



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAESTRÍA EN GERENCIA HOSPITALARIA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

MAGÍSTER EN GERENCIA HOSPITALARIA

TEMA:

**Plan de negocio para la creación de una clínica de especialidades
odontológicas en el sur de Quito**

AUTORES:

**Alvaro Vinicio Gaibor Moyano
David Enrique Pico Velez**

DIRECTOR:

Bessie Annele Magallanes Fuentes

**Guayaquil-Ecuador
Octubre – 2022**

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento a todo el Equipo que conforma la ESPAE, a los docentes de la Maestría de Gerencia Hospitalaria a nuestros compañeros maestrantes y a nuestro Equipo de trabajo que compartieron sus conocimientos y sus experiencias para encaminar nuestro perfil profesional.

Especialmente agradecemos a nuestra Tutora de Tesis Dra. Bessie Magallanes que supo explotar nuestro potencial y los conocimientos adquiridos para realizar este proyecto.

Agradecemos a nuestra familia que estuvieron apoyándonos incondicionalmente y nos brindaron su cariño y nos impulsaron para culminar esta meta.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio indica la factibilidad técnica y financiera para la creación de una clínica de especialidades odontológicas en el sur de Quito, para dar atención a una población o sectores nuevos que no cuentan con este tipo de servicios y de esta manera generar un impacto favorable a nivel económico y social.

Este plan de negocio permite conocer las estrategias que implementa la competencia actual dentro del mercado, permitiendo identificar aquellas áreas que aún no se ha brindado la total atención en cuanto a las necesidades específicas que forman parte de la población, por ende, se ha establecido los procesos operativos como parte de las actividades que se realizará dentro de la clínica de especialidades odontológicas propuesta.

Además, se ha proyectado la inversión en la clínica de especialidades odontológicas mediante distribuidores y aliados en las zonas centro y norte de la ciudad, atendiendo a un grupo mayor de la población siendo el mercado meta conformado por toda la ciudadanía en general, sin distinción alguna.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA DE GRADUACIÓN No. ESPAE-POST-1188

APellidos y Nombres	GAIBOR MOYANO ALVARO VINICIO
Identificación	0201725629
Programa de Postgrado	Maestría en Gerencia Hospitalaria
Nivel de Formación	Maestría Profesional
Código CES	750413D-S-01
Título a Otorgar	Magíster en Gerencia Hospitalaria
Título del Trabajo Final de Graduación	PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EN EL SUR DE QUITO.
Fecha del Acta de Grado	2023-03-13
Modalidad Estudios	SEMIPRESENCIAL
Lugar donde realizó sus estudios	GUAYAQUIL
Promedio de la Calificación del Trabajo Final de Graduación	(9,80) NUEVE CON OCHENTA CENTÉSIMAS

En la ciudad de Guayaquil a los trece días del mes de Marzo del año dos mil veintitres a las 12:21 horas, con sujeción a lo contemplado en el Reglamento de Graduación de la ESPOL, se reúne el Tribunal de Sustentación conformado por: MAGALLANES FUENTES BESSIE ANNELEE, Director del trabajo de Titulación, AMAYA RIVAS ADRIANA ANDREA, Vocal y SAMANIEGO DIAZ ANDREA GABRIELA, Vocal; para calificar la presentación del trabajo final de graduación "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EN EL SUR DE QUITO.", presentado por el estudiante GAIBOR MOYANO ALVARO VINICIO.

La calificación obtenida en función del contenido y la sustentación del trabajo final es de: 9,80/10,00, NUEVE CON OCHENTA CENTÉSIMAS sobre diez.

Para dejar constancia de lo actuado, suscriben la presente acta los señores miembros del Tribunal de Sustentación y el estudiante.

BESSIE ANNELEE
MAGALLANES FUENTES
ES FUENTES

Firmado digitalmente por
BESSIE ANNELEE
MAGALLANES FUENTES
Fecha: 2023.03.13
19:35:46 -0500'

MAGALLANES FUENTES BESSIE ANNELEE
DIRECTOR

ANDREA GABRIELA SAMANIEGO DIAZ

Digitally signed by
ANDREA GABRIELA SAMANIEGO DIAZ
Date: 2023.03.14
10:47:00 +01'00'

SAMANIEGO DIAZ ANDREA GABRIELA
EVALUADOR / SEGUNDO VOCAL



Firmado digitalmente por:
ADRIANA ANDREA AMAYA RIVAS

AMAYA RIVAS ADRIANA ANDREA
EVALUADOR / PRIMER VOCAL



Firmado digitalmente por:
ALVARO VINICIO GAIBOR MOYANO

GAIBOR MOYANO ALVARO VINICIO
ESTUDIANTE

Índice de Contenido

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EN EL SUR DE QUITO	1
1.1. JUSTIFICACIÓN	1
1.2. OBJETIVO GENERAL	3
1.3. MISIÓN Y VISIÓN	3
1.3.1. VALORES CORPORATIVOS	3
1.3.2. POLÍTICAS DE LA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS.....	4
1.3.4. SERVICIOS QUE OFRECE LA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS	5
1.4. VIABILIDAD LEGAL (PERMISOS, LICENCIAS, REGISTRO DE MARCAS)	5
1.5. ANÁLISIS DE MERCADO	6
1.5.1. MERCADO OBJETIVO.....	6
1.5.2. ANÁLISIS PESTEL	7
1.5.3. ANÁLISIS FODA.....	10
1.5.4. ANÁLISIS DE LAS 4 P'S	11
1.5.5. MODELO CANVAS	16
1.5.6. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	19
1.5.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA	20
1.5.8. ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN	21
1.5.9. ESTRATEGIAS DE SERVICIO	23
1.5.10. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	23
1.6 ANÁLISIS TÉCNICO	23
1.6.1. PROCESOS DENTRO DE LA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS.....	23
1.6.2. LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES	24
1.6.3. CAPACIDAD INSTALADA.....	27
1.7. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	29
1.7.1. ORGANIGRAMA	29
1.7.2. DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS DEL PERSONAL.....	29
1.7.3. MAPA DE PROCESOS.....	31
1.7.4. RECURSOS HUMANOS	38

1.8. ANÁLISIS FINANCIERO.	39
1.8.1. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	39
1.8.2. RANGO DE PRECIOS POR LOS SERVICIOS	40
1.8.2. ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS A 10 AÑOS	41
1.8.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 10 AÑOS	43
1.8.3. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	45
1.8.4. ANÁLISIS DE TASA INTERNA DE RETORNO, ÍNDICE DE RENTABILIDAD, VALOR ACTUAL NETO, RETORNO DE LA INVERSIÓN.....	45
1.9. VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	46
1.10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	47
1.10.1. CONCLUSIONES	47
1.10.2. RECOMENDACIONES	48
BIBLIOGRAFÍA	49
ANEXOS	51

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EN EL SUR DE QUITO

1.1. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad existen escasos centros odontológicos que cuenten con el equipamiento y el personal óptimo para tratar especialidades odontológicas en la zona de Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe al sur de la ciudad de Quito.

Con relación a los odontólogos, el INEC muestra que la tasa nacional para el 2018 fue de 3,12 odontólogos por cada 10.000 habitantes y Pichincha cuenta con una tasa menor a 3,12 por la cantidad de habitantes con los que cuenta. (INEC, 2018)

En cuanto a habitantes dentro de la previsión de densidad poblacional, el sur del Distrito Metropolitano de Quito posee la mayor densidad poblacional en relación con toda la urbe:

- La Ecuatoriana: 126.02 hab/ha¹ (Quito cómo vamos, 2022).

Con base a esta información se determina que el sector de Guamaní y Quitumbe posee la misma densidad poblacional de 126.02 hab/ha, al ser sectores colindantes y de similares características.

A continuación, se detalla los establecimientos de salud que disponen de servicios odontológicos y se encuentran dentro de un perímetro de 10 kilómetros de distancia al punto central entre Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe, (DMQ):

¹ Hab/ha: Tasa de habitantes por hectárea.

Tabla 1. Lista de establecimientos de salud que ofertan servicios de: (odontología y demás servicios de salud)

ESTABLECIMIENTOS DE SALUD DE LA CIUDAD DE QUITO					
CIUDA D	NIVEL DE ATENCI ÓN	INSTITUCI ÓN	ESTABLECIMIENT OS NIVEL 1	DISTANC IA	TIEMPO DE MOVILIZACI ÓN
QUITO	NIVEL 1	MSP	CENTRO DE SALUD CHIMBACALLE	10,7 KM	00H50
	NIVEL 1	MSP	CENTRO DE SALUD LUCHA DE LOS POBRES	6 KM	00H50
	NIVEL 1	MSP	CENTRO DE SALUD GUAMANI	4,2 KM	00H10
	NIVEL 1	MSP	CENTRO DE SALUD CIUDADELA IBARRA	1,6 KM	00H05
	NIVEL 2	MSP	HOSPITAL LUZ ELENA ARISMENDI	1 KM	00H05
	NIVEL 1	IESS	CAA CHIMBACALLE	10,7 KM	00H50
	NIVEL 1	IESS	UAA LA ECUATORIANA	1 KM	00H05
	NIVEL 1	IESS	UAA SUR OCCIDENTAL	8,6 KM	00H45

Elaborado por: Autor (2022)

Como se observa en el cuadro, se clasifico los centros de salud públicos por su distancia y tiempo de movilización en un perímetro de 10 km del sector (Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe), estos centros de salud dan atención con cita previa, la misma que toma alrededor de 15 días o más gestionarla y está sujeta a disponibilidad de personal, insumos y medicamentos, prestan varios servicios médicos incluido servicios odontológicos generales mas no especializados por su nivel de atención, de igual forma dentro de este perímetro hay una cantidad de 5 a 10 consultorios odontológicos privados que ofertan sus servicios, sin contar con las garantías necesarias; los centros de salud públicos o privados que tratan especialidades odontológicas se encuentran ubicados en lugares centrales y populares de la ciudad, superando los 10 kilómetros de distancia del sector, esto obliga a los pacientes que están ubicados en la periferia o nuevos poblados de la ciudad a recorrer grandes distancias y, en consecuencia, llegan a disponer de menor tiempo, perjudican su salud, no atienden la morbilidad y si la atienden es con odontólogos no especializados y en varias ocasiones realizan una inversión mayor a lo estimado para poder

atender su necesidad. De esta manera, es necesaria la implementación de un centro de especialidades odontológicas al alcance de la población que permita el tratamiento seguro y eficaz de las afecciones comunes para los habitantes de la periferia del sur de Quito, específicamente de las localidades (Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe).

1.2. OBJETIVO GENERAL

Implementar la apertura de una clínica de especialidades odontológicas en el sur de Quito, específicamente en el punto centro que limitan las localidades (Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe, la cual dispondrá de las especialidades odontológicas, herramientas, actividades y estrategias de acuerdo con las necesidades de esta zona y de esta forma consolidarse en la primera clínica de especialidades odontológicas del sector.

1.3. MISIÓN Y VISIÓN

Misión: prestar servicios odontológicos especializados, con una atención oportuna y personalizada, que satisfaga integralmente las necesidades odontológicas con relación al tiempo del paciente y la inversión para estos tratamientos.

Visión: convertirse en una institución de prestigio. Por tal, una de las mejores clínicas en el sur de Quito, donde se venden servicios diseñados de acuerdo con las necesidades de cada paciente, con la utilización de tecnologías novedosas, con una inversión adaptada a las necesidades de la población.

1.3.1. VALORES CORPORATIVOS

Estos valores respaldan a la clínica y a todos sus trabajadores, a fin de mejorar las relaciones con los pacientes, personal de mantenimiento y proveedores que mantengan a la clínica como una de las más recurridas en el sur de Quito.

- Actitud de servicio: se trabajará permanentemente para satisfacer las necesidades de los clientes, demostrando actitud de servicio oportuno y eficaz, creando lazos con los clientes en todo momento.
- Trabajo en equipo: es el principal objetivo para el equipo, compartiendo la información, y recursos, dando una confianza de grupo, motivando a todos los participantes a tener las mejores ganas de enfrentar los retos diarios.

- Honestidad: es un principio fundamental que nos permite contar con alto grado de confianza en toda la comunidad y los clientes.
- Responsabilidad: se asumirá la labor encomendada, buscando siempre los mejores resultados, con procesos eficientes para realizar el trabajo de calidad.
- Ética: todas las labores se ejercen con toda la capacidad profesional y personal, aplicando en un alto sentido el valor fundamental de la responsabilidad y la atención al cliente.
- Compromiso: tanto a las políticas y objetivos de la empresa, a las necesidades específicas de cada cliente, donde se aporten las máximas capacidades profesionales y personales.

1.3.2. POLÍTICAS DE LA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS

- Uso de mascarilla y guantes durante la consulta odontológica.
- Esterilización de todos los equipos.
- Definición de los lugares para la basura de acuerdo con los consultorios y áreas de espera para los pacientes.
- Recetar medicamentos posteriores a tratamientos odontológicos.
- Mantenimiento y control de las fichas medicas de cada paciente.
- Respetar el ingreso y salida del personal.

1.3.4. SERVICIOS QUE OFRECE LA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS

Dentro de las especialidades a ofertar, se mencionan:

- Odontología general.
- Ortodoncia.
- Odontopediatría.
- Endodoncia.
- Estética dental.
- Implantología.
- Periodoncia.

Dentro de ellos: plan de Cuidado dental, elaboración de aparatos protésicas dentales (acrílicos o policromados), colocación protésis, fabricación de prótesis parciales removibles, control de oclusión, colocación de Brackets (alambres nitinól o acero).

1.4. VIABILIDAD LEGAL (PERMISOS, LICENCIAS, REGISTRO DE MARCAS)

Es necesario estudiar el capital de trabajo el cual se compone de todos los recursos que serán indispensables para operar sin inconvenientes en los primeros meses, antes de obtener los ingresos necesarios para operar adecuadamente y continuar el proceso de crecimiento. Por lo tanto, es necesario considerar el capital disponible para cubrir las necesidades de los primeros meses.

Asimismo, de forma general, para la operación de un centro de salud odontológica que proporcionará servicios de salud a través de la Red Privada Complementaria, se debe tener los siguientes documentos y/o permisos:

1. Registro Único de Contribuyentes (RUC)
2. Patente Municipal
3. Permiso de Bomberos
4. Registro Único de Proveedores (RUP).
5. Solicitud para permiso de funcionamiento.

6. Copias de la cédula y certificado de votación del director técnico (Centros Médicos y Dispensarios Médicos).
7. Copias certificadas de los títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)
8. Copias de los registros de los títulos en el SENESCYT
9. Copia de los certificados de salud ocupacional de todo el personal (técnico, administrativo y de servicios), emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud.
10. Copia del certificado y calificación del manejo de desechos.

1.5. ANÁLISIS DE MERCADO

1.5.1. MERCADO OBJETIVO

La clínica de especialidades odontológicas se encontrará ubicada al sur de la ciudad de Quito entre las localidades de (Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe). La clínica está dirigida al público: jóvenes, adultos de cualquier edad o género, habitantes de estos sectores con estrato social de economía promedio por familia mayor igual a \$ 450, con o sin seguro de salud. Del mismo que personas que se encuentren con subempleo, empleo adecuado, empleo no clasificado, empleo no pleno.

Con todas estas características se estima el mercado objetivo que es el sector de Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe. Según los datos poblacionales, Quito posee alrededor de 2'644.145 habitantes, de los cuales 951.892,2 habitan en los diferentes sectores del sur de la capital, mientras que en los sectores de interés o mercado objetivo del proyecto hay el siguiente número de habitantes:

- Quitumbe: 39.458 habitantes.
- La Ecuatoriana: 25.000 habitantes.
- Guamaní: 150.000 habitantes.

1.5.2. ANÁLISIS PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta que en la actualidad es muy utilizada, puesto que involucra cinco factores para el análisis situacional del negocio, estas son: político, económico, social, tecnológico y ambiental, para describir el contexto donde operará el negocio, esto dependerá de las características de los proyectos a ejecutarse.

Factores Políticos

Los gobiernos ocupan un lugar importante en el análisis del entorno, puesto que interviene con varios aspectos, que puede iniciar desde su poder de compra, pasando por su poder legislativo y la facilidad de apoyar a los nuevos negocios que estén dentro de los sectores estratégicos, mediante políticas que favorezcan al desarrollo y formación.

Es así como a continuación, se muestran el análisis del sector político para el plan de negocio:

Tabla 2. *Factor político*

Análisis
- Creación de nuevos negocios mediante los reglamentos establecidos por las entidades de control y normalización.
- Estructura política adecuada para el desarrollo de empresas.
- Normas y reglamentos que apoyan al desarrollo productivo de las empresas.
- Sanciones por incumplimiento a las políticas tributarias por parte de los negocios.
- Reformas continuas a las leyes que establece el Estado.
- Cambios de gobiernos

Elaborado por: Autora (2022)

Factores Económicos

En Ecuador la economía aún se encuentra muy lejos de alcanzar el estatus de economía estable ante la eminente crisis. Esto atado a la influencia de la presión financiera en el mundo, generando en los consumidores un ambiente de incredulidad y de retroceso a la hora de realizar compras de algún servicio o bien (Lucero, 2020).

Este retroceso es la causa fundamental, se traduce en incertidumbre económica aumentando la eficiencia operativa y reducir el tiempo de comercialización de los nuevos productos (Broking, 2015) (Broking, 2015).

En este contexto, el análisis económico abarca los bienes y servicios de la producción nacional, productos que han ayudado al crecimiento económico. El salario básico de los ecuatorianos es de 420 dólares, mientras que el valor de la canasta básica a enero del 2021 es de \$ 712,11 dólares según INEC (2021). La población económicamente activa del país es del 94,2% con un desempleo del 5,8% según el INEC (2021).

Tabla 3. Factor económico

Análisis
- La canasta básica está compuesta por los grupos de producto más indispensables del hogar.
- El sueldo básico no alcanza al valor de la canasta básica.
- La tasa de desempleo afecta a la demanda de los servicios odontológicos

Elaborado por: Autor (2022)

Factores Socioculturales

El factor social está direccionado con los diversos cambios que se generan en el entorno, como el comportamiento de los consumidores para adquirir algún servicio o producto. En este sentido, el aumento de la población en el Ecuador es considerable por lo que es necesario la oferta de productos y servicios de calidad.

La densidad poblacional se divide entre la Sierra y Costa y apenas el 3% reside en la Amazonía y en la región Insular la cantidad es menor. En este contexto, la población con su diversidad de caracterización cultural y social, en correspondencia con el nivel de empleabilidad, de poder adquisitivo en tiempo de crisis y más aún en tiempos de pandemia, afecta las posibilidades no solo de adquisición de inmuebles, sino en la continuidad de las empresas (Guabanud & Castro, 2020).

Tabla 4. Factor social

Análisis
- Las nuevas tendencias de consumo se direccionan a la salud por lo que es una prioridad para la sociedad.
- La disminución de desempleo beneficia al nivel de ingresos.
- El aumento de la población es considerable por lo que es necesario la oferta de servicios y productos de calidad.

Elaborado por: Autor (2022)

Factores Tecnológicos

El análisis tecnológico se basa en la evolución y avances de la tecnología, siendo estos un adelanto para desarrollar diferentes proyectos enfocados a distintas áreas, la tecnología hoy en día es de mucha necesidad para garantizar y facilitar el estudio o investigaciones que se realicen para cualquier tipo de trabajo y puede ser utilizado por cualquier tipo de personas (Garrido, 2003).

Si bien el sector de la salud está en crecimiento, existe potencial para que este mercado siga aumentando, y ahora aún más porque el servicio de salud es indispensable para mejorar la calidad de vida de la población, y el servicio odontológico es una de las áreas fundamentales para la salud bucal, por medio de la aparición y aplicación de nuevas tecnologías.

El año 2020 ha sido un periodo de tiempo complicado para todo tipo de sectores. El tecnológico no ha sido uno de los más perjudicados por el efecto de la pandemia global, pero sí ha sufrido una transformación evidente en muchos aspectos, o ha supuesto que los procesos de transformación en curso se hayan acelerado o se hayan parado de un modo más o menos brusco (Arenas, 2020).

Según IDC, las inversiones en transformación digital a escala global alcanzarán los 6,8 billones de dólares entre 2020 y 2023 y, para 2020, el 65% del PIB global habrá sido digitalizado (EKOS, 2020).

En este contexto, el análisis tecnológico se basa en la evolución y avances de la tecnología, siendo estos un adelanto para desarrollar diferentes proyectos o planes de negocios de diversas áreas, garantizando y facilitando el estudio o investigaciones que se realicen para cualquier tipo de trabajo.

Tabla 5. Factor tecnológico

Análisis
- Disponibilidad de importación de equipos tecnológicos de vanguardia al país, como una alternativa de compra interna del cual no existe una formación de empresas formales de fabricación de esa índole.
- Reducción de aranceles por parte del Comité de Comercio Exterior.
- Uso de páginas web y redes sociales para la promoción de los servicios en general.
- Gran parte de la población ecuatoriana posee un dispositivo móvil y

utiliza las redes sociales.

Elaborado por: Autor (2022)

Factores Ambientales

La crisis provocada por la pandemia del covid-19 está impactando de manera directa en la industria de la salud, puesto que la siniestralidad registrada en el ejercicio fue del 56,58%, mostrando un mínimo incremento respecto del período anterior en cuanto al nivel de servicio, esto a causa del aumento en los costos siniéstrales, y de los eventos climáticos que condicionaron en el resultado del ramo “granizo” en automóviles y agro (Obando, Sotolongo, & Villa, 2019).

Sin embargo, los cambios climáticos han ido cambiado de manera significativa que ha perjudicado a grandes ciudades, en este sentido se muestra el análisis del factor ambiental:

Tabla 6. Factor ambiental

Análisis
- Ambientes agradables para realizar actividad física
- Re-contagios de COVID-SARS 2019
- Manejo de químicos y desechos dañinos al ambiente
- Necesidad de ventilación en infraestructura.
- Riesgos a causa de las lluvias
- Temblores y sismos

Elaborado por: Autor (2022)

1.5.3. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas) es un marco utilizado para evaluar la posición competitiva de una empresa y para desarrollar la planificación estratégica. El análisis DAFO evalúa factores internos y externos, así como el potencial actual y futuro (Ponce, 2007).

El FODA está diseñado para identificar las fortalezas y debilidades de una empresa. Misma que puede necesitar de un análisis preciso evitando creencias preconcebidas o áreas grises y, en cambio, centrándose en contextos de la vida real (Gómez, 2018).

En este sentido, la matriz resume los aspectos estratégicos que permite visualizar todas los factores internos y externos que están involucradas con la empresa o negocio a implementarse,

mismos que se relacionan con las actividades de producción, administración, marketing, etc. En tal sentido, se ha realizado la siguiente tabla donde se muestra el análisis FODA de la clínica de especialidades odontológicas:

Tabla 7. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Buena imagen del servicio • Ubicación de la clínica en una zona concurrida. • Utilización de equipos de última tecnología. • Especialistas en diversos servicios odontológicos y estéticos • Facilidades de financiamiento y formas de pago. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del Estado a los nuevos negocios. • Diversificación de los servicios dentales. • Estructura política adecuada para el desarrollo de empresas. • Reactivación de la economía después del efecto pandemia. • Aumento en los hábitos de cuidado de la salud e higiene oral. • Mayor demanda de servicios estéticos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ser nuevos en el mercado. • Falta de planeación estratégica de acuerdo con el mercado • Administración sin curva de aprendizaje en el entorno • Carencia de parqueo privado 	<ul style="list-style-type: none"> • La tasa de desempleo afecta a la demanda de los servicios odontológicos. • Crecimiento de la competencia, como consultorios y clínicas privadas. • Situación económica del país. • Posibles rebrotes de pandemia COVID.

Elaborado por: Autor (2022)

1.5.4. ANÁLISIS DE LAS 4 P'S

“Se refiere al conjunto de acciones o tácticas que una empresa utiliza para promocionar su marca o producto en el mercado, el marketing mix está conformada por 4P las cuales son una mezcla de marketing típica, estas son: precio, producto, promoción y lugar o plaza” (Peralta, 2017). Frente a la definición expuesta, a continuación, se presentan los elementos del que integran para el plan de negocios de la clínica de especialidades odontológicas, mismas que estarán destinadas a implementar estrategias que permitan el rendimiento económico de la clínica:

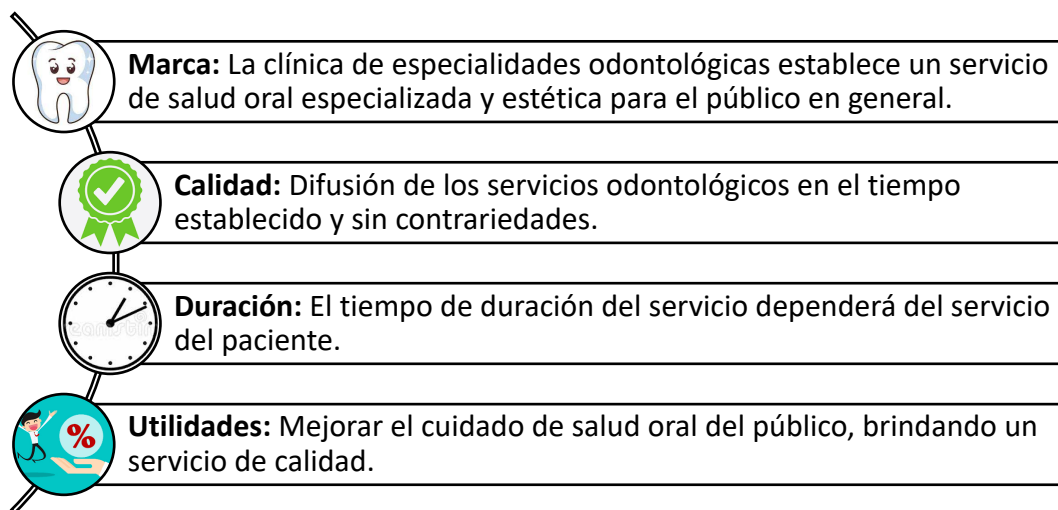
Producto / Servicio

Las empresas construyen una imagen para satisfacer las necesidades de un determinado grupo de personas. Por ende, es importante que los vendedores reinventen los productos para estimular

una mayor demanda cuando el producto o servicio esté alcanzando la fase de la declinación de las ventas (Peralta, 2017).

En este contexto, las estrategias que se incorporan en los servicios odontológicos de la clínica serán los siguientes:

Figura 1 Estrategias del servicio



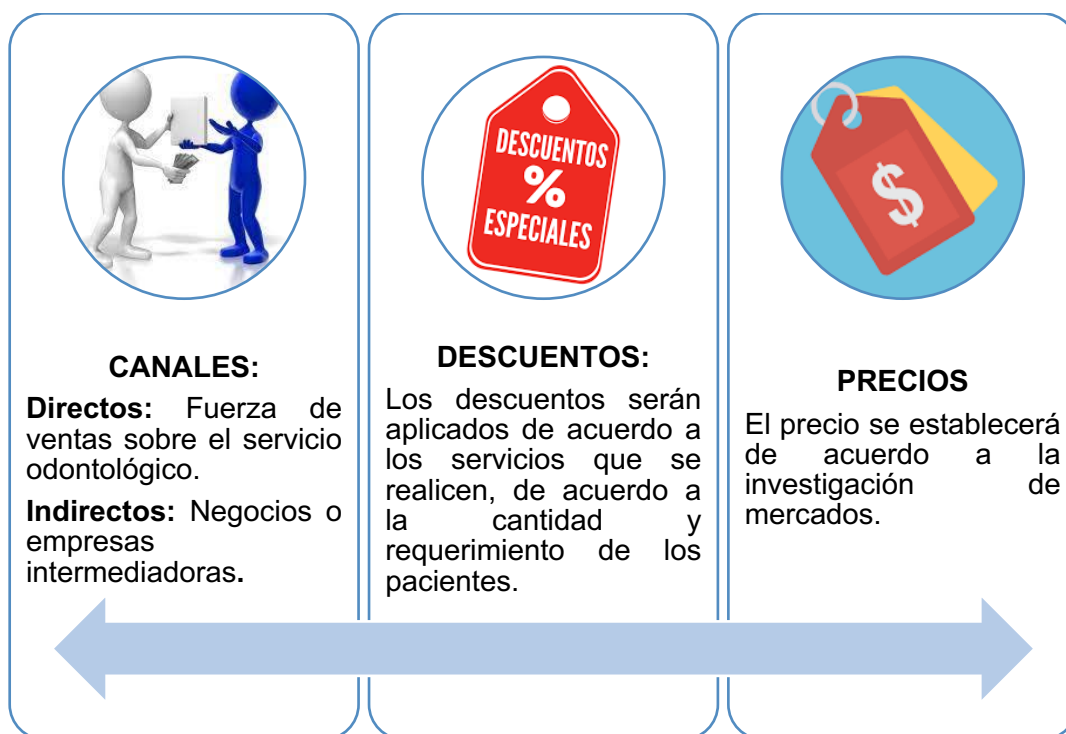
Elaborado por: Autor (2022). Estrategias del servicio de seguros médicos.

Precio

El precio es el elemento primordial de un negocio, porque permite posicionar el producto o servicio dentro del mercado competitivo, es así como, si se comercializa un producto o servicio de calidad, fijar un precio alto ayudará a reforzar su imagen (Espinoza, 2014).

En este sentido, los costos del servicio odontológico y estético variarán de acuerdo con la oferta del servicio y los requerimientos que tengan los pacientes. Además, las políticas de precio estarán establecidas por la calidad y la competencia, evitando fluctuaciones que afecten la confianza de los posibles clientes potenciales.

Figura 2 Estrategias del precio



Elaborado por: Autor (2022). Estrategias del precio del servicio médico.

Tabla 8. Precios previstos para análisis de Ingresos

Servicio/Tratamiento por especialidad	Precio unitario (\$)
Odontología general	13,75
Ortodoncia	2.832,00
Odontopediatría	207,00
Estética dental (brackets)	244,00
Implantología	811,00
Endodoncia	300,00
Periodoncia	334,00

Elaborado por: Autor (2022).

Plaza

Lugar donde se pretende distribuir el producto o servicio, siendo un lugar que sea accesible a los compradores potenciales, implica también como se lleva a cabo las actividades de información, promoción y presentación del producto en el punto de venta, esta actividad es llevada a cabo fundamentalmente por el comerciante que compra o tiene en depósito los

artículos hasta su venta (Velásquez, 2015).

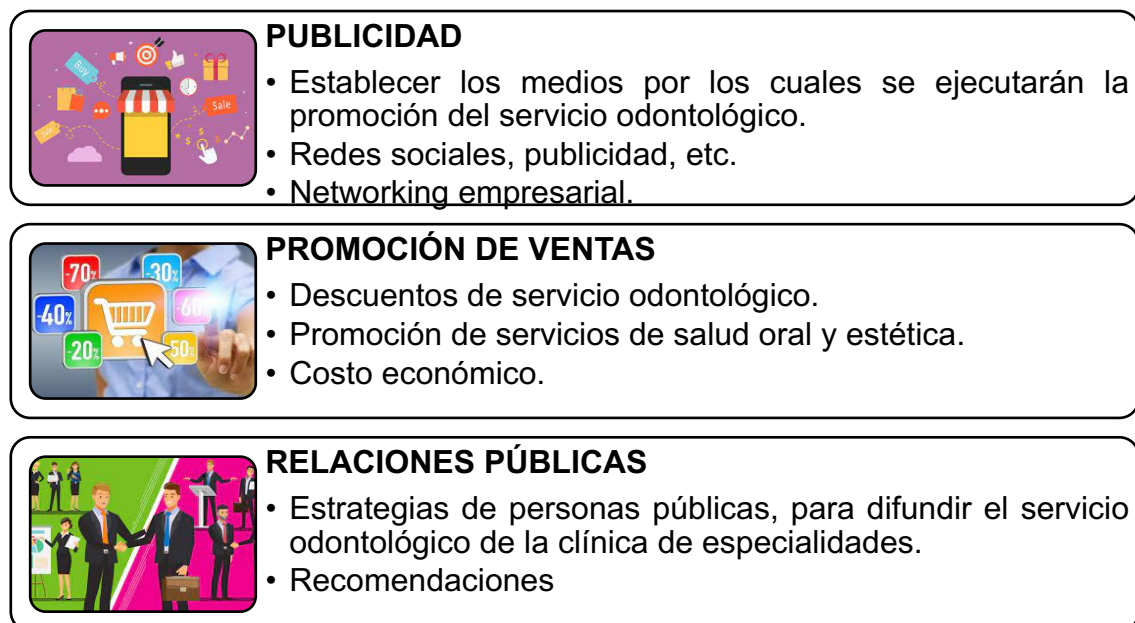
Como plaza, será la infraestructura propia de la clínica para distribuir los productos y servicios propuestos, la cual se encuentra en una zona de fácil acceso para clientes y proveedores.

Promoción

Herramienta del marketing que tiene como fin, informar, persuadir y recordar al público objetivo, acerca de los productos o servicios que la empresa ofrece, donde se pretende influir en sus actitudes y comportamientos, incluyendo un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal (Thompson, 2010).

El propósito de la estrategia de promoción es dar a conocer al público o segmento de mercado sobre la existencia del servicio odontológico de la nueva clínica de especialidades, enfocados al cuidado de la salud bucal y estética del público en general.

Figura 3 Estrategias de promoción



Elaborado por: Autor (2022). Estrategias de promoción.

Esta estrategia acompañada con una táctica de comunicación permite mayor confiabilidad y atención inmediata requerida, del mismo se considera lo siguiente:

Figura 4 Estrategias de distribución








Elaborado por: Autor (2022). Estrategias de distribución

1.5.5. MODELO CANVAS

El modelo canvas busca generar un modelo de negocio establecido por parte de una idea a emprender.

Figura 5 Modelo CANVAS.

 <p>8. SOCIOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de equipos e insumos odontológicos. • Unidades educativas aliadas. • Odontólogos especialistas en libre ejercicio o bajo dependencia laboral. • Centros o consultorios médicos aliados que 	 <p>9. ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del personal. • Mantenimiento predictivo y preventivo de equipos. • Limpieza y manejo de desechos apegados a la norma. • Compra de insumos con planificación. • Planificación de horarios de trabajo con especialistas. 	 <p>2. PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofertar un servicio odontológico especializado e integral con atención personalizada y tecnología de vanguardia a precios accesibles al segmento del mercado. 	 <p>4. CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada • Seguimiento de tratamientos futuros. • Seguimiento postventa. 	 <p>3. SEGMENTO DE CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pacientes de 3 años en adelante, tomando en consideración que los pacientes en un rango de 3 a 23 años en su mayoría están respaldados por familiares que están dentro de la PEA.
---	---	--	--	---

no posean servicio de odontología

- Empresas del sector



6. RECURSOS CLAVE

RECURSO HUMANO

- Administrador
- Recepcionista
- Odontólogo general / seguimiento
- Especialistas
- Servicios externalizados

RECURSO EQUIPAMIENTO

- Mobiliario odontológico

RECURSO FINANCIERO

- Inversión
- Línea de crédito



3. CANALES

MEDIOS DE DIFUSIÓN

- Redes sociales sectorizadas al segmento de mercado.
- Visitas personalizadas a instituciones y empresas del sector.
- Medios de difusión.



9. ESTRUCTURA DE COSTOS

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS:

Total costos de servicios ofertados = \$ 749.324,47

DISTRIBUCIÓN DE GASTOS:

- Gastos fijos anuales: \$ 117.104,45 (Proyectado primer año)
- Ingreso: \$ 871.200,00 (Proyectado primer año)



5. FLUJOS DE INGRESO

- Odontología general (16% de ingresos)
- Odontología especializada (83% de ingresos)
 - Efectivo
 - Transferencias
 - Crédito

Elaborado por: Autor (2022).

1.5.6. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para obtener el tamaño de la muestra se utilizó la formula estadística para universos infinitos.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Descripción:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

P = Variabilidad positiva

q = Variabilidad negativa

e = error permitido

Cálculo del tamaño de la muestra

Los datos para el cálculo de la muestra son los siguientes:

Se tendrá un nivel de confianza del 95%, donde Z es igual a 1.96; la probabilidad es del 50% el error permitido es del 5%.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384$$

Se obtuvo un resultado de 384 encuestas para el estudio de mercado, el cual se realizó y esta como anexo a este documento.

1.5.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA

El análisis de la demanda y oferta se basa en los criterios que han sido determinados a través de las encuestas a la población.

Demanda

La demanda potencial estará dada por nuestro segmento de mercado objetivo que es el sector de Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe. Según los datos poblacionales, Quito posee alrededor de 2'644.145 habitantes, de los cuales 951.892,2 habitan en los diferentes sectores del sur de la capital, mientras que en los sectores de interés del proyecto se encuentran distribuidos de la siguiente forma:

- Quitumbe 39.458 habitantes.
- La Ecuatoriana 25.000 habitantes.
- Guamaní 150.000 habitantes.

Según el INEC (2010) el 74,5% de estos habitantes pertenecen a la población en edad de trabajar (PET), de los cuales el 63,8% pertenecen población económicamente activa (PEA); y la diferencia que es el 10,8% pertenecen a la población económicamente inactiva.

Con base a la pregunta ¿Con que frecuencia usted acude al odontólogo? se determinó que el 100% de encuestados si acuden al odontólogo sea esto por control, estética o emergencias, en diferentes proporcionalidades. Esta clínica de especialidades tendrá una participación en el mercado del 7%, este valor se determinó con base a la capacidad de atención o la capacidad instalada, llegando a tener una demanda potencial de alrededor de 10.700 pacientes anuales.

Oferta

La capacidad actual para este centro hospitalario es de un aforo estimado de 10 a 20 personas al mismo tiempo. Adicionalmente,

- Si los precios de los servicios odontológicos especializados para mantener una salud oral y estética están acorde al mercado la demanda del servicio aumenta (pacientes).

- Si se implementa profesionales de los diferentes servicios de salud odontológica, se incrementa la oferta del servicio a los pacientes.

En el caso de las respuestas de las encuestas realizadas, se obtuvo que el 83% de los habitantes del mercado objetivo, está de acuerdo en que se implemente una clínica de especialidades odontológicas, puesto que no se tiene un lugar adecuado para acudir, y las que existen se encuentran lejos del sector en donde viven.

1.5.8. ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN

Entre las estrategias diferenciadoras que la clínica de especialidades odontológicas tendrá a disposición de los pacientes que necesitan un servicio de salud oral y estético están las siguientes:

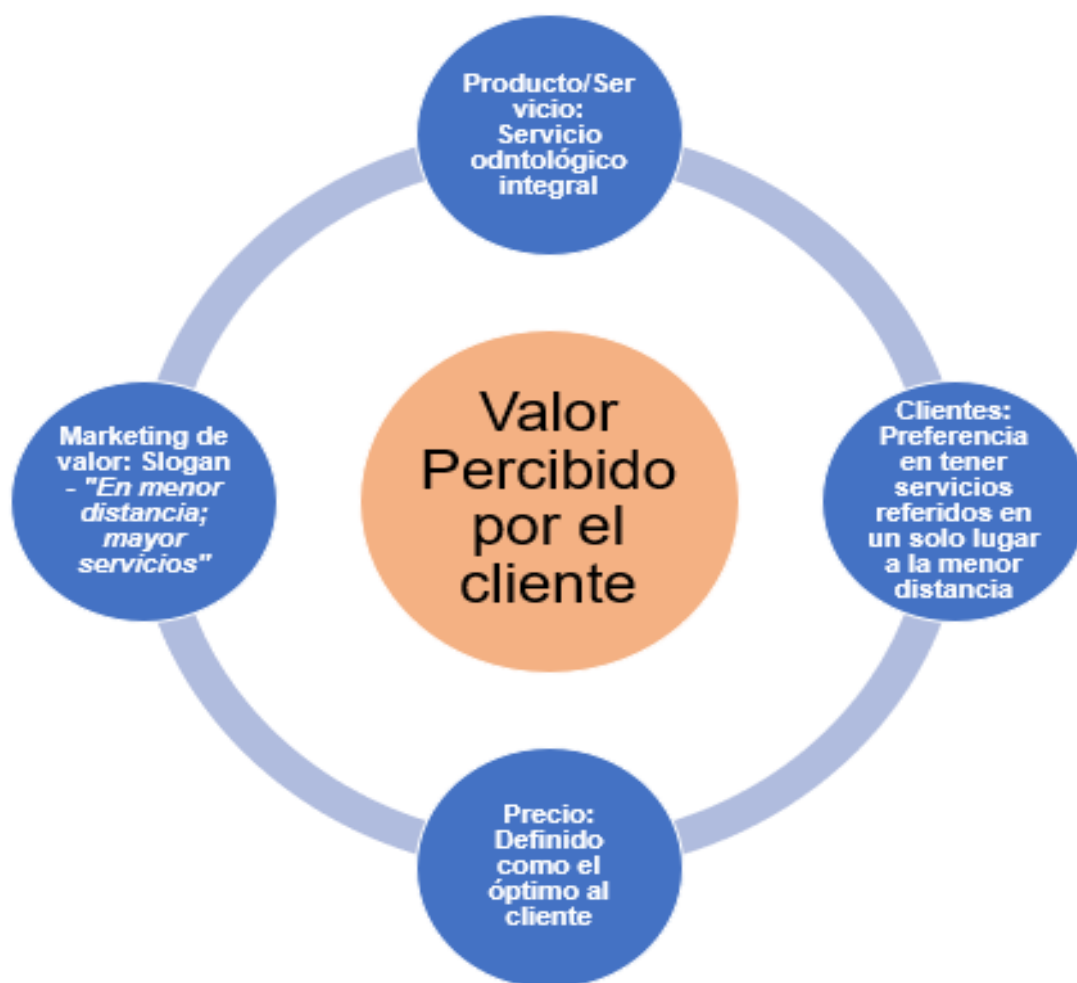
- Estimular al paciente para que pueda conocer las instalaciones de la clínica, para que se sienta seguro del servicio que va a presenciar.
- Permitir que el paciente pueda comparar los precios, servicio y calidad de la clínica con la competencia existente dentro del mercado, con el fin que sea el mismo quién elija a su conveniencia el lugar donde realizar su tratamiento.
- Realizar convenios con entidades públicas o privadas (Alcaldías, colegios, universidades, empresas) para establecer una comunicación y dar a conocer la importancia de la salud bucal, esto para establecer nuevos segmentos de mercado para su atención.
- Luego del tratamiento o servicio a los pacientes se plantea recurrir a una asesoría sobre el adecuado cepillado, cuidado y procesos que se deben llevar a cabo luego de acudir al odontólogo, así como también otorgarles obsequios para su retorno.
- Realizar promociones o sorteos para limpiezas bucales.
- Otorgar obsequiar limpiezas bucales por cumpleaños.
- Ejecutar anuncios mediante los medios de comunicación que se utiliza actualmente.
- Competir con calidad del servicio odontológico, sin perjudicar a otros centros pertenecientes al mismo sector.
- Mejorar los protocolos que están destinados a la atención al cliente.

- Implementar una correcta gestión administrativa.

Por tal el valor agregado es calidad de atención con respecto a un monto sostenible con opción de crédito en todas las cuentas bancarias o de cooperativas. De este último, partidario de la Economía Popular y Solidaria (EPS).

Adicionalmente, se considera lo siguiente:

Figura 6 Aspectos requeridos de Propuesta de Valor dentro de VPC



Elaborado por: Autor (2022).

1.5.9. ESTRATEGIAS DE SERVICIO

- El servicio estará brindado por profesionales calificados, equipos de última tecnología y productos de calidad para la tranquilidad de todos los usuarios.
- El servicio se ofrecerá a toda la población dentro del sur de Quito.
- De acuerdo con los requerimientos del cliente, se realizarán planes para el financiamiento de los tratamientos necesarios.
- Se contará con un espacio adecuado para que los pacientes puedan esperar su turno de atención, cálido y amigable.
- También brindara información de las enfermedades periodontales en la sala de espera para comunicar de forma efectiva y que todos puedan tomar conciencia de que puede pasar sino se preocupan por su cavidad bucal.

1.5.10. ESTRATEGIAS DE MARKETING

- Creación de campañas publicitarias para dar a conocer la inauguración del centro, su ubicación y los principales tratamientos que ofrece.
- Propaganda en radio y televisión para acceder a la población en el sur de Quito.
- Estrategia de difusión mediante patrocinio de espacios del tipo podcast, en medios digitales
- Publicaciones en redes sociales.
- Campañas para captar con promociones en redes sociales.

1.6 ANÁLISIS TÉCNICO

1.6.1. PROCESOS DENTRO DE LA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS

Proceso de compra

Las actividades son:

- Identificación de material e insumos.
- Elaboración de la orden de compra.
- Cotización con proveedores

- Aprobación de la compra
- Envío el pedido al proveedor
- Recepción de materia del material e insumos.
- Cancelación de la factura
- Proceso de atención al cliente

Cada vez que ingresa un nuevo paciente se procede a cumplir los siguientes procesos:

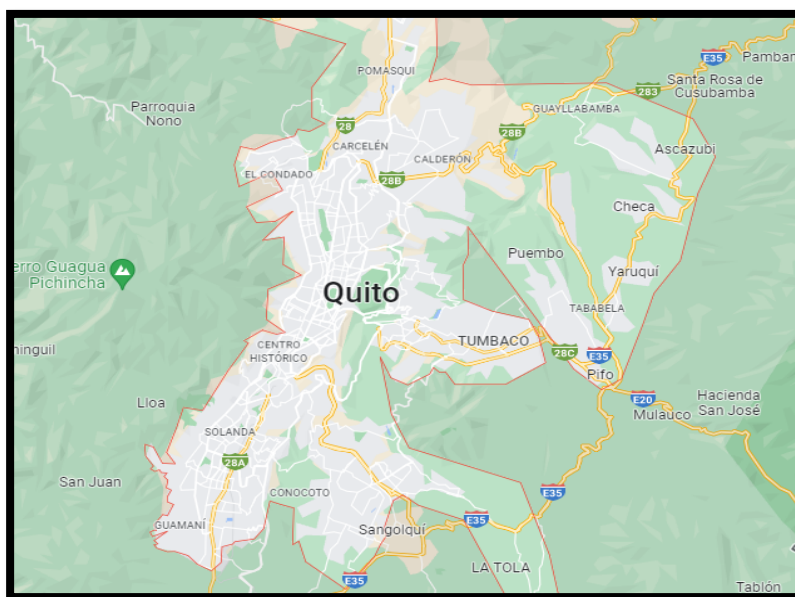
- Fijar cita para la atención con los especialistas.
- Apertura de una historia clínica en la que constaran los siguientes datos: datos personales, antecedentes médicos.
- Asistencia a la consulta.
- Odontograma inicial: donde se registra que representan los trabajos realizados anteriormente y los trabajos por realizar
- Radiografías: aquí se determina si son necesarias radiografías para confirmar el diagnóstico preliminar, según sea el caso.
- Observaciones: se llena por parte del especialista en caso de ser necesario.
- Realización de presupuesto: este se realiza finalizado el diagnóstico preliminar de la patología del paciente, donde se plantean los tratamientos sugeridos.
- Una vez explicados los procedimientos sugeridos y con la aprobación del monto por parte del cliente, se procede a agendar una nueva cita para la realización del tratamiento.

1.6.2. LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES

La clínica de especialidades odontológicas se encontrará ubicado al sur de la ciudad de Quito, en un punto central en donde limitan las localidades de Guamaní, Quitumbe y la Ecuatoriana. En cuanto a los Centros Clínicos Odontológicos cercanos al lugar existen un estimado de 10 (Google Maps, s.f.) por tal se encuentran apartados del sector, con base en fuentes de administración zonal del sur señalan a este sector como uno de los sectores con mayor participación social cuya capacidad de organización y gestión documentaria son los principales aportes de desarrollo socioeconómico.

En este contexto, en la siguiente figura se muestra el sector donde se implementará el plan de negocio (Clínica de especialidades odontológicas) de forma macro y micro.

Figura 7 Ubicación macro de la clínica de especialidades odontológicas



Fuente: Google maps (2022). Ubicación geográfica.

A continuación, se muestra la micro localización de la clínica de especialidades odontológicas:

Figura 8 Ubicación micro de la clínica de especialidades odontológicas



Fuente: Google maps (2022). Ubicación geográfica.

La clínica de especialidades odontológicas contará con dos plantas. En la planta baja se encontrará el área de espera que está junta con la recepción, en donde se proporcionará información, asignación de citas y registro de pacientes. Adicional, se encontrarán los consultorios odontológicos de las especialidades que se implementará, mismos que serán de uso exclusivo para los profesionales en donde se llevarán a cabo las consultas y procedimientos. Además, se contará con área de esterilización, herramientas e implementos a ser utilizados por los especialistas. Un baño público y una bodega.

La clínica de especialidades odontológicas tendrá instalaciones eficientes y ordenadas donde se transmita confianza, tendrá una superficie construida de 200m².

El tiempo de elaboración del plan de negocios para este proyecto estará reflejado de acuerdo con el tiempo que los encargados lo dispongan, sin embargo, se ha establecido un tiempo aproximado de 3 meses para la identificación del lugar y generación de los planos. Además, en cuanto a los documentos para su funcionamiento, tendrá un tiempo aproximado de 2 meses, siendo un tiempo conveniente para realizar los procesos legales.

En este contexto el tipo de sistema de producción para el negocio está basado por proyecto o bajo pedido, es decir se busca cumplir con la estimación de costos y los tiempos de entrega a los clientes, en este caso los tratamientos bucales.

De igual manera se conseguirá optimizar los procesos para que el costo permanezca siendo bajo.

Siempre y cuando los recursos humanos tengan gran participación en el proceso.

1.6.3. CAPACIDAD INSTALADA

La clínica de especialidades odontológicas permitirá a los ciudadanos residentes de los sectores Quitumbe, la Ecuatoriana y Guamaní, contar con un servicio de calidad y eficaz en cuanto al cuidado de la salud bucal y estética, para ello es necesario contar con personal médico especializado, infraestructura y capacidad instalada, a más de recursos físicos, económicos, tecnológicos, técnicos y humanos internos y externos.

En este sentido, de acuerdo con un estudio técnico macro y micro de la ubicación, tendrá una capacidad instalada de 15000 pacientes al año.

El tiempo de atención u horario de atención a los pacientes, para ello, se establece un horario de 8 horas laborales de lunes a viernes; y los sábados y domingos de 4 horas.

El tiempo de atención por cada paciente dependerá del tipo de especialidad que se necesite y la dificultad de la intervención, sin embargo, se estipulará un aproximado de 60 minutos.

A continuación, se presenta la capacidad instalada de la clínica de especialidades odontológicas de acuerdo con las especialidades que se implementarán:

Tabla 9. Capacidad Instalada

Especialidad	Pacientes al año
Consulta odontologica	3600
Odontología general	
Extracciones simples	1080
Restauraciones simple	5400
Restauracion compuesta	1800
Restauraciones complejas	360
profilaxis	120
Fuorizacion	360
Ortodoncia	84
Odontopediatría	360
Endodoncia	300

Cirugía	480
Estética dental	600
Implantología	600
Periodoncia	240

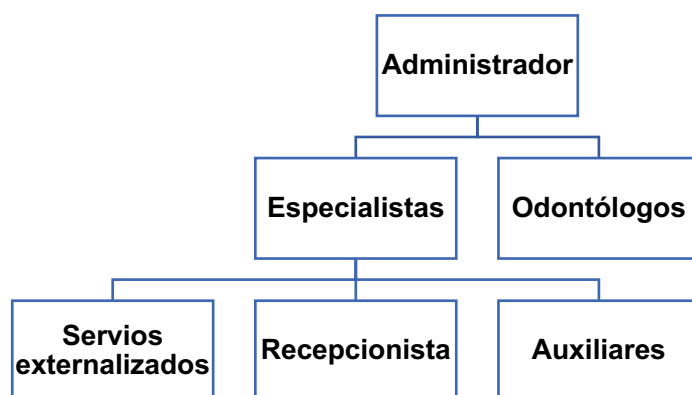
Elaborado por: Autor (2022)

1.7. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

1.7.1. ORGANIGRAMA

La estructura organizativa con la que contará la clínica es la siguiente:

Figura 9 Organigrama de la clínica de especialidades odontológicas



Elaborado por: Autor (2022). Estructura organizacional.

1.7.2. DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS DEL PERSONAL

Funciones del Administrador de negocio

- Organizar y realizar el plan de trabajo de acuerdo con las necesidades de la población y la atención solicitada en determinado tiempo.
- Administrar adecuadamente los recursos que garanticen el buen funcionamiento de las instalaciones y los equipos (orden y limpieza).
- Elaborar presupuestos de operación y mantenimiento para el funcionamiento de los equipos odontológicos.
- Implementar políticas, reglamentos y estrategias que permitan incrementar los niveles de contribución de todos los colaboradores.
- Coordinar, participar y analizar la administración de inventarios mensuales e inventarios generales.
- Planificar el proceso de operación de la clínica.
- Establecer las normas de uso de uniformes, pagos, rotación de personal y otros temas relacionados con las funciones de los odontólogos.

- Organizar las funciones del personal en todas las áreas.
- Contribuir en el manejo de conflictos y problemas que se presenten entre los empleados o clientes a través de una comunicación adecuada. }
- Controlar el cumplimiento de todas las normas de acuerdo con los parámetros internos.

Funciones generales de la Recepcionista

- Promover y apoyar las necesidades y requerimientos del personal.
- Recibir las llamadas }
- Brindar información de los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en la clínica.
- Registro de citas y agendamiento de citas.
- Colaborar con el director en la elaboración del programa anual de actividades del centro, así como del informe correspondiente a las labores de este y del personal involucrado.
- Contribuir con la supervisión de las labores odontológicas.

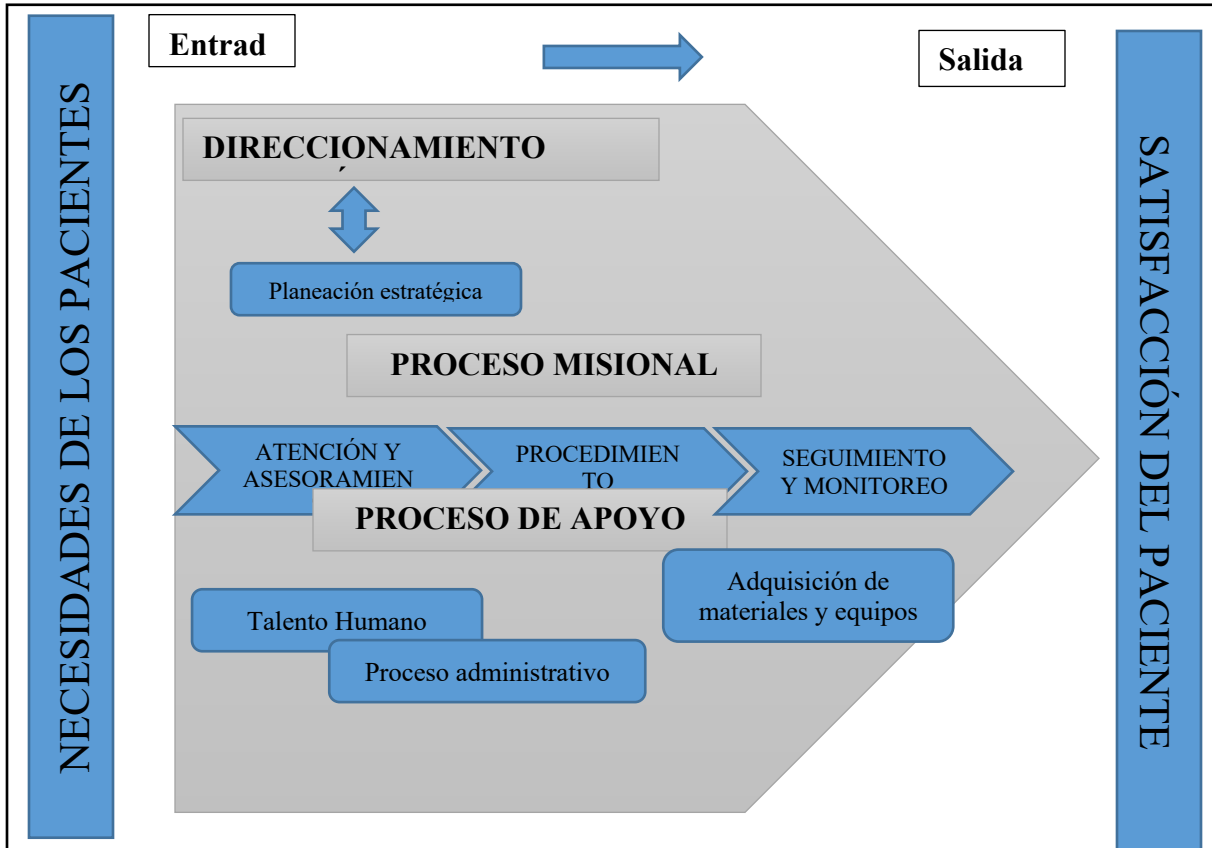
Funciones generales del personal odontológico

- Brindar una atención oportuna para los pacientes.
- Establecer diagnósticos coherentes.
- Dar seguimiento a los pacientes.
- Recomendación de tratamientos que se adecuen a las necesidades y estudios establecidos en la consulta.

1.7.3. MAPA DE PROCESOS

Frente a la estructura organizativa de la clínica, a continuación, se presenta el mapa de procesos general, y los flujos de actividades a desarrollarse dentro de las instalaciones:

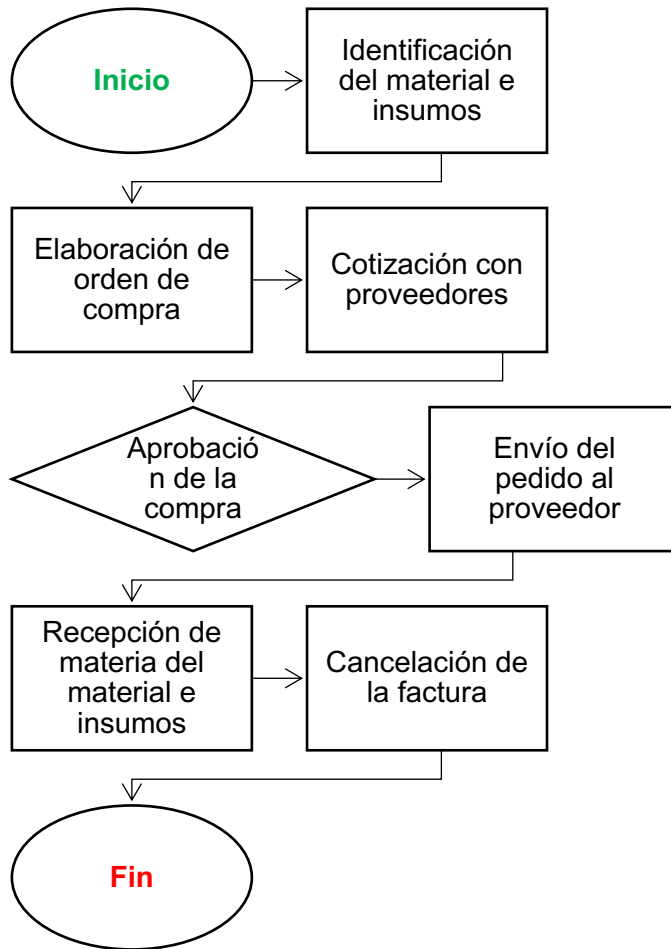
Figura 10 Mapa de procesos



Elaborado por: Autor (2022). Mapa de procesos.

Seguidamente, se presenta los flujos de procesos que se desarrollarán dentro de la clínica de especialidades odontológicas, mismas que se engloban a los servicios de los especialistas:

Figura 11 Flujograma del proceso de compra



Elaborado por: Autor (2022). Flujo de procesos de compra

Cada vez que ingresa un nuevo paciente a la clínica se procede a cumplir el siguiente proceso por parte de la recepcionista:

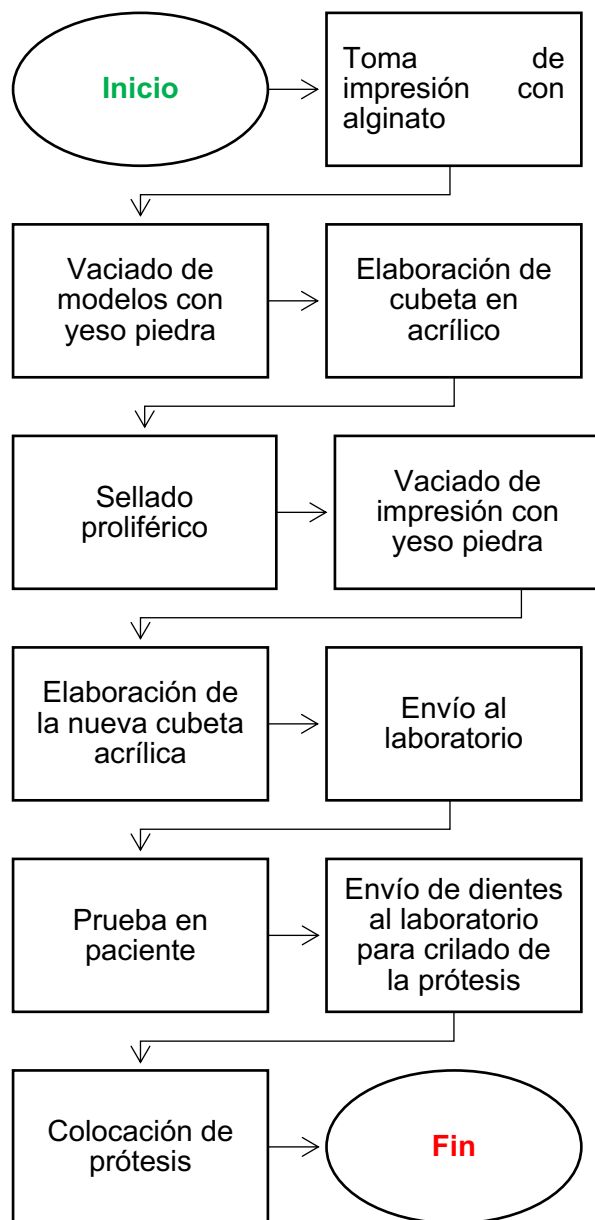
Figura 12 Flujograma del proceso de atención al cliente



Elaborado por: Autor (2022). Flujo de procesos de atención al cliente

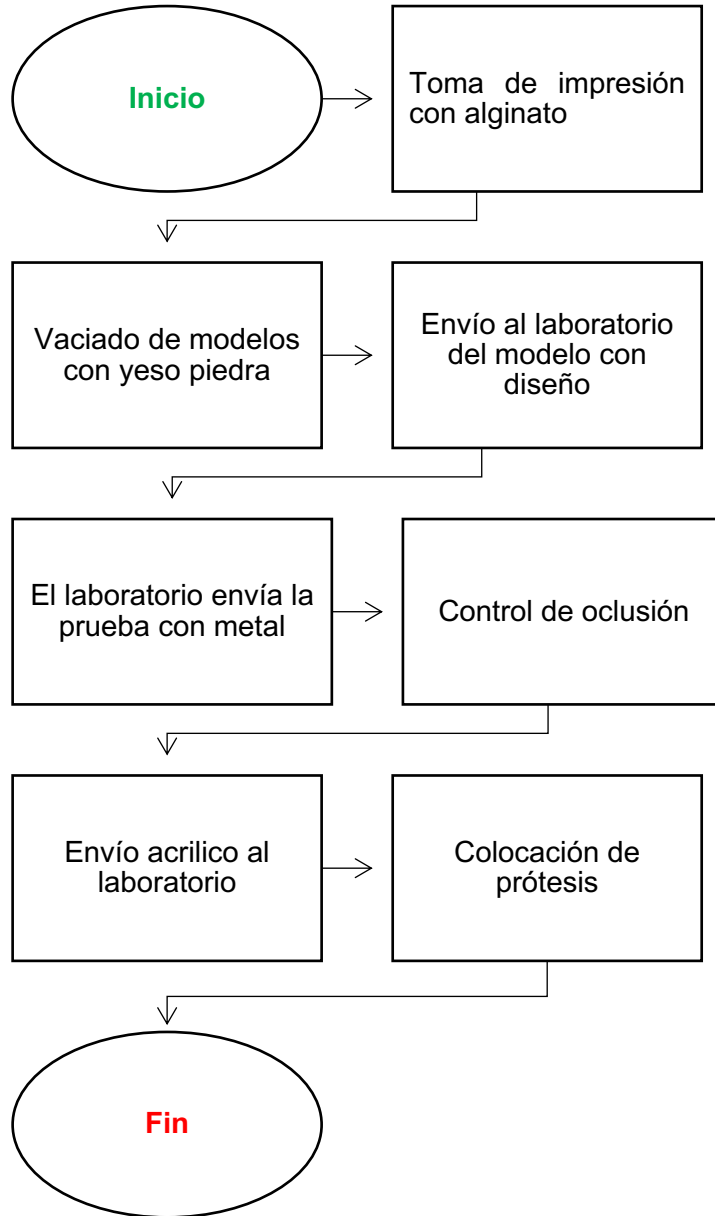
Entre los servicios que ofrece la clínica de especialidades odontológicas, están los siguientes servicios

Figura 13 Flujograma del proceso de prótesis total



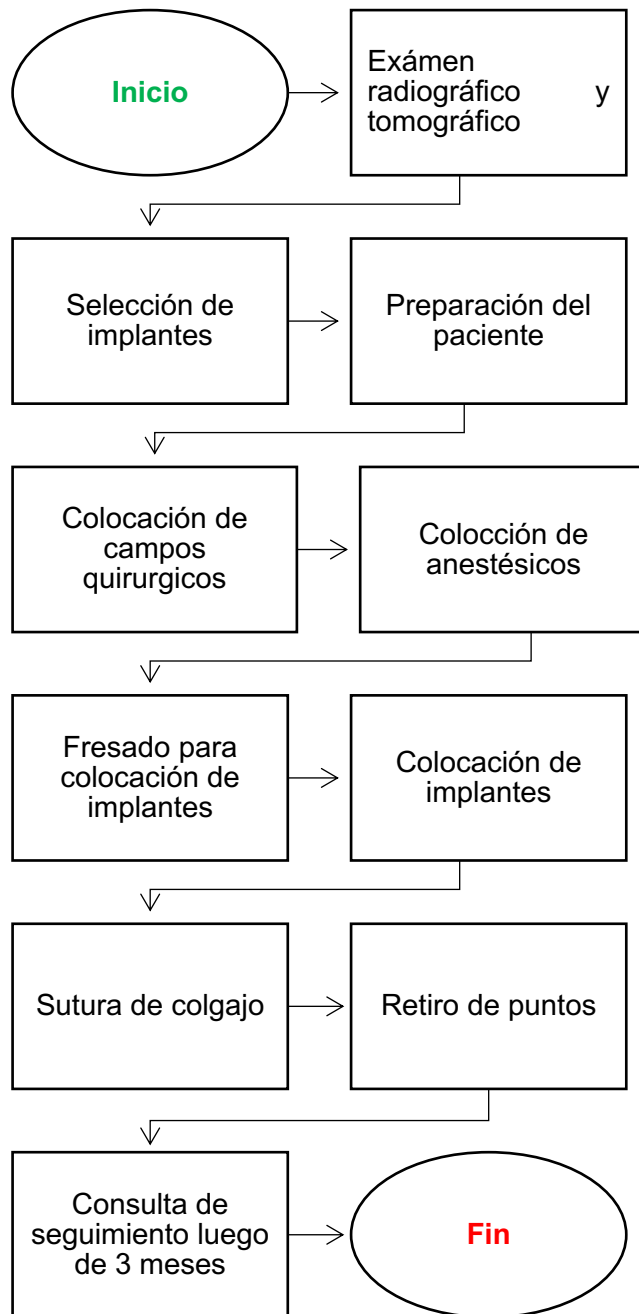
Elaborado por: Autor (2022). Flujo de procesos de prótesis total

Figura 14 Flujograma del proceso de prótesis parcial removible



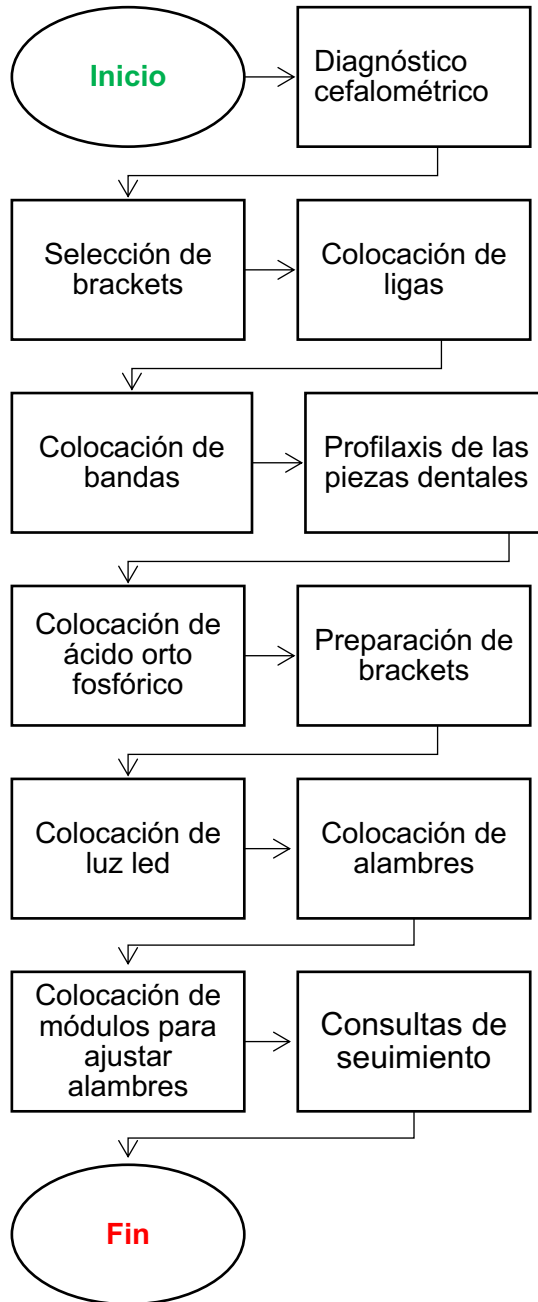
Elaborado por: Autor (2022). Flujo de procesos de prótesis parcial removible

Figura 15 Flujograma del proceso de cirugía de implantes dentales



Elaborado por: Autor (2022). Flujo de procesos de cirugía de implantes dentales

Figura 16 Flujograma del proceso de ortodoncia



Elaborado por: Autor (2022). Flujo de procesos de tratamientos de ortodoncia

1.7.4. RECURSOS HUMANOS

Para el cumplimiento de las actividades se toma en cuenta un personal profesional en las actividades odontológicas, para ello, se presenta los colaboradores inmersos en la clínica de especialidades odontológicas:

- Administrador
- Odontólogos Generales y Especialistas
- Recepcionista (odontólogo)
- Asistentes odontológicos
- Servicios externalizados (Legales, Contables, Administrativos)

1.8. ANÁLISIS FINANCIERO.

El análisis financiero esta realizado en base a los datos del estudio de mercado con un 7% de participación, tomando en cuenta la capacidad instalada de la clínica de especialidades odontológicas.

1.8.1. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Tabla 10. Porcentaje de participación en el mercado

Especialidad	Especialidad	Habitantes de los sectores de interes	Porcentaje de participación en el mercado	Pacientes al año
Consulta odontologica		214458	0,017	3600
Odontología general				
	Extracciones simples	214458	0,005	1080
	Restauraciones simple	214458	0,025	5400
	Restauracion compuesta	214458	0,008	1800
	Restauraciones complejas	214458	0,002	360
	profilaxis	214458	0,001	120
	Fuorizacion	214458	0,002	360
Ortodoncia		214458	0,000	84
Odontopediatría		214458	0,002	360
Endodoncia		214458	0,001	300
Cirugía		214458	0,002	480
Estética dental		214458	0,003	600
Implantología		214458	0,003	600
Periodoncia		214458	0,001	240

Elaborado por: Autor (2022)

1.8.2. RANGO DE PRECIOS POR LOS SERVICIOS

Tabla 11. Rango de precios por los servicios

Especialidad	Especialidad	Consultas Diaria	Pacientes al mes	Pacientes al año	Precio Consulta	Precio Consulta
Consulta odontologica		10	300	3600	\$ 5,00	\$ 18.000,00
Odontología general						
	Extracciones simples	3	90	1080	\$ 30,00	\$ 32.400,00
	Restauraciones simple	15	450	5400	\$ 10,00	\$ 54.000,00
	Restauracion compuesta	5	150	1800	\$ 15,00	\$ 27.000,00
	Restauraciones complejas	1	30	360	\$ 20,00	\$ 7.200,00
	profilaxis		10	120	\$ 10,00	\$ 1.200,00
	Fuorizacion	1	30	360	\$ 5,00	\$ 1.800,00
Ortodoncia			7	84	\$ 500,00	\$ 42.000,00
Odontopediatría			30	360	\$ 20,00	\$ 7.200,00
Endodoncia			25	300	\$ 100,00	\$ 30.000,00
Cirugía			40	480	\$ 90,00	\$ 43.200,00
Estética dental			50	600	\$ 500,00	\$ 300.000,00
Implantología			50	600	\$ 500,00	\$ 300.000,00
Periodoncia			20	240	\$ 30,00	\$ 7.200,00
INGRESOS TOTALES						\$ 853.200,00

Elaborado por: Autor (2022)

1.8.2. ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS A 10 AÑOS

Tabla 12. Estado de resultados proyectados a 10 años (2022-2031)

Estado de Resultados Proyectado										
Concepto	AÑO 1 USD	AÑO 2 USD	AÑO 3 USD	AÑO 4 USD	AÑO 5 USD	AÑO 6 USD	AÑO 7 USD	AÑO 8 USD	AÑO 9 USD	AÑO 10 USD
Ingresos										
Consulta odontologica	1500,00	1650,00	1815,00	1996,50	2196,15	2415,77	2657,34	2923,08	3215,38	3536,92
Extracciones simples	2700,00	2970,00	3267,00	3593,70	3953,07	4348,38	4783,21	5261,54	5787,69	6366,46
Restauraciones simple	4500,00	4950,00	5445,00	5989,50	6588,45	7247,30	7972,02	8769,23	9646,15	10610,76
Restauracion compuesta	2250,00	2475,00	2722,50	2994,75	3294,23	3623,65	3986,01	4384,61	4823,07	5305,38
Restauraciones complejas	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46	966,31	1062,94	1169,23	1286,15	1414,77
profilaxis	100,00	110,00	121,00	133,10	146,41	161,05	177,16	194,87	214,36	235,79
Fuorizacion	150,00	165,00	181,50	199,65	219,62	241,58	265,73	292,31	321,54	353,69
Ortodoncia	3500,00	3850,00	4235,00	4658,50	5124,35	5636,79	6200,46	6820,51	7502,56	8252,82
Odontopediatria	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46	966,31	1062,94	1169,23	1286,15	1414,77
Endodoncia	2500,00	2750,00	3025,00	3327,50	3660,25	4026,28	4428,90	4871,79	5358,97	5894,87
Cirurgia	3600,00	3960,00	4356,00	4791,60	5270,76	5797,84	6377,62	7015,38	7716,92	8488,61
Estética dental	25000,00	27500,00	30250,00	33275,00	36602,50	40262,75	44289,03	48717,93	53589,72	58948,69
Implantología	25000,00	27500,00	30250,00	33275,00	36602,50	40262,75	44289,03	48717,93	53589,72	58948,69

Periodoncia	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46	966,31	1062,94	1169,23	1286,15	1414,77
Total Ingresos Mensual	72600,00	79860,00	87846,00	96630,60	106293,66	116923,03	128615,33	141476,86	155624,55	171187,00
Total Ingresos Anuales	871200,00	958320,00	1054152,00	1159567,20	1275523,92	1403076,31	1543383,94	1697722,34	1867494,57	2054244,03
Costos										
Total Costos Variables	730.321,84	737.625,05	745.001,30	752.451,32	759.975,83	767.575,59	775.251,35	783.003,86	790.833,90	798.742,24
Total Costos Fijos	19.002,63	18.906,50	18.783,21	18.846,87	18.731,86	17.496,44	17.520,41	17.442,21	17.343,84	17.390,76
Total Costos	749.324,47	756.531,55	763.784,52	771.298,19	778.707,69	785.072,03	792.771,76	800.446,06	808.177,74	816.132,99
Utilidad Bruta	121.875,53	201.788,45	290.367,48	388.269,01	496.816,23	618.004,29	750.612,18	897.276,27	1.059.316,83	1.238.111,03
Gastos										
Gastos de Admini y Ventas	93.159,46	94.091,05	95.031,96	95.982,28	96.942,10	97.911,52	98.890,64	99.879,55	100.878,34	101.887,13
Gastos Financieros	23.944,99	19.801,99	15.087,11	9.721,43	3.615,11	-	-	-	-	-
Total Gastos	117.104,45	113.893,04	110.119,07	105.703,71	100.557,21	97.911,52	98.890,64	99.879,55	100.878,34	101.887,13
Utilidad Antes de Reparto	4.771,08	87.895,41	180.248,41	282.565,30	396.259,01	520.092,76	651.721,54	797.396,73	958.438,49	1.136.223,91
15% Utilidades Trabajadores	715,66	13.184,31	27.037,26	42.384,80	59.438,85	78.013,91	97.758,23	119.609,51	143.765,77	170.433,59
Utilidad Antes de Impuestos	4.055,42	74.711,10	153.211,15	240.180,51	336.820,16	442.078,85	553.963,31	677.787,22	814.672,72	965.790,32
25% Impuesto a la Renta	1.013,86	18.677,78	38.302,79	60.045,13	84.205,04	110.519,71	138.490,83	169.446,80	203.668,18	241.447,58
Utilidad Neta	3.041,57	56.033,33	114.908,36	180.135,38	252.615,12	331.559,14	415.472,48	508.340,41	611.004,54	724.342,74

Elaborado por: Autor (2022)

1.8.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 10 AÑOS

Tabla 13. Flujo de caja proyectados a 10 años (2022-2031)

Flujo de Caja											
Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		871.200,00	958.320,00	1.054.152,00	1.159.567,20	1.275.523,92	1.403.076,31	1.543.383,94	1.697.722,34	1.867.494,57	2.054.244,03
Costos		749.324,47	756.531,55	763.784,52	771.298,19	778.707,69	785.072,03	792.771,76	800.446,06	808.177,74	816.132,99
Utilidad Bruta		121.875,53	201.788,45	290.367,48	388.269,01	496.816,23	618.004,29	750.612,18	897.276,27	1.059.316,83	1.238.111,03
Gastos de Admini y Ventas		93.159,46	94.091,05	95.031,96	95.982,28	96.942,10	97.911,52	98.890,64	99.879,55	100.878,34	101.887,13
Utilidad Operacional		28.716,07	107.697,40	195.335,52	292.286,73	399.874,12	520.092,76	651.721,54	797.396,73	958.438,49	1.136.223,91
Gastos Financieros		23.944,99	19.801,99	15.087,11	9.721,43	3.615,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Antes de Reparto		4.771,08	87.895,41	180.248,41	282.565,30	396.259,01	520.092,76	651.721,54	797.396,73	958.438,49	1.136.223,91
15% Utilidades Trabajadores		715,66	13.184,31	27.037,26	42.384,80	59.438,85	78.013,91	97.758,23	119.609,51	143.765,77	170.433,59
Utilidad Antes de Impuestos		4.055,42	74.711,10	153.211,15	240.180,51	336.820,16	442.078,85	553.963,31	677.787,22	814.672,72	965.790,32
25% Impuesto a la Renta		1.013,86	18.677,78	38.302,79	60.045,13	84.205,04	110.519,71	138.490,83	169.446,80	203.668,18	241.447,58
Utilidad Neta	-	3.041,57	56.033,33	114.908,36	180.135,38	252.615,12	331.559,14	415.472,48	508.340,41	611.004,54	724.342,74
Depreciaciones USD	-	9.977,44	9.977,44	9.977,44	9.977,44	9.977,44	9.977,44	9.977,44	9.977,44	9.977,44	9.977,44
Amortizaciones USD	-	1.162,80	1.162,80	1.162,80	1.162,80	1.162,80					
V/. Residual USD	-										6.930,90
C. Trabajo USD	-										658.759,69
Inv. Inicial USD	-745.102,69				11.220,00		0,00		11.220,00		

Préstamo USD	197.627,91											
Pago Deuda USD	-	30.014,72	34.157,72	38.872,60	44.238,28	50.344,60						
Flujo del Inversionista	-547.474,78	-15.832,91	33.015,84	87.176,00	135.817,34	213.410,76	341.536,57	425.449,92	507.097,85	620.981,97	1.400.010,77	
Flujo de caja acumulado		-	-	-443.115,86	-307.298,52	-93.887,76	247.648,81	673.098,73	1.180.196,58	1.801.178,56	3.201.189,33	

Elaborado por: Autor (2022).

1.8.3. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Este calculo se hará en base al estado de resultados:

VENTAS	\$	871.200,00
TOTAL COSTO VARIABLE	\$	730.321,84
TOTAL GASTOS	\$	117.104,45
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$	847.426,28
COSTOS FIJOS	\$	19.002,63

$$Qe = \frac{CF}{1 - (\text{Gasto Variable} - \text{Ventas})}$$

$$Qe = \frac{19.002,63}{1 - (730.321,84 - 871.200,00)}$$

$$Qe = 696.361,25$$

El punto equilibrio de ventas es de \$ 696.361,25.

1.8.4. ANÁLISIS DE TASA INTERNA DE RETORNO, ÍNDICE DE RENTABILIDAD, VALOR ACTUAL NETO, RETORNO DE LA INVERSIÓN.

Se considera lo siguiente:

Tabla 14. *Análisis de sensibilidad*

Descripción	V/. Decimal
TASA DE DESCUENTO	20%
V PRESENTE	\$908.955,92
VAN	361.481,1
TIR	28,8%

Elaborado por: Autor (2022).

1.9. VIABILIDAD DEL PROYECTO

- A través del análisis de mercado, las estrategias a implementar para el desarrollo de las áreas que forman parte de la clínica de especialidades odontológicas, se han establecido otorgar una asesoría sobre el adecuado cepillado, cuidado y procesos que se deben llevar a cabo luego de acudir al odontólogo, realizar promociones o sorteos para limpiezas bucales, así como otorgar obsequiar o limpiezas bucales por cumpleaños y mejorar los protocolos que están destinados a la atención al cliente mediante una correcta gestión administrativa.
- En cuanto a los procesos operativos que mantienen las clínicas odontológicas en otras zonas dentro de Quito, se aplicarán y adaptarán algunos procedimientos como parte de las actividades que se realizarán dentro de la clínica de especialidades odontológicas, entre ellas estará la atención continua y personalizada, sin embargo, a través del estudio técnico el proyecto de la clínica contará con infraestructura de última tecnología que engloba equipos y herramientas, así como también profesionales capacitados en atención al cliente.
- Para incrementar la inversión en la clínica de especialidades odontológicas se realizará convenios con entidades financieras, quienes permitan brindar a los pacientes la facilidad de financiar el tratamiento que necesiten, así como los distribuidores ubicados en las zonas centro y norte de la ciudad, pudiendo atender a un grupo mayor de la población como lo es el que se encuentra en el sur de Quito; mediante estas alianzas garantizará a la clínica un constante crecimiento de participación dentro del mercado competitivo.

1.10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.10.1. CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio previsto se concluye lo siguiente:

- El sur de Quito presenta mayor densidad poblacional de un valor cercano al 36% total de la urbe. Por tanto, se considera factible realizar un centro clínico odontológico de especialidades.

- En temas socio demográficos, Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe se consideran sectores donde la economía se dinamiza tanto por la polifuncionalidad de las personas, así como en la ejecución de profesión de los adultos mayores, sin embargo, por falta de cuidado anterior, pues, se considera un nicho importante lo cual se necesita de establecer un servicio de calidad un servicio que aborde el tema logístico y les permita un ahorro de costes.

- El presente estudio determinó la necesidad de instalar un centro de salud dental para los habitantes de Guamaní, La Ecuatoriana y Quitumbe ya que no disponen de un centro hospitalario de especialidades odontológicas cercano.

- Se determinó que se necesita una inversión inicial de \$ 745.102,69 para socavar los costos.

1.10.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda hacer cuadros de simulación tanto para el flujo neto de efectivo como las ventas proyectadas del cual se basa en un estudio neto técnico avalado o proyectado por externos o en tal caso según la táctica de la profesión ejecutarlos con base en costos de mercado, costos de oportunidad, riesgo país y otros indicadores lo cual nos permite determinar con mayor eficiencia los gastos e ingresos requeridos.
- Se recomienda en el caso de Quito, no hacer un análisis de mercado por zonas en específico Norte, Sur, Valle de los Chillos o Cumbayá, sino más bien analizar por sectores, parroquias o ciudadelas por la alta tasa de población con las que cuentan y de esta manera obtener un análisis de mercado pegado a la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

- INEC. (2021). *Índice de Precios al Consumidor*. Quito: INEC.
- INEC. (2021). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Quito: INEC.
- Lucero, K. (09 de febrero de 2020). *La tendencia aseguradora empieza a cambiar en el país*. Recuperado el 22 de marzo de 2022, de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-tendencia-aseguradora-empieza-cambiar-en-el-pais>
- Broking, C. (2015). Obtenido de Obtenido de <https://willistowerswatsonupdate.es/riesgos-corporativos-y-directivos/factores-que-transformaran-el-sector-asegurador/>
- Guabanud, J., & Castro, B. (2020). Incidencia de los factores sociales, culturales, demográficos y ambientales en las pymes inmobiliarias de Manabí. . *Dom. Cien., ISSN: 2477-8818 Vol. 6, núm. 3, 7*.
- Garrido, M. (2003). *Formación basada en las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Tarragona: Universitat Rovira I Virgil.
- Arenas, M. (2020). *Tendencias tecnológicas para 2021*. . INTEREMPRESAS.
- EKOS. (24 de diciembre de 2020). *Datta*. Obtenido de Las inversiones en transformación digital alcanzarán los 6,8 billones entre 2020 y 2023:: <https://datta.com.ec/articulo/las-inversiones-en-transformacion-digital-alcanzaran-los-6-8-billones-entre-2020-y-2023>
- Obando, J., Sotolongo, M., & E., V. (2019). El desempeño de la seguridad y salud en el trabajo: modelo de intervención basado en las estadísticas de accidentalidad. . *Revista Espacios Vol. 40 (Nº 43), 9*.
- Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. . *Enseñanza e Investigación en Psicología, vol. 12, núm. 1, enero-junio, 2007, 19*.
- Gómez, L. (12 de septiembre de 2018). *Análisis de Fuerza, Debilidad, Oportunidad y Amenaza (DAFO)*. Obtenido de <https://inversionesenbolsa.online/analisis-de-fuerza-debilidad-oportunidad-y-amenaza-dafo/>
- Peralta, E. (12 de septiembre de 2017). *Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo*. Obtenido de Genwords: https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix#Definicion_de_Marketing_Mix
- Espinoza, R. (06 de mayo de 2014). *Marketing Mix : las 4Ps*. Obtenido de Roberto Espinoza: <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Velásquez, G. (19 de septiembre de 2015). *Diversas Perspectivas del Marketing*. Obtenido de Marketing Puro: <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>

Thompson, I. (22 de junio de 2010). *¿Qué es Promoción? Obtenido de Marketingintensivo*. Obtenido de <https://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP). (2008). *Manual de Uso de los Formularios*.

Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP). (s.f.). *GeoSalud*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/>

Quito cómo vamos. (Febrero de 2022). *INFORMACIÓN SOBRE DEMOGRAFÍA QUITO COMO VAMOS 2021*. Obtenido de https://quitocomovamos.org/wp-content/uploads/2022/03/Factsheet-Demograf%C3%ADa-2021-vfinal_CompressPdf.pdf

INEC. (s.f.). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Recursos_Actividades_de_Salud/RAS_2018/Boletin_Tecnico_RAS_2018.pdf

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL ESPAE

Encuesta para el estudio de mercado de una clínica de especialidades odontológicas en el sector sur de Quito

- Esta encuesta consta de 11 preguntas.
- Lea atentamente cada una de ellas, revise todas las opciones y elija la alternativa con la que más se identifique.
- Para la aplicación de la encuesta, se ha tomado en consideración a la población total de los sectores de Quitumbe, La Ecuatoriana y Guamaní de la ciudad de Quito, que según el INEC (2010) tienen un estimado de 214.000 habitantes. En este sentido se aplicó la encuesta de la población infinita, dando como resultado un total de 384 personas para la aplicación de la encuesta.

1. Mencione su género

Masculino

Femenino

2. ¿Qué edad tiene usted

18 a 30

30 a 50

50 a 70

3. ¿Con que frecuencia usted acude al odontólogo?

Mensual

Bimestral

Trimestral

Semestral

Anual

4. ¿Cuáles son las razones por las que usted acude al odontólogo?

a. Control odontológico

- b. Cambios estéticos
- c. Limpieza
- d. Emergencias

5. Al momento que decide ir al odontólogo ¿En qué basa su elección?

- a. Consultorio o clínica que cuente con todas las especialidades odontológicas
- b. Consultorio o clínica en base a una recomendación
- c. Consultorio o clínica publicado en medios de comunicación
- d. Consultorio o clínica con profesionales de amplia trayectoria
- e. Consultorio o clínica en base al costo económico
- f. Otro, especifique

6. ¿Ha tenido algún tipo de experiencia negativa en algún consultorio, clínica odontológica?

- a. Si
- b. No

7. ¿El consultorio o clínica odontológica que usted frecuenta consta con todos los equipos y herramientas necesarias en cuanto a servicios odontológicos e imagenología?

- a. Si
- b. No

8. ¿Qué tiempo pasa usted en una consulta odontológica?

- a. De 15 a 30´
- b. De 30 a 45´
- c. De 45 a 60´

9. ¿En este sector conoce usted una clínica o consultorio de especialidades odontológicas?

- a. Si
- b. No

10. ¿Usted de lo que paga habitualmente, estaría dispuesto a pagar un valor similar por un mejor servicio e incluyendo un servicio de imagenología dental?

- a. Si
- b. No

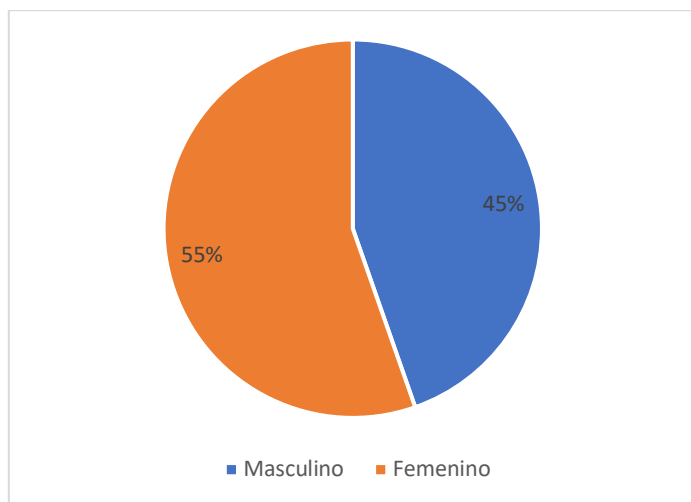
11. ¿Considera usted que en este sector se de apertura una clínica que cuente con todas las especialidades odontológicas, servicios de imagenología dental, para facilitar a las personas que viven y transitan este sector?

- a. Si
- b. No

Anexo 2 Análisis de resultados de la encuesta

Mencione su género

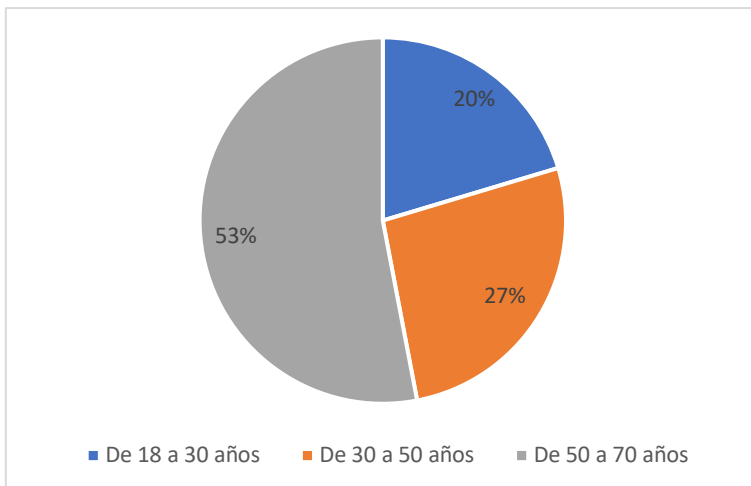
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	172	45%
Femenino	212	55%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 45% es de género masculino, y el 55% pertenece al género femenino, siendo el porcentaje que más prevalece.

¿Qué edad tiene usted?

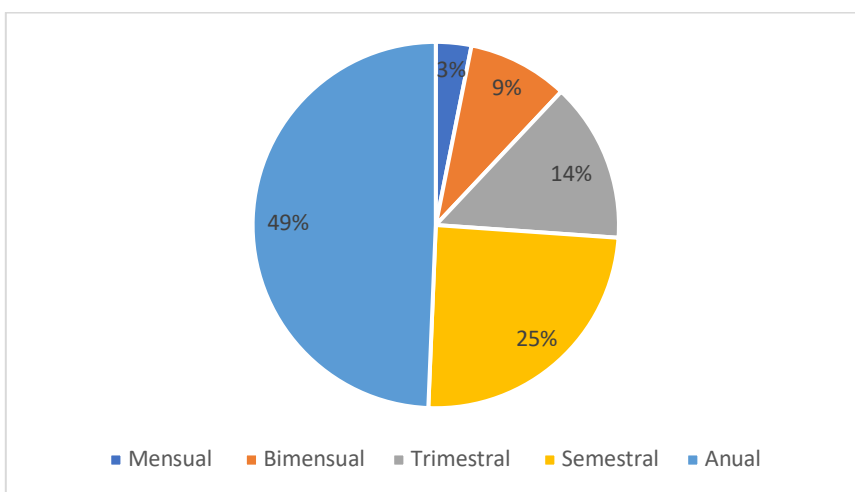
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 30 años	78	20%
De 30 a 50 años	103	27%
De 50 a 70 años	203	53%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 53% oscila en la edad de 50 a 70 años, sin embargo, el 27% está en el rango de edad de 30 a 50 años, a diferencia del 20% que tiene de 18 a 30 años.

¿Con que frecuencia usted acude al odontólogo?

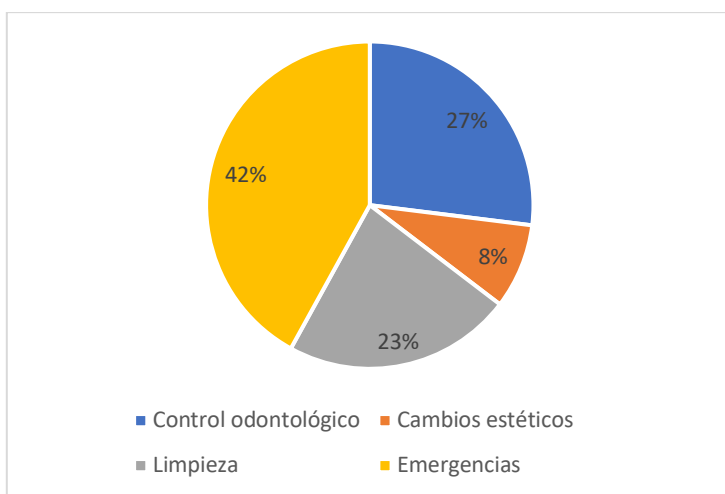
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	12	3%
Bimestral	35	9%
Trimestral	54	14%
Semestral	94	25%
Anual	189	49%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 49% acude de manera anual al odontólogo, sin embargo, el 25% acude de forma semestral, además, el 14% lo realiza de forma trimestral, el 9% de forma bimestral y el 3% de manera mensual.

¿Cuáles son las razones por las que usted acude al odontólogo?

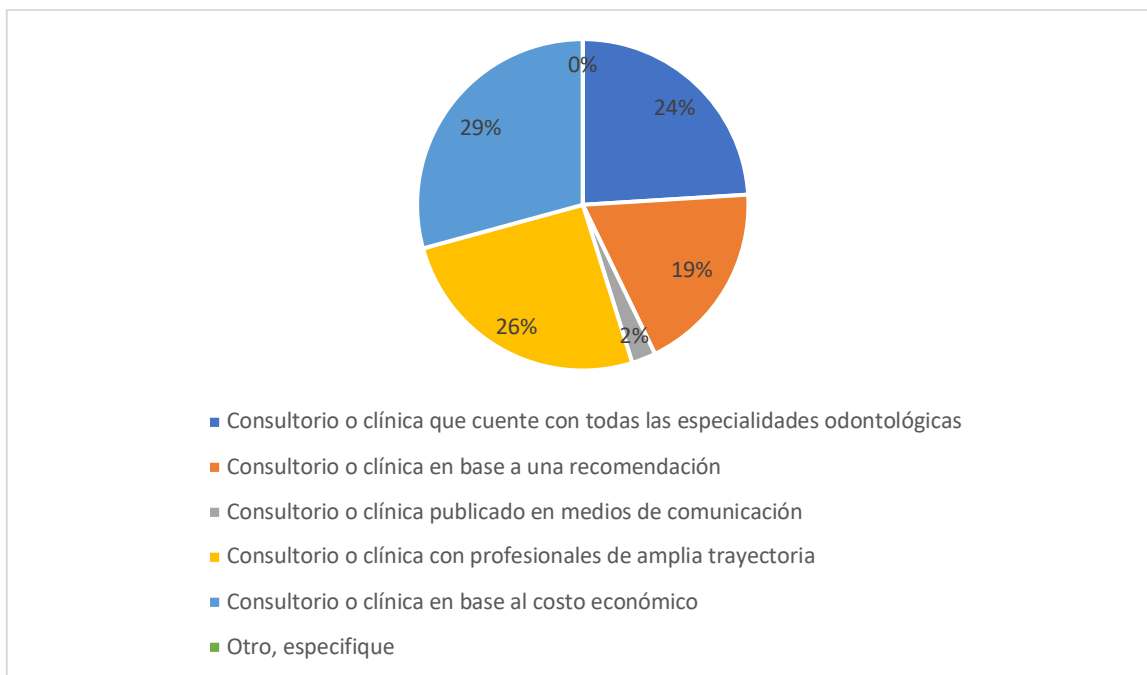
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Control odontológico	106	27%
Cambios estéticos	33	8%
Limpieza	89	23%
Emergencias	166	42%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 42% acude al odontólogo por emergencias en su salud bucal, a diferencia del 27% que acude por control odontológico, el 23% por limpieza y el 8% por cambios estéticos.

Al momento que decide ir al odontólogo ¿En qué basa su elección?

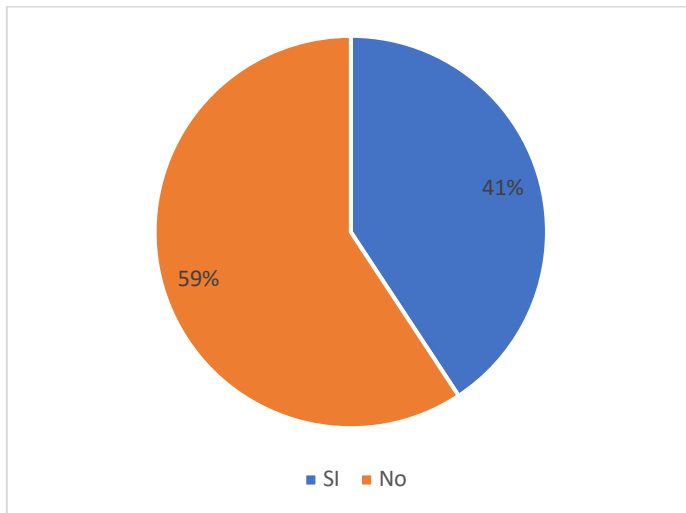
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Consultorio o clínica que cuente con todas las especialidades odontológicas	93	24%
Consultorio o clínica en base a una recomendación	72	19%
Consultorio o clínica publicado en medios de comunicación	9	2%
Consultorio o clínica con profesionales de amplia trayectoria	98	26%
Consultorio o clínica en base al costo económico	112	29%
Otro, especifique	0	0%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 29% acude al odontólogo porque el consultorio establece precios accesibles. El 26% acude porque el consultorio cuenta con profesionales de amplia trayectoria, el 24% porque cuenta con todas las especialidades odontológicas. El 19% porque le han recomendado el consultorio, y el 2% porque lo ha visto en medios de comunicación.

¿Ha tenido algún tipo de experiencia negativa en algún consultorio, clínica odontológica?

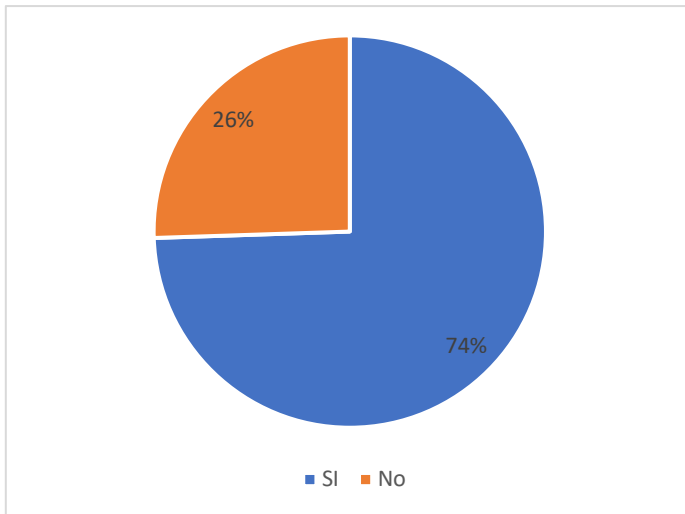
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	157	41%
No	227	59%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 59% ha tenido algún tipo de experiencia negativa en algún consultorio, clínica odontológica, sin embargo, el resto con el 41% no ha tenido algún tipo de experiencia negativa en algún consultorio.

¿El consultorio o clínica odontológica que usted frecuenta consta con todos los equipos y herramientas necesarias en cuanto a servicios odontológicos e imagenología?

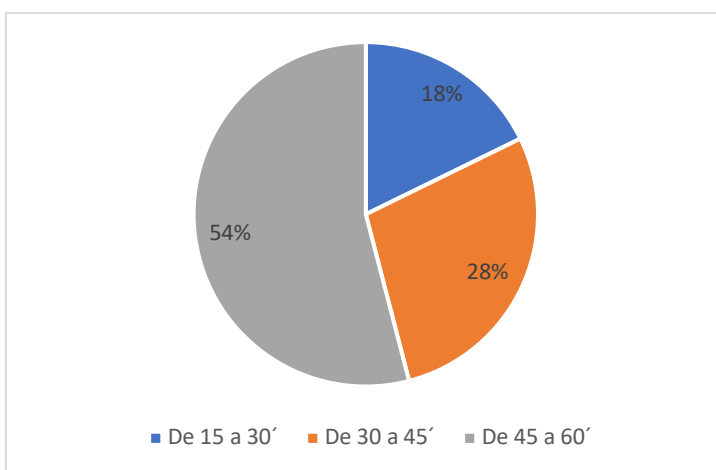
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	286	74%
No	98	26%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 74% afirma que el consultorio o clínica odontológica que frecuenta consta con todos los equipos y herramientas necesarias en cuanto a servicios odontológicos e imagenología, sin embargo, el 26% asegura que no constan de los equipos necesarios.

¿Qué tiempo pasa usted en una consulta odontológica?

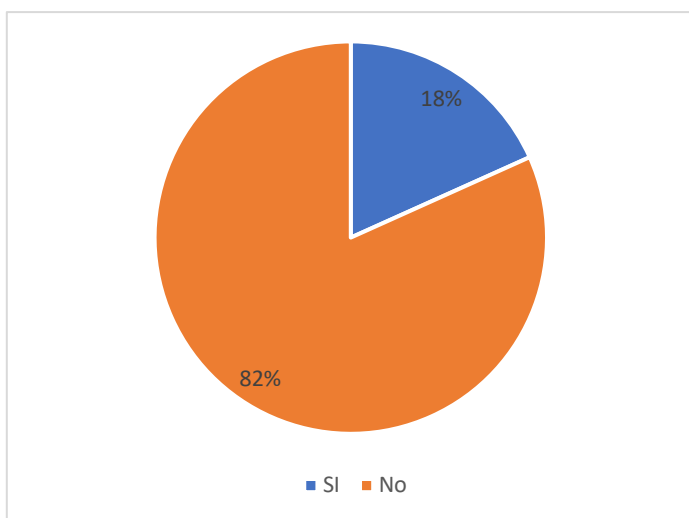
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 30´	68	18%
De 30 a 45´	109	28%
De 45 a 60´	207	54%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 54% afirma que, en una consulta odontológica, pasan de 45' a 60'. El 28% pasan de 30' a 45' y el 18% de 15' a 30' por consulta.

¿En este sector conoce usted una clínica o consultorio de especialidades odontológicas?

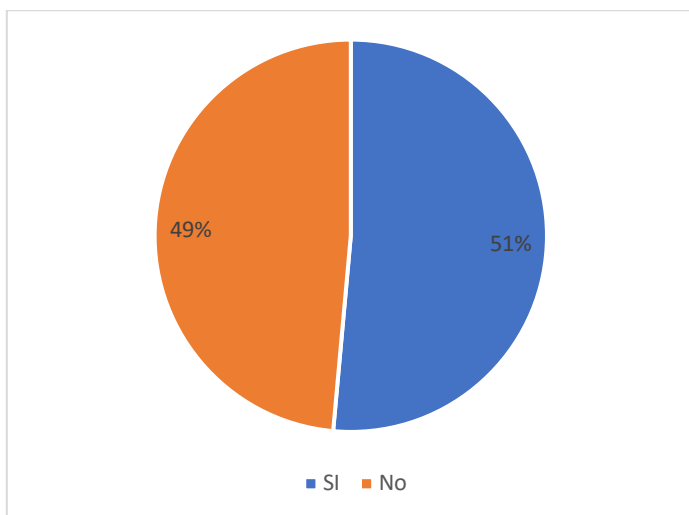
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	18%
No	314	82%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 82% afirma que en el sector donde vive no conoce una clínica o consultorio de especialidades odontológicas, sin embargo, el 18% si conoce al menos una clínica odontológica en el sector.

¿Usted de lo que paga habitualmente, estaría dispuesto a pagar un valor similar por un mejor servicio e incluyendo un servicio de imagenología dental?

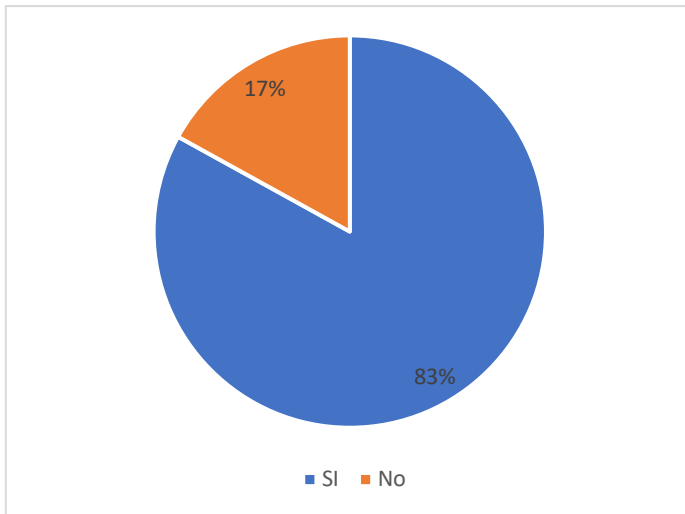
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	198	51%
No	186	49%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 51% afirma que, de lo que paga habitualmente, estaría dispuesto a pagar un valor similar por un mejor servicio e incluyendo un servicio de imagenología dental, sin embargo, el 49% asegura que no estaría dispuesto a pagar más de la cantidad estipulada.

¿Considera usted que en este sector se de apertura una clínica que cuente con todas las especialidades odontológicas, servicios de imagenología dental, para facilitar a las personas que viven y transitan este sector?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	319	83%
No	65	17%
Total	384	100%



Análisis: Del 100% de encuestados, se puede evidenciar que el 83% afirma que, está de acuerdo en que en este sector se de apertura una clínica que cuente con todas las especialidades odontológicas, servicios de imagenología dental, para facilitar a las personas que viven y transitan este sector, sin embargo, el 17% no está de acuerdo con esta apertura.