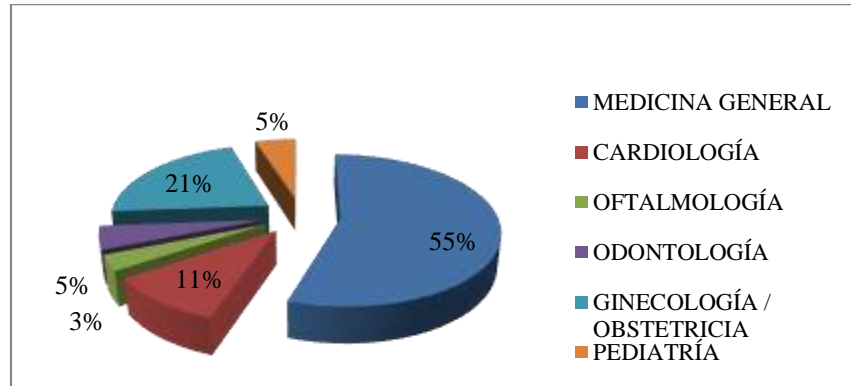
Teniendo en cuenta estos resultados, sobre todo el 26%, que indicaron que la modalidad que demandaría del centro de salud es para seguir un tratamiento, nos permitiría ofrecer el servicio de laboratorio y análisis, los cuales son indispensables para determinar el real estado de salud de los pacientes del Centro Médico.

La especialidad que mayormente ha demandado o requerido del Centro Médico es de medicina general y la especialidad ginecología/obstetricia.

Mencionamos lo anterior en base a los resultados que se obtuvieron en el cuestionario, que el 55% indicaron medicina general; la especialidad de ginecología / obstetricia el 21%; en tanto que un 11% indicaron la especialidad de cardiología.

Figura 11

Especialidad requerida



Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda con información secundaria, por el método de la extrapolación exponencial nos proyectamos a 5 años de vida útil del proyecto.

Tabla 5

Datos para la proyección de la demanda

AÑO	POBLACION PROYECTADA	POBLACION EN POBREZA EXTREMA 11.4%	POBLACION QUE SE TIENE ACCESO AL SERVICIOS DE SALUD 88.6%	POBLACION QUE UTILIZARIA EL SERVICIO 93% DEMANDA
AÑO BASE 2019	108645	12386	96259	89521
2020	111209	12678	98531	91634
2021	113809	12974	100835	93776
2022	116436	13274	103162	95941
2023	119086	13576	105510	98124
2024	123849	14119	109731	102049

Nota. Piura compendio estadístico 2019. proyección de población

Según las proyecciones de INEI se determinó que el 11.4% de la población son extremadamente pobre y no tienen acceso al servicio de salud

Tabla 6

Balance demanda – oferta

AÑO	POBLACION QUE UTILIZARIA EL SERVICIO 93% DEMANDA	OFERTA CUBRE 7% DE LA POBLACION	BALANCE DEMANDA OFERTA	POBLACION A ATENDER 46%
2019	89521	6738	82783	41180
2020	91634	6897	84737	42152
2021	93776	7058	86718	43137
2022	95941	7221	88720	44133
2023	98124	7386	90739	45137
2024	102049	7681	94368	46943

Tabla 7

Proyección de la demanda por servicio

AÑO	PREFERIRIA ATENCION EN MEDICINA GENERAL 55%	PREFERIRIA ATENCION EN GINECOLOGIA 21%	PREFIERE ATENCION EN PEDIATRIA 25%	PREFIERE ATENCION EN OBSTETRICIA 21%	PREFIERE ATENCION EN ANALISIS Y LABORATORIO 26%
2019	22649	8648	10295	8648	10707
2020	23183	8852	10538	8852	10959
2021	23725	9059	10784	9059	11216
2022	24273	9268	11033	9268	11475
2023	24825	9479	11284	9479	11736
2024	25819	9858	11736	9858	12205

Se consideraría que el 7% que no recurriría es porque ya está cubierto por las instituciones médicas existentes en la localidad.

PLAN DE MARKETING

Servicio

Se ofrecerá un tratamiento individualizado en los regímenes hospitalarios y consultas ambulatorias, dando respuesta a la diferente necesidad asistencial que el paciente requiere con ocasión de su tratamiento, resaltando lo importante que resulta ser la calidad y atención individualizada.

Como niveles de servicio se tendrán: servicio real, servicio básico tangible, servicio aumentado. A continuación, se describe los niveles de servicio.

a) Servicio Real

Servicio de atención médica en las especialidades de obstetricia, ginecología, pediatría, odontología y medicina en general.

b) Servicio Básico Tangible

Se otorgará un mejor servicio de alta calidad, con el objetivo de posicionar al centro médico, en un lugar en donde la atención que se brinda a los pacientes sea de forma rápida, oportuna y eficaz; dando una imagen de un centro médico.

c) Servicio Aumentado

Los tipos de servicio con los que contará el centro médico son: centro de hospitalización, consultorios externos, asistencia de emergencia. A continuación, se describe los tipos de servicio.

Asistencia Emergencia

Por emergencia clínica, se atenderá a la condición de salud o cuadro clínico que implique el riesgo vital para una persona, la cual se encuentre en peligro inmediato la vida del paciente o la función de un órgano".

En una asistencia de emergencia se podrán atender una serie de eventos fortuitos que pongan en riesgo la vida de una persona ya sea por la importancia o la gravedad del padecimiento si no se toman medidas inmediatas.

Ejemplos de emergencias clínicas pueden ser:

- Pérdida de conciencia
- Hemorragias severas
- Heridas profundas
- Dificultad respiratoria
- Intoxicaciones, envenenamiento o reacciones alérgicas

Segmentación

Geográfica: En el presente plan se incluye a pacientes de los niveles socio económicos C, D y E.

Posicionamiento

El reto del centro médico es concientizar a los futuros padres y público en general, respecto a lo recomendable que es el tratamiento integral para el bienestar y salud de sus seres queridos.

El centro médico buscará posicionarse como uno de los mejores centros médicos asistenciales en: Ginecología, Obstetricia, Pediatría y medicina en general de la localidad. Basado en la alta calidad al paciente.

Estrategia de Servicio

- a) Servicio postventa: Se dispondrá de un buzón de sugerencias en el cual el cliente pueda indicar sugerencias, comentarios, inquietudes, quejas.
- b) Servicio seguimiento al cliente: Se dispondrá de registros completos de los clientes, con sus historias clínicas, para un mejor relacionamiento con ellos.

Estrategia de Precio

La relación precio–servicio estará basada en los análisis de precios de los competidores y la percepción de los clientes ante ello. El precio asignado a cada servicio corresponde al listado de precios de cada servicio prestado por los médicos en sus consultas, cada una de las que tienen una duración aproximada de 20 a 40 minutos.

Tabla 8

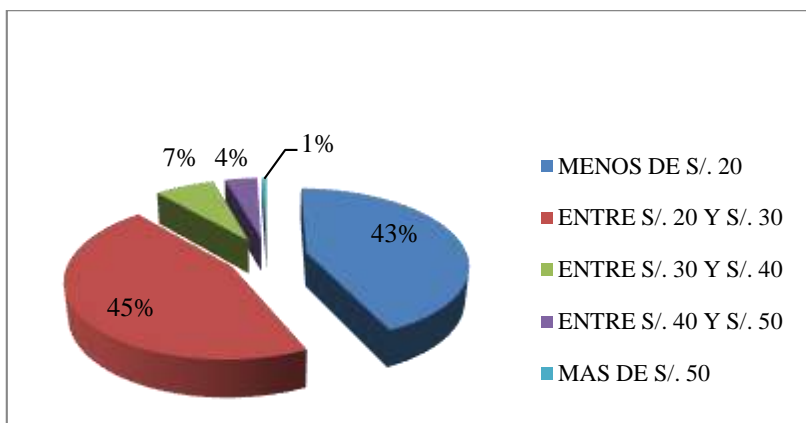
Principales Competidores y sus precios por consulta

Principales competidores	Precio de la consulta estimado
CENTRO MEDICO MADRID	S/. 25.00
POSTA MEDICA DE TAMBOGRANDE	S/. 10.00
CONSULTORIO MEDICO DR. CELI	S/. 20.00
CENTRO MEDICO: SANTA MARIA	S/. 20.00

Teniendo en cuenta el resultado de nuestro cuestionario, sobre a la pregunta cuanto estaría dispuesto a pagar por el valor de una consulta médica, el 45% indico que estaría dispuesta a pagar entre S/. 20.00 y S/. 30.00, en tanto que un 43%, estaría dispuesto a pagar menos de S/. 20.00.

Figura 12

Disponibilidad de pago



En base a los resultados que obtuvimos del cuestionario podemos realizar la siguiente tabla de precios:

Tabla 9

Determinación del precio

Tipo de Consulta	Precio de la consulta
Medicina en General	S/. 20.00
Ginecología	S/. 25.00
Obstetricia	S/. 25.00
Pediatría	S/. 25.00
Análisis y laboratorio	S/. 30.00

Estrategia de Comercialización y Comunicación

- Distribución de volantes los cuales serán distribuidos en los colegios, institutos, en el mercado y dejando volantes en principales bodegas, farmacias y restaurantes de la localidad.
- Talleres sobre cambios de la mujer embarazada
- Talleres sobre la educación sanitaria de la mujer embarazada y la alimentación durante la gestación.
- Charlas informativas en las escuelas, institutos sobre temas de la sexualidad.
- Charlas sobre el cuidado de la salud y educación alimenticia.
- Medios de comunicación por medio radiales y por medios escritos que son los más frecuentados por la población de Tambogrande.

PLAN DE OPERACIONES

Objetivos Generales

- Lograr prestar un servicio de excelente calidad en las especialidades que demande el paciente.
- Disponer de infraestructura acorde con la necesidad de los pacientes, para mayor comodidad dentro del centro

1. Estrategia de calidad: se cumplirá con los estándares establecidos para el sector salud y de servicio al cliente.

2. Estrategia de procesos: a través de la estandarización de distintos procesos de hospitalización.

3. Selección de proveedores: se realizará las inspecciones para los procesos de toma de análisis y entrega de resultados.

4. Estrategia de distribución: con diseños arquitectónicos y estéticos que garanticen la comodidad del paciente.

5. Estrategia de recursos humanos: se pretende tener personal calificado y especializado.

Servicio

Basado en la administración de tiempos, estableciendo las capacidades, controles y atenciones requeridas para cada paciente.

a) Capacidad

Con lo que respecta a la capacidad, se sabe que el local será de un área de 236 m² el primer piso. Se tendrá 04 habitaciones de consultorio para las especialidades de Ginecología, Obstetricia, Pediatría, y Medicina en General. Cada consultorio tiene la capacidad para cuatro personas un ambiente para farmacia y otro para laboratorio

2 piso: en el segundo piso se tiene: Ambiente amplio de internamiento con 4 camas personales y una habitación personal para algún cliente que desee mayor comodidad

También se cuenta con una cochera amplia con capacidad para albergar 03 automóviles.

b) El Control de la Atención

Las personas serán atendidas por el personal de atención al cliente, quien tomará nota de la consulta del paciente, es decir en que especialidad desea ser atendido.

Se mantendrá control del horario de entrada y salida de los especialistas al centro médico, el cual este de acuerdo a las citas pactadas con los pacientes.

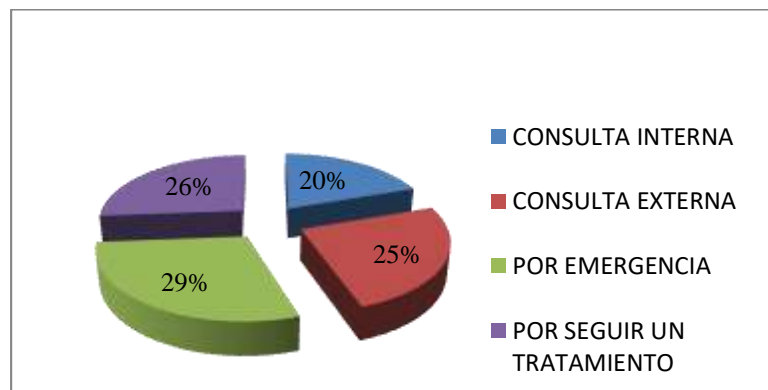
c) Servicios a Ofrecer

Los cuales están basados a los resultados obtenidos y detallados anteriormente:

- Emergencia
- Consulta para seguir un tratamiento
- Consulta Interna
- Consulta Externa

Figura 13

Modalidad de atención demandada

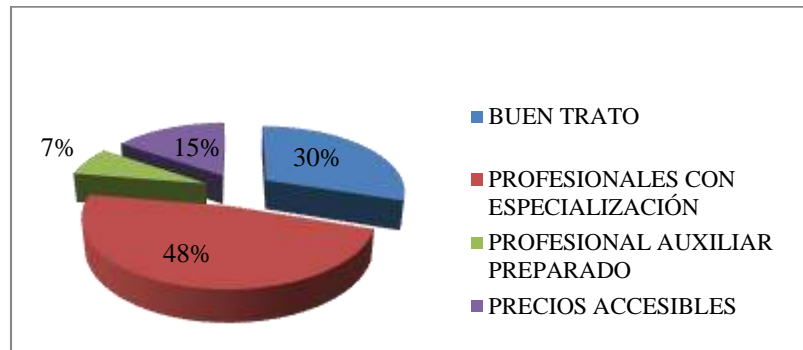


En lo referente al servicio que esperarían recibir del centro médico el 48% mencionaron que deben de contar con profesionales especializados, el 30% que ofrezcan un buen trato a los pacientes, y un 15% indicaron que las consultas tengan precios accesibles.

De acuerdo con los resultados obtenidos, podemos indicar, que los servicios que ofrecerá el centro; estarán dados por profesionales especializados, quienes brindarán una atención personalizada, brindando un buen trato a nuestros pacientes personalizada en cada una de las especialidades que vamos a brindar.

Figura 14

Qué espera del centro médico

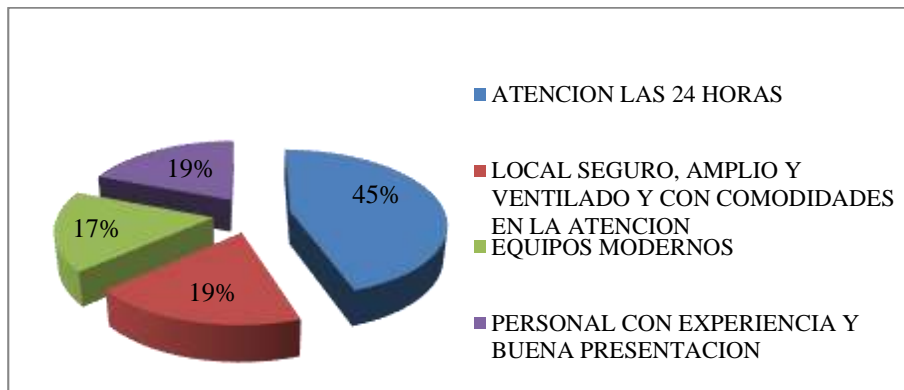


Los atributos que debe de tener el centro médico, es la atención las 24 horas del día, las cuales se puede ofrecer a las atenciones médicas de emergencia. Y deberá de contar con un local seguro, amplio y ventilado, y con cómodas instalaciones para la atención, la cual estará dada por personal profesional con buena presentación, contando con equipos modernos.

Mencionamos lo anterior, puesto que el 45%, indico que el centro médico, brinden el servicio de atención las 24 horas, así lo indicaron en tanto con un 19% indicaron que el local seguro, amplio y ventilado y con comodidades en la atención y cuenten con personal con experiencia y buena presentación. Y un 17% mencionaron que deben de contar con equipos modernos.

Figura 15

Atributos preferidos del centro de salud



Localización

El centro médico estará ubicado en el distrito de Tambogrande, en donde las personas demanden constantemente las especialidades que se ofrecen, y que estará dispuesto a pagar un precio razonable que está en función al buen servicio que se le va ofrecer y de la buena atención que recibirán.

Se tomará como principales clientes las personas que vivan en el distrito de Tambogrande, y centro poblados colindantes o cercanos a este distrito

Se deberá tener en cuenta, en la localización del Centro Médico los siguientes factores: Factores Técnico – Económicos y Factores Institucionales y Sociales.

Requerimientos del Proceso

a) Requerimientos de Maquinarias y Equipos

Las inversiones que permitirán el funcionamiento del centro médico es contar con sillas, camas, mesas, medicina y accesorios en general.

b) Requerimientos de Obras Físicas

El local cuenta con amplios y diversos ambientes iluminados, terraza, comedores, recibidor con baños incorporados y servicio de vigilancia.

c) Requerimientos de Servicios

Se contará, con el servicio de extintores públicos, sistemas de agua potable y energía eléctrica.

Proceso del servicio

Se muestran los procedimientos de atención al cliente y proceso de hospitalización a pacientes

a) Descripción del Proceso Atención al Cliente

Para recepcionar a los pacientes se acondicionarán algunas áreas para ese contacto inicial con las personas. Si el paciente llega por primera vez se le tomarán los datos respectivos para contar con un registro formal; pero si ya cuenta con registro anterior, se le preguntará la hora de su cita y se le brindará la atención lo más inmediato posible.

Consulta Externa:

Turno mañana: 9:00 a.m. a 13:00 p.m. de lunes a sábado.

Turno tarde: 15:00 p.m. a 19:00 p.m. de lunes a sábado.

Egresos Hospitalarios:

Turno mañana: De 10:00 a.m. a 12:00 mediodía de lunes a viernes.

Turno vespertino: De 16:00 p.m. a 19:00 p.m. de lunes a viernes.

Emergencia: las 24 hrs.

Para atender pacientes en control, ellos se deberán presentar en el área de recepción a programar su cita, con el fin de que se valore, periódicamente el padecimiento y tratamiento instituido correspondiente es de requisito obligatorio la tarjeta de registro.

Proceso de hospitalización

Características Físicas del local

El centro médico se ubicará en Tambogrande. Será construido de material noble. El local tendrá cuatro pisos, en un terreno de 251.43 m²; primer piso tiene un área de con un área de 236.15 m², el segundo piso 238.92 m², el tercer piso 227.28 m² y el cuarto piso 81.67 m².

PLAN DE LOGÍSTICA

Compras

Al empezar las nuevas actividades, se efectuará la compra general de equipos, materiales y enseres, preservando las especificaciones de calidad preestablecidas.

Proveedores

Se tendrá el cuidado de poseer más de un proveedor por ítem de compra.

Entre los principales equipos y muebles que el centro médico deberá de contar son:

Tabla 10

Maquinarias y equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS MEDICOS	UNIDADES
ECOGRAFOS	2
CAMILLAS GINECOLOGICAS	2
CAMILLAS MEDICAS	2
CAMILLAS RODANTES	4
CAMAS CLINICAS	6
VITRINAS	5
CUNITAS DE BEBE	4
ESTERILIZADORES	2
MESAS CLINICAS	4
CAMAS DE PARTO	2
ASPIRADORES	2
BIOMBOS	6
EQUIPOS DE PARTO	4
LAMPARAS CUELLO GANZO	6
PELDAÑOS	9
ESCRITORIOS	6
SILLONES RODANTES	6

SILLAS	8
EQUIPO DE CURACION	6
ASIENTOS DE ESPERA	4
TENSIOMETROS	3
TERMOMETROS	4
EQUIPO DE OXIGENO	2
TV/ LCD 32 PULG.	3
MICROSCOPIO	1
PROBETAS	2
PIPETAS	2
VASOS	2
MATRACES	2
SOPORTES	2
ESPATULAS	2
BURETAS	2
GRADILLAS	2
MUESTRADORES	2

PLAN DE ORGANIZACIÓN

Objetivos

La estructura para abordar será vertical, con niveles de manejo de poder y de toma decisionaria, incluyendo los servicios de Ginecología, Obstetricia, Pediatría y Medicina General.

Naturaleza y constitución

Se constituirá como una empresa individual de responsabilidad limitada de acuerdo con la Ley de Sociedades del Perú, como persona jurídica de derecho privado. La responsabilidad se limita al patrimonio y el titular no debe responder de manera personal por las obligaciones contraídas. La responsabilidad se limita al patrimonio.

PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Descripción de Puestos

El equipo del centro médico estará integrado por médicos especializados en las distintas áreas. El equipo Multidisciplinario estará compuesto por:

1 Director del Centro Médico

1 Laboratorista.

1 Ginecólogo.

1 Obstetra

1 Pediatra

1 Médico, especialista en medicina en general

1 Técnica en farmacia

2 Técnicas en enfermería

1 Recepcionista

1 Personal de limpieza

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Tabla 11

Inversión total

Rubros	Unidad	Cantidad	P.Unitario	Valor
I. Inversión Fija				678067,14
A. I.F.Tangible				S/. 676.067
Edificaciones	Global	1	S/. 550.058	S/. 550.058
Máq. Y Equipo	Global	1	S/. 114.900	S/. 114.900
Equipo. Complem.	Global	1	S/. 1.600	1600
Utensilios	Global	1	S/. 9.509	9509
B. I.F.Intangible				2000
G.de Estudio	V.U	1	1500	1500
Puesta en Marcha	V.U	1	500	500
II. Cap.de Trabajo				92670
Caja-Bancos	Global	1	1500	1500
Materia Prima	Mes	2	12786	25572
Planillas	Mensual	2	S/. 32.049	64098
Gastos generales	Mensual	2	750	1500
TOTAL				770737

DETALLE DE LA INVERSIÓN TOTAL

Tabla 12

Maquinarias y equipos médicos

MAQUINARIA Y EQUIPOS MEDICOS	UNIDADES	PRECIO UNITARIO (SOLES)	TOTAL
ECOGRAFOS	2	S/. 17.780,00	S/. 35.560,00
CAMILLAS GINECOLOGICAS	2	S/. 3.048,00	S/. 6.096,00
CAMILLAS MEDICAS	2	S/. 2.000,00	S/. 4.000,00
CAMILLAS RODANTES	4	S/. 1.500,00	S/. 6.000,00
CAMAS CLINICAS	6	S/. 1.500,00	S/. 9.000,00
VITRINAS	5	S/. 1.500,00	S/. 7.500,00

CUNITAS DE BEBE	4	S/. 300,00	S/. 1.200,00
ESTERILIZADORES	2	S/ 3.000,00	S/. 6.000,00
MESAS CLINICAS	4	S/. 250,00	S/. 1.000,00
CAMAS DE PARTO	2	S/ 1.800,00	S/. 3.600,00
ASPIRADORES	2	S/ 5.080,00	S/ 10.160,00
BIOMBOS	6	S/. 200,00	S/. 1.200,00
EQUIPOS DE PARTO	4	S/ 1.000,00	S/. 4.000,00
LAMPARAS CUELLO GANZO	6	S/. 600,00	S/. 3.600,00
PELDAÑOS	9	S/. 100,00	S/. 900,00
ESCRITORIOS	6	S/. 350,00	S/. 2.100,00
SILLONES RODANTES	6	S/. 250,00	S/. 1.500,00
SILLAS	8	S/. 100,00	S/. 800,00
EQUIPO DE CURACION	6	S/. 150,00	S/. 900,00
ASIENOS DE ESPERA	4	S/. 800,00	S/. 3.200,00
ESTETOSCOPIO	2	S/. 130,00	S/. 260,00
TENSIOMETROS	3	S/. 150,00	S/. 450,00
TERMOMETROS	4	S/. 6,00	S/. 24,00
EQUIPO DE OXIGENO	3	S/. 350,00	S/. 1.050,00
TV/ LCD 32 PULG.	3	S/ 1.600,00	S/. 4.800,00
TOTAL DE INVERSION EN MAQUINARIAS Y EQUIPOS			S/ 114.900,00

Tabla 13*Utensilios*

utensilios de laboratorio	Unidad	Cantidad	P.U
MICROSCOPIO	1	S/. 1.100,00	S/. 1.100,00
PROBETAS	2	S/. 853,00	S/. 1.706,00
PIPETAS	2	S/. 253,00	S/. 506,00
PINZAS PARA TUBO DE ENSAYO	3	S/. 56,00	S/. 168,00
MATRACES	2	S/. 1.160,00	S/. 2.320,00
FRASCOS GOTEROS	4	S/. 33,00	S/. 132,00
ESPATULAS	2	S/. 97,00	S/. 194,00
BURETAS	1	S/. 1.849,00	S/. 1.849,00
GRADILLAS	2	S/. 767,00	S/. 1.534,00
TOTAL			S/. 9.509,00

Tabla 14*Mano de obra directa*

TIPO DE SERVICIO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN	TOTAL DE MENSUAL: REMUNERACIÓN	REMUNERACION ANUAL CON BENEFICIOS	REMUNERACION MENSUAL CON BENEFICIOS
Enfermeras	2	S/. 800,00	S/. 1.600,00	S/. 24.144,00	S/. 1.744,00
Especialista en Medicina General	1	S/. 3.000,00	S/. 3.000,00	S/. 45.270,00	S/. 3.270,00
Especialista en Ginecología	1	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 56.214,00	S/. 3.914,00
Especialista en Obstétrica	1	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 65.484,00	S/. 4.184,00
Especialista en Pediatría	1	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 79.698,00	S/. 4.598,00
Enfermera en Farmacia	2	S/. 800,00	S/. 1.600,00	S/. 80.382,00	S/. 3.382,00
Laboratorista	1	S/. 1.500,00	S/. 1.500,00	S/. 116.880,00	S/. 4.380,00
TOTAL DE EGRESOS I				S/. 468.072,00	S/. 25.472,00

Tabla 15*Insumos*

INSUMOS DE LABORATORIO	Numero de servicios por año	Costo por servicio	TOTAL ANUAL
INSUMOS DE LABORATORIO	10959	14	153432
TOTAL			S/. 153.431,96

Tabla 16*Servicios*

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor	Anual
Luz	V.U	1	S/. 250.00	250	3000
Agua	V.U	1	S/. 300.00	300	3600
Teléfono	V.U	1	S/. 200.00	200	2400
Internet/Cable	V.U	1	S/. 250.00	250	3000
TOTAL				1000	12000

Tabla 17*Caja*

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor
Servicios	Global	1	1000	1000
Contingencias	V.U	1	500	500
				1500

Tabla 18*Equipos complementarios*

Equipos	Unidad	Cantidad	P.U	Total S/
Computadora	V.U	1	1400	1400
impresora	V.U	1	200	200
TOTAL				1600

Tabla 19*Gastos generales*

Equipos	Unidad	Cantidad	P.U	Total S/	Anual
Útiles de aseo	V.U	1	450	450	5400
Mantenimiento de áreas verdes y limpieza		1	300	300	3600
TOTAL					9000

Tabla 20*Costo de obra construida*

COSTO REFERENCIAL DE OBRA CONSTRUIDA		
COSTO	AREA M2	TOTAL
S/. 523.02	784.02	S/. 410,058.14
COSTO DE ASCENSOR		S/. 132,500.00
COSTO DE SUPERVISIÓN DE OBRA		S/. 7,500.00
TOTAL DE COSTO PARA EL INMUEBLE		S/. 550,058.14

La inversión total para el negocio se ha determinado en S/. **770,737,00** nuevos soles.

Financiamiento

Para financiar la inversión del negocio contamos con el 60% del aporte de los socios y el otro 40% será financiado por el Banco Continental del Perú, a una TEA de 40% capitalizable mensualmente.

Tabla 21*Amortizaciones*

Cuota	F. Vencimiento	Saldo	Amortización	Interés	Com. Env. + Seg. (*)	Cuota Total
1	05/03/2013	312,664.63	0	11,179.62	114.48	11,294.10
2	05/04/2013	310,676.67	1,987.96	9,191.66	114.48	11,294.10
3	06/05/2013	308,630.27	2,046.40	9,133.22	114.48	11,294.10
4	05/06/2013	306,226.91	2,403.36	8,776.26	114.48	11,294.10
5	05/07/2013	303,755.21	2,471.70	8,707.92	114.48	11,294.10
6	05/08/2013	301,505.33	2,249.88	8,929.74	114.48	11,294.10
7	05/09/2013	299,189.31	2,316.02	8,863.60	114.48	11,294.10
8	07/10/2013	297,093.20	2,096.11	9,083.51	114.48	11,294.10
9	05/11/2013	294,076.33	3,016.87	8,162.75	114.48	11,294.10
10	05/12/2013	291,259.11	2,817.22	8,362.40	114.48	11,294.10
11	06/01/2014	288,922.23	2,336.88	8,842.74	114.48	11,294.10
12	05/02/2014	285,958.45	2,963.78	8,215.84	114.48	11,294.10
13	05/03/2014	282,361.16	3,597.29	7,582.33	114.48	11,294.10
14	07/04/2014	280,026.18	2,334.98	8,844.64	114.48	11,294.10
15	05/05/2014	276,271.60	3,754.58	7,425.04	114.48	11,294.10
16	05/06/2014	273,213.76	3,057.84	8,121.78	114.48	11,294.10
17	07/07/2014	270,329.02	2,884.74	8,294.88	114.48	11,294.10
18	05/08/2014	266,576.79	3,752.23	7,427.39	114.48	11,294.10
19	05/09/2014	263,233.95	3,342.84	7,836.78	114.48	11,294.10
20	06/10/2014	259,792.84	3,441.11	7,738.51	114.48	11,294.10
21	05/11/2014	256,000.73	3,792.11	7,387.51	114.48	11,294.10
22	05/12/2014	252,100.79	3,899.94	7,279.68	114.48	11,294.10
23	05/01/2015	248,332.39	3,768.40	7,411.22	114.48	11,294.10
24	05/02/2015	244,453.20	3,879.19	7,300.43	114.48	11,294.10
25	05/03/2015	239,755.38	4,697.82	6,481.80	114.48	11,294.10
26	06/04/2015	235,854.83	3,900.55	7,279.07	114.48	11,294.10
27	05/05/2015	231,155.41	4,699.42	6,480.20	114.48	11,294.10
28	05/06/2015	226,771.26	4,384.15	6,795.47	114.48	11,294.10
29	06/07/2015	222,258.22	4,513.04	6,666.58	114.48	11,294.10
30	05/08/2015	217,398.77	4,859.45	6,320.17	114.48	11,294.10
31	07/09/2015	213,028.92	4,369.85	6,809.77	114.48	11,294.10
32	05/10/2015	207,497.87	5,531.05	5,648.57	114.48	11,294.10

33	05/11/2015	202,418.24	5,079.63	6,099.99	114.48	11,294.10
34	07/12/2015	197,384.12	5,034.12	6,145.50	114.48	11,294.10
35	05/01/2016	191,627.70	5,756.42	5,423.20	114.48	11,294.10
36	05/02/2016	186,081.52	5,546.18	5,633.44	114.48	11,294.10
37	07/03/2016	180,372.29	5,709.23	5,470.39	114.48	11,294.10
38	05/04/2016	174,148.47	6,223.82	4,955.80	114.48	11,294.10
39	05/05/2016	167,920.96	6,227.51	4,952.11	114.48	11,294.10
40	06/06/2016	161,839.49	6,081.47	5,098.15	114.48	11,294.10
41	05/07/2016	155,106.47	6,733.02	4,446.60	114.48	11,294.10
42	05/08/2016	148,486.64	6,619.83	4,559.79	114.48	11,294.10
43	05/09/2016	141,672.20	6,814.44	4,365.18	114.48	11,294.10
44	05/10/2016	134,521.19	7,151.01	4,028.61	114.48	11,294.10
45	07/11/2016	127,555.29	6,965.90	4,213.72	114.48	11,294.10
46	05/12/2016	119,757.86	7,797.43	3,382.19	114.48	11,294.10
47	05/01/2017	112,098.86	7,659.00	3,520.62	114.48	11,294.10
48	06/02/2017	104,322.61	7,776.25	3,403.37	114.48	11,294.10
49	06/03/2017	95,909.16	8,413.45	2,766.17	114.48	11,294.10
50	05/04/2017	87,456.83	8,452.33	2,727.29	114.48	11,294.10
51	05/05/2017	78,764.15	8,692.68	2,486.94	114.48	11,294.10
52	05/06/2017	69,900.02	8,864.13	2,315.49	114.48	11,294.10
53	05/07/2017	60,708.09	9,191.93	1,987.69	114.48	11,294.10
54	07/08/2017	51,430.08	9,278.01	1,901.61	114.48	11,294.10
55	05/09/2017	41,663.52	9,766.56	1,413.06	114.48	11,294.10
56	05/10/2017	31,668.65	9,994.87	1,184.75	114.48	11,294.10
57	06/11/2017	21,450.50	10,218.15	961.47	114.48	11,294.10
58	05/12/2017	10,860.24	10,590.26	589.36	114.48	11,294.10
59	05/01/2018	0	10,860.24	319.27	114.48	11,293.99
			311,378.00	348,219.47	6,754.32	666,351.79
			31,134.46	37,836.93	984	69,955.39

Presupuesto de ingresos y egresos

Tabla 22

Ingresos

PROYECCION DE INGRESOS					
	2020	2021	2022	2023	2024
Medicina general	463668	488744	515026	542550	581179
Precio	20	21	21	22	23
cantidad	23183	23725	24273	24825	25819
Ginecología	221296	233264	245808	258944	277381
Precio	25	26	27	27	28
cantidad	8852	9059	9268	9479	9858
Pediatría	263448	277695	292628	308267	330216
Precio	25	26	27	27	28
cantidad	10538	10784	11033	11284	11736
Obstetricia	221296	233264	245808	258944	277381
Precio	25	26	27	27	28
cantidad	8852	9059	9268	9479	9858
Análisis y laboratorio	328783	346564	365200	384717	412109
Precio	30	31	32	33	34
cantidad	10959	11216	11475	11736	12205
TOTAL INGRESOS	1498491	1579530	1664469	1753422	1878266

Los precios se ajustarán a la tasa inflacionaria del 2020

➤ Presupuesto de Egresos

Se toma en cuenta la clasificación de los costos directos e indirectos, asimismo la depreciación y la amortización.

Tabla 23*Egresos*

PROYECCION DE COSTOS					
	2020	2021	2022	2023	2024
MOD	468072	468072	468072	468072	468072
MATERIA PRIMA DIRECTA	153432	158035	162776	167659	172689
SERVICIOS 95%	6270	6270	6270	6270	6270
DEPRECIACION	39482	39482	39482	39482	39482
AMORTIZACIÓN	200	200	200	200	200
TOTAL	667456	672059	676800	681683	686713

Tabla 24*Servicios*

PROYECCION DE SERVICIOS					
	2020	2021	2022	2023	2024
Luz	3000	3000	3000	3000	3000
Agua	3600	3600	3600	3600	3600
Teléfono	2400	2400	2400	2400	2400
Internet/Cable	3000	3000	3000	3000	3000
TOTAL	12000	12000	12000	12000	12000

Tabla 25*Gastos administrativos*

	2020	2021	2022	2023	2024
G. Administrativos	114845	114845	114845	114845	114845
Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	108777	108777	108777	108777	108777
Teléfono	2400	2400	2400	2400	2400
Internet/Cable	3000	3000	3000	3000	3000
Servicios(Luz y agua) 5%	330	330	330	330	330
Depreciación	338	338	338	338	338

Tabla 26*Costo total*

RUBROS	2020	2021	2022	2023	2024
I.- C.Fabricación	667456	672059	676800	681683	686713
MOD	468072	468072	468072	468072	468072
MATERIA PRIMA DIRECTA	153432	158035	162776	167659	172689
SERVICIOS 95%	6270	6270	6270	6270	6270
DEPRECIACION	39482	39482	39482	39482	39482
AMORTIZACIÓN	200	200	200	200	200
II.- G.Operación					
2.1 G.Administrativos	114845	114845	114845	114845	114845
Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	108777	108777	108777	108777	108777
Teléfono	2400	2400	2400	2400	2400
Internet/Cable	3000	3000	3000	3000	3000
Servicios(Luz y agua) 5%	330	330	330	330	330
Depreciación	338	338	338	338	338
2.3. G. Generales	9000	9000	9000	9000	9000
Útiles de aseo	5400	5400	5400	5400	5400
Mantenimiento de áreas verdes y limpieza	3600	3600	3600	3600	3600
TOTAL	791300	795903	800644	805527	810557

Depreciación y amortización

Es el desgaste, obsolescencia, o la caída del precio de un activo.

Tabla 27*Depreciación*

Equipamiento	20%
Equipos de computación y comunicación	25%
Edificaciones	3%
Depreciación de Vehículos	20%

Tabla 28*Depreciación de maquinaria y equipo*

MAQUINARIA Y EQUIPOS MEDICOS	UNIDADES	PRECIO UNITARIO (SOLES)	TOTAL	Depreciación
ECOGRAFOS	2	17780	35560	7112
CAMILLAS GINECOLOGICAS	2	3048	6096	1219.2
CAMILLAS MEDICAS	2	2000	4000	800
CAMILLAS RODANTES	4	1500	6000	1200
CAMAS CLINICAS	6	1500	9000	1800
VITRINAS	5	1500	7500	1500
CUNITAS DE BEBE	4	300	1200	240
ESTERILIZADORES	2	3000	6000	1200
MESAS CLINICAS	4	250	1000	200
CAMAS DE PARTO	2	1800	3600	720
ASPIRADORES	2	5080	10160	2032
BIOMBOS	6	200	1200	240
EQUIPOS DE PARTO	4	1000	4000	800
LAMPARAS CUELLO GANZO	6	600	3600	720
PELDAÑOS	9	100	900	180
ESCRITORIOS	6	350	2100	420
SILLONES RODANTES	6	250	1500	300
SILLAS	8	100	800	160
EQUIPO DE CURACION	6	150	900	180
ASIENTOS DE ESPERA	4	800	3200	640
ESTETOSCOPIO	2	130	260	52
TENSIOMETROS	3	150	450	90
TERMOMETROS	4	6	24	4.8
EQUIPO DE OXIGENO	3	350	1050	210
TV/ LCD 32 PULG.	3	1600	4800	960
TOTAL DE INVERSION EN MAQUINARIAS Y EQUIPOS			114900	22980

Tabla 29*Depreciación de otros equipos*

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor	Depreciación
Computadora		1	1200	1200	300
Impresora		1	150	150	38
				1350	338

Tabla 30*Depreciación de obras civiles*

COSTO REFERENCIAL DE OBRA CONSTRUIDA			TOTAL DEPRECIACION
COSTO	AREA M2	TOTAL	
523.02	784.02	410058.14	
COSTO DE ASCENSOR		132500	
COSTO DE SUPERVISIÓN DE OBRA		7500	
TOTAL DE COSTO PARA EL INMUEBLE		550058	16502

Tabla 31*Amortización*

Descripción	Unidad	Cantidad	P.U	Valor	Amortización
G. de estudio	V.U	1	1500	1500	150
puesta en marcha	global	1	500	500	50
				2000	200
amortización	10%				

Punto de Equilibrio

Es aquel donde el volumen de ventas tiene utilidad igual a cero; esto se produce en la intersección del costo total y ventas, es decir en donde ambos se igualan.

La fórmula es la siguiente

Punto de equilibrio en
 unidades
 Costo fijo total
 Precio de venta sin IGV
 Costo Unitario variable

$$Q^* = \frac{CFT}{(P_{v\text{sinigv}} - CUV)}$$

Tabla 32

Punto de equilibrio

SERVICIO	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO VARIABLE UNITARIO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES
Medicina general	38320	206526	9	4766	80775
Ginecología	18289	98569	11	1820	38552
Pediatría	21773	117345	11	2166	45895
Obstetricia	18289	98569	11	1820	38552
Análisis y laboratorio	27173	146446	13	2253	57277
TOTAL	123845	667456			

Estados Financieros Proyectados

➤ Balance Inicial

Tabla 33

Balance inicial

BALANCE INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo No Corriente	
Existencias	25572		
Disponibles	67098	Obligaciones Financieras	311378
Total Activo Corriente	92670	Total Pasivo	311378
Activo No Corriente			
Tangible	676067	Patrimonio	
Intangible	2000	Capital	467067
Imprevistos	7707		
Total Activo No Corriente	685775		
TOTAL ACTIVO	778445	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	778445

Tabla 34

Estado de pérdidas y ganancias

Estado de Resultados RUBRO	2020	2021	2022	2023	2024
Ingreso Por Ventas	1,498,491	1,579,530	1,664,469	1,753,422	1,878,266
Costo de Fabricación	667,456	672,059	676,800	681,683	686,713
UTILIDAD BRUTA	831,035	907,472	987,670	1,071,739	1,191,553
Gastos Operativos	123,845	123,845	123,845	123,845	123,845
Gastos de Administración	114,845	114,845	114,845	114,845	114,845
Gastos generales	9000	9000	9000	9000	9000
UTILIDAD OPERATIVA	707,190	783,627	863,825	947,895	1,067,709
Gastos Financieros	107,449	92,650	75,784	52,397	18,653
U. ANTES DE IMP.	599,741	690,977	788,042	895,498	1,049,055
I. Renta(30%)	179,922	207,293	236,412	268,649	314,717

EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla 35

Flujo de caja económico y financiero

RUBROS	0	1	2	3	4	5
I) INGRESOS		1498491	1579530	1664469	1753422	1945873
VENTAS		1498491	1579530	1664469	1753422	1878266
V. RESIDUAL						67607
II) EGRESOS		1003457	1030991	1059792	1089896	1130870
2.1 INVERSIONES	-778445					
2.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN		667456	672059	676800	681683	686713
2.3. GASTOS OPERATIVO		123845	123845	123845	123845	123845
2.5. IMPUESTO A LA RENTA		212157	235088	259148	284368	320313
III) FLUJO NETO ECONOMICO	-778445	495033	548539	604678	663526	815003
IV) FLUJO FINANCIERO						
PRÉSTAMO	311378					
AMORTIZACIÓN		26706	41505	58372	81759	104323
INTERESES		107449	92650	75784	52397	18653
COMISIONES		1374	1374	1374	1374	1374
ESCUDO FISCAL		32235	27795	22735	15719	5596
V) FLUJO NETO FINANCIERO	-467067	391739	440805	491884	543716	696249

El valor residual se calcula tomando en cuenta el 10% de la inversión fija tangible.

➤ Evaluación del Negocio

Este análisis estima la rentabilidad del capital propio complementado con el financiamiento externo para ello utilizaremos las tasas de descuento que a continuación se indican:

Tabla 36*Tasa de descuento*

TASA DE RENDIMIENTO EXIGIDA	15%	
TEA pasiva más alta del mercado	10%	
Riesgo	5%	
TEA DEL PRESTAMO	40.00%	
INVERSION TOTAL	778445	
APORTE PROPIO	467067	60%
FINANCIAMIENTO	311378	40%
COSTO PONDERADO DE CAPITAL		20.20%

Evaluación Económica

Aquí presentamos la evaluación del proyecto de inversión por medio de sus indicadores económicos que son: La tasa interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN),

Tabla 37*Indicadores de rentabilidad económica*

EVALUACION ECONOMICA	
VANE	S/. 1,248,952.58
TIRE	66%

➤ VALOR ACTUAL NETO. VANE

Considerando una tasa de Rendimiento exigida del 15% se tiene un VANE equivalente a S/. 1, 248,952.58

Con un VAN mayor que cero se considera el proyecto rentable

➤ TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICA. TIR

La Rentabilidad de la inversión total mediante la TIR del proyecto es de 66%, lo cual nos permite financieramente cubrir los costos a través del horizonte de planeación

Evaluación Financiera

Este análisis estima la rentabilidad del capital propio complementado con el financiamiento externo para los cuales se pueden utilizar los siguientes indicadores:

Tabla 38

Indicadores de rentabilidad financiera

EVALUACION FINANCIERA	
VANF	S/. 985,126.89
TIRF	91%

Determina la rentabilidad financiera en función al flujo de caja financiero y la tasa de descuento financiero.

- El VANF es de S/.985,126.89 por lo tanto es positivo entonces el proyecto es rentable financieramente.
- TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA: TIRF La Rentabilidad de la inversión total mediante la TIR del proyecto es de 91%, lo cual nos permite financieramente cubrir los costos a través del horizonte de planeación

Análisis de sensibilidad

Se asume un incremento de los costos ventas en un 10%, para determinar un escenario pesimista. Ante este cambio tenemos una caída del VANE de S/. 1022478 y VANF de S/. 784086 de igual forma se aprecia una caída de la TIR Económica y Financiera de 57,39% y 76,46% respectivamente mostrándose aún en esta disminución rentable el proyecto

Tabla 39

Flujo de caja con sensibilidad

RUBROS		1	2	3	4	5
I) INGRESOS		1498491	1579530	1664469	1753422	1945873
VENTAS		1498491	1579530	1664469	1753422	1878266
V. RESIDUAL						67607
II) EGRESOS		1070203	1098197	1127472	1158064	1199541
2.1 INVERSIONES	-778445					
2.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN		734201	739265	744480	749851	755384
2.3. GASTOS OPERATIVO		123845	123845	123845	123845	123845
2.5. IMPUESTO A LA RENTA		212157	235088	259148	284368	320313
III) FLUJO NETO ECONOMICO	-778445	428288	481333	536998	595358	746331
IV) FLUJO FINANCIERO						
PRÉSTAMO	311378					
AMORTIZACIÓN		26706	41505	58372	81759	104323
INTERESES		107449	92650	75784	52397	18653
COMISIONES		1374	1374	1374	1374	1374
ESCUDO FISCAL		32235	27795	22735	15719	5596
V) FLUJO NETO FINANCIERO	-467067	324993	373599	424204	475548	627578

Tabla 40

Indicadores de rentabilidad con sensibilidad

EVALUACION ECONOMICA	
VANE	1022478
TIRE	57.39%
EVALUACION FINANCIERA	
VANF	784086
TIRF	76.46%

V. DISCUSIÓN

Teniendo en cuenta que la mayoría cuenta con hijos, y que en promedio cada una de estas personas cuentan con un promedio de cuatro hijos como lo hemos mencionado anteriormente, podemos realizar una primera recomendación a nuestro plan de negocio al centro médico, aplicar programas de planificación familiar y control del embarazo, como estrategias de promocionar o darle a conocer al distrito de las Lomas, sobre el centro médico.

Referente a la atención que se han requerido en los dos últimos meses, indicamos que la atención que más han requerido es medicina general, pero la especialidad que se demanda es tanto la ginecología y pediatría, que son dos especialidades las cuales se relacionan mucho, y son las que debemos tener en nuestro centro médico, contar con personal especializado.

Podemos indicar que el personal que encuestamos el 30% calificaron como regular y malo el servicio de atención del lugar donde asistió. Ese porcentaje que manifiesta su descontento por el servicio médico que existe en el distrito de las Tambogrande, es el que principalmente debemos atender.

De acuerdo con la información de nuestros encuestados el pago que realizan por alguna consulta 69% indicó que pagaron menos de S/.30.00. Y también podemos decir que el 40% se sintieron algo y nada satisfecho de la atención médica que le brindaron, podemos indicar que algunas personas no se sienten satisfechas del servicio médico que existen en los diferentes centros médicos del distrito de Tambogrande, teniendo en cuenta en esta localidad el precio promedio por una consulta médica esta entre S/.15.00 y S/.25.00. Por lo que Debemos de aplicar una estrategia de diferenciación en nuestros precios brinda una atención profesional y de calidad, con la finalidad que la persona que sea atendida sienta una gran satisfacción del servicio que se le ha brindado

Mantener la ubicación actual del centro médico, y que el costo de nuestra consulta vaya de acuerdo con la especialidad, teniendo que el valor dispuesto a pagar por este servicio sería menos de S/30.00.

La mayoría de las personas encuestadas asistieron al centro médico por sus bajos costos, el principal inconveniente que existen en los centros médicos de la localidad es la falta de especialistas, los medicamentos escasos y que no sean atendidos con rapidez, y sobre que mejoraría de los establecimientos médicos, que estos tengas más servicios especializados y atención personalizadas. Por lo que podemos deducir que la principal preocupación de los pobladores de la localidad de Tambogrande, es que no existan los especialistas, que ellos demandan para ser atendidos,

A manera general podemos indicar de acuerdo con los resultados, la mayoría de nuestros encuestados ha demandado el servicio de medicina general. Las especialidades más requeridas son la ginecología/obstetricia y pediatría dos especialidades que guardan relación y en las cuales el centro médico ya tiene experiencia y las cuales las podemos ofrecer. Para lo cual debemos de contar con personal especializado, equipos modernos, cómodas instalaciones tanto para la asistencia médica como para la atención, atendiéndolos con rapidez y realizando seguimiento continuo a nuestros pacientes

El principal medio por el cual se enteraron las personas del centro médico, es la radio, y por medio de las referencias de las personas que han asistido a este centro médico, teniendo en cuenta que esperaríamos que el centro médico le ofrezca profesionales especializados y buen servicio de atención, podemos establecer propaganda radiales en donde se le informe a la población de las especialidades que esta brindado este servicio haciendo resaltar la calidad de atención tanto de hacia los pacientes como a sus familiares o amigos que lo acompañen.

Los principales atributos que prefieren que tenga el centro medico que posea atención las 24 horas y que sean atendidos por profesionales y que el local tenga las condiciones necesarias para una buena atención, y esto esta muy relacionado con la principal modedaliad que demandaría el centro médico que es el servicio de emergencia, así como la consulta interna es decir que el paciente tenga que permanecer en el centro médico, como consulta externo que las personas lleguen de manera particular. Siendo nuestros principales servicios los de medicina general, ginecología, obstetricia, pediatria.

Por todo lo anteriormente expuesto las hipótesis general Hg: Si existe la viabilidad de implementar los servicios del centro médico en el distrito de Tambogrande, se acepta.

VI. CONCLUSIONES

1. Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos, se evidenció que existe un mercado potencial que se encuentra dispuesto a utilizar los servicios del centro asistencial en las especialidades de: medicina general, ginecología, pediatría, obstetricia, análisis y laboratorio.
2. La inversión inicial que se requiere para llevar a cabo este proyecto es de S/. 77,0737 nuevos soles La misma servirá para la adquisición de los activos fijos y diferidos, acondicionamiento y remodelación del centro médico, así como también para cubrir las necesidades de capital de trabajo
3. La evaluación económica y financiera evidenció indicadores muy reveladores. En cuanto al rendimiento se obtuvo una tasa promedio del 18,25%. El VANE genera excedentes al final del proyecto por S/.1, 248, 952,58 y la tasa interna de retorno es del 66%, el VANF es de S/.985, 125,89 y una TIRF de 91% indicándose que, de ejecutarse el proyecto, podrá contar con suficiente flujo de caja para recuperar la inversión.
4. Por otra parte, la TIRF (91%) indica que es más rentable invertir en este proyecto, que mantenerlo en Instituciones bancarias a través de instrumentos financieros.
5. El análisis de sensibilidad por el incremento de los costos en un 10%, demuestra que el proyecto sigue siendo rentable con tasas de 57,39% y 76,46% respectivamente.
6. Como opciones a medio plazo, la posibilidad de integrar otras especialidades que requiera la población de Tambogrande, como pueden ser la especialidad de oftalmología y de gastroenterología.

7. En este plan de negocios, en la parte de análisis de resultados se ha podido observar que existe un déficit en los servicios, ya sea en sus habientes o en la falta de especialistas de los centros de salud que existe en la localidad de Tambogrande

VII. RECOMENDACIONES

1. Mediante este plan de negocios se ha pretendido establecer cuáles serían todos los pasos a seguir para la realización de un centro médico. La solución dada cumple con los objetivos de inversión rentable desde el punto de vista de los inversores y de un producto atractivo desde el punto de vista de los clientes
2. Desde el punto de vista de los inversores se ha constatado que se trata de una inversión rentable a corto y largo plazo puesto que como se ha podido observar a lo largo del plan de negocios el sector de salud es uno de los sectores con un potencial de crecimiento muy importante para los próximos años.
3. En cuanto al producto y servicios presentados se ha intentado ofrecer unos servicios e instalaciones adaptadas a las necesidades de los futuros clientes. Con la unión de consultorios externos y pisos de atención médica se pretende ofrecer un servicio más completo y que suponga un punto diferenciador respecto a otros centros médicos.
4. Establecer convenios con las escuelas, institutos y otras instituciones públicas o privadas para realizar charlas informativas sobre temas del cuidado de la salud o de temas que vayan de acuerdo a las especialidades brindadas.
5. Invertir en publicidad radial y escrita, para concientizar a las personas sobre el conocimiento, sobre el cuidado del embarazo, la salud del infante y el aseo bucal.

REFERENCIAS

- Aaker, Kumar y Day. (2016). *Investigación de mercados*. 4ta Edición. Limusa.
- Ander-Egg, E. (2012). *Técnicas de Investigación Social*. 24ta Edición. Editorial Lumen.
- Andrade, S. (2013). *Diccionario de Economía*. Tercera Edición. Editorial Andrade.
- Bonta, P. y Farber, M. (2016). *199 preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Grupo Editorial Norma.
- Cutopria, C. (2005). *Plan de Marketing paso a paso*. Editorial Esic.
- Etzel, S. (2014). *Fundamentos de Marketing*, 13a. Edición.
- Fischer, L. y Espejo, J. (2016). *Mercadotecnia*. Tercera Edición. Mc Graw Hill.
- Flores, U. (2010). *Proyectos de inversión para las Pymes*. 2da ed. ECOE.
- Fred, R. (2014). *Conceptos de administración estratégica*. 8va edición. Duarte, España.
- Friend, G. y Zehles, S. (2008). *Como diseñar un plan de negocio*. Editorial El comercio.
- Gómez, V. y Palao, C. (2010). *Plan de Negocio*. Editorial Septiembre S.A.C.
- Hernández, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2013). *Dirección de la mercadotecnia, análisis, planeación, implementación y control*. 7ma Edición. Prentice Hall Hispanoamérica.
- Kotler, P. (2011). *Dirección de marketing*. Pearson Educación.
- Kotler, P. (2015). *El Marketing según Kotler: Como crear, ganar y dominar los mercados*. Edición Paidós.

- Kotler, Bloom y Hayes. (2014). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Primera Edición. Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Lemos, C. (2010). *Viabilidad, factibilidad y evaluación*.
http://www.slideshare.net/carloslemos?utm_campaign=profiletracking&utm_medium=sss&utm_source=ssslideview
- Malhotra, N. (2014). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. 4ta Edición. Prentice Hall.
- Mankiw, G. (2009). *Principios de Economía*. Cuarta Edición. Mc Graw Hill.
- Mayorga, D. y Araujo, P. (2007). *El plan de Marketing*. 1era edición. Universidad del Pacifico.
- Parkin M., Esquivel, G. y Muñoz, M. (2012). *Microeconomía* - versión para Latinoamérica. 7ma Edición. Pearson Educación.
- Pérez, M. (2003). *Diccionario de Administración*. Editorial San Marcos.
- Randall, G. (2013). *Principios de Marketing*. Segunda Edición. Thomson Editores Sapin.
- Rivera, J. y Mencía de Garcillán. (2017). *Dirección de Marketing: fundamentos y aplicaciones*. ESIC Editorial.
- Riveros, P. (2007). *Sistema de Gestión de la Calidad*. Editorial Ecoediciones.
- Rosales, J. (2012). *Elementos de Microeconomía*.
- Ryan, W. (2001) *Guía Básica para la actividad de Marketing*. Editorial Deusto.
- Sánchez, G. (1996) *Para ganar y vender más: El marketing en las pequeñas empresas*. Editorial Publicaciones Creativas S.A y Wilfredo Navarrete.

Sapag, N. y Sapag, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. 5ta Edición. Editorial Mc Graw Hill.

Sandhusen, L. (2012). *Mercadotecnia*. 1era Edición. Compañía Editorial Continental.

Schiffman, L. y Kanuk, L. (2014). *Comportamiento del consumidor*, Pearson Educación.

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un Negocio*. 1era edición. USAID.

Valderrama, S. (2002) *Pasos para la Elaborar Proyectos y Tesis de Investigación Científica*. Editorial San Marcos.

Zeithaml, V.; Bitner, M. y Gremler, D. (2009) *Marketing de Servicios*. Editorial McGraw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
V1. DEMANDA	Número de bienes que los clientes manifiestan disponibilidad de adquirir a los niveles de precio del mercado (Rosales, 2012).	La oferta se medirá a través de los precios de los productos, ingresos del consumidor, sus gustos y preferencias, así como cantidades demandadas, para lo cual se aplicará un cuestionario	Nivel de precios de los productos Nivel de ingresos del consumidor Gustos y preferencias de los consumidores Cantidad demandada	Ordinal
V2. OFERTA	Número de bienes que los ofertantes tienen disponibilidad para producir a determinado nivel de precios (Parkin et al., 2012).	La oferta se medirá a través de los precios del mercado, la cantidad de productos a ofrecer, la tecnología existente y el número de ofertantes	Nivel de precios del mercado Cantidad de productos a ofrecer Tecnología existente Numero de ofertantes	Ordinal

ANEXO 2 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN	MÉTODO
	PROBLEMA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	OBJETIVO GENERAL	
Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020	¿Cuáles son los niveles de viabilidad y rentabilidad que tendría la integración de los servicios asistenciales médicos de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020?	Los niveles de viabilidad y rentabilidad son favorables y positivos en la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020	Determinar los niveles de viabilidad y rentabilidad que tendría la integración de los servicios asistenciales médicos de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Aplicada, cuantitativa, no experimental, transversal y descriptiva
	<p>PROBLEMA ESPECIFICOS</p> <p>¿Cuáles son las condiciones de mercado que poseen los servicios asistenciales médicos en el distrito de Tambogrande?</p> <p>¿Cuáles son las condiciones técnicas, organizacionales y operativas que deben poseer los servicios asistenciales médicos en el distrito de Tambogrande?</p> <p>¿Cuál son las condiciones financieras que debe poseer los servicios asistenciales médicos en el distrito de Tambogrande?</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECIFICOS</p> <p>Existen condiciones favorables en el mercado objetivo que permiten aplicar una mezcla de marketing para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande</p> <p>Existen condiciones técnicas y organizacionales que determinan el tamaño de la organización e infraestructura, maquinaria equipo, así como las condiciones operativas posibles de aplicar para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande</p> <p>Existen condiciones positivas de rentabilidad y fuentes viables de financiamiento que hacen posible la integración de los servicios asistenciales médicos de un centro médico en el distrito de Tambogrande.</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Determinar el mercado objetivo y la mezcla de marketing</p> <p>Determinar el tamaño de la infraestructura, maquinaria y equipos, aspectos organizacionales, así como el ciclo operativo que son necesarios para la integración de los servicios asistenciales médicos</p> <p>Determinar la rentabilidad y la estrategia de financiación para la integración de los servicios asistenciales médicos.</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTREO 384 habitantes</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Encuesta, observación. Cuestionario, guía de observación</p> <p>MÉTODO DE ANÁLISIS Se aplicó un análisis de tipo descriptivo, mediante tablas de frecuencia y porcentaje</p>

ANEXO 3 CUESTIONARIO

CUESTIONARIO

INFORMACIÓN GENERAL

004	Encuestador/a		005	Fecha de la Encuesta	/ /
006	Hora en que comenzó la encuesta		007	Hora finalizada de la encuesta	

INSTRUCCIONES

Señor poblador (a), Se está realizando una investigación, para determinar la posibilidad de integrar los servicios de un centro médico en el distrito de Tambogrande. En el siguiente cuestionario hay preguntas a las cuales debes contestar con la mayor sinceridad posible, no hay respuestas buenas ni malas. Se deberá marcar la respuesta con una "X" en la opción elegida. Agradecemos mucho su participación.

¿ESTÁS DE ACUERDO EN SER ENCUESTADO? **Sí () No ()**

Sección 1: INFORMACIÓN DEL ENTREVISTADO/A

102. Edad	a. 20 a 30 b. 31 a 40 c. 41 a 50 d. más de 51	103. Sexo	M () F ()
106. ¿Cuál es tu estado civil?	Soltero/a () Casado/a () Conviviente () Separado/a () Viudo/a ()		
107. ¿Tienes hijos?	Si..... 1 No..... 2	108. CUANTOS HIJOS? ____	
Cuál es su grado de instrucción:	a. Primaria b. Secundaria c. Técnica d. Superior		
Cuál es su nivel de ingresos promedio mensual.	a. de 500 a 1500 nuevos soles b. de 1501 a 2500 c. de 2501 a 3500 d. más de 3501		

Sección 2: SITUACIÓN DE SALUD ACTUAL ¿En caso de tener a un familiar o Usted mismo, en estado delicado de salud qué es lo primero que toma en cuenta?		a) La gravedad del estado del paciente. b) El gasto que se tendrá que asumir. c) Llevarlo de inmediato a consulta particular d) Llevarlo a la Posta Médica. e) Consultarle a un Farmacéutico f) Llevarlo a un curandero.												
2.1. En los últimos dos meses, ¿tuviste algún pariente enfermo que requirió atención médica?	Si..... 1 No..... 2	ENCUESTADOR(A): Si responde "NO" PASE A LA SECCION 3												
2.2. Cuál es la especialidad que has requerido para evaluar del paciente?	a) Medicina General..... b) Cardiología..... c) Oftalmología..... d) Gastroenterología..... e) Ginecología..... f) Pediatría.....	<table border="1"> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>												
203. ¿A qué centro o lugar recurriste para atender a tu paciente?	<table border="1"> <tr><td>a) Posta Médica</td><td>1</td></tr> <tr><td>b) Centro de Salud MINSA</td><td>2</td></tr> <tr><td>c) Centro Médico "Virgen de Monserrat"</td><td>3</td></tr> <tr><td>d) Farmacéutico</td><td>4</td></tr> <tr><td>e) Curandero</td><td>5</td></tr> </table>	a) Posta Médica	1	b) Centro de Salud MINSA	2	c) Centro Médico "Virgen de Monserrat"	3	d) Farmacéutico	4	e) Curandero	5			
a) Posta Médica	1													
b) Centro de Salud MINSA	2													
c) Centro Médico "Virgen de Monserrat"	3													
d) Farmacéutico	4													
e) Curandero	5													
¿Cómo califica la atención medica que se le brindo en dicho establecimiento?	a) Excelente b) Bueno c) Regular d) Malo													
¿Por qué prefirió ese establecimiento en particular?	a. Por su ubicación b. Calidad del servicio c. Costos bajos. d. Personal capacitado e. Por su alta tecnología													
¿Cuánto gasta en promedio en una consulta al tener un paciente enfermo?	a) Menos de S/.20 b) Entre S/. 20 y S/30 c) Entre S/30 y S/.40 d) Entre S/.40 y S/.50 e) Más de S/. 50													
¿Quedo satisfecho con el servicio que se le brindó en esa institución?	a. Nada b. Algo satisfecho c. Satisfecho d. Muy Satisfecho.													
Si tuviera la opción de proponer algún cambio en ese establecimiento médico ¿Cuál sería?	a. El personal administrativo b. Atención personalizada c. Mas servicios de especialidad d. Mejor equipamiento. e. Más limpieza.													

De tener algún inconveniente en el servicio, cuál sería su razón:	<ul style="list-style-type: none">a. No haber sido atendido con rapidezb. Que no existan los especialistas para atender la complejidad de la enfermedadc. El personal de apoyo asistencial muy indiferente a las necesidades de los pacientesd. Que los medicamentos recetados sean caros o poco accesibles.e. Que las instalaciones no brinden las condiciones básicas para este servicio.f. Que se demoraron mucho para brindar el servicio solicitado.
¿De qué manera Ud. contribuye a la mejora del servicio brindado en el centro?	<ul style="list-style-type: none">a. Siguiendo con el tratamiento en su totalidad.b. Participando en campañas médicas de prevención.c. Acudiendo al médico periódicamente.

Sección 3: SITUACIÓN ESPERADA

¿Estaría dispuesto a acudir al centro médico si se integraran más especialidades de asistencia médica ?	<ul style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) No sabe / no opina
¿Qué es lo que esperaría del centro médico?	<ul style="list-style-type: none"> a) Buen trato b) Profesionales con especialización c) Personal auxiliar preparado d) Precios accesibles
¿A través de que medios se enteró de la existencia del centro médico?	<ul style="list-style-type: none"> a) Radio b) Televisión c) Referencias d) Periódico
¿Qué atributos prefiere de un centro de salud ?	<ul style="list-style-type: none"> a) Horarios las 24 horas del día b) Local seguro, amplio, ventilado y con comodidades en la atención c) Equipos modernos según la tecnología Médica d) Personal con experiencia y buena presentación
¿Cuál es la principal modalidad de atención que más demandaría de un centro de salud?	<ul style="list-style-type: none"> a) Consulta interna. b) Consulta externa. c) Por emergencia. d) Por seguir un tratamiento.
¿Cuál es la especialidad que has requerido para evaluar al paciente?	<ul style="list-style-type: none"> a) Medicina General b) Cardiología c) Oftalmología d) Odontología e) Ginecología /Obstetricia f) Pediatría
¿Cómo califica la zona donde se ubica el centro médico?	<ul style="list-style-type: none"> a) Adecuada (Cerca) b) Alejada c) Debería Cambiar de lugar d) Insegura
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el valor de la consulta médica?	<ul style="list-style-type: none"> a) Menos de S/.20 b) Entre S/. 20 y S/30 c) Entre S/30 y S/.40 d) Entre S/.40 y S/.50 e) Más de S/.50
OBSERVACIONES	

ANEXO 4

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy William Castillo Palacios con DNI N° 02842237, Dr. En Ciencias Administrativas con mención en Dirección en Empresas, N° ANR A 202528, de profesión Licenciado en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como docente a tiempo completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 12 días del mes de abril del dos mil veinte.



Dr. : Freddy William Castillo Palacios

DNI : 02842237

Especialidad : Administración

E-mail : fwcastillop@ucvirtual.edu.pe



“Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																		86			
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		86			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		86			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		86			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																		86			

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Nelida Rodríguez de Peña con DNI N° 02872139, Doctora en Administración, de profesión Licenciada en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad				X	
4. Organización					X
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia				X	
8. Coherencia					X
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 12 días del mes de abril del dos mil veinte.



Lic. Adm. Nelida I. Rodríguez de Peña
REG. UNIC. DE COLO. N° 5460

Dra. : Nelida Rodríguez de Peña
DNI : 02872139
Especialidad : Administración
E-mail : nelly-rodri@hotmail.com

“Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	83				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		86			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			84		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			86		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			83		

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Martín Lazo Sánchez con DNI N° 02778943, Magister en Administración, de profesión Administrador, desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 12 días del mes de abril del dos mil veinte.



Alc. Adm. José Martín Lazo Sánchez
REG. UNIC. DE COLEG. N° 23792

Mgtr. : José Martín Lazo Sánchez
DNI : 02778943
Especialidad : Administración
E-mail : milazo@hotmail.com

“Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	84				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		86			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	85				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		86			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																	84				




Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, Freddy William Castillo Palacios, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo (Sede Piura), asesor del Trabajo de Investigación titulado: “Plan de negocios para la integración de los servicios asistenciales de un centro médico en el distrito de Tambogrande, 2020”, de la autora Palacios Meléndez, Rosemarie, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender, el trabajo de investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Piura, 04 de febrero del 2020.

Freddy William Castillo Palacios	
DNI: 02842237	 Dr. Freddy W. Castillo Palacios I.C.M. UNIC DE CULEG. 11° 843
ORCID: 0000-0001-5815-6559	