



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE TERAPIAS DE BIOMAGNETISMO Y FLORES DE
BACH EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PERÍODO 2021**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTOR: MARITZA KRUPSKAYA YEPEZ ALVAREZ

Riobamba – Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE TERAPIAS DE BIOMAGNETISMO Y FLORES DE
BACH EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PERÍODO 2021**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTOR: MARITZA KRUPSKAYA YEPEZ ALVAREZ

DIRECTORA: Ing. ADRIANA MARGARITA MORALES NORIEGA

Riobamba – Ecuador

2021

© 2021, **Maritza Krupskaya Yépez Álvarez**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, MARITZA KRUPSKAYA YÉPEZ ÁLVAREZ, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 10 de Diciembre de 2021



Maritza Krupskaya Yépez Álvarez

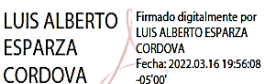
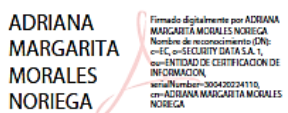
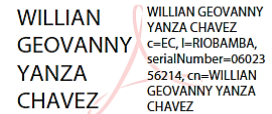
C.C: 060409838-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación. **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE TERAPIAS DE BIOMAGNETISMO Y FLORES DE BACH EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PERIODO 2021**, realizado por la señorita: **MARITZA KRUPSKAYA YEPEZ ALVAREZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Luis Alberto Esparza Córdova PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 LUIS ALBERTO ESPARZA CORDOVA	2021-12-10
Ing. Adriana Margarita Morales Noriega DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN	 ADRIANA MARGARITA MORALES NORIEGA	2021-12-10
Ing. Willian Geovanny Yanza Chávez MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 WILLIAN GEOVANNY YANZA CHAVEZ	2021-12-10

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen de Baños de Agua de Santa que me han ayudado en todo mi proceso de vida estudiantil, por haber sido ese apoyo espiritual que necesite siempre en las adversidades de la carrera. A mis padres, a mi esposo y a toda mi familia por ser parte de este logro ya que me han apoyado moralmente dándome ejemplo de vida, económicamente para la culminación de mi carrera y siempre han estado cuando un obstáculo se presentaba en mi vida personal y estudiantil.

Maritza

AGRADECIMIENTO

El más sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por haberme acogido en sus brazos y por todo lo aprendido durante mi estadía allí. Mi gratitud a Dios y a la Virgen de Baños de Agua de Santa por haber sido ese pilar espiritual al que acudía cuando presentaba dudas. A mis padres y a mi esposo por haber colaborado en todo el proceso que tuve que pasar para llegar hasta este punto de culminación de carrera.

A todos mis familiares que me han apoyado en todas las áreas de mi vida y en especial en mi carrera para convertirme en una profesional.

Maritza

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS.....	xi
INDICE DE FIGURAS.....	xiii
INDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
INDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
SUMMARY/ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO REFERENCIAL.....	8
1.1. Proyecto.....	8
1.1.1. <i>Importancia de un proyecto</i>	8
1.2. Factibilidad	8
1.2.1. <i>Proyecto de factibilidad</i>	8
1.2.1.1. <i>Componentes de un Proyecto de Factibilidad</i>.....	8
1.3. Estudio de Mercado	9
1.3.1. <i>Objetivos del Estudio de Mercado</i>.....	9
1.3.1.1. <i>Investigación de Mercado</i>	10
1.3.1.2. <i>Proyección de Mercado</i>.....	11
1.3.1.3. <i>Fases del Estudio de Mercado</i>.....	11
1.4. Análisis de la Demanda	11
1.4.1. <i>Demanda presente</i>	12
1.4.2. <i>Demanda insatisfecha</i>	12
1.4.3. <i>Demanda proyectada</i>	12
1.5. Análisis de la Oferta.....	12
1.5.1. <i>Oferta presente</i>	13
1.5.2. <i>Oferta futura</i>.....	13
1.5.3. <i>Oferta proyectada</i>	13
1.6. Análisis de los Precios	13
1.7. Canales de distribución o comercialización	14
1.7.1. <i>Canal de distribución de los servicios</i>	14

1.8.	Estudio Técnico	14
1.8.1.	<i>Componentes del estudio técnico</i>	14
1.9.	Estudio Legal	15
1.10.	Estudio Económico	15
1.11.	Estudio Administrativo	16
1.12.	Estudio Financiero	16
1.12.1.	<i>Inversión del Proyecto</i>	16
1.12.2.	<i>Estudio de ingresos</i>	16
1.12.3.	<i>Estados Financieros</i>	17
1.12.3.1.	<i>Estado de resultado</i>	17
1.12.3.2.	<i>Estado de Situación Financiera (Balance General)</i>	17
1.13.	Evaluación Financiera	17
1.13.1.	<i>Valor Actual Neto</i>	17
1.13.2.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	18
1.13.3.	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i>	18
1.13.4.	<i>Punto de Equilibrio</i>	19
1.13.5.	<i>Relación Beneficio-Costo</i>	19
1.14.	Marco Conceptual	19
1.15.	Interrogantes de estudio	20
1.16.	Variables	20
1.16.1.	<i>Variable Dependiente</i>	20
1.16.2.	<i>Variable Independiente</i>	20

CAPITULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	21
2.1.	Enfoque de Investigación	21
2.2.	Nivel de Investigación	21
2.2.1.	<i>Investigación Exploratoria</i>	21
2.2.2.	<i>Investigación Descriptiva</i>	21
2.2.3.	<i>Investigación Explicativa</i>	22
2.3.	Diseño de investigación	22
2.3.1.	<i>No experimental</i>	22
2.3.2.	<i>Transversal</i>	22
2.4.	Tipo de estudio	23
2.4.1.	<i>Documental</i>	23
2.4.2.	<i>De Campo</i>	23

2.5.	Población y muestra	23
2.5.1.	<i>Población</i>	23
2.5.2.	<i>Muestra</i>	24
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	25
2.6.1.	<i>Métodos de investigación</i>	25
2.6.2.	<i>Técnicas de recolección de la información</i>	25
2.6.3.	<i>Instrumentos</i>	26
2.7.	Análisis e interpretación de resultados.....	26

CAPITULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	
	42	
3.1.	Discusión del resultado	42
3.2.	Estudio de Mercado	42
3.2.1.	<i>Análisis de la Demanda</i>	42
3.2.2.	<i>Demanda Actual de la muestra</i>	43
3.2.3.	<i>Demanda Actual de la Población</i>	43
3.2.3.1.	<i>Demanda Proyectada</i>	44
3.2.4.	<i>Análisis de la Oferta</i>	44
3.2.4.1.	<i>Oferta Actual (Muestra)</i>	44
3.2.4.2.	<i>Oferta Actual (Población)</i>	45
3.2.4.3.	<i>Oferta Proyectada</i>	45
3.2.5.	<i>Demanda Insatisfecha</i>	46
3.3.	Análisis de Precios	47
3.4.	Análisis de los Canales de Distribución	48
3.4.1.	<i>Canales de Distribución</i>	49
3.4.2.	<i>Estrategias de Comercialización</i>	49
3.5.	Estudio Técnico	50
3.5.1.	<i>Tamaño del Proyecto</i>	50
3.5.2.	<i>Localización</i>	50
3.5.3.	<i>Macro-Localización</i>	50
3.5.4.	<i>Micro-Localización</i>	51
3.5.5.	<i>Distribución Física de la Planta</i>	52
3.5.5.1.	<i>Diagrama de flujo de proceso para el servicio de la terapia de Biomagnetismo</i> ...	53
3.5.5.2.	<i>Diagrama de flujo de proceso para el servicio de la terapia de Flores de Bach</i>	54

3.5.6.	<i>Requerimientos de Ingresos y Gastos</i>	54
3.5.6.1.	<i>Inventario</i>	55
3.5.6.2.	<i>Sueldos y Salarios</i>	55
3.5.6.3.	<i>Costos Indirectos de Fabricación</i>	56
3.5.7.	<i>Inversión Requerida</i>	57
3.5.7.1.	<i>Cuadro de Inversión Inicial</i>	57
3.5.7.2.	<i>Muebles y Enseres</i>	57
3.5.7.3.	<i>Equipo de Cómputo</i>	58
3.5.7.4.	<i>Suministros de Oficina</i>	58
3.5.7.5.	<i>Otros Activos</i>	59
3.5.7.6.	<i>Gastos de Constitución</i>	59
3.5.7.7.	<i>Gastos de Publicidad</i>	60
3.5.7.8.	<i>Gastos de Instalación</i>	60
3.5.8.	<i>Estudio Legal</i>	61
3.5.9.	<i>Estudio Administrativo</i>	62
3.5.9.1.	<i>Aspectos Generales de la Microempresa</i>	62
3.5.9.2.	<i>Logotipo</i>	65
3.5.9.3.	<i>Organigrama</i>	65
3.5.9.4.	<i>Descripción del organigrama</i>	66
3.5.9.5.	<i>Políticas Organizacionales</i>	67
3.5.9.6.	<i>Modelo Operativo</i>	68
3.5.10.	<i>Evaluación Financiera</i>	70
3.5.10.1.	<i>Crédito</i>	70
3.5.11.	<i>Ingresos</i>	71
3.5.12.	<i>Costos</i>	73
3.5.12.1.	<i>Costos Fijos</i>	73
3.5.12.2.	<i>Costos Variables</i>	74
3.5.13.	<i>Estado de Resultados Proyectado</i>	75
3.5.14.	<i>Flujo de Caja Proyectado</i>	76
3.5.15.	<i>Valor Actual Neto</i>	78
3.5.16.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	79
3.5.17.	<i>Período de Recuperación</i>	79
3.5.18.	<i>Punto de Equilibrio</i>	80
3.5.19.	<i>Relación Costo Beneficio</i>	81

CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Edad de las personas encuestadas.....	26
Tabla 2-2:	Sexo de las personas encuestadas.....	27
Tabla 3-2:	Medicina a la que más recurre la población.....	28
Tabla 4-2:	Conoce los beneficios de la medicina alternativa.....	30
Tabla 5-2:	Porque utilizaría la medicina alternativa.....	31
Tabla 6-2:	Cuál de las siguientes terapias se ha realizado.....	32
Tabla 7-2:	Utilizaría Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach.....	33
Tabla 8-2:	Precio que pagarían por las terapias.....	34
Tabla 9-2:	Resultado a obtener de las terapias.....	35
Tabla 10-2:	Porque elegiría tratarse con Biomagnetismo y Flores de Bach.....	36
Tabla 11-2:	Alguna vez acudió a los centros de terapias que se detalla.....	37
Tabla 12-2:	Con que frecuencia acude a estos centros.....	38
Tabla 13-2:	Quien le sugirió acudir a un centro de terapias.....	39
Tabla 14-2:	Estaría dispuesto a utilizar los servicios del centro.....	40
Tabla 1-3:	Precios Máximos y Mínimos.....	43
Tabla 2-3:	Demanda Actual (Muestra).....	43
Tabla 3-3:	Demanda Actual Población.....	43
Tabla 4-3:	Demanda Proyectada 2020 – 2025.....	44
Tabla 5-3:	Oferta Actual en base a la Muestra.....	44
Tabla 6-3:	Oferta Actual de la Población.....	45
Tabla 7-3:	Oferta Proyectada 2020-2025.....	46
Tabla 8-3:	Demanda Insatisfecha.....	46
Tabla 9-3:	Demanda para cubrir el proyecto.....	47
Tabla 10-3:	Análisis de precios de la competencia.....	48
Tabla 11-3:	Inventario Requerido.....	55
Tabla 12-3:	Rol de Pagos (Sueldos y Salarios Requeridos).....	55
Tabla 13-3:	Provisiones por Pagar Sueldos y Salarios.....	56
Tabla 14-3:	Costos Indirectos de Fabricación.....	56
Tabla 15-3:	Cuadro de Inversión Inicial.....	57
Tabla 16-3:	Muebles y Enseres.....	58
Tabla 17-3:	Equipo de Cómputo requerido.....	58
Tabla 18-3:	Suministros de Oficina.....	59
Tabla 19-3:	Otros Activos.....	59
Tabla 20-3:	Gastos de Constitución.....	60

Tabla 21-3:	Gastos de Publicidad	60
Tabla 22-3:	Gastos de Instalación.....	60
Tabla 23-3:	Descripción del puesto de Administrador	66
Tabla 24-3:	Descripción del puesto de Terapeuta.....	66
Tabla 25-3:	Análisis FODA Centro de Terapia	68
Tabla 26-3:	Amortización Préstamo Requerido.....	70
Tabla 27-3:	Flujo de Producción.....	71
Tabla 28-3:	Ingresos	72
Tabla 29-3:	Costos Fijos	73
Tabla 30-3:	Costos Variables.....	74
Tabla 31-3:	Costos Totales	74
Tabla 32-3:	Costos Unitarios	75
Tabla 33-3:	Estado de Resultados Proyectado para 5 años.....	76
Tabla 34-3:	Flujo de Caja Proyectado.....	77
Tabla 35-3:	Valor Actual Neto.....	78
Tabla 36-3:	Tasa de Descuento.....	78
Tabla 37-3:	TIR.....	79
Tabla 38-3:	Período de Recuperación de la Inversión	80
Tabla 39-3:	Ingresos y Costos Anuales.....	80
Tabla 40-3:	Punto de Equilibrio.....	81

INDICE DE FIGURAS

Figura 1-3:	Canal de Distribución	48
Figura 2-3:	Macro localización Chimborazo (Riobamba)	50
Figura 3-3:	Micro Localización Av José Lizarzaburu y, Av 11 de Noviembre.....	51
Figura 4-3:	Distribución de la planta	52
Figura 5-3:	Proceso del Servicio.....	53
Figura 6-3:	Prestación de la terapia de flores de Bach.....	54
Figura 7-3:	Logotipo del Centro de Terapias.....	65
Figura 8-3:	Organigrama del Centro de Terapias	65

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Fases de la Investigación de Mercado	11
Gráfico 2-2:	Edad de las personas encuestados	27
Gráfico 3-2:	Sexo de las personas encuestados.....	28
Gráfico 4-2:	Medicina utilizada para tratar afecciones de salud.....	29
Gráfico 5-2:	Conoce los beneficios de la medicina alternativa.....	30
Gráfico 6-2:	Porque utilizaría la medicina complementaria	31
Gráfico 7-2:	Que terapia se ha realizado.....	32
Gráfico 8-2:	Utilizaría Biomagnetismo y Flores de Bach.....	33
Gráfico 9-2:	Precio que pagarían por las terapias	34
Gráfico 10-2:	Resultado deseado de las terapias.....	35
Gráfico 11-2:	Porque elegiría tratarse con Biomagnetismo y Flores de Bach	36
Gráfico 12-2:	Conoce o se ha hecho atender en algún centro de terapias que se detalla.....	38
Gráfico 13-2:	Con que frecuencia acude a estos centros	39
Gráfico 14-2:	Quien le sugirió acudir a un centro de terapias	40
Gráfico 15-2:	Estaría dispuesto a utilizar los servicios del centro	41
Gráfico 1-3:	Modelo Operativo de la Propuesta	68

INDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: CRONOGRAMA DE TRABAJO

ANEXO C: GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

ANEXO D: GASTO ARRIENDO

ANEXO E: GASTO AMORTIZACIÓN

ANEXO F: GASTO DEPRECIACIÓN

ANEXO G: CAJA-BANCOS

ANEXO H: GASTOS ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue elaborar un proyecto de factibilidad mediante un estudio de mercado para la creación de un Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach en el cantón Riobamba. Para esta investigación se utilizó un enfoque mixto ya que el estudio posee características cualitativas y cuantitativas con un método analítico y deductivo pues son indispensables para el desarrollo de resultados, de igual forma el diseño fue el no experimental pues no requiere pruebas científicas, también se puso en práctica el estudio documental y de campo, dado que se referenció datos bibliográficos y postulados investigados, por último, se manejó un nivel exploratorio y descriptivo. Para recopilar datos se aplicó un cuestionario de 12 preguntas a las 384 personas que fueron la muestra obtenida de la población. Una vez establecidos los parámetros a seguir y analizada la información de las encuestas, se determina que el 84% indica que si utilizaría estas terapias en caso de implementarse el centro, se cree que todavía existe un nicho de mercado pues el 53% no acudido a ningún centro, además se estableció que es factible la creación del Centro pues sus indicadores financieros son positivos, es decir un VAN positivo de \$16228,92, una TIR del 37% y se prevé que dentro de 1 año se recupere la inversión, con un beneficio costo de \$1,55. En Riobamba no existe suficiente oferta de terapias alternativas pues existe un conjunto de personas que creen y acuden a tratarse con esta medicina, sea por el costo o porque es su última alternativa. Además, se recomienda que se realice publicidad agresiva para dar a conocer sobre los beneficios de estas terapias.

Palabras clave: <PROYECTO>, <INVESTIGACIÓN>, <BIOMAGNETISMO>, <FLORES DE BACH>, <TERAPIAS ALTERNATIVAS>.

0411-DBRA-UTP-2022



Firmado electrónicamente por:
**RAFAEL INTY
SALTO**



SUMMARY/ABSTRACT

The objective of the study was to develop a feasibility project through a market study for the creation of a Biomagnetism Center and Bach Flower Therapies in Riobamba city. For this research, a mixed approach was used since the study has qualitative and quantitative characteristics with an analytical and deductive method since they are essential for the development of results. It was a non-experimental design as it does not require scientific tests. Also, a documentary and field study were put into practice due to the bibliographic data and researched postulates were referenced. Finally, an exploratory and descriptive level was handled. To collect data, a questionnaire of 12 questions was applied to the 384 people who were the sample obtained from the population. Once the parameters and the information from the surveys were established and analyzed, it was determined that 84% indicated that they would follow these therapies if a biomagnetism center is implemented. It is believed that there is still a market niche since 53% of the people have not attended any center. It was also established that the creation of biomagnetism center is feasible because its financial indicators are positive, that is to say, a positive NPV of \$16,228.92, an IRR of 37%, and it is expected that the investment will be recovered within 1 year, with a cost-benefit of \$1.55. In Riobamba city, there is not enough offer of alternative therapies and there is a group of people who believe and come to be treated with this medicine, due to the cost or because it is their last alternative. In addition, aggressive marketing is recommended to publicize the benefits of these alternative therapies.

Keywords: <PROJECT>, <RESEARCH>, <BIOMAGNETISM>, <BACH FLOWERS>, <ALTERNATIVE THERAPIES>.

LUIS
FERNANDO
BARRIGA
FRAY



Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2022.03.09
12:55:40 -05'00'

INTRODUCCIÓN

En el cantón Riobamba, como ciudad ancestral del país; es difícil encontrar oferta de terapias alternativas que puedan cubrir con las necesidades de salud en forma natural; debido a que existe una parte de la población que creen y experimentan con este tipo de medicina; de aquí, nace el presente proyecto que busca indagar sobre la utilización de un centro de terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach, que trabajan de forma directa con todos los aspectos corporales, y además su costo comparado con la medicina convencional es más bajo. Al realizar esta investigación se pudo evidenciar muchas carencias por parte del sistema de salud, ya que esta medicina a pesar de haber sido descubierta hace tiempo atrás, se desconoce de su existencia y los beneficios que tiene en la actualidad.

Para desarrollar este proyecto se aborda diversos temas, clasificados en los siguientes capítulos: En el Capítulo I, se establece el marco referencial, donde se abordará todos los temas necesarios para el desarrollo del proyecto; así como los diversos estudios que deben realizarse para determinar la factibilidad del mismo.

En el Capítulo II, se desarrolla el Marco Metodológico, donde se aborda la investigación a realizar, los métodos utilizados; así como las técnicas e instrumentos para la recolección de datos de la investigación.

En el Capítulo III se desarrollará la Investigación, donde se plasmará los resultados obtenidos en el cuestionario y se discutirá en base a los principales resultados obtenidos.

Finalmente se aborda las conclusiones del estudio y recomendaciones para el proyecto; de tal forma que se pueda ejecutar y mantener actualizado en base a los diferentes requerimientos que tendrá a lo largo de su ejecución.

Planteamiento del problema

La Organización Mundial de la Salud (OMS) afirma que el 80% de los habitantes de los países en vías de desarrollo utilizan medicina natural o alternativa para evitar que su tradición desaparezca. Además, realizó una investigación a 140 países, para detectar el empleo de esta medicina y resulta que 40 de ellos, incluido Ecuador ponen en práctica estas terapias. En 2003 recomendó a los gobiernos regular esta medicina a través de una normativa legal.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), afirma que en Ecuador del 100% de su población, el 43% sufre alguna enfermedad, pero solo el 37% acude a un servicio de salud (medicina convencional) mientras que un 48% se auto medica, de este porcentaje la mayoría recurre al uso de medicinas tradicionales, debido al incremento de interés de las personas hacia esta medicina en el país y alrededor del mundo. Las razones por las cuales los pacientes acuden a este tipo de medicina, radican en la insatisfacción y el costo de los tratamientos convencionales. El Ministerio de Salud Pública (MSP) reconoce la práctica de la medicina ancestral y alternativa en los artículos 358, 360 y 363 de la Constitución Ecuatoriana.

Carlos Valarezo estudiante de la Universidad Nacional de Chimborazo realizó un estudio a 5 parroquias urbanas de Riobamba sobre la aceptación de medicina alternativa obteniéndose que el 71% de los encuestados (9116 personas) aceptaría tratarse con este tipo de terapia, ya que han probado en primera instancia la medicina convencional sin resultados satisfactorios, por lo que tuvieron que recurrir a tratamientos alternativos además que representan un costo más bajo.

La Revista Científica de Salud Pública de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo hizo un análisis sobre las patologías que se da en Riobamba y se mencionan varias, como: faringitis (29%), amigdalitis (15%), infecciones del sistema urinario (10%), gastritis (9%), prevalencia de cáncer tiroideo (52%), osteoartritis que prevalece en pacientes del sexo femenino (66,12%) predominio de afectación en rodillas (41,92%), afectación de manos (28,44%), afectación de columna vertebral (17,89%) y finalmente caderas (11,75%). Con relación a patologías crónicas, la hipertensión arterial (13%) y la poli artrosis (10%). Estas son varias patologías derivadas del estrés, y que gracias a su complejidad los individuos buscan otros tratamientos diferentes a los convencionales.

En Riobamba no existe suficiente oferta de terapias alternativas que logren cubrir con las necesidades de salud, ya que existe un conjunto de personas que creen y experimentan con esta medicina ya sea por el costo o simplemente porque es su última alternativa. Además, dichos tratamientos al no ser dañinos tienen la posibilidad de ser usados por personas sin discriminación

de edad. Por esa razón nace la iniciativa de hacer esta investigación sobre la implementación de un centro de terapias de biomagnetismo y flores de Bach que ayuden a curar las patologías mencionadas antes.

Se quiere crear este proyecto para establecer la factibilidad de llevarlo a la práctica a cargo de una persona especializada (familiar directo) que tiene los suficientes conocimientos sobre estas terapias, debido a que obtuvo un título en el Centro de Naturopatía Médico Misael Acosta Solís, y en el Centro de Medicina Ancestral Jatun Yachay Wasi siendo la base para la investigación, puesto que se va a tener de primera mano la información.

Mediante la elaboración del presente proyecto se busca satisfacer las necesidades de salud de un segmento de población formado por hombres y mujeres que serán atendidos por expertos que estarán en constante capacitación, además se dará un seguimiento intentando cumplir con el propósito de cada paciente. Se puede afirmar que se convirtió en un tabú, tratar afecciones con herramientas y medicamentos diversos a los convencionales. Por esa razón se ha ido introduciendo poco a poco nuevos métodos de curación que resultan ser efectivos, como las terapias de biomagnetismo y flores de Bach que actúan de manera directa con todos los puntos corporales, y también por su precio que comparado con la medicina usual es más bajo.

Debido a esta situación se pretende cubrir con esa necesidad de la población mediante la implementación del centro “De Vida Mente”.

Formulación del problema

¿Es factible la creación de un Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach para satisfacer las necesidades de salud de los habitantes del cantón Riobamba Provincia de Chimborazo?

Sistematización del problema

Para el desarrollo de la investigación se plantea 3 interrogantes:

¿Se cuenta con el suficiente fundamento teórico para el desarrollo del proyecto de factibilidad?

¿Es necesario para el proyecto de factibilidad, calcular la demanda insatisfecha?

¿Es esencial aplicar un estudio técnico, económico-financiero para la posible inversión del mismo?

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un proyecto de factibilidad a través de un estudio de mercado para la creación de un Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach en el cantón Riobamba, período 2021

Objetivos específicos

1. Definir el marco teórico referencial bibliográfico, para el desarrollo de la investigación.
2. Establecer las pautas para el estudio de mercado mediante el uso de técnicas y herramientas de la investigación que permitan determinar la demanda insatisfecha y el segmento poblacional a la que será dirigida las terapias.
3. Determinar a través de los resultados de la investigación, la viabilidad de la creación del Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach en Riobamba.

Justificación

Justificación teórica

El proyecto demuestra que estas terapias alternativas si curan ya que mantienen conectados al cuerpo humano, con la mente y espíritu, conforme lo aseguró el Médico que descubrió el biomagnetismo Isaac Goiz cura cualquier tipo de patología combatiendo a virus y bacterias que se albergan en el cuerpo humano. En estas patologías se mencionan algunas como el cáncer de mama, pulmonar, útero, osteoporosis, enfisema pulmonar, insuficiencia renal, leucemia, candidiasis, papiloma virus, VIH, sida, próstata, mal del Parkinson, alzhéimer e infertilidad. Por otro lado, existe el procedimiento con flores de Bach que forman parte de un grupo de esencias naturales usadas para sanar diversos perjuicios emocionales, como el miedo, soledad, angustia, estrés, depresión, tristeza y obsesiones. Por medio del proyecto se pretende examinar teorías ya implementadas por países hermanos para efectuar una indagación fundamentada y comprobada gracias a las referencias bibliográficas. Ya que estas teorías demostraron tener efectos altamente positivos.

Justificación Metodológica

Este proyecto de factibilidad utilizará métodos y técnicas de investigación como la documental, de campo que servirán para obtener resultados para así demostrar la factibilidad del mismo, se realizará una investigación exploratoria, descriptiva y explicativa para describir los procesos de

las terapias de biomagnetismo y flores de Bach, así como la aceptación que tiene el cuerpo humano con estas terapias, el tratamiento que se llevara a cabo depende de la enfermedad y se dará constante seguimiento de la misma, también se utilizará un enfoque mixto, cualitativo a través de encuestas para así obtener resultados de la aceptación de este tipo de medicina dentro del segmento poblacional (Riobamba), y cuantitativo para determinar el número de posibles clientes, costo de cada terapia, y así mismo la inversión inicial para el establecimiento.

Justificación Práctica-Social

Este proyecto pretende ayudar a mantener la salud poblacional, de una manera efectiva y natural, con un costo más económico comparado con los medicamentos convencionales. Mediante este proyecto se quiere generar otras herramientas para tratar enfermedades y curarlas. Además, esta medicina alternativa es recomendable para las personas de todo tipo de edades ya que se trabaja con elementos que no son nocivos para el cuerpo.

A través de la técnica de la encuesta se pretende validar la factibilidad de la creación del centro basado en el uso de terapias alternativas que en los últimos años ha tomado mayor fuerza, debido a que los tratamientos convencionales no siempre resultan efectivos o presentan efectos secundarios. Por eso cada vez es más recurrente que las personas deseen terapias alternativas, ya que generan una gran atracción por su conexión con la filosofía espiritual, religiosidad, la creencia en la naturaleza y la importancia que le da al significado de la muerte y enfermedad.

Antecedentes de Investigación

Se puede mencionar los siguientes temas que han servido como base para desarrollar las investigaciones de tesis, doctorados y se ha captado esa información como referencia para el proyecto de factibilidad:

Según la tesis de Universidad Austral de Chile con el tema “Percepción de usuarios tratados con Biomagnetismo como terapia para el alivio del dolor crónico en la Metrópoli de Valdivia” del año 2013, realizada por (Cárdenas, Collinao, & Mera, 2013) confirma que:

“El objetivo de esta indagación, fue conocer la percepción de usuarios de Biomagnetismo como medicina alternativa/complementaria para el método de dolor crónico, llevando a cabo alusión a las motivaciones que los pacientes tuvieron para elegir una terapia alternativa, describiendo los resultados percibidos individualmente, después se investigó la experiencia que les otorgó, depende mucho del resultado para pronosticar la incidencia de los pacientes en este tipo de

terapias. El método empleado para desarrollar la investigación fue de tipo fenomenológico, el cual se enfoca en la experiencia personal subjetiva de los participantes, pretende reconocer las percepciones individuales de las personas y el sentido de un fenómeno o experiencia.

Este análisis da a conocer la vivencia del usuario de estas terapias, al entrar en un procedimiento distinto a lo utilizado (convencional) usualmente por la mayor parte poblacional. El individuo que lo obtiene ha referido diversos beneficios respecto a su calidad de vida, siendo positiva en el procedimiento para el dolor crónico y/o coadyuvante a la medicina alópata, además de transformarse en un campo alternativo al manejo del profesional de Enfermería en las últimas décadas, donde ya se ha podido observar una tendencia por la medicina natural.

Según la tesis de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas con el tema: “Plan de Negocios para la creación del Centro de Biomagnetismo Equilibrio” del año 2015, realizada por (Arauco, Paredes , & Peña, 2015) establece que:

“Existe en el mercado una constante y muy variada oferta de tratamientos para la salud y belleza, que son alternativos a la medicina convencional, teniendo como actores primordiales a los centros terapéuticos, quienes por medio del tiempo han incorporado una secuencia de “beneficios” para sus pacientes. En la actualidad, se han ampliado las posibilidades de tratamientos dando como consecuencia terapias alternativas y/o complementarias, que muchas veces son más aceptadas por la ideología de las personas, entre ellos la medicina ayurvédica, homeopatía, naturopatía, acupuntura, reflexología, entre otros.

La idea de este proyecto pretende detectar un segmento de mercado que necesita una elección distinta a los tratamientos ofertados en el mercado, quienes buscan usar recursos de la medicina alternativa o complementaria con la esperanza de que tenga un resultado más efectivo, pues estas terapias no son invasivas y no presentan efectos adversos, este tipo de terapias conllevan un procedimiento más natural y efectivo, para no afectar a otras partes de cuerpo”.

Consideramos que la base primordial para realizar el proyecto es la identificación clara del tipo de patología o mal y por consiguiente el procedimiento a llevar a cabo, dándoles un seguimiento constante o periódico para cada paciente hasta terminar con éxito el tratamiento, garantizando de esta forma su mejoría.

Por otra parte, en la investigación de la Universidad del Bío (CHILE), con el tema: “Sistema Biomagnetismo Médico” del año 2017, realizada por (Torres, 2017), determina que:

“Este escrito se presenta para proporcionar correspondencia a los requisitos exigidos por la Universidad de Bío-Bío en el transcurso de titulación para la carrera de Ingeniería Civil en Informática. Se titula “Sistema Biomagnetismo Médico” para el apartamiento de Terapia de Biomagnetismo en la Consulta Médica Integral Bustamante. Inspecciona el deterioro de un instrumento especializado para la culminación de la terapia, utilizando el método como soporte al terapeuta y sistematización de información de los pacientes atendidos en la caja de consulta. Los beneficios que persigue el diseño son optimizar la calidad de la atención, haciendo que el terapeuta tratante se dedique a ejecutar la terapia al paciente, mientras el procedimiento da una base visual de la gran cantidad de datos bases que la terapia necesita para llevarse a cabo. El resultado final es una utilización apta para el terapeuta de la terapia, incluyendo datos de suma relevancia lo que en general se resume en una mejora del servicio prestado hacia los pacientes. Todo ello utilizando herramientas de apoyo informático, tales como Base de datos, IDE, lenguaje de programación Java y aplicando los conocimientos y experiencias adquiridas a través de clases, estudio y prácticas durante la carrera.”

Con esta investigación se aporta para la creación del proyecto debido a la factibilidad resultante de la investigación, en donde la terapia es de suma relevancia para los pacientes atendidos; dando pautas para el desarrollo del presente proyecto.

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO REFERENCIAL

1.1 Proyecto

Un proyecto puede ser definido como el apoyo para solventar las incertidumbres y necesidades humanas de forma perspicaz y eficaz. (Sapag & Sapag, 2008)

Proyecto es una planificación estratégica que describe las actividades futuras enfocadas en la producción de bienes o servicios mediante el empleo de herramientas para satisfacer la necesidad antes mencionada. (Lara, 2016)

1.1.1 Importancia de un proyecto

La importancia de un proyecto radica en que se necesita tener una base investigada y comprobada para tener una mayor seguridad de invertir en el mismo, este proyecto debe presentarse con valores para realizar una comparación con otros proyectos y verificar cual tiene mayor aceptación y rentabilidad. (Lara, 2016)

1.2 Factibilidad

El proyecto de factibilidad es plantear diferentes escenarios en base a información de orden primario con el objetivo de establecer efectos exactos para lograr su realización. (Sapag & Sapag, 2008)

1.2.1 Proyecto de factibilidad

El proyecto de factibilidad trata de la indagación, exploración, averiguación, preparación, planificación y generación de una propuesta que sea viable para generar una solución a conflictos y necesidades que surgen diariamente en una comunidad. (Dubs de Moya, 2015)

1.2.1.1 Componentes de un Proyecto de Factibilidad

Según (Córdoba, 2010), los componentes son:

Estudio de Mercado: Es el punto más clave y crucial ya que da la oportunidad de conocer la competencia y los futuros demandantes.

Estudio Técnico: Tiene como fin identificar el origen y destino del capital de trabajo, los recursos y costos necesarios para el funcionamiento del proyecto.

Estudio Financiero: Tiene como objetivo primordial valorar la viabilidad y rentabilidad que puede producir un proyecto en su ejecución.

1.3 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es considerado como el punto inicial de un proyecto permitiendo la recolección de información para así establecer o asistir una necesidad, que contiene condiciones tanto sociales como económicas, pero otro uso que se le puede dar, también para una evaluación técnica, administrativa, financiera y económica a gran escala que pueden realizar las demás empresas. (Córdoba, 2010)

1.3.1 Objetivos del Estudio de Mercado

Según (Córdoba, 2010), el estudio de mercado de un proyecto debería alcanzar los siguientes objetivos:

- Establecer a través de una investigación bien detallada la demanda insatisfecha
- Delimitar las necesidades de los consumidores, para enfocarse en ese grupo. (Nicho de mercado)
- Identificar a la competencia como precios, calidad de productos y atención a los clientes.
- Proyectar el número de bienes y servicios que obtiene la población para calcular la demanda.
- Comprobar la viabilidad del proyecto a través de indicadores o herramientas financieras.

(Baca, 2010), menciona lo siguiente:

- Verificar la presencia de la demanda insatisfecha en el mercado ya sea virtual o físico, para generar un valor agregado a los bienes o servicios que existe.
- Identificar las directrices de servicios y bienes que anhela obtener la comunidad satisfaciendo así una necesidad para que el producto tenga una gran acogida.

- Reconocer los canales de comercialización o distribución para la obtención de los productos y servicios para los consumidores.
- Dar una respuesta al inversor de la aceptación o rechazo que los usuarios demuestren hacia su idea.

1.3.1.1 Investigación de Mercado

Es un proceso sistemático que se emplea para recopilar información fundamental que colabore en la toma de decisiones mediante la comprobación de la idea a defender, a través de métodos de investigación como encuestas y entrevistas a una población representativa, también conocida como la muestra, que de los resultados muestrales se obtendrá proyecciones por ejemplo para los cálculos de ingresos. (Sapag & Sapag, 2008)

Es el estudio que consiente la evaluación de los componentes del mercado, esto incluye hacer una evaluación de la oferta, demanda y las cuatro “p” del marketing mix (producto, promoción, plaza y precio, por supuesto sin olvidarse de los canales de distribución, debido que, por medio de ellos llega el producto a los consumidores. (Lara, 2016).

Una eficiente y eficaz investigación de mercado debe contener tres postulados; condiciones geográficas, cronológicas y la cotidianeidad. (Sposito & Beati, 2016), que a continuación se detallan:

Geográfica: Este postulado define puntos como la localización del proyecto, ubicación de los demandantes, ubicación de los productores de materia, además se debe definir una ubicación estratégica para el establecimiento del negocio que debe estar al alcance de la población, pues así se puede obtener un mayor nivel de ventas. En este postulado el proyecto debe definir las condiciones del espacio. (Sposito & Beati, 2016).

Cronológica: Las necesidades han ido evolucionando de acuerdo al avance tecnológico que la población experimenta, se presenta necesidades de acuerdo a la época, por eso se debe investigar de acuerdo al tiempo en el que se debe satisfacer esa necesidad, se habla de aspectos como la moda, y valores agregados que se desea incorporar en los productos que van a satisfacer esa necesidad. (Sposito & Beati, 2016)

Cotidianeidad: Se define el comportamiento del consumidor o demandante, ya que la necesidad abarca dos factores determinantes, gustos y preferencias del consumidor pues estos términos

establecen la aceptación de un producto ya sea por color, forma, uso, entre otros. (Sposito & Beati, 2016)

1.3.1.2 Proyección de Mercado

Para realizar la proyección de mercado, existen diferentes tipos de estimaciones que mediante sus fórmulas ayudan para proyectar alguna variable que se desea investigar. (Puente, Viñan, & Aguilar, 2017)

1.3.1.3 Fases del Estudio de Mercado

El Estudio de Mercado busca obtener información del entorno para realizar un proyecto; para lo cual es necesario recopilar información de distintas fuentes que se describen de mejor forma en la siguiente gráfica:

Estudio de Mercado Para Empresas

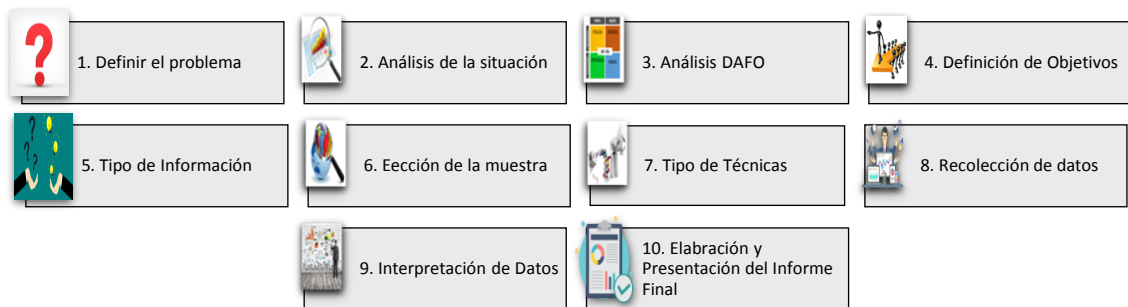


Gráfico 1-1: Fases de la Investigación de Mercado

Fuente: (Bernal M, 2018)

1.4 Análisis de la Demanda

Los demandantes, compradores o consumidores necesitan varias cantidades de bienes o servicios para solucionar una necesidad en especial, con algunas determinantes como el costo previamente establecido por el mercado, la situación geográfica, el estilo de vida, el poder de adquisición, entre otros. (Baca, 2010)

La demanda es una cantidad de productos o servicios que los demandantes, consumidores o compradores tienen la posibilidad de adquirir o comprar (valor monetario) en el mercado a un precio específico determinado por organismos, productores y hasta por el propio demandante con el objetivo de satisfacer una necesidad. (Morales & Morales, 2009)

La demanda toma en cuenta elementos como:

- Nivel de ingresos de los demandantes (consumidores o compradores).
- Número de demandantes en el mercado.
- Precio de los bienes complementarios
- Precio de los bienes sustitutos
- Gustos y preferencias de consumidor
- Expectativas de los consumidores hacia el producto.

1.4.1 Demanda presente

“Es tipo de demanda se establece en el momento actual y que es investigada a través de los gustos y preferencias del consumidor “ (Lara, 2016)

1.4.2 Demanda insatisfecha

Esta demanda nace debido a que los consumidores demandan una cantidad mayor a la que ofertan los productores, es decir, una población, una empresa o un segmento no tienen la posibilidad de acceder a ese bien o servicio, ya que no hay suficientes oferentes que cubran con esa necesidad. (Andia, 2015)

1.4.3 Demanda proyectada

Para realizar la proyección de la demanda se debe utilizar los distintos métodos de proyección de consumo, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro. (Rodríguez, 2018)

1.5 Análisis de la Oferta

La indagación de la oferta es cuantificar la cantidad de un bien o servicio que es adecuado y apto para colocarse en el mercado ya sea por los productores (oferentes), comerciantes (comercializan) o empresarios (inversionistas). El propósito que se desea alcanzar por medio de la investigación de la oferta es fijar o medir la cantidad y condiciones que un país en su economía puede y quiere poner a libre disposición del mercado un bien o servicio. (Baca, 2010)

1.5.1 Oferta presente

Es aquella oferta con la que se cuenta en el momento que se decide comprar. (Puente, Viñan, & Aguilar, 2017)

1.5.2 Oferta futura

Esta oferta se pronostica en base a hechos históricos, es decir, la tendencia de oferentes en el pasado para mediante proyecciones obtener un resultado que posibilita palpar una cantidad de productos que se necesita para el mercado futuro. (Puente, Viñan, & Aguilar, 2017)

1.5.3 Oferta proyectada

Para realizar esta oferta se debe realizar una breve estimación de la oferta futura con información del consumo aparente, se recomienda utilizar el método de extrapolación donde se necesita la tendencia histórica. (Puente, Viñan, & Aguilar, 2017)

1.6 Análisis de los Precios

El precio es el valor económico que se le atribuye a los productos o servicios definido en términos monetarios. El comprador o consumidor sigue ciertos parámetros donde anhela que los precios de los bienes o productos sean convenientes para su economía (bajos) popularmente se diría “económicos”, pues va de la mano con el presupuesto familiar, con el salario básico que en la mayoría de familias ecuatorianas maneja en un nivel medio, las personas siempre buscan ofertas como dos productos por el precio de uno, o rebajas en el precio, pero también hay otro factor en juego la calidad, ya que se relaciona el precio con la calidad. (Sanchez, 2016)

“Es un valor monetario al que los productores están dispuestos acogerse para ofertar bienes o servicios que ponen a disposición de los consumidores para que puedan adquirir con el precio establecido por el mercado, pero esta condición se genera siempre que la oferta y demanda estén en equilibrio” (Baca, 2010)

(Córdoba, 2010), indica que el precio de venta depende de:

- Margen de renta estimado
- Flexibilidad y el costo de la demanda
- Estructura de los costos de operación

- Tipo y naturaleza del mercado
- Sistemas de comercialización
- Estructura del mercado en cuanto a oferta y número de consumidores (Huang, 2019)

1.7 Canales de distribución o comercialización

“Es el recorrido que tiene que seguir un producto o servicio, para que al final de este recorrido puede llegar al consumidor final” (Huang, 2019)

1.7.1 Canal de distribución de los servicios

A distribución de los servicios puede establecerse de dos maneras:

El servicio se ejecuta en el mismo tiempo que se consume. Por ejemplo, Teñirse el cabello.

El servicio puede ser utilizado por el consumidor cuando él así lo requiera o necesite. Por ejemplo, una lavadora de ropa. (Velazquez, 2018)

1.8 Estudio Técnico

Este tipo de estudio se utiliza para establecer varios escenarios técnicos para la realización del proyecto, así como distintas ramas del mismo, por ejemplo, mano de obra, servicios básicos, materia prima, todos los elementos necesarios para la ejecución del proyecto, además se debería incluir aspectos como el tamaño, localización de la planta. (Córdoba, 2010)

“En este estudio se busca fijar las características para perfeccionar el origen de los recursos que posibilitaran la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente” (Baca, 2010)

1.8.1 Componentes del estudio técnico

(Baca, 2010) menciona lo siguiente:

Localización del proyecto: Mediante el estudio técnico se determina la magnitud de la planta y el lugar correcto para la comercialización o producción. También se ubica la macro localización que define la región o zona y la micro localización que define el espacio específico en el que se va asentar la planta.

Tamaño óptimo del proyecto: Determinado por la cantidad de producción y la demanda de mismo.

Ingeniería del proyecto: Todo lo referente a la instalación y funcionamiento de la planta, así como adquisición de maquinaria, equipos, materiales para oficina, materia prima, todo lo referente a los materiales y herramientas para que la planta pueda funcionar.

Diseño del servicio: El o la investigadora del proyecto debe proponer distintos modelos de servicios que logre satisfacer las expectativas del consumidor. Así como debe presentar todas las características del servicio, como las herramientas que va utiliza, cantidad de los distintos productos a intervenir en ese servicio, pero siempre deben seguir estándares legales para que no puedan ser perjudiciales al consumidor.

Distribución de la Planta: Saber los parámetros específicos en los que se va utilizar el espacio de la planta, donde va la ubicación de los implementos como materiales de oficina, parqueaderos, maquinas, todo debe ir ubicado en el lugar correcto para que pueda haber un funcionamiento normal de la planta sin tráfico alguno.

Procesos administrativos: Incluye todas las tareas ejecutivas del proyecto.

1.9 Estudio Legal

Es sustancial examinar los factores legales dependiendo de cada país, se establece distintos porcentajes, para crear o establecer una organización, donde intervienen factores económicos y operativos del mismo. Por lo tanto, es elemental tener un conocimiento amplio de las leyes, normas y reglamentos que fiscalizaran las distintas organizaciones gubernamentales, para así evitar penas innecesarias y el negocio permanecerá en funcionamiento bajo las normas jurídicas del país. (Sapag, 2008)

1.10 Estudio Económico

El análisis económico explora los resultados de la empresa partiendo de la cuenta de egresos (gastos y costos que se realizan para el funcionamiento de la empresa) e ingresos (ganancias descontando los egresos del periodo fiscal) para valorar en su conjunto la rentabilidad, productividad, crecimiento y expectativas de la vida futura de la empresa. (Fernández, 2017)

Se quiere crear un mecanismo sobre información monetaria que gracias a las etapas anteriores se puede recabar en el segmento poblacional de estudio. (Baca, 2010)

1.11 Estudio Administrativo

Este estudio trata sobre aquellos aspectos que necesita una organización para funcionar de una manera correcta, así mismo debe estar bien identificadas las jerarquías, niveles, actividades, funciones de cada empleado siempre manteniendo una buena comunicación para que no haya mal entendidos dentro de las actividades laborales por eso se debe definir bien la misión, visión, valores empresariales y el organigrama estructural. (Sapag & Sapag, 2008)

1.12 Estudio Financiero

Gracias a la proyección de los ingresos, costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto, pueden medirse a través de indicadores y recursos financieros la rentabilidad de la misma. (Fernández, 2017)

Según (Córdoba, 2010) El estudio económico financiero tiene como finalidad “demostrar que existen recursos suficientes para llevar a cabo un proyecto de inversión, así como de un beneficio, en otras palabras, que el costo del capital invertido sea menor que el rendimiento que dicho capital obtenga económicamente”.

1.12.1 Inversión del Proyecto

Aquí se habla y se establece todos los gastos destinados para la implementación del proyecto, así como la adquisición de equipos, maquinaria, mano de obra, y demás insumos requeridos para poner en marcha el funcionamiento de proyecto, el mismo que generará beneficios económicos gracias a la investigación de mercado definiendo los demandantes y con la finalidad de establecer la vida útil del misma (Lara, 2016)

1.12.2 Estudio de ingresos

Se analiza las fuentes de entrada de dinero que tiene el negocio, micro-emprendimiento, emprendimiento, organización o instituciones, por lo general la fuente de ingresos que siempre se tiene es generado por las ventas que realizan dichos factores económicos de sus productos o

prestación de servicios, por supuesto sin exceptuar ingresos ocasionales por ejemplo la venta de una maquinaria. (Sapag, 2008)

1.12.3 Estados Financieros

1.12.3.1 Estado de resultado

Se muestra información financiera donde se puede identificar que de los ingresos se restan los costos y gastos, para conseguir el valor económico real de las utilidades o pérdidas del ejercicio así mismo se puede establecer el monto de los impuestos y participación de los trabajadores que corresponde al periodo fiscal en ejecución (Morales & Morales, 2009)

1.12.3.2 Estado de Situación Financiera (Balance General)

También llamado balance general es un estado financiero estático que establece la posición financiera de la empresa u organización en un periodo determinado. Este estado también muestra las inversiones que se haya realizado, así como las fuentes de financiamiento a las que tuvo que recurrir la empresa para poder seguir con sus actividades económicas. (Morales & Morales, 2009)

Flujo efectivo

“Para los proyectos de inversión se considera la suma de la utilidad neta más las amortizaciones y depreciaciones del ejercicio.” (Morales & Morales, 2009)

1.13 Evaluación Financiera

La evaluación financiera da la posibilidad de conocer la viabilidad, el rendimiento esperado y la vida útil que tendría el proyecto de inversión a ejecutarse. (Morales & Morales, 2009)

1.13.1 Valor Actual Neto

El VPN o VAN de un proyecto de inversión es el valor medido en dinero de hoy, es decir, es el equivalente en pesos actuales de todos los ingresos y egresos de un proyecto. (Sarmiento, Garzón, & Gutiérrez, 2019)

Puede ser positivo, nulo o negativo. También depende de la tasa de descuento y de la magnitud de los flujos. Dando una orientación para que una decisión sea tomada se recomienda que el VPN sea mayor que cero, pues en este caso la tasa de rentabilidad es superior a la tasa de descuento

exigida y debe desecharse en caso contrario por no alcanzar la rentabilidad mínima exigida. Y cuando el VPN es cero, la rentabilidad es exactamente igual a la tasa de descuento de inversionista. (Sarmiento, Garzón, & Gutiérrez, 2019)

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

I_0 = Inversiones iniciales

F_1 = Flujo neto del período 1

i = Tasa de descuento o tasa de interés de oportunidad

F_n = Flujo neto del último período de análisis. (Ramírez, 2019)

1.13.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno-TIR es la tasa de interés que hace el valor presente neto, de una serie de ingresos y egresos, igual a cero. Se dice INTERNA, porque es el interés generado por los dineros que permanecen invertidos durante el proyecto. (Sarmiento, Garzón, & Gutiérrez, 2019)

1.13.3 Periodo de recuperación de la inversión

Es una herramienta que permite medir el tiempo que se necesita para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial (Córdoba, 2010)

Se suman los flujos de efectivo más la depreciación y la amortización del proyecto y se obtiene el periodo en el cual compensan los ingresos. (Rodríguez, 2018)

Fórmula:

$$PRI = a + \left(\frac{b - c}{d} \right)$$

a = Año Inmediato en el que se recuperaría la inversión requerida.

b = Inversión Inicial

c = Flujo Efectivo Acumulado del anterior año en el que se recuperaría la inversión.

d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión del proyecto.

1.13.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, también conocido como umbral de rentabilidad, es una herramienta administrativa que facilita el control de la actividad operacional del proyecto. Corresponde al punto en el cual los ingresos son iguales a los costos de producción de un bien o de la prestación de un servicio. (Méndez, 2016)

1.13.5 Relación Beneficio-Costo

La relación Costo – Beneficio, implica el cálculo de una razón de los beneficios del proyecto con respecto a los costos del mismo. (Sarmiento, Garzón, & Gutiérrez, 2019)

1.14 Marco Conceptual

Costo: “Es el desembolso que una empresa, organización, negocio o cualquier individuo que realice una actividad comercial, ejecuta para la producción de bienes o ya sea para la prestación de sus servicios.” (Sanchez, 2016).

Factibilidad Económica: “Este concepto hace mención a una propuesta de acción para intentar satisfacer una necesidad o resolver un problema a través de una solución monetaria. Para que esta propuesta sea presentada es necesario que sea asistida por una investigación, que verifique su factibilidad o posibilidad de realizarla.” (Arias, 2016).

Finanzas: “Es considerada como el arte de administrar dinero, verificar los recursos existentes para optimizarlos.” (Rodríguez, 2018)

Gasto: “Es el dinero que determinada organización emplea para efectuar las tareas normales del negocio.” (Sanchez, 2016)

Gestor de proyectos: “Este concepto hace referencia a una representación usual en varios aspectos del mercado profesional existente. Es aquel individuo delegado de pronosticar y sobresalir de los contratiempos que tolera la transformación de una idea original a su concertación real.” (Bataller, 2016)

Indicadores: “Dato o información que se utiliza para generar conocimiento o evaluar las características y la magnitud de un hecho o para proyectar la evolución futura.” (Lescanoh, 2017)

Mercado: “Es el espacio físico o virtual como negocios, tiendas o establecimientos donde se ofertan productos o servicios para comercializar entre los demandantes o consumidores, por lo general alimentos que son de primera necesidad y otros productos que las familias consumen diariamente.” (Quiroa, 2019)

Rendimiento: “El término rendimiento hace referencia a la proporción que existe entre los recursos empleados para conseguir algo. La utilidad o ganancia que ofrece algo como una inversión o alguien a través de su conocimiento.” (Lopez, 2018)

Viabilidad: “Involucra la capacidad de la persona encargada del proyecto, ser apoyada por fondos demandados por el mismo proyecto, en función que este lo requiera ya sea en la etapa de ejecución y operación, siendo una manera de ayudarse también a través de fondos complementarios.” (Sobrero, 2019)

1.15 Interrogantes de estudio

¿La implementación del Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach en Riobamba, es factible para ayudará a generar plazas de trabajo contribuyendo con la salud de los habitantes?

1.16 Variables

1.16.1 Variable Dependiente

Proyecto de Factibilidad

1.16.2 Variable Independiente

Establecimiento del Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach “De Vida Mente”

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de Investigación

La investigación es de enfoque mixto; este tipo de enfoque abarca el enfoque cualitativo y cuantitativo, pues el cualitativo está apoyado en las observaciones del fenómeno o problema en cuestión, trata de describir las características de los hechos, mientras que el enfoque cuantitativo, establece un razonamiento y estudio de la realidad objetiva a través de parámetros numéricos dando la oportunidad de recolectar datos verdaderos. (Neill & Cortez, 2018)

Dentro de la investigación se utilizará el enfoque mixto, debido a que se sustentará en aspectos cualitativos y cuantitativos, para medir ciertos parámetros que encamine la investigación, es decir, en el enfoque cualitativo se desarrollará en base a la tendencia de las personas que perciben este tipo de medicina como efectiva, o por el contrario necesitan de medicamentos químicos para sanarse. Dentro del enfoque cuantitativo estará ubicado el número de personas que podrían ser los clientes potenciales, así como la cantidad exacta de materiales que estarán implementados en el establecimiento, número de personas que atenderá.

2.2 Nivel de Investigación

Entre los niveles de investigación establecidos, se observan los siguientes:

2.2.1 *Investigación Exploratoria*

“Es aquella que aprueba un primer acercamiento a la dificultad que se desea examinar y conocer.” (Neill & Cortez, 2018)

Para iniciar el estudio de factibilidad se deberá tener en cuenta un análisis del entorno para ubicar el establecimiento, las condiciones que se debe generar para que la investigación se lleve a cabo.

2.2.2 *Investigación Descriptiva*

“Como su nombre lo muestra, se orienta a detallar la situación de determinados hechos, cosas, personas, grupos o colectivos a los cuales se espera estudiar.” (Neill & Cortez, 2018)

Mediante una indagación en los pobladores se quiere conocer el nivel de aceptación del servicio que se pretende ofrecer, así mismo los puestos de trabajo, número de trabajadores, el monto del sueldo a través de la proyección de ingresos, para calcular la inversión y mediante el número de consumidores disponer de la utilidad real del proyecto.

2.2.3 Investigación Explicativa

“En este nivel ya no solo se limita a verificar una delineación del inconveniente observado, sino que se trata de exponer el origen de las fuentes que indujeron el problema de estudio. Esta investigación da la posibilidad de conocer por qué ocurrió un evento o por el contrario porque no se dio.” (Neill & Cortez, 2018)

Se pretende explicar todo el proceso que interviene en el servicio con sus respectivos implementos, de la misma manera los resultados que se obtiene de las terapias.

2.3 Diseño de investigación

El diseño de investigación utilizado para el proyecto son los siguientes:

2.3.1 No experimental

“Se establece fundamentalmente en la ejecución de indagaciones, sin ninguna mediación o colaboración con el escenario perceptible, por esta razón no existe un control sobre las variables, pues, los efectos manifestados son triviales.” (Neill & Cortez, 2018)

Se aplicará un diseño no experimental, ya que esta investigación no aplicará pruebas científicas, al contrario, establecerá la factibilidad del estudio para determinar si será viable el proyecto.

2.3.2 Transversal

“Consiste en analizar una situación o fenómeno en un período concreto del tiempo. La investigación transversal es apropiada para indagar la correspondencia entre un grupo de variables en un determinado espacio.” (Neill & Cortez, 2018)

Se utilizará el estudio transversal en el proyecto ya que se propone curar las enfermedades con las terapias alternativas, así mismo obtener una cura que sea eficaz para que las personas

encuentren un servicio satisfactorio y de calidad, para que vuelvan acudir al centro. Además, se analizará el nivel de satisfacción que generará el servicio.

2.4 Tipo de estudio

Los tipos de estudio establecidos para el proyecto son:

2.4.1 Documental

“Como su nombre muestra, se respalda en base de fuentes de aspecto documental, pues, se ayuda mediante la recopilación y estudio de documentos. Es así, que esta investigación posee una ramificación, llamada investigación bibliográfica, la que fundamenta el hecho de investigar, inspeccionar y estudiar libros.” (Neill & Cortez, 2018)

Debido a que se tiene que revisar teorías justificadas sobre las terapias de biomagnetismo y flores de Bach, citar a los descubridores de estas terapias, así como sus teorías, identificando postulados y resultados.

2.4.2 De Campo

Se la puntualiza como el proceso que utiliza el método científico para la obtención de nuevos conocimientos y que es ejecutada en el área donde ocurren los sucesos o fenómenos de estudio, consiguiendo verificar manipulaciones vigiladas de una variable externa no verificada, con el objetivo de detallar las formas, así como las fuentes que ocasionan determinada realidad específica. (Neill & Cortez, 2018)

Se utilizará a investigación de campo, debido a que se recopilará información de los consumidores, mediante las encuestas para identificar la demanda del servicio, y de la misma si hubo una satisfacción al utilizar estas terapias.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017), la población es: “el grupo de todos los hechos que coinciden con peculiaridades explícitas”

La población a la que va dirigida este proyecto es a Riobamba debido a que se ha encontrado que sufren de estrés, y varias enfermedades que pueden ser curadas por las terapias propuestas en la investigación, ya que las personas que las utilizan han dado fe que ha tenido buenos resultados donde han notado una mejoría casi inmediata. Según el INEC (2010) la población de Riobamba estaba conformada de 225741 habitantes, sin embargo, para la obtención de la muestra se trabajó con la población proyectada para el año 2020 de 264048.

2.5.2 *Muestra*

Según (Tamayo, 2016) la muestra define como: "el grupo de procedimientos que se ejecutan para estudiar la distribución de las características específicas que presenta una población universo, partiendo de la observación de una porción de la población estimada"

Para el estudio se estableció una muestra mediante la población de Riobamba al año 2020.

Población 2010 = 225.741

Población Proyectada Año 2020: 264.048

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

Dónde:

N=Tamaño de la muestra

q= 0,5

Z= 1,96

e= Margen de error 5%

p = 0,5

Al aplicar la formula se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{264.048 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (264.048 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 384$$

La muestra a investigar corresponde a **384** habitantes.

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 Métodos de investigación

Los métodos usados para la investigación son los siguiente:

Deductivo: “La deducción inicia por pensamientos universales que derivan en temas particulares y, por tanto, no plantea un inconveniente. Ya aprobados los supuestos y definiciones, los enunciados y temas restantes particulares trascienden claros y puntuales.” (Baena, 2017)

El método para esta investigación será el deductivo ya que se partirá de lo más general, es decir, del total de la población establecida, hacia un grupo específico que necesite el servicio por distintas razones, ya sea por cultura, dolencias o hasta por curiosidad. Se realizará un diagnóstico total de salud de la persona para detectar una enfermedad en particular y así determinar mediante un análisis la correspondiente receta y tratamiento.

Analítico: “Este método aflora la ejecución de la experiencia directa a la obtención de ensayos para confirmar o certificar un razonamiento, por medio de aspectos demostrables como las estadísticas, análisis de hechos o sucesos.” (Baena, 2017)

Este método está presente en la mayoría de las investigaciones debido a que, se debe analizar ciertos parámetros para poder tener resultados críticos, por lo tanto, se debe analizar los resultados de las terapias para así tratar de generar estrategias para una mejor satisfacción del cliente.

2.6.2 Técnicas de recolección de la información

Para el presente proyecto se utilizará la siguiente técnica:

Técnica: Encuesta

“Es una de las técnicas de indagación social que se utiliza ampliamente dentro de una sociedad que se ha propagado dentro del contorno exacto de la exploración científica, transformándose así en una acción periódica de la que de alguna manera participamos todos en algún momento de nuestra vida.” (López & Fachelli, 2015)

Mediante la aplicación de la encuesta se quiere obtener los datos primarios para el cálculo de ciertos parámetros necesarios para el desarrollo de la investigación.

2.6.3 Instrumentos

El instrumento para la presente investigación es:

Instrumento: Cuestionario (Anexo I)

“Radica en la recolección metodológica de información a una muestra característica de un grupo extenso, a través de un cuestionario pre elaborado que debe abarcar preguntas generalizadas para que se pueda calcular la distribución de dicho grupo mediante varias peculiaridades.” (Neill & Cortez, 2018)

El cuestionario está previsto para el segmento poblacional obtenido de la población donde se realizará la investigación para la implementación del Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach para obtener evidencias de la aceptación del servicio.

Se debe realizar preguntas abiertas y cerradas, debido a que hay preguntas puntuales como ha utilizado terapias de biomagnetismo. Este instrumento es necesario para realizar la investigación de mercado, para la obtención de resultados de los consumidores.

2.7 Análisis e interpretación de resultados

Luego de realizar la investigación, se presenta los resultados gracias a la recolección de información que se hizo a la población de Riobamba con el objetivo de identificar la demanda del servicio que se desea ofertar.

EDAD DE LA MUESTRA:

Tabla 1-2: Edad de las personas encuestadas

Edad	Frecuencia	Porcentaje
16-25	54	14%
26-35	94	24%
36-45	84	22%
46-55	73	19%
56-65	79	21%
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

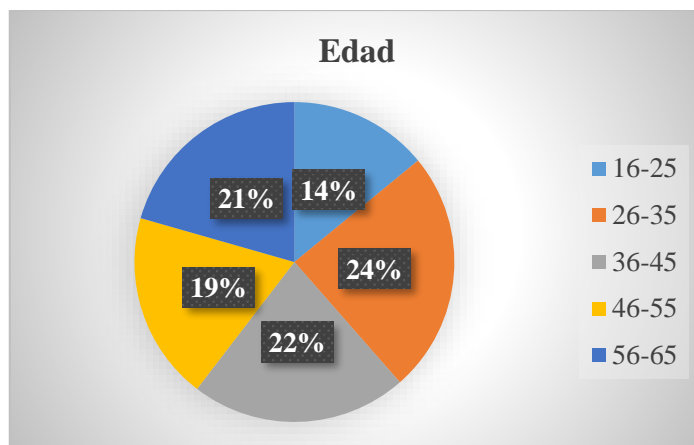


Gráfico 2-2: Edad de las personas encuestados

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

Del 100% de personas encuestadas, el 14% se establece en el intervalo de 16 a 25 años, el 24% en un rango de 26 a 35 años, el 22% va de 36 a 45 años, el 19% de 46 a 55 y por último el 21% de 56 a 65 años.

Interpretación:

La edad de la muestra se estableció en un intervalo de 18 hasta los 72 años, se consultó a estas personas ya que poseen madurez y la posibilidad de elegir la medicina con la que van a tratarse, además pueden investigar en fuentes confiables la respectiva información sobre nuevos métodos medicinales que los ayuden a recuperar su salud. Cabe recalcar que estas terapias no discriminan la edad, pues cualquier persona puede acudir a realizárselas.

SEXO DE LA MUESTRA:

Tabla 2-2: Sexo de las personas encuestadas

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	244	64 %
Masculino	140	36 %
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

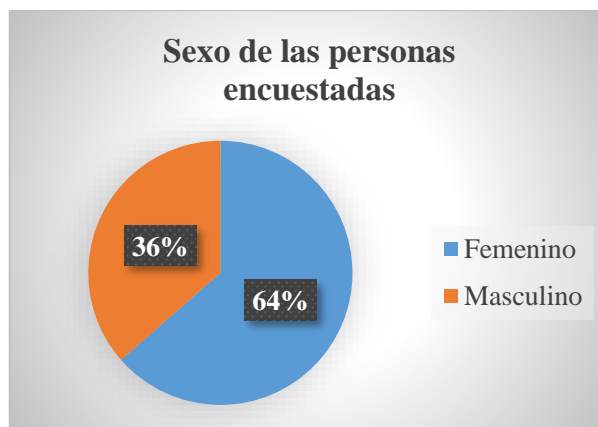


Gráfico 3-2: Sexo de las personas encuestados

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas, el 64% corresponde al sexo femenino equivalente a 244 mujeres, mientras que el 36% pertenece al sexo masculino es decir 140 hombres.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos se pudo evidenciar que el mayor porcentaje se concentra en el género femenino, ya que, en su mayoría, por supuesto con excepciones, están al mando de una familia, y son las encargadas de realizar las actividades necesarias para el funcionamiento de la misma, por lo que al momento de encuestarlas supieron manifestar que se dirigían a realizar compras de todos los implementos que su hogar necesita, además acudían a cancelar los servicios básicos, así mismo debían estar pendientes de sus hijos ya que sus maridos trabajan, por esa razón fueron más mujeres encuestadas que personas del género masculino.

1. ¿Usted qué medicina utiliza para tratar afecciones de salud?

Tabla 3-2: Medicina a la que más recurre la población

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Medicina Convencional (Acudir al médico, fármacos)	189	49 %
Medicina Alternativa (Reiki, Biomagnetismo, Hipnosis, Terapia Floral)	131	34 %
Medicina Tradicional Indígena (Limpías del cuerpo, remedios a base de plantas)	64	17 %
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

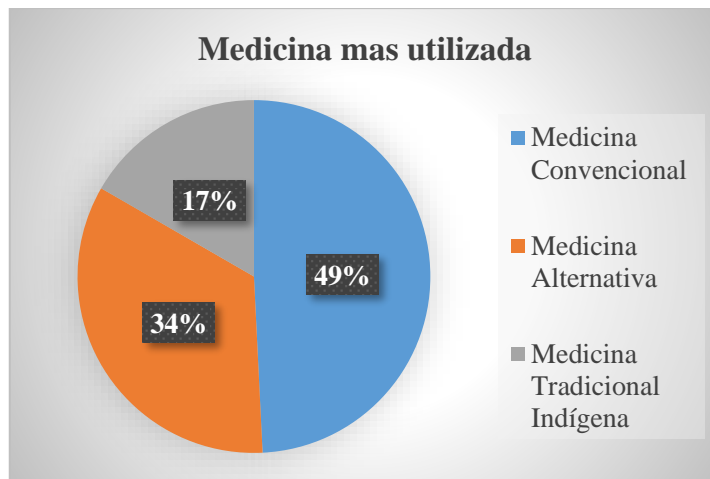


Gráfico 4-2: Medicina utilizada para tratar afecciones de salud

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

De las personas, un 49% recurren a la medicina convencional, es decir, tratarse con fármacos y con médicos especializados, pues es más fácil comprarse una pastilla para aliviar un dolor que recurrir a un médico naturista, seguido del 34% representada por la medicina alternativa, que son terapias con imanes, con flores, con agujas, masajes y entre otros. Por último, el 17% recurre a la medicina indígena comúnmente conocida por las limpias con cuy y hierbas.

Interpretación:

La medicina convencional concentra el porcentaje más alto debido a la facilidad que les proporciona a las personas para curar alguna afección, por ejemplo, si se presenta un dolor de estómago se acude a una farmacia a comprar cualquier medicamento que le sea suministrado en ese mismo momento y a las pocas horas inclusive unos minutos después, ese dolor de estómago desapareció. Por otro lado, la medicina alternativa también posee aceptación, pues la ven como una herramienta más que puede ser utilizada conjuntamente con la medicina convencional, aunque la mayor barrera de esta medicina es el desconocimiento. Por último, se encuentra la medicina indígena que como su nombre mismo lo indica, fue creada por personas de esta etnia, ya que ellos pensaban que, con limpias ya sea con animales, o simplemente con hierbas la persona enferma se curaría.

2. ¿Conoce los beneficios de la medicina alternativa?

Tabla 4-2: Conoce los beneficios de la medicina alternativa

Resultados	Frecuencia	Porcentaje
SI	165	43 %
NO	219	57 %
Total	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

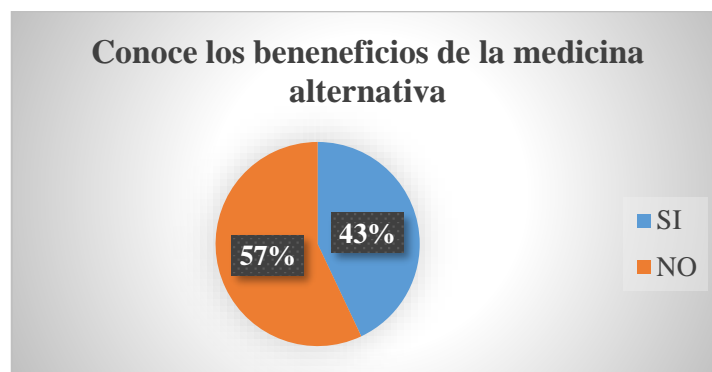


Gráfico 5-2: Conoce los beneficios de la medicina alternativa

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

El 57% dijeron que no conoce todos los beneficios que les brinda la medicina alternativa un 43% respondieron que sí, ya que manifestaron que han investigado por su propia cuenta para tratarse con estas terapias que no son nuevas, pero que publicitariamente no son famosas.

Interpretación:

Uno de los graves problemas de la medicina alternativa según los resultados obtenidos, es la falta de información de los tratamientos y beneficios que posee esta medicina, pues la mayoría respondió que, gracias a una recomendación, pudieron acudir a realizarse este tipo de terapias. Por otro lado, al no estar establecida en el sistema de salud público como un método más para tratar afecciones, la población desconoce que hay más opciones sobre tratamientos no convencionales.

3. ¿Por qué utilizaría la medicina alternativa?

Tabla 5-2: Porque utilizaría la medicina alternativa

Resultados	Frecuencia	Porcentaje
Por enfermedad	147	38 %
Porque le sugirieron	93	24 %
Por creencia	79	21 %
Por economía	50	13 %
Por cultura	13	3 %
Por fácil accesibilidad	2	1 %
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

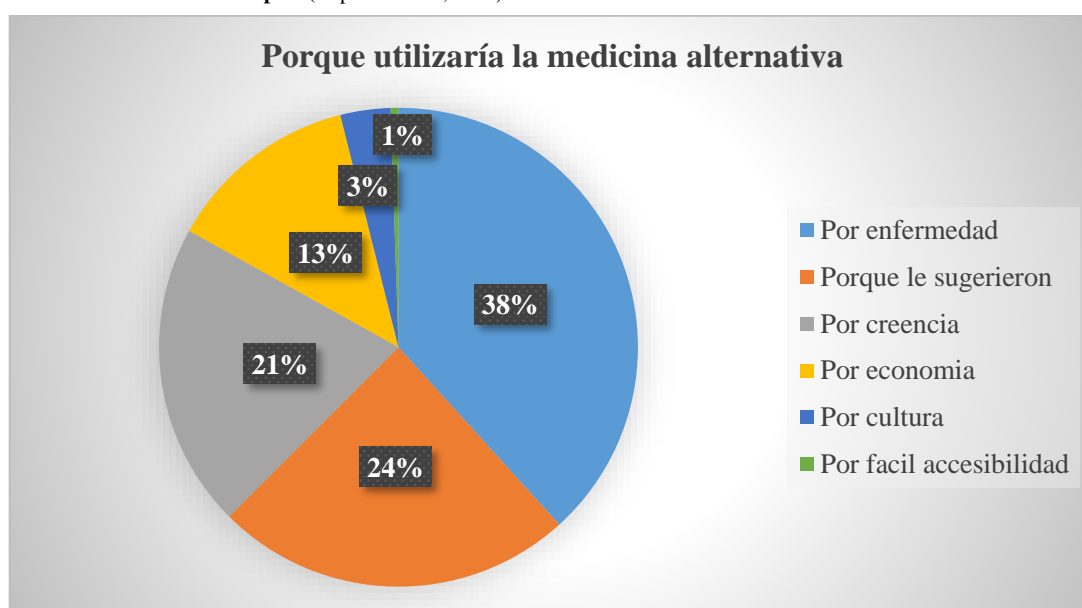


Gráfico 6-2: Porque utilizaría la medicina complementaria

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

Un 38% de las personas encuestadas supieron manifestar que acuden a la medicina alternativa básicamente por enfermedad, seguido del 24% que acude a estas terapias porque le sugirieron, el 21% lo hace por creencia debido a que son personas que espiritistas que en la mayoría relaciona las cosas de la mente con el cuerpo, aclarando que no son todas, el 13% acude por economía ya que estas terapias poseen costos más bajos que los fármacos o tratamientos de la medicina convencional, un 3% lo hace por cultura y el 1% por fácil accesibilidad.

Interpretación:

Las personas acuden a estas terapias para sanar enfermedades, ya que, probaron con métodos que contiene la medicina convencional y no dieron los resultados anhelados, decidiendo acudir a otro tipo de tratamiento donde influyó de manera importante las recomendaciones de terceros para convencerse de los beneficios de estas terapias.

4. ¿Cuál de las siguientes terapias se ha practicado alguna vez?

Tabla 6-2: Cuál de las siguientes terapias se ha realizado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Flores de Bach	163	42 %
Biomagnetismo	123	32 %
Acupuntura	63	16 %
Hipnosis	25	7 %
Reflexología	7	2 %
Reiki	3	1 %
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

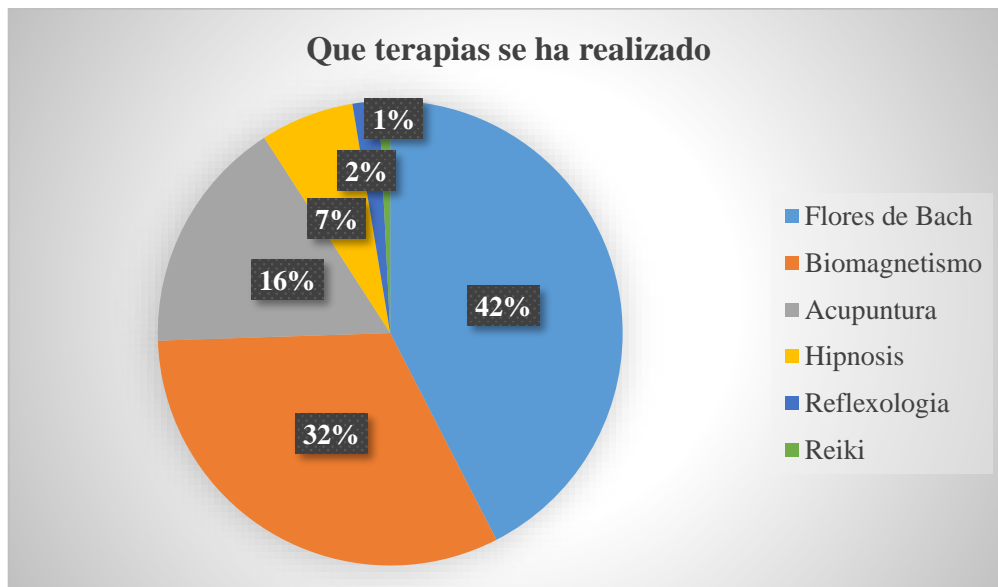


Gráfico 7-2: Que terapia se ha realizado

Realizado por: Yépez, M (2020)

Análisis:

La terapia a la que más han acudido es la terapia de Flores de Bach con un 42% ya que son sustancias que se las ingiere para curar las emociones, seguido de las terapias de biomagnetismo con un 32%, la acupuntura abarca un 16%, la hipnosis un 7%, la reflexología un 2% y el reiki tan solo un 1%.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, las terapias que se han realizado con mayor frecuencia son aromaterapia y biomagnetismo, debido a que éstas ayudan a sanar el cuerpo y el alma, la aromaterapia va conectada con las emociones, pues el estrés es uno de los problemas más frecuentes en las personas seguido de la tristeza y la desesperación, enfermedades emocionales que gracias a estas terapias se han podido ir controlando teniendo resultados positivos, seguido de estas terapias esta la acupuntura e hipnosis, así mismo la reflexología y el reiki.

5. ¿Utilizaría Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach?

Tabla 7-2: Utilizaría Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach

Resultados	Frecuencia	Porcentaje
SI	333	87 %
NO	51	13 %
Total	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

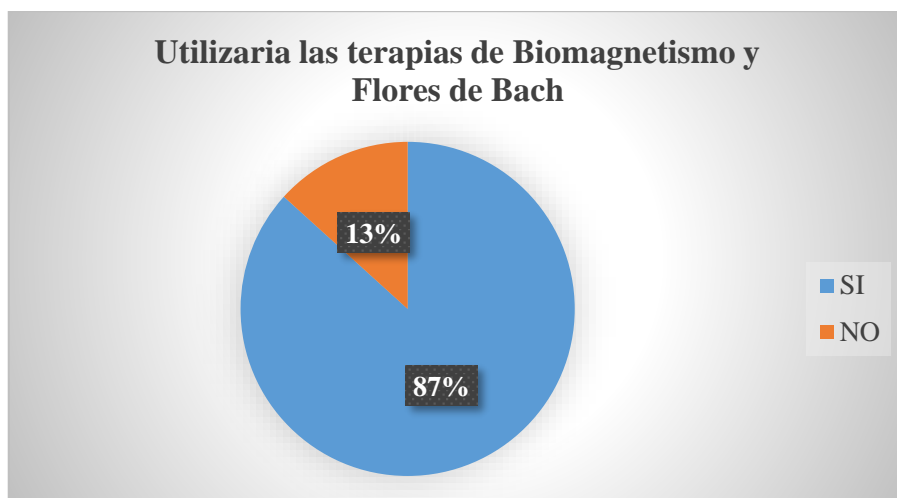


Gráfico 8-2: Utilizaría Biomagnetismo y Flores de Bach

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

El 87% de los encuestados dijo que si utilizaría estas terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach y el 13% dijo que no, explicando que ellos no creen en estas terapias y que siempre han confiado en la medicina convencional hasta por mayor accesibilidad, ya que si presentan un dolor acudirían a comprar algún medicamento para el mismo, y su efectividad sería más rápida.

Interpretación:

Un 87% de las personas encuestadas dijeron que, si se tratarían con las terapias de biomagnetismo y flores de Bach, ya que, ha demostrado tener resultados positivos, y piensan que estas terapias ayudarían al tratamiento químico para que pueda tener mejor efecto en su salud.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las terapias?

Tabla 8-2: Precio que pagarían por las terapias

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
15-20	384	100%
21-25	0	
26-30	0	
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)



Gráfico 9-2: Precio que pagarían por las terapias

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

Todas las personas dijeron que pagarían de 15 a 20 dólares pues ese es el precio del mercado y las personas que se han realizado estas terapias ya conocen el precio estándar de las mismas.

Interpretación:

Las personas en el 100% dijeron que pagarían de 15 a 20 dólares por las terapias de biomagnetismo y aromaterapia, pues comparado con un tratamiento convencional el precio es más bajo, por otro lado, en el contexto actual, la economía está en declive, gracias a la emergencia sanitaria que obligó a tomar medidas drásticas una de ellas fue la paralización de producción dando como consecuencias la fragmentación de la economía mundial.

7. ¿Qué resultado espera obtener de las terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach?

Tabla 9-2: Resultado a obtener de las terapias

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sanación Física y Espiritual	196	51 %
Sanación Física	87	23 %
Sanación Espiritual	67	17 %
Calidad de Vida	34	9 %
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

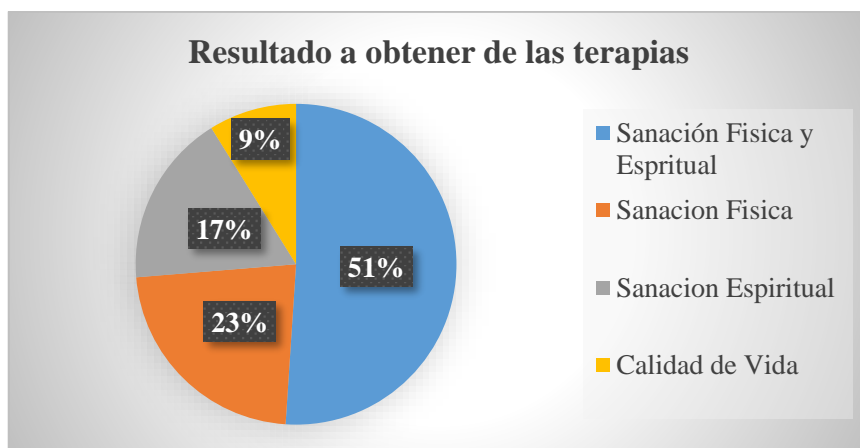


Gráfico 10-2: Resultado deseado de las terapias

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

El 51% de las personas anhela que las terapias les proporcionen sanación física y espiritual para así obtener paz, alivio o simplemente que desaparezca esa sensación de cansancio que muchas personas manifestaron, seguido del 23% representado por sanación física, así como sanación espiritual representado en un 17% y por último la calidad de vida en un 9%.

Interpretación:

Más de la mitad respondieron que lo que buscan es sanación física y espiritual, pues se cree que sí una parte emocional está afectada esto conlleva a que haya afecciones de salud, a causa de esta situación, estas terapias siempre tratan al cuerpo y mente como dos factores conectados estrechamente, siendo necesario que el uno sane para que en consecuencia el otro lo haga. En sí, al recurrir a estas terapias tenían la esperanza de tratar alguna enfermedad que en algunos casos les dijeron que no tenía cura, pero con estas terapias encontraron un alivio, existiendo varios testigos que afirman que fueron sanados.

8. ¿Porque elegiría tratarse con terapias de biomagnetismo y flores de Bach?

Tabla 10-2: Porque elegiría tratarse con Biomagnetismo y Flores de Bach

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desconformismo con la medicina convencional	211	55 %
Como último recurso	112	29 %
Complementaria de la medicina convencional	52	14 %
Experimentar algo nuevo	9	2 %
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

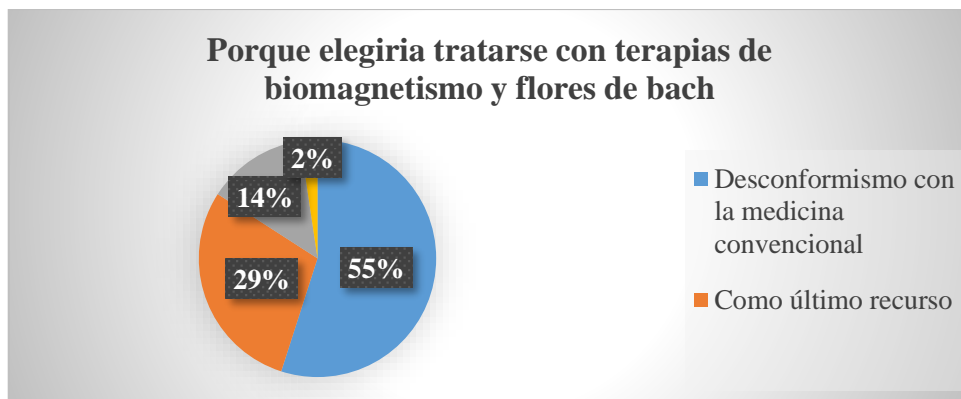


Gráfico 11-2: Porque elegiría tratarse con Biomagnetismo y Flores de Bach

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

El 55% elegiría tratarse con terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach por des conformismo con la medicina convencional, pues manifestaron que han realizado varios intentos por curarse y no han podido recurriendo a otro tipo de medicina, un 29% dijo que lo haría como último recurso, un 14% dijo que utilizaría estas terapias como complementarias a la medicina convencional, es decir, tener tratamientos con medicamentos y con estas terapias en conjunto, ya que les ha resultado beneficioso, y un 2% lo haría por experimentar algo nuevo por curiosidad.

Interpretación:

Las personas recurren a esta medicina en su mayoría porque no han visto resultados en la medicina convencional y buscan otra oportunidad de tratarse con herramientas distintas, seguido del porcentaje que ve a la medicina complementaria como último recurso, pues se evidencia una situación, el paciente ha probado de todo, comentarios realizados por los propios encuestados, y no han logrado mayor resultado.

1. ¿Usted conoce o se ha hecho atender alguna vez en estos centros de medicina alternativa ubicados en la ciudad?

Tabla 11-2: Alguna vez acudió a los centros de terapias que se detalla.

Centros de Terapias	Frecuencia	Porcentaje
Centro Médico Terapias Alternativas y Fisioterapia	54	14 %
Vedania Centro de Terapias Alternativas	77	20 %
Fuente de Vida Terapia Alternativa	33	9 %
Natuvital	16	4 %
Ninguno	204	53 %
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

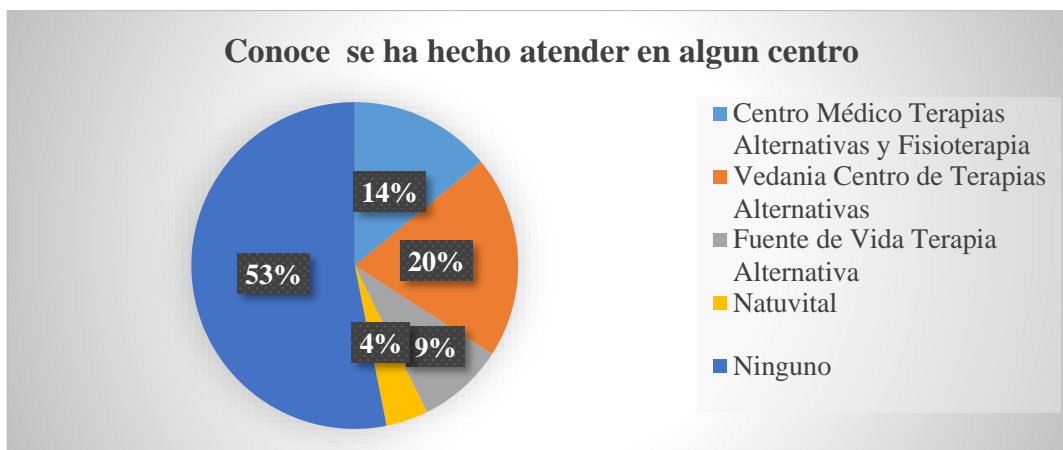


Gráfico 12-2: Conoce o se ha hecho atender en algún centro de terapias que se detalla

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

Un 14% de la población encuestada expresó que acudido al Centro Médico de Terapias Alternativas y Fisioterapia para realizarse algún tratamiento por golpes o torceduras que han sufrido, seguido del 20% representado por Vedania Centro de Terapia Alternativas, el 9% ha acudido al centro Fuente de Vida Terapia Alternativa y el 4% a Natuvital y el 53% no acudido a ningún centro de terapias alternativas. Todos estos centros de terapias están ubicados en la ciudad.

Interpretación:

Se realizó esta pregunta para reconocer al centro de terapias más concurrido, y considerar una posible competencia y fue el Centro Médico de Terapias Alternativas y Fisioterapia donde realizan terapias complementarias y también terapias rehabilitadoras para golpes, roturas de huesos entre otros.

9. ¿Con que frecuencia acude a estos centros?

Tabla 12-2: Con qué frecuencia acude a estos centros

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Semanal (1 vez cada semana)	14	4%
Quincenal (1 vez cada 15 días)	60	16%
Mensual (1 vez cada mes)	297	77%
Anual (1 vez al año)	13	3%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

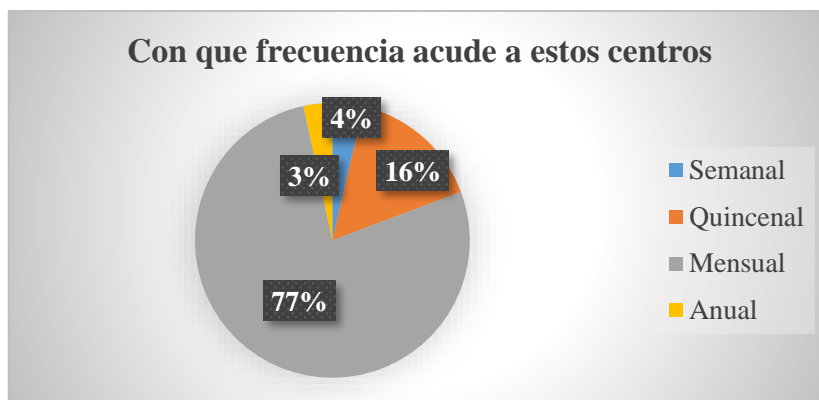


Gráfico 13-2: Con qué frecuencia acude a estos centros

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

De las personas encuestadas un 4% dijo que acude a los centros de terapias de manera semanal, seguido de un 16% que lo haría quincenalmente, un 77% acude mensualmente y el 3% dijo que lo haría anualmente.

Interpretación:

Las personas acudirán al centro de manera mensualmente representado por el 77% de la población encuestada las razones son diversas según manifestaron que lo harán por prevenir, o a su vez, por tratarse conjuntamente con los tratamientos convencionales, además el tratamiento varía según los malestares que posea el paciente.

10. ¿Quién le sugirió acudir a estas terapias alternativas?

Tabla 13-2: Quien le sugirió acudir a un centro de terapias

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Pariente	185	48 %
Amigo	135	35 %
Internet	57	15 %
Médico	7	2 %
TOTAL	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

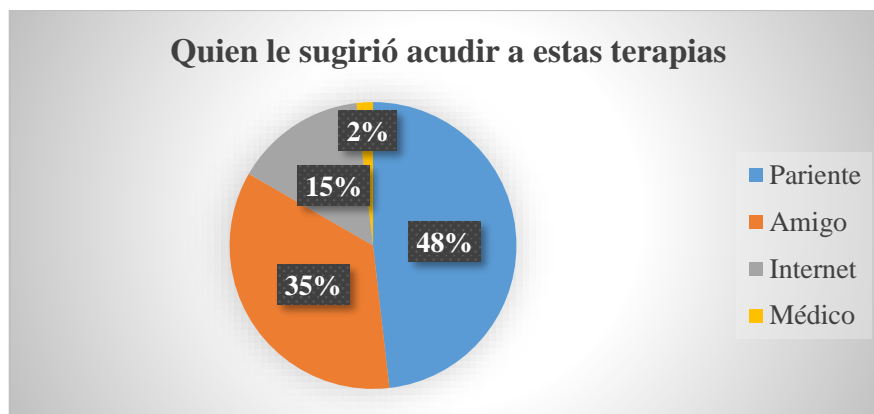


Gráfico 14-2: Quien le sugirió acudir a un centro de terapias

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

Un 48% de los encuestados dijeron que gracias a un familiar acudieron a estas terapias pues sus familiares se habían tratado afecciones y se curaron, un 35% dijo que fueron recomendadas por un amigo, un 15% dijo que fue en Internet y el 2% por un médico.

Interpretación:

Un familiar les recomendó estas terapias ya que ellos habían comprobado los resultados gracias a sugerencias de amigos y conocidos, convirtiéndose en una cadena de recomendaciones, ellos se confiaban de los consejos de sus familiares debido a la confianza que hay por el lazo fraternal de sangre, ya que un familiar quiere el bien del otro.

11. ¿Si se implementara un centro de terapias alternativas en la ciudad estaría dispuesto a utilizar sus servicios?

Tabla 14-2: Estaría dispuesto a utilizar los servicios del centro

Resultados	Frecuencia	Porcentaje
SI	321	84 %
NO	62	16 %
Total	384	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

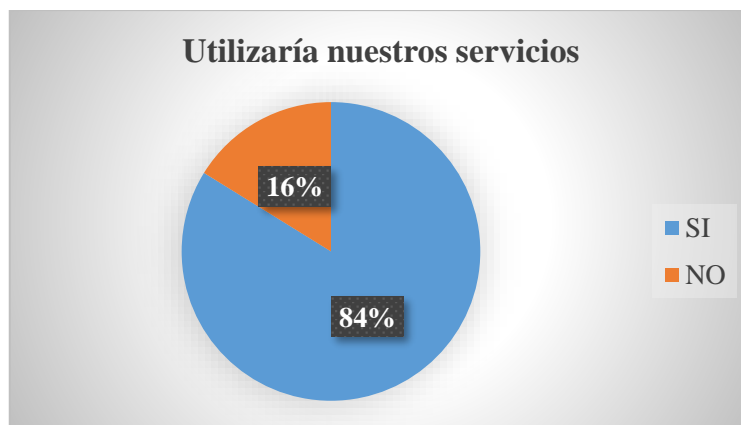


Gráfico 15-2: Estaría dispuesto a utilizar los servicios del centro

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Análisis:

El 84% de los encuestados dijo que si utilizaría nuestros servicios si se implementara el centro de terapias ya sea por probar nuevos métodos de curación o simplemente por necesidad y el 16% dijo que no porque ellos preferirían quedarse con la medicina convencional.

Interpretación:

De las personas encuestadas el 84% dijo que, si visitarían el centro de terapias ya que se les da la posibilidad de probar algo diferente a los tratamientos convencionales, además pueden experimentar por sí mismos nuevos resultados, otras personas supieron decir.

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 Discusión del resultado

Los resultados arrojados por la encuesta aplicada a la población de Riobamba dieron deducciones importantes obtenida gracias a cada pregunta, se pudo evidenciar que la población desconoce sobre los efectos que tienen estas terapias para su salud, arrojando que el 53% de la muestra nunca ha acudido a un centro de terapias. Por otro lado, se percató un nivel de desesperación por acudir a centros donde les ayuden a sanar sus dolencias, en muchos de los casos han recurrido a las terapias porque han probado tratamientos que no les han ayudado, lo que se traduce como des conformismo con la medicina convencional.

En esta investigación de mercado se pudo determinar la demanda y oferta de los servicios propuestos en el mercado llegando a la conclusión de que en Riobamba no existe una adecuada difusión de estas terapias pues la población desconoce que existen tratamientos distintos a los convencionales, incluso por parte de los negocios ya establecidos en el cantón.

Se concluye que en el cantón no existe una óptima explotación de mercado en cuanto a estos servicios pues el nivel de desconocimiento de la población es alto y se requiere implementar nuevas estrategias de atracción al público para que haya una comprensión parcial o total de los beneficios de estas terapias. Al no haber una suficiente explotación de mercado surgen expectativas positivas para que el proyecto sea puesto en marcha.

3.2 Estudio de Mercado

A través de los datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se pudo establecer una muestra para así determinar la demanda, oferta y demanda insatisfecha que tendría el proyecto.

3.2.1 *Análisis de la Demanda*

Para el desarrollo normal del proyecto presentado es de suma importancia presentar un análisis de la demanda que nos dé la oportunidad de cuantificar el número de posibles clientes (pacientes) que harán uso de los servicios del Centro de Terapias Alternativas.

Demanda Actual de la muestra

Tabla 1-3: Precios Máximos y Mínimos

TERAPIAS							
Opciones	Frecuencia	Valor Mínimo \$15,00			Valor Máximo \$20,00		
		Valor \$15	Tiempo	Total	Valor \$20	Tiempo	Total
Semanalmente	14	\$ 210,00	52	\$ 10.920,00	\$ 280,00	52	\$ 14.560,00
Quincenalmente	60	\$ 900,00	24	\$ 21.600,00	\$ 1.200,00	24	\$ 28.800,00
Mensualmente	297	\$ 4.455,00	12	\$ 53.460,00	\$ 5.940,00	12	\$ 71.280,00
Anualmente	13	\$ 195,00	1	\$ 195,00	\$ 260,00	1	\$ 260,00
TOTAL	384			\$ 86.175,00			\$114.900,00

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Gracias a la pregunta N° 6 se pudo establecer la disponibilidad de los encuestados en cuanto al pago de las terapias, llegando a establecerse un intervalo de 15 a 20 dólares por cada terapia ofrecida. Por lo tanto, al obtener el promedio de estos valores nos da \$ 17,50 el precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio.

Tabla 2-3: Demanda Actual (Muestra)

PRECIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
MIN. 15	\$ 10.920,00	\$ 21.600,00	\$ 53.460,00	\$ 195,00	\$ 86.175,00
MAX. 20	\$ 14.560,00	\$ 28.800,00	\$ 71.280,00	\$ 260,00	\$ 114.900,00
				PROMEDIO	\$ 100.538,00

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Como se puede observar en la tabla se establece valores semanales, quincenales, mensuales y anuales para así obtener una demanda global de la muestra, dando un resultado de \$ 100.538,00

3.2.2 Demanda Actual de la Población

Una vez determinada la Demanda actual de la muestra se procede a determinar la demanda actual de la población.

Tabla 3-3: Demanda Actual Población

	Habitantes	Demanda
Muestra	384	\$ 100.538
Población	190.847	49.967.124

Fuente: Encuestas aplicadas

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para obtener la demanda actual de la población se realizó una regla de 3, se multiplicó la demanda de la muestra (100.538) por la población en estudio en este caso es la ciudad de Riobamba (190847) y se dividió para la muestra (384).

3.2.2.1 Demanda Proyectada

Según (Puente, Viñan, & Aguilar, 2017, págs. 80-92) las estimaciones basadas en información histórica, se puede obtener mediante la fórmula del valor futuro: es decir, con el resultado de la demanda actual de la población se aplica la fórmula para proyectar la demanda:

$$VF = VP(1 + g)^n$$

Tabla 4-3: Demanda Proyectada 2020 – 2025

PERÍODO	RESULTADO	FÓRMULA	PROCEDIMIENTO
2020	49.967.124	VF=VP(1+g) ^n Tasa Crecimiento Poblacional 1,50%	
2021	50.716.631		VF= demanda 2020(1+1,5%) ^1
2022	51.477.381		VF= demanda 2020(1+1,5%) ^2
2023	52.249.541		VF= demanda 2020(1+1,5%) ^3
2024	53.033.284		VF= demanda 2020(1+1,5%) ^4
2025	53.828.784		VF= demanda 2020(1+1,5%) ^5

Fuente: (Puente, Viñan, & Aguilar, 2017)

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para el cálculo de la demanda proyectada se tomó en cuenta el crecimiento poblacional publicado por el INEC y el Banco Mundial que es de 1,50% desde el año 2010 al año 2020 y se procedió a realizar la fórmula detallada. (Banco Mundial, 2021)

3.2.3 Análisis de la Oferta

3.2.3.1 Oferta Actual (Muestra)

La Oferta Actual se pudo determinar dentro de la pregunta Nro. 9 en donde se cuestiona sobre los lugares alternativos que ofrecen este servicio, obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 5-3: Oferta Actual en base a la Muestra

Centros de Terapias	Porcentaje
Centro Médico Terapias Alternativas y Fisioterapia	14%
Vedania Centro de Terapias Alternativas	20%
Fuente de Vida Terapia Alternativa	9%
Natuvital	4%
TOTAL	47%

Fuente: Tabla 11-2

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Considerando los datos obtenidos el 47% de la muestra ha utilizado los servicios en los distintos centros de la ciudad.

3.2.3.2 *Oferta Actual (Población)*

En base a los datos obtenidos de la muestra se considera la Demanda Actual de la Población para poder determinar la Oferta Actual de la Población.

Tabla 6-3: Oferta Actual de la Población

100%	49.967.124	Demanda
47%	23.484.548	OFERTA

Fuente: Tabla 5-3

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para obtener la oferta se realiza una regla de 3, se multiplica la demanda por el porcentaje arrojado en la pregunta Nro. 9 que menciona si han visitado algún centro de la ciudad y se divide para el total.

Para potenciar la oferta se ha pensado establecer políticas, una de ellas es la atención al cliente que se convertirá en el factor primordial para el funcionamiento del centro, ofreciendo las terapias con la mayor comodidad posible, además se ofertará el servicio a través de cuñas radiales, publicidad por redes sociales y televisión. También se ha pensado tener una conversación con los pacientes sobre la satisfacción de servicio, y sobre los resultados posteriores.

3.2.3.3 *Oferta Proyectada*

Con los datos obtenidos se procede a proyectar la Oferta.

$$O_n = O_o(1 + i)^n$$

O_n = Oferta del año n

O_o = Oferta del año base (2020)

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Año al cual se va a proyectar

Para el año 0 (2020) es el valor de \$23.484.548 convirtiéndose en la base para proyectar los 5 años de vida del proyecto.

Tabla 7-3: Oferta Proyectada 2020-2025

PERÍODO	RESULTADO	FÓRMULA	PROCEDIMIENTO
2020	23.484.548	$O_n = O_0(1+i)^n$ Tasa de Crecimiento 1,5%	
2021	23.836.817		$O_0 = oferta_{2020}(1+1,5\%)^1$
2022	24.194.369		$O_0 = oferta_{2020}(1+1,5\%)^2$
2023	24.557.284		$O_0 = oferta_{2020}(1+1,5\%)^3$
2024	24.925.644		$O_0 = oferta_{2020}(1+1,5\%)^4$
2025	25.299.528		$O_0 = oferta_{2020}(1+1,5\%)^5$

Fuente: Tabla 6-3

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Se tomó el índice de crecimiento poblacional del INEC y el Banco Mundial de 1,50% pronosticado desde el año 2010 hasta el año 2020. (Banco Mundial, 2021)

3.2.4 Demanda Insatisfecha

Una vez obtenido los valores de la demanda y la oferta proyectada se debe determinar la Demanda Insatisfecha.

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Proyectada} - \text{Oferta Proyectada}$$

- **Demanda insatisfecha para los 5 años del proyecto**

Tabla 8-3: Demanda Insatisfecha

AÑO	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2020	\$ 49.967.124	\$ 23.484.548	\$ 26.482.576
2021	\$ 50.716.631	\$ 23.836.817	\$ 26.879.814
2022	\$ 51.477.381	\$ 24.194.369	\$ 27.283.012
2023	\$ 52.249.541	\$ 24.557.284	\$ 27.692.257
2024	\$ 53.033.284	\$ 24.925.644	\$ 28.107.641
2025	\$ 53.828.784	\$ 25.299.528	\$ 28.529.255

Fuente: Tabla 4-3 y 7-3

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Se procede a realizar una resta de la demanda proyectada con la oferta proyectada, obteniéndose así la demanda insatisfecha para cada año.

- **Demanda para cubrir el proyecto**

Considerando el presente proyecto se pretende cubrir el 0.1% (0,001) de la Demanda Insatisfecha, teniendo los siguientes objetivos como metas de ventas para cubrir el proyecto.

Tabla 9-3: Demanda para cubrir el proyecto

PERÍODO	DEMANDA INSATISFECHA	VENTAS ANUALES (0,1%)	VENTAS MENSUALES	VENTAS DIARIAS
2020	\$ 26.482.576	\$ 26.483	\$ 2.207	\$ 74
2021	\$ 26.879.814	\$ 26.880	\$ 2.240	\$ 75
2022	\$ 27.283.012	\$ 27.283	\$ 2.274	\$ 76
2023	\$ 27.692.257	\$ 27.692	\$ 2.308	\$ 77
2024	\$ 28.107.641	\$ 28.108	\$ 2.342	\$ 78
2025	\$ 28.529.255	\$ 28.529	\$ 2.377	\$ 79

Fuente: Tabla 8-3

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para la demanda que cubrirá el proyecto se tiene como base la demanda insatisfecha para así calcular las ventas anuales con el 0,10% trabajando un escenario pesimista, después se calculó las ventas mensuales dividiendo las ventas anuales para los 12 meses del año y por último se calculó las ventas diarias, para la cual se dividió las ventas mensuales para los 30 días del mes.

3.3 Análisis de Precios

Art. 4. DERECHOS DEL CONSUMIDOR: “Información, que sea presentada de forma conveniente, cierta, clara, pertinente sobre aquellos bienes y servicios que se establecen en el mercado para el consumo de la población, de la misma manera se procede a presentar los precios, especificaciones y demás particularidades que se dan en un convenio y otros ámbitos principales de los bienes y servicios.” (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

Art 12. INDICACIÓN DEL PRECIO: “Los proveedores tienen la obligación de dar a conocer públicamente aquellos valores finales de los bienes o servicios que oferten dentro del mercado. El coste total debe presentarse de una forma visible para que así tenga la posibilidad el consumidor de ejercer su derecho al libre albedrío, antes de determinar o corregir la acción de consumo.” (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

Los precios son regulados por las leyes ecuatorianas para evitar brechas de exageración en los mismos, por eso se establecieron normas para que los oferentes y demandantes estén protegidos contra factores como la especulación.

Se realiza un cuadro de análisis para lo cual se realizó una investigación de precios de la competencia en la ciudad, destacando un precio referencial de mercado.

Tabla 10-3: Análisis de precios de la competencia

Centros de Terapias	Precio de las Terapias	
	Biomagnetismo	Flores de Bach
Centro Médico Terapias Alternativas y Fisioterapia	\$ 17,00	\$ 17,00
Vedania Centro de Terapias Alternativas	\$ 18,00	\$ 19,00
Fuente de Vida Terapia Alternativa	\$ 18,00	\$ 17,00
Natuvital	\$ 20,00	\$ 23,00
PROMEDIO	\$ 18,25	\$ 19,00

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

De acuerdo al precio promedio que se ofrece en el mercado es de \$18,25 por las terapias de biomagnetismo y \$19,00 por las terapias de flores de Bach. Sin embargo, hay que tener claro que el centro se encuentra en la fase de introducción al mercado, por lo que tomando en cuenta la opinión de las personas encuestadas y verificando los precios de la competencia se cobrará por cada terapia \$17,50

El precio del servicio de las terapias se mantendrá para los 5 años de vida útil de proyecto y luego serán revisados para su evaluación.

3.4 Análisis de los Canales de Distribución

Las terapias llegarán de forma directa o también dicho que el servicio se ejecuta en el mismo tiempo que se consume, a continuación, se detalla de la siguiente forma:



Figura 1-3: Canal de Distribución

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Productor

Se ubica dentro del productor al Centro de Terapias “De Vida Mente” pues al ofertar un servicio en este caso se tendrá contacto directo con el consumidor.

Consumidor Final

Son las personas que van adquirir los servicios de las terapias que se oferta para que así puedan satisfacer su necesidad.

3.4.1 Canales de Distribución

Canal Audiovisual: Ya que se pagará cuñas comerciales televisivas indicando los beneficios de las terapias con testimonios de los resultados efectuados.

Canal Electrónico: Se utilizará las redes sociales para llegar a los pacientes, tomando en cuenta que en la actualidad la mayoría de personas utilizan internet. Y si el mensaje no llega directamente a la persona que lo necesita, puede llegar a familiares o amigos.

De boca en boca: Se dará el mejor servicio, ya que esa es una estrategia arraigada a la idea de este proyecto, satisfacer al cliente dándole la razón además se tratará de generar confianza en el centro, para así obtener marketing a través de ellos.

3.4.2 Estrategias de Comercialización

Dentro de las estrategias se tiene que se realizará publicidad en redes sociales, cuñas radiales y televisivas y se mandará hacer 1200 volantes con 90 calendarios agenda.

Estrategia del servicio: Al recibir cualquier terapia, se pondrá una música relajante, música instrumental que ayude a los músculos del cuerpo a relajarse.

Estrategia de precio: Se realizará una promoción de 2 por 1 a los clientes que acudan al centro por segunda vez. Además, se realizará descuentos en fechas especiales por ejemplo en el día de la madre, del niño entre otros, así mismo se realizará sorteos en las redes sociales.

Estrategias de distribución: Como se publicitará por redes sociales el canal a utilizar es el e-commerce (virtual) pues el centro tendrá páginas en Facebook, enlace a WhatsApp donde se pueda comunicar con el paciente directamente.

Estrategia de comunicación: El servicio al cliente será excelente pues una persona encargada atenderá a los clientes que tengan preguntas y de manera inmediata dentro del horario de trabajo tratará de resolver esas dudas.

3.5 Estudio Técnico

3.5.1 Tamaño del Proyecto

El Centro de Terapias tendrá un tamaño óptimo para mayor comodidad de los clientes y así ofertar excelentes servicios ya que tiene en mente realizar inversión en todos los aspectos que se necesite para establecer el centro con todos los implementos requeridos. De acuerdo a las ventas y calidad del servicio, se prevé implementar una sucursal.

3.5.2 Localización

Para determinar la ubicación exacta del proyecto se tomó en cuenta dos factores como es la macro y micro localización, también se tuvo en cuenta que el lugar donde se ubicará no posee centros de terapias similares adicional tiene circulación de transportes de otras ciudades como Ambato.

3.5.3 Macro-Localización

El Centro de Terapias estará ubicado en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

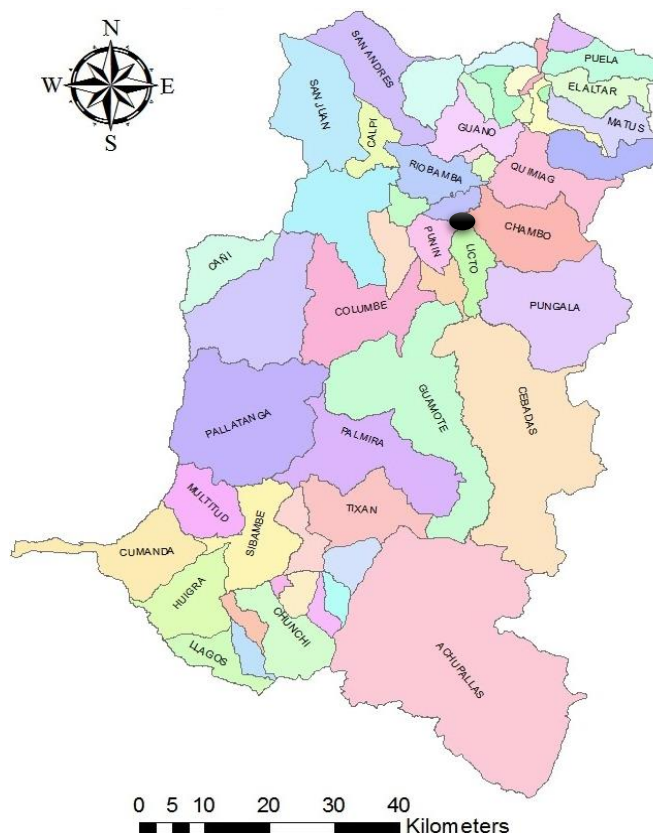


Figura 2-3: Macro localización Chimborazo (Riobamba)

Elaborado por: (Gallegos, 2016)

3.5.4 Micro-Localización

El Centro de Terapias se ubicará en las calles, Av. José Lizarzaburu y, Av. 11 de noviembre, por el sector de “Los Hornos Andino” de Riobamba, provincia Chimborazo. El mapa hace referencia desde el Parque Guayaquil hasta el sector mencionado para la ubicación del Centro de Terapias.

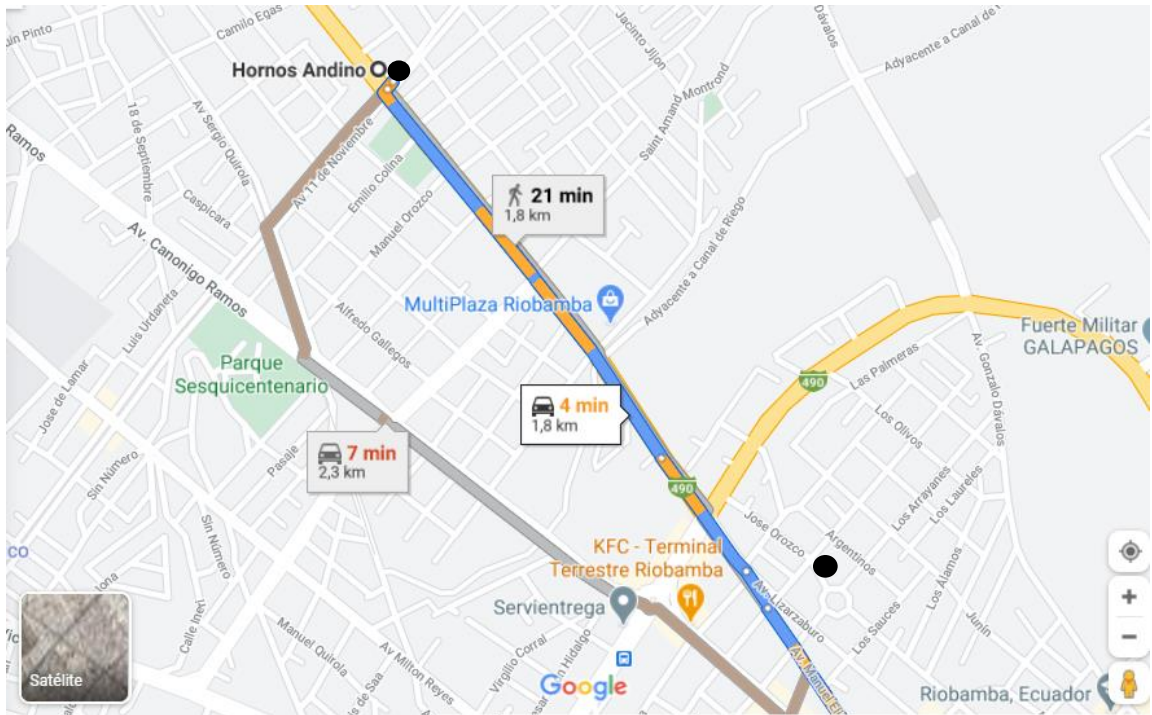


Figura 3-3: Micro Localización Av José Lizarzaburu y, Av 11 de Noviembre

Elaborado por: Google Maps

3.5.5 Distribución Física de la Planta

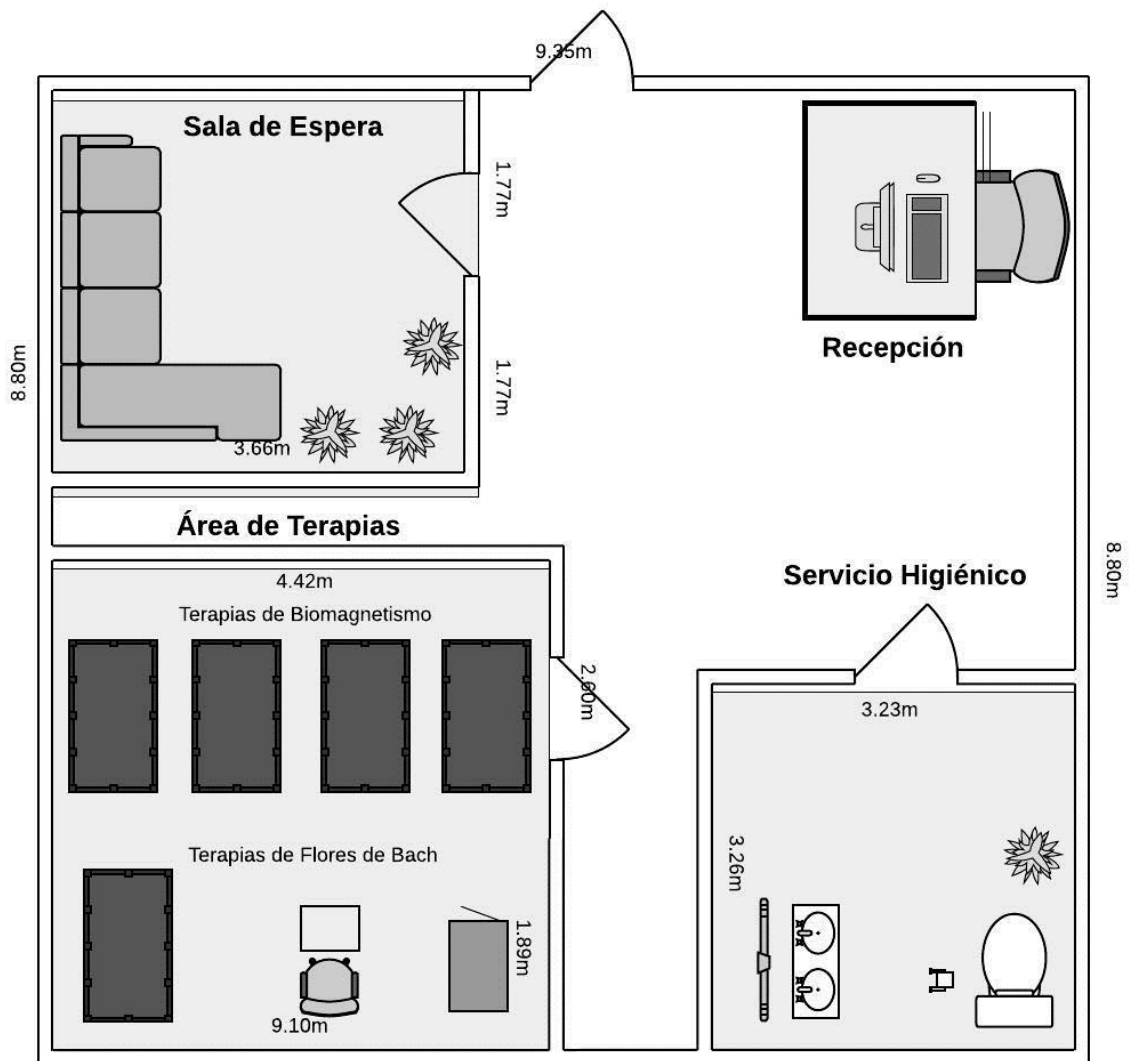


Figura 4-3: Distribución de la planta
Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

3.5.5.1 Diagrama de flujo de proceso para el servicio de la terapia de Biomagnetismo

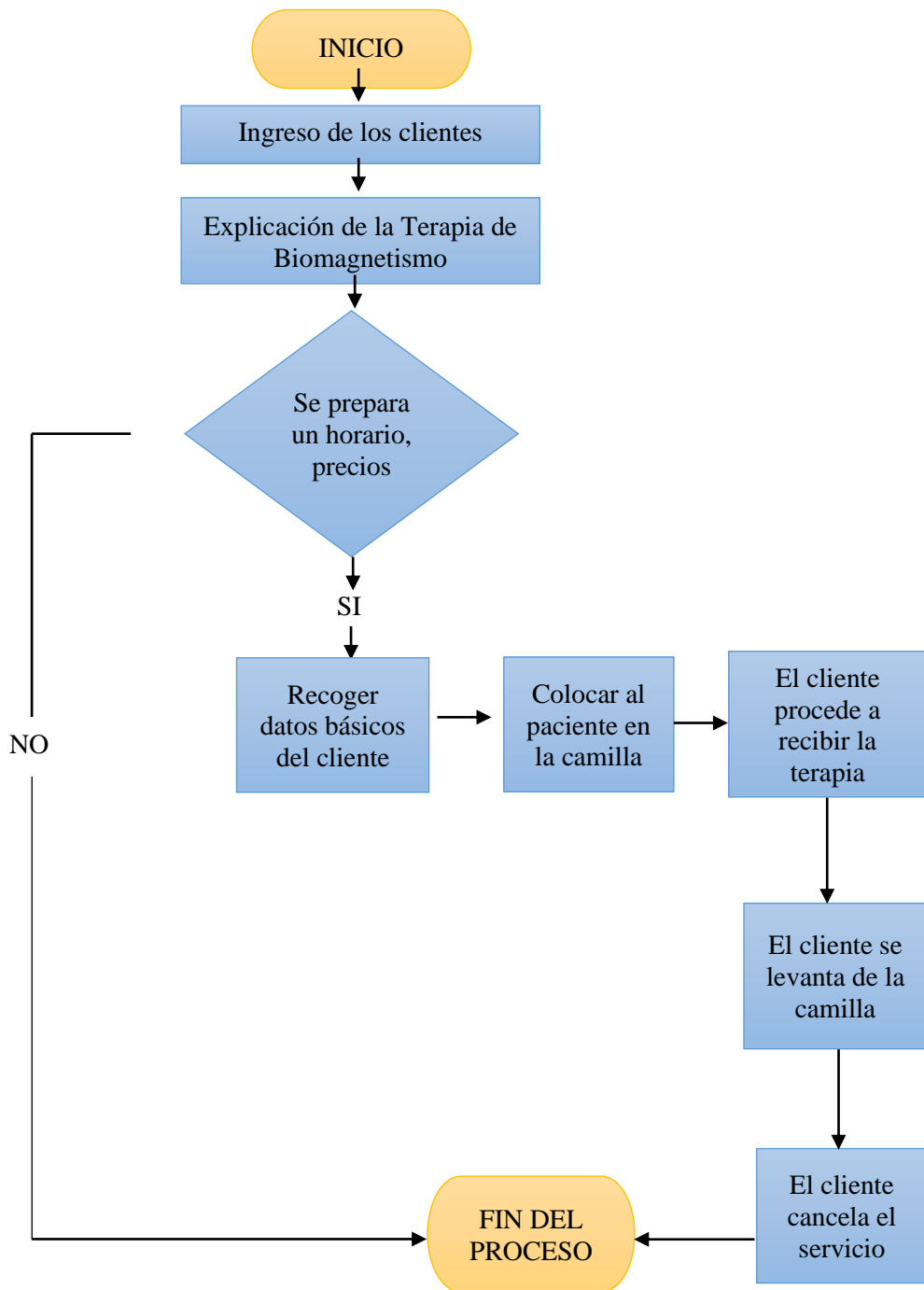


Figura 5-3: Proceso del Servicio

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

3.5.5.2 Diagrama de flujo de proceso para el servicio de la terapia de Flores de Bach

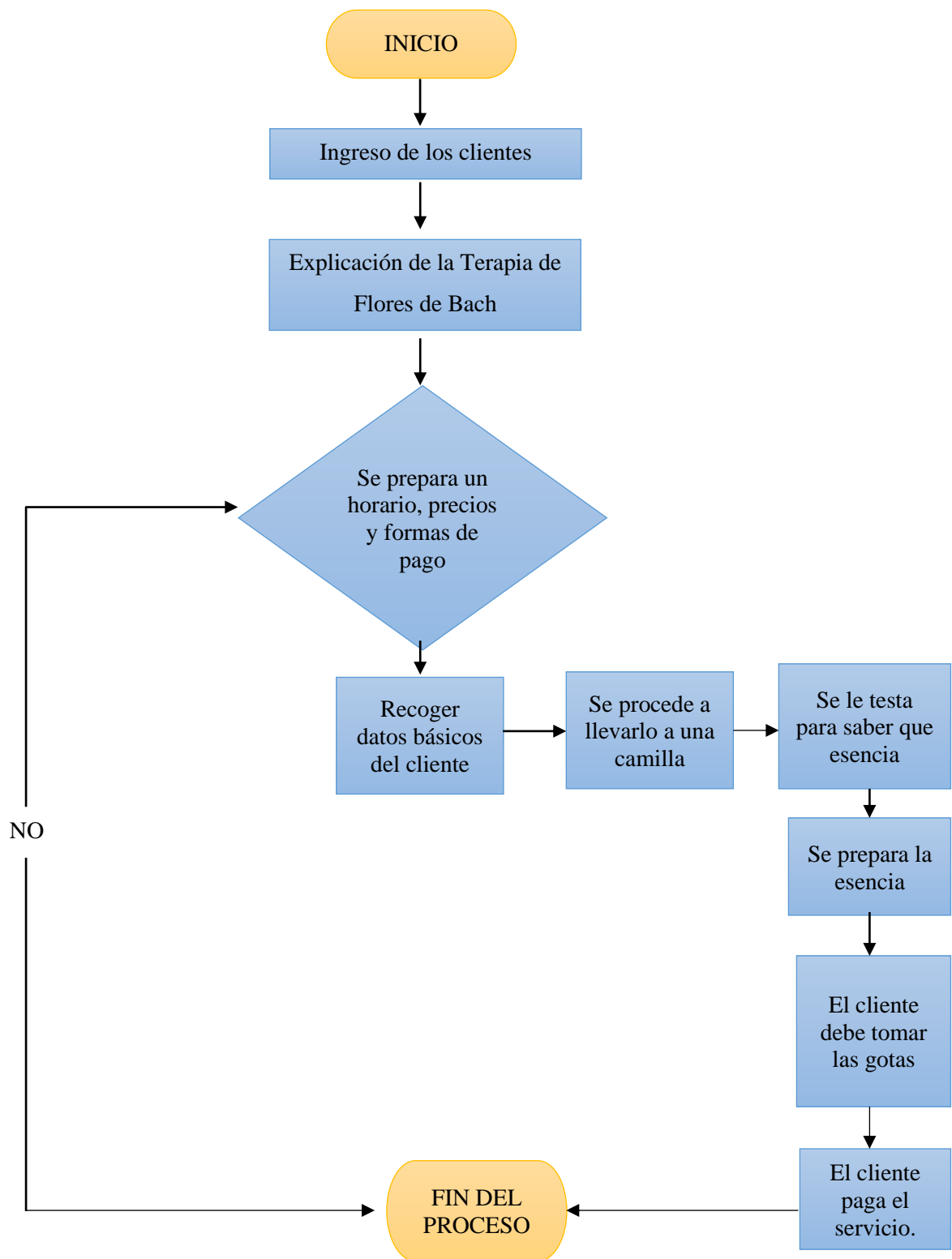


Figura 6-3: Prestación de la terapia de flores de Bach

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

3.5.6 *Requerimientos de Ingresos y Gastos*

3.5.6.1 Inventario

Para realizar las terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach no se requieren una gran cantidad de ítems de inventario; sin embargo, a continuación, se describen los elementos requeridos

Tabla 11-3: Inventario Requerido

Inventario	Cantidad	Costo Unitario	Costo Inversión	Requerimiento Anual
Imanes	50	\$ 15,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Esencias Florales	38	\$ 5,00	\$ 190,00	\$ 2.280,00
Fajas sujetadoras de imanes	2	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Rollo de masking cinta	3	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 72,00
TOTAL			\$ 958,00	\$ 11.496,00

Fuente: Profesional encargado de las Terapias (Terapeuta)

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para la implementación del centro de terapias de biomagnetismo y flores de Bach “De Vida Mente” se cree necesario tener un inventario que consta básicamente en los imanes pues se lo consideraría como material indispensable para aplicar las terapias se prevé comprar 50 pares de imanes de distintos tamaños para así lograr cubrir con todas las partes del cuerpo lógicamente depende de las necesidades del paciente con un costo unitario de 15 dólares cada par, así mismo se requiere de fajas sujetadoras de imanes para determinadas partes del cuerpo por ejemplo cabeza y un masking cinta para presionar el imán en el cuerpo. De la misma manera se debe adquirir las 38 esencias florales a 5 dólares cada esencia para el respectivo tratamiento.

3.5.6.2 Sueldos y Salarios

Para poder trabajar con el personal adecuado en el Centro de Terapia se requiere:

- Un administrador cabe resaltar que esta persona será la encargada también de funciones como atender clientes, sacar citas entre otras actividades, para así reducir costos.
- El terapeuta encargado.

Tabla 12-3: Rol de Pagos (Sueldos y Salarios Requeridos)

N° Empleados	Cargo	Sueldo	Total Ingresos	Deducciones 9,45% Ap. IESS	Total Egresos	Total Mensual a Recibir	Total Anual a Recibir
1	Administrador	\$400,00	\$400,00	\$37,80	\$37,80	\$362,20	\$4.346,40
1	Terapeuta	\$400,00	\$400,00	\$37,80	\$37,80	\$362,20	\$4.346,40
Total		\$800,00	\$800,00	\$75,60	\$75,60	\$724,40	\$8.692,80

Fuente: Investigación de Campo

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Se pretende contratar un administrador que deberá fungir actividades como atención al cliente, sacar citas entre otras esto se hará para reducir costos hasta que el negocio tenga un mayor crecimiento con un sueldo básico establecido por la ley de \$400,00 de igual forma se contratará un terapeuta que es la persona que tendrá los conocimientos suficientes para atender a los pacientes y así aplicar las terapias. Con las debidas deducciones del IESS personal (9,45%) se obtiene el mensual real que recibirá el administrador y terapeuta.

Debido a los derechos de los trabajadores se debe cancelar Provisiones de forma mensual, periódica y anual bajo la siguiente Tabla.

Tabla 13-3: Provisiones por Pagar Sueldos y Salarios

N°	Cargo	Total Ingresos	IESS Patronal 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total Mensual a Recibir	Total Anual a Recibir
1	Administrador	\$400,00	\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$16,67	\$127,93	\$ 1.535,20
1	Terapeuta	\$400,00	\$44,60	\$33,33	\$33,33	\$16,67	\$127,93	\$ 1.535,20
Total		\$800,00	\$89,20	\$66,67	\$66,67	\$33,33	\$255,87	\$ 3.070,40

Fuente: Tabla 12-3

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Se procede a calcular el IESS patronal que es del 11,15% así como el décimo tercero y cuarto sueldo se obtiene dividiendo los ingresos para 12, con las respectivas vacaciones.

3.5.6.3 Costos Indirectos de Fabricación

Entre los CIF se encuentran los servicios básicos requeridos para el normal funcionamiento del Centro de Terapia y que a continuación se describe.

Tabla 14-3: Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Detalle	Anexos	Mensual	Anual
Gasto Arriendo	4	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Energía Eléctrica	3	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua	3	\$ 20,00	\$ 240,00
Teléfono	3	\$ 15,00	\$ 180,00
Internet	3	\$ 30,00	\$ 360,00
Total		\$ 315,00	\$ 3.780,00

Fuente: Investigación de Campo

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Se tiene previsto arrendar un local que se ubicará en las calles, Av. José Lizaraburu y, Av. 11 de noviembre, por el sector de “Los Hornos Andino” de Riobamba para el funcionamiento del Centro

de Terapias “De Vida Mente” con un gasto mensual de \$200,00 (se acudió a preguntar precios por el sector), dentro de los servicios básicos esta la luz en un presupuesto de \$50.

3.5.7 *Inversión Requerida*

Para iniciar el proyecto se requiere de la siguiente inversión requerida:

3.5.7.1 *Cuadro de Inversión Inicial*

Tabla 15-3: Cuadro de Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL			
Detalle	Tabla	Anexo	Valor
Inversión Fija			\$ 5.070,20
Muebles y Enseres	30		\$ 2.465,00
Equipo de Cómputo	31		\$ 2.370,00
Suministros de Oficina	32		\$ 21,70
Otros activos	33		\$ 213,50
Inversión Diferida			\$ 1.785,00
Gasto Constitución	34		\$ 104,00
Gasto Publicidad	35		\$ 931,00
Gasto Instalación	36		\$ 750,00
Capital de Trabajo			\$ 2.978,27
Caja-Bancos		7	\$ 1.705,27
Inventario	25		\$ 958,00
Costos Indirectos de Fabricación	28		\$ 315,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 9.833,47

Fuente: Tabla 11-3, 14-3, 16-3, 17-3, 18-3, 19-3, 20-3, 21-3, 22-3 Anexo 7

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para la inversión inicial o puesta en marcha del negocio se suma todos los ítems detallados a continuación como: muebles y enseres, equipo de cómputo, suministros de oficina y otros activos clasificándolos en inversión fija, inversión diferida la cuál consta el gasto de constitución, de publicidad e instalación y se tiene el capital de trabajo con una sub-clasificación de caja-bancos, inventario y costos indirectos de fabricación. Dentro de la cuenta de caja-bancos se colocó una cantidad que se la tendrá reservada para cualquier imprevisto que se tuviera.

3.5.7.2 *Muebles y Enseres*

Entre los principales muebles y enseres requeridos se encuentran:

Tabla 16-3: Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Cantidad	Detalle	Valor	Total
2	Sillas giratorias	\$ 85,00	\$ 170,00
1	Juego de sala	\$ 750,00	\$ 750,00
1	Estante	\$ 90,00	\$ 90,00
2	Escritorios	\$ 165,00	\$ 330,00
5	Camillas	\$ 225,00	\$ 1125,00
TOTAL			\$ 2465,00

Fuente: Terapeuta

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Dentro de la inversión para muebles y enseres se necesitará de 2 sillas giratorias a \$85, un juego de sala de \$750, un estante para las 38 esencias florales a \$95, 2 escritorios a \$165 y 5 camillas a \$225.

3.5.7.3 Equipo de Cómputo

Para el proyecto se requiere el siguiente equipo de cómputo:

Tabla 17-3: Equipo de Cómputo requerido

EQUIPO DE CÓMPUTO			
Cantidad	Detalle	Precio unitario	Total
1	Caja Registradora LCD Comercios	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
1	Teléfono Inalámbrico	\$ 45,00	\$ 45,00
1	PC Escritorio	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Impresora	\$ 325,00	\$ 325,00
Total		\$ 2.370,00	\$ 2.370,00

Fuente: Terapeuta

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Dentro del detalle de equipo de cómputo se necesitará una caja registradora para así generar una mayor facilidad y no tener errores en el flujo de efectivo como puede ser, entregar un vuelto mal ya sea en beneficio o perjuicio del centro, un teléfono inalámbrico, y un computador de escritorio para realizar la respectiva publicidad en redes sociales, o trámites en línea que se requiera y una impresora.

3.5.7.4 Suministros de Oficina

Para el proyecto se requiere el siguiente suministro:

Tabla 18-3: Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA				
Cantidad	Detalle	Precio unitario	Costo Total	Costo Total Anual
5	Rollo de Papel Recibo	\$ 1,20	\$ 6,00	\$ 72,00
1	Caja Esfero Punta Gruesa	\$ 4,25	\$ 4,25	\$ 51,00
3	Libretas Apuntes	\$ 1,15	\$ 3,45	\$ 41,40
2	Resma Hojas A4	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Total			\$ 21,70	\$ 260,40

Fuente: Terapeuta

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para los suministros de oficina se requiere 5 rollos de papel recibo, una caja de esferos punta gruesa para las respectivas anotaciones que así requiera el cliente o los empleados del centro, 3 libretas de apuntes y 2 resmas de hojas A4.

3.5.7.5 Otros Activos

Tabla 19-3: Otros Activos

OTROS ACTIVOS			
Cantidad	Detalle	Precio unitario	Total
1	Extintor	\$ 65,00	\$ 65,00
1	Botiquín primeros auxilios	\$ 25,00	\$ 25,00
3	Escoba	\$ 4,50	\$ 13,50
2	Trapeador	\$ 5,00	\$ 10,00
3	Plantas artificiales	\$ 5,00	\$ 15,00
3	Floreros	\$ 5,00	\$ 15,00
3	Basureros	\$ 5,00	\$ 15,00
1	Desinfectante	\$ 15,00	\$ 15,00
5	Franela	\$ 1,00	\$ 5,00
1	Gel Antibacterial	\$ 35,00	\$ 35,00
TOTAL		\$ 165,50	\$ 213,50

Fuente: Terapeuta

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Otros activos hacen referencia a la compra de un extintor pues según las normas de funcionamiento se debe contar con uno por lo menos, y por seguridad mismo en caso de que ocurra algún evento inesperado, un botiquín de primeros auxilios y para realizar la limpieza del centro se requiere 3 escobas, 2 trapeadores, 1 desinfectante, 5 franelas y un gel, también se decidió comprar 3 plantas artificiales, 3 floreros y 3 basureros.

3.5.7.6 Gastos de Constitución

Para el proyecto se requiere sacar los permisos de funcionamiento pertinentes para lo cual se considera lo siguiente:

Tabla 20-3: Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCION	
Detalle	Valor
Documentos para Sacar RUC	\$ 6,00
Permiso de Patente	\$ 90,00
Permiso de Bomberos	\$ 8,00
TOTAL	\$ 104,00

Fuente: Investigación de Campo

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para los gastos de constitución se realizó indagaciones sobre lo que se necesita para poder empezar la actividad comercial se tiene que obtener el RUC para así pagar impuestos con un valor de \$6 para sacar copias de cedula, planilla de servicios básicos, entre otros. Así mismo la patente que el municipio otorga a \$90 y el permiso de bomberos a \$8.

3.5.7.7 Gastos de Publicidad

Tabla 21-3: Gastos de Publicidad

GASTO PUBLICIDAD				
Cantidad	Detalle	Precio unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
1200	Volantes	\$ 0,07	\$ 84,00	\$ 7,00
90	Calendario Agenda	\$ 4,50	\$ 405,00	\$ 33,75
12	Publicidad Radio(cuñas)	\$ 16,00	\$ 192,00	\$ 16,00
10	Publicidad TV	\$ 25,00	\$ 250,00	\$ 20,83
	Total		\$ 931,00	\$ 77,58

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Se tiene previsto realizar 1200 volantes para dar a conocer los servicios del centro a la población con todos los beneficios que tendría al realizarse cualquiera de las dos terapias, 90 calendario agenda para entregar a los clientes que acudan, 12 cuñas publicitarias radiales de 51” a 60” y 10 cuñas publicitarias televisivas.

3.5.7.8 Gastos de Instalación

Tabla 22-3: Gastos de Instalación

GASTO INSTALACIÓN	
Detalle	Valor
Gastos de Instalación	\$ 750,00
Total	\$ 750,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Se prevé que para los gastos de instalación se gastará \$750 pues se tiene que instalar electricidad, y realizar adecuaciones acordes a la temática del centro.

3.5.8 Estudio Legal

En Ecuador se tiene organismos de control que regulan las actividades comerciales de la población y para el correcto funcionamiento del Centro de Terapias se debe estar bajo la vigilancia de ciertos organismos como es:

Servicios de Rentas Internas: este organismo de control se dedica a recoger los impuestos sobre cualquier actividad comercial que realice una persona sea natural o jurídica.

Dentro de los requisitos para acceder a sacar el RUC se tiene que llevar lo siguiente:

- Cédula de Identidad o pasaporte.
- Certificado de votación o presentación (original).
- Planilla de algún servicio básico. (luz, agua, teléfono)
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente: Junta Nacional de Defensa del Artesano o MIPRO

Caso Especial

Llevar una autorización en caso de realizar el trámite un tercero.

Municipio (Patente): Se debe sacar un permiso del municipio de Riobamba para el funcionamiento del centro, y así contribuir con el estado mediante impuestos, pues se está ejerciendo una actividad comercial que tendrá retribuciones.

Requisitos para sacar la patente:

- Copia del RUC o RISE
- Copia de cedula y papeleta de votación.
- Permiso de bomberos.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Copia de cualquier servicio básico del negocio.
- Pago del impuesto predial.

Bomberos: este organismo es encargado de revisar que el local, o lugar donde se necesite ejecutar el servicio este adecuado y apto para funcionar para así prevenir incendios, o desastres peores.

Requisitos:

- Informe de inspección de los Bomberos.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia del pago del impuesto predial actualizado.
- Copia del pago de la tasa de bomberos actualizado.
- Copia de la cedula y papeleta de votación.

Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública: este permiso es el más importante de todos pues el ministerio analizará si el centro, así como su personal son adecuados para ofertar servicios de salud.

Requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia del RUC.

El centro además de acatar disposiciones de estos organismos, estará regulado por el Ministerio de Salud Pública a través de la Ley Orgánica de Salud y por la Agencia de Aseguramiento de la Calidad de los Servicios de Salud y Medicina Pre pagada (ACCESS creada el 25 de junio del 2015). Se realizará controles constantes por parte de delegados de este organismo para verificar normas de calidad y sobre todo que los procesos llevados a cabo no sean nocivos para la salud.

3.5.9 Estudio Administrativo

El Centro de Terapias debe tener una misión, visión objetivos y valores bien definidos que permitan alcanzar metas para el posterior crecimiento del mismo.

3.5.9.1 Aspectos Generales de la Microempresa

Entre los aspectos Generales de la empresa se debe iniciar con sacar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) para poder ir adquiriendo el inventario y realizando los gastos correspondientes a la apertura de la microempresa; a continuación, se detalla la caracterización de la microempresa:

Numero de RUC:	En trámite
Apellidos y Nombres:	Maritza Krupskaya Yépez Álvarez
Nombre Comercial:	Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach “De Vida Mente”
Personería Jurídica:	Persona Natural
Provincia:	Chimborazo
Cantón:	Riobamba
Dirección:	Av. 11 de noviembre y Av. José Lizarzaburu (sector Hornos Andino)

Objetivo de la microempresa

Ofertar al cantón servicios terapéuticos de calidad con el uso de técnicas innovadoras para un servicio óptimo.

Misión de la microempresa

Mejorar la calidad de vida de los pacientes garantizando el alivio parcial o completo de los malestares que presenten mediante servicios terapéuticos de calidad.

Visión de la microempresa

Convertirse en uno de los mejores centros de terapias en la zona centro del país y a nivel nacional ofreciendo servicios eficaces con una excelente atención al cliente.

Valores de la microempresa

Entre los principales valores se establecen los siguientes:

- Responsabilidad Social
- Servicios de Calidad
- Factor Humano especializado
- Honestidad
- Atención al cliente

- Trabajo en Equipo
- Integridad

Estos valores son la base fundamental para los trabajadores del Centro pues el personal debe estar calificado para atender en esta área.

Servicios

Terapias de Biomagnetismo: Son terapias alternativas que trabaja con las partes de cuerpo, utilizando imanes de varias frecuencias para eliminar bacterias o virus alojados en el mismo. El Par Biomagnético detecta y corrige las posibles alteraciones del pH de los órganos internos del cuerpo. (Goiz, 1998)

El doctor Isaac Goiz dijo “El biomagnetismo es la corrección del pH por medio de campos magnéticos” (Goiz, 1998, págs. 56-59)

El servicio durará de 20 a 30 minutos pues primero se le debe realizar un test al cuerpo para que éste responda para así conocer el tratamiento efectivo y en que partes del cuerpo tiene que ser aplicados el par de imanes.

Terapias de Flores de Bach: Estas terapias están compuestas por 38 esencias florales empleadas para tratar afecciones referidas a la parte emocional del ser humano, como puede ser tristeza, enojo, soledad. Fueron descubiertas por Edward Bach. (Bach, 1999, págs. 36-45)

El paciente debe explicar su malestar y el terapeuta debe realizar como un escaneo para determinar que esencias deben ser utilizadas para posteriormente ingerir las gotas.

3.5.9.2 Logotipo



Figura 7-3: Logotipo del Centro de Terapias

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

3.5.9.3 Organigrama



Figura 8-3: Organigrama del Centro de Terapias

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

3.5.9.4 Descripción del organigrama

Tabla 23-3: Descripción del puesto de Administrador

	
Cargo	Administrador
Nivel	Profesional
Instrucción	Tercer Nivel
Título Requerido	Ingeniero/a en Administración de Empresas o afines.
Área de Conocimiento	Habilidades gerenciales, de la misma manera utilizar técnicas para poner en marcha el negocio. Planeación, selección del personal, área contable.
Descripción del Puesto	El administrador será el responsable del correcto funcionamiento del Centro de Terapias con todos los aspectos que éste requiera.
Funciones	<p>Toma de decisiones.</p> <p>Deberá alcanzar las metas propuestas.</p> <p>Evitar el quiebre del Centro de Terapias.</p> <p>Ejercer nuevas estrategias de marketing para propagar información sobre el centro.</p>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Tabla 24-3: Descripción del puesto de Terapeuta

	
--	--

Cargo	Terapeuta
Nivel	Profesional
Instrucción	Tercer Nivel
Título Requerido	Tecnólogo en Naturopatía
Área de Conocimiento	Especialidad en terapias alternativas específicamente tener experiencia en terapias de biomagnetismo y flores de Bach.
Descripción del Puesto	Reconocer el tipo de enfermedad que posea el cliente para así dale oportuno tratamiento.
Funciones	<p>Impartir las terapias de Biomagnetismo y flores de Bach.</p> <p>Colaborar siempre con el cliente para aliviar sus dolencias.</p> <p>Manejar los imanes y las esencias florales.</p> <p>Disponer de todos los instrumentos al momento de realizar las terapias.</p> <p>Especializarse en nuevas técnicas para las terapias.</p>

Fuente: Investigación

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

3.5.9.5 Políticas Organizacionales

Estas políticas serán implementadas para lograr alcanzar un estricto control y orden del ambiente interno del centro.

- Los trabajadores deberán cumplir con sus funciones a cabalidad.
- A cada trabajador se le socializará el manual de funciones que tenga el centro así mismo, conocerán de las políticas y normativa con el que se maneje el mismo.
- Los trabajadores no pueden llegar tarde a su lugar de trabajo, sino serán sancionados con un porcentaje de su sueldo.
- Cada trabajador deberá portar vestimenta adecuada.
- Los trabajadores percibirán los beneficios de ley y si hubiere el caso de que trabajen horas extras se les reconocerá.
- Atender al paciente de una manera adecuada sin discriminar por sexo o cualquier otro aspecto.
- Usar y cuidar de los insumos que le sean entregados.
- No podrán divulgar información alguna del centro.
- En su horario establecido no podrán dejar el puesto laboral.

- Los trabajadores si necesitasen algún permiso previamente deberán comunicar a su jefe inmediato (administrador) explicándole el motivo, si fuera por salud o afines presentar un documento que respalde esa ausencia.

3.5.9.6 Modelo Operativo

El modelo operativo permite establecer estrategias a implementar para la Creación de un Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach en el cantón Riobamba.

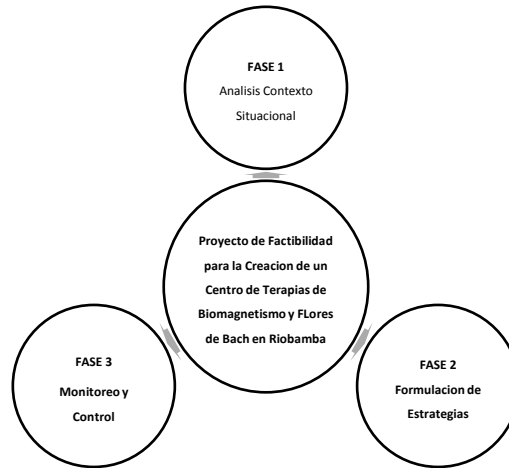


Gráfico 1-3: Modelo Operativo de la Propuesta

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Desarrollo de las Fases

Las fases para el desarrollo de la propuesta son 4, que se describen a continuación:

Análisis del Contexto Situacional

A través de la investigación, se realizó un análisis interno y externo del mercado para poder determinar un análisis FODA que permita establecer las fortalezas y debilidades; así como las oportunidades y amenazas del proyecto:

Tabla 25-3: Análisis FODA Centro de Terapia

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	Servicios de Terapia de excelente calidad	Establecimiento nuevo en el sector
	Variedad en los productos complementarios para ofrecer a los clientes.	Reciente apertura del mercado
	Publicidad por redes sociales	No hay una dirección estratégica clara
	Personal capacitado	Retraso en investigación y desarrollo

ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Simpatía entre las empresas rivales	Entrada de nuevos competidores
	Crecimiento del mercado	Cambios de necesidades y gustos del mercado
	Entrar en nuevos segmentos y mercados	Cambios demográficos adversos.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

En base a lo establecido se puede formular estrategias para la creación del Centro de Terapias.

Formulación de estrategias

Para la realización del proyecto es necesario establecer las mejores estrategias para el posicionamiento del mercado y la creación del centro de Terapias; para lo cual se debe establecer:

Estrategias de Marketing: Las cuales aborden campañas publicitarias en línea por redes sociales, así como diseños vistosos para la imagen de la microempresa.

Estrategias Comerciales: Calidad en la atención al cliente, diversificación de productos y ofertas atractivas.

Estrategias de Recursos Humanos: Evaluar y capacitar al personal para la atención adecuada al cliente.

Estrategias Financieras: Para el uso adecuado de los recursos, así como el registro y actualización de balances que permitirá tomar decisiones reales en función a los resultados de la gestión comercial y administrativa.

Monitoreo y Control

Para el buen desarrollo del proyecto, debe ejercerse actividades de monitoreo y control como última fase en la creación del Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach en el cantón Riobamba; para lo cual se debe considerar:

- Conocimiento sobre la misión, visión y valores empresariales hacia el personal y los clientes para fomentar la cultura empresarial activa.
- Reuniones administrativas de entrega de resultados para establecer el camino que está siguiendo el emprendimiento.

- Seguimiento de los resultados esperados versus los obtenidos para poder tomar decisiones oportunas.
- Lineamientos claros sobre aspectos del personal interno, de modo que las políticas sean cumplidas a cabalidad.

3.5.10 Evaluación Financiera

3.5.10.1 Crédito

Para poder financiar el proyecto se requiere un crédito de \$9833,47 dólares para lo cual se calcula la siguiente tabla de Amortización para los próximos 3 años.

Tabla 26-3: Amortización Préstamo Requerido

BANECUADOR				
Tipo	PYMES	Tasa Nominal	9,76%	
Monto	\$ 9833,47	Tasa Efectiva	10,21%	
Tipo de Amortización	Cuota Fija	Plazo Años	3	
Forma de Pago	Mensual	Frecuencia	12	
CUOTA	\$ 316,19	Períodos	36	
Periodo	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
0	0			\$ 9.833,47
1	\$ 316,19	\$ 236,21	\$ 79,98	\$ 9.597,25
2	\$ 316,19	\$ 238,13	\$ 78,06	\$ 9.359,12
3	\$ 316,19	\$ 240,07	\$ 76,12	\$ 9.119,05
4	\$ 316,19	\$ 242,02	\$ 74,17	\$ 8.877,03
5	\$ 316,19	\$ 243,99	\$ 72,20	\$ 8.633,03
6	\$ 316,19	\$ 245,98	\$ 70,22	\$ 8.387,06
7	\$ 316,19	\$ 247,98	\$ 68,21	\$ 8.139,08
8	\$ 316,19	\$ 249,99	\$ 66,20	\$ 7.889,09
9	\$ 316,19	\$ 252,03	\$ 64,16	\$ 7.637,06
10	\$ 316,19	\$ 254,08	\$ 62,11	\$ 7.382,99
11	\$ 316,19	\$ 256,14	\$ 60,05	\$ 7.126,84
12	\$ 316,19	\$ 258,23	\$ 57,96	\$ 6.868,62
13	\$ 316,19	\$ 260,33	\$ 55,86	\$ 6.608,29
14	\$ 316,19	\$ 262,44	\$ 53,75	\$ 6.345,84
15	\$ 316,19	\$ 264,58	\$ 51,61	\$ 6.081,27
16	\$ 316,19	\$ 266,73	\$ 49,46	\$ 5.814,54
17	\$ 316,19	\$ 268,90	\$ 47,29	\$ 5.545,64
18	\$ 316,19	\$ 271,09	\$ 45,10	\$ 5.274,55
19	\$ 316,19	\$ 273,29	\$ 42,90	\$ 5.001,26
20	\$ 316,19	\$ 275,51	\$ 40,68	\$ 4.725,74
21	\$ 316,19	\$ 277,76	\$ 38,44	\$ 4.447,99

22	\$ 316,19	\$ 280,01	\$ 36,18	\$ 4.167,97
23	\$ 316,19	\$ 282,29	\$ 33,90	\$ 3.885,68
24	\$ 316,19	\$ 284,59	\$ 31,60	\$ 3.601,09
25	\$ 316,19	\$ 286,90	\$ 29,29	\$ 3.314,19
26	\$ 316,19	\$ 289,24	\$ 26,96	\$ 3.024,95
27	\$ 316,19	\$ 291,59	\$ 24,60	\$ 2.733,37
28	\$ 316,19	\$ 293,96	\$ 22,23	\$ 2.439,41
29	\$ 316,19	\$ 296,35	\$ 19,84	\$ 2.143,05
30	\$ 316,19	\$ 298,76	\$ 17,43	\$ 1.844,29
31	\$ 316,19	\$ 301,19	\$ 15,00	\$ 1.543,10
32	\$ 316,19	\$ 303,64	\$ 12,55	\$ 1.239,46
33	\$ 316,19	\$ 306,11	\$ 10,08	\$ 933,35
34	\$ 316,19	\$ 308,60	\$ 7,59	\$ 624,75
35	\$ 316,19	\$ 311,11	\$ 5,08	\$ 313,64
36	\$ 316,19	\$ 313,64	\$ 2,55	\$ (0,00)

Fuente:

(BANECUADOR, s.f.)

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

El crédito financiero que se obtendrá es la cantidad de la inversión inicial para el funcionamiento, se acudirá al Banecuador ya que este banco impulsa emprendimientos con una tasa de interés baja comprada con los otros bancos privados y cooperativas. El crédito se solicitará para 3 años.

3.5.11 Ingresos

Tabla 27-3: Flujo de Producción

FLUJO DE PRODUCCION				
AÑO 2021				
PERÍODO	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Biomagnetismo	5	30	95	1005
Flores de Bach	6	31	120	1344
TOTAL	11	61	215	2349
AÑO 2022				
PERÍODO	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Biomagnetismo	4	22	105	1119
Flores de Bach	6	27	125	1399
TOTAL	10	49	230	2518
AÑO 2023				
PERÍODO	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Biomagnetismo	4	25	107	1190
Flores de Bach	7	23	126	1407
TOTAL	11	48	233	2597
AÑO 2024				

PERÍODO	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Biomagnetismo	8	31	112	1207
Flores de Bach	7	28	112	1480
TOTAL	15	59	224	2687
AÑO 2025				
PERÍODO	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Biomagnetismo	6	36	144	1288
Flores de Bach	7	33	132	1512
TOTAL	13	69	276	2800

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

El tema de las terapias a pesar de haber sido descubierto hace tiempo atrás no se ha consolidado y todavía existen brechas de conocimiento por parte de la población.

Para establecer el flujo de producción se tomó datos obtenidos por otros centros y además se contó con la ayuda de un experto el que trabaja en el área y pudo proporcionar información en cuánto a los pacientes con los que él trabaja, tomándose como punto de partida estos datos. Cabe recalcar que los administradores de los distintos centros y el mismo experto supieron manifestar que los pacientes han disminuido por la pandemia.

Tabla 28-3: Ingresos

AÑO 2021				
SERVICIOS	NUMERO DE SEVICIOS	PRECIO	TOTAL INGRESOS	Crecimiento Poblacional
Biomagnetismo	1005	\$ 17,50	\$ 17.587,50	1,50%
Flores de Bach	1344	\$ 17,50	\$ 23.520,00	
TOTAL	2349	\$ 35,00	\$ 41.107,50	\$ 41724,11
AÑO 2022				
Biomagnetismo	1119	\$ 17,50	\$ 19.582,50	1,50%
Flores de Bach	1399	\$ 17,50	\$ 24.482,50	
TOTAL	2518	\$ 35,00	\$ 44.065,00	\$ 44725,98
AÑO 2023				
Biomagnetismo	1190	\$ 17,50	\$ 20.825,00	1,50%
Flores de Bach	1407	\$ 17,50	\$ 24.622,50	
TOTAL	2597	\$ 35,00	\$ 45.447,50	\$ 46129,21
AÑO 2024				
Biomagnetismo	1207	\$ 17,50	\$ 21.122,50	1,50%
Flores de Bach	1480	\$ 17,50	\$ 25.900,00	
TOTAL	2687	\$ 35,00	\$ 47.022,50	\$ 47727,84
AÑO 2025				
Biomagnetismo	1288	\$ 17,50	\$ 22.540,00	1,50%

Flores de Bach	1512	\$ 17,50	\$ 26.460,00	
TOTAL	2800	\$ 35,00	\$ 49.000,00	\$ 49735,00

Realizado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Los ingresos se pudieron obtener mediante el flujo de producción anual multiplicado por el precio (17,50) y a esta cantidad se le multiplicó el crecimiento poblacional de 1,5% según el INEC y el Banco Mundial.

3.5.12 Costos

3.5.12.1 Costos Fijos

Tabla 29-3: Costos Fijos

Detalle	Tabla	Anexo	Mensual	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Gastos Sueldos y Salarios	26 27		\$980,27	\$11.763,20	\$11.763,20	\$11.763,20	\$11.763,20	\$11.763,20
Gastos Servicios Básicos		3	\$115,00	\$1.380,00	\$1.380,00	\$1.380,00	\$1.380,00	\$1.380,00
Gasto Publicidad	35		\$77,58	\$931,00	\$931,00	\$931,00	\$931,00	\$931,00
Gasto Arriendo		4	\$200,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.400,00
Amortización		5	\$ 29,75	\$357,00	\$357,00	\$357,00	\$357,00	\$ 357,00
Depreciación Muebles y Enseres		6	\$20,54	\$246,50	\$246,50	\$246,50	\$246,50	\$246,50
Depreciación Equipo de Cómputo		6	\$197,50	\$2.370,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministro de Oficina	32		\$21,70	\$260,40	\$260,40	\$260,40	\$260,40	\$260,40
Gastos Financieros	40		\$ -	\$829,45	\$526,77	\$193,20	\$ -	\$ -
TOTAL			\$1.642,34	\$20.537,55	\$17.864,87	\$17.531,30	\$17.338,10	\$17.338,10

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Dentro de los costos fijos se establece los gastos servicios básicos, la publicidad, el arriendo, la amortización, depreciación de muebles y enseres, así como del equipo de cómputo para este caso

se lo deprecio para un año, los suministros de oficina y los gastos financieros para 3 años pues el crédito se solicitó para ese periodo de tiempo.

No se tomó en cuenta la inflación ya que fue negativa (-0,90%) para el año 2020 en el que se realizó la investigación.

3.5.12.2 Costos Variables

Tabla 30-3: Costos Variables

Inventario	Cantidad	Costo Unitario	Costo Inversión	Requerimiento Anual
Imanes	50	\$ 15,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Esencias Florales	38	\$ 5,00	\$ 190,00	\$ 2.280,00
Fajas sujetadoras de imanes	2	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Rollo de masking cinta	3	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 72,00
TOTAL			\$ 958,00	\$ 11.496,00

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Los costos variables son tomados como el inventario, es decir, el número de materiales por el precio al que se compra y se lo multiplica por los 12 meses para el requerimiento anual.

Tabla 31-3: Costos Totales

Detalle	COSTOS TOTALES					
	Tabla	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Costos Fijos	43	\$20.537,55	\$ 17.864,87	\$ 17.531,30	\$ 17.338,10	\$ 17.338,10
Costos Variables	44	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00
TOTAL		\$ 32.033,55	\$ 29.360,87	\$ 29.027,30	\$ 28.834,10	\$ 28.834,10

Fuente: Tabla 43- 3 y 44-3

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para los costos se sumó todos los ítems que se requiere para el funcionamiento del negocio como son los gastos administrativos, de ventas, servicios básicos, gasto depreciación y amortización.

Tabla 32-3: Costos Unitarios

COSTOS TOTALES						
Detalle	Tabla	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Costos Fijos	43	\$ 20.537,55	\$ 17.864,87	\$ 17.531,30	\$ 17.338,10	\$ 17.338,10
Costos Variables	44	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00
NUMERO DE SERVICIOS	42	2349	2518	2597	2687	2800
TOTAL		\$ 32.033,55	\$ 29.360,87	\$ 29.027,30	\$ 28.834,10	\$ 28.834,10
COSTO UNITARIO		\$ 13,64	\$ 11,66	\$ 11,18	\$ 10,73	\$ 10,30
PRECIO		\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 17,50
POSIBLE UTILIDAD		\$ 3,86	\$ 5,84	\$ 6,32	\$ 6,77	\$ 7,20

Fuente: Tabla 43- 3 y 44-3

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para el costo unitario se necesita el número de servicios que se realizará al año y se procede a dividir el total de costos para el numero de servicios dando como resultado el costo unitario, al precio establecido de \$17,50 se le resta el costo unitario y se tiene la posible utilidad anual por servicio.

3.5.13 Estado de Resultados Proyectado

Para determinar la factibilidad del proyecto es necesario establecer todos los ingresos y gastos que tendrá el mismo durante 5 años, para poder calcular sobre los resultados del Estado de Resultados Proyectado los indicadores correspondientes a la factibilidad; a continuación, se detalla los rubros establecidos para este periodo de tiempo.

Tabla 33-3: Estado de Resultados Proyectado para 5 años

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO							
	Tabla	Anexo	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
Ingresos	42		\$ 41.724,11	\$ 44.725,98	\$ 46.129,21	\$ 47.727,84	\$ 49.735,00
Costos	43		\$ 32.033,55	\$ 29.360,87	\$ 29.027,30	\$ 28.834,10	\$ 28.834,10
Costos de Materia Prima	44		\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00
Gastos Administración							
Sueldos y salarios		8	\$ 11.763,20	\$ 11.763,20	\$ 11.763,20	\$ 11.763,20	\$ 11.763,20
Gasto Depreciación		6	\$ 2.616,50	\$ 246,50	\$ 246,50	\$ 246,50	\$ 246,50
Gasto Amortización		5	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00
Gasto Suministros	32		\$ 260,40	\$ 260,40	\$ 260,40	\$ 260,40	\$ 260,40
Gasto Arriendo		4	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Gastos Ventas							
Gasto de Publicidad	35		\$ 931,00	\$ 931,00	\$ 931,00	\$ 931,00	\$ 931,00
Servicios Básicos		3	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00
Gastos Financieros							
Interés Préstamo	40		\$ 829,45	\$ 526,77	\$ 193,20	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Participación Trabajadores			\$ 9.690,57	\$ 15.365,10	\$ 17.101,91	\$ 18.893,74	\$ 20.900,90
15% Participación Trabajadores			\$ 1.453,58	\$ 2.304,77	\$ 2.565,29	\$ 2.834,06	\$ 3.135,14
Utilidad Antes de 25% de Impuesto a la Renta			\$ 8.236,98	\$ 13.060,34	\$ 14.536,62	\$ 16.059,68	\$ 17.765,77
25% Impuesto a la Renta			\$ 2.059,25	\$ 3.265,08	\$ 3.634,16	\$ 4.014,92	\$ 4.441,44
Utilidad Neta			\$ 6.177,74	\$ 9.795,25	\$ 10.902,47	\$ 12.044,76	\$ 13.324,32

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para el estado de resultados se tomó los ingresos obtenidos en la tabla N° 42 con los costos totales de la tabla N° 45.

3.5.14 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 34-3: Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Tabla Anexo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	Tabla 42	\$ 41.724,11	\$ 44.725,98	\$ 46.129,21	\$ 47.727,84	\$ 49.735,00
Costos	Tabla 43	\$ 32.033,55	\$ 29.360,87	\$ 29.027,30	\$ 28.834,10	\$ 28.834,10
Costos de Materia Prima	Tabla 44	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00
Gastos Administración						
Sueldos y salarios	Anexo 8	\$ 11.763,20	\$ 11.763,20	\$ 11.763,20	\$ 11.763,20	\$ 11.763,20
Gasto Depreciación	Anexo 6	\$ 2.616,50	\$ 246,50	\$ 246,50	\$ 246,50	\$ 246,50
Gasto Amortización	Anexo 5	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00
Gasto Suministros	Tabla 32	\$ 260,40	\$ 260,40	\$ 260,40	\$ 260,40	\$ 260,40
Gasto Arriendo	Anexo 4	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Gastos Ventas						
Gasto de Publicidad	Tabla 35	\$ 931,00	\$ 931,00	\$ 931,00	\$ 931,00	\$ 931,00
Servicios Básicos	Anexo 3	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00
Gastos Financieros						
Interés Préstamo	Tabla 40	\$ 829,45	\$ 526,77	\$ 193,20	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Participación Trabajadores		\$ 9.690,57	\$ 15.365,10	\$ 17.101,91	\$ 18.893,74	\$ 20.900,90
15% Participación Trabajadores		\$ 1.453,58	\$ 2.304,77	\$ 2.565,29	\$ 2.834,06	\$ 3.135,14
Utilidad Antes de 25% de Impuesto a la Renta		\$ 8.236,98	\$ 13.060,34	\$ 14.536,62	\$ 16.059,68	\$ 17.765,77
25% Impuesto a la Renta		\$ 2.059,25	\$ 3.265,08	\$ 3.634,16	\$ 4.014,92	\$ 4.441,44
Utilidad Neta		\$ 6.177,74	\$ 9.795,25	\$ 10.902,47	\$ 12.044,76	\$ 13.324,32
Depreciación	Anexo 6	\$ 2.616,50	\$ 246,50	\$ 246,50	\$ 246,50	\$ 246,50
Amortización	Anexo 5	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00	\$ 357,00
Pago del Préstamo	Tabla 40	\$ 2.964,85	\$ 3.267,52	\$ 3.601,09		
Flujo Neto de Caja		\$ 6.186,38	\$ 7.131,23	\$ 7.904,87	\$ 12.648,26	\$ 13.927,82

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Dentro del flujo de caja se tiene los ingresos tomados del balance de estado de resultados, pero sufre una variación ya que a la utilidad se le suma la depreciación la amortización y se le resta el pago del préstamo ya que es un egreso.

3.5.15 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto o conocido VAN es el valor actual de una inversión con una tasa de descuento. El propósito del VAN es traer al momento actual todos los flujos futuros. A continuación, se presenta el cálculo con un factor de actualización del 9,76% (tasa con la que se nos otorgaría el crédito)

Tabla 35-3: Valor Actual Neto

VALOR ACTUAL NETO					
PERÍODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE FONDOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INVERSIÓN ACTUALIZADA	FLUJO NETO DE FONDO ACTUALIZADO
0	\$ 9.833,47		1,00	\$ 9.833,47	
1		\$ 6.186,38	0,91		\$ 5.636,28
2		\$ 7.131,23	0,83		\$ 5.919,38
3		\$ 7.904,87	0,76		\$ 5.978,09
4		\$ 12.648,26	0,69		\$ 8.714,74
5		\$ 13.927,82	0,63		\$ 8.743,05
				\$ 9.833,47	\$ 34.991,54

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Tabla 36-3: Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO	
Tasa Nominal	9,76%
Tasa de Descuento	9,76%

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{Flujo\ Neto\ 1}{(1 + 9,76\%)^1} + \frac{Flujo\ Neto\ 2}{(1 + 9,76\%)^2} + \frac{Flujo\ Neto\ 3}{(1 + 9,76\%)^3} + \frac{Flujo\ Neto\ 4}{(1 + 9,76\%)^4} + \frac{Flujo\ Neto\ 5}{(1 + 9,76\%)^5}$$

$$VAN = -9833,47 + \frac{5636,28}{(1 + 9,76\%)^1} + \frac{5919,38}{(1 + 9,76\%)^2} + \frac{5978,09}{(1 + 9,76\%)^3} + \frac{8714,74}{(1 + 9,76\%)^4} + \frac{8743,05}{(1 + 9,76\%)^5}$$

$$VAN = \$16228,92$$

El VAN es \$16228,92 positivo lo que indica que el proyecto tendrá ganancias.

3.5.16 Tasa Interna de Retorno

Para conocer cuál es la Tasa Interna de Retorno se realiza el cálculo del VAN con dos tasas distintas una inferior y otra superior para realizar el respectivo análisis, para este caso se trabajó con un factor de actualización del 20%.

Tabla 37-3: TIR

TASA 20%					
VALOR ACTUAL NETO					
PERÍODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE FONDOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INVERSIÓN ACTUALIZADA	FLUJO NETO DE FONDO ACTUALIZADO
0	\$ 9.833,47			\$ 9.833,47	
1		\$ 6.186,38	0,83		\$ 5.155,32
2		\$ 7.131,23	0,69		\$ 4.952,24
3		\$ 7.904,87	0,58		\$ 4.574,58
4		\$ 12.648,26	0,48		\$ 6.099,66
5		\$ 13.927,82	0,40		\$ 5.597,28
				\$ 9.833,47	\$ 26.379,08

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{Flujo Neto 1}{(1 + 9,76\%)^1} + \frac{Flujo Neto 2}{(1 + 9,76\%)^2} + \frac{Flujo Neto 3}{(1 + 9,76\%)^3} + \frac{Flujo Neto 4}{(1 + 9,76\%)^4} + \frac{Flujo Neto 5}{(1 + 9,76\%)^5}$$

$$VAN = -9833,47 + \frac{5155,32}{(1 + 9,76\%)^1} + \frac{4952,24}{(1 + 9,76\%)^2} + \frac{4574,58}{(1 + 9,76\%)^3} + \frac{6099,66}{(1 + 9,76\%)^4} + \frac{5597,28}{(1 + 9,76\%)^5}$$

$$VAN = \$10149,50$$

$$= Tasa de descuento + (Diferencia entre tasas) \left(\frac{VAN tasa inferior}{Diferencia absoluta entre VAN} \right)$$

$$Tasa interna de retorno = 0,0976 + (0,20 - 0,0976) \left(\frac{16228,92}{16228,92 - 10149,50} \right)$$

$$TIR = 37\%$$

3.5.17 Período de Recuperación

El periodo de recuperación nos indica el tiempo en el que se recupera la inversión inicial, es un indicador que permite medir la rentabilidad de la inversión inicial.

Tabla 38-3: Período de Recuperación de la Inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
Período	Inversión	Flujo de Caja	Flujo de Caja Acumulado
0	\$ 9.833,47 (b)		
1 (a)		\$ 6.186,38	\$ 6.186,38 (c)
2		\$ 7.131,23 (d)	\$ 13.317,61
3		\$ 7.904,87	\$ 21.222,49
4		\$ 12.648,26	\$ 33.870,74
5		\$ 13.927,82	\$ 47.798,57

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para determinar el Período de Recuperación se aplica la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \left(\frac{b - c}{d} \right)$$

a= Año Inmediato en el que se recuperaría la inversión requerida.

b=Inversión Inicial

c= Flujo Efectivo Acumulado del anterior año en el que se recuperaría la inversión.

d= Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión del proyecto.

$$PRI = 1 + \left(\frac{9833,47 - 6186,38}{7131,23} \right)$$

$$PRI = 1 + 0,51(12)$$

$$PRI = 1 \text{ año } 6 \text{ meses } 3 \text{ días}$$

La inversión se recuperaría en 1 año 6 meses y 3 días.

3.5.18 Punto de Equilibrio

Para determinar el Punto de Equilibrio se toma valores del Balance General de Ingresos y Costos Anuales establecidos

Tabla 39-3: Ingresos y Costos Anuales

DETALLE	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
Ingresos	\$ 41.724,11	\$ 44.725,98	\$ 46.129,21	\$ 47.727,84	\$ 49.735,00
Costos Fijos	\$ 20.537,55	\$ 17.864,87	\$ 17.531,30	\$ 17.338,10	\$ 17.338,10

Costos Variables	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00	\$ 11.496,00
Costos Totales	\$ 32.033,55	\$ 29.360,87	\$ 29.027,30	\$ 28.834,10	\$ 28.834,10

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

Para determinar el Punto de equilibrio se aplica la siguiente formula:

$$\text{Punto de Equilibrio Año 1} = \frac{\text{Costos Fijos Anuales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables Anuales}}{\text{Ingresos Anuales}} \right)}$$

Una vez realizado la fórmula de cada año se obtiene los siguientes puntos de Equilibrio cada año

Tabla 40-3: Punto de Equilibrio

DETALLE	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
P.E Monetario	\$ 28.348,14	\$ 24.045,28	\$ 23.350,57	\$ 22.839,31	\$ 22.550,55

Elaborado por: (Yépez Álvarez, 2021)

$$\text{P. E Año 1} = \frac{\$20537,55}{1 - \left(\frac{\$11496}{\$41724,11} \right)} = \$ 28.348,14$$

$$\text{P. E Año 2} = \frac{\$17864,87}{1 - \left(\frac{\$11496}{\$44725,98} \right)} = \$ 24.045,28$$

$$\text{P. E Año 3} = \frac{\$17531,30}{1 - \left(\frac{\$11496}{\$46129,21} \right)} = \$ 23350,57$$

$$\text{P. E Año 4} = \frac{\$17338,10}{1 - \left(\frac{\$11496}{\$47727,84} \right)} = \$ 22.839,31$$

$$\text{P. E Año 5} = \frac{\$17338,10}{1 - \left(\frac{\$11496}{\$49735,00} \right)} = \$ 22550,55$$

Para que el centro de terapias no tenga pérdida ni ganancia necesita tener ingresos para el primer año de \$28.348,14 valor monetario que podrá cubrir con los costos totales, para el segundo año de \$24.045,28 para el tercer año de \$23350,57, para el cuarto año de \$22839,31 y para el último año de \$ 22550,55

3.5.19 Relación Costo Beneficio

Para determinar el valor de la relación costo beneficio se realiza un análisis sobre el total de ingresos dividido para el total de Costos obteniéndose el siguiente resultado:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\$230042,14}{\$148089,92}$$
$$=1,55$$

El beneficio-costo que tiene el proyecto se expresa en 1,55 dólares, es decir, por cada 1 dólar que se invierta se generaría una ganancia de \$0,55 centavos.

El resultado obtenido es mayor a 1; por lo que existe un resultado favorable con relacion al costo y beneficio.

CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos mediante el estudio de mercado a través de las encuestas aplicadas a la población de Riobamba se recolectó información importante y relevante para el desarrollo del proyecto planteado.

Con los resultados arrojados se pudo detectar que el 47% de personas acuden a los distintos centros de terapias por lo que podría darse paso para la entrada a este nicho de mercado ofreciendo un servicio que satisfaga las necesidades del consumidor con las respectivas estrategias propuestas.

La población desconoce la existencia de estas terapias por lo que es necesario difundir más información sobre las mismas, pese a esto, a través de los años se ha ido incrementando las personas que acuden a esta medicina y que presentan resultados positivos tomando tratamientos con estas terapias.

La mayoría de la población acuden a estos centros por recomendación de un familiar, ya que muchos dijeron que habían probado con tratamientos convencionales y al no dar resultado decidieron probar estas terapias. La mayoría acude a estos centros por no estar conforme con los resultados de la medicina convencional y como último recurso.

Estas terapias tienen una relación íntima con el cuerpo la mente y el espíritu, y se pudo evidenciar que en las encuestas arrojaron que el 51% de las personas acuden por sanación física y también espiritual, pues las terapias de flores de Bach ayudan en la parte emocional y las terapias de biomagnetismo dolencias físicas de cuerpo.

La inversión para este proyecto se detectó en \$9.833,47 con un período de recuperación de 1 año, con un valor actual neto de \$16228,92 y una tasa interna del 37%

RECOMENDACIONES

Mantener actualizado los conocimientos teóricos fundamentados en el presente proyecto para permanecer competitivos en la creación del Centro de Biomagnetismo; además de aplicar todo lo establecido en el presente informe.

Realizar publicidad agresiva por medio de las redes sociales, entrega de volantes, promociones, descuentos, sorteos para así dar a conocer de las terapias alternativas en la ciudad donde se encontrará ubicado el centro para así tener más aceptación de las personas y sepan que existen otros métodos de curar sus dolencias, generando confianza para que acudan a este centro.

Realizar evaluaciones sobre la aceptación del Centro de Biomagnetismo, para tomar en cuenta la opinión del usuario y poder tomar medidas directrices para fomentar la aceptación y la demanda del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Andia, W. (2015). *La Demanda Insatisfecha en los Proyectos de Inversión Pública* (Vol. 14). Comité Editorial. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
- Arauco, M., Paredes, F., & Peña, I. (2015). *Plan de Negocios para la Creación del Centro de Biomagnetismo Equilibrio*. (Tesis Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)) Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/578394/UPC%20TESIS%20-%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación* (5ª. ed.). Caracas: Episteme.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (1ª. ed.). México: McGraw-Hill.
- Bach, E. (1999). *Terapias Floral del Sistema Diagnóstico Terapéutico del Dr. Bach*. Mexico.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (3ª. ed.). Mexico. D.F: Grupo Editorial PATRIA.
- Banco Mundial. (2021). *Banco Mundial BIRF - AIF*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/sp.pop.grow?locations=EC&view=map>
- BANECUADOR. (s.f.). *Simulador de Créditos*. Recuperado el 30 de Enero de 2021, de <https://www.banecuador.fin.ec/simulador-de-credito/>
- Bataller, A. (2016). *Gestión de proyectos* (1ª. ed.). Barcelona, España: Editorial Universitat Oberta de Catalunya. S, L.
- Bernal M, E. (15 de mayo de 2018). *Como hacer un estudio de mercado Sencillo y Eficaz [Entrada de Blog]*. Obtenido de <https://evambernal.com/como-hacer-un-estudio-de-mercado-sencillo-y-eficaz/>
- Cárdenas, C., Collinao, Y., & Mera, M. (2013). *Percepción de Usuarios tratados con Biomagnetismo como Terapia para el alivio del dolor crónico en la Ciudad de Valdivia*. (Tesis de Pregrado, Universidad Austral de Chile) Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2013/fmc266p/doc/fmc266p.pdf>
- Córdoba, M. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Dubs de Moya, R. (2015). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, vol. 3(2), pp. 15-17.
- Fernández, S. (2017). *Los Proyectos de Inversión* (1ª. ed.). Costa Rica: Editorial Técnica de Costa Rica.
- Gallegos, L. (2016). *Portafolio de Sistemas de Información Geográfica [Entrada de Blog]*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/eportafoliosigslgm/>
- Goiz, I. (1998). *Atlas del Par Magnético del Dr. Isaac Goiz Durán* (3ª. ed.). España: Medicina Alternativa y Rehabilitación S.A de C.V.

- Hernández, F., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la Investigación* (6ª. ed.). Mexico, D.F: Editorial Mc Graw Hill.
- Huang, J. (2019). *Proyecto para la transformación de la tienda “Viveres mi Verito” en supermercado en la ciudad del Tena, provincia de Napo.* (Tesis de Pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo) Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11311/1/22T0511.pdf>
- Lara, B. (2016). *Como elaborar proyectos de inversion, paso a paso.* (2ª. ed.). Quito: Oseas, Espin.
- Lescanoh, J. (2017). *Que es un gasto.* Obtenido de Economipedia: <https://www.reviso.com/es/que-es-un-gasto/>
- LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (2000). Ecuador. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec053es.pdf>
- Lopez, F. (2018). *Qu es el Rendimiento.* Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/rendimiento.html>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodologia de la Investigacion Social Cuantitativa* (1ª. ed.). Barcelona, España: Bellaterra (Cerdanyola del Vallés).
- Méndez, R. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores.* (2ª. ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de Evaluacion Formulacion y Evaluacion* (8ª. ed.). México: McGraw-Hill.
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica* (1ª. ed.). Machala, Ecuador: UTMACH.
- Puente, M., Viñan, J., & Aguilar, J. (2017). *Planeación Financiera y Presupuestaria.* Riobamba: Editorial Politécnica ESPOCH.
- Quiroa, M. (2019). *Definicion de Mercado.* Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Ramírez, J. (2019). *Evalauación de proyectos.* Ediciones de la U.
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica.* (1a. ed.). Mexico, D.F: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Sanchez, J. (2016). *Coste-Costo.* Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Sapag, N. (2008). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación* (2ª. ed.). Chile: Pearson.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* (3ª. ed.). Santafe de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Sarmiento, J., Garzón, D., & Gutiérrez, Ó. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de Ingeniería.* Buenos Aires: Editorial UPTC.

- Sobrero, F. (2019). *Análisis de Viabilidad: La Cenicienta en los Proyectos de Inversión*. (Tesis de Pregrado, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional del Litoral) Obtenido de <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf>
- Sposito, E., & Beati, R. (2016). Como determinar la factibilidad de un Proyecto. *NEWSLETTERS CLARÍN*. Obtenido de https://www.clarin.com/arq/construccion/determinar-factibilidad-Proyecto_0_H1zHuRuw7x.html
- Tamayo, M. (2016). *El proceso de la Investigación Científica* (4ª. ed.). Mexico: LIMUSA NORIEGA EDITORES.
- Torres, C. (2017). *Sistema de Biomagnetismo Medico*. (Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Loja) Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6312/1/Villavicencio%20Apolo%20-%20Nadia%20Patricia%20.pdf>
- Velazquez, E. (2018). *Canales de Distribución y Logística* (1ª. ed.). Bogota: Red Tercer Milenio.
- Yépez Álvarez, M. K. (2021). Proyecto de factibilidad a través de un estudio de mercado para la creación de un Centro de Terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach en el cantón Riobamba, periodo 2021. Riobamba - Ecuador: ESPOCH Escuela Politécnica de Chimborazo - Carrera de Finanzas.



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS**



Objetivo: Analizar el impacto que tendrá en la ciudadanía, la apertura de un centro de terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach para la población del Cantón Riobamba.

INDICACIONES GENERALES: Marque con una x según corresponda

DATOS INFORMATIVOS

EDAD: _____

GÉNERO: FEMENINO

MASCULINO

CUESTIONARIO

1. ¿Usted qué medicina utiliza para tratar afecciones de salud?

Medicina Convencional (Acudir al médico, fármacos)

Medicina Alternativa (Reiki, Biomagnetismo, Hipnosis, Terapias Florales)

Medicina Tradicional Indígena (Limpias del cuerpo, remedios a base de plantas)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

2. ¿Conoce todos los beneficios que le proporciona la medicina alternativa?

SI

NO

3. ¿Por qué utilizaría la medicina alternativa?

Por enfermedad

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Por economía

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Porque le sugirieron

Por cultura

Por creencia

Por fácil accesibilidad

4. ¿Cuál de las siguientes terapias se ha practicado alguna vez?

Acupuntura

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Flores de Bach

Biomagnetismo

Hipnosis

Reflexología

Reiki

Otra _____

5. ¿Utilizaría terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach?

SI

NO

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las terapias?

15-20

21-25

26-30

7. ¿Qué resultado espera obtener de las terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach?

Sanación Física

Sanación Espiritual

Sanación Física y Espiritual

Calidad de Vida Futura (prevención)

8. ¿Porque elegiría tratarse con terapias de Biomagnetismo y Flores de Bach?

Desconformismo con la medicina convencional

Como último recurso

Complementaria de la medicina convencional

Experimentar algo nuevo

9. ¿Usted conoce o se ha hecho atender alguna vez en estos centros de medicina alternativa ubicados en la ciudad?

Fuente de Vida Terapia Alternativa

Vedania Centro de Terapias Alternativas

Centro Médico Terapias Alternativas y Fisioterapia

Natuvital

Ninguna de las Anteriores

10. ¿Con que frecuencia acude a estos centros?

Semanal (1 vez a la semana)

Quincenal (1 vez a los 15 días)

Mensual (1 vez al mes)

Anual (1 vez al año)

ANEXO B: CRONOGRAMA DE TRABAJO

ETAPAS TRABAJO TITULACIÓN – PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
DISEÑO: Presentación y aprobación del proyecto de investigación (tres semanas)																
REVISIÓN: Desarrollo del capítulo uno y capítulo dos (cinco semanas)																
EJECUCIÓN: Desarrollo de la metodología y diseño de investigación para la obtención de resultados que permitan tomar decisiones en el diseño de la propuesta (cinco semanas)																
RESULTADOS: Desarrollo del capítulo cuatro, conclusiones, referencias bibliográficas, anexos y preparación del material para la defensa del trabajo de titulación (tres semanas)																
Este cronograma de actividades está sujeto a cambios, por motivos del normal desarrollo de la investigación, con el criterio de tiempo en más, no en menos.																

Elaborado por (Yépez Álvarez, 2021)

ANEXO C: GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

GASTO SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Luz	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua	\$ 20,00	\$ 240,00
Teléfono	\$ 15,00	\$ 180,00
Internet	\$ 30,00	\$ 360,00
Total	\$ 115,00	\$ 1.380,00

ANEXO D: GASTO ARRIENDO

GASTO ARRIENDO		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Arriendo Local	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Total	\$ 200,00	\$ 2.400,00

ANEXO E: GASTO AMORTIZACIÓN

GASTO AMORTIZACIÓN				
DETALLE	AÑOS	VALOR	MENSUAL	ANUAL
Gasto Instalación	5	\$ 750,00	\$ 12,50	\$ 150,00
Gastos de Constitución	5	\$ 104,00	\$ 1,73	\$ 20,80
Gasto de Publicidad	5	\$ 931,00	\$ 15,52	\$ 186,20
Total		\$ 29,75	\$ 29,75	\$ 357,00

ANEXO F: GASTO DEPRECIACIÓN

GASTO DEPRECIACION				
DETALLE	AÑOS	VALOR	MENSUAL	ANUAL
Muebles y Enseres	10	\$ 2.465,00	\$ 20,54	\$ 246,50
Equipo de Cómputo	1	\$ 2.370,00	\$ 197,50	\$ 2.370,00
Total		\$ 4.835,00	\$ 218,04	\$ 2.616,50
5 AÑOS DE VIDA PROYECTO				
		\$ 1232,50	\$ 20,54	\$ 246,50

ANEXO G: CAJA-BANCOS

CAJA-BANCOS	
Sueldos Primer Mes	\$ 980,27
Arriendo Primer Mes	\$ 200,00
Caja	\$ 525,00
Total	\$ 1.705,17

ANEXO H: GASTOS ADMINISTRACIÓN

Gastos Administración		
Empleados	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	\$ 490,13	\$ 5.881,60
Terapeuta	\$ 490,13	\$ 5.881,60
Total	\$ 980,27	\$ 11.763,20



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 18 / 02 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: MARITZA KRUPSKAYA YEPEZ ALVAREZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: INGENIERA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. RAFAEL INTY SALTO HIDALGO 0411-DBRA-UTP-2022



Firmado electrónicamente por:
**RAFAEL INTY
SALTO**

