



CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD  
PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO  
UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE  
QUITO 2017.

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de  
Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera

**Autora:** Ormaza Nastacuas Yessenia Elizabeth

**Tutor:** Ing. Stefania Pinto

Quito- Ecuador

2017

## **DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR DECLARATORIA**

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se ha citado en las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

**Yessenia Elizabeth Ormaza Nastacuas**

**C.I. 1722218946**

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD  
PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO  
UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE  
QUITO 2017.**

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

**Yo**, Yessenia Elizabeth Ormaza Nastacuas portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172221894-6 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “**Apoyar a la salud oral, mediante un estudio de factibilidad para la implementación de un consultorio odontológico ubicado en el sector norte del distrito metropolitano de quito 2017**”, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**FIRMA** \_\_\_\_\_  
**NOMBRE** Yessenia Elizabeth Ormaza Nastacuas  
**CEDULA** 172221894-6

Quito, 31 de marzo del 2017

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

## AGRADECIMIENTOS

En primer agradecerle a Dios por su guía incondicional en todo este trayecto estudiantil para poder cumplir mis metas siendo e eje principal en mi vida.

A mis padres por estar siempre pendientes, por el esfuerzo y apoyo que me brindaron para llevar a cabo el proyecto final.

A mis hermanos por confiar en mí.

Al Instituto Superior Cordillera por darnos la oportunidad de estudiar.

A mi tutora Ing. Stefania Pinto, por sus enseñanzas y guías en todo este tiempo, compartiendo sus conocimientos en el desarrollo de este proyecto el cual fue de mucha ayuda para la realización del proyecto.

## DEDICATORIA

Dedico principalmente a Dios este proyecto por la bendición y fortaleza que día a día me da para seguir adelante, por lo cual me ayudado a cumplir una de las metas propuestas.

A mis padres por ser las personas que me impulsaron a seguir superándome constantemente en uno de mis objetivos planteados y a mis hermanos que por ser un pilar importante dentro de este logro.

## ÍNDICE GENERAL

<b>DECLARACIÓN DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR DECLARATORIA</b> .....	<b>ii</b>
<b>CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR</b> ;Error! Marcador no definido.	
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xi</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvii</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>1 Introducción</b> .....	<b>1</b>
1.1 Justificación .....	2
1.2 Antecedentes .....	3
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>6</b>
<b>2 Análisis Situacional</b> .....	<b>6</b>
2.1 Ambiente Externo .....	6
2.1.1 Factor Económico. ....	7
2.1.1.1 Inflación .....	7
2.1.1.2 Producto Interno Bruto. ....	9
2.1.1.3 Balanza Comercial. ....	10
2.1.1.4 Riesgo País. ....	12
2.1.1.5 Tasa De Interés. ....	13
2.1.1.5.1 Tasa De Interés Activa .....	13
2.1.1.5.2 Tasa De Interés Pasiva. ....	14
2.1.2 Factor Social .....	15
2.1.2.1 Crecimiento Poblacional. ....	16
2.1.2.1.1 Crecimiento Poblacional Del Sector .....	17
2.1.2.2 Tasa De Desempleo. ....	18
2.1.2.3 PEA (Población Económicamente Activa). ....	19
2.1.3 Factor Legal. ....	21
2.1.3.1 RUC .....	21

2.1.3.2	LUAE. ....	22
2.1.3.2.1	Patente Municipal. ....	22
2.1.3.2.2	Licencia Metropolitana Única Para El Ejercicio De Actividades Económicas. ....	22
2.1.3.3	Permiso Del Ministerio De Salud. ....	23
2.1.4	Factor Tecnológico. ....	23
2.2	Entorno Local ....	24
2.2.1	Clientes. ....	25
2.2.1.1	Clientes Internos. ....	25
2.2.1.2	Clientes Externos. ....	26
2.2.2	Proveedores. ....	27
2.2.3	Competidores. ....	28
2.2.3.1	Competidores Directos. ....	29
2.2.3.2	Competidores Indirectos. ....	29
2.3	Análisis Interno ....	30
2.3.1	Propuesta Estratégica. ....	31
2.3.1.1	Misión. ....	31
2.3.1.1.1	Misión Del Proyecto. ....	32
2.3.1.2	Visión ....	32
2.3.1.2.1	Visión Del Proyecto. ....	32
2.3.1.3	Objetivos. ....	33
2.3.1.3.1	Objetivo General. ....	33
2.3.1.3.2	Objetivos Específicos. ....	33
2.3.1.4	Principios Y/O Valores. ....	33
2.3.2	Gestión Administrativa. ....	35
2.3.2.1	Planificación. ....	35
2.3.2.2	Organización. ....	35
2.3.2.2.1	Organigrama Estructural. ....	36
2.3.2.2.2	Perfil De Puesto O Cargo. ....	37
2.3.2.3	Dirección. ....	42
2.3.2.4	Controlar. ....	43
2.3.3	Gestión Operativa. ....	43

2.3.3.1	Flujograma De Servicios.....	44
2.3.4	Gestión Comercial.....	45
2.3.4.1	Producto O Servicio. ....	45
2.3.4.2	Precio.....	48
2.3.4.3	Plaza. ....	48
2.3.4.4	Promoción. ....	49
2.3.4.4.1	Logotipo.....	50
2.3.4.4.2	Papelería Corporativa. ....	51
2.3.4.4.3	Material P.O.P.....	52
2.4	Análisis FODA .....	55
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>57</b>
<b>3</b>	<b>Estudio De Mercado .....</b>	<b>57</b>
3.1	Análisis Del Consumidor .....	57
3.1.1	Determinación De La Población Y Muestra. ....	59
3.1.1.1	Población.....	59
3.1.1.2	Tamaño Del Universo. ....	59
3.1.1.3	Muestra.....	60
3.1.1.4	Formulación De La Muestra.....	61
3.1.2	Técnicas De Obtención De Información.....	62
3.1.2.1	Modelos De La Encuesta.....	64
3.1.3	Análisis De La Información. ....	66
3.2	Oferta.....	75
3.2.1	Oferta Histórica.....	76
3.2.2	Oferta Actual.....	76
3.2.2.1	Calculo De La Oferta Actual.....	76
3.2.3	Oferta Proyectada.....	76
3.3	Demanda.....	77
3.3.1	Demanda Histórica.....	77
3.3.2	Demanda Actual.....	77
3.3.2.1	Calculo De La Demanda Actual.....	78
3.3.3	Demanda Proyectada.....	79
3.4	Balance Oferta-Demanda .....	79
3.4.1	Balance Actual. ....	79



3.4.2	Balance Proyectado.....	80
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>81</b>
<b>4</b>	<b>Estudio Técnico.....</b>	<b>81</b>
4.1	Tamaño Del Proyecto .....	81
4.1.1	Capacidad Instalada. ....	82
4.1.2	Capacidad Óptima.....	82
4.2	Localización .....	83
4.2.1	Macro Localización.....	83
4.2.2	Micro Localización. ....	84
4.2.3	Localización Óptima.....	85
4.3	Ingeniería Del Proyecto .....	86
4.3.1	Definición De Bienes Y Servicios. ....	86
4.3.2	Distribución De La Planta.....	87
4.3.2.1	Código De Cercanía. ....	88
4.3.2.2	Código De Razones.....	88
4.3.2.3	Método SLP.....	89
4.3.3	Maquinaria .....	89
4.3.04	Equipos .....	90
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>92</b>
<b>5</b>	<b>Estudio Financiero.....</b>	<b>92</b>
5.1	Ingresos Operacionales Y No Operacionales .....	92
5.2	Costos .....	92
5.2.1	Costos Directos. ....	93
5.2.2	Gastos Administrativos.....	96
5.2.3	Gasto De Venta.....	97
5.2.4	Costos Financieros.....	97
5.3	Inversiones.....	98
5.3.1	Inversión Fija. ....	98
5.3.1.1	Activos Fijos.....	98
5.3.1.2	Activos Nominales (Diferidos).....	99
5.3.2	Capital De Trabajo.....	99
5.3.3	Fuentes De Financiamientos Y Uso De Fondos. ....	99
5.3.4	Amortización De Financiamiento (Tabla De Amortización).....	100

5.3.5	Depreciaciones (Tabla De Depreciaciones).....	102
5.3.6	Estado De Situación Inicial.....	102
5.3.7	Estado De Resultados Proyectado.....	103
5.3.8	Flujo Neto De Efectivo.....	105
5.4	Evaluación.....	106
5.4.1	Tasa De Descuento.....	106
5.4.2	VAN (Valor Actual Neto).....	107
5.4.3	TIR (Tasa Interna De Retorno).....	108
5.4.4	PRI (Periodo De Recuperación De La Inversión).....	109
5.4.5	RBC (Relación Costo Beneficio).....	110
5.4.6	Punto De Equilibrio.....	110
5.4.7	Análisis De Índices Financieros.....	115
<b>CAPÍTULO VI.....</b>		<b>117</b>
<b>6</b>	<b>Análisis De Impactos.....</b>	<b>117</b>
6.1	Impacto Ambiental.....	117
6.2	Impacto Económico.....	118
6.3	Impacto Productivo.....	118
6.4	Impacto Social.....	118
<b>CAPÍTULO VII.....</b>		<b>119</b>
<b>7</b>	<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>119</b>
7.1	Conclusiones.....	119
7.2	Recomendaciones.....	120
<b>Bibliografía.....</b>		<b>122</b>
<b>Anexos.....</b>		<b>126</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Balanza Comercial .....	11
Tabla 2 Riesgo País .....	12
Tabla 3 Tasa De Interés Activa .....	14
Tabla 4 Tasa De Interés Pasiva .....	15
Tabla 5 Crecimiento Poblacional Del Sector .....	17
Tabla 6 Desempleo Mensual Quito .....	18
Tabla 7 Población Por Edades .....	20
Tabla 8 Equipos Tecnológicos .....	24
Tabla 9 Clientes Internos .....	26
Tabla 10 Clientes Externos .....	27
Tabla 11 Proveedores .....	28
Tabla 12 Competidores Directos .....	29
Tabla 13 Competidores Indirectos .....	30
Tabla 14 Perfil De Puesto Administrador .....	37
Tabla 15 Perfil De Puesto Auxiliar De Odontología .....	38
Tabla 16 Perfil De Puesto Odontólogo General .....	39
Tabla 17 Perfil De Puesto Cirujano Dental .....	40
Tabla 18 Perfil De Puesto Endodoncista .....	41
Tabla 19 Perfil De Puesto Ortodoncista .....	42
Tabla 20 Materiales .....	47
Tabla 21 Precios .....	48
Tabla 22 Análisis Foda .....	55
Tabla 23 Segmentación De Mercado .....	58
Tabla 24 Determinación De La Población Y Muestra .....	59
Tabla 25 Universo .....	59
Tabla 26 Datos .....	61
Tabla 27 Pregunta N° 1 .....	66
Tabla 28 Pregunta N° 2 .....	67
Tabla 29 Pregunta N°3 .....	68

Tabla 30 Pregunta N°4 .....	69
Tabla 31 Pregunta N°5 .....	70
Tabla 32 Pregunta N°6 .....	71
Tabla 33 Pregunta N°7 .....	72
Tabla 34 Pregunta N°8 .....	73
Tabla 35 Pregunta N°9 .....	74
Tabla 36 Pregunta N°10 .....	75
Tabla 37 Calculo De La Oferta Actual .....	76
Tabla 38 Oferta Proyectada.....	77
Tabla 39 Aceptación Del Producto .....	78
Tabla 40 Frecuencia De Consumo. ....	78
Tabla 41 Demanda. ....	78
Tabla 42 Demanda Proyectada.....	79
Tabla 43 Balance Actual .....	80
Tabla 44 Balance Proyectado .....	80
Tabla 45 Tamaño Del Proyecto .....	82
Tabla 46 Capacidad Instalada .....	82
Tabla 47 Localización Optima .....	85
Tabla 48 Distribución De La Planta.....	87
Tabla 49 Código De Cercanía .....	88
Tabla 50 Código De Razones.....	88
Tabla 51 Método Slp.....	89
Tabla 52 Maquinaria .....	89
Tabla 53 Equipos.....	90
Tabla 54. Equipos De Computo .....	90
Tabla 55. Equipo De Oficina .....	91
Tabla 56. Muebles Y Enseres.....	91
Tabla 57 Costo De Los Servicios.....	93
Tabla 58 Gastos Administrativos .....	96
Tabla 59 Gastos De Venta.....	97
Tabla 60 Costos Financieros .....	97
Tabla 61 Inversión Fija .....	98

Tabla 62 Activos Fijos .....	98
Tabla 63 Capital De Trabajo .....	99
Tabla 64 Fuentes De Usos Y Fondos .....	100
Tabla 65 Amortizaciones De Financiamiento .....	101
Tabla 66 Depreciaciones .....	102
Tabla 67 Estado De Situación Inicial .....	103
Tabla 68 Estado De Resultados Proyectado.....	104
Tabla 69 Flujo Neto De Efectivo .....	105
Tabla 70 Flujo De Caja .....	106
Tabla 71 Tasa De Descuento.....	107
Tabla 72 Van .....	108
Tabla 73 Tir.....	108
Tabla 74 Pri.....	109
Tabla 75 Rbc .....	110
Tabla 76 Punto De Equilibrio N° 1 .....	111
Tabla 77 Punto De Equilibrio N°2 .....	112
Tabla 78 Punto De Equilibrio N°3 .....	113
Tabla 79 Punto De Equilibrio N°4 .....	114
Tabla 80 Roe (Rendimiento Sobre El Patrimonio) .....	115
Tabla 81 Roa (Rendimiento Sobre Activo).....	115
Tabla 82 Endeudamiento.....	116

## ÍNDICE DE FIGURAS

figura 1 Inflación Mensual .....	8
Figura 2 Inflación Por Divisiones De Consumo .....	8
Figura 3 Producto Interno Bruto .....	9
Figura 4 Producto Interno Bruto Por Sectores .....	10
Figura 5 Balanza Comercial .....	11
Figura 6 Crecimiento Poblacional.....	17
Figura 7 Población Económicamente Activa.....	19
Figura 8 Organigrama .....	36
Figura 9 Flujograma De Servicios .....	44
Figura 10 Servicio Odontológico .....	45
Figura 11 Ubicación Del Consultorio .....	49
Figura 12 Logotipo.....	50
Figura 13 Slogan .....	50
Figura 14 Tarjeta De Presentación Parte Frontal .....	51
Figura 15 Tarjeta De Presentación Parte Posterior .....	51
Figura 16 Hoja Volante .....	52
Figura 17 Microperforado .....	53
Figura 18 Uniformes .....	54
Figura 19 Pregunta N° 1.....	66
Figura 20 Pregunta N°2.....	67
Figura 21 Pregunta N°3.....	68
Figura 22 Pregunta N°4.....	69
Figura 23 Pregunta N° 5.....	70
Figura 24 Pregunta N°6.....	71
Figura 25 Pregunta N°7.....	72
Figura 26 Pregunta N°8.....	73
Figura 27 Pregunta N°9.....	74
Figura 28 Pregunta N° 9.....	74

---

Figura 29 Pregunta N° 10.....	75
Figura 30 Macro Localización .....	84
Figura 31 Micro Localización .....	85
Figura 32 Localización Óptima.....	86
Figura 33 Distribución Planta .....	87
Figura 34 Punto De Equilibrio N°1.....	111
Figura 35 Punto De Equilibrio N°2.....	112
Figura 36 Punto De Equilibrio N°3.....	113
Figura 37 punto De Equilibrio N°4 .....	114
Figura 38 Equipo Odontológico.....	126
Figura 39 Compresor .....	126
Figura 40 Scaler (Removedor De Cálculos) .....	127
Figura 41 Instrumental Odontológico (Diagnostico) .....	127
Figura 42 Turbina Y Micromotor .....	127
Figura 43 Instrumental Para Cirugías .....	128
Figura 44 Instrumental Para Extracciones .....	128
Figura 45 Computador .....	129
Figura 46 Impresora .....	129
Figura 47 Escritorio Y Silla Ejecutiva .....	130
Figura 48 Archivador .....	130
Figura 49 Sala De Juegos.....	131

## RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene la finalidad de implementar una micro empresa de servicio odontológico para satisfacer las necesidades que se encuentren en el Sector Comité del Pueblo ubicado al norte de Quito, donde el principal objetivo es darles un trato y un servicio exclusivo a cada uno de nuestros pacientes y determinar si la creación del consultorio odontológico es viable para los inversionistas.

Mediante esta propuesta lo que se busca es dar el servicio al sector a tiempo completo y con odontólogos especializados para que puedan acudir en el horario que el paciente pueda sin esperar tanto tiempo para ser atendidos.

Uno de los métodos publicitarios para impulsar el servicio del consultorio odontológico al mercado es la utilización del internet, volantes, trípticos, tarjetas de presentación y sobretodo el buen servicio garantizado, por lo que empezaremos por la repartición de hojas volantes y trípticos, entrega de tarjetas de presentación y publicación de promociones en las redes sociales más utilizadas como: Facebook e Instagram ya que tienen una gran demanda en el mercado y se podrá llegar a saber del servicio a gran parte de la ciudad y tener mayor posibilidad de acaparar pacientes.



## ABSTRACT

This project aim to implement a micro-dental service to meet the needs of the People's Committee Sector located north of Quito, where the main objective is to give them a treatment and an exclusive service to each of our patients and determine if the creation of the dental office is viable for investors.

Through this proposal what is sought is to provide the service to the sector full time and with specialized dentists so that they can go in the schedule that the patient can without waiting so long to be taken care of.

One of the advertising methods to promote the dental office service to the market is the use of the internet, flyers, leaflets, business cards and above all the good service guaranteed, so we would start with the distribution of flyers and brochures, delivery of cards Of presentation and publication of promotions in the most used social networks like: Facebook and Instagram since they have a great demand in the market and one will be able to know of the service to a great part of the city and to have greater possibility to hoard patients.

## CAPÍTULO I

### 1 Introducción

El presente proyecto dará a conocer los procesos y herramientas que se usan para la creación de un consultorio odontológico para lo cual se ha tomado información del sector donde pretende implementar el servicio.

En la actualidad la salud odontológica es un factor importante para el país debido a que ayuda al desarrollo económico en la generación de empleo para los nuevos profesionales que siguen esta especialidad.

La implementación del consultorio odontológico será para los habitantes del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que se contará con equipos tecnológicos y materiales de buena calidad por lo que se ofrece servicios odontológicos generales, ortodoncias, endodoncias, y cirugías dentales con profesionales especializados en cada área odontológica.

Dentro de este proyecto se encontrará información importante para saber si el proyecto es viable o no, con su respectivo estudio de mercado donde se analizará la oferta y la demanda mediante encuestas a la población del sector donde se implementará el servicio, también se realizará un estudio administrativo sobre los requisitos para la implementación, los perfiles y funciones del personal, la publicidad a utilizar para que el servicio se conozca por los futuros pacientes y sobre todo se

encontrara dentro de este proyecto el análisis financiero donde se detalla los costos, los ingresos, los egresos, el valor a invertir en el proyecto, estados financieros, punto de equilibrio por servicio y los análisis de índices financieros.

Como último punto se hablara del impacto ambiental, económico productivo y social del proyecto.

## 1.1 Justificación

La presente propuesta se realiza con la finalidad de satisfacer las necesidades del sector del Comité del Pueblo relacionadas con la salud oral, la búsqueda y desarrollo de las mejores opciones para la prestación de servicios odontológicos en donde las personas se sientan satisfechas de los servicios recibidos a través de un consultorio odontológico que tiene como valor agregado dar una atención continua en un horario accesible para los futuros pacientes, esta idea se dio debido a que los consultorios ubicados en el sector norte solo atienden en el horario de la tarde, es por esta razón que esta inversión debe estar justificada por un estudio en donde se tenga en cuenta la oferta y la demanda para así evitar fracasos a futuro, en donde se cuente con los análisis financieros pertinentes que le den al inversionista la certeza de que el proyecto es factible.

El proyecto contribuirá con la sociedad generando empleo y forjando una ganancia económica para el bien propio.

En lo que se refiere al Plan Nacional del Buen Vivir que se ha planteado el Estado ecuatoriano 2013-2017, nuestro proyecto estaría dentro del objetivo número 3

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

debido a que en este objetivo se enfoca a mejorar la calidad de vida de la población por lo que también se refiere a la salud del pueblo ecuatoriano, para ello presentamos el objetivo 3.

Según la (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

## SALUD

Indica la (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

La salud se plantea desde una mirada intersectorial que busca garantizar condiciones de promoción de salud y prevención de enfermedades que garanticen el adecuado fortalecimiento de las capacidades de las personas para el mejoramiento de su calidad de vida. Se incluyen los hábitos de vida, la universalización de servicios de salud, la consolidación de salud intercultural, la salud sexual y reproductiva, los modos de alimentación y el fomento de la actividad física.

Menciona el (Diario PP El Verdadero, 2015):

“Es por ello que el Gobierno ecuatoriano en el año 2015 realizó una inversión de US \$2492.00 (Dos mil cuatrocientos noventa y dos) millones de dólares de los Estados Unidos Americanos para el sector de la salud.”

## 1.2 Antecedentes

Subraya (Javier Sanz, 1998)

La Odontología inició en el año 3000 A.C. con médicos egipcios que incrustaban piedras preciosas en los dientes, tres siglos más tarde en China que lo usaban la acupuntura para tratar el dolor de la caries dental sin dejar de mencionar al pueblo maya que usaban oro, piedras preciosas y minerales para la restauración de piezas dentales esto no era solo por estética sino por ornamentación, posteriormente los Incas y los Aztecas tomaron los métodos de los mayas para restauraciones dentales.

Es por eso que actualmente se ha venido produciendo un gran aumento y transformación de hospitales, clínicas y consultorios con profesionales especializados estrictamente en Odontología.

Debido a todo lo mencionado la Organización Mundial de la Salud (OMS) se ha preocupado ya que la salud oral es una de las higienes más importantes y se ha puesto como un elemento de la salud general y por ende del bienestar de la calidad de vida de las personas, es por ello que la odontología se la considera como parte de la salud integral.

Se debe enfocar la atención odontológica a la prevención en sectores vulnerables como lo es la población infantil, donde los padres tienen gran participación puesto que ellos deben supervisar y dar ejemplo de los hábitos de higiene bucal y con ayuda de los odontólogos se permitirá disminuir experiencias negativas en la población, que en su mayoría solo acuden a consulta odontológica cuando experimentan dolor o por obtener un certificado ya sea laboral o escolar.

En el Ecuador el sector de servicios sociales y de salud entre el 2014 y el 2015 ha realizado un aporte 3.3 % en los dos años presentado en porcentaje por el Banco Central del Ecuador y representado en miles de dólares es de 2'301.386 y 2'324.400 respectivamente, por lo que se puede notar que si tiene un aporte económico al PIB del Ecuador, por lo que cada vez se intensifica más las campañas de salud oral y la implementación de consultorios odontológicos integrales y es debido a la demanda existente, que la idea de realizar un estudio de factibilidad en la

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

implementación del consultorio odontológico en el sector del Comité del Pueblo al Norte de la ciudad de Quito va a ser productivo y rentable para el inversionista.

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

## CAPÍTULO II

### 2 Análisis Situacional

Acerca (Suise & Pedroza, 2004):“Es un estudio a profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las Fuerzas y Debilidades y elementos externos como los riesgos (amenazas) y oportunidades.”

#### 2.1 Ambiente Externo

Identifica (Robbins & Coulter, 2005):“Se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueda influir el desempeño”

En la actualidad, es de vital importancia tener información y conocimientos de lo que existe dentro y fuera del negocio, el realizar un análisis con el fin de tener cuenta que hace falta para crecer como microempresa y que se pueda explotar para mantenerse en el mercado, logrando liderazgo.

### 2.1.1 Factor económico.

Trata (Bolaños, 2007)

El comportamiento económico del hombre supone una elección entre distintas alternativas: entre consumo actual o futuro (ahorro): entre distintos recursos productivos (tierra, capital, trabajo, tecnología) o entre distintos bienes escasos que le generan diferentes grados de utilidad en relación a la satisfacción de sus necesidades.

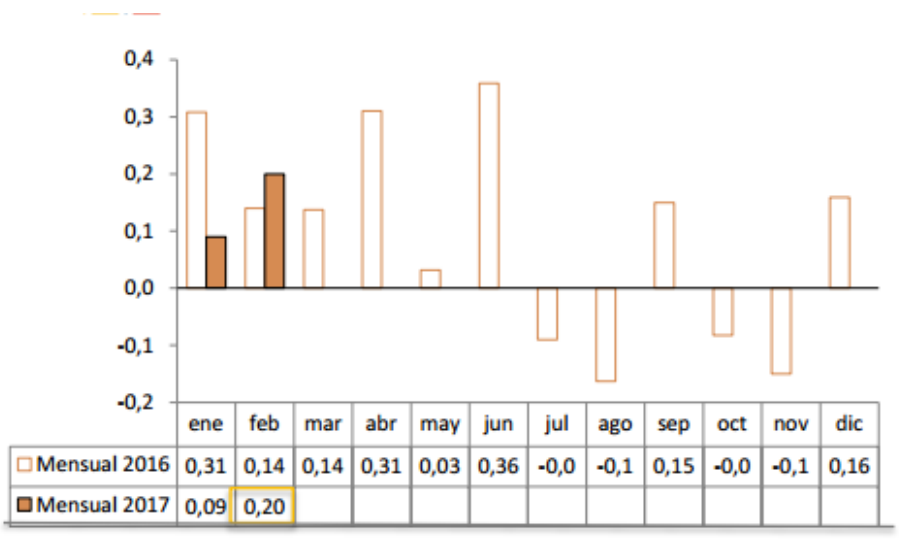
Es la capacidad que tiene un determinado país o región para poder mantener y promover la prosperidad, bienestar económico y social de sus habitantes debido a que la economía influye en el pleno desarrollo tanto de empresas públicas como privadas.

Es por ello que el financiamiento para la implementación del consultorio odontológico en el sector del Comité del Pueblo, se lo va a realizar mediante un crédito en el BNF (Banco Nacional de Fomento), el préstamo solicitado será de \$10.000,00 (Diez mil, 00/100 dólares) y un ahorro de \$7000,00 (siete mil dólares) que se ha mantenido durante más de 3 años y medio los cuales serán destinados a la compra de maquinarias, amoblado del consultorio, implementación de seguridad y materiales odontológicos.

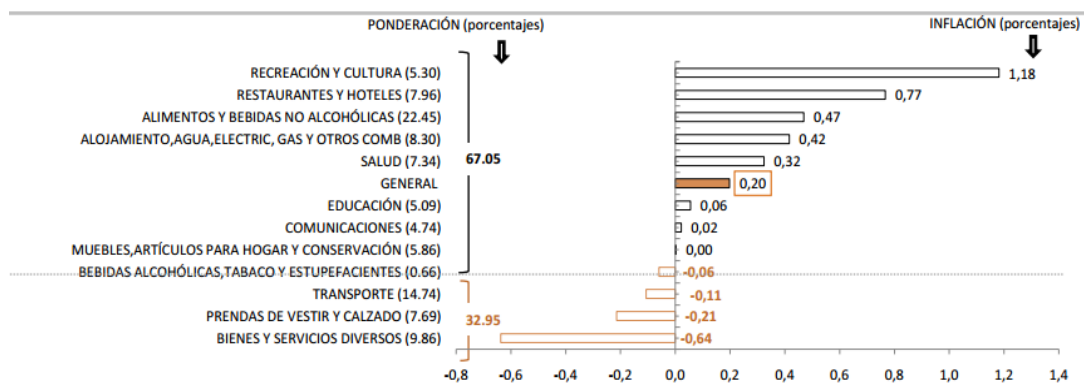
#### 2.1.1.1 Inflación.

Visto desde la perspectiva (Gomez, 1999, pág. 293):“Es el aumento principal de un índice de precios de consumo y a partir del deflactor del producto interno bruto ya que son los índices de precios más usuales.”





**Figura 1 Inflación mensual**  
Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017)



**Figura 2 Inflación por divisiones de consumo**  
Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017)

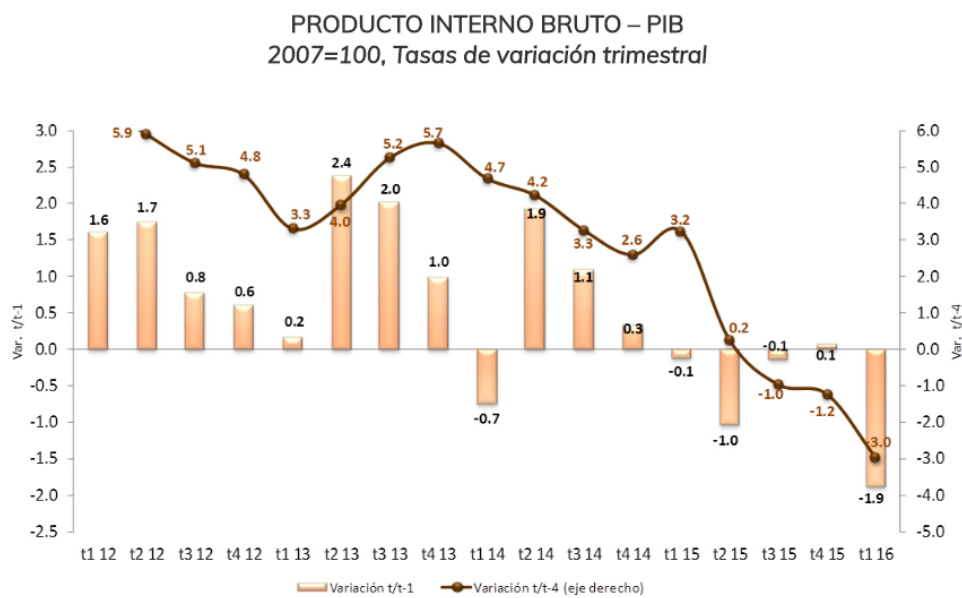
### Análisis

La inflación para febrero 2017 se ha incrementado a comparación con febrero 2015, por lo que se le considera como una desventaja ya que permite adquirir materiales y equipos a un mayor costo de adquisición para que se pueda reflejar en el precio final del consumidor.

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

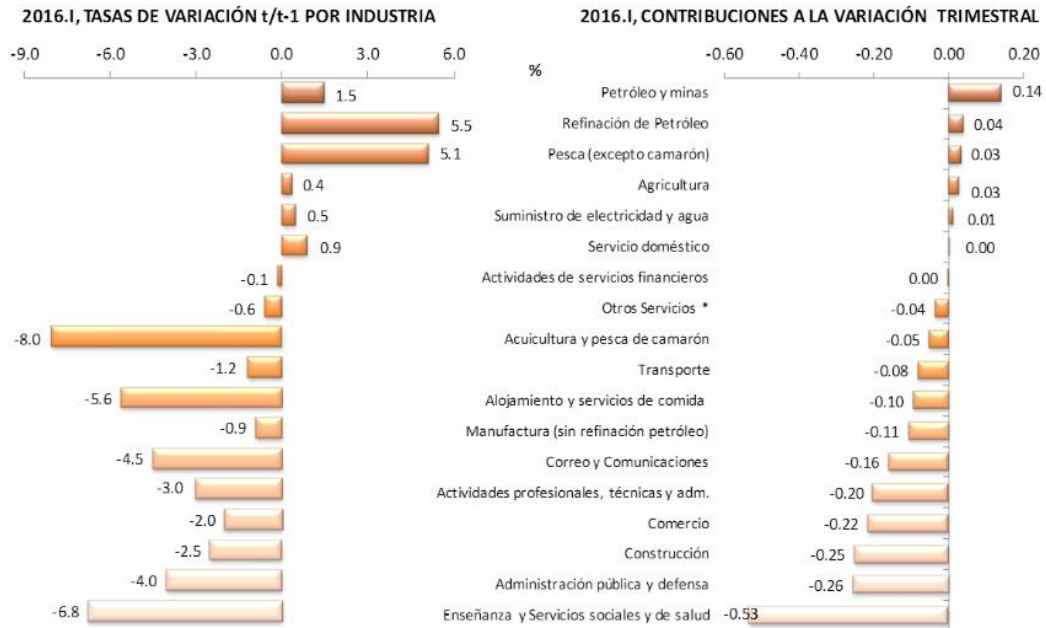
### 2.1.1.2 Producto Interno Bruto.

Indica (Parkin, 2007) que: “Es el valor de mercado de bienes y servicios finales producidos en una economía durante un periodo determinado.”



**Figura 3 Producto Interno Bruto**

Fuente (Banco Central del Ecuador, 2017)



**Figura 4 Producto Interno Bruto por sectores**  
Fuente (Banco Central del Ecuador, 2017)

## Análisis

Según las figuras presentadas por el Banco Central del Ecuador muestran que el PIB en el Ecuador ha disminuido a -1,9% se debe a la caída al del Petróleo, por lo que en los informes del BCE indican que las importaciones han bajado y se lo toma como un amenaza para el proyecto debido a que la mayoría de los materiales e instrumentos utilizados para la salud oral no son fabricados en el Ecuador lo cual afectaría en el precio del servicio.

### 2.1.1.3 Balanza Comercial.

Explica (STIGLITZ, 1994) que: “Se define como la diferencia que existe entre el total de las exportaciones menos el total de las importaciones que se llevan a cabo en el país.”

## Tabla 1 Balanza Comercial

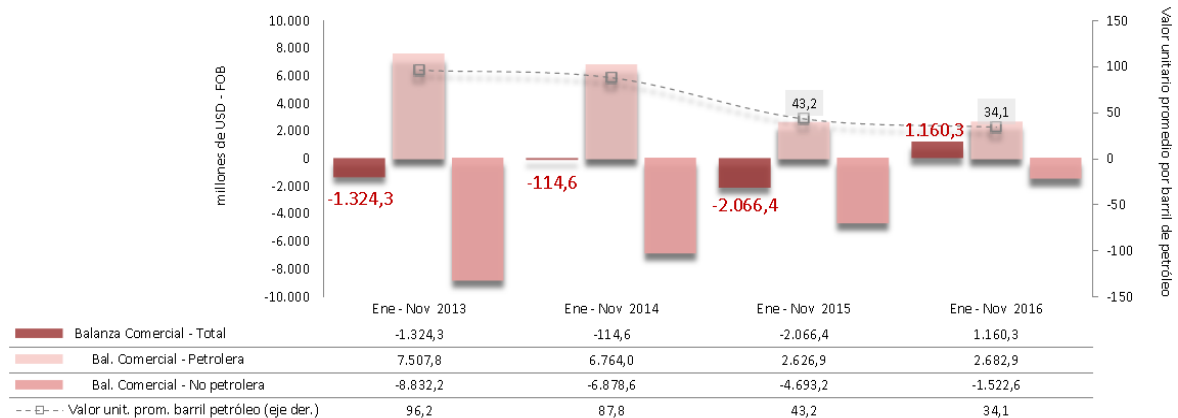
### BALANZA COMERCIAL (1)

Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Nov 2013		Ene - Nov 2014		Ene - Nov 2015		Ene - Nov 2016		Variación 2016-2015	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
<b>Exportaciones totales</b>	<b>26.613,2</b>	<b>22.578,9</b>	<b>28.668,8</b>	<b>24.062,1</b>	<b>29.074,9</b>	<b>16.992,8</b>	<b>29.276,5</b>	<b>15.210,2</b>	<b>-1.782,6</b>	<b>-10,5%</b>
Petroleras	18.818,4	12.922,2	20.134,3	12.652,4	20.398,0	6.325,5	20.303,2	4.898,6	-1.426,9	-2,6%
No petroleras	7.794,9	9.656,7	8.534,5	11.409,7	8.676,9	10.667,2	8.973,3	10.311,6	-355,6	-3,3%
<b>Importaciones totales</b>	<b>14.489,6</b>	<b>23.903,2</b>	<b>15.651,3</b>	<b>24.176,7</b>	<b>14.272,6</b>	<b>19.059,1</b>	<b>12.268,6</b>	<b>14.049,9</b>	<b>-5.009,2</b>	<b>-26,3%</b>
Bienes de consumo	907,6	4.567,1	987,0	4.546,0	815,9	3.770,7	675,5	2.963,2	-807,5	-21,4%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	4,2	201,8	3,7	183,6	2,4	108,8	2,7	111,4	2,5	2,3%
Materias primas	7.516,2	7.282,8	7.845,1	7.387,4	6.628,8	6.380,5	6.089,5	5.129,9	-1.250,6	-19,6%
Bienes de capital	530,6	6.263,1	526,7	6.052,5	449,2	4.987,7	330,4	3.577,3	-1.410,4	-28,3%
Combustibles y Lubricantes	5.525,0	5.469,6	6.283,7	5.936,8	6.370,4	3.745,9	5.165,1	2.215,6	-1.530,3	-40,9%
Diversas	5,9	56,8	4,9	44,5	5,8	52,2	5,4	52,1	-0,1	-0,2%
Ajustes (3)		62,0		26,0		13,34		0,5		100,0%
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>-1.324,3</b>		<b>-114,6</b>		<b>-2.066,4</b>		<b>1.160,3</b>	<b>3.226,7</b>	<b>156,2%</b>
Bal. Comercial - Petrolera		7.507,8		6.764,0		2.626,9		2.682,9	56,0	2,1%
Exportaciones petroleras		12.922,2		12.652,4		6.325,5		4.898,6	-1.426,9	-22,6%
Importaciones petroleras		5.414,3		5.888,5		3.698,7		2.215,7	-1.483,0	-40,1%
Bal. Comercial - No petrolera		-8.832,2		-6.878,6		-4.693,2		-1.522,6	3.170,6	67,6%
Exportaciones no petroleras		9.656,7		11.409,7		10.667,2		10.311,6	-355,6	-3,3%
Importaciones no petroleras		18.488,8		18.288,2		15.360,5		11.834,2	-3.526,2	-23,0%

Fuente (Banco Central del Ecuador, 2017)

### BALANZA COMERCIAL (\*)



### Figura 5 Balanza Comercial

Fuente (Banco Central del Ecuador, 2017)

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

## Análisis

En la Balanza Comercial no petrolera se puede observar que a comparación de años anteriores se ha dado una disminución del 67.7% en las importaciones por lo que registra un superávit pero se debe tomar en cuenta que esta disminución no se dio por aumento de exportaciones sino por la reducción de importaciones debido a las salvaguardias y sobretasas impuestas en el 2015.

### 2.1.1.4 Riesgo País.

Menciona el (Banco Central del Ecuador, 2017):

“El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en precios de sus títulos negociados en moneda extranjera.”

**Tabla 2 Riesgo País**

FECHA	VALOR
Marzo-14-2017	610.00
Marzo-13-2017	599.00
Marzo-12-2017	603.00
Marzo-11-2017	603.00
Marzo-10-2017	603.00
Marzo-09-2017	605.00
Marzo-08-2017	590.00
Marzo-07-2017	570.00
Marzo-06-2017	575.00
Marzo-05-2017	578.00
Marzo-04-2017	578.00
Marzo-03-2017	578.00
Marzo-02-2017	580.00
Marzo-01-2017	573.00
Febrero-28-2017	572.00
Febrero-27-2017	576.00
Febrero-26-2017	596.00
Febrero-25-2017	596.00
Febrero-24-2017	596.00
Febrero-23-2017	578.00
Febrero-22-2017	568.00
Febrero-21-2017	592.00
Febrero-20-2017	617.00
Febrero-19-2017	617.00
Febrero-18-2017	617.00
Febrero-17-2017	617.00
Febrero-16-2017	609.00
Febrero-15-2017	613.00
Febrero-14-2017	607.00
Febrero-13-2017	624.00

Fuente (Banco Central del Ecuador, 2017)

## Análisis

De acuerdo con los datos arrojados por el Banco Central del Ecuador existe una pequeña aumento del Riesgo País de 610.00 puntos en comparación con meses anteriores por lo que indica que es un poco riesgoso invertir ecuatoriano, ya que a menor riesgo mayor serán las inversiones en el país.

### 2.1.1.5 Tasa de Interés.

Indica (ORTIZ, 2001, pág. 127) que: “En términos generales, la tasa de interés de interés es el porcentaje que se aplica a una cantidad monetaria que denominamos capital, y que equivale al monto que debe cobrarse o pagarse por prestar o pedir prestado dinero.”

#### 2.1.1.5.1 Tasa de interés activa.

Según (Mangones, 2006)

Porcentaje que las instituciones bancarias de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recurso a favor a la banca.

**Tabla 3 Tasa de Interés**

FECHA	VALOR
Marzo-31-2017	8.14 %
Febrero-28-2017	8.25 %
Enero-31-2017	8.02 %
Diciembre-31-2016	8.10 %
Noviembre-30-2016	8.38 %
Octubre-31-2016	8.71 %
Septiembre-30-2016	8.78 %
Agosto-31-2016	8.21 %
Julio-31-2016	8.67 %
Junio-30-2016	8.66 %
Mayo-31-2016	8.89 %
Abril-30-2016	9.03 %
Marzo-31-2016	8.86 %
Febrero-29-2016	8.88 %
Enero-31-2016	9.15 %
Diciembre-31-2015	9.12 %
Noviembre-30-2015	9.22 %
Octubre-31-2015	9.11 %
Septiembre-30-2015	8.06 %
Agosto-31-2015	8.06 %
Julio-31-2015	8.54 %
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

### Análisis

De acuerdo a la información generada por el Banco Central del Ecuador la Tasa de Interés Activa aumentado para el mes de marzo 2017 con el 8.14% a comparación con diciembre que cerró con 8.10% 2016, por lo que es un poco alta la tasa para realizar un crédito pero aun así es accesible realizarlo para la implementación del consultorio odontológico en el Sector Comité del Pueblo.

#### 2.1.1.5.2 Tasa de Interés Pasiva.

Analiza (Mangones, 2006) que es el: “Porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.”

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

**Tabla 4 Tasa de Interés Pasiva**

FECHA	VALOR
Marzo-31-2017	4.89 %
Febrero-28-2017	5.07 %
Enero-31-2017	5.08 %
Diciembre-31-2016	5.12 %
Noviembre-30-2016	5.51 %
Octubre-31-2016	5.75 %
Septiembre-30-2016	5.78 %
Agosto-31-2016	5.91 %
Julio-31-2016	6.01 %
Junio-30-2016	6.00 %
Mayo-31-2016	5.47 %
Abril-30-2016	5.85 %
Marzo-31-2016	5.95 %
Febrero-29-2016	5.83 %
Enero-31-2016	5.62 %
Diciembre-31-2015	5.14 %
Noviembre-30-2015	5.11 %
Octubre-31-2015	4.98 %
Septiembre-30-2015	5.55 %
Agosto-31-2015	5.55 %
Julio-31-2015	5.54 %
Junio-30-2015	5.48 %
Mayo-31-2015	5.51 %
Abril-30-2015	5.39 %

Fuente (Banco Central del Ecuador, 2017)

### Análisis

Con los datos que brinda el Banco Central del Ecuador se puede decir que este indicador es una oportunidad para el proyecto ya que al contar con una cuenta bancaria se generaría interés de 4.89% en un determinado plazo por los depósitos realizados y se podrá fomentar el ahorro para solventar imprevistos que se preseten a futuro.

### 2.1.2 Factor social.

Menciona (Peralta, 2010) que: “Se refiere a las actividades, deseos,



expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad.”

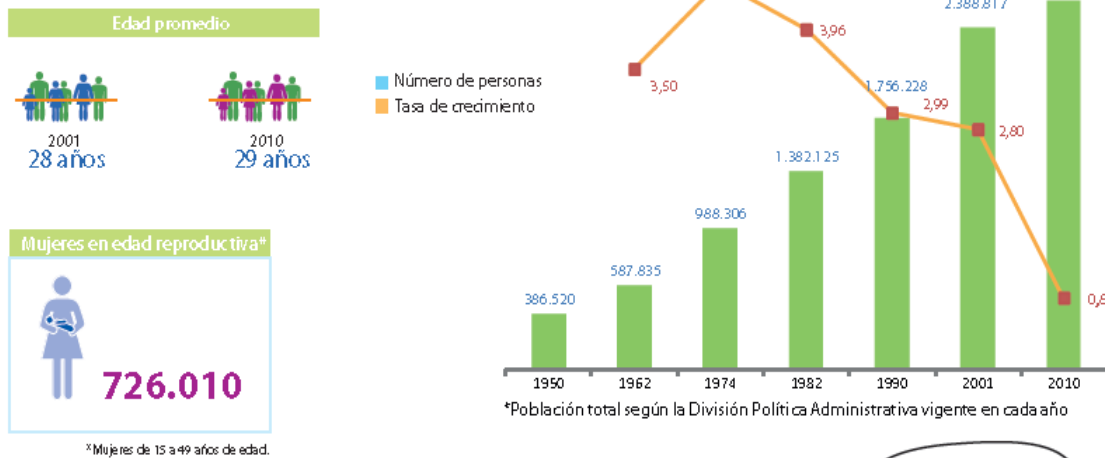
El crecimiento de la demanda de salud oral que se está dando en los últimos tiempos lo que alienta a continuar con el proyecto de negocio que consiste en ofrecer a la sociedad un establecimiento que brinde un servicio de odontología con los más altos estándares de calidad e higiene, en un ambiente tradicional, acogedor que cubra sus expectativas y sobre todo en el horario de este acorde a las necesidades de los pacientes.

En este sentido se está abriendo interesantes oportunidades de mercado en los servicios que brindan los consultorios odontológicos, estableciendo un impacto en el entorno social de formas positivas, entregando al sector más plazas de trabajo y con el apoyo de los seguros privados se puede tener la apertura a brindar servicio al sector mediante convenios con los mismos y apoyar a que los dispensarios sean menos aglomerados y que la atención sea más ágil para la sociedad.

#### **2.1.2.1 Crecimiento Poblacional.**

El crecimiento poblacional es aumento de personas en un determinado tiempo en zonas establecidas, lo que se lo conoce como índice demográfico.

### ¿CUÁNTOS SOMOS Y CUÁNTO HEMOS CRECIDO?



**Figura 6 Crecimiento Poblacional**

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017)

#### 2.1.2.1.1 Crecimiento poblacional del sector.

**Tabla 5 Crecimiento poblacional del sector**

PROYECCION DE LA POBLACION DE LA ADMINISTRACION ZONAL LA DELICIA  
POR QUINQUEÑOS SEGUN PARROQUIAS

PARROQUIAS	Poblacion Censo		Tasa de crecimiento demografico%	Incremento%	Proyeccion año y Tasa de Crecimiento(tc)									
	1990	2001			2005	tc	2010	tc	2015	tc	2020	tc	2025	tc
TOTAL ADMINISTRACION	167,304	262,393	4.2	57	296,971	3.1	340,193	2.8	383,415	2.4	426,638	2.2	469,86	1.9
COMITE DEL PUEBLO U	22,152	37,173	4.8	68	42,309	3.3	47,895	2.5	52,003	1.7	54,054	0.8	53,607	-0.2

Fuente: (INEC, 2001)

#### Análisis

El crecimiento poblacional en la provincia de pichincha según la información del Instituto Nacional de Estadística y Censos en los últimos se ha desarrollado de una manera estable, es decir no ha aumentado el número de habitantes aceleradamente, esto se debe a que se ha enfatizado mucho la planificación familiar

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

y también se da por la economía país ya que por lo general las parejas de matrimonios deciden o planifican tener uno o dos hijos, es por ello que no se acelerado el crecimiento poblacional en el país.

### 2.1.2.2 Tasa de Desempleo.

Indica (Mangones, 2006) que es la: “Fracción de población activa que no puede encontrar empleo. Porcentaje del desempleo sobre la población activa.”

**Tabla 6 Desempleo Mensual Quito**

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2016	8.71 %
Junio-30-2016	7.06 %
Marzo-31-2016	7.82 %
Diciembre-31-2015	4.93 %
Septiembre-30-2015	5.21 %
Junio-30-2015	4.77 %
Marzo-31-2015	4.39 %
Diciembre-31-2014	3.22 %
Septiembre-30-2014	4.90 %
Junio-30-2014	4.16 %
Marzo-31-2014	4.30 %
Diciembre-31-2013	4.04 %
Septiembre-30-2013	4.66 %
Junio-30-2013	4.44 %
Marzo-31-2013	4.11 %
Diciembre-31-2012	4.43 %
Septiembre-30-2012	3.38 %
Junio-30-2012	4.35 %
Marzo-31-2012	3.67 %
Diciembre-31-2011	4.31 %
Septiembre-30-2011	4.20 %
Junio-30-2011	3.79 %
Marzo-31-2011	5.67 %
Diciembre-31-2010	4.32 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

## Análisis

El La tasa de desempleo es una oportunidad debido a que el consultorio se enfatiza a contribuir fuentes de empleo para la disminución de este indicador que aumentado un 8.71% con relación al mes de septiembre 2015 que se mantenía un 5.21%.

### 2.1.2.3 PEA (Población Económicamente Activa).

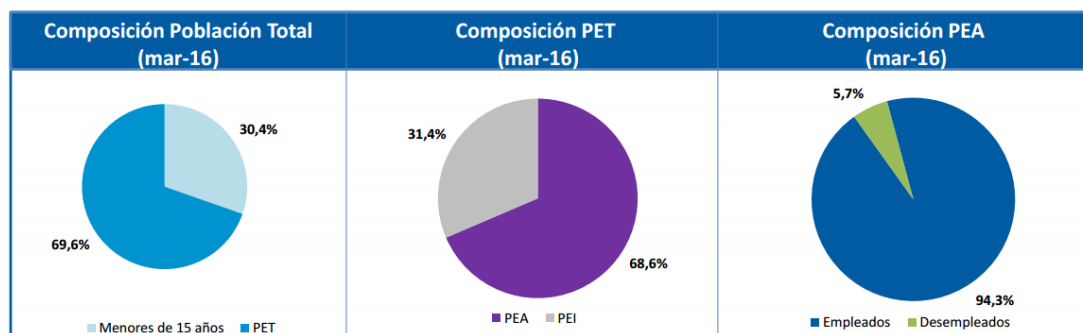
Según (INEC, 2016) :

El PEA está conformado por las personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados).

### Composición de la población: Total Nacional

Durante marzo 2016 a nivel nacional se tiene:

- De la población total, el **69,6%** está en edad de trabajar
- El **68,6%** de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa.
- De la población económicamente activa, el **94,3%** son personas con empleo\*.



Fuente: (INEC, 2016)

**Figura 7 Población Económicamente Activa**

**Tabla 7 Población por edades**

DESCRIPCIÓN		N° HABITANTES
HOMBRES	Menos de 5 años	2.437
	Niños (5-11)	3.423
	Adolescentes (12-18)	3.044
	Jóvenes (19-35)	7.411
	Adultos (36-64)	5.740
	Tercera edad (65 y más)	1.021
	<b>TOTAL DE HOMBRES</b>	<b>23.076</b>
MUJERES	Menos de 5 años	2.330
	Niños (5-11)	3.257
	Adolescentes (12-18)	3.056
	Jóvenes (19-35)	7.730
	Adultos (36-64)	6.246
	Tercera edad (65 y más)	1.237
	<b>TOTAL DE MUJERES</b>	<b>23.856</b>
<b>TOTAL DE HABITANTES ZONA COMITÉ DEL PUEBLO</b>		<b>46.932</b>

**Fuente:** (Distrito Metropolitana de Quito, 2016)  
Elaborado por: Ormaza Yessenia

Análisis:

Los datos que otorga INEC sobre el PEA indica que el 94.3% mantienen empleo por lo que son clientes que podemos acceder para ofrecer el servicio. Según datos arrojados por el Distrito Metropolitano de Quito indica que en el Sector Comité del Pueblo mantiene una población de 46.932 entre niños/as menores de 5 años hasta adultos de tercera edad de 65 años y más, lo cual se puede ofrecer el servicio de odontología y tener una gran demanda para el proyecto.

### 2.1.3 Factor legal.

Explica (Hernandez, 2008) que: “Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga.”

Para poder realizar una actividad económica en el Ecuador se necesitan varios requisitos:

#### 2.1.3.1 RUC.

Informa (SRI, 2015)

El RUC se lo implementó para la identificar a los ciudadanos frente a la administración tributaria y mantener un registro de los contribuyentes que tienen una actividad económica.

El Ruc corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional deben pagar impuestos.

El número está compuesto por 13 dígitos y varía según el tipo de contribuyente.

El RUC es otorgado por el Servicio de Rentas Internas, que es una institución encargada para la recaudación de impuestos, basados en los principios de justicia y equidad.

Para solicitar el RUC, se necesita:

- Copia de cédula del propietario.
- Copia papeleta de votación.
- Planilla de algún servicio básico.

Al momento de ya contar con el RUC se solicita la Patente Municipal el permiso

### 2.1.3.2 LUAE.

(Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas), este permiso nos otorga el Municipio de Quito.

#### 2.1.3.2.1 Patente Municipal.

A. Obtención de patentes por primera vez.

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia de RUC.

B. Solicitud vía web de clave electrónica.

C. Declaración de patente en línea.

#### 2.1.3.2.2 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas.

Requisitos:

- Formulario de solicitud para obtener LUAE.
- Copia de cedula.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia de RUC.
- Pago de Patente.

### 2.1.3.3 Permiso del ministerio de salud.

Requisitos:

- Solicitud del permiso de funcionamiento.
- Croquis de ubicación.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copia de cédula propietario o representante legal.
- Copia del representante técnico.
- Copia de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública).

### 2.1.4 Factor tecnológico.

Menciona (Mendez, 2009)

Las nuevas tecnologías crean oportunidades y mercados nuevos. Las empresas que no prevean los cambios tecnológicos se encontraran con que sus productos son obsoletos tal como les sucedió a los fabricantes de transistores o de los discos fonográficos. Estados Unidos es el país que gasta más en Investigación y Desarrollo (I&D).



**Tabla 8 Equipos Tecnológicos**

EQUIPO	MARCA	FUNCIÓN	CARACTERÍSTICAS
<b>Sillón odontológico</b>	OSAKA		Alta velocidad, jeringa triple, lámpara de operatoria, sistema de succión, llenado de vaso automático, escupidera de cerámica, sistema de filtrado y taburete médico.
<b>Autoclave</b>	CRISTOLY	Mantener los equipos esterilizados	
<b>Scaler</b>	DTE	Eliminación de placa y cálculos	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

Este proyecto tiene como objetivo adquirir nueva tecnología para generar un servicio de calidad y poder cubrir las necesidades de los pacientes en forma eficaz y eficiente con el fin de tener ventaja competitiva y la fidelidad de los clientes por lo que es una oportunidad para el negocio.

## 2.2 Entorno Local

Indica (WebSphere Product Center, 2006) que:

El entorno local se configura en el nivel de especificación (especificación primaria, tabla de búsqueda o especificación secundaria); por lo tanto, es posible definir el entorno local de un único modo o de varios modos y establecer nombres de pantallas con entorno local para cada modo.

### **2.2.1 Clientes.**

Se refiere (Chamorro, 2013) que:

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Es la persona que tiene la necesidad de adquirir un bien o un servicio y está en la capacidad económica de comprarla.

#### **2.2.1.1 Clientes internos.**

Según (Publicaciones Vértice S.L., 2009, pág. 33) : “El cliente interno es aquel que forma parte de la empresa, ya sea como empleado o como proveedor, y que no por estar en ella, deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados.”

Los clientes internos son un factor muy importante dentro del negocio u organización por lo cual a ellos se los denomina colaboradores es por ellos q hay que tener muy en cuenta también sus necesidades y aportaciones para el negocio ya que ayudan a proyectar una mejor atención al cliente.

**Tabla 9 Clientes Internos**

CLIENTES INTERNOS	DESCRIPCIÓN
<b>Auxiliar de odontología</b>	Realiza la asignación de citas a los pacientes, contestar el teléfono y recibir a los pacientes.
<b>Odontólogo</b>	Encargada de la atención odontológica directa con el paciente, de realizar la revisión oral, realizar el tratamiento de salud oral y dar la transferencia a la especialidad correspondiente.
<b>Contador</b>	Persona encargada de realizar de realizar declaraciones al SRI y encargada de realizar trámites para los permisos de funcionamiento pertinentes.
<b>Especialistas</b>	Encargados de la atención especializada como cirugías, ortodoncias, endodoncias, e implantes entre otros.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 2.2.1.2 Clientes externos.

Indica (Publicaciones Vértice S.L., 2009) que: “El cliente externo es aquella persona que no pertenece a la empresa, pero es a quien la empresa dirige su atención, ofreciéndoles sus productos y/o servicios. Es el encargado de pagar las facturas emitidas por la empresa en cuestión.”

**Tabla 10 Clientes Externos**

CLIENTES EXTERNOS	DESCRIPCIÓN
<b>Hombres, mujeres, niños/as y adultos de tercera edad.</b>	Son personas que tienen la necesidad del servicio odontológico ya sea por dolor o por prevención.
<b>Seguros privados.</b>	Son organizaciones que ofrecen el servicio odontológico por medio de consultorios dentales.

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### Análisis

El proyecto está dirigido a todo tipo de clientes de todas las edades ya que es un factor principal para el consultorio para poder brindar el servicio de odontología al cliente externo y de esta manera dar empleo al cliente interno que son los colaboradores del negocio que se está emprendiendo.

#### 2.2.2 Proveedores.

Menciona (García, 2009) que: “Los proveedores es una entidad de negocios que suministra a la compañía bienes y/o servicios necesarios para ser utilizados en la producción de los bienes y/o los servicios de la compañía.”

**Tabla 11 Proveedores**

PROVEEDORES	MATERIALES	VENDEDOR	TELÉFONOS
<b>Dental corp</b>	Resinas, anestésicos	Maritza Alvarado	022505849
<b>Cardental</b>	Materiales de endodoncia	Leticia Mosquera	022505849
<b>Blenastor</b>	Enjuagues bucales	Mariana Pérez	022493949
<b>Macías marco</b>	Materiales de Ortodoncia	María de los Ángeles	022493949
<b>Ultradent</b>	Materiales para Endodoncia	Letty Mosquera	0992574159

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### Análisis

Un aspecto fundamental para la implementación del consultorio son los proveedores ya que se necesita materiales, instrumentos e insumos de calidad con precios accesibles para iniciar el negocio, también es importante conocer los beneficios con los que cuentan los proveedores al momento de negociar precios y formas de pago para tener seguridad en las dos partes antes de cerrar la negociación de compra.

### 2.2.3 Competidores.

Manifiesta (Griffin, 2011) que: “Los competidores de una organización son otras organizaciones que compiten con ella por los recursos. El recurso más evidente por el que se enfrentan los competidores es el dinero de los clientes.”

### 2.2.3.1 Competidores directos.

Indica (Rivera y Mencia, 2012, pág. 245) que: “Son aquellos que usan la misma tecnología para satisfacer las mismas necesidades en nuestros mismos mercados.”

**Tabla 12 Competidores directos**

Nombre	Servicio	Horario	Dirección
<b>Dr. Rafael Armendáriz</b>	Odontología General	14H00 A 18H00	Nicolás Rodríguez N 128 y Jorge Garcés
<b>Consultorio Dental Vida</b>	Odontología y Ortodoncia	09H00 A 15H00	Jorge Garcés N65-40 y Carlos de Salas.
<b>Dra. Carolina Heredia</b>	Odontología General	Martes y jueves de 12H00 A 18H00	Cesar Endara N E13-38 y Jorge Garcés

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 2.2.3.2 Competidores indirectos.

Considera (Rivera y Mencia, 2012, pág. 246) que: “Son las empresas cuyos productos desempeñan la misma función pero se basa en tecnología diferente, pueden generar productos sustitutos.”

**Tabla 13 Competidores indirectos**

Nombre	Servicio	Horario	Dirección
<b>Dental Advance Carapungo</b>	Odontología General	09H00 A 18H30	Rio Salado N12-29 y Rio Chimbo
<b>Dental S.O.S.</b>	Odontología General	10 H00 A 14H00	Francisco Marcos N58-195 y Luis Tufiño

Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### Análisis

Los competidores es un factor importante que hay que tomar en cuenta para el proyecto, ya que al analizar la competencia directa se la puede tomar como como una oportunidad ya que como se observa en la tabla N° 9 solo atienden en ciertos horarios en cambio el consultorio que se va a implementar tiene la atención permanentemente es decir de 7:30 de la mañana a 21:00 horas de la noche por lo que favorece al proyecto.

### 2.3 Análisis Interno

Menciona (Torres, 1999) :

El propósito del análisis internos no es definir la estrategia (erróneamente se convierte en el aspecto clave del propósito de planificar), sino documentar analizar su congruencia con la dirección que la empresa lleva en el momento del análisis, basándose para ello en la percepción de los elementos fundamentales que la definan.

### 2.3.1 Propuesta estratégica.

Indica (Gonzales, 2009) que:

La propuesta estratégica recomienda un cambio en el sentido del trabajo en grupo en los centros de enseñanza para pasar del esquema de gestión de trabajo en grupo a un nivel superior, en el que la organización conciba que el trabajo en equipo propicia la conformación de un sistema colaborativo en el cual cada miembro es importante, lo que se refleja directamente en un clima organizacional armonioso y propenso al mejoramiento continuo, tanto por parte del centro educativo como del personal.

Este proyecto se lo implementa con la finalidad de cubrir la demanda insatisfecha que hay en el sector Norte del Comité de Pueblo debido a que hay muchos consultorios con atención ya sea solo en la tarde o la mañana ya que la mayoría de los profesionales trabajan en sectores privados o centro públicos y atienden su consulta en horas que tienen libre, es por ello que se da la iniciativa de brindar un servicio odontológico de calidad y con tecnología de punta manteniendo un horario continuo que esté acorde con el tiempo del paciente y de esta manera poder solventar la necesidad que hay en el sector y a la vez obtener un beneficio positivo para el negocio.

#### 2.3.1.1 Misión.

Analiza (Publicaciones Vértice S.L., 2008) que:

La misión expresa la razón de ser de la empresa y su objetivo primordial. Constituye la auténtica declaración de principios corporativos, y es aconsejable que esté redactada explícitamente; en el desarrollo de la actividad empresarial conviene tener claro desde el principio todos los aspectos que componen la misión.



### **2.3.1.1.1 Misión del proyecto.**

Prestar servicios de salud odontológica contribuyendo a resolver eficazmente los problemas de salud Oral de los pacientes, con ello aplicar conceptos de excelencia en el servicio, eficiencia en la gestión, honestidad e información precisa u oportuna con equipo de profesionales capacitados y con tecnología y materiales de calidad, para satisfacer las necesidades de los pacientes y mejorar la atención oral en el sector norte del Comité del Pueblo del Distrito Metropolitano de Quito.

### **2.3.1.2 Visión**

Informa (Publicaciones Vértice S.L., 2008)

La visión de la empresa constituye el conjunto de representaciones tanto efectivas como racionales, que un individuo o un grupo de individuos asocian a una empresa o institución como resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones de dicho grupo de individuos, como reflejo de la cultura de la organización en las percepciones del entorno.

#### **2.3.1.2.1 Visión del proyecto.**

Consolidarnos como líderes para el 2018 en la prestación de servicios odontológicos en el sector norte del Comité del Pueblo del Distrito Metropolitano de Quito, con lo más avanzado en tecnología y especialistas de excelencia para satisfacer al máximo las exigencias de nuestros pacientes y permaneciendo a la vanguardia de los avances científicos en el área de odontología.

### **2.3.1.3 Objetivos.**

Explica (Calvo, 2005) que: "Los objetivos establecen una metas o conductas concretas y específicas, cuya adquisición acerca progresivamente el logro del fin determinado."

#### **2.3.1.3.1 Objetivo General.**

Brindar servicio de odontología de calidad con doctores especializados y tecnología avanzada que garanticen la salud oral de los pacientes, en horarios continuos para cubrir la necesidad la demanda del sector Norte Comité del Pueblo.

#### **2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.**

- Brindar un servicio de calidad e innovación con tecnología avanzada para la salud bucal de los pacientes.
- Ofrecer seguridad y confianza a los pacientes con doctores especializados en la higiene bucal.
- Dar facilidad de atención con horarios extensos y accesibles para los pacientes.

#### **2.3.1.4 Principios y/o valores.**

##### **Principios**

Según (Espinoza, 2005) "Proviene de la expresión latina principium, que equivale a fundamento o inicio."

**Trabajo en Equipo:** para poder lograr el objetivo que es cubrir las necesidades de los pacientes.

**Compromiso:** con el paciente, la sociedad y con el consultorio.

**Ambiente Laboral:** en la mejores condiciones y sin ningún riesgo.

**Calidad:** en el servicio, materiales y tecnología.

**Ética Profesional:** llevar a cabo todo el tratamiento que amerite de una manera correcta honesta y responsable.

### Valores

Manifiesta (Cardona, 2000) “Los valores son ideas creencias fuertemente arraigadas, a partir de experiencias significativas, relacionadas con el bien hacer.”

**Respeto:** al paciente y entre profesionales.

**Responsabilidad:** que tienen los profesionales de responder a los daños que hayan generado al paciente.

**Honestidad:** plantear y aconsejar sobre el tratamiento que el odontólogo se haría a sí mismo, si fuese el paciente.

**Amistad:** lograr confianza con el paciente en un lenguaje comprensible ya que la primera cita se la conoce como cita de la amistad.

**Puntualidad:** en lo acordado para el tratamiento y no hacer esperar al paciente.

### 2.3.2 Gestión administrativa.

Ratifica (Griffin, 2011, pág. 8) que: “La administración incluye cuatro actividades básicas planeación y toma de decisiones, organización, dirección y control. En una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de un negocio”

#### 2.3.2.1 *Planificación.*

Señala (Serrano, 2011) que:

Es un término que define un conjunto de acciones orientadas al logro de un resultado claramente definido, siempre y cuando se posea un alto nivel de certidumbre sobre la situación en que estas van a llevarse a cabo, y un elevado control de los factores que permitirán que se alcance el resultado perseguido.

La planificación del proyecto se basa en la atención especializada que se va a brindar al paciente es decir llevar un manejo adecuado de desechos infecciosos, mantenimiento, esterilización y limpieza de equipos odontológicos y la adecuada capacitación de los especialistas.

Llevar un control adecuado de las historias clínicas para mantener contacto permanente con los pacientes para así dar seguimiento a los procedimientos realizados y dar información acerca de promociones que se realicen para pacientes.

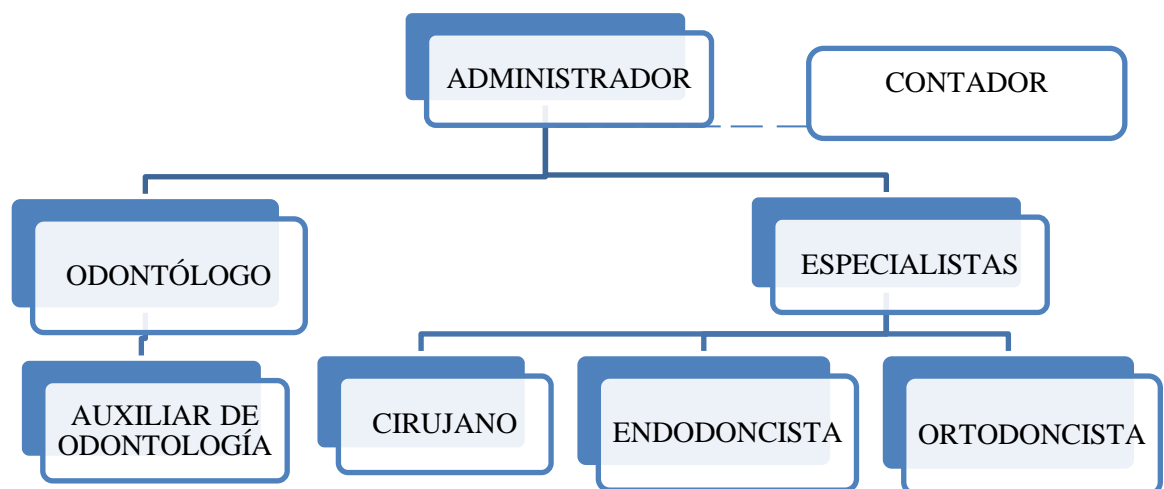
#### 2.3.2.2 *Organización.*

Determina (Griffin, 2011) que: “La siguiente función administrativa es organizar a las personas y los demás recursos necesarios para realizar el plan. En

específico la organización incluye determinar en qué forma agruparan las actividades y los recursos.”

### 2.3.2.2.1 Organigrama Estructural.

Según (Hernandez, 2007, pág. 87) “La Estructura organizacional de la empresa detalla la división y agrupación de cada uno de los departamentos existentes en una organización para que todo el personal conozca a nivel global sus características generales.”



**Figura 8 Organigrama**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 2.3.2.2.2 Perfil de Puesto o cargo.

**Tabla 14 Perfil de puesto Administrador**

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
<b>Es el encargado de dirigir el consultorio, hacer cumplir las políticas que se emplee, supervisar y delegar funciones a los colaboradores.</b>	
Cargo:	Administrador
Número de personas en el cargo:	1
Sueldo:	\$400,00
FUNCIONES	
<p><b>Planificar, controlar, coordinar y organizar todas las actividades que se vayan a desarrollar dentro y fuera del consultorio.</b></p> <p><b>Realizar archivos de ingresos y egresos.</b></p> <p><b>Controlar el uso de insumos.</b></p> <p><b>Realizar declaraciones mensuales SRI.</b></p> <p><b>Dirigir el personal a cargo.</b></p> <p><b>Realizar pagos a los colaboradores.</b></p>	
<b>Requisitos de educación:</b>	Estudios superiores en Administración. Conocimientos básicos de contabilidad y tributación.
<b>Requisitos de experiencia:</b>	1 año

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 15 Perfil de puesto Auxiliar de Odontología**

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
<b>Es la encargada de recibir a los pacientes, asistir a los doctores, llenar y archivar las historias clínicas.</b>	
Cargo:	Auxiliar de Odontología
Número de personas en el cargo:	0
Sueldo:	396,40
FUNCIONES	
<p><b>Recibir a los pacientes y tomarles los datos para las historias clínicas.</b></p> <p><b>Asistir a los doctores para que pueda llenar el odontograma respectivo.</b></p> <p><b>Mantener limpio el consultorio así como todos los instrumentales.</b></p> <p><b>Citar a los pacientes.</b></p> <p><b>Preparar el presupuesto respectivo de los procedimientos a realizarse el paciente e informarlo.</b></p>	
<b>Requisitos de educación:</b>	Estudios superiores en odontología general.
<b>Requisitos de experiencia:</b>	1 año

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 16 Perfil de puesto Odontólogo General**

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
<p><b>Es el encargado de atender a los pacientes realizar diagnósticos, procedimientos dentales que tengan que realizarse los pacientes y dar receta en el caso que se necesario.</b></p>	
Cargo:	Odontólogo General
Número de personas en el cargo:	0
Sueldo:	\$Comisión 40%
FUNCIONES	
<p><b>Realizar diagnósticos y seguir con los procedimientos a realizarse.</b></p> <p><b>Prevenir y enseñar higiene bucal a los pacientes.</b></p> <p><b>Realizar extracciones de dientes si ameritara el caso, eliminación de sarro y caries encontradas.</b></p>	
<b>Requisitos de educación:</b>	<p>Estudios superiores de tercer nivel en Odontología General.</p> <p>Haber realizado el año de Salud Rural del Ministerio de Salud Pública.</p>
<b>Requisitos de experiencia:</b>	2 años

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Tabla 17 Perfil de puesto Cirujano Dental**

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
<p><b>Es el encargado de atender a los pacientes cuando tienen que realizarse cirugías odontológicas como extracciones de terceros molares, eliminación de quistes y tumores que se encuentren en el área bucal.</b></p>	
Cargo:	Cirujano Dental
Número de personas en el cargo:	0
Sueldo:	\$Comisión 50%
FUNCIONES	
<p><b>Interpretar radiografías y comunicar al paciente el procedimiento a seguir.</b></p> <p><b>Realizar cirugías de terceros molares, de dientes incluidos en mala posición o con anomalías.</b></p> <p><b>Saber manipular los anestésicos.</b></p>	
<b>Requisitos de educación:</b>	Especialización en cirugías Dentales título de cuarto nivel.
<b>Requisitos de experiencia:</b>	2 años

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 18 Perfil de puesto Endodoncista**

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
<b>Es el encargado de atender a los pacientes cuando tienen molestias muy fuertes y procesos en las piezas dentales que con lleva a sacar el nervio de los dientes.</b>	
Cargo:	Endodoncista
Número de personas en el cargo:	0
Sueldo:	\$Comisión 50%
FUNCIONES	
<b>Interpretar radiografías y comunicar al paciente el procedimiento a seguir.</b>	
<b>Eliminación del nervio de la pieza dental.</b>	
<b>Evitar la extracción de la pieza dental.</b>	
<b>Requisitos de educación:</b>	Especialización en endodoncia título de cuarto nivel.
<b>Requisitos de experiencia:</b>	2 años

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 19 Perfil de puesto Ortodoncista**

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
<b>Es el encargado de atender a los pacientes cuando tienen anomalías o mala posición dental con la correcta colocación de braquetes.</b>	
Cargo:	Ortodoncista
Número de personas en el cargo:	0
Sueldo:	\$Comisión 50%
FUNCIONES	
<b>Diagnostica la anomalía o mala posición dental.</b>	
<b>Colocar los braquetes.</b>	
<b>Dar seguimiento mensual al paciente hasta el fin del tratamiento.</b>	
<b>Requisitos de educación:</b>	Especialización en ortodoncia título de cuarto nivel.
<b>Requisitos de experiencia:</b>	2 años

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 2.3.2.3 Dirección.

Menciona (Griffin, 2011) que: “Es el conjunto de procesos utilizados para hacer que los miembros de la organización trabajen juntos para promover los intereses de la organización, esta es una de las actividades más desafiantes.”

Para poder cumplir esta etapa es importante que el administrador dirija de una mejor manera al personal para que todos cumplan los objetivos planteados. Esto va a depender mucho de la administración debido a que tienen que hacer participar a todos los colaboradores del negocio es decir receptando ideas,

comentarios que ayuden a mejorar la atención y el servicio que se va a ofrecer y de esta manera se va a desarrollar un buen ambiente laboral.

#### **2.3.2.4 Controlar.**

Señala (Griffin, 2011, pág. 9)

Fase final es el control o monitoreo del progreso de la organización hacia sus metas, mientras la organización se mueve hacia sus metas, los gerentes deben monitorear el progreso para asegurarse de que se desempeñe de forma que llegue a su destino en el tiempo asignado.

#### **Análisis**

El control como el autor lo menciona es la parte final o monitoreo es decir control del servicio que se va ofrecer se lo puede llevar a cabo con un seguimiento a los pacientes realizando llamadas de satisfacción o su vez saber cómo se encuentra el paciente ya una vez acabado el tratamiento, también se lo va a controlar realizando reuniones una vez al mes para receptar inquietudes, molestias y de esta misma manera dando solución a los comentarios obtenidos.

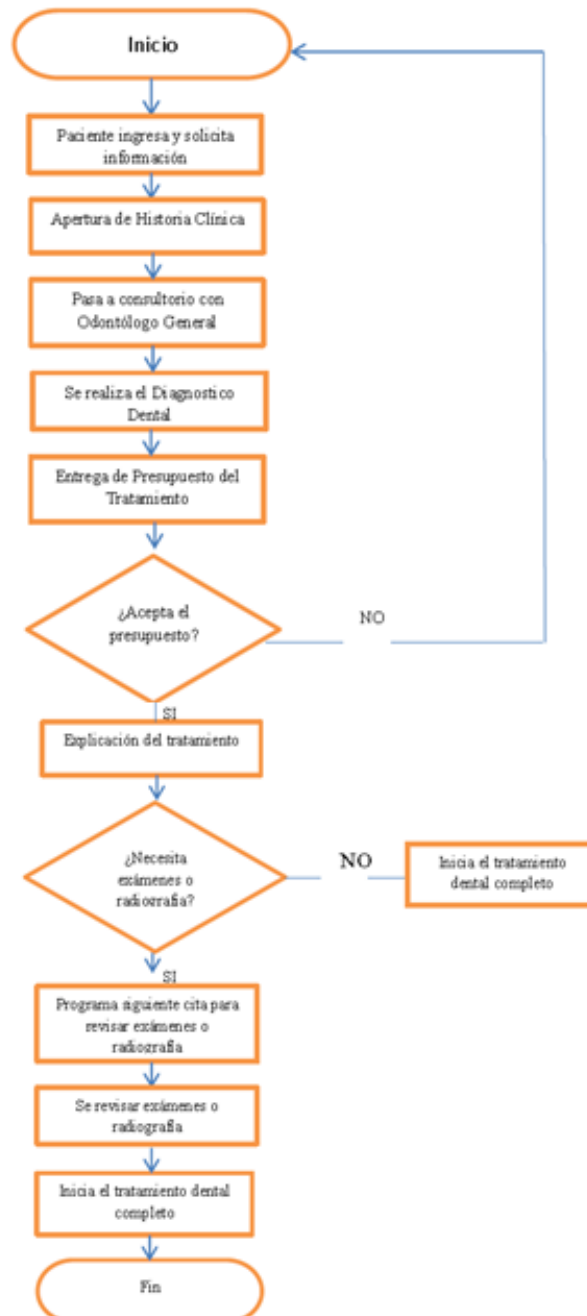
#### **2.3.3 Gestión operativa.**

Para (Arnoletto & Diaz, 2009)

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la

mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso.

### 2.3.3.1 Flujograma de servicios.



**Figura 9** Flujograma de servicios

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 2.3.4 Gestión comercial.

Explica (Griffin, 2011, pág. 300)

Conjunto de actividades que se realizan en una entidad económica, las cuales van encaminadas hacia el logro de metas de ventas de sus productos o servicios, para obtener beneficios financieros a partir de la satisfacción plena de los clientes, a fin de lograr su fidelidad.

#### 2.3.4.1 *Producto o Servicio.*

Servicio Odontológico

El servicio odontológico es la especialidad encargada del estudio de los dientes, encías y todo tipo de dolencia bucal esto se da debido al mal uso del cepillo dental e hilo dental, también por genes hereditarios y por la mala alimentación; es por ello que los odontólogos recomiendan cepillar tres veces al día los dientes usar enjuagues bucales, usar hilo dental y sobretodo visitar cada 6 meses al odontólogo para evitar las enfermedades como son la caries y la gingivitis por lo que en la actualidad se ha implementado el servicio dental de calidad con tecnología de punta.



**Figura 10 Servicio Odontológico**

Fuente: Google

Elaborado por: Yessenia Ormaza

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

### Características del servicio odontológico

- Calidad en la atención.
- Calidad en el material como: resinas en las marcas de 3M y BRILLIT, Ionómero en marca 3M y FUJI para restauraciones Ionómero para cementación en marca 3M.
- Devolver al paciente función, fonación y estética a través de la rehabilitación oral.

### Beneficios

- Mantener un buen estado de salud bucal evitando caries y gingivitis a través de las limpiezas.
- A través de la prevención evitaremos que a futuro los niños tengan pérdida de sus piezas dentales.

### Materiales

Los materiales que se van a utilizar en el consultorio van a depender del tipo de tratamiento a realizar al paciente como lo detallamos a continuación:

**Tabla 20 Materiales**

<b>MATERIALES</b>	<b>DIAGNÓSTICO</b>	<b>TRATAMIENTO</b>
<b>Restauración definitiva: ácido ortofosfórico, adhesivo (single bond), resina y papel articular. (Según el caso)</b>  <b>Restauración provisional: Ionómero (polvo más líquido), aislantes, dycal, óxido de zinc y ougenol. (Según el Caso)</b>	Caries dental	Resina Simple (1) Resina Compuesta (2) Resina Compleja (3+)
<b>Anestesia con vaso, anestesia sin vaso, gasas, aguja (corta, larga o pequeña)</b>	Exodoncia	Exodoncia Simple
<b>Cirugía: Anestesia con vaso, anestesia sin vaso, gasas, aguja (corta, larga o pequeña), bisturí, hilos 3/0 (seda) y suero fisiológico.</b>		Exodoncia compleja
<b>Enjuague bucal, anestesia (si fuere necesario), algodón, removedor de cálculos.</b>	Periodoncia	Detartraje o limpieza
<b>Pulperil – formocresol - paranomoclorofenol (según sea necesario), hidróxido de calcio puro, clorixidina, hipoclorito de sodio al 2.5%, suero fisiológico, algodón, óxido de zinc olgenol, cono de papel y cono de gutapercha</b>	Enfermedad pulpar	Endodóncia


Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



### 2.3.4.2 Precio.

Señala (Dvoskin, 2004) que. “El precio es la única variable entre las cuatro P, que genera ingresos para la organización.”

**Tabla 21 Precios**



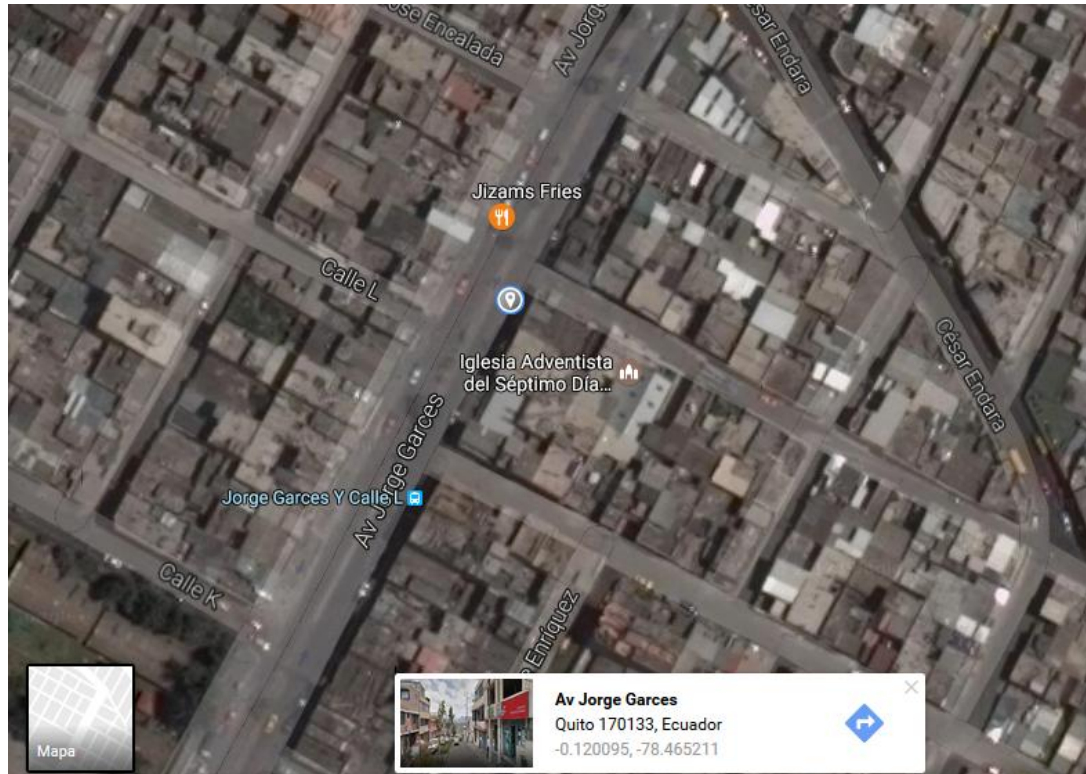
LISTA DE PRECIOS		
LISTA DE PRECIOS DENT'S FACTORY		
CODG.	DESCRIPCION	P.V.P
1	ODONTOLOGIA GENERAL	30,00
3000	CIRUGIA ORAL	120,00
4000	ENDODONCIA	120,00
5000	ORTODONCIA	800,00

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 2.3.4.3 Plaza.

Determina (Dvoskin, 2004) que: “Este término denomina un concepto relacionado con la distribución y la generación de oportunidades de compra: es el lugar donde se concreta el intercambio, el famoso momento de la verdad.”

La ubicación del consultorio será en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el Sector del Comité del Pueblo, en la calle Jorge Garcés N° 65-110 y Antonio Fabara diagonal a la parada de buses Alborada 2, se tomó en cuenta este sector por la afluencia de gente, por el fácil acceso al sector la misma que cuenta con todos los servicios básicos.



**Figura 11 Ubicación del consultorio**

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### **2.3.4.4 Promoción.**

Menciona (Publicaciones Vertice S.L., 2008, pág. 2)

Asimismo la promoción consiste en un incentivo ajeno al producto. La mejora de calidad, su cambio de envase, su más adecuada distribución son, por tanto, acciones de marketing, pero no puede llamárselas “promoción de ventas” en el estricto sentido del mercado de los bienes de consumo.

La promoción es una parte importante para una empresa o negocio ya que permite que el consumidor tenga más acceso al servicio o al producto que se esté ofreciendo por lo que nosotros hemos elaborado las siguientes estrategias:

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

- Blanqueamiento dos por uno.
- Plan Familiar.
- Atención dental por convenio con seguros privados.
- Si al realizar el presupuesto el paciente decide realizarse el tratamiento completo el pago por consulta pasará como abono del tratamiento.

#### 2.3.4.4.1 Logotipo.



**Figura 12 Logotipo**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

Significado de los colores:

Blanco: Limpieza, salud y pureza.

Celeste: Confianza

Rojo: Seguridad

Azul: Responsabilidad

Slogan



**Figura 13 Slogan**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

#### 2.3.4.4.2 Papelería corporativa.



Figura 14 Tarjeta de presentación parte frontal

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

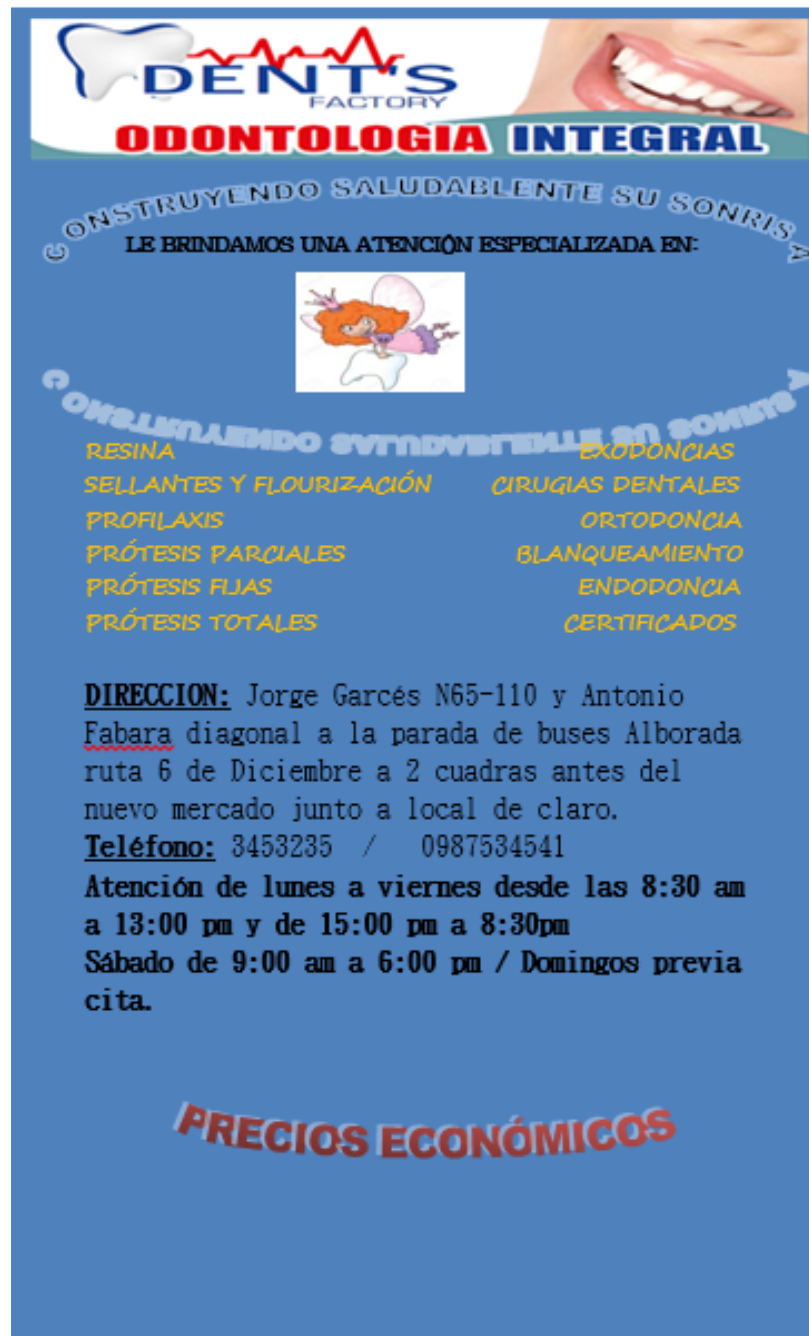


Figura 15 Tarjeta de presentación parte posterior

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 2.3.4.4.3 Material P.O.P.

- Hojas Volantes:



**Figura 16** Hoja volante

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

➤ Micro perforado:



**Figura 17 Microperforado**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yessenia Ormaza

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

➤ Uniformes



**Figura 18 Uniformes**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yessenia Ormaza

## 2.4 Análisis FODA

Indica (Zabala, 2005)

Constituye un avance metodológico en la planeación, la cual envuelve procesos cualitativos y cuantitativos. Se define como el conjunto de fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas surgidas de la evaluación de un sistema organizacional que, al clasificarse, ordenarse, compararse, generan un conjunto de estrategias alternativas factibles para el desarrollo de dicho sistema organizacional.

**Tabla 22 Análisis FODA**

<b>Análisis FODA</b>	
<p><b>Fortalezas</b></p> <p>Contar con equipos odontológicos de alta tecnología.</p> <p>Contar con doctores capacitados.</p> <p>Servicio exclusivo con atención de horario extenso.</p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <p>Mercado insatisfecho con la atención de horarios.</p> <p>Competencia de consultorios.</p> <p>Regularización de precios con la competencia.</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>Mantenimiento inadecuado de los equipos odontológicos.</p> <p>No contar con doctores especializados de planta.</p> <p>Que los pacientes no acudan en el horario establecido.</p>	<p><b>Amenazas</b></p> <p>Impuestos de salvaguardas en materiales odontológicos.</p> <p>Competencia desleal.</p> <p>Competencia por los precios en el servicio odontológico.</p>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



## Análisis

En la tabla del FODA se puede observar que como fortalezas se tiene los equipos tecnológicos, doctores capacitados y sobre todo el horario permanente lo cual ayuda mucho al consultorio que se implementara ya que todos no lo tienen, por lo cual también se tiene las debilidades que son no tener muchos técnicos para el mantenimiento de los equipos, los especialistas no son de planta sino, que se los requiere bajo cita previa y en coordinación con los pacientes. Hay que tener muy en cuenta al comprar los materiales ya que suben y bajan de precio por los impuestos y por ende se cambian los precios en el servicio.

## CAPÍTULO III

### 3 Estudio de Mercado

Expresa (Sellers y Casado, 2006) que: “El objetivo básico del estudio de mercado es determinar al mercado al que se dirige la empresa, así como su capacidad o potencial de compra.”

#### 3.1 Análisis del Consumidor

Expresa (Quintanilla, Berenguer & Gómez, 2014) “La comprensión y caracterización del consumidor implica, por una parte entender el porqué de su comportamiento y por otra averiguar que variables sirven para delimitar su perfil.”

#### Objetivo del estudio de mercado

Identificar los distintos grupos de consumidores al cual se dirige el servicio para determinar la aceptación en el mercado y cubrir la demanda.

- Determinar el mercado al que se dirige el proyecto
- Analizar la oferta y la demanda
- Establecer la capacidad de cubrir las necesidades del sector.

## Segmentación de mercado

Piensa (Arjona, 2009)

La segmentación de mercado es la división del mismo en grupos homogéneos a los que se les aplicara una estrategia comercial diferenciada con el fin de satisfacer necesidades y deseos de los individuos que forman los segmentos y con la finalidad de que la empresa alcance sus objetivos.

El enfoque de la segmentación es identificar el mercado al cual se dirige el servicio odontológico para de esta manera determinar las necesidades, preferencias y el nivel de consumo de la población obteniendo así datos reales para la posesión del servicio en el sector.

**Tabla 23 Segmentación de mercado**

<b>Geográficas</b>	<b>País:</b> Ecuador
	<b>Región:</b> Sierra
	<b>Provincia:</b> Pichincha
	<b>Sector:</b> Comité del Pueblo
<b>Demográficas</b>	<b>Género:</b> Indistinto
	<b>Edad:</b> 18- 65
	<b>Nacionalidad:</b> Indistinta
	<b>Ocupación:</b> Todo tipo de ocupación
<b>Conductuales</b>	<b>Educación:</b> Todo nivel
	Personas con gustos y preferencias específicas en el adecuado cuidado de su salud dental.
<b>Psicográficas</b>	<b>Clase social:</b> clase media y media alta.
	<b>Estilo de vida:</b> Empresas y hogares

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 3.1.1 Determinación de la población y muestra.

**Tabla 24 Determinación de la población y muestra**

Edad	Sexo		Total
	Hombres	Mujeres	
18-65	14.172	15.213	29.385

Fuente: (Distrito Metropolitana de Quito, 2016)

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 3.1.1.1 Población.

Establece Según (Rodriguez A., 2005, pág. 79) dice: “Población es el conjunto de mediciones que se pueden efectuar sobre una característica común de un grupo de seres u objetos.”

#### 3.1.1.2 Tamaño del universo.

**Tabla 25 Universo**

Universo	No.
POBLACION DE QUITO	2'576.287
POBLACION DE LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO	46.932
POBLACIÓN PEA	29.385

Fuente: (INEC, 2016)

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 3.1.1.3 Muestra.

Según (Rodríguez A., 2005, pág. 82) dice: “La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y por tal, refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo que nos indica que es representativa y por lo tanto la validez de la generalización depende del tamaño de la muestra.”

Para identificar la muestra se debe tomar en cuenta:

Población Finita es aquella que tiene una población menor a 30.000 habitantes.

Población Infinita es aquella que tiene una población mayor a 30.000 y siempre la muestra va a ser de 384.

A continuación se va a usar la siguiente fórmula para calcular la muestra teniendo en cuenta la población económicamente activa de 29.385 habitantes por lo que considera una población finita:

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

**Tabla 26 Datos**

SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO	VALOR
n=	Tamaño de la muestra	?
N=	Población o Universo	29.385
E=	Margen de error	5%
p=	Probabilidad de Éxito	50%
q=	Posibilidad de Fracaso	50%
z=	Nivel de Confianza	95%=1.96

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### **3.1.1.4 Formulación de la muestra.**

Resolución:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.50) * (0.50) * (29.385)}{(29.385 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$$n = \frac{28221.35}{74.42}$$

$$n = 379.22$$

Con el total del tamaño de la muestra se procede a realizar las encuestas correspondientes que son 379 dirigidas al sector Comité del Pueblo.

### **3.1.2 Técnicas de obtención de información.**

(Mondragon, 2013) indica que “la información que se levante, debe ser suficiente, confiable, válida y sistemática, de tal manera que le permita al auditor, llegar a conclusiones y elaborar recomendaciones con bases sólidas.”

#### **Entrevista**

Según (concepto.de, 2015) dice:

Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. Todos aquellos presentes en la charla dialogan en pos de una cuestión determinada planteada por el profesional.

#### **Encuestas**

Conforme (Rada, 2001) dice: “Describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.”

#### **Cuestionario**

Conforme (Franklin, 2013) dice: “Se emplean para obtener información deseada en forma homogénea. Están constituidos por series de preguntas, escritas, predefinidas, secuenciadas y separadas por capítulos y temáticas.”

## **Análisis**

La encuesta es realizada para el consumidor para conocer la aceptación que podría llegar a tener cierto producto o servicio y saber lo que el cliente desea para poder mejorar el producto o el servicio.

Después de la aplicación del cuestionario a los futuros pacientes procedemos a la tabulación de manera que podamos interpretar los resultados de la investigación.



### 3.1.2.1 Modelos de la encuesta.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

### ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS TECNOLOGIA EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

### ENCUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO EN EL SECTOR DEL COMITÉ DEL PUEBLO D.M.Q 2017

OBJETIVO.- Conocer la aceptación del sector del Comité del Pueblo para la implementación de un consultorio odontológico.

Sexo:  Femenino  Masculino

Edad:  18 a 25 años  26 a 35 años  36 a 50 años  51 años o más

Estado civil:  Soltero  Casado  Divorciado

#### PREGUNTAS

1. ¿Asiste usted a un consultorio dental?  
 SI  NO
2. ¿Le gustaría que se implemente un consultorio dental cerca de su sector?  
 SI  NO
3. ¿Estaría de acuerdo que la atención odontológica en el sector sea permanente?  
 SI  NO
4. ¿Usted cuenta con un seguro privado que tenga cobertura a la atención odontológica?  
 SI  NO

5. ¿Con qué frecuencia acude al odontólogo?
- TRIMESTRALMENTE
  - SEMESTRALMENTE
  - UNA VEZ AL AÑO
6. ¿Cuál es la razón por la que acude al odontólogo?
- DOLOR
  - ESTETICA
  - REVISIÓN
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tratamiento de caries y limpieza odontológica?
- \$13
  - \$15
  - \$20
8. Al momento de adquirir un servicio odontológico, usted lo elige por:
- PRECIO
  - CALIDAD
  - PROFESIONALIDAD
9. ¿Le gustaría que su dentista le notifique cuando se acerque su nuevo chequeo?
- SI
  - NO
10. ¿Está a gusto con los productos y servicios que ofrece la competencia?
- SI
  - NO

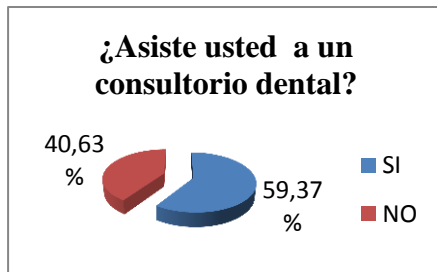
### 3.1.3 Análisis de la Información.

#### 3.1.3.1 Pregunta. ¿Asiste usted a un consultorio dental?

**Tabla 27 Pregunta N° 1**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	255	59,37%
No	154	40,63%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 19 Pregunta N° 1**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

Como se puede observar un 59,37% acude a un consultorio dental y un 40,63% no lo hace, por lo que demuestra que un gran número de personas si asisten a un consultorio dental lo que da apertura al presente proyecto.

### 3.1.3.2 ¿Le gustaría que se implemente un consultorio dental cerca de su sector?

**Tabla 28 Pregunta N° 2**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	295	,00%
NO	84	22,00%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 20 Pregunta N°2**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

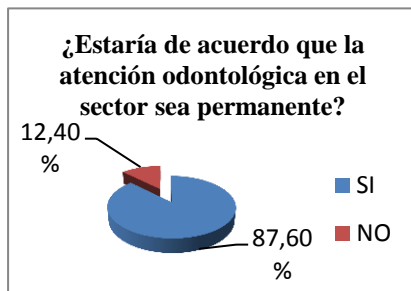
Al analizar la información determina que el 78% está de acuerdo en la implementación de un consultorio dental, el 14,78% no está de acuerdo, por lo que se puede observar que existe necesidad del servicio en el sector.

### 3.1.3.3 ¿Estaría de acuerdo que la atención odontológica en el sector sea permanente?

**Tabla 29 Pregunta N°3**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	332	87,60%
NO	47	12,40%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 21 Pregunta N°3**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

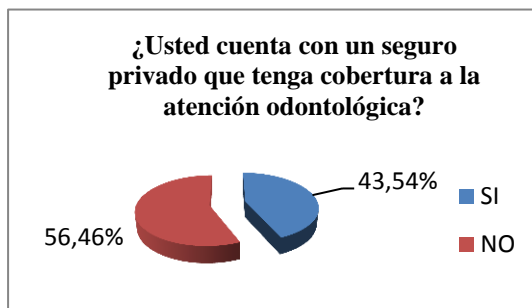
Los datos obtenidos mediante la encuesta a esta pregunta arrojan que un 87,60% está de acuerdo con que el servicio sea permanente mientras el 12,40 % no lo está, por lo que se da a entender que la demanda no está satisfecha con los horarios de atención de los centros odontológicos en el sector.

### 3.1.3.4 ¿Usted cuenta con un seguro privado que tenga cobertura a la atención odontológica?

**Tabla 30 Pregunta N°4**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	165	43,54%
NO	214	56,46%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 22 Pregunta N°4**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

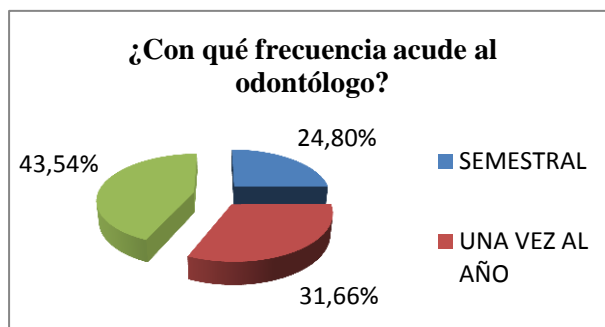
Con el resultado que arroja la encuesta de la pregunta 4 referente a los seguros privados se puede decir, que hay que enfatizar realizando promociones para las personas que no disponen de dichos seguros ya que es un 54,46%, es porcentaje alto el cual se puede aprovechar para tener mayor demanda de pacientes, mientras que las personas que tienen seguros son un 43,54% restante.

### 3.1.3.5 ¿Con qué frecuencia acude al odontólogo?

**Tabla 31 Pregunta N°5**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SEMESTRAL	94	24,80%
UNA VEZ AL AÑO	120	31,66%
MAS DE UN AÑO	165	43,54%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 23 Pregunta N° 5**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

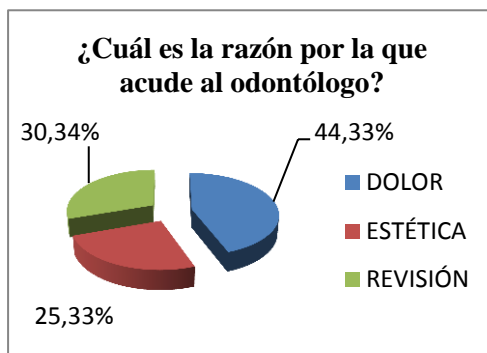
Con este resultado obtenido se puede notar que la población no tiene la cultura de asistir al odontólogo cada seis meses que es lo normal por lo que tiene un porcentaje bajo del 24,80% que acuden cada seis meses, un porcentaje de 31,66% de personas que van al odontólogo una vez al año y un 43,54% de personas que no lo hacen ya más de un año, por lo que es un porcentaje alto de personas que no asisten al odontólogo, para incentivar la salud oral de las personas se deberá realizar campañas de prevención odontológica.

### 3.1.3.6 ¿Cuál es la razón por la que acude al odontólogo?

**Tabla 32 Pregunta N°6**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
DOLOR	115	30,34%
ESTÉTICA	96	25,33%
REVISIÓN	168	44,33%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 24 Pregunta N°6**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

Como se observa en la figura la mayoría de personas asisten al odontólogo por tener molestias o dolor en el área bucal, según la encuesta acuden al odontólogo por dolor un porcentaje de 44,33%, por revisión acude un 30,34% y por estética un 25,33%, motivo por el cual se debe fomentar la salud bucal.

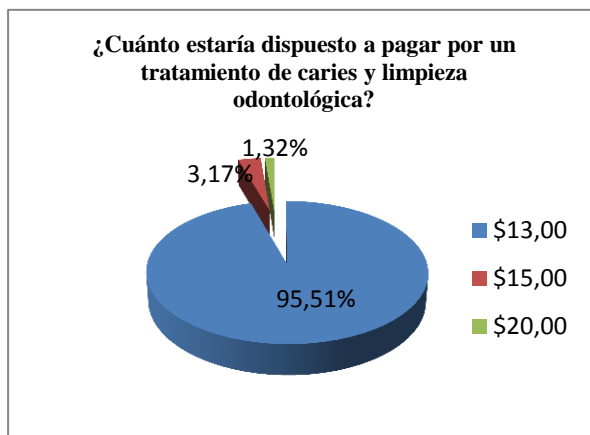


### 3.1.3.7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una consulta odontológica?

**Tabla 33 Pregunta N°7**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
\$13,00	362	95,51%
\$15,00	12	3,17%
\$20,00	5	1,32%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 25 Pregunta N°7**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

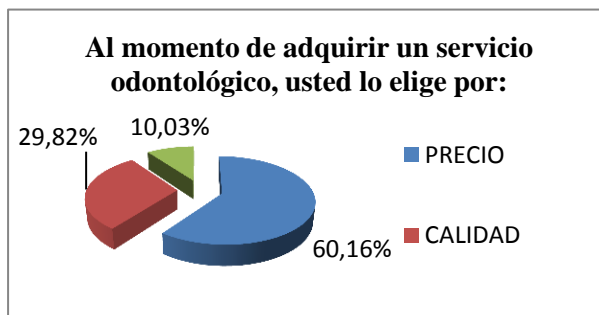
Según los resultados arrojados por la encuesta se puede observar que un 95,51% de personas estarían dispuestas a pagar por una consulta odontológica \$13,00 dólares, un 3,17% pagaría \$15,00 dólares y mientras que el 1,32% pagaría \$20,00 dólares.

### 3.1.3.8 Al momento de adquirir un servicio odontológico, usted lo elige por:

**Tabla 34 Pregunta N°8**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
PRECIO	228	60,16%
CALIDAD	113	29,82%
PROFESIONALIDAD	38	10,03%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 26 Pregunta N°8**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

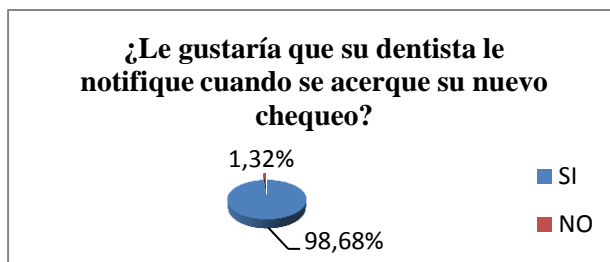
En el gráfico se observa que el 60,16% de personas eligen el servicio por el precio, el 29,82% por calidad mientras que un 10,03% lo elige por profesionalidad por lo que se debe tomar en cuenta para poder regular el precio para el servicio.

### 3.1.3.9 ¿Le gustaría que su dentista le notifique cuando se acerque su nuevo chequeo?

**Tabla 35 Pregunta N°9**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	374	98,68%
NO	5	1,32%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 28 Pregunta N° 9**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

El resultado que da la encuesta con respecto a la pregunta 9 es positivo ya que da un 98,68% de personas que están de acuerdo a que se les recuerde su próxima cita y un mínimo de 1,32% que no lo están, se la debe tomar en cuenta ya que es importante tener un seguimiento del paciente y recordarle su próximo control.

### 3.1.3.10 ¿Está a gusto con los productos y servicios que ofrece la competencia?

**Tabla 36 Pregunta N°10**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	286	75,46%
NO	93	24,54%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 29 Pregunta N° 10**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

Según el gráfico se puede observar que un 75,46% de las personas encuestadas está satisfecho con el servicio brindado por la competencia, mientras que un 25,54% asegura que no está satisfecho con el servicio.

## 3.2 Oferta

Analiza (Rosales, 2000) que: “Es las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables.”

### 3.2.1 Oferta histórica.

Oferta histórica es aquella que da a conocer un resultado o evolución de años anteriores en un tiempo o mercado determinado de un bien o servicio.

### 3.2.2 Oferta actual.

La Oferta actual es el valor real que se obtiene para comercializar un bien o servicio en un determinado mercado.

#### 3.2.2.1 *Calculo de la oferta actual.*

**Tabla 37** Calculo de la oferta actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (75%)	Oferta proyectada
2017	\$ 133.353,30	0,75	\$ 100.014,98

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 3.2.3 Oferta proyectada.

Manifiesta (Zambrano, 2012) que: “Tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio.”

**Tabla 38 Oferta Proyectada**

<b>Proyección de la Oferta</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>TASA DE ACEPTACIÓN</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>
		75%	
<b>2018</b>	\$ 135.620,31	0,75	101.715,23
<b>2019</b>	\$ 137.925,86	0,75	103.444,39
<b>2020</b>	\$ 140.270,60	0,75	105.202,95
<b>2021</b>	\$ 142.655,20	0,75	106.991,40
<b>2022</b>	\$ 145.080,33	0,75	108.810,25

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### **3.3 Demanda**

Expresa (Andrade, 2006, pág. 108) “Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades.”

#### **3.3.1 Demanda histórica.**

Son datos históricos referentes al comportamiento de los compradores o Consumidores De Un Producto O Servicio De Un Determinado Mercado.

#### **3.3.2 Demanda actual.**

Según (Dvoskin, 2004, pág. 90) “La demanda actual implica cuantificar la demanda existente, que hemos definido como la suma de la demanda atendida y la demanda efectivamente atendida.”

**Tabla 39 Aceptación del Producto**

<b>ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO</b>		
<b>PEA 18 – 64 Parroquia de Calderón</b>	* porcentaje de mayor aceptación	= aceptación de las personas
<b>44230</b>	55%	<b>42120</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 40 Frecuencia de Consumo.**

<b>FRECUENCIA DE CONSUMO</b>			
<b>Aceptación</b>	*porcentaje de frecuencia		Frecuencia de Compra
<b>34499</b>	43,54%		<b>11554.65</b>
			<b>Ventas Anuales</b>
<b>precio</b>	13,00		
<b>11554.65* 13,00 precio promedio aceptado</b>			<b>150210.39</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 3.3.2.1 *Calculo de la demanda actual.*

**Tabla 41 Demanda.**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA ACTUAL</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
<b>2017</b>	\$ 131.124,19	1,017	\$ 133.353,30

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 3.3.3 Demanda proyectada.

**Tabla 42 Demanda Proyectada**

<b>Proyección de la demanda</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA ACTUAL</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
		(1.017%)	
2018	\$ 133.353,30	1,017	\$ 135.620,31
2019	\$ 135.620,31	1,017	\$ 137.925,86
2020	\$ 137.925,86	1,017	\$ 140.270,60
2021	\$ 140.270,60	1,017	\$ 142.655,20
2022	\$ 142.655,20	1,017	\$ 145.080,33

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 3.4 Balance Oferta-Demanda

La demanda insatisfecha es aquella que no podido cubrir dentro de un determinado mercado, como resultado es que la demanda es mayor que la oferta, es decir no se no se ha logrado satisfacer las necesidades de los clientes a lo largo de una determinado periodo de tiempo, esta situación es favorable para el presente proyecto ya que pretende cubrir la mayor parte de dicha demanda.

#### 3.4.1 Balance actual.

La información detallada que se presenta en el balance actual es el resultado de encuestas realizadas mediante el estudio del mercado, para conocer las necesidades más relevantes al cual se plantea llegar.



**Tabla 43 Balance Actual**

<b>Demanda Insatisfecha</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (DP - OP)</b>
<b>2017</b>	\$ 133.353,30	\$ 100.014,98	\$ 33.338,33

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 3.4.2 Balance proyectado.

**Tabla 44 Balance Proyectado**

<b>Demanda Insatisfecha</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (DP - OP)</b>
<b>2018</b>	135.620,31	101.715,23	33.905,08
<b>2019</b>	137.925,86	103.444,39	34.481,46
<b>2020</b>	140.270,60	105.202,95	35.067,65
<b>2021</b>	142.655,20	106.991,40	35.663,80
<b>2022</b>	145.080,33	108.810,25	36.270,08

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### Análisis

EL resultado del balance proyectado indica que existe una demanda insatisfecha, es decir las personas no están a gusto con el servicio que brinda la competencia, no cubre sus expectativas, por lo que es una oportunidad para el presente proyecto para satisfacer las necesidades de las personas demandantes del servicio.

## CAPÍTULO IV

### 4 Estudio Técnico

Según (Posas, 2005, pág. 166) dice:

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren; a la vez, verifica la factibilidad técnica de cada una de ellas. El análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por lo tanto, los costos de inversión y de operación así como el capital de trabajo que se necesita.

#### 4.1 Tamaño Del Proyecto

(Tomas, 2012) menciona que: “El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado.”

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada para poder brindar el servicio, es decir la disponibilidad de materiales e insumos, talento humano y la capacidad de tecnología.

**Tabla 45 Tamaño del proyecto**

Descripción	
Número de trabajadores	3
Servicio mensual	242
Total servicio mensual	<b>720</b>
Número de meses al año	12
Total de servicio anual	<b>8712</b>
Precio de venta unitario	\$5
Total ingresos anuales	<b>\$43560</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 4.1.1 Capacidad instalada.

Explica (Erossa Martin, 2004) que: “La determinación de la capacidad de producción se basa en el cálculo simple de días efectivos al año.”

**Tabla 46 Capacidad Instalada**

Capacidad de servicio odontológico		
Tiempo de servicio diario	11	Horas
Tiempo de servicio mensual	242	Horas
Servicio mensual	121	Consultas
<b>Total servicio mensual</b>	<b>121</b>	Consultas
Número de meses al año	12	Meses
<b>Total de producción anual</b>	<b>1452</b>	Consultas
Precio de venta unitario	\$5	Dólares
Total ingresos anuales	<b>\$7260</b>	Dólares
Nivel de aceptación del mercado	78%	Porcentaje
<b>Producción Óptima</b>	<b>\$5662.80</b>	<b>Dólares</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 4.1.2 Capacidad óptima.

La capacidad óptima es la correcta distribución del espacio del local en donde se va a realizar las actividades del proyecto, por lo que se toma en cuenta los departamentos del personal, la recepción, área administrativa, área de esterilización,

consultorio para atención al paciente, área de juegos para niños, área de desechos, los servicios higiénicos y bodega.

## **4.2 Localización**

Manifiesta (Erossa Martin, 2004) que: “El estudio de localización consiste en el análisis de las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o mínimo de costos unitarios.”

### **4.2.1 Macro localización.**

Se refiere a la ubicación del consultorio que se establecerá en el sector Comité del Pueblo Cantón Quito en la provincia de Pichincha.

Este sector surgió por la gente obrera que no tenía donde vivir es por ello que también se encuentran zonas llamada la invasión debido a que tomaban terrenos a la fuerza sin tener escrituras, pero al pasar el tiempo el sector se ha vuelto muy comercial y un gran número de habitantes tienen su propio negocio e incluso pueden dar trabajo.

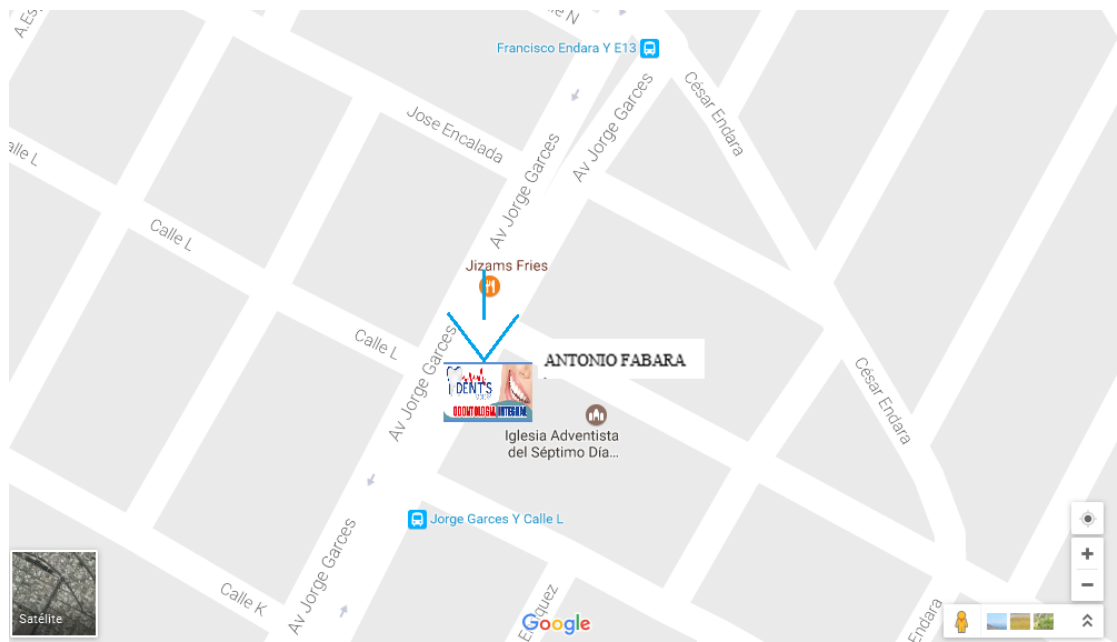


**Figura 30 Macro localización**

Fuente: Google maps

#### 4.2.2 Micro localización.

La micro localización indica el lugar en donde va a implementar el proyecto dentro de la micro zona, Dirección: Cantón Quito en la Av. Jorge Garcés N°65-110 y Antonio Fabara diagonal a la parada de buses Alborada lo podemos encontrar en el siguiente croquis con color celeste.



**Figura 31** Micro localización

Fuente: Google maps

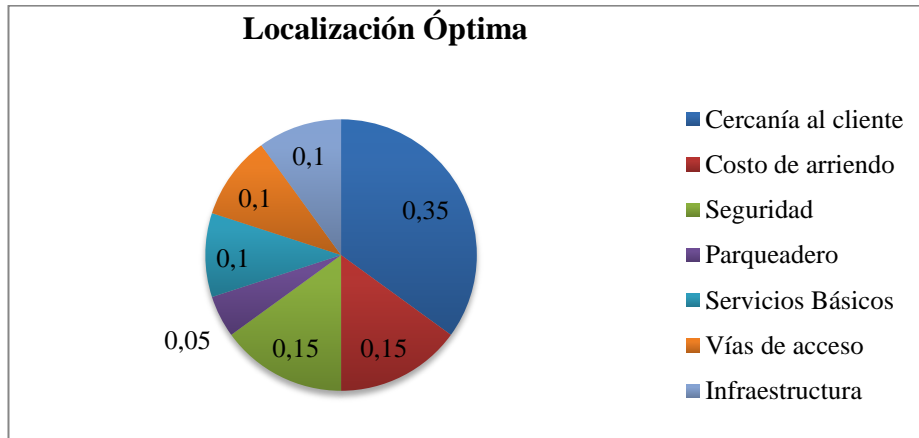
### 4.2.3 Localización óptima.

**Tabla 47** Localización Óptima

Factores relevantes	Ponderación
<b>Cercanía al cliente</b>	0.35
<b>Costo de arriendo</b>	0.15
<b>Seguridad</b>	0.15
<b>Parqueadero</b>	0.05
<b>Servicios Básicos</b>	0.1
<b>Vías de acceso</b>	0.1
<b>Infraestructura</b>	0.1
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**



**Figura 32 Localización Óptima**  
Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 4.3 Ingeniería del Proyecto

Indica (© Diseño: Gum 2006) que: “Es la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.”

#### 4.3.1 Definición de bienes y servicios.

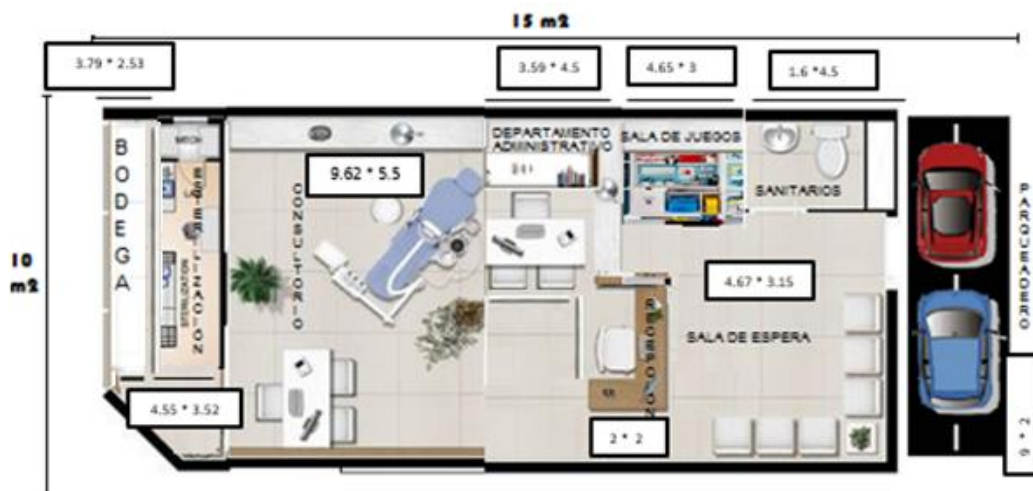
Establece (La Bella, 2016) que: “Los bienes son productos que los consumidores compran, como alimentos, ropa, juguetes o muebles. Un servicio es una función que alguien hace para otra persona, como lecciones de gimnasia, chequeo médico o repartir correo.”

### 4.3.2 Distribución de la planta.

**Tabla 48 Distribución de la planta**

	Dimensión M2	M2
Sala de espera	4.67 X 3.15	14.71
Recepción	2.00 X 2.00	4.00
Departamento Administrativo	3.59 X 4.5	16.16
Consultorio	9.62 X 5.5	52.91
Cuarto de juegos	4.65 X 3.00	13.95
Bodega	3.79 X 2.53	7.06
Sanitarios	1.6 X 4.5	7.20
Parqueadero	9 X 2	18.00
Área de esterilización	4.55 X 3.52	16.02
<b>TOTAL</b>		<b>150.01</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 33 Distribución planta**

Elaborado por: Yessenia Ormaza



#### 4.3.2.1 Código de cercanía.

**Tabla 49 Código de cercanía**

Letra	Orden de Proximidad
N	Necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinaria y normal
X	Indeseable

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 4.3.2.2 Código de razones.

**Tabla 50 Código de razones**

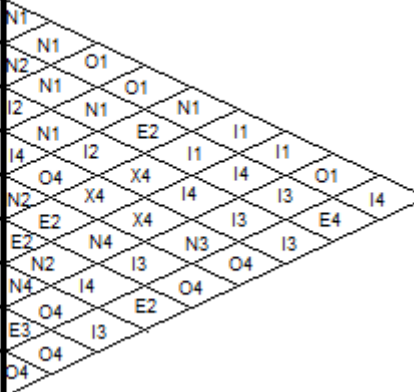
Número	Razones
1	Por control
2	Por cercanía del proceso
3	Por higiene
4	Por seguridad

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 4.3.2.3 Método SLP.

**Tabla 51 Método SLP**

Secciones	m2
Departamento Administrativo	16.16
Recepción	4.00
Sala de espera	14.71
Cuarto de juegos	13.95
Consultorio	52.91
Esterilización	16.02
Bodega	7.06
Sanitarios	7.20
Parqueadero	18.00



Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 4.3.3 Maquinaria

Las maquinarias necesarias para el proyecto son los siguientes:

**Tabla 52 Maquinaria**

Cantidad	Nombre Equipo	Modelo	Precios
1	Sillón Odontológico	DENTAL LECSA	\$2450,00
1	Compresor	DYNEAIR	\$650,00
1	Megadoscopio	AWAN	\$94,00
1	Autoclave	CRISTOLY	\$1230,00
1	Scaler	DTE-D1	\$260,00
1	Lampara led	SUMMNY	\$150,00
Total			<b>\$5171,00</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 4.3.04 Equipos

Los equipos necesarios para este emprendimiento son los siguientes:

**Tabla 53 Equipos**

Cantidad	Nombre Equipo	Modelo	Precios
10	Pinzas	MAYLLEDER	\$45,00
10	Espejos	MAYLLEDER	\$55,00
10	Exploradores	MAYLLEDER	\$23,50
10	Gruñidores	MAYLLEDER	\$23,50
10	Atacadores	MAYLLEDER	\$36,00
10	Dicaleros	MAYLLEDER	\$23,50
10	Gutapercheros	MAYLLEDER	\$23,50
10	Espátulas	MAYLLEDER	\$23,50
10	Cucharetas	MAYLLEDER	\$23,50
10	Bandejas	MAYLLEDER	\$60,00
<b>Total</b>			<b>\$750,00</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 54. Equipos de Computo**

Cantidad	Nombre Equipo	Modelo	Precios
1	Impresora/ Scanner/ Copiadora	Canon MG2410	\$150,00
2	Computadora de Escritorio	Hp	\$600,00
<b>Total</b>			<b>\$750,00</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 55. Equipo de Oficina**

EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Equipos de Oficina	Precio	Total \$
2	Perforadora	\$2,10	\$4,20
2	Grapadora	\$2,25	\$4,50
2	Teléfonos de escritorio	\$25,00	\$75,00
2	Calculadoras	\$10,00	\$20,00
Total			<b>\$103,70</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 56. Muebles y Enseres**

Muebles y Enseres	Cantidad	Valor Unitario	Total
<b>Sillas</b>	8	\$25,00	\$200,00
<b>Escritorio de Oficina</b>	2	\$145,00	\$290,00
<b>Silla Ejecutiva</b>	2	\$65,00	\$130,00
<b>Repisa</b>	1	\$250,00	\$250,00
<b>Archivador</b>	1	\$20,00	\$20,00
<b>Sillas para niños</b>	4	\$50,00	\$200,00
<b>Mesa de centro</b>	1	\$25,00	\$25,00
<b>Porta instrumental</b>	1	\$35,00	\$35,00
TOTAL			<b>\$1150,00</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

## CAPÍTULO V

### 5 Estudio Financiero

Indica (ILPES, 2001) que:

Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se preveen para todo el periodo de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles.

#### 5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

##### Ingresos operacionales

Confiere (Bravo Valdivieso, 2005) que “Los ingresos operacionales incluyen todos los ingresos obtenidos por la venta de un producto o servicio.”

##### Ingresos no operacionales

Explica (Bravo Valdivieso, 2005) que: “Los ingresos no operacionales son aquellos que no se relacionan en forma directa con las principales actividades del negocio tales como: Interes sobre documentos por cobrar y utilidad en venta de activos fijos.”

#### 5.2 Costos

Indica (Limusa, 2002) que: “Son todas aquellas salidas de mercancía que en su momento fueron compradas con la intención de procesarse y/o venderse.”

### 5.2.1 Costos directos.

Explica (Suarez Salazar, 2005) que “Es la suma de material, de mano de obra y equipos necesarios para la realización de un proceso productivo.”

**Tabla 57 Costos de Odontología General**

Servicio		Odontología General			
MATERIA PRIMA DIRECTA		MANO DE OBRA DIRECTA		C.I.F	
Detalle	TOTAL	Detalle	TOTAL	Detalle	TOTAL
Resinas	0,20	Localiza caries	0,07	Torundas	0,10
Ácido fosfórico	0,10	Localizar caries	0,28		
Bondi	0,09	Elimina caries con turbina	0,28		
Papel articular	0,04	Desinfección	0,03		
Aplicador	0,08	Lavado, secado aplicación de flúor	0,03		
Ionómero	0,03	Foto curado y culminación de resina	0,03		
Pasta profiláctica	0,01	Eliminación de placa bacteriana	0,35		
Cepillo	0,08	Remoción de cálculos con cavitron	0,52		
Agua oxigenada	0,15	Paso de cera dental por pasos intradentarios	0,35		
Suero fisiológico	0,25	Colocación de pasta	0,03		
Ceda dental	0,04	Cepillado	0,28		
		Lavar con agua	0,17		
		Colocación de flúor	0,10		
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>3,72</b>			

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 58 Costos de Ortodoncia**

Servicio		Ortodoncia			
MATERIA PRIMA DIRECTA		MANO DE OBRA DIRECTA		C.I.F	
Detalle	TOTAL	Detalle	TOTAL	Detalle	TOTAL
Brakets	15,00	Profilaxis simple con pasta y piedra pómez	0,89	Eyectores	0,05
Ligas	0,04	Secar con aire y torundas	0,09		
Resina	0,25	Colocación de bondi con aplicadores	0,09		
Acido	1,68	Foto curado con lámpara	0,09		
Arcos	0,80	Resina en braket	6,67		
Piedra pómez	0,02	Colocación de alambres (arcos)	0,44		
		Colocar ligas	1,78		
<b>Total costos</b>	<b>27,88</b>				

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 59 Costos de Cirugía Oral**

Servicio		Cirugía Oral			
MATERIA PRIMA DIRECTA		MANO DE OBRA DIRECTA		C.I.F	
Detalle	TOTAL	Detalle	TOTAL	Detalle	TOTAL
Anestesia con baso 2%	0,50	Desinfección con alcohol antiséptico	0,06	Gasas	0,05
Bisturí	0,24	Colocación anestésico	0,01		
Sutura	2,50	Incisión	0,09		
Suero	0,19	Levantamiento de colgajo legrea	0,22		
		Procedimiento quirúrgico fresas bisturí pinza elevador micro motor gasa	0,22		
		Desinfección con agua oxigenada y gasas	0,06		
		Reposición de colgajo	0,11		
		Sutura	0,17		
		Se coloca gasas	0,11		
		Indicaciones generales	0,06		
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>4,59</b>				

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

**Tabla 60 Costos de Endodoncia**

Servicio		Endodoncia			
MATERIA PRIMA DIRECTA		MANO DE OBRA DIRECTA		C.I.F	
Detalle	TOTAL	Detalle	TOTAL	Detalle	TOTAL
Conos de gutapercha 25	0,05	Apertura cavitaria con turbina	0,12	torundas	0,05
Conos de papel 25	0,05	Colocación de anestésico carpul	0,04	suero fisiológico	0,05
Hipoclorito	0,10	Localizar el conducto dg 15 explorador y espejo	0,14	dique	0,10
Sealapex	0,10	Lavar y continuar con la lima 25	0,07		
Clorixidina	0,10	Lavar y continuar con la lima 30	0,07		
Anestésico	0,50	Lavar y continuar con la lima 35	0,07		
Resina	0,15	Lavar y continuar con la lima 40	0,07		
Formocresol	0,04	Desinfección con suero fisiológico e hipoclorito	0,09		
		Secar y colocar algodón con formocresol	0,12		
		Apertura cavitaria con turbina	0,12		
		Colocación de anestésico carpul	0,04		
		Localizar el conducto dg 15 explorador y espejo	0,14		
		Lavar y continuar con la lima 30	0,07		
		Lavar y continuar con la lima 35	0,07		
		Lavar y continuar con la lima 40	0,07		
		Desinfección con suero fisiológico e hipoclorito	0,09		
		Secar y colocar algodón con formocresol	0,12		
		Apertura cavitaria con turbina	0,12		
		Colocación de anestésico carpul	0,04		
		Localizar el conducto dg 15 explorador y espejo	0,14		
		Lavar y continuar con la lima 35	0,07		
		Lavar y continuar con la lima 40	0,07		
		Desinfección con suero fisiológico e hipoclorito	0,09		
		Secar y colocar algodón con formocresol	0,12		
		Apertura cavitaria con turbina	0,12		
		Colocación de anestésico carpul	0,04		
		Localizar el conducto dg 15 explorador y espejo	0,14		
		Lavar y continuar con la lima 35	0,07		
		Lavar y continuar con la lima 40	0,09		
		Desinfección con suero fisiológico e hipoclorito	0,12		
		Secar y colocar algodón con formocresol	0,12		
		Desinfección con hipoclorito suero y clorixidina	0,09		
		Desinfección de cono 25,20 y 15	0,04		
		Rellenar el conducto con conos de gutapercha y sealapex	0,22		
		Cortar conos	0,01		
		Llenar la cavidad con ionómero de vidrio	0,03		
		Colocar resina	0,19		
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>4,73</b>				

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**



## 5.2.2 Gastos administrativos.

Determina (Bravo Valdivieso, 2005) que: “Son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo.”

**Tabla 61 Gastos Administrativos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL1
<b>Sueldo Personal Administración</b>	<b>2</b>	<b>1.198,49</b>	<b>1.198,49</b>	<b>14.381,86</b>
Propietario	1	599,19	599,19	7.190,28
Recepcionista Ventas	1	519,30	519,30	6.231,58
Contador	1	80,00	80,00	960,00
<b>Equipos de Oficina</b>	<b>14</b>	<b>391</b>	<b>409</b>	<b>408,70</b>
Depreciación de Activos Fijos	1	9,21	110,57	1.326,81
Equipo y Maquinaria	1	54,57	54,57	654,81
Muebles y Enseres	1	9,75	9,75	117,00
Equipos de Computación	2	46,25	46,25	555,00
Servicios Básicos	1	195,00	195,00	2.340,00
Arriendo	1	100	100,00	1200,00
Internet	1	25	25,00	300,00
Luz	1	25	25,00	300,00
Agua	1	5	5,00	60,00
Teléfono	1	25	25,00	300,00
Celular	1	15	15,00	180,00
Gastos Generales	1	50,00	50,00	200,00
Mantenimiento Maquinaria	1	50	50	200
<b>TOTAL</b>			<b>1.812,76</b>	<b>18.657,37</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 5.2.3 Gasto de venta.

Manifiesta (Bravo Valdivieso, 2005) que: “Son todos los gastos que se relacionan directamente con la oficina o Departamento de Ventas.”

**Tabla 62 Gastos de Venta**

Gastos de Ventas				
		Valor	TOTAL	Año 1
Descripción	Cantidad	Unitario	MENSUAL	
Publicidad prensa	1	150,00	150,00	600,00
Tarjetería	2000	0,03	60,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>210,00</b>	<b>660,00</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 5.2.4 Costos financieros.

Menciona (Bravo Valdivieso, 2005) que: “Es el importe que corresponde a los gastos financieros y la facturación cambiaría, es decir, el costo por financiamiento.”

**Tabla 63 Costos Financieros**

COSTOS FINANCIEROS			
Inversión:	100%	\$ 18.182,15	
Cap. Propio:	70%	\$ 12.727,50	
Financiamiento:	30%	\$ 5.454,64	
Plazo:		36	Meses
Interés:		12%	0,33%
Pagos:	\$ 160,88	Mensual	

Elaborado por: Yessenia Ormaza

## 5.3 Inversiones

### 5.3.1 Inversión fija.

Según (Morla, 2010) “La inversión fija considera todos los bienes tangibles que se han definido previamente para poder realizar el proceso productivo.”

**Tabla 64 Inversión Fija**

INVERSIÓN FIJA						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-6.548,10					3.274,05
Muebles y Enseres	-1.170,00					585,00
Equipos de Computación	-1.665,00			-1.665,00		555,00
<b>TOTAL</b>	<b>-9.383,10</b>			<b>-1.665,00</b>		<b>4.414,05</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 5.3.1.1 Activos fijos.

Explica (Morla, 2010) “Son todas aquellas que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de los insumos y materia primo, o que sirvan para la operación normal del proyecto.”

**Tabla 65 Activos Fijos**

ACTIVOS FIJOS	
Descripción	TOTAL
Equipo y Maquinaria	6.548,10
Muebles y Enseres	1.170,00
Equipos de Computación	1.665,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.383,10</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 5.3.1.2 Activos nominales (diferidos).

Conforme (Morla, 2010) “Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por servicios o derechos adquiridos o gastos pre operativos, necesarios para la apuesta marcha del proyecto.”

### 5.3.2 Capital de trabajo.

Indica (Morla, 2010) “Constituye en el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaños determinados.”

**Tabla 66 Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO			
Descripción	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Sueldo Personal Administración	1.198,49	1.118,49	2.316,98
Servicios Básicos	180,00	180,00	360,00
Gastos Generales	50,00	50,00	100,00
Gastos de Ventas	210,00	210,00	420,00
Costos de Producción	2.801,03	2.801,03	5.602,07
<b>TOTAL</b>	<b>4.439,52</b>	<b>4.359,52</b>	<b>8.799,05</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 5.3.3 Fuentes de financiamientos y uso de fondos.

Analiza (Martinez, 1973) que: “Aquí se trata de declarar el origen, la cronología y las formas de participación previstas en el financiamiento total del proyecto.”

**Tabla 67 Fuentes de Usos y Fondos**

<b>FUENTE DE USOS Y FONDOS</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>	<b>Recursos Propios</b>	<b>Financiamiento</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Vehículo</b>	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Equipo y Maquinaria</b>	6.548,10	4.583,67	1.964,43	6.548,10
<b>Muebles y Enseres</b>	1.170,00	819,00	351,00	1.170,00
<b>Equipos de Computación</b>	1.665,00	1.165,50	499,50	1.665,00
<b>Sueldo Personal Administración</b>	2.316,98	1.621,88	695,09	2.316,98
<b>Servicios Básicos</b>	360,00	252,00	108,00	360,00
<b>Gastos Generales</b>	100,00	70,00	30,00	100,00
<b>Gastos de Ventas</b>	420,00	294,00	126,00	420,00
<b>Costos de Producción</b>	5.602,07	3.921,45	1.680,62	5.602,07
<b>TOTAL</b>	<b>18.182,15</b>	<b>12.727,50</b>	<b>5.454,64</b>	<b>18.182,15</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### **5.3.4 Amortización de financiamiento (Tabla de amortización).**

Manifiesta (Sarmiento, 2007) que: “Las tablas de amortización describen el plan de pagos (comportamiento por periodo) de un crédito, en términos del valor adeudado, la cuota cancelada y su distribución entre abonos a capital e intereses.”

**Tabla 68 Amortizaciones de Financiamiento**

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
	Inversión	100%	18.182,15		
	Cap. Propio	70%	12.727,50		
	Financiamiento	30%	5.454,64		
	Plazo		36	MESES	
	Interés		12%	0,33%	
	Pagos	160,88	MENSUAL		
Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	5.454,64	0,00	0,00	0,00	5.454,64
1	5.454,64	17,88	160,88	143,00	5.311,64
2	5.311,64	17,41	160,88	143,47	5.168,17
3	5.168,17	16,94	160,88	143,94	5.024,23
4	5.024,23	16,47	160,88	144,41	4.879,82
5	4.879,82	15,99	160,88	144,89	4.734,93
6	4.734,93	15,52	160,88	145,36	4.589,57
7	4.589,57	15,04	160,88	145,84	4.443,73
8	4.443,73	14,57	160,88	146,32	4.297,42
9	4.297,42	14,09	160,88	146,80	4.150,62
10	4.150,62	13,60	160,88	147,28	4.003,35
11	4.003,35	13,12	160,88	147,76	3.855,59
12	3.855,59	12,64	160,88	148,24	3.707,34
13	3.707,34	12,15	160,88	148,73	3.558,61
14	3.558,61	11,66	160,88	149,22	3.409,40
15	3.409,40	11,18	160,88	149,71	3.259,69
16	3.259,69	10,68	160,88	150,20	3.109,49
17	3.109,49	10,19	160,88	150,69	2.958,81
18	2.958,81	9,70	160,88	151,18	2.807,62
19	2.807,62	9,20	160,88	151,68	2.655,94
20	2.655,94	8,71	160,88	152,18	2.503,77
21	2.503,77	8,21	160,88	152,67	2.351,09
22	2.351,09	7,71	160,88	153,17	2.197,92
23	2.197,92	7,20	160,88	153,68	2.044,24
24	2.044,24	6,70	160,88	154,18	1.890,06
25	1.890,06	6,20	160,88	154,69	1.735,38
26	1.735,38	5,69	160,88	155,19	1.580,18
27	1.580,18	5,18	160,88	155,70	1.424,48
28	1.424,48	4,67	160,88	156,21	1.268,27

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

29	1.268,27	4,16	160,88	156,72	1.111,55
30	1.111,55	3,64	160,88	157,24	954,31
31	954,31	3,13	160,88	157,75	796,56
32	796,56	2,61	160,88	158,27	638,29
33	638,29	2,09	160,88	158,79	479,50
34	479,50	1,57	160,88	159,31	320,19
35	320,19	1,05	160,88	159,83	160,36
36	160,36	0,53	160,88	160,36	0,00

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 5.3.5 Depreciaciones (Tabla de depreciaciones).

Indica (Pontificia Universidad Católica de Perú, 2006) que: “Es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso.”

**Tabla 69 Depreciaciones**

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	0,00	10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo y Maquinaria	6.548,10	10	654,81	654,81	654,81	654,81	654,81
Muebles y Enseres	1.170,00	10	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
Equipos de Computación	1.665,00	3	555,00	555,00	555,00	555,00	555,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.383,10</b>		<b>1.326,81</b>	<b>1.326,81</b>	<b>1.326,81</b>	<b>1.326,81</b>	<b>1.326,81</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 5.3.6 Estado de situación inicial.

Deduce (Flores, 2013) que:

También llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

**Tabla 70 Estado de Situación Inicial**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activo Corriente</b>		<b>\$ 6.159,33</b>
Caja	\$ 6.159,33	
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>\$ 9.383,10</b>
Vehículo	\$ 0,00	
Equipo y Maquinaria	\$ 6.548,10	
Muebles y Enseres	\$ 1.170,00	
Equipos de Computación	\$ 1.665,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 15.542,43</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>Pasivos no Corrientes</b>		<b>\$ 5.454,64</b>
Préstamo Bancario por pagar	\$ 5.454,64	
<b>PATRIMONIO</b>		<b>\$ 10.087,79</b>
Capital	\$ 10.087,79	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$ 15.542,43</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 5.3.7 Estado de resultados proyectado.

Señala (Leiva, 2007) que:

Este estado condensa las proyecciones presupuestarias que se han realizado, dando una visión integral acerca de cuáles serán las posibles resultados de la empresa para los próximos doce meses, y para los siguientes cuatro años. Ahora se está ante el resultado final de todos los presupuestos operativos que se han venido preparando.



**Tabla 71 Estado de Resultados Proyectado**

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
	Descripción	Año	Año	Año	Año	Año
		2017	2018	2019	2020	2021
	<b>VENTAS</b>	31.348,80	33.093,24	34.934,74	35.634,57	37.617,50
	<b>Odontología General</b>	6.520,55	6.883,39	7.266,43	7.670,77	8.097,62
	<b>Ortodoncia</b>	20.063,23	21.179,67	22.358,23	22.358,23	23.602,38
	<b>Cirugía</b>	2.257,11	2.382,71	2.515,30	2.655,27	2.803,02
	<b>Endodoncia</b>	2.507,90	2.647,46	2.794,78	2.950,30	3.114,47
( - )	Costo de Producción	2.801,03	2.963,82	3.045,93	3.134,49	3.223,48
	Odontología General	1.868,29	2.008,46	2.065,48	2.124,12	2.184,43
	Ortodoncia	699,32	719,17	739,59	760,58	782,18
	Cirugía	114,86	118,12	119,45	124,93	128,47
	Endodoncia	118,57	118,07	121,42	124,86	128,41
( = )	<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>28.547,77</b>	<b>30.129,42</b>	<b>31.888,81</b>	<b>32.500,08</b>	<b>34.394,01</b>
( - )	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	18.657,37	19.336,41	19.525,89	19.717,48	19.911,23
	Gastos de Ventas	660,00	651,29	689,34	712,64	753,86
	Gastos Financieros	183,27	113,29	40,51	-41,63	0,00
( = )	<b>Utilidad Operacional</b>	<b>9.047,13</b>	<b>10.028,42</b>	<b>11.633,08</b>	<b>12.111,59</b>	<b>13.728,92</b>
( + )	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( - )	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = )	<b>Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>9.047,13</b>	<b>10.028,42</b>	<b>11.633,08</b>	<b>12.111,59</b>	<b>13.728,92</b>
( - )	15 % Participación Laboral	1.357,07	1.504,26	1.744,96	1.816,74	2.059,34
( = )	<b>Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>7.690,06</b>	<b>8.524,16</b>	<b>9.888,11</b>	<b>10.294,85</b>	<b>11.669,58</b>
( - )	25% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	2.917,40
( = )	<b>Utilidad Neta</b>	<b>7.690,06</b>	<b>8.524,16</b>	<b>9.888,11</b>	<b>10.294,85</b>	<b>8.752,19</b>
( + )	Depreciaciones	1.326,81	1.326,81	1.326,81	1.326,81	1.326,81
( + )	Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = )	<b>EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>9.016,87</b>	<b>9.850,97</b>	<b>11.214,92</b>	<b>11.621,66</b>	<b>10.079,00</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

### 5.3.8 Flujo neto de efectivo.

Menciona (Leiva, 2007) que:

El flujo de efectivo se refiere al pronóstico diario, semanal, mensual o anual de todos los cobros y los pagos de efectivo, en función de la diferencia de estos dos últimos términos, se determinan excedente o déficit de caja para un periodo determinado. Si se anticipa un déficit, se debe buscar las alternativas de financiamiento necesario para evitar un faltante de liquidez, que pueda causar serios problemas a la producción y, en general, a la operación de la empresa.

**Tabla 72 Flujo Neto de Efectivo**

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Inversión Total</b>	-18.182,15			-1.665,00		4.414,05
<b>Excedente Operacional</b>		11.333,85	14.514,82	18.947,76	23.060,72	30.254,95
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-18.182,15</b>	<b>11.333,85</b>	<b>14.514,82</b>	<b>17.282,76</b>	<b>23.060,72</b>	<b>34.669,00</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 73 Flujo de caja**

<b>FLUJO DE CAJA</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>18.182,15</b>	<b>11.333,85</b>	<b>14.514,82</b>	<b>18.947,76</b>	<b>23.060,72</b>
<b>VENTAS</b>					
<b>Odontología General</b>	6.520,55	6.883,39	7.266,43	7.670,77	8.097,62
<b>Ortodoncia</b>	20.063,23	21.179,67	22.358,23	23.602,38	24.915,76
<b>Cirugía</b>	2.257,11	2.382,71	2.515,30	2.655,27	2.803,02
<b>Endodoncia</b>	2.507,90	2.647,46	2.794,78	2.950,30	3.114,47
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>44.765,93</b>	<b>39.396,92</b>	<b>44.139,48</b>	<b>50.220,91</b>	<b>56.074,10</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>	18.657,37	19.336,41	19.525,89	19.717,48	19.911,23
<b>Gastos de Ventas</b>	660,00	651,29	689,34	712,64	753,86
<b>Cuota Préstamo</b>	1.930,57	1.930,57	1.930,57	1.930,57	1.930,57
<b>Costo de Producción</b>	2.801,03	2.963,82	3.045,93	3.134,49	3.223,48
<b>Vehículo</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Equipo y Maquinaria</b>	6.548,10	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Muebles y Enseres</b>	1.170,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Equipos de Computación</b>	1.665,00	0,00	0,00	1.665,00	0,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>33.432,07</b>	<b>24.882,09</b>	<b>25.191,73</b>	<b>27.160,19</b>	<b>25.819,15</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>11.333,85</b>	<b>14.514,82</b>	<b>18.947,76</b>	<b>23.060,72</b>	<b>30.254,95</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

## 5.4 Evaluación

### 5.4.1 Tasa de descuento.

Describe (Charles, 2007) que: “Es el valor presente de los ingresos de efectivo esperados en un proyecto es el valor presente de los egresos de efectivo esperados.”

**Tabla 74 Tasa de descuento**

TASA DE DESCUENTO									
<b>TMAR =</b>	$i + f + (i \times f)$								
<b>i = inflación</b>									
<b>f = costo de oportunidad</b>									
<b>Inflación =</b>	1,12%								
<b>Costo de Oportunidad =</b>	11,83%								
<b>TMAR =</b>	0,0112	+	0,1183	+	(	0,0112	x	0,12	)
<b>TMAR =</b>	0,1295	+	0,001325						
<b>TMAR =</b>	<b>0,130825</b>								
<b>TMAR =</b>	<b>13,08%</b>								

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 5.4.2 VAN (Valor actual neto).

Analiza (Boulangier, Espinoza & Fonseca, 2007) que: “Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizando, de las inversiones y otros egresos de efectivo.”

**Tabla 75 VAN**

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Inversión Total</b>	-18.182,15			-1.665,00		4.414,05
<b>Excedente Operacional</b>		11.333,85	14.514,82	18.947,76	23.060,72	30.254,95
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-18.182,15</b>	<b>11.333,85</b>	<b>14.514,82</b>	<b>17.282,76</b>	<b>23.060,72</b>	<b>34.669,00</b>
<b>VAN =</b>	<b>-P</b>	<b>+ FNE 1</b>	<b>+ FNE 2</b>	<b>+ FNE 3</b>	<b>+ FNE 4</b>	<b>+ FNE 5</b>
		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
<b>VAN =</b>	-18.182,15	+ 11.333,85	+ 14.514,82	+ 17.282,76	+ 23.060,72	+ 34.669,00
		1,13082496	1,27876509	1,446059482	1,635240156	1,849170384
<b>TIR</b>	-18.182,15	+ 10.022,64	+ 11.350,66	+ 11.951,62	+ 14.102,34	+ 18.748,41
<b>TIR</b>	-18.182,15	+ 66.175,67				
<b>VAN =</b>	\$ 23.509,42					

Elaborado por: Yessenia Ormaza

### 5.4.3 TIR (Tasa interna de retorno).

Entienden (Horngren, Datar, y Foster, 2007) que:

El método de tasa interna de retorno (TIR) determina la tasa de descuento a la cual el valor presente de los ingresos de efectivo esperados en un proyecto es igual al valor presente de los egresos de efectivo esperados. Es decir, la TIR es la tasa de descuento que vuelve al VPN=0.

**Tabla 76 TIR**

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Inversión Total</b>	-18.182,15			-1.665,00		4.414,05
<b>Excedente Operacional</b>		11.333,85	14.514,82	18.947,76	23.060,72	30.254,95
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-18.182,15</b>	<b>11.333,85</b>	<b>14.514,82</b>	<b>17.282,76</b>	<b>23.060,72</b>	<b>34.669,00</b>
<b>VAN =</b>	\$ 23.509,42					
<b>TIR =</b>	58%					

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 5.4.4 PRI (Periodo de recuperación de la inversión).

Expresan (Boulanger, Espinoza & Fonseca, 2007) que: “Está sustentado en una política acentuada de liquidez. Ante problemas de liquidez, cambio tecnológico, acortamiento de los ciclos de vida, aumento de riesgo y fortalecimiento de la competencia, la empresa tratar de recuperar la inversión en el menor plazo.”

**Tabla 77 PRI**

PERIODO DE RECUPERACION						
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado	
				<b>Actualizado</b>		
<b>0</b>	-18.182,15	-18.182,15	1,00	-18.182,15	-18.182,15	
<b>1</b>	11.333,85	-6.848,29	0,88	10.007,43	-8.174,72	
<b>2</b>	14.514,82	7.666,53	0,78	11.316,23	3.141,51	
<b>3</b>	17.282,76	24.949,29	0,69	11.897,28	15.038,79	
<b>4</b>	23.060,72	48.010,01	0,61	14.016,92	29.055,71	
<b>5</b>	34.669,00	82.679,01	0,54	18.606,55	47.662,26	
<b>PERIODO DE RECUPERACION A</b>			<b>PERIODO DE RECUPERACION A</b>			
<b>VALORES CONSTANTES</b>			<b>VALORES ACTUALIZADOS</b>			
		Inversión a Recuperar				Inversión a Recuperar
	Ingresos			Ingresos		
<b>AÑO 2</b>	14.514,82	-6.848,29		<b>AÑO 3</b>	11.897,28	3.141,51
<b>1 mes</b>	1209,57	-5.638,72		<b>1 mes</b>	991,44	4.132,95
<b>2 mes</b>	1209,57	-4.429,15		<b>2 mes</b>	991,44	5.124,39
<b>3 mes</b>	1209,57	-3.219,59		<b>3 mes</b>	991,44	6.115,83
<b>4 mes</b>	1209,57	-2.010,02		<b>4 mes</b>	991,44	7.107,27
<b>5 mes</b>	1209,57	-800,45		<b>5 mes</b>	991,44	8.098,71
<b>6 mes</b>	1209,57	409,12		<b>6 mes</b>	991,44	9.090,15
<b>7 mes</b>	1209,57	1.618,69		<b>7 mes</b>	991,44	10.081,59
<b>8 mes</b>	1209,57	2.828,26		<b>8 mes</b>	991,44	11.073,03
<b>9 mes</b>	1209,57	4.037,83		<b>9 mes</b>	991,44	12.064,47
<b>10 mes</b>	1209,57	5.247,39		<b>10 mes</b>	991,44	13.055,91
<b>11 mes</b>	1209,57	6.456,96		<b>11 mes</b>	991,44	14.047,35
<b>12 mes</b>	1209,57	7.666,53		<b>12 mes</b>	991,44	15.038,79
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN:</b>			2 AÑO Y 5 MESES		<b>PRVC</b>	

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

#### 5.4.5 RBC (Relación costo beneficio).

Agrega (Valencia, Rivera y Bula, 2011) que: “La relación costo-beneficio resulta de tomar los ingresos (beneficios) y egresos netos (costos) presentes en el estado de resultados y determinar el beneficio por cada peso invertido en el proyecto.”

**Tabla 78 RBC**

RELACION COSTO/BENEFICIO	
RC/B	FLUJOS ACTUALIZADOS
	<b>INVERSION</b>
RC/B	\$ 31,717.24
	\$ 20,983.18
RC/B	1.51

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 5.4.6 Punto de equilibrio.

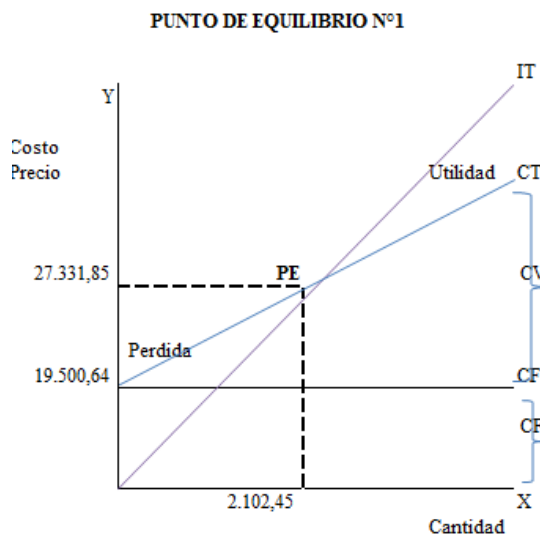
Señala (Horngren, Datar, y Foster, 2007) que:

El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero. A los gerentes les interesa el punto de equilibrio porque desean evitar una pérdida.

**Tabla 79 Punto de equilibrio N° 1**

PUNTO DE EQUILIBRIO N°1	
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	18.657,37
Gastos de Ventas	660,00
Gastos Financieros	183,27
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>19.500,64</b>
Costo Variable unitario	3,72
Precio	13,00
$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$	
$PE = \frac{19.500,64}{13,00 - 3,72}$	
$PE = \frac{19.500,64}{9,28} = 2.102,45 \text{ u}$	
<b>DEMOSTRACION</b>	
VENTAS	27.331,85
(-) Costo Variable	7.831,21
(=) Margen Contribución	19.500,64
(-) Costo Fijos	19.500,64
(=) Utilidad Operacional	-

Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 34 Punto de equilibrio N°1**

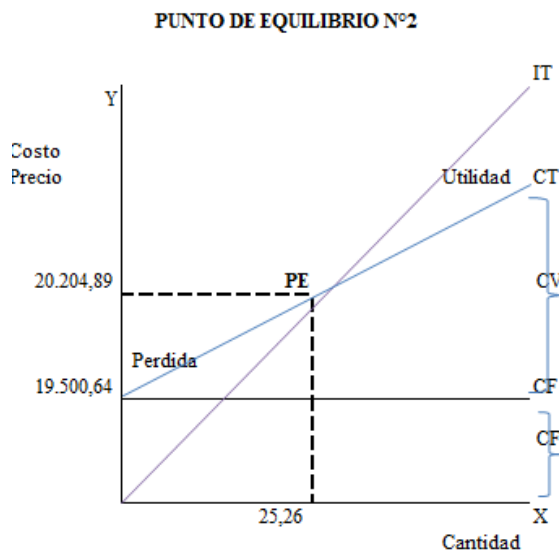
Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Tabla 80 Punto de equilibrio N°2**

PUNTO DE EQUILIBRIO N°2	
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	18.657,37
Gastos de Ventas	660,00
Gastos Financieros	183,27
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>19.500,64</b>
Costo Variable unitario	27,88
Precio	800,00
$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$	
$PE = \frac{19.500,64}{800,00 - 27,88}$	
$PE = \frac{19.500,64}{772,12} = 25,26 \text{ u}$	
<b>DEMOSTRACION</b>	
VENTAS	20.204,89
(-) Costo Variable	704,25
(=) Margen Contribución	19.500,64
(-) Costo Fijos	19.500,64
(=) Utilidad Operacional	-

Elaborado por: Yessenia Ormaza



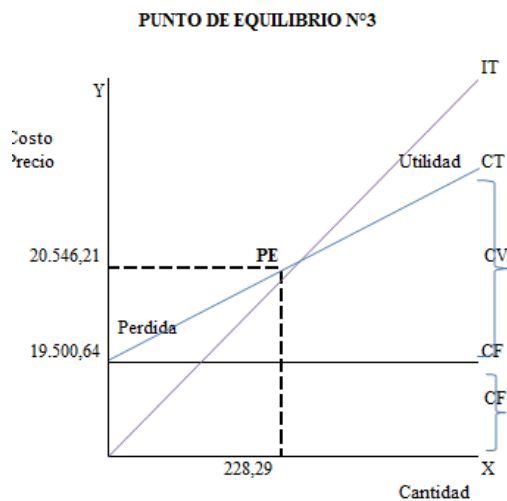
**Figura 35 Punto de equilibrio N°2**

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 81 Punto de equilibrio N°3**

PUNTO DE EQUILIBRIO N°3	
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	18.657,37
Gastos de Ventas	660,00
Gastos Financieros	183,27
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>19.500,64</b>
Costo Variable unitario	4,58
Precio	90,00
$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$	
$PE = \frac{19.500,64}{90,00 - 4,58}$	
$PE = \frac{19.500,64}{85,42} = 228,29 \text{ u}$	
DEMOSTRACION	
VENTAS	20.546,21
(-) Costo Variable	1.045,57
(=) Margen Contribución	19.500,64
(-) Costo Fijos	19.500,64
(=) Utilidad Operacional	-

Elaborado por: Yessenia Ormaza



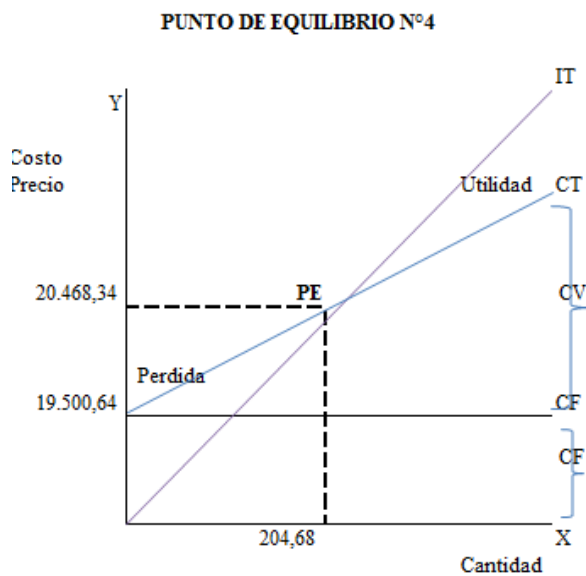
**Figura 36 Punto de equilibrio N°3**

Elaborado por: Yessenia Ormaza

**Tabla 82 Punto de equilibrio N°4**

PUNTO DE EQUILIBRIO N°4	
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	18.657,37
Gastos de Ventas	660,00
Gastos Financieros	183,27
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>19.500,64</b>
Costo Variable unitario	4,73
Precio	100,00
$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$	
$PE = \frac{19.500,64}{100,00 - 4,73}$	
$PE = \frac{19.500,64}{95,27} = 204,68 \text{ u}$	
<b>DEMOSTRACION</b>	
VENTAS	20.468,34
(-) Costo Variable	967,70
(=) Margen Contribución	19.500,64
(-) Costo Fijos	19.500,64
(=) Utilidad Operacional	-

Elaborado por: Yessenia Ormaza



**Figura 37 Punto de equilibrio N°4**

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### 5.4.7 Análisis de índices financieros.

“Son de gran utilidad tanto para el dueño que tenga el interés de conocer sus ingresos, como para eventuales acreedores que tengan por objeto conocer la capacidad de pago de la microempresa.” (Mungaray, Catellon & Sanchez, 2002)

**Tabla 83 ROE (Rendimiento sobre el Patrimonio)**

Índice Sobre Capital Invertido	
<b>R.O.E =</b>	Utilidad Neta
	Patrimonio
<b>R.O.E =</b>	7.690,06
	12,727.50
<b>R.O.E =</b>	0,60

Elaborado por: Yessenia Ormaza

#### Análisis

Según el rendimiento sobre el patrimonio indica que el proyecto dará un porcentaje del 60% de participación referente al patrimonio, es decir la utilidad con referencia al patrimonio es del 60%, que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,60 centavos de ganancia.

**Tabla 84 ROA (Rendimiento sobre Activo)**

Índice Sobre Activo	
<b>R.A. =</b>	Utilidad Neta
	Activo Total
<b>R.A. =</b>	5,767.54
	15,542.43
<b>R.A. =</b>	<b>0.37</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

## Análisis

Como se puede observar el rendimiento sobre los activos en producción es del 37% para generar utilidades, demostrando que es un valor aceptable para el proyecto.

**Tabla 85 Endeudamiento**

<b>Índice De Endeudamiento</b>	
<b>Endeudamiento</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>
	<b>TOTAL ACTIVO</b>
<b>Endeudamiento</b>	5,454.64
	15,542.43
<b>Endeudamiento</b>	<b>35%</b>

Elaborado por: Yessenia Ormaza

## Análisis

El índice de endeudamiento muestra que el proyecto tiene un porcentaje del 35%, lo cual este resultado es fiable para el proyecto debido a que es un valor a largo plazo.

## CAPÍTULO VI

### 6 Análisis de Impactos

#### 6.1 Impacto Ambiental

El consultorio “Dent´s Factory Odontología Integral” brindara servicios de odontología, por lo que genera desechos hospitalarios, residuos líquidos, solidos medicamentos caducados y desechos infecciosos entre otros, para lo cual se contratara a una empresa de autorizada por el Ministerio del Medio Ambiente como la Empresa Gadere S.A., la cual es la encargada del tratamiento de todos estos desechos para asi minimizar los daños que estos generen al medio ambiente.

El consultorio “Dent´s Factory Odontología Integral” contara con personal capacitado para el correcto manejo de residuos y desechos infecciosos, peligrosos y no peligrosos.

## 6.2 Impacto Económico

Este proyecto promueve la economía en el Sector Comité del Pueblo, debido que al estudio de campo que se realizó, se puede decir que las personas no cuentan con el servicio odontológico en un horario permanente, ya que hay consultorios que atienden en ciertos horarios, por lo que los pacientes podrán ahorrar tiempo y dinero dentro de un presupuesto más cómodo y confiable.

## 6.3 Impacto Productivo

Lo que busca el presente proyecto es brindar un servicio de calidad con tecnología avanzada y de esta manera poder apoyar al desarrollo económico del país y a la vez contribuir a la generación de empleo de los nuevos especialistas que se han venido formando.

## 6.4 Impacto Social

Para este proyecto es importante el aporte a la sociedad debido a que el proyecto se enfoca a brindar servicio de salud odontológica por lo que también se podrá realizar campañas de prevención bucal a escuelas y colegios cercanos al consultorio como por ejemplo al Colegio Benjamín Carrión, y a su vez minimizar el problema de desempleo.

## CAPÍTULO VII

### 7 Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

- En el Sector Comité del Pueblo existen consultorios odontológicos que brindan el servicio en horarios ya sea solo en la mañana o solo en la tarde debido a que los profesionales tienen un trabajo dependiente en otros lugares ya sean clínicas pública o privadas, es por ello que se implementa este proyecto para poder satisfacer la necesidad del servicio en el sector.
- Este proyecto se lo plantea con la finalidad de brindar un servicio de calidad e innovación con tecnología avanzada para cual también se destaca la ubicación del consultorio ya que se encuentra situado en la calle principal del sector Comité del Pueblo, la cual los pacientes tienen fácil acceso al servicio público y particular, también hay que tener en cuenta la afluencia de personas ya que el consultorio está ubicado cerca de centro comercial comité del pueblo.
- El proyecto plantea generar nuevas fuentes de trabajo para impulsar la economía del país, para ello se contará con doctores especializados que brinden seguridad y confianza a los pacientes.



- Mediante el estudio de mercado realizado en este proyecto se obtuvo un 78% de aceptación del servicio en el sector por lo que se puede decir que es necesario implementar el consultorio para satisfacer la necesidad de los pacientes.
- El indicador TIR da a conocer que el proyecto es viable para poderlo poner en marcha ya que mediante el estudio financiero realizado se obtuvo el 58% de TIR por lo que es aceptable.
- Mediante los datos e información recopilada en este proyecto se determina que el proyecto es aceptable y generara utilidad para el inversionista.

## 7.2 Recomendaciones

- Al iniciar con un nuevo negocio es importante implementar estrategias de publicidad para llamar la atención y que los futuros pacientes decidan acceder a la prestación del servicio que se está ofreciendo.
- Realizar campañas de prevención bucal en el sector para prevenir daños futuros y para concientizar la visita regular al odontólogo y de esta manera dar a conocer los servicios que ofrece el consultorio.
- Realizar un control trimestral de los estados financieros y de los análisis financieros para un buen manejo económico y por ende mantener los ingresos necesarios para poder sustentar los sueldos de los empleados quienes son la parte fundamental del negocio y obtener la utilidad esperada para él propietario.

- Utilizar tecnología avanzada para dar un excelente servicio, también se debe usar las redes sociales para difundir promociones y sobre los servicios que se oferten en Dent´s Factory Odontología Integral.

## Bibliografía

- Abascal, I. G. (2005). *ANÁLISIS DE ENCUESTAS*. Madrid: ESIDEC EDITORIAL.
- Andrade, S. (2006). *Diccionario de economía*. Bogotá: U. Cooperativa de Colombia.
- Arjona, C. L. (2009). *Marketing y Gestión de la calidad turística*. San Benito: Liber Factory.
- Arnoletto & Diaz. (2009). *Eumed.net*. Obtenido de Eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Banco Central del Ecuador. (04 de Enero de 2017). Obtenido de [http://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)
- Banco Central del Ecuador. (30 de enero de 2017). Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=activa](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa)
- Bolaños, A. (2007). PORTAFOLIO ACADEMICO.
- Boulanger, Espinoza & Fonseca. (2007). En C. L. Francisco Jimenes Boulanger, *Ingeniería Económica* (págs. 81,82,89). Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Bravo Valdivieso, M. (2005). *Contabilidad General*. Quito: Escobar.
- Calvo. (2005). En M. C. Verdu, *Formador ocupacional: formador de formadores* (pág. 51). Sevilla: MAD.
- Cardona. (2000). En A. C. Zanches, *Formación de valores: teoría, reflexiones y respuestas* (pág. 43). California: Grijalbo S.A.
- Chamorro. (10 de Abril de 2013). *Emprendimiento y Gestión*. Obtenido de Emprendimiento y Gestión: <http://pedroemprendimiento.blogspot.com/2013/04/los-clientes.html>
- Charles, H. &. (2007). En h. S. Charles T, *Contabilidad de costos* (pág. 724). Mexico: Pablo Miguel Guerreo Rosas.
- Diario PP El Verdadero. (29 de 06 de 2015). Gobierno ecuatoriano mantendrá presupuesto de US\$2492 millones en salud en 2015. *El periodico instantaneo del Ecuador*.
- Distrito Metropolitana de Quito. (22 de 11 de 2016). *Distrito Metropolitana de Quito*. Obtenido de Distrito Metropolitana de Quito: <http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/parroquia/Demografia.htm>
- Dvoskin. (2004). En R. Dvoskin, *Fundamentos de marketing* (págs. 26, 27, 28, 29). Argentina: Granica S.A.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires : Ediciones Granica S.A.

- Ecuador, B. E. (06 de Noviembre de 2016). Recuperado el 08 de Noviembre de 2016, de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)
- Erossa Martin, E. V. (2004). *Proyectos de Inversión en Ingeniería*. Mexico: Limusa.
- Espinoza. (2005). En J. E. Espinoza, *Los principios contenidos en el título preliminar del Código civil peruano de 1984 Segunda Edición* (pág. 399). Perú: Pontificia Universidad Católica de Peru.
- Flores, J. (14 de 03 de 2013). *Proceso Contable*. Recuperado el 2016, de Balance de Situacion Inicial: [http://procesocontablecnt.blogspot.com/2013/03/estado-de-situacion-inicial\\_14.html](http://procesocontablecnt.blogspot.com/2013/03/estado-de-situacion-inicial_14.html)
- García. (2009). En R. F. García, *Responsabilidad Social* (pág. 270). España: Club Universitario.
- Gomez. (1999). En D. Gimenez, *Macroeconomía Primeros conceptos* (pág. 293). Barcelona: Dianca Karen.
- Gonzales. (2009). *PROPUESTA ESTRATÉGICA Y METODOLÓGICA PARA LA GESTIÓN EN EL TRABAJO*. Obtenido de PROPUESTA ESTRATÉGICA Y METODOLÓGICA PARA LA GESTIÓN EN EL TRABAJO: <http://www.redalyc.org/pdf/440/44012058007.pdf>
- Griffin, R. W. (2011). *Administración*. Monterrey: Cengage Learning Editores.
- Hernandez. (18 de Noviembre de 2008). *Factores Legales*. Obtenido de Factores Legales: <http://factoreslegales.blogspot.com/>
- Hernandez, O. C. (2007). *Análisis Administrativo. Técnicas y Métodos*. Costa Rica: EUNED.
- Horngren, Datar, y Foster, C. (2007). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Pearson Educacion.
- ILPES. (2001). *Guía para la presentación de proyectos*. Mexico: siglo XXI.
- INEC. (2001). *DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO*. Obtenido de [http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/proyeccion\\_zonal.htm](http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/proyeccion_zonal.htm)
- INEC. (20 de 11 de 2016). *INEC*. Obtenido de INEC: [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=278](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278)
- INEC. (01 de 03 de 2016). *INEC*. Obtenido de INEC: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo\\_0316.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (22 de Enero de 2016). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionAgosto2016/Reporte\\_inflacion\\_201608.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionAgosto2016/Reporte_inflacion_201608.pdf)

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**

- Investigacion de campo. (12 de 11 de 2016). Quito.
- Javier Sanz. (1998). *Historia General de la odontologia española*. Barcelona: Masson.
- La Bella, L. (2016). *Que son los bienes y servicios*. New York: Encyclopaedia Britannica, 2016.
- Leiva, B. J. (2007). *Los emprendedores y la creacion de empresas*. Costa Rica: Tecnologica de Costa Rica.
- Limusa. (2002). En L. S.A, *Controles de costos y Gatsos en los restaurantes* (pág. 27). Mexico: Limusa.
- Mangones. (2006). En G. Mangones, *Diccionario de Economia Primera Edicion* (pág. 322). Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Martinez. (1973). En M. L. Martinez, *Guia para la presnetacion de proyectos* (pág. 134). Mexico: Siglo Veintiuno.
- Martínez, M. . (2006 ). En M. María, *Guía para Presentación de Proyectos* (pág. 91). Mexico: Siglo XXI.
- Mendez. (19 de Febrero de 2009). *Slide Share*. Obtenido de Silde Share:  
[http://es.slideshare.net/kmpanita\\_91/definiciones-1047150](http://es.slideshare.net/kmpanita_91/definiciones-1047150)
- Mirna, J. (2005). Gestion de Proyectos. En J. Mirna, *Gestion de Proyectos* (pág. 119). Bogota: Bogota, D.C, Colombia.
- Morla. (2010). En F. M. Morla, *Centro de Educacion Continua* (págs. 31,34,35). Mexico.
- Mungaray,Catellon & Sanchez. (2002). En F. J. Alejandro Mungaray Lagarda, *Asistencia microempresarial a traves del sevicio social universitario*. Mexico: ANUIES.
- ORTIZ, S. O. (2001). *EL DINERO: LA TEORIOA, LA POLÍTICA Y LAS INSTITUCIONES*. MEXICO: UNAM 2001.
- Parkin. (2007). En M. Parkin, *Macroeconomia version latinoamericana septima edicion* (pág. 112). Mexico: Marisa Anta.
- Peralta. (14 de septiembre de 2010). *Slide Share*. Obtenido de Slide Share:  
<http://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>
- Pontificia Universidad Católica de Peru. (2006). En *Fundamentos Tecnicos de la matematica Financiera* (pág. 113). Peru: Pontificia Universidad Católica de Peru.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). En *Dirección Estatégica* (págs. 39-40). España: Vértice .
- Publicaciones Vértice S.L. (2009). Atención eficaz de quejas y reclamos. En *Marketing y publicidad* (pág. 248). España: Editorial vertice.

- Quintanilla, Berenguer & Gómez. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC.
- Rivera y Mencia, J. R. (2012). *Dirección de Marketing Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial 2012.
- Robbins & Coulter. (2005). Administración. En S. P. Coulter, *Administración Octava Edición* (pág. 64). Mexico: Marisa de Anta.
- Rosales, J. O. (2000). *ELEMENTOS DE MICROECONOMÍA*. COSTA RICA: EUNED.
- Sarmiento, J. A. (2007). Matemáticas financieras en Microsoft Excel. Pontifice Javeriana.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (19 de Junio de 2013). Obtenido de <https://www.biess.fin.ec/files/ley-transparencia/plan-nacional-del-buen-vivir/Resumen%20PNBV%202013-2017.pdf>
- Sellers y Casado, A. B. (2006). *Dirección de Marketing*. San Vicente: Club Univerditario.
- Serrano, M. K. (2011). *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC.
- SRI. (2015). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-ruc>
- STIGLITZ, J. (1994). *Economía*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Suarez Salazar, C. (2005). *Costo y tiempo en edificación*. Mexico: LIMUSA.
- Suise & Pedroza. (2004). En L. R. Escondón, *Exportación Efectiva Primera Edición* (pág. 23). Mexico: ISEF Empresa Lider.
- Torres. (1999). En M. A. Torres, *Dirección Estratégica: Un enfoque práctico* (pág. 94). Madrid: Díaz de Santos.
- Valencia, Rivera y Bula, S. (28 de 11 de 2011). *SlideShare*. Recuperado el 11 de 10 de 2015, de [es.slideshare.net/SantiagoValencia4/costo-beneficio](http://es.slideshare.net/SantiagoValencia4/costo-beneficio)
- WebSphere Product Center*. (2006). Obtenido de WebSphere Product Center: <ftp://public.dhe.ibm.com/software/websphere/wpc/wpcdocs/532/es/productdir/uguide/ug06.html>
- Zabala. (2005). En H. Z. Salazar, *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidaria Primera Edición* (pág. 96). Colombia: Colombia Perez Muñoz.
- Zambrano, G. C. (26 de 04 de 2012). *Mailxmail*. Obtenido de Mailxmail: [http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado\\_h](http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h)

## Anexos

### Anexo 1 Maquinaria



**Figura 38** Equipo odontológico

Fuente: Google



**Figura 39** Compresor

Fuente: Google



**Figura 40 Scaler (Removedor de cálculos)**

Fuente: Google



**Figura 41 Instrumental odontológico (diagnostico)**

Fuente: Google



**Figura 42 Turbina y Micromotor**

Fuente: Google

---

**APOYAR A LA SALUD ORAL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO UBICADO EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017.**





**Figura 43 Instrumental para cirugías**  
Fuente: Google

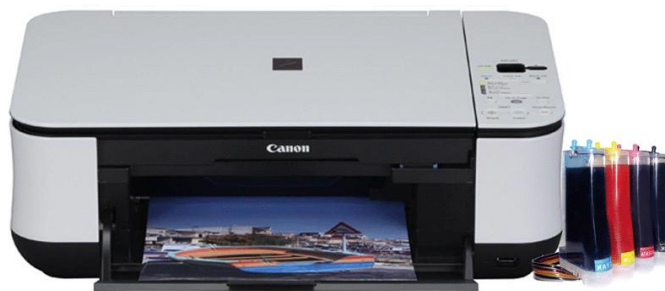


**Figura 44 Instrumental para extracciones**  
Fuente: Google

## Anexo 2. Equipo de Computo



**Figura 45 Computador**  
Fuente: Google



**Figura 46 Impresora**  
Fuente: Google

### Anexo 3. Muebles de Oficina



**Figura 47** Escritorio y silla ejecutiva  
Fuente: Google



**Figura 48** Archivador  
Fuente: Google



**Figura 49** Sala de juegos  
Fuente: Google