



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

Proyecto de Investigación previo la
obtención del Título de Ingeniero en
Marketing.

TEMA

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISEÑADORA Y ELABORADORA DE PRÓTESIS DENTALES,
CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014”

AUTOR:

JORGE ANTONIO BAJAÑA COELLO

DIRECTORA DE TESIS:

ING. RUDY IVONNE ORTEGA CABRERA.MSC.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

AÑO 2014

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y DECISIÓN DE DERECHOS

Yo, **Jorge Antonio Bajaan Coello**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional: y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

f.-----

JORGE ANTONIO BAJAÑA COELLO

CI.120597758-8

CERTIFICACIÓN

La suscrita, **ING. ORTEGA CABRERA RUDY IVONNE** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el Egresado **Jorge Antonio Bajaña Coello**, realizó la Tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniería en Marketing con el tema “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISEÑADORA Y ELABORADORA DE PRÓTESIS DENTALES, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias para el efecto.

f.-----
ING. RUDY IVONNE ORTEGA CABRERA.MSC.
DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISEÑADORA Y ELABORADORA DE PRÓTESIS DENTALES, CANTÓN
QUEVEDO, AÑO 2014”**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título
de Ingeniero en Mercadotecnia.

Aprobado:

.....
ING. CARLOS VILLACIS LAINEZ MSc.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
LCDO. RAFAEL PINTO COTTO MSc. ING. KARINA MURILLO LIMONEZ MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR
AÑO 2014

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a DIOS por la oportunidad de vida que me da cada día y por brindarme la fuerza y fortaleza para poder seguir cumpliendo mis sueños.

También agradezco a la **UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO** y sus colaboradores por abrirme sus puertas y enseñarme sus conocimientos para así poder formarme como todo un profesional.

A mis profesores y compañeros por su apoyo incondicional que me brindaron día a día en esta lucha.

A mi directora de tesis por su esfuerzo y dedicación quien con sus conocimientos me guio para poder culminar con mi tesis.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a DIOS y mi padre quienes me guían y me dan la fuerza para seguir luchando y salir a delante.

A mi familia mi madre y mis hermanos quienes han compartido gran parte de su vida conmigo en los momento más difíciles, a mi abuelita por sus consejos su amor su comprensión y sus valores que son la base fundamental en mi vida.

Para mi esposa y mi hijo los cual han sido mi inspiración para lograr alcanzar las metas y objetivos este éxito se los dedico a ellos.

ÌNDICE GENERAL

Pág.

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORIA Y DECICIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN	iii
TRIBUNAL DE TESIS	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT	xix
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN	xx

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL	1
1.1. Introducción	2
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1.1. Diagnóstico	4
1.2.1.2. Pronóstico del problema	4
1.2.1.3. Control de pronóstico del problema	4
1.2.2. Formulación del problema.....	5
1.2.3. Sistematización del problema	5
1.3. Justificación.....	6

1.4.	Objetivos	7
1.4.1.	General	7
1.4.2.	Específicos	7
1.5.	Hipótesis y variables	8
1.5.1	General	8
1.5.2.	Específicas.....	8
1.6.	Variables	8
1.6.1.	Independiente	8
1.6.2.	Dependiente	8
CAPITULO II		
MARCO TEÓRICO.....		9
2.1	Fundamentación teórica	10
2.1.1	Definición y fundamentación de prótesis dentales	10
2.1.1.1	Prótesis dentales	10
2.1.1.2	Funcionalidad.....	10
2.1.1.3	Retención.....	10
2.1.1.4	Soporte	11
2.1.1.4.1	Dentosoportados.....	11
2.1.1.4.2	Mucosoportadas	11
2.1.1.4.3	Dentomucosoportados	12
2.1.1.4.4	Implantosoportados	12
2.1.2	Estabilidad	12
2.2	Fundamentacion conceptual	13
2.2.1	Plan de negocios	13
2.2.2	Importancia	13
2.2.3	Estructura	13
2.2.4	Análisis estratégico	14
2.2.5	Análisis de entorno	14
2.2.6	Recursos operativos	14

2.2.7	Recursos humanos	14
2.2.8	Recursos organizacionales	14
2.2.9	Recursos financieros	15
2.2.10	Ciclo de vida del negocio	15
2.2.11	Análisis FODA.....	15
2.2.12	Plan estratégico	15
2.2.13	Inversión	16
2.2.14	Capital de operación	16
2.2.15	Estado de resultados	16
2.2.16	Flujo de caja.....	17
2.2.17	Depreciación	17
2.2.18	Indicadores	17
2.2.18.1	TIR	17
2.2.18.2	VAN	18
2.2.19	Estudio técnico.....	18
2.2.19.1	Tamaño.....	18
2.2.19.2	Localización	19
2.2.19.3	Ingeniería del proyecto	19
2.2.19.4	Tecnología	19
2.2.19.5	Proceso productivo	19
2.2.19.6	Infraestructura.....	20
2.2.19.7	Determinación de necesidades de insumo	20
2.2.20	Estudio económico.....	20
2.2.20.1	Evaluación financiera.....	21
2.2.20.2	Gestión y organización	21
2.2.20.3	Organigrama.....	21

2.2.20.4	Alta gerencia.....	22
2.2.20.5	Mandos medios.....	22
2.2.20.6	Operativos	22
2.2.20.7	Política de empresa	22
2.3	Fundamentación legal.....	22
2.3.1	Trámites para abrir un negocio	23
CAPITULO III		
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		25
3.1	Materiales y métodos	26
3.2.	Tipo de investigación.	27
3.3.	Diseño de la investigación	28
3.4.	Población y muestra.....	28
CAPITULO IV		
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		30
4.1	Resultados	31
4.1.1.	Estudio de técnico.....	31
4.1.1.1.	Contextualización.....	31
4.1.1.2	Oferta futura	34
4.1.1.3.	Demanda histórica	35
4.1.1.4.	Demanda futura	36
4.1.1.5.	Demanda insatisfecha.....	36
4.1.1.6.	Población objetiva.....	37
4.1.1.7.	Perspectiva de la investigación	37
4.1.1.8.	Conclusiones de la Investigación de mercado	38
4.1.1.9.	Validación y tabulación de datos.....	39
4.1.2.	Estudio técnico.....	61
4.1.2.1	Misión y visión de la empresa	61
4.1.2.2.	Políticas	61
4.1.2.3.	Reglas	62
4.1.2.4.	Valores.....	62
4.1.2.5.	Nombre de la empresa.....	62

4.1.2.6. Logotipo y eslogan de la empresa	63
4.1.2.7. FODA	63
4.1.2.8. Marketing mix.....	64
4.1.2.9. Principales productos que se comercializaran	64
4.1.2.10. Plan de medios	65
4.1.2.11. Presupuesto general de plan de medios.....	66
4.1.2.12. Canales de distribución.....	67
4.1.2.13. Localización	68
4.1.2.14. Tecnología e ingeniería.....	69
4.1.2.15. Organigrama	70
4.1.2.16. Funciones de los colaboradores del centro odontológico	70
4.1.2.17. Gestión de recursos humanos	71
4.1.2.18. Comercialización y ventas	72
4.1.2.19. Nómina de pagos mensual y anual.....	72
4.1.2.20. Inventario de materiales.....	73
4.1.2.21. Depreciación	73
4.1.2.22. Acondicionamiento del local.....	74
4.1.2.23. Conclusiones	74
4.1.3. Estudio económico financiero	74
4.1.3.1. Recursos financieros.....	75
4.1.3.2. Inversión	75
4.1.3.3. Proyección de ventas	76
4.1.3.4. Financiamiento.....	77
4.1.3.5. Tabla de amortización	77
4.1.3.6. Detalle de gastos	78
4.1.3.7. Flujo de efectivo	79
4.1.3.8. Estado de pérdidas y ganancias	80
4.1.3.9. Indicadores financieros	81
4.1.3.10. Tiempo de recuperación de la inversión	82
4.1.3.11. Punto de equilibrio	82
4.2. Discusión	84

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....85

5.1. Conclusiones.....86

5.2. Recomendaciones87

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFIA88

6.1. Literatura citada89

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Rango de edades	33
Cuadro 2. Oferta futura	35
Cuadro 3. Demanda histórica	35
Cuadro 4. Demanda futura	36
Cuadro 5. Demanda insatisfecha	36
Cuadro 6. Poblacion objetiva	37
Cuadro 7. Conoce una prótesis.....	39
Cuadro 8. Lugar de elaboración de prótesis dentales.....	40
Cuadro 9. Lugar que asiste.....	41
Cuadro 10. Servicio.....	42
Cuadro 11. Servicio brindado.....	43
Cuadro 12. Recomendaría su centro odontológico a otra persona.....	44
Cuadro 13. Frecuencia de asistencia.....	45
Cuadro 14. Valor que destina.....	46
Cuadro 15. Creación de una nueva empresa	47
Cuadro 16. Buen servicio.....	48
Cuadro 17. Nuevo servicio.....	49
Cuadro 18. Precio.....	50
Cuadro 19. Forma de pago	51
Cuadro 20. Medios publicitarios.....	52
Cuadro 21. Lugar de ubicación de la empresa.....	53
Cuadro 22. Realiza usted las prótesis.....	54
Cuadro 23. Conoce algún lugar donde realicen prótesis.....	55
Cuadro 24. El servicio fue.....	56
Cuadro 25. Frecuencia de elaborar prótesis.....	57
Cuadro 26. Tipos de prótesis que recomendaría.....	58
Cuadro 27. Valor que gasta al elaborar las prótesis.....	59
Cuadro 28. Nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis.....	60
Cuadro 29. FODA	63

Cuadro 30. Horario de atencion	64
Cuadro 31. Plan de medios tv	65
Cuadro 32. Plan de medios radio.....	66
Cuadro 33. Plan de medios prensa.....	66
Cuadro 34. Presupuesto	66
Cuadro 35. Sueldos y salarios	72
Cuadro 36. Inventario.....	73
Cuadro 37. Depreciación	73
Cuadro 38. Acondicionamiento del local	74
Cuadro 39. Inversion.....	75
Cuadro40. Ventas proyectadas	76
Cuadro 41. Financiamiento	77
Cuadro 42. Prestamo	77
Cuadro 43. Tabla de amortizacion	77
Cuadro 44. Gastos administrativos	78
Cuadro 45. Gastos de publicidad	78
Cuadro 46. Gastos de operación y mantenimiento	78
Cuadro 47. Gastos varios	78
Cuadro 48. Flujo de efectivo proyectado.....	79
Cuadro 49. Estado de perdidas y ganancias	80
Cuadro 50. Indicadores financieros TIR, VAN y B/C.....	81
Cuadro 51. Tiempo de recuperación.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Rango de edades	34
Gráfico 2. Conoce una prótesis.....	39
Gráfico 3. Lugar de elaboracion de prótesis.....	40
Gráfico 4. Lugar que asite	41
Gráfico 5. Servicio	42
Gráfico 6. Servicio brindado	43
Gráfico 7. Recomendaría su centro odontologico a otras persona	44
Gráfico 8. Fercuencia de asistencia	45
Gráfico 9. Valor que destina.....	46
Gráfico 10. Creacion de una nueva empresa.....	47
Gráfico 11. Buen servicio	48
Gráfico 12. Nuevo servicio	49
Gráfico 13. Precio	50
Gráfico 14. Forma de pago	51
Gráfico 15. Medios publicitarios	52
Gráfico 16. Lugar de ubicación	53
Gráfico 17. Realiza usted las prótesis.....	54
Gráfico 18. Conoce algun lugar donde realicen prótesis	55
Gráfico 19. El servicio fue	56
Gráfico 20. Frecuencia de elaborar las prótesis.....	57
Gráfico 21. Tipos de prótesis que recomendaria	58
Gráfico 22. Valor que gasta al elaborar las prótesis	59
Gráfico 23. Nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis	60
Gráfico 24. Punto de equilibrio	83

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Logotipo	63
Figura 2. Canales de distribucion.....	67
Figura 3. Macro localización.....	68
Figura 4. Micro localización.....	68
Figura 5. Plano de la infraestructura	69
Figura 6. Organigrama del centro	70

ÌNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Encuesta al público	91
Anexo 2. Encuesta a los odontólogos	96
Anexo 3. Alicates de ortodoncia	98
Anexo 4. Sala de ortodoncia	99
Anexo 5. Matriz de consistencia.....	100

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación denominada **“Plan de Negocio para la creación de una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014”**. Se fundamenta en la imperiosa necesidad de satisfacer al máximo las necesidades de los consumidores.

Buscando dar respuesta a varias interrogantes, se planteó el siguiente problema de investigación ¿De qué manera se puede diseñar un Plan de Negocio para la creación de una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014?

Esto nos llevó a plantear los siguientes objetivos; que dieron como resultado un éxito.

Mediante el estudio de mercado se comprobó que el proyecto es viable, brindándonos un indicio en el mercado en el que vamos a incursionar y se conoció los gustos y preferencias de los usuarios. Como uno de ellos el precio que será cómodo. El mercado objetivo serán las familias del Cantón Quevedo.

Con el desarrollo del estudio técnico se pudo determinar la localización y el tamaño óptimo del negocio.

Basados en el estudio de factibilidad se deduce que existe un gran porcentaje de posibles clientes y una gran apertura para el desarrollo de este Plan de Negocio, después de realizar los análisis respectivos para la puesta en marcha del centro odontológico, Se proyecta una inversión de \$ 16.205,00, los cuales se financiarán una parte con capital propio 38% y la otra parte con un préstamo en una institución financiera 62%.

El reflejo de los indicadores Financieros como el 2.26% del TIR y el \$ 105.947,30 del VAN, denotan que la puesta en marcha del negocio será viable.

ABSTRACT

The present investigation called "Business Plan for the creation of a manufacturing company designer and dentures in Canton Quevedo 2014" .The based on the urgent need to best meet the needs of consumers.

Looking to answer several questions, the following research question was posed How can design a business plan for the creation of a leading designer and processor of dentures in Canton Quevedo 2014?

This led us to propose the following objectives; which resulted in a success.

Through market research found that the project is viable, giving us a hint on the market that will penetrate and the tastes and preferences of users are met. As one of them the price that will be comfortable. The target market will be the families of Canton Quevedo.

With the development of the technical study could determine the optimal location and size of the business.

Based on the feasibility study shows that there is a high percentage of possible customers and a large opening for the development of this business plan, after performing the respective analysis for the implementation of the dental center, a \$ is projected 16205.00, where a party with 38% equity and the other part with a loan at a financial institution 62% is financed.

The reflection of financial indicators such as 2.26% of IRR and NPV \$ 105,947.30 denote that the implementation of the business will be viable.

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACION			
1	Título / Tittle	M	“Plan de Negocio para la creación de una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014”
2	Creador/ Creator	M	Jorge Antonio Bajaña Coello; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/ Subject	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Mercadotecnia; “Plan de Negocio para la creación de una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014”
4	Descripción / Description	M	La presente investigación se realizó en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, con el objetivo de realizar un Plan de Negocio para la creación de una empresa dedicada a la comercialización y elaboración de prótesis dentales en la ciudad de Quevedo, segmentando el mercado de manera objetiva, para proyectar su situación financiera.
5	Editor/ Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales. Carrera, Ingeniería en Mercadotecnia, Bajaña Jorge.
6	Colaborador / Contributor	O	Ninguno
7	Fecha/ Date	M	Enero 2013
8	Tipo / Type	M	Plan de Negocio
9	Formato / Format	R	Doc. MS Word 2010
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente / Source	O	Investigación Empresarial, Plan de Negocio 2013
12	Idioma / Language	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	M	Localización : Ámbito financiero
15	Derechos / Rights	O	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Trabajo de Investigación (Research Project)

CAPITULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

La elaboración y fabricación de prótesis dentales es una tarea muy antigua. Por lo que se cree que los fenicios ya usaban oro blando, o en rollo, y alambre de oro para su construcción, también soldadura e impresiones de modelos.

En el año 754 A.C., los etruscos de esa época eran unos artesanos habilidosos, producían puentes muy complejos en los que se empleaban bandas de oro soldadas entre sí por pósticos hechos de diferentes piezas dentales de humanos o animales.

Por en el año 600 A.C., se tratan las reliquias de Mayer, se describe una prótesis en la que un par de centrales habían sido reemplazados por un diente de Boj.

Durante el año 300 A.C., se descubre la artesanía romana y se confirma que las coronas ya se usaban en esa época. El uso del marfil y de la madera para hacer dientes artificiales se dio año 65 A.C.

En el siglo XV se lanzaron los primeros juegos europeos de dentaduras, los dientes eran tallados de hueso o de marfil. O simplemente se preparaban a partir de dientes recuperados de los cementerios, pues al parecer existían donantes muertos o incluso vivos, que intercambiaban sus dientes a cambio de algo que les beneficiaría, tal vez dinero.

Las dentaduras eran inapropiadas e incómodas lo cual estaban conectadas visiblemente a una base con hilos de metal o seda.

1.2. Problematicación

Quevedo es un Cantón que está en constante crecimiento tanto como en su población y urbanización, este cantón se caracteriza por su gente joven honesta y trabajadora.

En el Cantón Quevedo desde hace muchos años existen empresas dedicadas a realizar y elaborar prótesis dentales entre ellos tenemos ODONTO SALUD, DENTAL-MEDIL SERVIL-DENTAL etc.... Pero estos no satisfacen las demandas de los consumidores debido a que estos negocios no cuentan con la tecnología adecuada para realizarlas las prótesis dentales por lo que la mayoría de estos negocios mandan a realizar sus prótesis dentales en diferentes ciudades del país entre las más frecuentes tenemos que son: Quito y Guayaquil.

1.2.1. Planteamiento del problema

Los centros odontológicos que existen en el Cantón Quevedo muchos carecen de materiales confortables, los cuales no brindan a los usuarios un servicio satisfactorio, por este motivo nos obliga a buscar otras alternativas. Como la creación de una nueva empresa que diseñe y elabore sus propias prótesis dentales dándole a la comunidad un servicio de excelencia y satisfacción.

La necesidad de fomentar una nueva empresa a través de la elaboración y diseño de prótesis dentales, es con el objetivo de recuperar la funcionalidad de la boca, lo cual el paciente va tener mayor bienestar.

De acuerdo con la funcionalidad de la boca ante todo es tener una masticación eficaz para la trituración de alimentos, sin las prótesis dentales se interferiría en la deglución puesto que las funciones influyen en la alimentación sin que la prótesis interfiera sino todo lo contrario es para que la posibilite.

1.2.1.1. Diagnóstico

a) Efectos

- Existen pocas empresas en esta rama que brinden alta calidad
- Infraestructuras inadecuadas en las empresas ya existentes
- Personal sin el suficiente conocimiento de los procesos
- Productos con mal acabado

b) Causas

- Bajo nivel de eficiencia en la actividad
- Empresa poco competitiva
- Bajo nivel de productividad
- Incrementa la posibilidad de crear productos defectuosos

1.2.1.2. Pronóstico del problema

- El personal no está capacitado para crear productos de alta calidad
- Perdida por producto no calificado
- Insatisfacción de los clientes
- Menos ingresos en la comercialización del producto

1.2.1.3. Control de pronóstico del problema

- Contratar personal calificado
- Capacitación para empleados
- Elaborar productos de calidad
- Establecer normas de calidad

1.2.2. Formulación del Problema

¿De qué manera se puede diseñar un Plan de Negocio para la creación de una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014?

1.2.3. Sistematización del Problema

¿Cómo se efectuaría la oferta y la demanda para este tipo de servicio?

¿Se podrá determinar las proyecciones de ingresos y los costos del Plan de Negocio?

¿Identificar las necesidades de financiamiento para poner en marcha el negocio?

1.3. Justificación

Quevedo es la principal arteria económica y comercial de toda la provincia. Su posición geográfica y vial privilegiada ha cumplido una etapa de positivo beneficio para el territorio, además permite un intenso tráfico terrestre.

La creación de este Plan de Negocio se vuelve necesario debido a que el mercado se propone a incursionar con este tipo de negocio que se encuentra en constante estrés y esto se convierte en una oportunidad, es por ello que esta investigación determinara si es o no factible la creación de una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014 que promoverá a la ciudadanía de satisfacción y un buen servicio.

Para los proyectos de inversión es importante establecer la rentabilidad futura del mismo con el proceso de elaboración de un adecuado modelo de inversión basándose en la capacidad financiera del proyecto de inversión y de las tendencias de mercado por sus proyecciones, al momento de tomar una decisión son muy importantes estos índices financieros.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

“Elaborar un Plan de Negocio para la creación de una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014”

1.4.2. Específicos

- ✓ Identificar un estudio de mercado que permita analizar la oferta y demanda de la empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014.
- ✓ Realizar un estudio técnico que permita proporcionar la información necesaria para la elaboración del Plan de Negocio.
- ✓ Determinar un estudio económico financiero donde se especifiquen los ingresos, egresos y costos del Plan de Negocio.

1.5. Hipótesis y variables

1.5.1. General

La creación del Plan de Negocio facilitara las herramientas y sistemas adecuados para la implantación de la empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014.

1.5.2. Específicas

El estudio de mercado determinara las necesidades de los consumidores de prótesis dentales en el Cantón Quevedo.

El estudio técnico determinará la estructura y funciones de la empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores en el Cantón Quevedo.

El estudio económico financiero determinará si la rentabilidad del Plan de Negocio es viable.

1.6. Variables

1.6.1. Independiente

Implementación de una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales en el Cantón Quevedo.

1.6.2. Dependiente

La creación de un Plan de Negocio.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Definiciones y funcionamiento de prótesis dentales

2.1.1.1. Prótesis dentales

La prótesis dental es una parte del ser humano de forma artificial que sirve para restaurar las partes de una anatomía humana en este caso una prótesis dental que restaura la relación de los maxilares y devuelve la dimensión vertical de la boca reponiendo así los dientes(**Alcea. J, 2011**).

El fabricante de estas prótesis se lo denomina protésico dental quien realiza su trabajo en un laboratorio especial recibiendo las indicaciones necesarias para elaborar estas prótesis(**Alcea. J, 2011**).

2.1.1.2. Funcionabilidad

El objetivo de las prótesis es recuperar la funcionabilidad de la boca en su totalidad es fundamental para el paciente y lo primero, las funciones de la boca son muy importantes para la masticación o trituración de los alimentos y la prótesis permite que se regule la boca en su masticación. Sin la prótesis la masticación no se regularía consiguiendo así que la respiración se efectúe con normalidad(**Alcea. J, 2011**).

2.1.1.3. Retención

La prótesis del tipo que sea, tiene que tener un sistema de retención eficiente, que la mantenga intacta y que no cause molestias para realizar la debida masticación, deglución y fonética se verán afectadas en caso que estas sean mal colocadas(**Alcea. J, 2011**).

La prótesis debe estar colocada y fijada muy bien la cual no debe tener ningún problema para su retención. Si la prótesis es metálica y removible la posición de los ganchos deben ser exactas puesto que la retención será producida por los mismo(**Alcea. J, 2011**).

La prótesis dental completa de resina se debe tener en cuenta el diseño de la base de la dentadura así como su superficie para lograr una mejor retención de la dentadura existen productos como cremas para mejorar la retención de las dentaduras si existiera prótesis mixta el atache deberá funcionar correctamente puesto que se facilita la retención de las prótesis(**Alcea. J, 2011**).

2.1.1.4. Soporte

El soporte de las prótesis son estructuras de la boca como son dientes y periodonto lo cual son de cuidado delicado ya que la retención soporta la prótesis y tienen que ser escogidas con mucho cuidado(**Alcea. J, 2011**).

Pueden ser de varios tipos:

2.1.4.1. Dentosoportadas

Las densoportadas son aquellas que su porte es realizado por medio de los dientes pilares o algún remache del paciente, los dientes pueden conservar su estructura o pueden ser en otros casos dientes tallados por el odontólogo(**Alcea. J, 2011**).

2.1.1.4.2. Mucosoportadas

Son las que soportan sobre el proceso alveolar que tiene que ver con el contacto con la encía que es un tejido fibromucoso son las más típicas y las más cotizadas en el mercado(**Alcea. J, 2011**).

2.1.14.3. Dentomucosoportadas

Son las que se combinan los dos tipos de soporte, lo cual soporta tanto en los dientes remanentes del paciente las cuales son prótesis de metal. Se soporta tanto en dientes remanentes del paciente como el proceso alveolar, las parciales son de resina y las mixtas de igual manera(Alcea. J, 2011).

2.1.1.4.4. Implantosoportadas

Los implantes son soportadas por medio de cirugías quedando permanentemente estabilizadas(Alcea. J, 2011).

2.1.2. Estabilidad

Una prótesis bien estabilizadas es una prótesis bien estable de no ser así la prótesis inestable baila en la boca entre otras cosas demostrando que la masticación se vuelve dificultosa por lo que una prótesis funcional dificulta la masticación y también la fonética. La estabilidad en la prótesis debe ser observada muy bien por el odontólogo para lograr una prótesis muy bien fundamentada (Alcea. J, 2011).

La retención como el soporte contrarresta el movimiento de la misma atento a las diferentes fuerzas que actúan sobre el aparato protésico, de no estar correctamente diseñado esto molestará mucho y se dificultará su masticación (Alcea. J, 2011).

Inversión.- Es la aplicación de recursos económicos a una actividad determinada con el fin de obtener ganancias en un futuro(Alcea. J, 2011).

Necesidades básicas.- Son aquellas que se consideran imprescindibles para conservar la vida y desarrollar adecuadamente las potencialidades de los seres humanos (Alcea. J, 2011).

Negocio.- Todo lo que es objeto de ocupación lucrativa o interés. En este caso, la venta de servicios relacionados al cuidado bucal(**Alcea. J, 2011**).

2.2. Fundamentación conceptual

2.1.1. Plan de negocios

Un plan de negocios es una propuesta muy importante en la creación de una empresa donde se plasmar las ideas y reflejarlas en el momento de crear una empresa (**Alcea. J, 2011**).

2.2.2. Importancia

Un plan de negocio es fundamentalmente para lograr el éxito en una empresa cuando existen obstáculos y estas iniciando un negocio la necesidad de un plan de negocios es indispensable en cuanto al ordenamiento y el rumbo definido (**Badilla, A, 2011**).

2.2.3. Estructura del plan de negocios

Un plan de negocio se define claramente con el negocio lo cual el propósito del plan es determinar su contenido y parte constituyendo su forma y estructura básica de los principales aspectos que se considere constituyendo un plan de mercadeo y un análisis financiero (**Espiñeira, A, 2009**).

El plan de negocios tiene una serie de puntos esenciales para determinar un proyecto de inversión y poder determinar la competencia, el servicio y estructura organizativa (**Espiñeira, A, 2009**).

2.2.4. Análisis estratégico

Análisis estratégico sería el proceso mediante el que la empresa determinará el análisis DAFO, es decir, determinará tanto el conjunto de amenazas y oportunidades del entorno al que pertenece la empresa, así como el conjunto de fortalezas y debilidades que presenta dicha empresa **(Espíñeira, A, 2009)**.

2.2.5. Análisis del entorno

Para que una compañía obtenga una ventaja competitiva, debe permanecer vigilante, y estar permanentemente rastreando los cambios que se producen en su entorno. También tiene que ser ágil para alterar sus estrategias y planes cuando surge alguna dificultad **(Asca, A, 2005)**.

2.2.6. Recursos operativos

Es conjunto de programas informáticos que permite la administración eficaz de los recursos de una computadora es conocido como sistema operativo o software de sistema. Estos programas comienzan a trabajar apenas se enciende el equipo, ya que gestionan el hardware desde los niveles más básicos y permiten además la interacción con el usuario **(Bautista, B, 2009)**.

2.2.7. Recursos humanos

Se denomina recursos humanos (RRHH) al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización **(Badilla, A, 2011)**.

2.2.8. Recursos organizacionales

Es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la

finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones **(Banerjee,S, 2009)**.

2.2.9. Recursos financieros

Es un espacio en el que se realizan los intercambios de instrumentos financieros y se definen sus precios. En general, cualquier mercado de materias primas podría ser considerado como un mercado financiero si el propósito del comprador no es el consumo inmediato del producto, sino el retraso del consumo en el tiempo **(Blanco, C. Blanco, E, 2010)**.

2.2.10. Ciclo de vida del negocio

Es una implementación del Desarrollo en espiral. Fue creado ensamblando los elementos en secuencias semi-ordenadas. El ciclo de vida organiza las tareas en fases e iteraciones **(Vasquez, B, 2007)**.

2.2.11. Análisis del FODA

Es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada **(Vasquez, B, 2007)**.

2.2.12. Plan estratégico

Según Colón, A. J. C. (2010). La planificación estratégica es una herramienta fundamental para el desarrollo y ejecución de proyectos, es un proceso sistemático, que da sentido de dirección y continuidad a las actividades diarias de una organización, permitiéndole visualizar el futuro e identificando los

recursos, principios y valores requeridos para transitar desde el presente hacia el futuro **(Colon, A. J.C, 2010)**.

2.2.13. Inversión

Es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo **(Kotler, 2006)**.

2.2.14. Capital de operación

Este resulta útil para establecer el equilibrio patrimonial de cada organización empresarial. Se trata de una herramienta fundamental a la hora de realizar un análisis interno de la firma, ya que evidencia un vínculo muy estrecho con las operaciones diarias que se concretan en ella **(Maldonado, M, 2008)**.

2.2.15. Estado de resultado

Es el estado financiero que muestra el resultado de las operaciones, la situación financiera de una entidad durante un periodo determinado **(Maldonado, M, 2008)**.

Toma como parámetro los ingresos en sus diferentes modalidades: venta de bienes, servicios, cuotas, aportaciones y los gastos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones, entre otros **(Maldonado, M, 2008)**. Estos elementos proporcionan la utilidad neta de la empresa que generalmente acompaña a la hoja del Balance General **(Maldonado, M, 2008)**.

2.2.16. Flujo de caja

Se conoce como flujo de efectivo al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital **(Maldonado, M, 2008)**.

La expresión que en el ámbito Contable se conoce como estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un parámetro de tipo financiero que ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado periodo de dinero o cualquiera de sus equivalentes **(Maldonado, M, 2008)**.

2.2.17. Depreciación

Es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en los movimientos de producción, y su utilización efectiva en dicha labor **(Kotler, 2006)**.

2.2.18 Indicadores de rentabilidad

Son aquellos financieros que sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y de esta manera convertir ventas en utilidades **(Staton, 2005)**.

2.2.18.1. TIR

Esta función calcula la tasa interna de rendimiento. La TIR es el tipo de interés que anula el VAN de una inversión. Se utiliza también para analizar la rentabilidad de una inversión temporal. Como regla general, una inversión cuya

TIR sea mayor que el coste de capital, se puede considerar rentable **(Maldonado, M, 2008)**.

2.2.18.2. VAN

Esta función calcula el valor actual neto de una serie de flujos monetarios en el tiempo y se suele utilizar para determinar la rentabilidad de una inversión. En términos generales, cualquier inversión cuyo VAN sea mayor que cero es rentable **(Aquino, A, 2005)**.

2.2.19. Estudio técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos **(Aquino, A, 2005)**.

2.2.19.1. Tamaño

El tamaño del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Aquí también se determina el tamaño y dimensiones que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto **(Urbina, 2009)**.

También existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el mercado, la disponibilidad financiera, de mano de obra, de materia prima y de economías de escala **(Urbina, 2009)**.

2.2.19.2. Localización

La localización adecuada del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio **(Urbina, 2009)**.

La decisión de la localización consiste en elegir racionalmente un sitio una región que favorezca la rentabilidad de las operaciones. La importancia de esta decisión ha aumentado con el desarrollo económico tecnológico, urbano y social **(Urbina, 2009)**.

2.2.19.3. Ingeniería del proyecto

El objetivo general es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento del proyecto. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima del local, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener el proyecto **(Urbina, 2009)**.

2.2.19.4. Tecnología

Es muy importante contar con equipos adecuados para prestar un servicio de calidad y cubrir los requerimientos del cliente **(Banerjee,S, 2009)**.

En términos generales se puede decir que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto a un mínimo de producción necesario para ser aplicables **(Banerjee,S, 2009)**.

2.2.19.5. Procesos productivos

Procesos es el diseño del sistema de producción material. Donde se toma una decisión del tipo de tecnología que se utilizará, la distribución de las

instalaciones, analizan el proceso, equilibrio de las líneas, control de proceso y análisis de transporte **Como indica (Banerjee,S, 2009).**

2.2.19.6. Infraestructura

Urbina, G (2005). Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar **(Urbina, 2009).**

- ✓ El área del local
- ✓ Las características del techo, la pared y de los pisos
- ✓ Los ambientes

La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales) **(Urbina, 2009).**

2.2.19.7. Determinación de necesidades de insumos

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el proyecto **(Baca, U , 2009).**

2.2.20 . Estudio económico

El Estudio Económico - Financiero comprende la etapa de un proyecto que permite deducir la viabilidad económica y financiera de una idea de negocio, determinando en última y definitiva instancia, la aceptación (aprobación) o rechazo de un proyecto. Esta actividad pretende propiciar una reflexión crítica

acerca de la importancia y aplicabilidad del tema en cuestión para tomar decisiones efectivas con respecto a invertir en Proyectos de Inversión **(Baca, U , 2009)**.

2.2.20.1. Evaluación financiera

Es el que indica lo que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaran Como señala **(Baca, U , 2009)**.

2.2.20.2. Gestión y organización

Es importante tener en cuenta en este concepto que ninguna empresa puede subsistir si no posee algún tipo de beneficio, por lo que siempre se debe mantener un cierto nivel de competencia con las otras empresas que se dedican a fabricar y elaborar los mismos productos que la nuestra **(Baca, U , 2009)**.

El concepto de gestión se mueve en un ambiente en el cual, por lo general, los recursos disponibles escasean, y en base a esto, la persona encargada de la gestión debe aplicar diferentes fórmulas para que se esta manera se logren persuadir y motivar constantemente a todas las fuentes del capital empresarial, con el objetivo de lograr que las mismas apoyen todos los proyectos que la empresa planea emprender **(Baca, U , 2009)**.

2.2.20.3. Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización **(Baca, U , 2009)**.

2.2.20.4. Alta gerencia

Es un cargo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos **(Baca, U , 2009).**

2.2.20.5. Mandos medios

Son quienes mejor saben cómo funciona la compañía. Aunque generalmente pasan desapercibidos, son ellos los que orientan a la empresa hacia los objetivos trazados y apoyan de cerca la labor de los directivos **(Baca, U , 2009).**

2.2.20.6. Operativos

Son aquellos que recogen la programación del trabajo individual, tiempos de ejecución, instrucciones, y control sobre la marcha del mismo **(Baca, U , 2009).**

2.2.20.7. Políticas de empresa

La política de empresa es un conjunto de normas o reglas establecidas por la dirección de la misma para regular diferentes apartados del funcionamiento de la empresa. Estas normas pueden incluir desde el comportamiento de los empleados ante clientes hasta la forma de vestir de los trabajadores. Estas normas en ningún momento pueden contradecir ninguna legislación laboral **(Baca, U , 2009).**

2.3 Fundamentación Legal

La compañía será constituida bajo la reglamentación de la Superintendencia de Compañías, por aportaciones de los inversionistas como Sociedad Anónima, se

constituirá mediante escritura pública la que luego será inscrita en el Registro Mercantil como manda el Art. 146 de la Ley de Compañías **(Baca, U , 2009)**.

Se inscribirá a la compañía en el Servicio de Rentas Internas para poder obtener el Registro Único de Contribuyentes y así la misma podrá operar legalmente. Se realizará el trámite correspondiente a la obtención de la Patente Municipal, así como también inscripción en el registro patronal del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social **(Baca, U , 2009)**.

2.3.1. Trámites para abrir un negocio

Existen ciertos trámites que son requeridos por ley para que un negocio opere de manera formal **(Baca, U , 2009)**.

Ventajas de cumplir con los trámites para iniciar un negocio- Facilita la posibilidad de acceder a medios de financiamiento del gobierno o bancarios, mientras que una empresa no formalizada no tendrá esas herramientas financieras. -Se incrementa el número de clientes, porque el hecho de que su negocio cumpla con la ley, les da seguridad **(Baca, U , 2009)**.

- (1) Contratar un abogado.
- (2) Registrar la empresa en la Superintendencia de Compañías.
- (3) Depositar 25% del capital de la empresa en una cuenta.
- (4) Contratar a un notario para certificar la incorporación del estatuto de la empresa.
- (5) Esperar a que el Superintendente de Compañías apruebe la constitución de la empresa.
- (6) Publicar un resumen de ese estatuto en uno de los diarios que circulan en el área en que estará localizada la empresa.
- (7) Afiliarse a una de las cámaras.

- (8) Esperar a que se registre el estatuto en el Registro Mercantil.
- (9) Obtener un Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- (10) Comprar facturas en imprentas autorizadas por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- (11) Registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).
- (12) Inscribir todos los contratos de sus empleados en el Ministerio de Trabajo.
- (13) Ser inspeccionado por el Municipio.
- (14) Obtener una “tasa de habilitación” y una patente comercial del Municipio.
- (15) Hacer todo eso le tomará en promedio 65 días **(Baca, U , 2009)**.

CAPITULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos

Localización y duración de la investigación

La ciudad de Quevedo geográficamente se encuentra ubicada al Norte de la provincia de Los Ríos, en la zona central del Ecuador, a 1°2'30" de Latitud Sur, y 79°28'30" de Longitud.

Materiales

Se utilizó bolígrafos 3

Lápices 3

Anillados 8

Discos (CD-RW) 6

Marcadores 2

libros-textos varios

Papelería y suministros en general varios.

Métodos de investigación

Entre los procedimientos más óptimos se detalla a continuación para esta investigación los siguientes métodos:

Método deductivo.- Con este método se utilizó el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. Este método permitió obtener los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Método inductivo.- A través de este método se realizó un estudio en general del proceso funcional, productivo y administrativo de las empresas, la información obtenida por medio de la observación y las encuestas servirán para

la elaboración del proyecto y establecer conclusiones al final del proceso investigativo.

Estadístico

Por medio de este método se obtuvo datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Se pudo calcular en tamaño de la muestra para realizar las respectivas encuestas, el cálculo de la demanda (histórica, pasada e insatisfecha) y la oferta (histórica, presente y futura, la proyección de compra y venta a 5 años, y los costos.

3.2. Tipos de investigación

De campo

Se aplicó una encuesta a los moradores de Quevedo para conocer preferencias y necesidades en el cuidado de sus prótesis dentales.

Bibliográfico

Se realizó la investigación en libros, folletos, revistas, sitios web, periódicos y todo lo que sustente el marco teórico para la respectiva elaboración del Capítulo Bibliográfico.

Fuentes de investigación

Primaria

Resultado de toda la información recabada en la encuesta, entrevistas, y Observaría.

Secundaria

Esta información se obtuvo de libros, revistas especializadas, y del internet.

3.3. Diseño de la investigación

Encuestas

Se aplicó una encuesta a los posibles clientes, para lo cual se creó un cuestionario de preguntas.

Entrevistas

Se realizó una entrevista a los propietarios de este tipo de negocios para obtener información del mismo.

3.4. Población y muestra

La población para el presente proyecto se realizará el análisis a los posibles clientes, y consultorios dentales para medir el grado de demanda y sus necesidades.

Para los futuros clientes se considera a la población de la Ciudad de Quevedo cuyos datos obtenidos del INEC en el censo del 2010 con 173.575 habitantes.

Se aplicó la fórmula a la probabilidad que el evento ocurra para una población finita. $173.575 \times 67,67\%$

Total 117.458 personas

Y para los consultorios dentales se considera una población de 20 odontólogos a encuestar.

Datos:

n= muestra a obtener?

Z = Nivel de confianza (95%) (1.96)

P = Posibilidad de que ocurra (80%)

Q = Posibilidad de que no ocurra (20%)

E = Índice del error admisible 0.05%

$$n = \frac{z^2 x P x Q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 x 0.80 x 0.20}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.84 x 0.80 x 0.20}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.6146}{0.0025}$$

246. Personas a encuestar

CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Estudio de mercado

Identificar un estudio de mercado que permita analizar la oferta y demanda de la empresa diseñadora y elaboradora prótesis dental en el Cantón Quevedo.

Hipótesis

El estudio de mercado determinara las necesidades de los consumidores de prótesis dentales en el Cantón Quevedo.

4.1.1.1. Contextualización

Quevedo es el décimo segundo cantón más poblado de Ecuador, con 86.821 hombres y 86.754 mujeres dando un total de 173.575 habitantes en el último censo ecuatoriano, conducido el 28 de noviembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). En la actualidad, ha superado en población a la capital de la provincia, Babahoyo. Tiene 1.290 niños de 0 a 1 años y 1.313 niñas.

Su población está formada por gente de distintos lugares del país predominando también una alta población de ciudadanos chinos que se afincaron en el lugar a principios del siglo XX lo que le da una característica especial por sus vistosos almacenes y restaurantes de la colonia del país asiático. Quevedo es por su agricultura un centro de masificación poco común llenándose todos los días de gente de distintos lugares dando una apariencia de mercado febril en todo el año.

Quevedo es el mayor centro económico y comercial de la provincia de Los Ríos, entregando divisas de la exportación de sus productos agrícolas como: banano, café, cacao, palo de balsa, caucho, palma africana, frutales, soya,

maíz, entre otros. A mediados del siglo pasado Quevedo se convirtió en el centro de producción de cacao obteniendo actualmente denominación de origen por su producto "Sabor arriba", un chocolate negro de un fino aroma. El banano también tiene prestigio en esta región. La diversidad de productos que se producen en Quevedo le ha dado el nombre de "granero del Ecuador".

Se puede acceder a Quevedo por diversos puntos siendo la vía más utilizada la que llega desde Guayaquil pasando por Babahoyo, se recomienda usar ropa ligera por el clima casi siempre caluroso. Por las noches se puede salir a disfrutar de sus bares y discotecas. Parroquias urbanas: 7 de Octubre, 24 de mayo, Guayacán, Nicolás Infante Díaz, San Camilo, San Cristóbal, Quevedo, Venus del Río Quevedo, Viva Alfaro. Parroquias rurales: La Esperanza, San Carlos.

Límites: Norte: Cantones de Buena Fe y Valencia, Este: Cantones de Quinsaloma y Ventanas, Sur: Cantón Moche, Oeste: Provincia de Guayas.

Según el último censo ecuatoriano, conducido el 28 de noviembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) tenemos los siguientes datos:

La población de la provincia de Los Ríos, según el Censo del 2010, tiene mayor porcentaje en infantes con un 10,4%, niños 10,9%, adolescentes 10,2% y jóvenes 10%, mientras que en los adultos mayores las cifras son bajas.

En el año 2001 la edad promedio en la provincia de los Ríos era de 27 años, mientras que para el 2010 es de 28 años. Existen un total de 194.080 mujeres que están en edad reproductiva en la provincia de los Ríos. Del total de los habitantes de La Provincia de Los Ríos, Quevedo representa el 22,8% siendo uno de los cantones más poblados de la misma.

RANGO DE EDAD

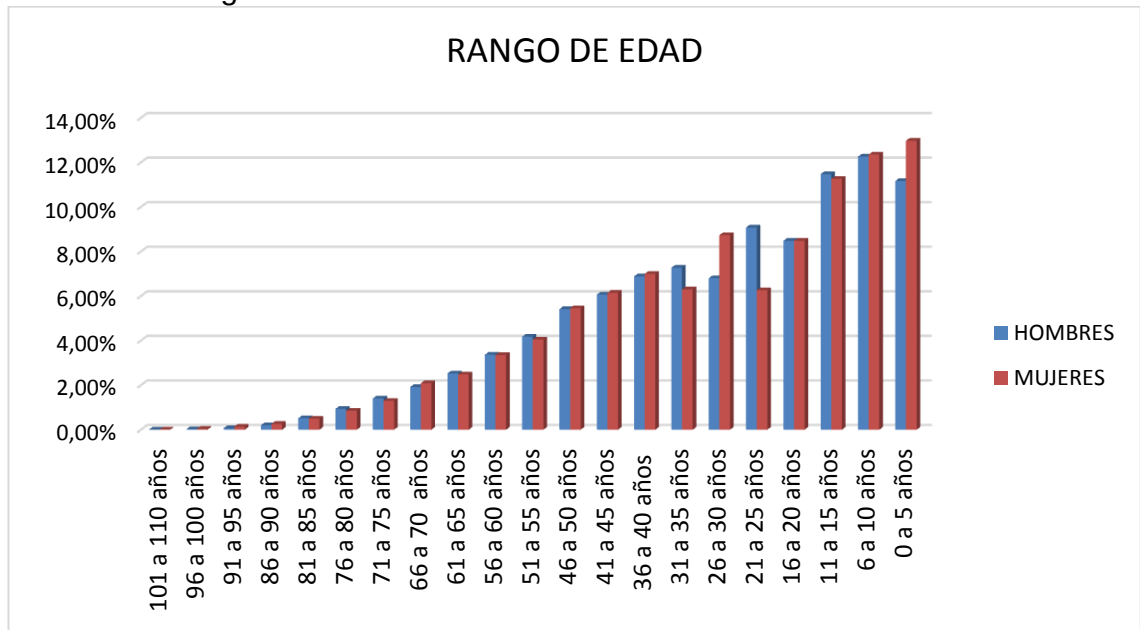
Cuadro 1. Rango

RANGO DE EDAD	HOMBRES	%	MUJERES	%
101 a 110 años	1	0,00%	5	0,01%
96 a 100 años	15	0,02%	31	0,04%
91 a 95 años	54	0,07%	107	0,13%
86 a 90 años	164	0,20%	214	0,26%
81 a 85 años	424	0,51%	407	0,50%
76 a 80 años	775	0,94%	697	0,85%
71 a 75 años	1.157	1,40%	1061	1,30%
66 a 70 años	1.581	1,92%	1710	2,09%
61 a 65 años	2.083	2,53%	2032	2,48%
56 a 60 años	2.776	3,37%	2745	3,35%
51 a 55 años	3.443	4,17%	3315	4,05%
46 a 50 años	4.465	5,41%	4466	5,45%
41 a 45 años	5.002	6,06%	5033	6,15%
36 a 40 años	5.677	6,88%	5728	6,99%
31 a 35 años	5.998	7,27%	5159	6,30%
26 a 30 años	5.608	6,80%	7152	8,73%
21 a 25 años	7.486	9,07%	5126	6,26%
16 a 20 años	6.995	8,48%	6946	8,48%
11 a 15 años	9.463	11,47%	9220	11,26%
6 a 10 años	10.114	12,26%	10114	12,35%
0 a 5 años	9.211	11,17%	10623	12,97%
total	82492	100,00%	81891	100,0%

Fuente: INEC

Elaborado: Autor

Gráfico 1. Rango de edades



Fuente: INEC

Elaborado: Autor

Análisis: Este gráfico indica el número de personas que hay en la ciudad de Quevedo según su rango de edad, y el mayor porcentaje se concentra en personas de 15 a 20 años. Significa que la población Quevedeña es joven en su mayoría.

En el 2001 la edad promedio del Cantón Quevedo era de 27 años y se ha mantenido hasta el 2010. La edad reproductiva de las mujeres es de 15 a 49 años y en el cantón Quevedo existe un total de 48.957.

4.1.1.2 Oferta futura de los locales existentes

La oferta futura o proyectada se la realizo tomando como referencia los porcentajes de crecimiento que esta ha tenido en los últimos años y se la proyecto a 5 años. Y se le incremento un 18% para cada año ya que esta es el promedio de crecimiento que ha tenido en los años pasados.

Cuadro 2. Oferta futura de la competencia

Año	Población	Porcentaje de incremento
2014	14	
2015	17	18%
2016	20	18%
2017	23	18%
2018	26	18%

Fuente: INEC

Elaborado: Autor

4.1.1.3. Demanda Histórica

Para realizar el análisis de la demanda histórica se tomaron los datos del último censo realizado por el INEC en el año 2010 de la población del cantón Quevedo que es de 173.575 y a esto se le sumo la tasa de crecimiento poblacional q es de 2.41% la cual se la proyectó hasta el año 2014 para así obtener la demanda futura.

Cuadro 3. Demanda Histórica

Año	Población	Incremento
2010	173.575	
2011	177.785	2.41%
2012	182.042	2.41%
2013	186.429	2.41%
2014	190.921	2.41%

Fuente: INEC

Elaborado: Autor

4.1.1.4. Demanda Futura

Cuadro 4. Demanda Futura

Año	Población	Incremento
2014	190.921	2.41%
2015	195.522	2.41%
2016	200.234	2.41%
2017	205.059	2.41%
2018	210.001	2.41%

Fuente: INEC

Elaborado: Autor

Análisis

Según el método utilizado de tendencias históricas proyectado para cinco años, podemos observar el número de personas que vivirán desde el año 2014 al 2018, dándonos como resultado las personas demandantes.

4.1.1.5. Demanda Insatisfecha

Cuadro 5. Demanda Insatisfecha

Años	Oferta Futura	Demanda Futura	Demanda Insatisfecha Futura
2014	14	190.921	-176.921
2015	17	195.522	-178.522
2016	20	200.234	-180.234
2017	23	205.059	-182.059
2018	26	210.001	-184.001

Fuente: INEC

Elaborado: Autor

En el cuadro 5 se demuestra la demanda insatisfecha futura de las familias en el cantón Quevedo, en el año 2014 será 176.921 y en al año 2018 serán 184.001 personas.

En resumen desde el punto de vista del mercado concluimos que el proyecto es viable; ya que la demanda insatisfecha tanto actual como futura es muy representativa, lo que implica que tendremos un gran número de clientes potenciales. Se fundamenta esto, dado que la demanda es mayor que la oferta.

4.1.1.6. Población Objetiva

Cuadro 6. Población Objetiva

Años	Demanda Insatisfecha Futura	%	Población Objetiva
2014	-176.921	15%	26.538
2015	-178.522	17%	30.348
2016	-180.234	19%	34.244
2017	-182.059	21%	38.232
2018	-184.001	23%	42.320

Fuente: INEC

Elaborado: Autor

4.1.1.7. Perspectiva de la investigación

Dado que el objetivo de este proyecto es estudiar la posibilidad para la creación de una empresa especializada en diseñar y elaborar prótesis dentales, realizaremos un estudio exploratorio de carácter cuantitativo para recabar información y conocer cuáles son los gustos, preferencias y necesidades.

Con este estudio de mercado pretendemos entender cuál sería el comportamiento de la población con respecto a la creación de esta empresa, en específico su tendencia, aceptación e identificar relaciones potenciales entre variables.

Lo principal que queremos conseguir de este estudio son conclusiones que nos puedan ayudar a tomar las mejores decisiones en forma objetiva a lo largo del desarrollo de este trabajo.

4.1.1.8. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Las empresas que realizan prótesis dentales no han seguido una tendencia de crecimiento en los últimos años. Ya que constituye una parte fundamental de la imagen de la misma.

Existe una escasa competencia entre las empresas del sector, lo que se traduce en la facilidad de diferenciarse a través de la cartera de servicios ofertados.

El presente estudio indico los siguientes resultados:

Se pudo identificar que las empresas Odontológicas que existen en el casco comercial de la ciudad Quevedo, no elaboran las suficientes prótesis. Es decir no están satisfaciendo a sus clientes.

El 47% de los encuestados prefieren visitar otros centros odontológicos, debido a que el 63% de ellos no se sienten satisfechos con los servicios que ellos les ofrecen.

El 63% de los encuestados no recomendarían estos centros debido al servicio que recibieron y sobre todo por la atención.

El 100% de los encuestados dan vía libre a la creación de un nuevo centro odontológico con características mejoradas que cumplan al máximo con los requerimientos de ellos.

4.1.1.9. Validación y tabulación de datos

Pregunta 1. ¿Sabe usted lo que es una prótesis dental?

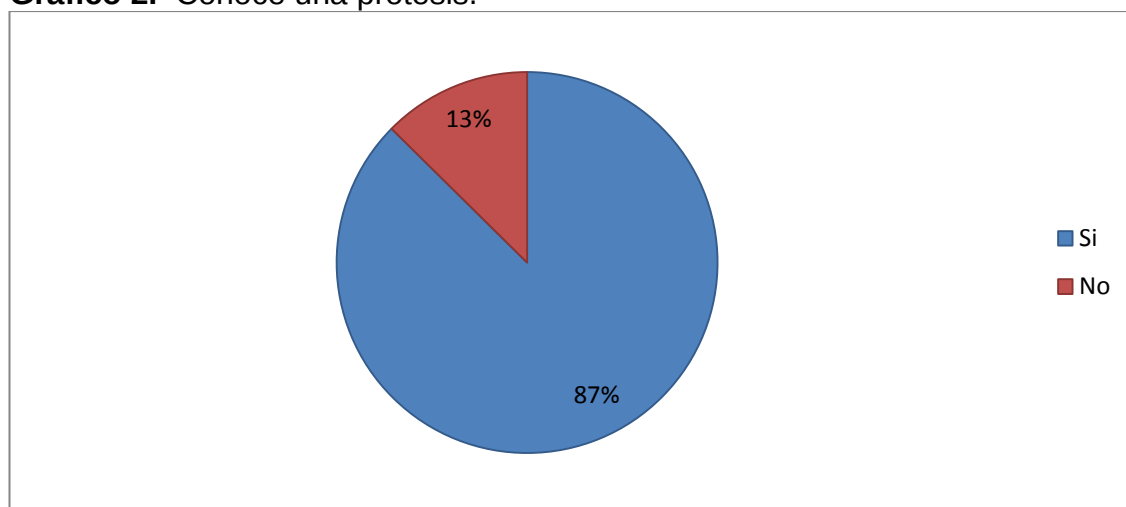
Cuadro 7. Conoce una prótesis.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	215	87%
No	31	13%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 2. Conoce una prótesis.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 2, podemos observar que las 246 encuestas que se realizaron en el Cantón Quevedo el 87% de los entrevistados respondieron que si tienen conocimiento de lo que es una prótesis dental, mientras que con una minoría del 13% desconocen de esto.

Pregunta 2. ¿Conoce usted algún lugar donde diseñen y elaboren prótesis dentales?

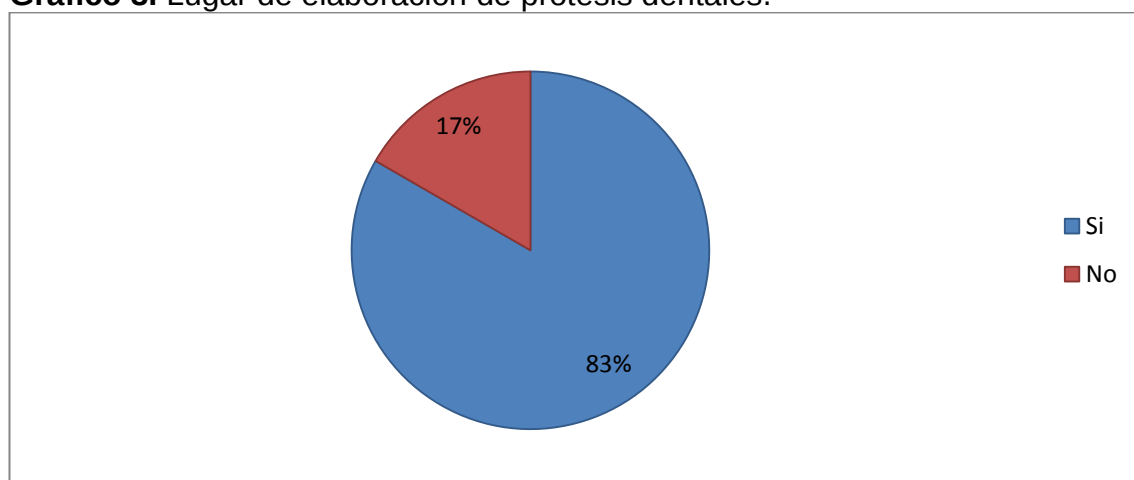
Cuadro 8. Lugar de elaboración de prótesis dentales.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	205	83%
No	41	17%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 3. Lugar de elaboración de prótesis dentales.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 3, el 83% de los encuestados respondieron si tienen conocimiento de lugares donde diseñan y elaboran prótesis dental y un 17% no tiene conocimiento.

Pregunta 3. ¿De los siguientes lugares ha cual ha asistido usted?

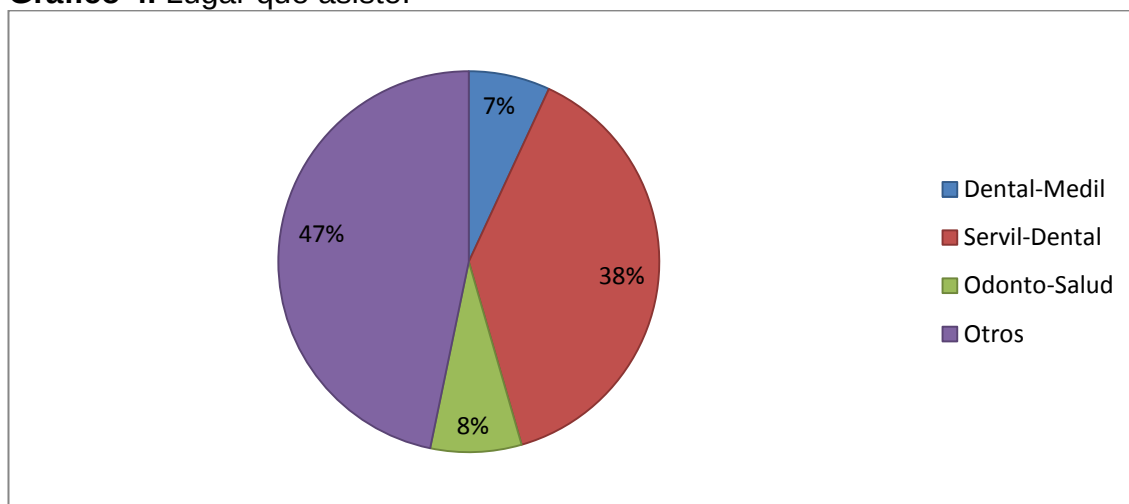
Cuadro 9. Lugar que asiste.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Dental-Medil	17	7%
Servil-Dental	95	38%
Odonto-Salud	19	8%
Otros	115	47%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 4. Lugar que asiste.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 4, tenemos como resultado que los encuestados con un 47% acuden más a otros lugares y el 38% acude a Servil-Dental, siendo este uno de los más acudidos por los encuestados.

Pregunta 4. ¿El servicio antes recibido de las empresas mencionadas fue?

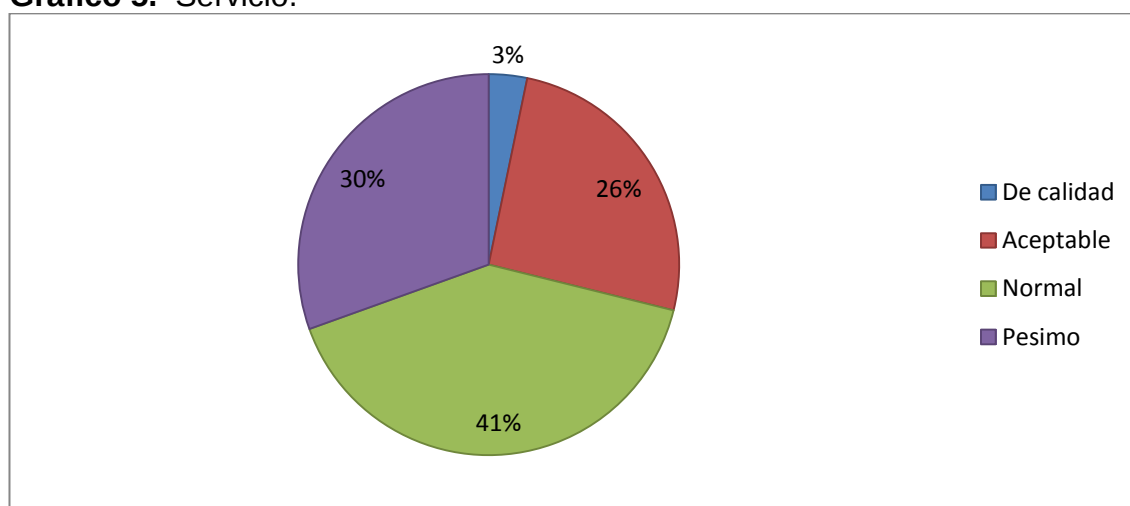
Cuadro 10. Servicio.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De calidad	8	3%
Aceptable	95	39%
Normal	120	49%
Pésimo	23	9%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 5. Servicio.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 5, el 49% de los encuestados dicen que el servicio es normal y un 39% dicen que es aceptable dándonos un indicio favorable en el que vamos a incursionar ya que ni uno de los encuestados tiene conceptos agradables en cuanto al servicio recibido.

Pregunta 5. ¿Se siente a gusto con el servicio brindado por las empresas antes mencionada?

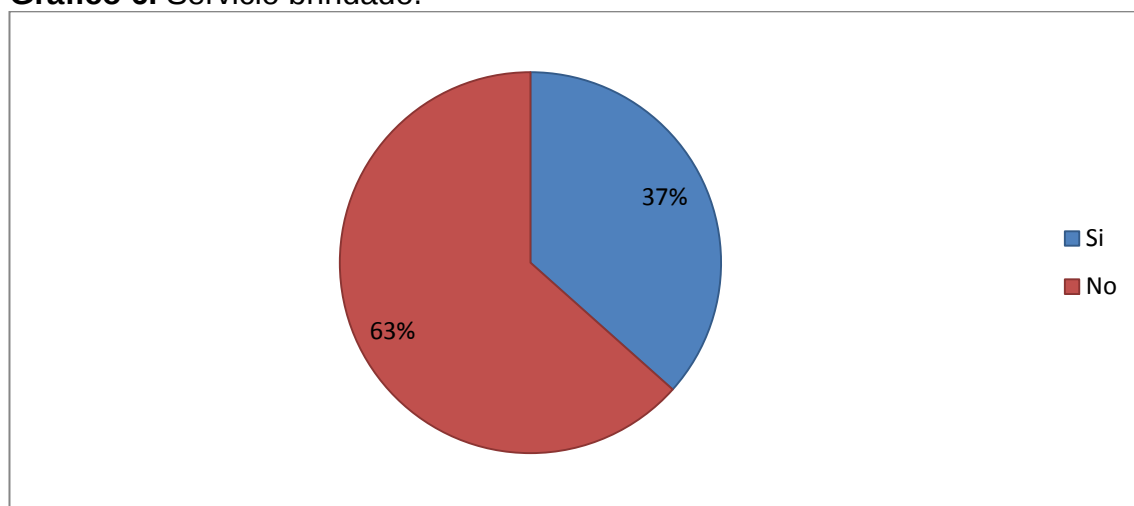
Cuadro 11. Servicio brindado.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	90	37%
No	156	63%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 6. Servicio brindado.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 6, podemos observar que el 63% de los encuestados no se sienten a gusto con los servicios recibidos de parte de los centros odontológicos y solo un 37% de ellos si se sienten a gusto con el servicio.

Pregunta 6. ¿Recomendaría usted a otras personas ese lugar?

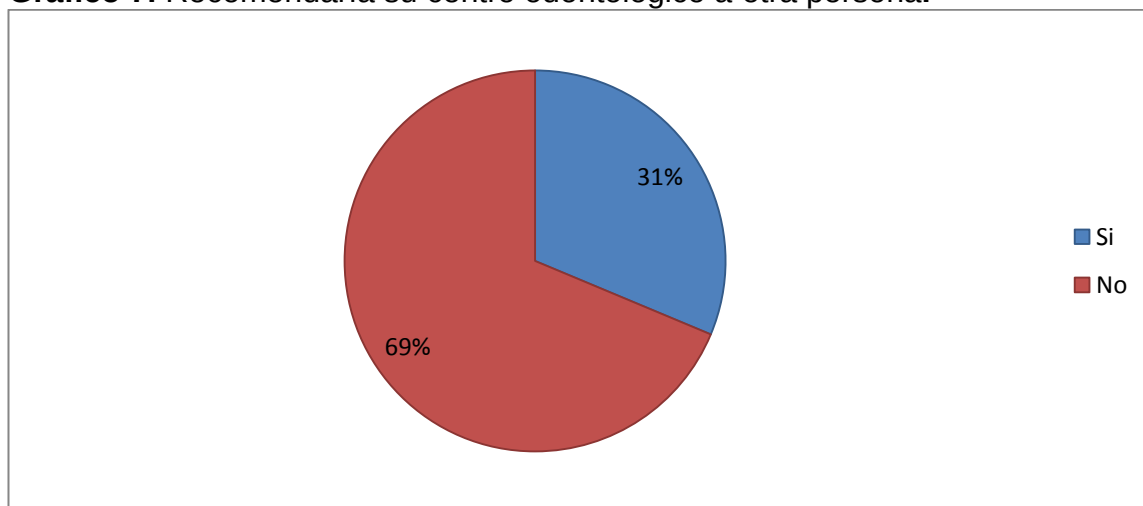
Cuadro 12. Recomendaría su centro odontológico a otra persona.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	31%
No	169	69%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 7. Recomendaría su centro odontológico a otra persona.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 7, vemos que un 69% de los encuestados no recomendarían sus centros odontológicos ya que estos no han llenado sus expectativas mientras que el 31% de ello si lo harían.

Pregunta 7. ¿Con que frecuencia acude al dentista?

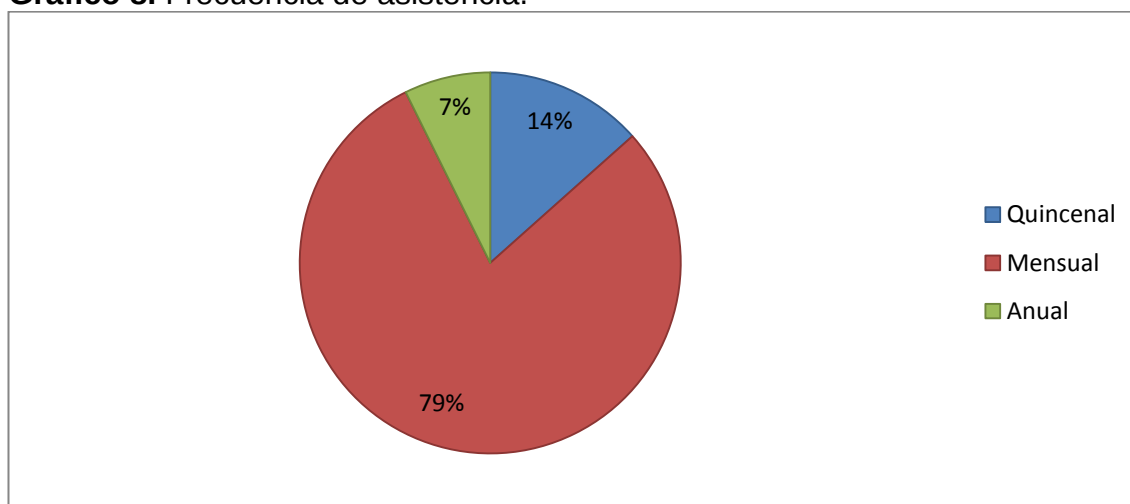
Cuadro 13. Frecuencia de asistencia.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Quincenalmente	33	14%
Mensualmente	195	79%
Anualmente	18	7%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 8. Frecuencia de asistencia.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 8, la mayoría de los encuestados con un porcentaje del 79% acuden mensualmente al odontólogo, mientras que el 7% acuden anualmente y un porcentaje del 14% de los encuestados acude quincenalmente.

Pregunta 8. ¿Qué valor gasta?

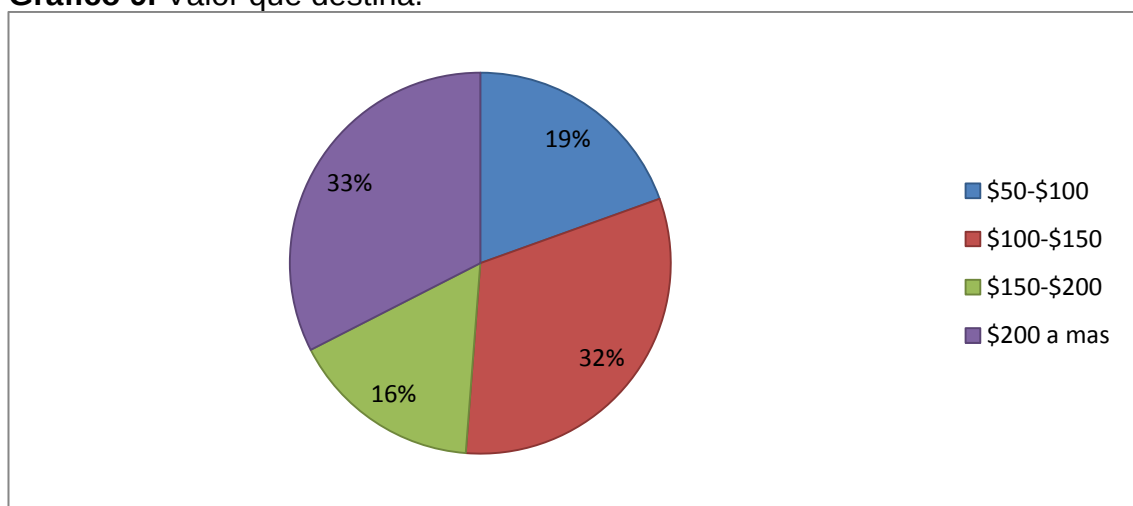
Cuadro 14. Valor que destina.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$50-\$100	48	19%
\$100-\$150	77	32%
\$150-\$200	41	16%
\$200 a mas	80	33%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 9. Valor que destina.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 9, observamos que un porcentaje mayor del 32% gastan de 100 a 150 dólares al momento de visitar el odontólogo y un 33% gasta más de 200 dólares.

Pregunta 9. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales que cumpla con todos sus requerimientos?

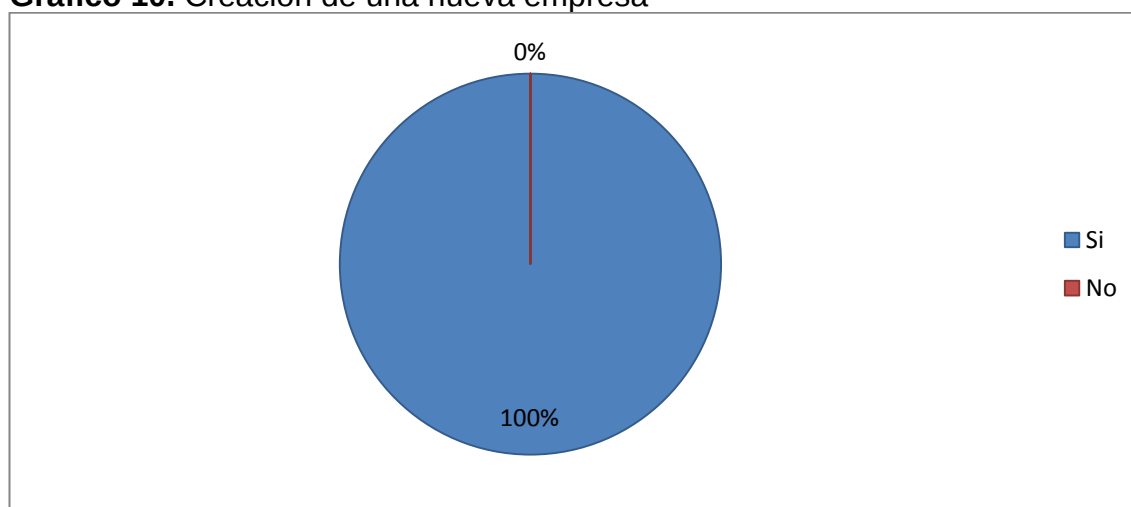
Cuadro 15. Creación de una nueva empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	246	100%
No	0	0%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 10. Creación de una nueva empresa



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 10, el 100% de los encuestados manifestaron que si están de acuerdo y dan vía libre a la creación de una nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales en el Cantón Quevedo.

Pregunta 10. ¿Le gustaría que nuestra empresa le brindé un buen servicio y una buena atención al momento de realizar sus prótesis dentales?

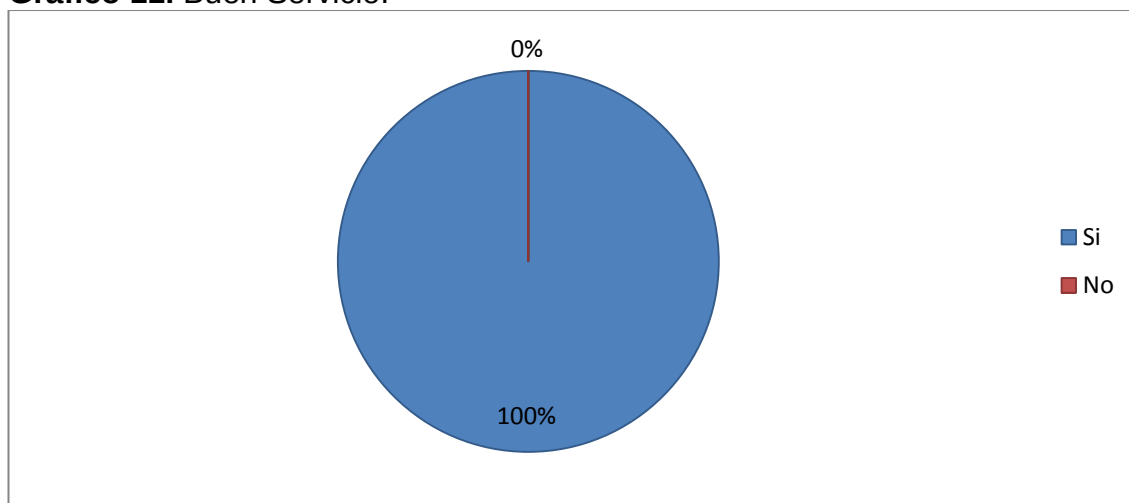
Cuadro 16. Buen Servicio.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	246	100%
No	0	0%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 11. Buen Servicio.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 11, el 100% de los de los encuestados si desean un buen servicio y buena atención al momento de visitar una empresa odontológica.

Pregunta 11. ¿Cómo le gustaría que sea el servicio que nuestra empresa les brinde?

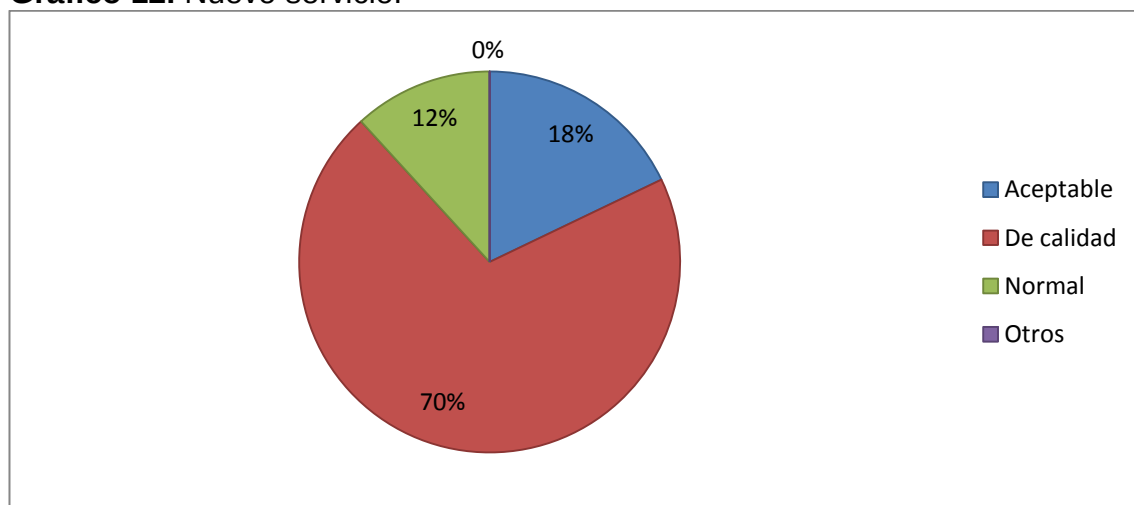
Cuadro 17. Nuevo servicio.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aceptable	44	18%
De calidad	173	70%
Normal	29	12%
Otros	0	0%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 12. Nuevo servicio.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 12, el 70% de los encuestados prefieren un servicio de calidad ya que ellos se sienten inconforme con los servicios que están adquiriendo en otras empresas.

Pregunta 12. ¿De los siguientes precios cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el servicio que nuestra empresa le ofrezca?

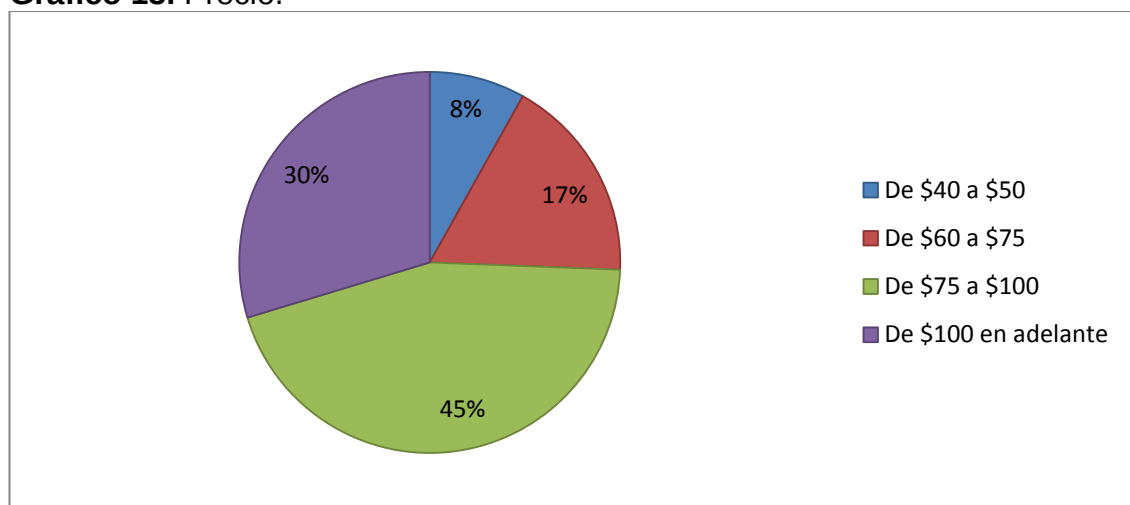
Cuadro 18. Precio.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De \$40 a \$50	20	8%
De \$60 a \$75	43	17%
De \$75 a \$100	110	45%
De \$100 en adelante	73	30%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 13. Precio.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 13, el 45% de los encuestados estarían dispuestos a pagar de \$ 75 a 100 dólares por los servicios adquiridos, el 30% estaría dispuesto a pagar de \$ 100 dólares en adelante.

Pregunta 13. ¿De qué forma le gustaría realizar sus pagos?

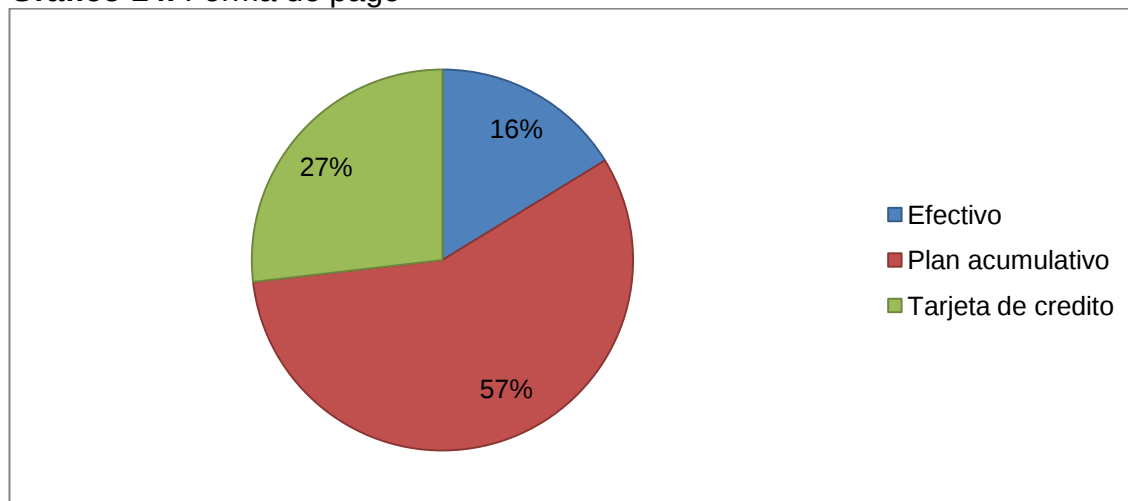
Cuadro 19. Forma de pago

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	40	16%
Plan acumulativo	140	57%
Tarjeta de crédito	66	27%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 14. Forma de pago



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 14, de los siguientes encuestados el 57% piensan que la manera más conveniente para pagar por sus prótesis sería en plan acumulativo, un 27% optan por tarjetas de crédito y un mínimo con el 16% les gustaría cancelar en efectivo.

Pregunta 14. ¿De los siguientes medios publicitarios cuál de ellos es el que más utiliza para su información?

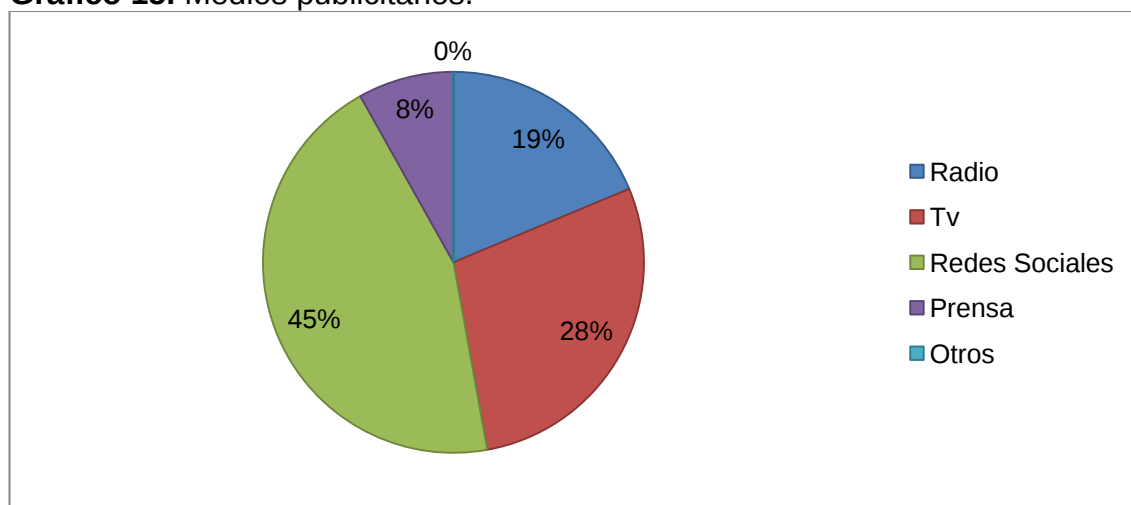
Cuadro 20. Medios publicitarios.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio	46	19%
Tv	70	28%
Redes Sociales	110	45%
Prensa	20	8%
Otros	0	0%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 15. Medios publicitarios.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 15, un 45% de los encuestados utilizan más el medio de redes sociales ya que es hoy en día uno de los medios de comunicación más útil y un mínimo porcentaje del 8% utiliza la prensa.

Pregunta 15. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría que esté ubicada nuestra empresa?

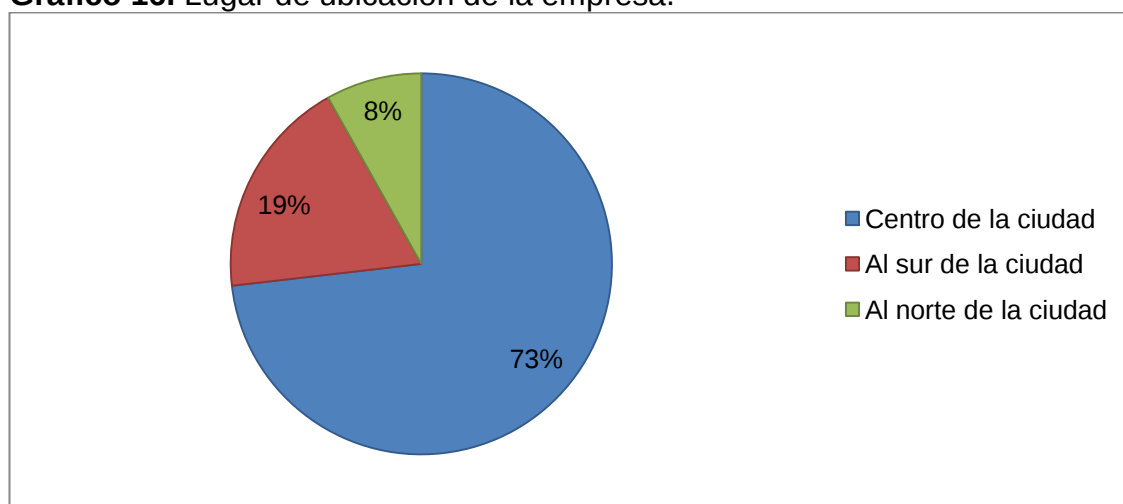
Cuadro 21. Lugar de ubicación de la empresa.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la ciudad	180	73%
Al sur de la ciudad	46	19%
Al norte de la ciudad	20	8%
Total	246	100%

Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 16. Lugar de ubicación de la empresa.



Fuente: Ciudadanía de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 16, el 73% de las personas encuestadas les gustaría que el nuevo negocio se encuentre ubicado en el centro de la ciudad ya que es más cómodo y menos peligros dicen los encuestados.

ENCUESTA REALIZADA A LOS ODONTÓLOGOS

Pregunta 1. ¿Realiza usted sus propias prótesis dentales?

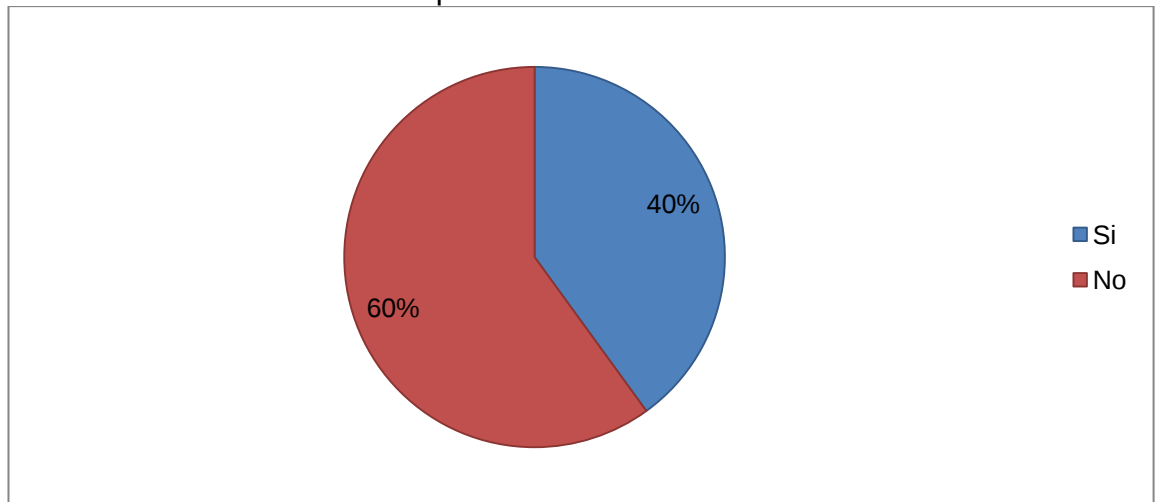
Cuadro 22. Realiza usted las prótesis.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	40%
No	12	60%
Total	20	100%

Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 17. Realiza usted las prótesis.



Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 17, Como podemos ver el 60% de los odontólogos no elaboran ellos mismos sus prótesis dental y con un porcentaje mínimo del 40% dicen que si elaboran ellos mismos sus prótesis.

Pregunta 2. ¿Conoce usted algún lugar en el cantón Quevedo donde realicen las prótesis dentales?

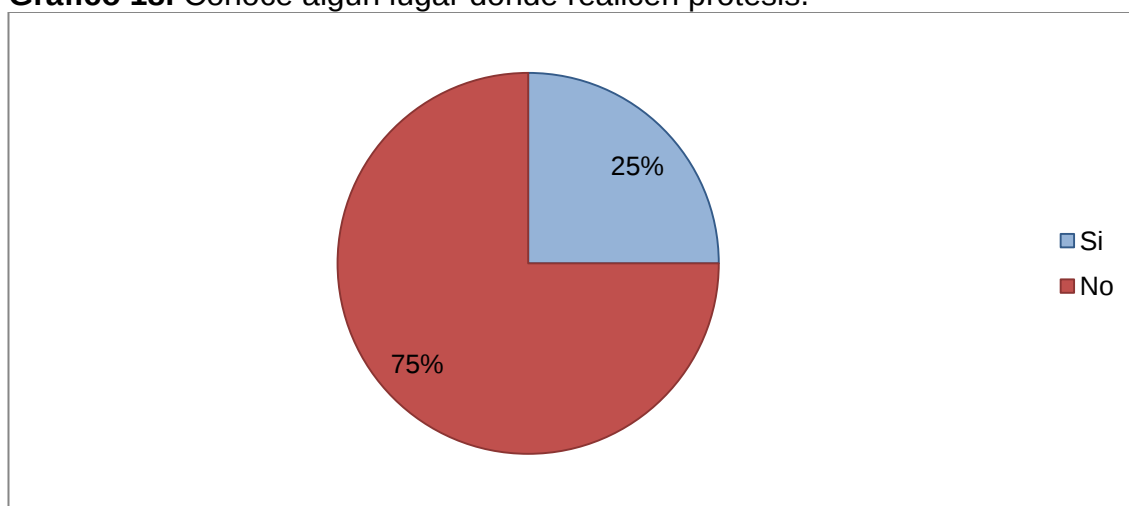
Cuadro 23. Conoce algún lugar donde realicen prótesis.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	25%
No	15	75%
Total	20	100%

Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 18. Conoce algún lugar donde realicen prótesis.



Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 18, observamos que una gran cantidad de los odontólogos con el 75% no conocen un lugar donde ellos mismos elaboren sus prótesis dental y un mínimo porcentaje del 25% dicen que sí.

Pregunta 3 ¿El servicio que recibió fue?

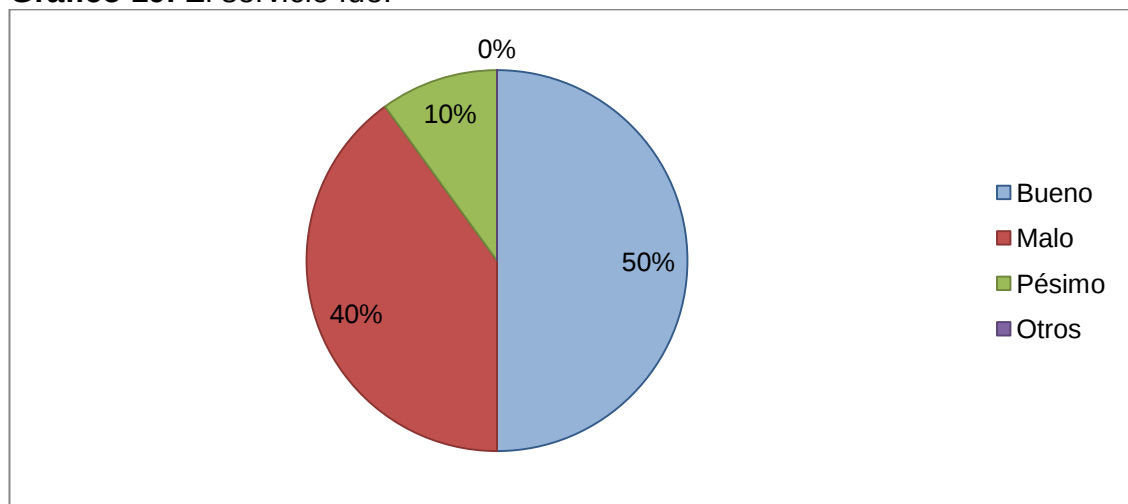
Cuadro 24. El servicio fue.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	10	50%
Malo	8	40%
Pésimo	2	10%
Otros	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 19. El servicio fue.



Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 19, la mayoría de los odontólogos encuestados con el 50% dicen que el servicio que ellos han adquirido en otros centros odontológicos es bueno.

Pregunta 4 ¿Con qué frecuencia realiza usted las prótesis dentales?

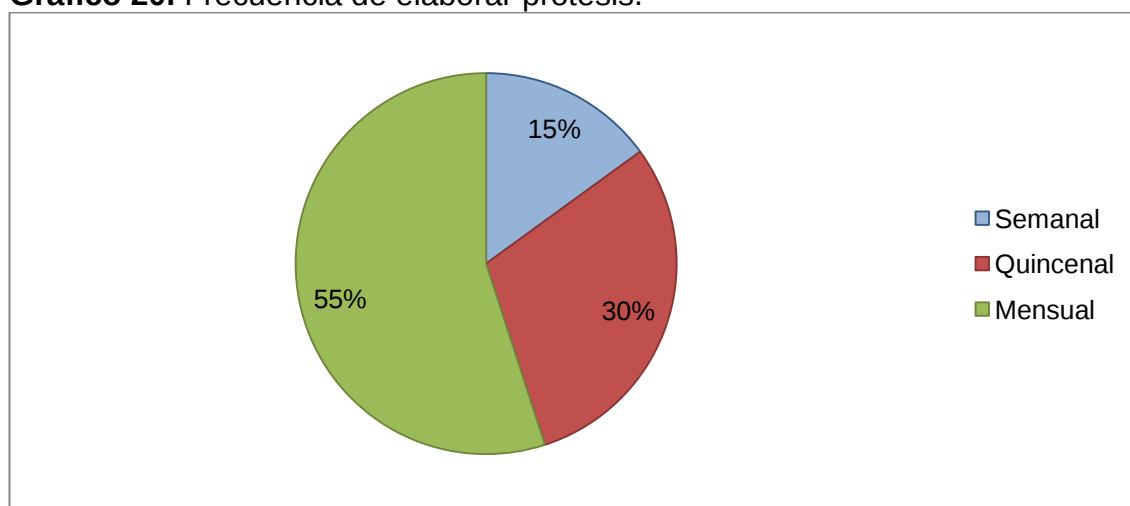
Cuadro 25. Frecuencia de elaborar prótesis.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	3	15%
Quincenal	6	30%
Mensual	11	55%
Total	20	100%

Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 20. Frecuencia de elaborar prótesis.



Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 20, un 55% de los odontólogos dicen que ellos elaboran sus prótesis dentales mensualmente, un 30% dice que quincenalmente y un mínimo porcentaje con el 15% dice que semanal.

Pregunta 5 ¿De los siguientes tipos de prótesis cual recomienda al realizar el trabajo de sus pacientes?

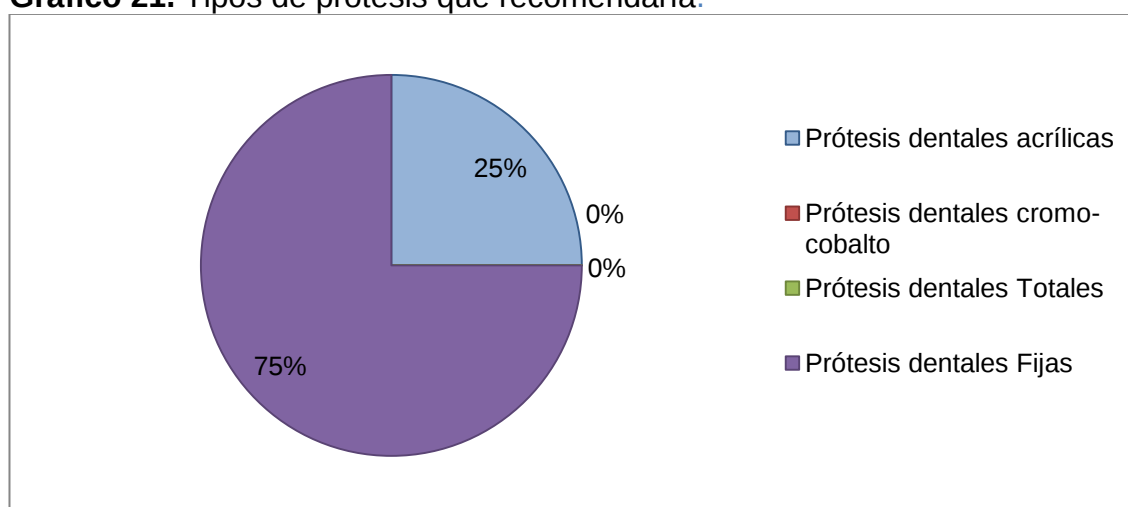
Cuadro 26. Tipos de prótesis que recomendaría.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Prótesis dentales acrílicas	5	25%
Prótesis dentales cromo-cobalto	0	0%
Prótesis dentales Totales	0	0%
Prótesis dentales Fijas	15	75%
Total	20	100%

Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 21. Tipos de prótesis que recomendaría.



Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 21, según los resultados 75% de los odontólogos recomiendan a los pacientes las prótesis dentales fijas y un 25% recomiendan las prótesis dentales acrílicas.

Pregunta 6 ¿Cuánto es el valor que gasta al realizar cada tipo de prótesis dentales?

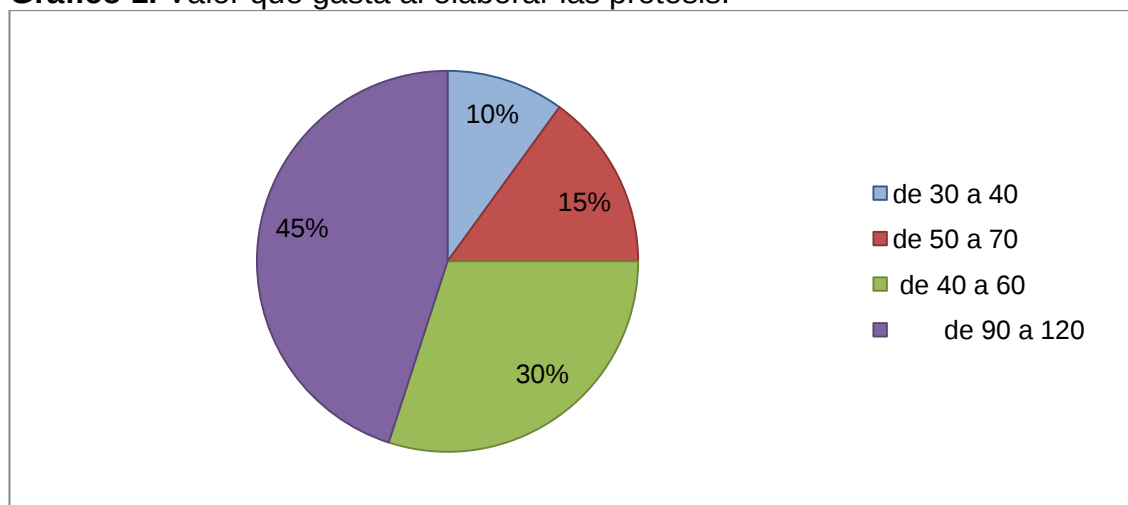
Cuadro 27. Valor que gasta al elaborar las prótesis.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
15 a 20	2	10%
30 a 35	3	15%
40 a 50	6	30%
60 a 75	9	45%
Total	20	100%

Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 1. Valor que gasta al elaborar las prótesis.



Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 22, los encuestados con un porcentaje del 45% de los odontólogos al momento de elaborar las prótesis gastan de \$60 a 75 dólares al momento de realizar sus prótesis dentales

Pregunta 7 ¿Estaría de acuerdo con la creación de una nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales en el cantón Quevedo?

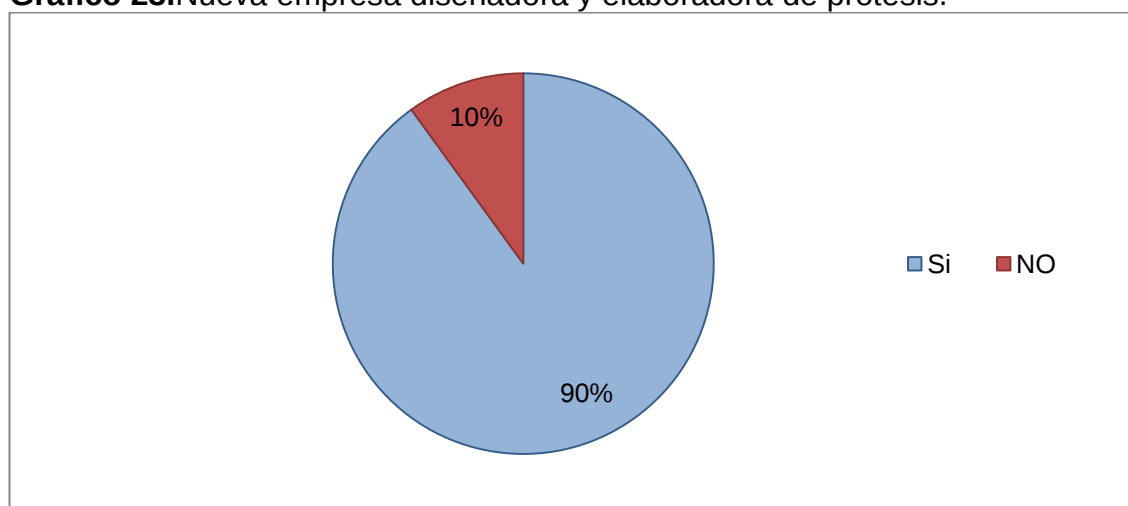
Cuadro 28. Nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90%
No	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 23.Nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis.



Fuente: Odontólogos de Quevedo

Elaborado: Autor

Análisis.

En el gráfico 23, con un porcentaje del 90% los odontólogos si desean que se cree una nueva empresa elaboradora y diseñadora de prótesis dentales ya que en sus mayorías no realizan ellos mismos las prótesis dentales.

4.1.2. Estudio Técnico

Realizar un estudio técnico que permita proporcionar la información necesaria para la elaboración del proyecto.

Hipótesis

El estudio técnico determinará la estructura y funciones de la empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores en el Cantón Quevedo.

4.1.2.1 Misión y visión de la empresa

Misión

Satisfacer al máximo las expectativas del cliente, estableciendo una relación de confianza y amistad, optimizando al máximo sus recursos, ofreciendo un servicio garantizado.

Visión

Ser una institución líder en el mercado brindando un servicio diferenciado, personalizado y eficiente que exceda las expectativas de nuestros clientes.

4.1.2.2. Políticas

- Mantener nuestra imagen
- El cliente siempre tiene la razón
- Todos los colaboradores deben mantener un comportamiento ético
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad

- La calidad de nuestro trabajo debe ser nuestro punto más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente
- Reconocimiento al personal por ideas de mejora y/o ahorro de la empresa
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación

4.1.2.3. Reglas

- Realizar todo trabajo con excelencia
- Todo empleado debe de usar su uniforme completo
- Mantener limpio y ordenado el consultorio para una buena impresión del cliente
- Hacer su trabajo sin distracciones
- Los empleados cuentan con un horario de almuerzo el cual tiene que ser respetado.
- Tener puntualidad

4.1.2.4. Valores

- Puntualidad
- Calidad
- Responsabilidad
- Seguridad
- Libertad
- Honestidad
- Innovación

4.1.2.5. Nombre de la empresa

La empresa objeto de estudio, es una empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014. El nombre que llevara la empresa será **“MUNDO SIN CARIES”**, la misma que estará dirigida a toda la ciudadanía y a sus alrededores del Cantón.

4.1.2.6. Logotipo y eslogan de la empresa



Figura 1. Logotipo

4.1.2.7. FODA

Cuadro 29. FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Personal capacitado	Competencia desleal
Capacidad de diversificación en los servicios ofrecidos	Inexistencia de planes de capacitación
Materiales y equipos óptimos actualizados.	Mercados con precios bajos
Precios competitivos	Incremento en el costo de los materiales
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Adquisición de nuevos implementos	Presencia de competencia indirecta
Cientes insatisfechos	Inseguridad del entorno
Crecimiento dinámico del mercado	Desequilibrio económico del mercado
Sector no explotado al 100%	Incertidumbre del entorno político nacional

Elaborado: Autor

4.1.2.8. Marketing mix

El Marketing MIX para el centro odontológico es el siguiente:

Características del servicio y productos

El centro Odontológico “**MUNDO SIN CARIES**” será un lugar que proporcione seguridad, calidad en sus productos y una agradable decoración para sus clientes.

Atenderá en los siguientes horarios:

Cuadro 30. HORARIOS DE ATENCIÓN

DÍAS	HORARIOS
Lunes a Viernes	9:30 a 13:30 y de 14:30 a 18:30
Sábados	9:30 a 17:30

Elaborado: Autor

4.1.2.9. Principales Productos que se comercializaran en “Mundo sin Caries”

Se brindaran toda clase de servicios odontológicos pero en especial se diseñara y elaborara prótesis dentales como.

Productos

Prótesis dentales acrílicas

Prótesis dentales cromo-cobalto

Prótesis dentales totales

Prótesis dentales fijas

Precio

El precio que se ha fijado para las Prótesis varía entre los \$ **100 a \$ 200** dependiendo como deseen pagar.

Promoción

La promoción del centro odontológico **“MUNDO SIN CARIES”**, será la siguiente:

- ✓ Rueda de prensa en Radio Viva para el lanzamiento.
- ✓ Descuentos especiales en la inauguración.
- ✓ Se realizará convenio con Rey Tv, con la finalidad de que se realice publicidad en el canal de tal manera que la publicidad del centro odontológico sea vista por todos.
- ✓ Espacios publicitarios en diario La Hora para que nuestro Cantón conozca el servicio satisfactorio que se brindara el centro odontológico.

Plaza

El mercado objetivo serán las familias del Cantón Quevedo, atendiendo en horarios de 09h30 a 18h30.

4.1.2.10. Plan de Medios

Cuadro 31. Plan de Medios de TV

Medio	Concepto	Tiempo	Horario	Valor Mensual	Valor Total
TV. REY	Una pauta diaria	12 Meses	Noticiero estelar	175,00	2100,00
TOTAL					\$2.100,00

Elaborado: Autor

Cuadro 32. Plan de medios de Radio

Medio	Concepto	Tiempo	Horario	Valor Mensual	Valor Total
Radio Viva	6 pautas semanal	12Meses	Partidos del D. Quevedo	83,33	1000,00
TOTAL					\$1.000,00

Elaborado: Autor

Cuadro 33. Plan de medios de Diario la Hora

Medio	Concepto	Tiempo	Horario	Valor Mensual	Valor Total
Diario “La Hora”	1 espacio publicitario dominical	12 Meses	Página de clasificados	75,00	900,00
TOTAL					\$9.00,00

Elaborado: Autor

4.1.2.11. Presupuesto general de plan de medios

Cuadro 34. Presupuesto

Medio	Concepto	Tiempo	Horario	Valor Mensual	Valor Total
TV. REY	Una pauta diaria	12 Meses	Noticiero estelar	175,00	2100,00
TOTAL					\$2.100,00
Radio Viva	6 pautas semanal	12Meses	Partidos del D. Quevedo	83,33	1000,00
TOTAL					\$1.000,00
Diario “La Hora”	1 espacio publicitario dominical	12 Meses	Página de clasificados	75,00	900,00
TOTAL					\$9.00,00
TOTALES					\$4.000,00

Elaborado: Autor

4.1.2.12. Canales de distribución

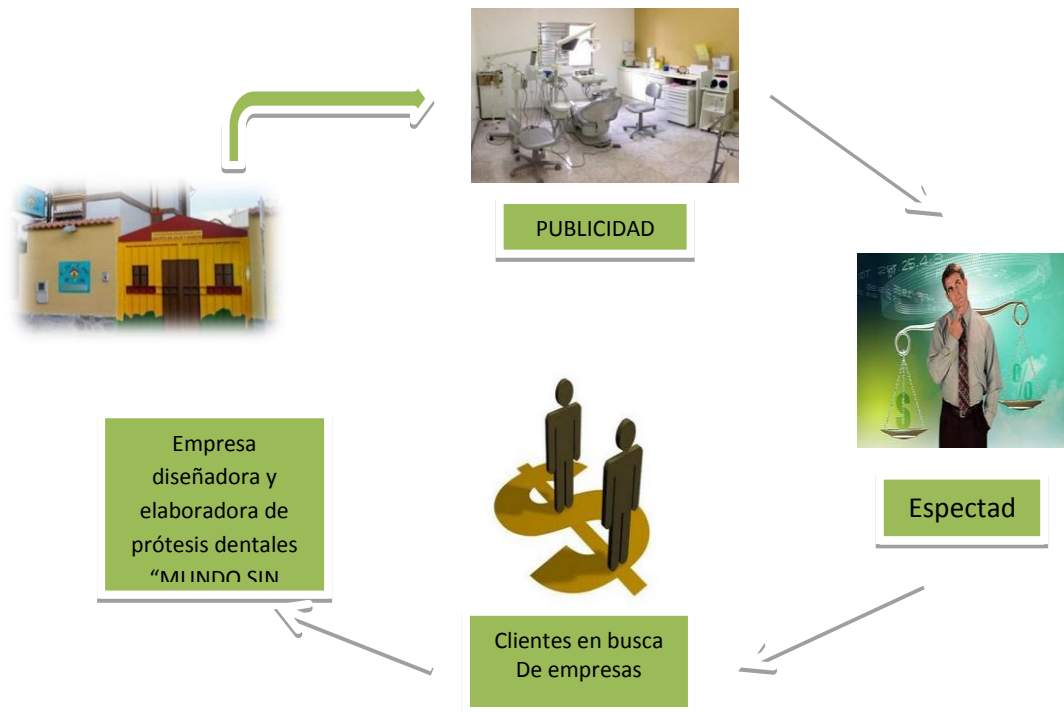


Figura 2. Canales de comercialización

Mercado meta

La empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales **"MUNDO SIN CARIES"**, estará dirigida a toda la ciudadanía y a sus alrededores del Cantón.

Posicionamiento del mercado

La empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales **"MUNDO SIN CARIES"** tiene como finalidad, posicionarse como líder del mercado del Cantón en lo que se refiere a la preferencia y atención de la demanda del cuidado dental.

4.1.2.13. Localización

Macro localización

La empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales “**MUNDO SIN CRIES**”, estará ubicada en el cantón Quevedo provincia de LOS RIOS región costa.



Figura 3. Macro localización

Micro localización

MUNDO SIN CRIES se encuentra ubicada en la Parroquia San Camilo en la calle Camilo Arévalo.



Figura 4. Ubicación del centro Odontológico

4.1.2.14. Tecnología e ingeniería

Plano de la infraestructura



Figura 5. Plano de la infraestructura

La empresa **“MUNDO SIN CARIES”** contará con ingeniería especializada para su funcionamiento.

Ingeniería civil

La empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales **“MUNDO SIN CARIES”** Ubicada en la parroquia San Camilo, prestará sus servicios en un local que funcionará en un lugar alquilado, constituido por la siguiente estructura física:

Materiales

Techo (dura techo)

Piso (Cerámica)

Puerta (Enrollable)

Ambiente

La empresa **“MUNDO SIN CARIES”**, destinará recursos para mantener los siguientes parámetros en sus instalaciones.

Temperatura

La empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales, deberá mantener una temperatura de 22° en sus instalaciones, para poder garantizar a sus colaboradores un ambiente de trabajo agradable y especialmente para brindar un mejor servicio a sus clientes.

Luminosidad

Contará con un alumbrado de 4 lámparas de 6 fluorescentes cada uno de 40w.

4.1.2.15. Organigrama

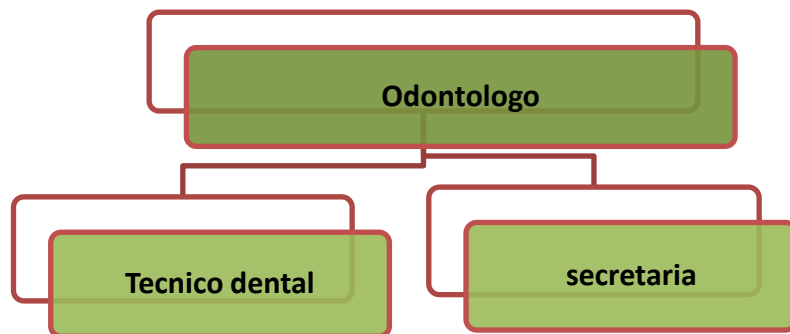


Figura 6. Organigrama del Centro Odontológico

4.1.2.16. Funciones de los colaboradores del centro odontológico

El Centro Odontológico **“Mundo Sin Caries”** cuenta con su odontólogo, un Técnico dental y una secretaria. Quienes llevarán el orden del centro.

Odontólogo.- Es quien Dirige, controla, planifica, coordina y distribuye el trabajo diario de todas las tareas que se realizan en el centro odontológico, por sus capacidades y estudio, es el responsable del negocio de él depende el buen funcionamiento del negocio, tiene un sueldo de 1.471,08 mensual. Debe tramitar todos los movimientos del mismo.

Técnico dental.- Es el que realiza las prótesis dentales, debe saludar siempre con una sonrisa amistosa ya que de eso depende que los clientes se sientan bien satisfechos y vuelvan al negocio.

Secretaria.- Es la encargada de darle una buena vista al centro odontológico ya que su atención debe ser también una prioridad, Recibe los pagos de los clientes, prepara el reporte de caja diariamente, Colabora en la selección del personal requerido en el centro odontológico.

4.1.2.17. Gestión de recursos humanos

Todos los colaboradores deberán pasar por un proceso de selección, ya que se requiere de un personal plenamente ajustado a los perfiles de los cargos requeridos, que al final, deben comprometerse a mantener un servicio con calidad y de mejora continua.

Los empleados oscilaran en un rango de edad de 23 a 35 años, de nivel académico universitario.

Los trabajadores recibirán regularmente capacitación en áreas como:

- Relaciones Humanas.
- Atención de Quejas y Reclamos.
- Uso y manejo de los materiales.
- Evaluación continúa de su trabajo.

4.1.2.18. Comercialización y ventas

En esta actividad es donde el personal brinda un asesoramiento a los clientes antes de adquirir el servicio en el que se dará la opción más conveniente de acuerdo a los requerimientos del cliente. Teniendo siempre la más cordial atención y tiempo disponible ya que los clientes son la base fundamental de nuestro negocio.

4.1.2.19. Nómina de pagos mensual y anual

Cuadro 35. Sueldos Salariales

Personal	Sueldo mensual	Aporte patronal 11.15% + aporte SECAP IECE 1%	subtotal sueldos	Décimo tercero Mensual	Décimo cuarto Mensual	Total mensual	Total Anual
Odontólogo	1500	182,25	1317,75	125,00	28,33	1471,08	17.653,00
Técnico dental	500	60,75	439,25	41,67	28,33	509,25	6.111,00
Secretaria	340	41,31	298,69	28,33	28,33	355,36	4.264,28
Total	2.340,00	284,31	2.055,69	195,00	85,00	2.335,69	28.028,28

Elaborado: Autor

4.1.2.20. Inventario de material y equipos a utilizar

Cuadro 36. Inventario de material, equipo y muebles

DETALLE	VALOR
Pieza de alicate ADERER 3 PICOS TC	1250,00
Pinzas	216,00
Recortadora de Modelo	1220,00
Yeso modelo	953,95
Bandejas de acero	85,00
Cama odontológica	1112,00
Juego de muebles	1200,00
Camillas	828,05
Sillas	250,00
Computadora	1500,00
Acondicionador	1000,00
Dispensador de agua	70,00
Lámpara led	520,00
Total	10.205

Elaborado: Autor

4.1.2.21. Depreciación de muebles

Cuadro 37. Depreciación

DETALLE	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
Pieza de alicate	1250,00	3	416,66
Pinzas	216,00	3	216,66
Molduras	1220,00	3	406,66
Bandejas de acero	85,00	3	28,35
Cama odontológica	1112,00	3	370,66
Juego de muebles	1200,00	5	240,00
Camillas	828,05	3	276,02
Sillas	250,00	3	83,33
Computadora	1500,00	5	300,00
Acondicionador	1000,00	5	200,00
Dispensador de agua	70,00	3	23,33
Lámpara	520,00	3	173,33
TOTAL			2.735,00

Elaborado: Autor

4.1.2.22. Acondicionamiento del local

Cuadro 38. Acondicionamiento local

Cantidad	Detalle	Total
1	Pintura y pintada del local	1.500
1	Instalaciones de luz	500
1	Instalaciones de mobiliarios	1.000
	Total	3.000

Elaborado: Autor

4.1.2.23. Conclusiones

“Mundo Sin Caries” tendrá valores y políticas que ayudaran a dar una buena atención a los clientes y beneficiaran al recurso humano del mismo.

El centro odontológico **“Mundo sin Caries”** contará con un recurso humano capacitado en la atención y servicio al cliente.

“Mundo sin Caries” estará ubicado en un lugar adecuado para la comercialización de los productos con el fin de captar el mercado Quevedeño.

4.1.3. Estudio económico financiero

Determinar un estudio económico financiero donde se especifiquen los ingresos, egresos y costos del Plan de Negocio.

Hipótesis

El estudio económico financiero determinará si la rentabilidad del Plan de Negocio es viable.

4.1.3.1. Recursos financieros

Para la puesta en marcha del negocio se solicitara un crédito bancario, el cual financiara el proyecto de la siguiente manera:

Crédito Bancario \$ 10.000 con una tasa de interés del 62% anual.

4.1.3.2. Inversión

Cuadro 39. Inversión

Rubro	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Alquiler de local	Alquiler mensual de local para consultorio	3	500,00	1.500,00
Adecuación de Local	Adecuación con divisiones para consultas, sala de esperas y oficina administrativa	1	3.000,00	3.000,00
Maquinaria y equipos	Compra de maquinarias y herramientas para consultorio odontológico	1	3.205,00	3.205,00
Muebles y enseres	Compra de Mobiliario y equipos para adecuación del local	1	5.000,00	5.000,00
Materia Prima	Compra de materia prima e implementos requeridos para brindar el servicio	1	2.000,00	2.000,00
Publicidad	Publicidad de arranque del negocio	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL				16.205,00

Elaborado: Autor

4.1.3.3. Proyección de ventas

Cuadro 40. Ventas proyectadas

Ventas		Anual									
		1		2		3		4		5	
Concepto	Precio	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$	Cantidad	\$
Consultas	5	2.400,00	12.000,00	2.458	12.288,00	2.517	12.582,91	2.577	12.884,90	2.639	13.194,14
Corona	25	1.000,00	25.000,00	1.024	25.600,00	1.049	26.214,40	1.074	26.843,55	1.100	27.487,79
Profilaxis	25	500,00	12.500,00	512	12.800,00	524	13.107,20	537	13.421,77	550	13.743,90
Extracciones	15	2.000,00	30.000,00	2.048	30.720,00	2.097	31.457,28	2.147	32.212,25	2.199	32.985,35
TOTALES			79.500,00		81.408,00		83.361,79		85.362,48		87.411,17

Elaborado: Autor

4.1.3.4. Financiamiento

La empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales “**Mundo Sin Caries**” requerirá \$ 16.205,00 de los cuales el 38% será financiados con recursos propios del inversionista y el 62% por un préstamo bancario.

Cuadro 41. Financiamiento

CAPITAL PROPIO	6.205,00	38%
PRÉSTAMO BANCARIO	10.000	62%
TOTAL INVERSIÓN	16.205,00	100%

Elaborado: Autor

Cuadro 42. Préstamo

PAGO	10.000,00
Tasa interés	13,5%
Plazo en años	5
Periodos por años	1
Valor actual	(\$ 2.877,91)

Elaborado: Autor

4.1.3.5. Tabla de amortización

Cuadro 43. Amortización

Años	Pago Anual	Interés	Capital	Saldo
				-10.000
1	(\$ 2.877,91)	-1350	(\$ 1.527,91)	(\$ 8.472,09)
2	(\$ 2.877,91)	(\$ 1.143,73)	(\$ 1.734,18)	(\$ 6.737,91)
3	(\$ 2.877,91)	(\$ 909,62)	(\$ 1.968,29)	(\$ 4.769,62)
4	(\$ 2.877,91)	(\$ 643,90)	(\$ 2.234,01)	(\$ 2.535,60)
5	(\$ 2.877,91)	(\$ 342,31)	(\$ 2.535,60)	(\$ 0,00)
TOTAL	(\$ 14.389,55)	(\$ 4.389,55)	(\$ 10.000,00)	

Elaborado: Autor

4.1.3.6. Detalle de gastos

Cuadro 44. Gastos Administrativos

N°	Nomina	Cantidad	Sueldo
1	Odontólogo	1	1.500,00
2	Enfermera	1	500,00
3	Conserje	1	340,00
	TOTAL		28.080,00
	Decimos 3ro		2.340,00
	Decimos 4To		1.020,00
	Aporte IESS(-)		3.411,72
	TOTAL		28.028,28

Elaborado: Autor

Cuadro 45. Gastos de Publicidad

N°	Descripción	Valor total
1	Tv	2.100,00
	Radio	1.000,00
2	Material de imprenta	900,00
	TOTAL	4.000,00

Elaborado: Autor

Cuadro 46. Gastos de Operación y Mantenimiento

N°	COMPONENTES	VALOR (\$)
1	Insumos y materiales	2.000,00
	Materiales de oficina	1.200,00
4	Servicios básicos	1.800,00
	TOTAL COSTOS	5.000,00

Elaborado: Autor

Cuadro 47. Gastos varios

N°	COMPONENTES	VALOR (\$)
2	Imprevistos	1.000,00
	TOTAL COSTOS	1.000,00

Elaborado: Autor

4.1.3.7. Flujo de efectivo

Cuadro 48. Flujo de efectivo proyectado

INGRESOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRESTAMO BANCARIO	\$ (10.000,00)					
CAPITAL PROPIO	\$ (6.205,00)					
Consultas		\$ 12.000,00	\$ 12.288,00	\$ 12.582,91	\$ 12.884,90	\$ 13.194,14
Corona		\$ 25.000,00	\$ 25.600,00	\$ 26.214,40	\$ 26.843,55	\$ 27.487,79
Profilaxis		\$ 12.500,00	\$ 12.800,00	\$ 13.107,20	\$ 13.421,77	\$ 13.743,90
Extracciones		\$ 30.000,00	\$ 30.720,00	\$ 31.457,28	\$ 32.212,25	\$ 32.985,35
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 79.500,00	\$ 81.408,00	\$ 83.361,79	\$ 85.362,48	\$ 87.411,17
GASTOS						
Gastos administrativos		\$ 28.028,28	\$ 28.028,28	\$ 28.028,28	\$ 28.028,28	\$ 28.028,28
Gastos de publicidad		\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Gastos de operación y mantenimiento		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Gastos varios		\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Depreciación acumulada		2.735,00	2.735,00	2.735,00	2.735,00	2.735,00
Pago de préstamo		\$ 2.877,91	\$ 2.877,91	\$ 2.877,91	\$ 2.877,91	\$ 2.877,91
TOTAL GASTOS	\$ (16.205,00)	\$ 43.641,19	\$ 43.641,19	\$ 43.641,19	\$ 43.641,19	\$ 43.641,19
FLUJO NETO	\$ (16.205,00)	\$ 35.858,81	\$ 37.766,81	\$ 39.720,60	\$ 41.721,29	\$ 43.769,98

Elaborado: Autor

4.1.3.8. Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro 49. Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Concepto	Anual				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	79.500,00	81.408,00	83.361,79	85.362,48	87.411,17
(=) Utilidad Bruta	79.500,00	81.408,00	83.361,79	85.362,48	87.411,17
Gastos administrativos	28.028,28	28.028,28	28.028,28	28.028,28	28.028,28
Gastos de publicidad	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Gastos de operación y mantenimiento	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
gastos varios	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Depreciación acumulada	2.735,00	2.735,00	2.735,00	2.735,00	2.735,00
Pago de préstamo	2.877,91	2.877,91	2.877,91	2.877,91	2.877,91
Total gastos	43.641,19	43.641,19	43.641,19	43.641,19	43.641,19
(=) Útil. Antes de Impuesto	35.858,81	37.766,81	39.720,60	41.721,29	43.769,98
(-) Impuestos 22%	7.888,94	8.308,70	8.738,53	9.178,68	9.629,40
(-) Repartición de Utilidades 15%	5.378,82	5.665,02	5.958,09	6.258,19	6.565,50
(=) Perdida Liquida/ utilidad	22.591,05	23.793,09	25.023,98	26.284,41	27.575,09

Elaborado: Autor

4.1.3.9. Indicadores financieros

Cuadro 50. indicadores financieros TIR VAN Y B/C

TASA DE INTERÉS	13,5%
VAN	\$ 105.947,30
TIR	2,26%
VAN BENEFICIO	\$ 253.830,04
VAN COSTO	\$ 119.327,67
RELACIÓN B/C	\$ 2,13

Elaborado: Autor

Análisis de los indicadores financieros TIR, VAN, B/C

VAN: es igual a \$ 105.947,30 siendo un valor positivo indicando que el Plan de Negocio es viable.

TIR: es igual a 2.26% siendo una tasa mayor a la que se utiliza para realizar los cálculos, esto indica que el plan de negocio es rentable para los inversionistas.

Relación beneficio costo: es igual a \$ 2,13 vemos que este valor es evidentemente es mayor que 1, esto nos indica que el Plan de Negocios es viable.

4.1.3.10. Tiempo de recuperación de la inversión

Cuadro 51. Tiempo de recuperación proyectada

CONCEPTO	AÑOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja		\$ 35.858,81	\$ 37.766,81	\$ 39.720,60	\$ 41.721,29	\$ 43.769,98
Inversión	\$16.205,00					
Flujo acumulado		35.858,81	\$ 73.625,62	\$ 113.346,20	\$ 155.067,51	\$ 198.837,49

Elaborado: Autor

$$Pr = \frac{\text{Inversión menos el valor anterior a la recuperación de la inversión}}{\text{La sumatoria hasta el año antes de la recuperación de la inversión}} \text{ por } 365 \text{ días}$$

La sumatoria hasta el año antes de la recuperación de la inversión

$$Pr = 200 \text{ días}$$

4.1.3.11. Punto de equilibrio

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE = \frac{\$ 44.468,28}{1 - \frac{\$ 2000}{\$ 79.500}}$$

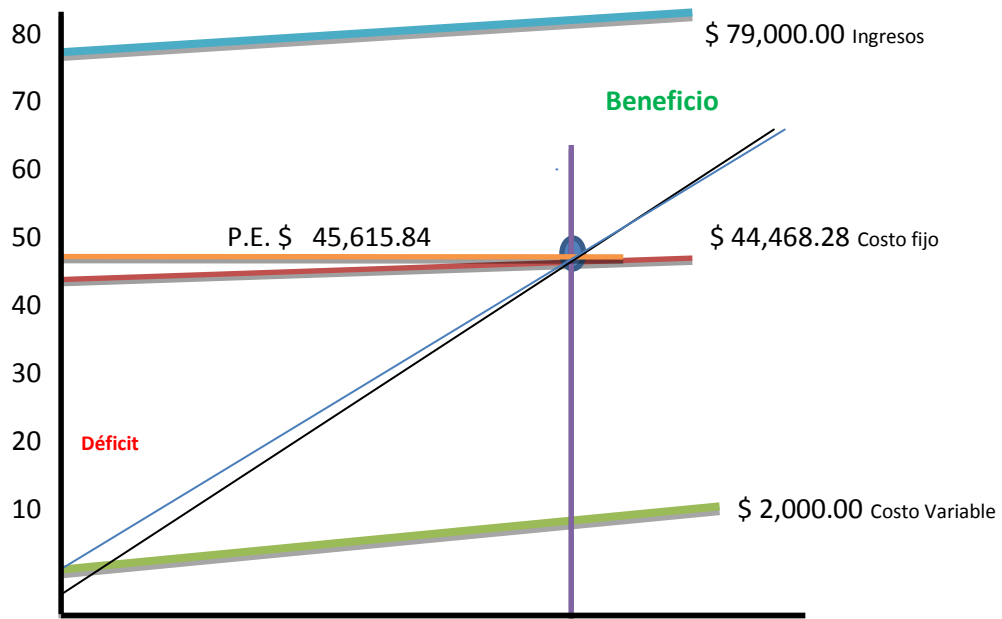
$$PE = \frac{\$ 44.468,28}{1 - 0,025}$$

$$PE = \frac{\$ 44.468,28}{0,97}$$

$$PE = \$ 45.615,84$$

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Gráfico 24. Punto de equilibrio



4.2. Discusión

Según ÁNGELA BRULL “Plan de Negocio” CLÍNICA DENTAL ÁNGELA BRULL.

La razón por la que he elegido éste tema para realizar un plan de empresa es porque considero que el mundo de la odontología es interesante a la hora de emprender un negocio ya que abarca a todo tipo de público, siendo un servicio básico con el inconveniente que el sistema nacional de salud no abarca los servicios de la odontología, siendo una gran ventaja para éste sector de la sanidad y una oportunidad para crear una clínica dental.

El principal objetivo de este Trabajo Final de Carrera, es llevar a cabo un plan de empresa, con el fin de estudiar la viabilidad económica, técnica y financiera, obteniendo un conocimiento global de todos los factores que van a influir en éste plan de empresa, tanto externos como interno.

Contradiendo que el “Plan de Negocio para la creación de una empresa diseñadora y elaborador de prótesis dentales, Cantón Quevedo, año 2014” está enfocado no solo a realizar prótesis dentales si no en brindarles un buen servicio, una linda sonrías y una mejor calidad de vida los clientes.

Este Plan de Negocio tiene una gran aportación a la ciudadanía Quevedeña ya que cuenta con la tecnología y el conocimiento necesario para brindar un servicio de calidad y cumplir con todas las necesidades que el cliente requiera al momento de realizar sus prótesis dentales.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- De acuerdo al estudio de mercado realizado a la población, se pudo determinar que los encuestados no se sienten conforme con los servicios recibidos, brindándonos así un indicio del mercado en el que vamos a incursionar, indicador para la investigación.
- Con el estudio técnico, se deduce que existe un gran porcentaje de posibles clientes y una gran apertura para el desarrollo de esta investigación ya que el negocio cuenta con una ubicación céntrica, y el capital necesario para adquirir los equipos, una vez determinadas las falencias que tiene la empresa será importante establecer parámetros de trabajo que conlleven a la correcta ejecución del Plan de Negocio.
- La aceptación del proyecto, por parte de los encuestados y la viabilidad mostrada en el estudio económico dan vía libre a la puesta en marcha del negocio.

5.2. Recomendaciones

- El mercado meta se muestra asequible, lo cual nos da una pauta para incursionar en él, presentando un servicio con características mejoradas en relación con los ya existentes, basados en los requerimientos y preferencias de los usuarios. Tratando siempre ser los primeros.
- Implantar los métodos que sean necesarios para obtener un mejor funcionamiento tanto de los colaboradores como la de sus altos mandos ya que existe un gran porcentaje de posibles clientes y una gran apertura para esta investigación ya que la empresa elaboradora y diseñadora de prótesis dentales se encuentra ubicada en una zona céntrica del Cantón Quevedo.
- El reflejo de los indicadores económicos, denotan que la puesta en marcha del negocio será viable.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

- Alicea, J. L. "Investigación de mercados". Ediciones Starbook, Madrid, España, 2011.
- Aquino Asca, M. A. "Implementación: El Arte De Convertir Los Planes De Negocios En Resultados Rentables". Ediciones Poder, España, 2005.
- Baca, U. (2009). Proyectos de inversión. Cuarta Edición.- impresión revisada y corregida Pp. 90-92
- BadillaAndino L.V. (2011). Business plan for FarmaciaMillenium. (Unpublished master's thesis). Sistema de Bibliotecas. Universidad de Puerto Rico, Río Piedras Campus.
- Bautista Baez, A. (2009). Plan de Negocios. (Unpublished master's thesis). Sistema de Bibliotecas. Universidad de Puerto Rico, Río Piedras Campus.
- Blanco, C., Blanco, E. "Como elaborar un plan de negocios". Primera Edición M.S.T.V & Video cía.Ltda.México, 2010.
- Banerjee, S. (2009). Start-up company in a recessionary period: NuarVivra's business plan. (Unpublishedmaster'sthesis). Sistema de Bibliotecas. Universidad de Puerto Rico, Río Piedras Campus.
- Bou Vásquez, D. (2007). "Fundamentos de marketing", Ediciones Pirámide, Madrid, España 2009.
- Del libro: Prácticas de la Gestión Empresarial, de Julio García del Junco y Cristóbal Casanueva Rocha, Mc Graw Hill, (2005), Pág. 3
- Espiñeira, M. (2009)N° de páginas: 691 Fecha publicación: 2007 Editorial: McGraw Hill Interamericana Colección: 14ª Edición / Rústica / Castellano / Libro.

- Kotler Philip, Armstrong G. “Fundamentos de marketing”. Pearson ediciones, México, 2006.
- Kotler Philip, “Dirección de Marketing: Conceptos esenciales”, Primera edición. Prentice Hall 2008.
- Maldonado, M. (2008) Auditoría de gestión, economía, ecología, eficacia, eficiencia, ética. editorial luz de américa. Segunda edición. Quito-ecuador.
- URBINA. G. Boca. (2010)Evaluación de Proyectos, Análisis Administrativo del Riesgo. Segunda Edición. Guía para la Presentación de Proyectos. Editores Siglo XXI.
- <http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion9/especial-colombia-comomercado/consumo-y-mercado-masivo-en-colombia-htm>

CAPITULO VII

ANEXOS

Anexo 1.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISEÑADORA Y ELABORADORA DE PRÓTESIS DENTALES, CANTÓN QUEVEDO,

CUESTIONARIO PARA HABITANTES DE LA CUIDAD DE QUEVEDO

Género: Masculino

Femenino

Rango de edades:

18 a 25 ☐ 26 a 35 ☐ 35 a 46 ☐ más 50 ☐

Ingresos:

\$250 ☐ \$340 ☐ \$400 ☐ más \$450 ☐

Nivel de dependencia económica:

Alta ☐ Media ☐ Baja ☐

1. ¿Sabe usted lo que es una prótesis dental?

☐ Si

☐ No

2. ¿Conoce usted algún lugar donde diseñen y elaboren prótesis dental?

☐ Si

☐ No

3. ¿De los siguientes lugares a cual ha asistido usted?

☐ Dental-Medil

☐ Servil- Dental

☐ Odonto-Salud

☐ Otros

4. ¿El servicio recibido de las empresas antes mencionadas fue?

☐ De calidad

☐ Aceptable

☐ Normal

☐ Pésimo

5. ¿Se siente a gusto con el servicio brindado por las empresas antes mencionada?

☐ Si

☐ No

6. ¿Recomendaría usted a otras personas ese lugar?

☐ Si

☐ No

7. ¿Con que frecuencia acude al dentista?

☐ Quincenalmente

☐ Mensualmente

☐ Anualmente

8. ¿Qué valor gasta?

☐ \$50- 100

☐ \$100-150

☐ \$150-200

☐ \$200 a más

9. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales que cumpla con todos sus requerimientos?

☐ Si

☐ No

10. ¿Le gustaría que nuestra empresa les brindé un buen servicio y una buena atención al momento de realizar sus prótesis dentales?

☐ Si

☐ No

11. ¿Cómo le gustaría q sea el servicio que nuestra empresa les brinde?

☐ Aceptable

☐ De calidad

☐ Normal

☐ Otros

12. ¿De los siguientes precios cuanto estaría dispuesto a pagar usted por el servicio que nuestra empresa le ofrezca?

☐ De \$40 a \$50

☐ De \$60 a \$75

☐ De \$75 a \$100

☐ De \$100 en adelante

13.- ¿De qué forma le gustaría realizar sus pagos?

☐ Efectivo

☐ Plan acumulativo

☐ Con tarjeta de crédito

14. ¿De los siguientes medios publicitarios cuál de ellos es el que más utiliza para su información?

☐ RADIO ☐ TV ☐ REDES SOCIALES ☐ PRENSA ESC ☐ OTROS

a) Si su medio de comunicación es radio tache con una X el q más utiliza

☐ Radio viva

☐ Audiorama

☐ RVT

b) Si su medio de comunicación es la TV tache con una X el que más utiliza

- ☐ ROQ
- ☐ REY TV
- ☐ CINE CANAL TV

c) Si su medio de comunicación son las redes sociales tache con una X la que más utiliza

- ☐ FACEBOOK
- ☐ TWITTER
- ☐ INSTAGRAM

d) Si su medio de comunicación es la prensa escrita tache con una X la que más utiliza

- ☐ DIARIO LA HORA
- ☐ EL UNIVERSO
- ☐ DIARIO EXTRA

15. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría que esté ubicada nuestra empresa?

- ☐ Centro de la ciudad
- ☐ Al sur de la ciudad
- ☐ Al norte de la ciudad

ANEXO 2.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISEÑADORA Y ELABORADORA DE PRÓTESIS DENTALES, CANTÓN QUEVEDO,

ENCUESTA REALIZADA A LOS ODONTOLOGOS DE LA CUIDAD DE QUEVEDO

Género: Masculino ☐ Femenino ☐

Rango de edades:

18 a 25 ☐ 26 a 35 ☐ 35 a 46 ☐ más 50 ☐

Ingresos:

\$450 ☐ \$500 ☐ \$650 ☐ más \$800 ☐

Nivel de dependencia económica:

Alta ☐ Media ☐ Baja ☐

1. ¿Realiza usted sus propias prótesis dentales?

☐ Si

☐ No

2. ¿Conoce usted algún lugar en el cantón Quevedo donde realicen las prótesis dentales?

☐ Si

☐ No

3. ¿El servicio que recibió fue?

☐ Bueno

☐ Malo

☐ Pésimo

☐ Otros

4. ¿Con qué frecuencia realiza usted las prótesis dentales?

- ☐ Semanal
- ☐ Quincenal
- ☐ Mensual

5. ¿De los siguientes tipos de prótesis cual recomienda al realizar el trabajo de sus pacientes y señale con una X los que más utiliza?

- ☐ Prótesis dentales acrílicas
- ☐ Prótesis dentales cromo-cobalto
- ☐ Prótesis dentales Totales
- ☐ Prótesis dentales fijas

6. ¿Cuánto es el valor que gasta al realizar cada tipo de prótesis dentales?

Prótesis dentales acrílicas	de 15a 20
Prótesis dentales cromo-cobalto	de 30 a 35
Prótesis dentales Totales	de 40 a 50
Prótesis dentales fijas	de 60 a 75

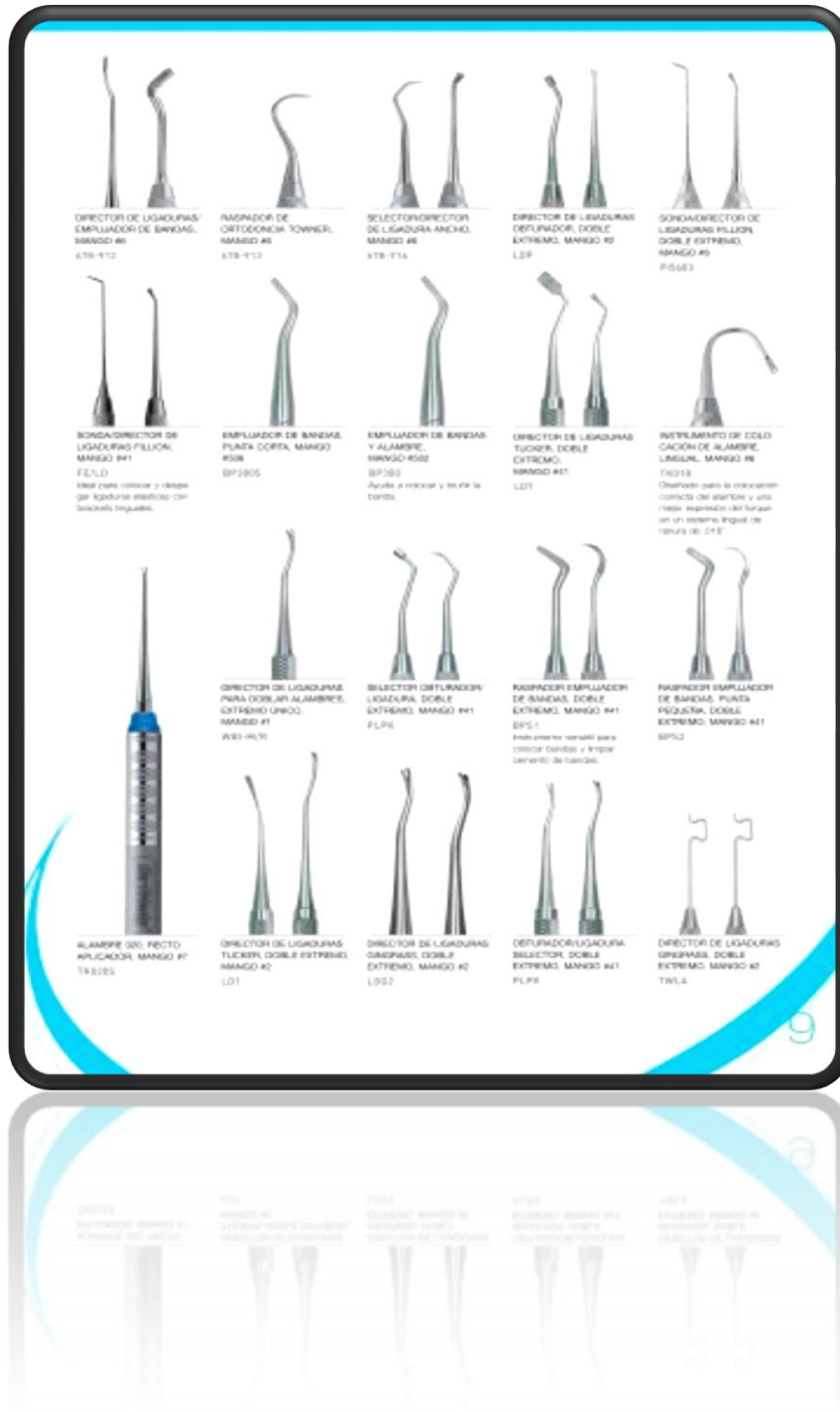
Otros

7. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una nueva empresa diseñadora y elaboradora de prótesis dentales en el cantón Quevedo?

- ☐ Si
- ☐ No

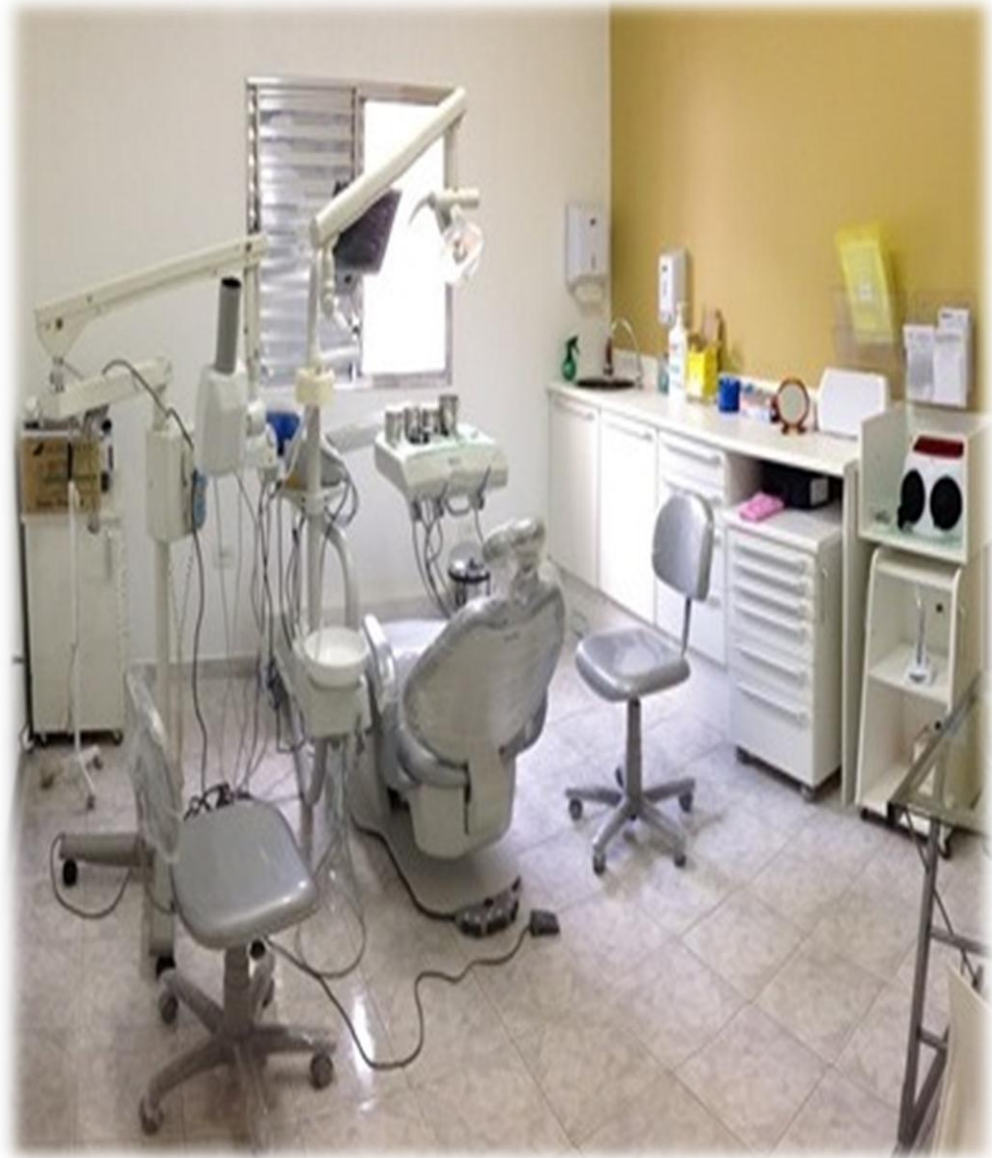
ANEXO 3.

Alicates de ortodoncia



ANEXO 4.

Sala de ortodoncia



ANEXO 5.

Matriz de diagnósticos

Efectos	Causas	Pronósticos	Control del Pronostico
➤ Existen pocas empresas en esta rama que brinden alta calidad. ➤ Infraestructuras inadecuadas en las empresas ya existentes. ➤ Personal sin el suficiente conocimiento de los procesos. ➤ Productos con mal acabado.	➤ Bajo nivel de eficiencia en la actividad. ➤ Empresas poco competitivas. ➤ Bajo nivel de productividad. ➤ Incrementa la posibilidad de crear productos defectuosos.	➤ El personal necesario no está capacitado para crear productos de alta calidad. ➤ Perdida por producto no calificado. ➤ Insatisfacción de los clientes. ➤ Menos ingresos en la comercialización del producto.	➤ Contratar personal calificado. ➤ Capacitación para empleados. ➤ Elaborar productos de calidad. ➤ Establecer normas de calidad.