



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

Proyecto Integrador, previo a la obtención del Título de Ingeniero Financiero

Tema:

"Viabilidad de una clínica de especialidades odontológicas en la ciudad de Latacunga aplicando el modelo CANVAS"

Autor: Romero Jaramillo, Jonathan Paúl

Tutor: Eco. Medina Salcedo, Héctor Rafael

Ambato – Ecuador

2020

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Eco. Héctor Rafael Medina Salcedo con cédula de identidad No. 1801760180 en calidad de Tutor del Proyecto Integrador, sobre el tema: **“VIABILIDAD DE UNA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA APLICANDO EL MODELO CANVAS.”**, desarrollado por Jonathan Paúl Romero Jaramillo, de la Carrera de Ingeniería Financiera, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y normativa para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato. Diciembre 2020.

TUTOR



Eco. Héctor Rafael Medina Salcedo

C.I. 1801760180

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jonathan Paúl Romero Jaramillo, con cédula de identidad No. 1600413791 tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto integrador, bajo el tema: **"VIABILIDAD DE UNA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA APLICANDO EL MODELO CANVAS."**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Proyecto Integrador.

Ambato, Diciembre 2020

AUTOR



Jonathan Paúl Romero Jaramillo

C.I. 1600413791

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto Integrador, un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi Proyecto Integrador, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este Proyecto Integrador, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, Diciembre 2020

AUTOR



Jonathan Paúl Romero Jaramillo

C.I. 1600413791

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto Integrador, sobre el tema: **“VIABILIDAD DE UNA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA APLICANDO EL MODELO CANVAS”**, elaborado por Jonathan Paúl Romero Jaramillo, estudiante de la Carrera de Ingeniería Financiera, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Diciembre 2020



Dra. Mg. Tatiana Valle

PRESIDENTE



Ing. Oscar López

MIEMBRO CALIFICADOR



Eco. Juan Villacís

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado primero a Dios poderoso representado en amor y perdón, por la sabiduría, fuerza y todas las bendiciones que derrama en mi vida, así de igual manera dedico a la Virgen Purísima de Macas, quien no me ha abandonado y me ha permitido avanzar en este arduo camino.

Dedico esto a Diego Laverde pilar fundamental quien confió en mi para que pueda concluir este peldaño más en mi vida y ha estado en momentos de alegrías y tristezas de mi vida, de igual manera a mi Madre Fanny Jaramillo quien fue la que también derramó en mí bendiciones y estuvo para mí aconsejándome y formándome como persona, una mujer luchadora que nunca se dio por vencida y sacó adelante a sus hijos; a mis dos ángeles que están en el Cielo a mi Papá Vicente Romero y mi Abuelito Alejandro Jaramillo que siempre estuvieron para alentarme y no dejarme caer, sé que desde el cielo se sentirán orgullosos. Siempre agradecido con todas las personas que siempre me apoyaron y nunca me abandonaron.

Jonathan Paúl Romero Jaramillo

AGRADECIMIENTO

Quiero dar gracias a Dios porque derramó bendiciones y todo lo que ha dado en mi vida, por darme sabiduría y fuerza para llegar a lo que soy hoy en día, por la salud que me da de igual manera a mis Ángeles terrenales que son Diego y mi Madre, sin duda Dios no se equivocó al elegirlos para que me acompañen en el arduo camino de la vida. A la Virgen Purísima de Macas porque siempre ha estado conmigo y nunca me ha dejado, gracias por todo Madre mía.

A las personas que me aman que son Diego, Fanny y mis Hermanos Daniel y Vicente que siempre han luchado por darme aún más de lo necesario por apoyarme en todo momento, por creer ciegamente en mí y darme un amor tan inmenso, por ustedes soy quien soy gracias por sus enseñanzas, valores, respeto, amor infinito- Los amo eternamente, sin ustedes no sería nada.

A la Universidad Técnica de Ambato por abrirme las puertas y formarme como un gran profesional, a cada uno de mis maestros por compartirme sus sabios conocimientos. A mi tutor, Eco. Rafael Medina por ser mi guía y tutor para culminar este gran objetivo. A mis amigos y compañeros de clase porque siempre fuimos un equipo de trabajo que luchamos por un mismo ideal.

Gracias a mis amigos y familiares los cuales creyeron en mí y siempre me apoyaron con una palabra de aliento y motivación para no decaer, por su apoyo incondicional, ánimos, consejos, amistad sincera y por todas sus bendiciones, a cada uno los llevo en mi corazón, gracias infinitas por ser parte de mi vida.

Dios los bendiga siempre.

Jonathan Paúl Romero Jaramillo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

TEMA: "VIABILIDAD DE UNA CLÍNICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA APLICANDO EL MODELO CANVAS".

AUTOR: Jonathan Paúl Romero Jaramillo

TUTOR: Eco. Héctor Rafael Medina Salcedo

FECHA: Diciembre 2020

RESUMEN EJECUTIVO

Un proyecto integrador es una herramienta para las personas que deseen emprender, que se pueda estudiar la factibilidad que tiene un plan o proyecto de inversión, esto nos ayuda a poner en práctica los conocimientos adquiridos en todo el proceso de estudio de la carrera. El objetivo del presente trabajo integrador es medir la viabilidad de una Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga basándose en el modelo CANVAS en la estructura de ingresos. Para poder medir el objetivo planteado decidimos estudiar el modelo esto quiere decir analizar cada ítem que contiene y plasmarlos con la información de la Clínica de Especialidades Odontológicas. También implementamos instrumentos de investigación adecuados para alcanzar el objetivo principal. A partir de los resultados obtenidos hemos concluidos que es importante la atención odontológica de todas las personas no importa edad, o estatus. Es muy importante la aplicación de dicho modelo porque se puede medir la factibilidad al momento de emprender.

PALABRAS DESCRIPTORAS: CANVAS, PROYECTO, NEGOCIOS, ODONTOLOGÍA,

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
CAREER FINANCIAL ENGINEERING

TOPIC: "VIABILITY OF A DENTAL SPECIALTY CLINIC IN THE CITY OF LATACUNGA APPLYING THE CANVAS MODEL."

AUTHOR: Jonathan Paúl Romero Jaramillo

TUTOR: Eco. Héctor Rafael Medina Salcedo

DATE: December 2020

ABSTRACT

An integrative project is a tool for people who wish to undertake, that the feasibility of an investment plan or project can be studied, this helps us to put into practice the knowledge acquired throughout the study process of the career. The objective of this integrative work is to measure the viability of a Dental Specialty Clinic in the city of Latacunga based on the CANVAS model in the income structure. In order to measure the proposed objective, we decided to study the model, this means analyzing each item it contains and reflecting them with the information from the Dental Specialties Clinic. We also implement suitable research instruments to achieve the main objective. From the results obtained we have concluded that dental care for all people is important, regardless of age or status. The application of this model is very important because feasibility can be measured at the time of undertaking.

KEYWORDS: CANVAS, PROJECT, BUSINESS, DENTISTRY.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1. Introducción	1
1.1.1. Antecedentes del proyecto integrador.....	1
1.1.2. Cartera de clientes.....	2
1.1.2.1. Particulares	2
1.1.2.2. Aseguradoras	2
1.1.2.3. Planes	2
1.1.2.4. Tarjeta club ecudental	2
1.1.3. Ecudental Latacunga.....	2
1.1.4. Descripción del entorno	7
1.1.5. Justificación	8
1.1.5.1. Justificación práctica.....	9
1.1.5.2. Justificación teórica.....	9

1.1.6. Objetivos	12
1.1.6.1. Objetivo general	12
1.1.6.2. Objetivos específicos	12
CAPÍTULO II.....	13
METODOLOGÍA	13
2.1. Descripción de la metodología.....	13
2.2. Métodos, procedimientos y técnicas	14
2.2.1. Métodos generales.....	14
2.2.1.1. Método científico:	14
2.2.1.2. Método deductivo:	14
2.2.1.3. Método sintético:.....	14
2.2.1.4. Método analítico:	14
2.2.2. Métodos particulares	15
2.2.2.1. Método bibliográfico:.....	15
2.2.3. Técnicas de investigación.	15
2.2.3.1. Encuesta:	15
2.3. Fundamentación científica	16
2.3.1. Antecedentes del modelo CANVAS	16
2.3.1.1. Definición del modelo CANVAS	16
2.3.1.2. Nueve pasos del modelo CANVAS	16
2.3.1.3. Beneficios de utilizar el CANVAS de modelo de negocio	17
2.3.1.4. ¿Cómo debe llenar y para qué sirve el modelo CANVAS?.....	18
2.4. Modelo canvas	21
CAPÍTULO III.....	22
DESARROLLO.....	22
3.1. Tema de investigación.....	22
3.2. Población, muestra y unidad de análisis	22
3.3. Fuentes primarias y secundarias.....	23
3.4. Modelo Canvas desarrollado	25
3.4.1. Análisis del business modelo Canvas	25
3.4.1.1. Segmentos de clientes.....	25

3.4.1.2. Propuesta de valor.	26
3.4.1.3. Relación con los clientes.	27
3.4.1.4. Canales	27
3.4.1.5. Estructura de ingresos.....	28
3.4.1.6. Recursos clave	29
3.4.1.7. Actividades claves:.....	32
3.4.1.8. Aliados clave:	32
3.4.1.9. Estructura de costes:.....	33
3.5. Estructura organizacional de la clínica de especialidades odontológicas Ecudental.....	34
3.5.1. Organigrama estructural	34
3.6. Interpretación de las encuestas	35
CAPÍTULO IV	49
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
4.1. Conclusiones	49
4.2. Recomendaciones	50
Bibliografía	51
Anexos	55
Instrumentos y métodos para recolectar información	55
Encuesta	55

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1 Ventas COESLAT S.A.....	35
Tabla 2 Sexo.....	37
Tabla 3 Edad.....	38
Tabla 4 Nivel de instrucción	39
Tabla 5 Estado civil.....	40
Tabla 6 Visita a clínicas de especialidades odontológicas.....	41
Tabla 7 Conocimiento sobre clínicas odontológicas en Latacunga	42
Tabla 8 Toma en cuenta	43
Tabla 9 Visitas al odontólogo.....	44
Tabla 10 Conocimiento en las especialidades	45
Tabla 11 Gustos sobre una clínica en Latacunga	47
Tabla 12 Decisión en el odontólogo.....	48
Tabla 13 Monto que gasta en el odontólogo	49

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

CONTENIDO	PÁGINA
Ilustración 1 Organigrama.....	30
Ilustración 2 Sexo.....	37
Ilustración 3 Edad.....	38
Ilustración 4 Nivel de instrucción.....	39
Ilustración 5 Estado civil.....	40
Ilustración 6 Visita a clínicas de especialidades odontológicas.....	41
Ilustración 7 Conocimiento sobre clínicas odontológicas en Latacunga.....	42
Ilustración 8 Toma en cuenta.....	43
Ilustración 9 Visitas al odontólogo.....	44
Ilustración 10 Conocimiento en las especialidades.....	45
Ilustración 11 Gustos sobre una clínica en Latacunga.....	47
Ilustración 12 Decisión en el odontólogo.....	48
Ilustración 13 Monto que gasta en el odontólogo.....	49

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Introducción

1.1.1. Antecedentes del proyecto integrador

Ecudental es una clínica de especialidades odontológicas que inició en la ciudad de Quito y posteriormente abrió sus clínicas en la Ciudad de Latacunga – Riobamba y Ambato. Ecudental ofrece un alto nivel profesional y servicios exclusivos. Los profesionales de Ecudental poseen títulos de cuarto nivel de postgrado, lo que garantiza el éxito en los todos los tratamientos odontológicos.

Ahora Ecudental está en su fase de extensión a nivel nacional, y proyecta su apertura en las ciudades de Santo Domingo y Manta. (ECUDENTAL, 2020)

Ecudental, durante 11 años se ha consolidado establemente como un sistema de negocios rentable que ha logrado estabilizar su rendimiento aún en tiempos de crisis y a logrado ingresos en crecimiento debido a su buen nombre y modelo de negocio que ha proyectado la confianza para que el cliente acuda en todo momento como su primera elección. (ECUDENTAL, 2020)

El éxito del sistema de negocios de Ecudental se basa en su posicionamiento como una marca exclusiva en varias ciudades del Ecuador, donde los pacientes de clase media y alta, acostumbran a viajar a las grandes ciudades buscando servicios odontológicos de alta calidad, Ecudental resuelve este necesidad al más alto nivel y en la comodidad de su ciudad a precios más convenientes que las clínicas en la grandes ciudades. (ECUDENTAL, 2020)

1.1.2. Cartera de clientes

1.1.2.1.Particulares

Toda persona que acude a la clínica por referencias, rótulo, redes sociales, flyers, promociones, tv, radio.

1.1.2.2.Aseguradoras

Gea - Mediasist

Confident - Nesecc

Proasismed - Prestasalud

Salud S.A. – Humana

1.1.2.3.Planes

Tratamientos todos incluidos en base a odontología general y especialidades.

1.1.2.4.Tarjeta club ecudental

Afiliación al Club Ecudental desde los servicios más básicos, hasta porcentajes de descuento con los que se beneficia el titular y su familia.

1.1.3. Ecudental Latacunga

“Somos el mejor centro especializado de odontología del Ecuador”

Endodoncia: Ecudental recuerda que una endodoncia era un proceso doloroso en el pasado. Hoy en día, con opciones de anestesia avanzada y técnicas quirúrgicas, una endodoncia es tan cómoda como una restauración. (ECUDENTAL, 2020)

Un diente infectado (en su parte pulpar), es generalmente lo que causa dolor dental, y la solución a este problema es la endodoncia. De hecho, la pulpa del diente infectado puede causar un absceso dental y puede destruir el hueso que rodea el diente. (ECUDENTAL, 2020)

¿Beneficios de la endodoncia?

La endodoncia es un tratamiento para reparar y salvar un diente gravemente dañado o infectado en vez de quitarlo. El procedimiento consiste en quitar la zona dañada del diente (la pulpa), limpiarlo y desinfectarlo, y después empastarlo y sellarlo. Las causas comunes que afectan a la pulpa: dientes agrietados, cavidades profundas, un tratamiento dental repetido o trauma. (ECUDENTAL, 2020)

Periodoncia: La enfermedad periodontal (EP), ha sido considerada tradicionalmente como una patología inflamatoria, crónica de origen multifactorial, que tiene como factor etiológico primario una biopelícula de origen bacteriano altamente organizada en un nicho ecológico favorable para su crecimiento y desarrollo; la cual con el concurso de unos factores adicionales de origen local y sistémico ocasionan la contaminación y destrucción de los tejidos de soporte del diente (epitelios, tejido conectivo, ligamento periodontal, hueso alveolar, cemento radicular). (Instituto de Salud Publica, 2018)

Sus principales manifestaciones clínicas incluyen sangrado, movilidad dental, recesión gingival, formación de bolsa periodontal, disfunción masticatoria y pérdida del diente. Adicionalmente existe evidencia científica que vincula la enfermedad periodontal con otras enfermedades crónicas como diabetes, enfermedad pulmonar obstructiva crónica, enfermedad cardiovascular, cánceres entre otras y por consiguiente esta patología es considerada según la Organización Mundial de la Salud, como uno de los dos principales problemas de salud bucal a nivel mundial; adicionalmente la distribución de estas enfermedades crónicas muestra una fuerte asociación con desigualdades sociales debido a que estas enfermedades afectan en mayor proporción a los grupos con desventajas de tipo social y económico. (Instituto de Salud Publica, 2018)

Ortodoncia: La Ortodoncia es una especialidad odontológica que estudia, previene y corrige las alteraciones del desarrollo, las formas de las arcadas dentarias y la posición de los maxilares, con el fin de restablecer el equilibrio morfológico y funcional de la boca y de la cara, mejorando también la estética facial. (SEDO, 2015)

La Ortodoncia enfrenta problemas que van mucho más allá de la colocación individual y pormenorizada de las piezas dentarias, y afronta, por el contrario, la corrección de alteraciones de los maxilares, de la cara y, sobre todo, de los trastornos funcionales de la masticación. (SEDO, 2015)

Ortopedia infantil: La ortopedia adquiere en el caso de niños y adolescentes un alcance y trascendencia especiales, pues de los cuidados adecuados en esas etapas se beneficiarán también en su futuro. Incide en los problemas más frecuentes de la ortopedia en la infancia y trata los aspectos básicos que más frecuentemente se presentan en las consultas. La displasia del desarrollo de la cadera, el pie equino varo congénito, la enfermedad de Perthes, el estudio del niño (-a) con dolor lumbar o los criterios de derivación de pacientes a ortopedia y traumatología infantil, entre otros, son temas en los que el personal especializado encontrará en estas páginas un inestimable y actualizado auxiliar. Se trata de un texto práctico dirigido tanto a estudiantes de medicina como a profesionales pediatras, traumatólogos, de medicina familiar y comunitaria, fisioterapeutas, rehabilitadores, y a todas aquellas personas encargadas del diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de niños y adolescentes con afecciones del aparato locomotor.

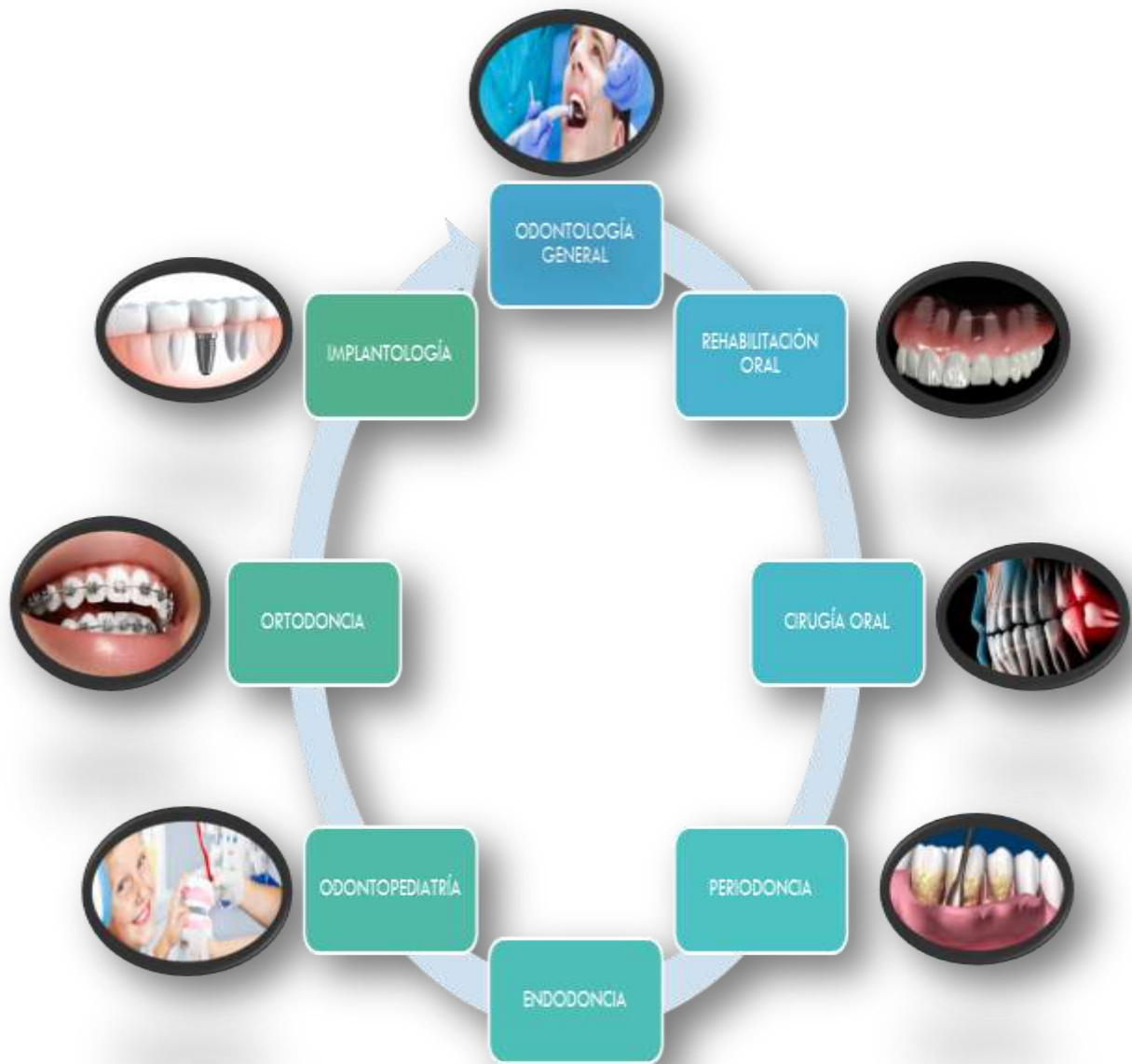
Odontología estética: La odontología estética es una rama de la odontología que tiene como principal objetivo crear un cambio positivo en los dientes y en la sonrisa. (ECUDENTAL, 2020)

La mayoría de las personas piensan que este tipo de odontología abarca solo los tratamientos de blanqueamiento dental o las carillas de porcelana, pero existen muchos más tratamientos disponibles para mejorar la sonrisa. (ECUDENTAL, 2020)

Este tipo de odontología engloba desde una simple corrección de color de los dientes hasta la reposición de los dientes perdidos, existe una amplia variedad de opciones disponibles para mejorar tanto la función dental como la apariencia de la sonrisa. (ECUDENTAL, 2020)

Implantología: Los implantes dentales constituyen la opción terapéutica más predecible en la reposición total o parcial de los dientes perdidos, con tasas de supervivencia muy elevadas (en torno al 95%) tanto en hueso pristino como en el hueso regenerado, sin embargo, determinados factores de riesgo pueden predisponer a presentar menores tasas de éxito 1-4. Los criterios usados para evaluar el éxito de los implantes dentales han ido variando a lo largo de los años. Actualmente incluyen la ausencia de movilidad del implante al comienzo de la fase protésica, la ausencia de radio lucidez en la unión implante-hueso, ausencia de periimplantitis y de discomfort manifestado por el paciente. (Salgado-Peralvo., 2018)

Cirugía bucal: La cirugía oral y maxilofacial (COM) se define en nuestro país como: la especialidad médico-quirúrgica que se ocupa de la prevención, estudio, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de la patología de la boca, cara y territorio cráneo facial, así como de los órganos y estructuras cervicales relacionadas directa o indirectamente con los mismos. (Monteserín, 2014)



1.1.4. Descripción del entorno

Latacunga, está ubicada en el centro del Ecuador a 89 km de Quito y a 335 km de Guayaquil, es el punto de enlace entre la Costa, Andes y Amazonía. (Gobierno Descentralizado, 2014)

Conocida como la ciudad plácida y mágica, su nombre proviene de las palabras "llacta kunka" que significa "Dios de las Aguas", es una atractiva ciudad con calles adoquinadas rectas y estrechas bordeadas de casas bajas de teja rojiza con una inconfundible línea de arquitectura colonial española. (Gobierno Descentralizado, 2014)

Es el Patrimonio cultural del Ecuador, Latacunga la capital de la Provincia de Cotopaxi se la conoce por su fiesta mestiza de la Mama Negra. Sin embargo, Latacunga tiene más que ofrecer. Al caminar por sus calles estrechas y empedradas, se entiende que fue fundada sobre un tambo inca y uno de los posibles significados de su nombre es "Llacta cunani", que significa "les doy hogar". Latacunga fue parte de la historia libertaria, pues apoyó la gesta guayaquileña del 9 de octubre de 1820. Fue un punto de descanso de los próceres que iban de Quito a Guayaquil. Latacunga no es solo la Mama Negra, además cuenta con varios atractivos turísticos como: las iglesias del Salto, la Catedral y San Francisco que muestran la belleza del arte religioso. El parque náutico donde aún es posible escuchar gorriones y admirar picaflores, y el parque Vicente León.

1.1.5. Justificación

El presente trabajo de investigación está enfocado en el análisis e implementación de la metodología Canvas en el desarrollo de la viabilidad de un Centro de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga.

La motivación de crear una clínica odontológica en la ciudad de Latacunga nace de la propuesta de copar el mercado del centro del país con una clínica con instalaciones modernas, diferentes especialidades como por ejemplo Endodoncia, Ortodoncia, Pediatría, Rehabilitación Oral, Cirugía, de igual manera en el know how de la clínica se hablara un poco más detallado de cada especialidad y del cómo estará distribuido la clínica; contará profesionales de cuarto nivel, ya que la escasa oferta que existe de lo que la clínica como empresa ofrece, les obliga a los habitantes de la ciudad de Latacunga a recurrir a consultorios pequeños con estándares de calidad inferiores y a costos generalmente altos.

La base teórica de este proyecto estará fundamentada en los procedimientos para la creación de la clínica aplicando el Modelo Canvas el mismo que nos ayudara a alcanzar el éxito deseado.

La utilidad práctica de la aplicación de este modelo nos permitirá observar y comprobar si los procedimientos aplicados para la creación de la clínica se ejecutan de manera concreta y se logra los objetivos planteados.

Este estudio de factibilidad busca brindar información precisa y necesaria para que los socios inversionistas tomen las decisiones más adecuadas para que de esta manera saber si es recomendable iniciar o no su idea de negocio.

Este proyecto se justifica en la propuesta de ofrecer atención odontológica de calidad y calidez a precios competitivos, para ser accesible a este tipo de servicios a los habitantes de la ciudad en general, los mismos que serían los beneficiarios de esta iniciativa, además de que si llegamos a la ciudad de Latacunga posicionaríamos en el centro del país la marca de la clínica dental dentro del paciente y de esta manera ser la opción prioritaria al momento de querer asistir al odontólogo.

De la misma forma la creación de una empresa domiciliada en Latacunga abrirá nuevas plazas de empleo, generará recursos para el estado, vinculación con la comunidad y utilidades para los socios inversionistas de la misma.

1.1.5.1. Justificación práctica

Así mismo, se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos de Ingeniería Financiera de la Universidad Técnica de Ambato la cual nos ayudará a mejorar con la puesta en práctica de este proyecto a las empresas para que sean más eficaces y de igual manera eficientes para que los pequeños y medianos empresarios puedan llevar de una mejor manera sus emprendimientos.

1.1.5.2. Justificación teórica

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. (Urbina., 2015)

En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera.

El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad. La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa. (Urbina., 2015)

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontremos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre: desde la ropa que vestimos hasta los alimentos procesados que consumimos y las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de su venta comercial, fueron evaluados desde

varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello, alguien tomó la decisión de producirlo en masa, para lo cual tuvo que realizar una inversión económica. Por tanto, siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, hacerlo es la única forma de producir dicho bien o servicio. Es claro que las inversiones no se hacen sólo porque alguien desea producir determinado artículo o piensa que al producirlo ganará dinero. En la actualidad una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto estructurado y evaluado que indique la pauta a seguir. De ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos. (Urbina., 2015)

La odontología tiene raíces históricas arraigadas en el censo común y, tal vez, por esto, sea una ciencia tan próxima del arte. Esta característica artesanal ha sido tomada como un aspecto negativo y responsable por el distanciamiento de la odontología de las otras ciencias médicas. No hay como negar la propia historia. Es posible que la odontología camine como ciencia sin olvidar su peculiar e inseparable vena artística. Lo que debe estar claro es que la odontología se desarrolló y en los días actuales no se concibe más una práctica odontológica apoyada solamente en habilidades manuales y principios empíricos. A estos elementos de la odontología-arte necesitan estar, invariablemente, enlazados otros elementos vinculados a la odontología-ciencia. En este contexto, me gustaría discutir la importancia del examen clínico en odontología. (Castro, 2006)

Independientemente de cual sea la especialidad odontológica, es necesario que su ejercicio esté fundado en principios semiológicos similares a cualquier otra ciencia de la salud como la medicina o la enfermería. Los fundamentos semiológicos de Hipócrates que nortean el examen clínico fueron descritos hace más de 2000 años, pero, de modo impresionante, continúan válidos hasta hoy. Toda ciencia que tiene como objetivo tratar la salud de las personas no puede prescindir de una colecta sistemática de informaciones. El examen clínico es fundamental. Esta es la herramienta que conduce al diagnóstico y, consecuentemente, al tratamiento eficaz. (Castro, 2006)

Pierre Fauchard nació en Bretaña en 1678. Después de ser formado como cirujano militar, se instaló en París en 1729 y permaneció ahí hasta su muerte, en 1761.

En 1723 completó su obra magna *Le chirurgien dentiste ou traité des dents* (El cirujano dentista o tratado sobre los dientes), la cual no fue publicada sino hasta cinco años más tarde. (Fauchard, 2006)

Hacia 1746 salió una segunda edición que incluía más material y mejores ilustraciones que la primera. *Le chirurgien dentiste*, con sus 863 páginas en dos pequeños volúmenes, fue el libro más importante en odontología aparecido hasta esa fecha y resultó toda una autoridad en su campo durante el siguiente siglo. Publicado en edición alemana en 1733, tuvo una edición inglesa hasta 1946, cuando el gran historiador de la odontología Hilian Lindsay concluyó su traducción. (Fauchard, 2006)

En la época de Fauchard era costumbre que los profesionales de cualquiera de las artes terapéuticas guardaran celosamente sus conocimientos y habilidades. Pero Fauchard, despreciando esto y aunque ello significara el detrimento de sus propias ganancias, hizo públicos sus métodos. (Fauchard, 2006)

En su libro cubrió el campo completo de la odontología y muchas de las ideas y procedimientos que aconsejó o describió siguen vigentes hoy en día. Fauchard trató la anatomía y la morfología dental, además de las anomalías de los dientes. Disertó sobre la caries dental, sus causas y prevención, y rechazó la teoría del gusano dental; argumentó que él no había visto nunca tales gusanos y creía más bien que la caries era el resultado de un desequilibrio humoral. (Fauchard, 2006)

Fauchard investigó con gran detalle la patología oral, citando numerosas historias clínicas y el tratamiento que había recomendado. Los problemas de la dentición le interesaron de gran manera y subrayó la importancia de retener los dientes caducos hasta que llega el momento en que se caen. Habló de la reimplantación de dientes arrancados y del trasplante de dientes de un individuo a otro, anticipándose en cerca de cuarenta años al trabajo de John Junter. También utilizó la técnica del empaste de una muela con su posterior relleno de la cavidad con plomo y zinc. Dedicó especial atención a la odontología protésica y describió cómo construir puentes individuales además de prótesis parciales y completas. (Fauchard, 2006)

1.1.6. Objetivos

1.1.6.1. Objetivo general

- Medir la viabilidad de una clínica de especialidades odontológicas en la ciudad de Latacunga basándose en el modelo CANVAS en la estructura de ingresos

1.1.6.2. Objetivos específicos

- Diseñar un modelo CANVAS enfocado en la viabilidad de una clínica de especialidades odontológicas de la ciudad de Latacunga.
- Analizar los fundamentos metodológicos del modelo CANVAS.
- Determinar la viabilidad del centro de especialidades odontológicas de la ciudad de Latacunga aplicando el modelo de negocio CANVAS.
- Conocer la estructura de la clínica de especialidades odontológicas Ecudental Latacunga.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1.Descripción de la metodología

La investigación será de tipo descriptiva que consiste fundamentalmente, en describir un fenómeno o una situación, mediante su estudio, en una circunstancia tiempo - espacial determinada. Se caracteriza por enfatizar aspectos cuantitativos de aspectos de categorías bien definidas del fenómeno observado.

La descripción nos ayuda a conocer las características externas del objeto de estudio, puede referirse a personas, hechos, procesos, relaciones naturales y sociales, debe realizarse en un tiempo y lugar determinado, con el propósito de reunir argumentos fundamentales para identificar un problema específico; se recurrirá a la estadística como auxiliar básico para la presentación de una situación concreta.

También será de carácter exploratoria, se trata de una especie de sondeo con el cual se alcanza a obtener una idea general muy orientadora de algo que interesa al investigador, preliminar en la que realizamos la observación inmediata del área y de los elementos constitutivos que vamos a investigar, lo que nos da la posibilidad de contar con elementos objetivos. La modalidad de investigación será documental ya que utiliza fuentes históricas, estadísticas, informes, material cartográfico, archivos, documentos personal, la prensa y objetos materiales; con una investigación de campo la cual se realiza en un mismo lugar en que se desarrollan o producen los acontecimientos, de esta manera utilizando el método científico obtendremos conocimientos en el espacio de la realidad social. Las técnicas para el levantamiento de información o instrumento de información serán la encuesta. (Oswaldo, 2000)

La población y la muestra estarán determinadas con una fórmula, el estudio será conformado por latacungueños de entre 14 y 50 años de sexo masculino y femenino con nivel socioeconómico indiferente, nivel de instrucción y estado civil indiferentes y población económicamente activa. Variables demográficas ciudad, tipo de población urbana.

2.2. Métodos, procedimientos y técnicas

2.2.1. Métodos generales

2.2.1.1. Método científico: Toda investigación científica como tal requiere de este método, ya que es un conjunto de procedimientos lógicamente sistematizados que el investigador utiliza para descubrir y enriquecer las ciencias, en el caso de estudio, confiere carácter de científica a la investigación.

2.2.1.2. Método deductivo: Este método permite presentar conceptos, principios, reglas, definiciones, fórmulas, reglas a partir de los cuales se analiza, sintetiza, compara, generaliza y demuestra. Este método es muy importante debido a que gracias a este nos permite seguir un proceso y análisis.

2.2.1.3. Método sintético: Para poder realizar de una mejor manera la investigación propuesta en el presente trabajo, es muy importante y vital la aplicación de este método, ya que permitirá el tema u objetivo de estudio, partiendo de sus partes para poder construir el todo organizado.

2.2.1.4. Método analítico: Muy importante la aplicación de este método, ya que permite identificar las partes motivo de la investigación partiendo de un todo, que en el caso vendrían a ser la identificación de riesgo con su respectiva matriz.

2.2.2. Métodos particulares

2.2.2.1. Método bibliográfico: La recopilación bibliográfica de documentos, libros, revistas, etc.; es muy importante dentro de la investigación a realizarse, por lo que dicho método juega un importante papel preponderante en este análisis.

2.2.3. Técnicas de investigación.

En la investigación Científica se emplean diferentes técnicas, que les podemos clasificar en primarias como, por ejemplo: la observación, la entrevista, la encuesta, el test y secundarias como el fichaje. (Oswaldo, 2000)

2.2.3.1. Encuesta: es la técnica que a través de un cuestionario adecuado nos permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella. Se caracteriza por que la persona investigada llena el cuestionario. (Oswaldo, 2000)

Tipos de encuesta: a continuación, se mencionará los diferentes tipos de encuestas que podemos encontrar. (Oswaldo, 2000)

- Por los asuntos que aborda:
 - ✓ Encuesta Descriptiva.
 - ✓ Encuesta Explicativa.
 - ✓ Encuesta Mixta.
- Por el número de personas investigadas:
 - ✓ Encuesta general.
 - ✓ La encuesta por muestreo.

2.3. Fundamentación científica

2.3.1. Antecedentes del modelo CANVAS

2.3.1.1. Definición del modelo CANVAS

Modelo que se ha convertido desde el 2008 como herramienta estrella en la gestión estratégica y empresarial de un negocio. El modelo CANVAS permite ver y modelar en un solo folio, estructurado en nueve elementos, cual es el modelo de nuestro negocio. Y lo mejor de todo, es tan sencillo que puede ser aplicado en cualquier escenario, ya sea una pequeña, mediana y gran empresa. Además, no solo sirve para las nuevas empresas sino también para aquellas que ya están establecidas. (Cirugeda., 2014)

2.3.1.2. Nueve pasos del modelo CANVAS

El modelo CANVAS cuenta con nueve pasos, los que se detallan a continuación:

- ✓ **Segmentos de clientes:** Se debe tomar en cuenta la incorporación de nuevos nichos o tipos de clientes a quienes se puede dirigir el negocio. (Larriba L. , 2016)
- ✓ **Propuesta de valor:** Se debe incrementar qué servicio o servicios estamos prestando, ya que debemos tomar mucho en cuenta que problemas o necesidades tienen nuestros clientes y cómo las cubrimos. (Larriba L. , 2016)
- ✓ **Canal:** Es un aspecto fundamental de todo negocio, ya que es la forma en la que podemos llegar a nuestros clientes, ya que si no llegamos a ellos, no tendría razón de ser nuestro negocio, ya no que tendríamos a quien ofrecer nuestros productos o servicios. (Larriba L. , 2016)
- ✓ **Relación con los clientes:** Es el aspecto fundamental que debemos considerar es la relación que se mantiene con los clientes. (Larriba L. , 2016)
- ✓ **Flujo de ingresos:** Abarca toda la parte financiera en el Modelo de Negocios. (Larriba L. , 2016)

- ✓ **Recursos clave:** Se deben incluir aquellos aspectos que son necesarios para poder entregar valor al cliente. (Larriba L. , 2016)
- ✓ **Actividades clave:** Se debe contemplar aquellas acciones que hacen de nuestro negocio lo que es, que lo diferencian de los demás. (Larriba, 2016).
- ✓ **Alianzas:** Parte del éxito de muchos negocios, se debe a los clientes referidos o contactos y a los acuerdos de colaboración mutua con otras empresas, organismos o instituciones. (Larriba L. , 2016)
- ✓ **Estructura de costes:** Esta parte busca contemplar el reparto de los gastos que corresponden a la empresa. (Larriba L. , 2016)

2.3.1.3. Beneficios de utilizar el CANVAS de modelo de negocio

El método CANVAS es una herramienta (lienzo) muy práctica ya que te permite modificar todo lo que quieras sobre la misma a medida que vas avanzando en su análisis y testando las hipótesis más arriesgadas que ponen en juego la viabilidad de tu negocio. (Osterwalder, 2010)

El CANVAS modelo es muy sencillo, un lienzo muy intuitivo y divertido. Imprímelo en tamaño XL y trabaja con post-its y rotuladores de colores te permite trabajar en equipo: Cuelga el lienzo en la pared y haz que el modelo de CANVAS esté visible para todos. Retira las mesas y trabaja en grupo de una manera muy interactiva y dinámica. (Osterwalder, 2010)

Visual: Te permite ver de manera global TODO los aspectos importantes que configuran tu CANVAS de modelo de negocios. Te recomiendo que dejes expuesto el lienzo una vez terminado el análisis, para que todos los miembros tengan clara la visión global de la empresa de un simple vistazo. (Osterwalder, 2010).

2.3.1.4. ¿Cómo debe llenar y para qué sirve el modelo CANVAS?

Se divide en nueve módulos, la parte derecha es la que hace referencia a los aspectos externos a la empresa, al mercado, al entorno. La parte derecha del modelo de negocio CANVAS se compone de los siguientes bloques: segmento de mercado, propuesta de valor, canales, relación con clientes y fuentes de ingresos; Para elaborar el modelo CANVAS, primero se rellenan los módulos del lienzo de la parte derecha. Estos bloques hacen referencia a la parte externa de la compañía, al mercado. (Osterwalder, 2010)

El que se rellene esta parte inicialmente no es casualidad, la razón por la que se trabaja de esta manera es que primero debes conocer y analizar el entorno en el que opera o va a operar tu empresa, identificando inicialmente tu segmento de clientes, qué es lo que vas a ofrecerles, cómo vas a llegar a ellos, qué relación vas a mantener con ellos y finalmente cómo van a pagarte. Conocer y testar estos bloques es lo primero que debes hacer antes de analizar la parte izquierda del lienzo. (Osterwalder, 2010)

2.3.1.5. Paso 1 imprimir el lienzo CANVAS:

Como ya hemos comentado imprime el modelo CANVAS en tamaño XXL y pégalo en una pared. Coge post-its y rotuladores de colores. Y ponte manos a la obra. En este caso voy a explicar el lienzo utilizando el ejemplo de modelo CANVAS desarrollado de Imaginarium. (Osterwalder, 2010)

2.3.1.6. Paso 2 reflexión de la parte derecha del CANVAS. La del mercado:

Céntrate en la parte derecha del CANVAS de modelo de negocio y reflexiona sobre. (Osterwalder, 2010)

1. Segmento de clientes: Para determinar tu nicho de mercado pregúntate a quién creas valor. (Osterwalder, 2010)
2. Propuesta de Valor: Para definir tu propuesta de valor es crítico saber qué problema ayudas a solucionar a tus clientes. Imaginarium: Educación y juego en un solo concepto. (Osterwalder, 2010)

3. Canales: Identifica cuál va a ser el medio por el que vas a hacer llegar tu propuesta de valor a tu segmento de clientes objetivo. A veces tu estrategia de Marketing online será clave en este apartado y otras menos. Imaginarium: Tiendas propias y modelo de franquicia. (Osterwalder, 2010)
4. Relación con clientes: Reflexiona sobre cuál va a ser tu relación con los clientes. Dónde empieza y dónde acaba esta relación. También tu estrategia en Redes Sociales y en Marketing online será clave en tu relación con clientes. Imaginarium: Asistencia personal y call-center para atender el servicio postventa. (Osterwalder, 2010)
5. Flujo de ingresos: Tienes que tener claro cómo vas a ganar dinero. Al principio pon todas las opciones que se te ocurran y posteriormente testa cómo y cuánto está dispuesto a pagar tu cliente objetivo (venta de activos, suscripción, publicidad...) Imaginarium: Venta de juguetes. (Osterwalder, 2010)

2.3.1.7. Paso 3 analiza internamente tu propia empresa sobre el modelo

CANVAS:

Una vez conozcas el entorno de tu compañía, adapta las piezas (bloques) internos para aportar la propuesta de valor detectada de la mejor manera posible; crea alianzas con los agentes necesarios, céntrate en las actividades nucleares de tu negocio y “Responsabilidad con pensamiento positivo” piensa qué necesitas y cuál es la estructura de costos. Es decir, analiza. (Osterwalder, 2010)

6. Recursos Clave: ¿Qué necesitas para llevar a cabo la actividad de tu empresa? Los recursos pueden ser físicos, económicos, humanos o intelectuales. Imaginarium: Tienda, juguetes, personal. (Osterwalder, 2010)
7. Actividades Clave: Cuáles son las actividades nucleares para tu empresa. Es importante tener claro este bloque porque es a lo que se dedicará tu empresa, el resto, lo que aporta menos valor, podrás subcontractarlo. Imaginarium: Diseño, producción y venta de juguetes educativos. (Osterwalder, 2010)

8. Asociaciones Clave: Enumera los agentes con los que necesitas trabajar para hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio (alianzas estratégicas, proveedores...) Imaginarium: proveedores, franquiciados. (Osterwalder, 2010)
9. Estructura de Costos: Después de analizar las actividades clave, los recursos clave y asociaciones clave, reflexiona sobre los costos que tiene tu empresa. (Osterwalder, 2010)

2.4. Modelo canvas

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
	Recursos Clave		Canales	
Estructura de Costes			Estructura de Ingresos	

CAPÍTULO III

DESARROLLO

3.1. Tema de investigación

“Viabilidad de una clínica de especialidades odontológicas en la ciudad de Latacunga aplicando el modelo CANVAS”

3.2. Población, muestra y unidad de análisis

La muestra se calcula utilizando la siguiente formula:

$$n = \frac{PQN}{(N - 1)E^2/K^2 + PQ}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

PQ= Constante de la varianza poblacional

N= Tamaño de la población

E= Error máximo admisible al 5% (0,05)

K= Coeficiente de correlación del error (2)

$$= \frac{(0,25)(170489)}{(170489 - 1)(0,05)^2/(2)^2 + (0,25)}$$

$$n = 425,002$$

$$n = 425$$

Al aplicar la fórmula correspondiente, la muestra escogida es de 425 personas que serán encuestadas, con los datos obtenidos se podrá realizar el estudio estadístico.

3.3. Fuentes primarias y secundarias

- **Primarias.** - Información de primera mano la cual obtendremos a través de encuestas.

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Casas Comerciales Empresas de rayos X Odontólogos Especialistas Administrador Auditor Clínico	<ul style="list-style-type: none"> Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> Tratamientos odontológicos con garantía. Equipos de última tecnología. Materiales de calidad. Precios asequibles en todos los tratamientos. 	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia personal. Chat por medio de la página web o por WhatsApp 	<ul style="list-style-type: none"> Hombre y mujeres de 4 años en adelante de toda la provincia de Cotopaxi. Nivel socioeconómico medio y alto.
Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> Espacio Físico Marca. Personal que labora. Aporte de los socios. 		Canales <ul style="list-style-type: none"> Redes Sociales. Volantes. Radios. Sitio Web 		
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> Costes fijos (Sueldos, Alquileres, Servicios Básicos,) Materia Prima (Coste Directo) Costos Variables (Mano de Obra indirecta) 			Estructura de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> Venta directa (Se acepta tarjetas de débito y crédito, pago en efectivo). 	

3.4. Modelo Canvas desarrollado

3.4.1. Análisis del business modelo Canvas

3.4.1.1. Segmentos de clientes

Consideramos los clientes a los cuales dirigimos nuestro producto o servicio y sus necesidades, competencia y factores políticos, sociales y legales que pueden influir en nuestro negocio. Entendemos el mercado y los clientes como un conjunto dinámico, cambiante, por ello nuestro objetivo será adaptarnos a sus necesidades para satisfacerlas en la mejor medida posible, pues son quienes nos reportarán nuestros beneficios. (Osterwalder & Pigneur., 2011)

El análisis del Modelo Canvas es muy importante para la empresa, al momento de darle valor pero no más importante los clientes que se va a llegar; ya que, son el centro de cualquier negocio y sin ellos no habría ninguna empresa. Cuando uno se tiene una idea de ponerse un emprendimiento solo se enfoca al producto que se va a ofrecer y no a lo más importante que son los clientes.

Para encontrar a nuestro segmento de clientes se debe pensar que no se va a abarcar a todos, sino focalizar esto quiere decir que cuanto vaya creciendo la empresa uno va viendo a que clientes enfocarse.

En el Centro de Especialidades odontológicas.

El segmento va a enfocarse en la provincia donde se encuentra la Clínica de Especialidades Odontológicas; y se enfocaría en hombre y mujeres desde los 4 años en adelante, cubriendo todas las especialidades.

Dentro del segmento de clientes la Clínica de Especialidades Odontológicas se enfocará en los niveles económicos medio y alto, ya que la clínica maneja todos los materiales que se implementan en el paciente de la mejor calidad y tiene costos accesibles en el mercado.

3.4.1.2. Propuesta de valor.

La propuesta de valor para la Clínica de Especialidades Odontológicas se trata de ofrecer un servicio que permita a nuestros pacientes una experiencia única, proporcionando la satisfacción a sus necesidades de salud bucal primaria

- ✓ **Tratamientos odontológicos con garantía:** Al momento que un paciente contrate un tratamiento este automáticamente tiene su garantía, esto que quiere decir; que por ejemplo si algo sale mal ya sea al momento de realizar las calzas se le coloca otra vez sin costo adicional. Así mismo al momento de adquirir ortodoncia, Periodoncia y así con las distintas especialidades existentes en la clínica.
- ✓ **Equipos de última tecnología:** En los últimos años ha existido una serie de innovaciones referentes a la tecnología ha sido de gran ayuda para la odontología. Con los avances tecnológicos ahora ya los dentistas están más cómodos y mejor equipados para realizar un diagnóstico y buscar las soluciones dentales de forma más rápida, menos invasiva con esto llegar al paciente que se sienta más tranquilo.
- ✓ **Materiales de calidad:** Para que un odontólogo o especialista realice su trabajo los materiales son muy importantes así como su destreza y conocimiento profesional. Aquí hablaremos de la calidad que debe existir en los materiales que se usa para todo tipo de tratamiento, debe ser de primera calidad. Igual manera el instrumental debe estar debidamente esterilizado. Lo que se hace en la Clínica de Especialidades Odontológicas es siempre usar todo de calidad y con estándares de bioseguridad.
- ✓ **Precios asequibles en todos los tratamientos:** La Clínica de Especialidades Odontológicas pensando en todos sus clientes ha estudiado mucho sobre los precios para todo tipo de tratamiento. Se ha puesto que se trabaje con precios módicos para todos con el fin de satisfacer las necesidades.

3.4.1.3. Relación con los clientes.

Este punto se basa, en analizar el tipo de relaciones que se establecerán con el cliente al momento que adquieran el producto, por lo cual analizaremos cuál es la forma más agresiva y creativa para establecer relaciones a largo plazo con nuestros clientes, estas relaciones pueden estar basadas en fundamentos como la captación de clientes, fidelización de clientes y estimulación de las ventas (venta sugestiva). (Osterwalder & Pigneur., 2011)

- ✓ **Asistencia personal:** En este punto lo que se hace referencia es que el paciente desde que entra a la Clínica de Especialidades Odontológicas va a ser atendido por un odontólogo profesional de cuarto nivel. Gracias a esto al paciente no se le deja con personas que no tiene conocimiento del área.
- ✓ **Chat por medio de la página web o por WhatsApp:** La interacción con el paciente por medios tecnológicos nos ayuda porque podemos tener más contacto con el paciente y ver como se encuentra después de cualquier tratamiento. De igual manera, por medio de la página web se puede responder inquietudes que tengan o agendar citas.

3.4.1.4. Canales.

Esta parte es muy básica, deberemos analizar la forma de distribuir nuestro producto, para que así pueda llegar a nuestro cliente final de forma eficiente mejorando la accesibilidad. (Osterwalder & Pigneur., 2011)

- ✓ **Redes sociales:** Utilizaremos las redes sociales que son tendencia hoy en día para hacer llegar todas nuestras promociones y también tratamientos que vamos a ofrecer.
- ✓ **Volantes:** Se programará para repartir volantes en la ciudad en la cual constará información de las promociones o de igual manera los tratamientos que se ofrecen.

- ✓ **Radios:** Se hará convenios con las radios más escuchadas de la ciudad para sacar una propaganda de la Clínica con todo lo que ofrece y sus respectivas promociones.
- ✓ **Sitio web:** Es una herramienta muy útil porque pueden conocer más de la Clínica de Especialidades Odontológicas y revisar datos de nuestros odontólogos, así mismo, ver toda nuestra oferta.

3.4.1.5. Estructura de ingresos.

En esta sección los ingresos no son la ganancia obtenida por el éxito del proyecto, pues esta es la diferencia entre ingresos y costes, que se reflejara en el último bloque. Encontramos dos tipos de fuentes de ingresos: ingresos por compras puntuales (de una sola vez) o ingresos constantes por la oferta de un servicio constante. El indicador principal de los ingresos es el precio.

- ✓ **Venta directa** (Se acepta tarjetas de débito y crédito, pago en efectivo, transferencias bancarias): En la Clínica de Especialidades odontológicas, el paciente al momento de adquirir algún tratamiento puede cancelar por los medios como son: Efectivo, Transferencia bancaria, pago con tarjeta esta puede ser de débito o de crédito.

Tabla 1. Ventas COESLAT S.A.

COESLAT S.A. 2018				COESLAT S.A. 2019					
MES	VENTAS	GASTOS	UTILIDAD	MES	VENTAS	GASTOS	UTILIDAD		
ENERO	39.720,33	38.117,95	1.602,38	ENERO	31.296,04	34.356,52	(3.060,48)		
FEBRERO	39.199,43	33.257,17	5.942,26	FEBRERO	37.099,46	31.119,49	5.979,97		
MARZO	41.243,34	48.674,08	(7.430,74)	MARZO	35.896,95	39.967,85	(4.070,90)		
ABRIL	47.979,08	36.955,00	11.024,08	ABRIL	41.847,16	30.547,51	11.299,65		
MAYO	53.206,17	48.195,86	5.010,31	MAYO	33.338,22	34.997,64	(1.659,42)		
JUNIO	44.240,55	45.033,12	(792,57)	JUNIO	40.210,97	30.767,17	9.443,80		
JULIO	41.660,91	51.729,56	(10.068,65)	JULIO	44.323,66	34.915,36	9.408,30		
AGOSTO	37.023,35	41.398,92	(4.375,57)	AGOSTO	61.871,30	38.544,21	23.327,09		
SEPTIEMBRE	44.882,85	45.713,27	(830,42)	SEPTIEMBRE	21.940,26	55.253,21	(33.312,95)		
OCTUBRE	47.111,42	43.476,12	3.635,30	OCTUBRE	14.557,38	27.129,63	(12.572,25)		
NOVIEMBRE	64.649,54	50.884,10	13.765,44	NOVIEMBRE	63.393,35	33.018,20	30.375,15		
DICIEMBRE	40.559,08	51.919,59	(11.360,51)	DICIEMBRE	24.172,72	46.376,88	(22.204,16)		
UTILIDAD TOTAL S/BALANCE			6.121,31	UTILIDAD TOTAL S/BALANCE			12.953,80		
UTILIDAD ANTICIPADA AL AÑO			41.376,18	UTILIDAD ANTICIPADA AL AÑO			55.873,97		
UTILIDAD TOTAL			47.497,49	8.77%	UTILIDAD TOTAL			68.827,77	15.29%

Fuente: Ecudental Latacunga

Elaboración: Contabilidad Ecudental Latacunga

Análisis: Haciendo un análisis de los porcentajes que se muestra en los cuadros de la Contabilidad de Ecudental Latacunga en el año 2018 tuvo un crecimiento de \$47.497,491 el cual equivale a 8,77%, mientras que en el año 2019 tuvo un crecimiento de \$68.827,77 equivalente al 15,29%; notándose con claridad un aumento de \$21.330,28 equivalente a 6,52% de incremento de las utilidades.

3.4.1.6. Recursos clave.

Se trata de encontrar los recursos físicos (local, vehículo), intelectuales (marca, derechos de autor), humanos (capital humano: trabajadores). Y económicos que harán posible que el modelo de negocios sea una verdadera propuesta de alto valor y por consiguiente sea un éxito en el mercado. Aquí nos preguntamos: ¿Cuáles son los recursos que en la ejecución del modelo no pueden faltar?

- ✓ **Espacio físico:** El tema del espacio físico es muy importante porque puede crear experiencias e interacciones que producen emociones. El espacio físico de nuestra Clínica de Especialidades Odontológicas debe crear entornos donde los pacientes sienta confianza, comodidad, y que puedan saber que van a recibir un nivel de calidad. Gracias a todo esto aumentaremos el número de pacientes y a su vez se generara más ingresos. A todos beneficia un espacio adecuado para desenvolverse y así poder generar al paciente una experiencia positiva. El espacio físico contará de lo siguiente:
 - **Área de recepción:** Dicha área es muy importante porque desde aquí el paciente tiene el primer contacto con la Clínica y también aquí se tiene todas las historias clínicas y todo el equipo necesario para poder trabajar.
 - **Área sala de espera:** El paciente tiene una área exclusiva para poder esperar su turno.
 - **Área de cafetería:** Es un lugar muy importante para que el paciente este tranquilo tomando un café o un vaso de agua.

- **Área clínica:** Nuestra Clínica de Especialidades odontológicas contara con cuatro consultorios debidamente equipados para poder atender exclusivamente actividades odontológicas.
- **Área de niños:** Es muy importante tener una área exclusiva para los más pequeños de la casa para que mientras sus padres están siendo atendidos ellos jueguen y se distraigan.
- **Área de materiales de bioseguridad y esterilización:** Donde se coloca los materiales a esterilizar para que el paciente se sienta seguro de que los materiales son debidamente manejados por los auxiliares. También colocamos todo aquello nuevo que se compra ya sea materiales, instrumental, etc. Se guarda de igual forma mascarillas, gel, alcohol para una atención de calidad cumpliendo las normas de bioseguridad.
- **Área de compresores:** Es aquí donde colocamos los compresores de la clínica y depende de cómo se maneje por ejemplo se puede colocar uno por equipo o sino un compresor en general para que funcione todos los implementos del equipo.
- **Área de bodega:** Se coloca todos los insumos de limpieza los cuales nos sirve para que después de cada paciente atendido se realice la debida sanitizar y tener en óptimas condiciones.
- **Área de vestimenta:** Tener exclusivamente un área para que todas las personas que trabajan en la Clínica tenga un espacio donde dejar sus pertenencias.
- **Área de alimentación:** Esta área es muy importante porque todas las personas que trabajan tiene un espacio para poder tranquilamente almorzar y tener unos minutos de descanso.
- **Oficinas:** Tenemos a disposición una área designada para oficinas del personal administrativo de la clínica con todos los instrumentos para poder realizar su trabajo de una manera excelente.
- **Baños:** Tenemos baños específicamente para nuestros pacientes y para el personal.

- ✓ **Marca:** Es una cadena de clínicas que gracias a su arduo trabajo con profesionales de cuarto nivel ha podido ganarse un prestigio a nivel local y nacional, esto lo podemos corroborar gracias a testimonios de los clientes que sienten un alto nivel de satisfacción.

- ✓ **Personal que labora:** Existe un número de personas que trabajan para que la clínica sea mejor cada día, a continuación hablaremos un poco de cada área:
 - **Recepcionista:** Existe una gran responsabilidad de la persona encargada de la recepción puesto que es el primer filtro del paciente, ya que son los que agendan las citas por el medio telefónico. Son el puente de comunicación con los diferentes especialistas. Se encargan de contestar llamadas telefónicas y en atender a proveedores.
 - **Personal administrativo:** El rol que cumple el personal administrativo es muy importante porque son las personas que primero pagan al personal, proveedores, en hacer convenios con empresas y a llevar al negocio por las vías correctas.
 - **Higienista dental:** Es muy importante contar con un higienista ya que nos ayuda a realizar una limpieza dental apropiada del paciente.
 - **Auxiliar:** Cumple un papel importante en la clínica porque es quien ayuda a que el paciente este bien atendido, de igual manera, ayuda al especialista en el momento de trabajar con un paciente esto hace referencia a que tiene el consultorio bien equipado y limpio.
 - **Dentista/Odontólogo:** Papel muy importante en la Clínica porque es quien se dedica a diagnosticar cualquier inconveniente que se le presente y trata de ayudar al paciente con los problemas que se le presenten dándole algunas normas bucales y también opciones de tratamiento.

- ✓ **Aporte de los socios:** Es un tema muy importante porque para poder apertura una Clínica de Especialidades Odontológicas se debe tener dos cosas: el capital necesario y socios en caso de que se quiera aperturar con más personas. En la Clínica se pudo abrir por el aporte de los socios los cuales son 7.

3.4.1.7. Actividades claves:

- ✓ **Marketing:** Es un tema muy importante para las clínicas ya que es uno de los conocimientos que debe tener conocimiento un odontólogo, especialista o una persona que administre la Clínica. También se debe plantear estrategias del cómo atraer pacientes con una buena publicidad, todo esto puede llevar a la clínica a tener excelentes ingresos.
 - **Marketing digital:** El uso de las redes sociales las más usadas (Facebook, Instagram) es muy importante debido a que mucha gente ahora pasa más tiempo en el internet, se debe fortalecer para así poder darse a conocer con el fin de llegar a incrementar las posibilidades de que los pacientes lleguen a la Clínica. Se puede también invertir en una publicidad pagada en Facebook y esta se puede segmentar para que llegue a cierto tipo de personas.

3.4.1.8. Aliados clave: En esta sección son las relaciones generadas cuando otra empresa tiene algo que necesitamos o viceversa. ¿Qué asociaciones clave encontramos según el modelo? Relaciones cliente-proveedor, alianzas entre empresas no competidoras (o entre empresas competidoras) y empresas conjuntas que crean nuevos negocios. Debemos enlistar: quiénes serán nuestros socios comerciales clave, proveedores clave y los recursos clave que deberemos obtener de socios comerciales a fin de que todo el ciclo del negocio funcione correctamente. (Osterwalder & Pigneur., 2011)

- ✓ **Casas comerciales o proveedores claves:** Son las empresas las cuales nos van a ayudar con todos los equipamientos para la Clínica esto es con insumos para poder atender a los pacientes, cabe recalcar que los insumos son de alta calidad.
- ✓ **Empresas de rayos X:** La empresa que nos ayudara con los rayos X es muy buena y confiable en la ciudad y nos ayudara cuando algún paciente vaya a realizarse algún pedido de igual forma los costos serán más accesibles por referirse a nosotros gracias a un convenio firmado.

- ✓ **Odontólogos especialistas:** Es uno de los puntos más importantes porque son quienes nos ayudaran a tratar los casos de nuestros pacientes. Pero estos especialistas deben ser de cuarto nivel con su respectivo título avalado por la Senescyt.
- ✓ **Administrador:** Es la persona que es un pilar fundamental para la Clínica de Especialidades Odontológicas por que lleva los rieles de la clínica y está a cargo del personal. También es quien autoriza los pagos a los trabajadores.
- ✓ **Auditor clínico:** Es también importante porque es quien revisa que los protocolos se estén cumpliendo en la Clínica en el ámbito de la odontología y es quien también nos ayuda a revisar las historias clínicas que estén llenas de una forma correcta.

3.4.1.9. Estructura de costes: En el último bloque definimos la estrategia a seguir en el modelo de negocio, para mantener la estructura de costos de la empresa, decidimos entre tener una empresa que se enfoque en mantener los costos bajos o en ser un negocio que se enfoque en crear valor a un precio más alto. Estos costes serán los gastos que incurrimos, incluyendo los directos (materias primas, alquileres...) como los indirectos (amortizaciones, servicios postventa...). (Osterwalder & Pigneur., 2011)

El principal objetivo, es asegurar el desarrollo de un modelo de negocio claro y consistente, que sea capaz de ofrecer las respuestas indicadas a las necesidades comerciales de la empresa o emprendimiento. (Osterwalder & Pigneur., 2011)

- ✓ **Costes fijos (sueldos trabajadores de planta, alquileres, servicios básicos):** Aquí abarcamos todos los sueldos que se va a cancelar de manera igual todos los meses.
 - ✓ Coste directo (materia prima): Son los insumos que forman parte del proceso que se cumple con los tratamientos.
 - ✓ Costo directo (mano de obra directa): Es el personal relacionado directamente con los tratamientos, correspondería al sueldo de los trabajadores.

3.5. Estructura organizacional de la clínica de especialidades odontológicas Ecudental

3.5.1. Organigrama estructural

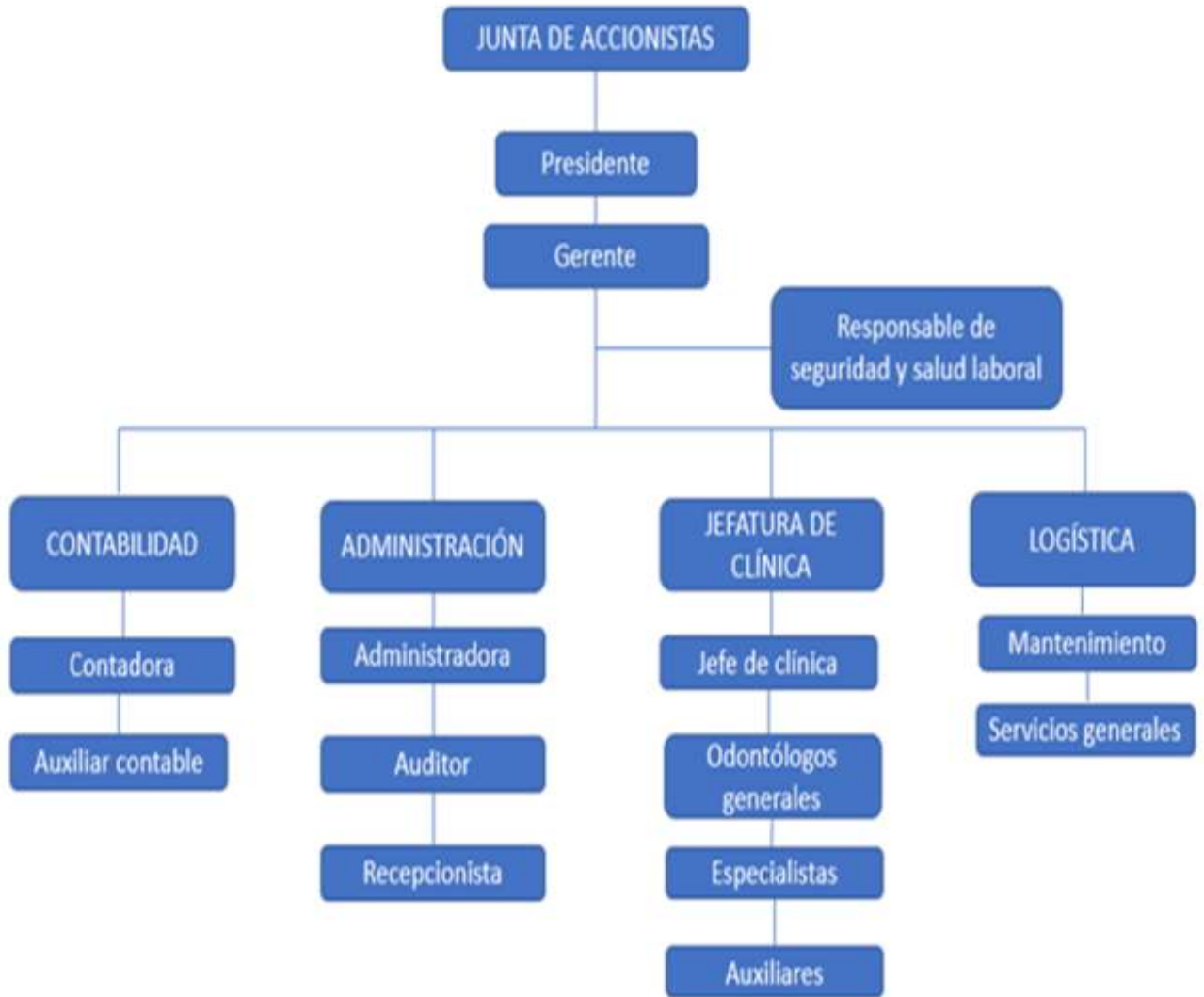


Ilustración 1 Organigrama

3.6. Interpretación de las encuestas

1.- Sexo

Tabla 2 Sexo

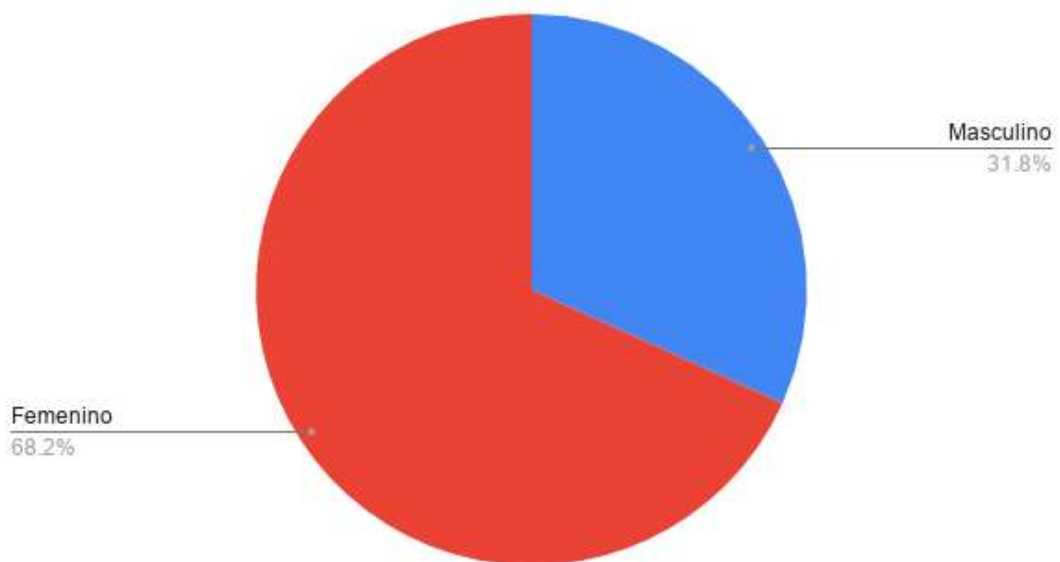
Género	Total	Porcentaje
Hombre	135	31,80%
Mujer	290	68,20%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 2 Sexo

Sexo



Análisis e interpretación

En la gráfica podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 68,2% equivalente a 290 personas corresponden a Mujeres y el 31,8% equivalente a 135 personas corresponden a Hombres. Podemos concluir en que en esta encuesta más mujeres están interesadas en el ámbito de la odontología.

2.- Edad

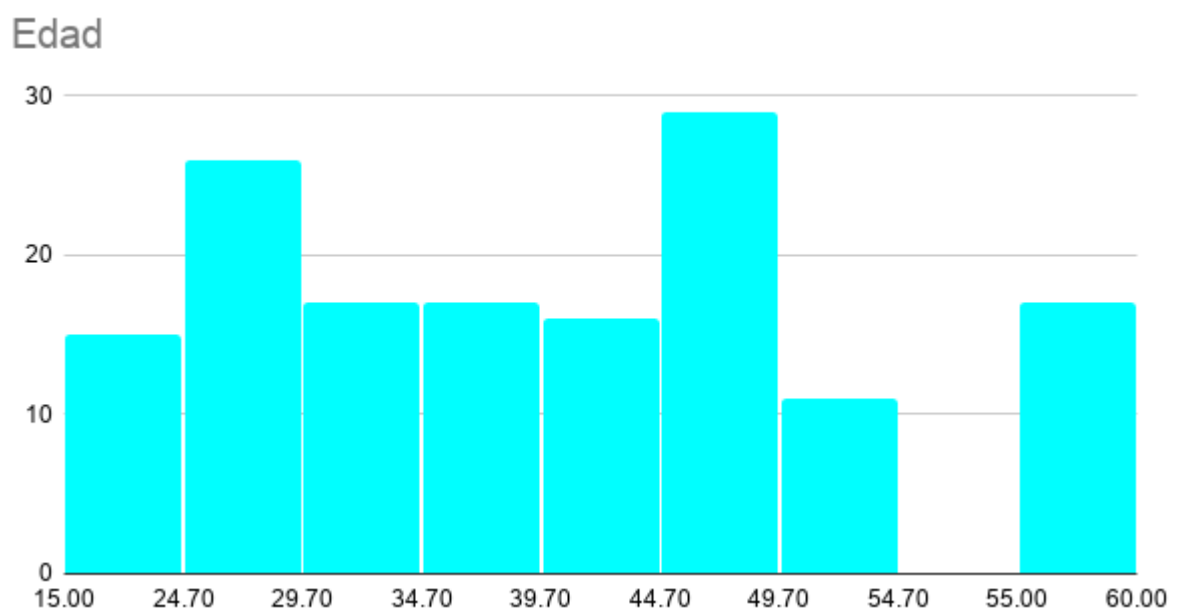
Tabla 3 Edad

Edad	Total	Porcentaje
15 – 30	127	29,89%
31 – 45	148	34,82%
46 – 60	150	35,29%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 3 Edad



Análisis e interpretación

En la gráfica podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 68,2% equivalente a 290 personas corresponden a Mujeres y el 31,8% equivalente a 135 personas corresponden a Hombres. Podemos concluir que en este ítem se encuentra el público desde la edad de 15 años hasta personas de 60 años de edad.

3.- Nivel de instrucción

Ilustración 4 Nivel de instrucción

Su nivel de instrucción es:

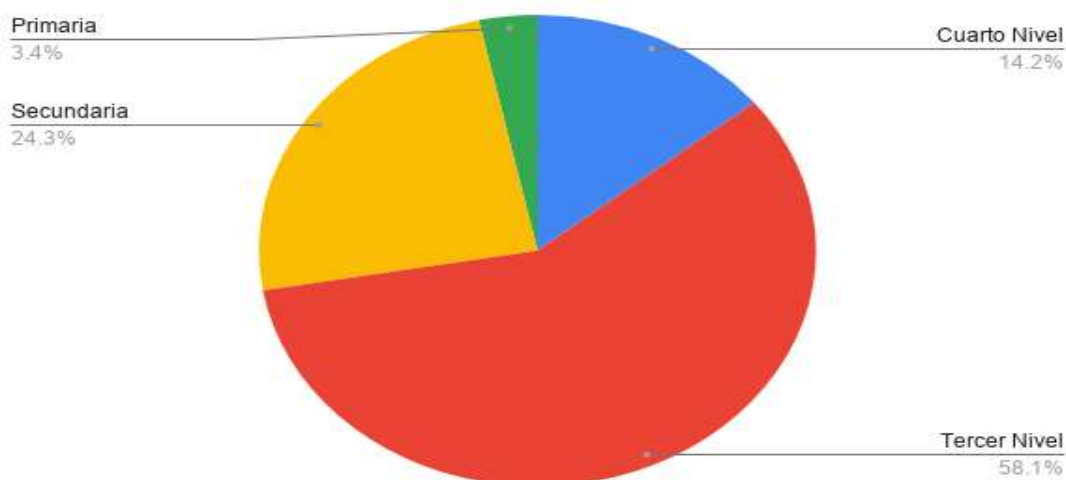


Tabla 4 Nivel de instrucción

Nivel de Instrucción	Total	Porcentaje
Primaria	15	3,45%
Secundaria	103	24,30%
Tercer Nivel	247	58,12%
Cuarto Nivel	60	14,00%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Análisis e interpretación

En la siguiente gráfica podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 3,45% equivalente a 15 personas, las cuales corresponden al Nivel de Instrucción Primaria; el 24,30% equivalente a 103 personas, las cuales corresponden al Nivel de Instrucción Secundaria; el 58,12% equivale a 247 personas, las cuales corresponden al Nivel de instrucción Tercer Nivel; el 14% equivale a 60 personas, las cuales corresponden al Nivel de Instrucción de Cuarto Nivel. Podemos concluir que el Nivel de Instrucción de los encuestados tiene más relevancia en el de Tercer Nivel.

4.- Estado civil

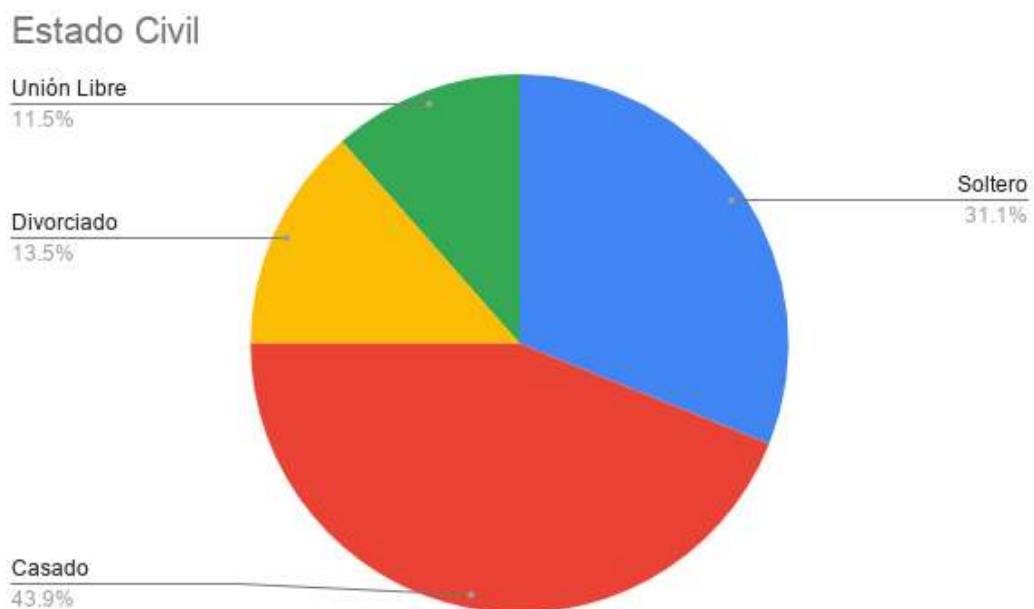
Tabla 5 Estado civil

Estado civil	Total	Porcentaje
Soltero	132	31,10%
Casado	187	43,90%
Unión Libre	49	11,50%
Divorciado	57	13,50%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 5 Estado civil



Análisis e interpretación

En la siguiente gráfica podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 3,45% equivalente a 15 personas, las cuales corresponden al Nivel de Instrucción Primaria; el 24,30% equivalente a 103 personas, las cuales corresponden al Nivel de Instrucción Secundaria; el 58,12% equivale a 247 personas, las cuales corresponden al Nivel de instrucción Tercer Nivel; el 14% equivale a 60 personas, las cuales corresponden al Nivel de Instrucción de Cuarto Nivel. Podemos concluir que las personas que fueron encuestadas son casadas.

5.- ¿Ud. ¿Ha ido a una clínica de especialidades odontológicas?

Tabla 6 Visita a Clínicas de Especialidades Odontológicas

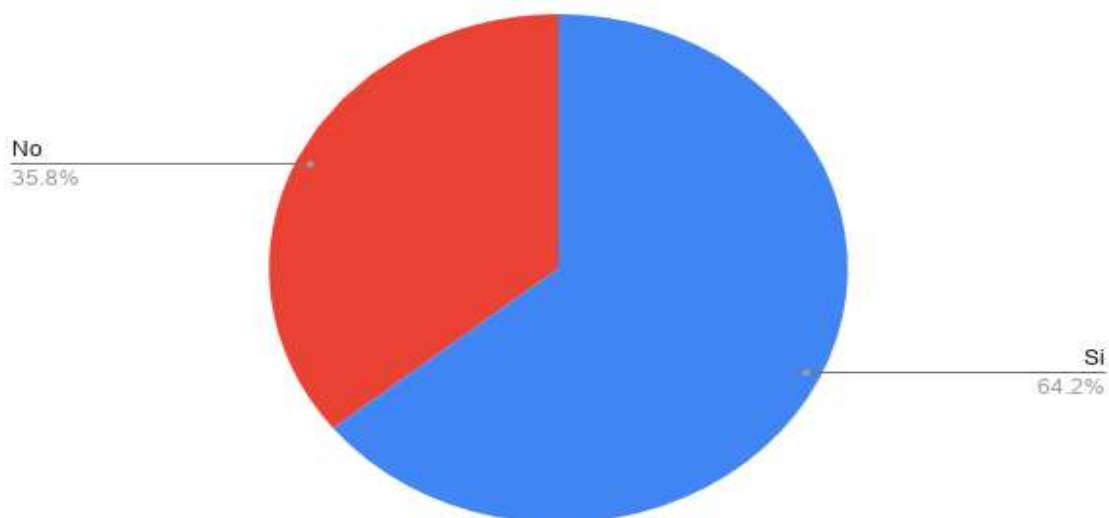
¿Ud. Ha ido a una clínica de especialidades odontológicas?	Total	Porcentaje
Si	273	64,20%
No	152	35,80%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 6 Visita a clínicas de especialidades odontológicas

¿Ud. Ha ido a una clínica de especialidades odontológicas?



Análisis e interpretación

En la gráfica siguiente podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 64,20% equivalente a 273 personas, las cuales mencionan que si han ido a una Clínica de Especialidades Odontológicas; el 35,8% equivalente a 152 personas, las cuales mencionan que no han ido a una Clínica de Especialidades Odontológicas. Podemos concluir que existe un número alto de personas las cuales han ido a una Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga.

6.- ¿Conoce Ud. Clínicas de especialidades odontológicas en Latacunga?

Tabla 7 Conocimiento sobre Clínicas Odontológicas en Latacunga

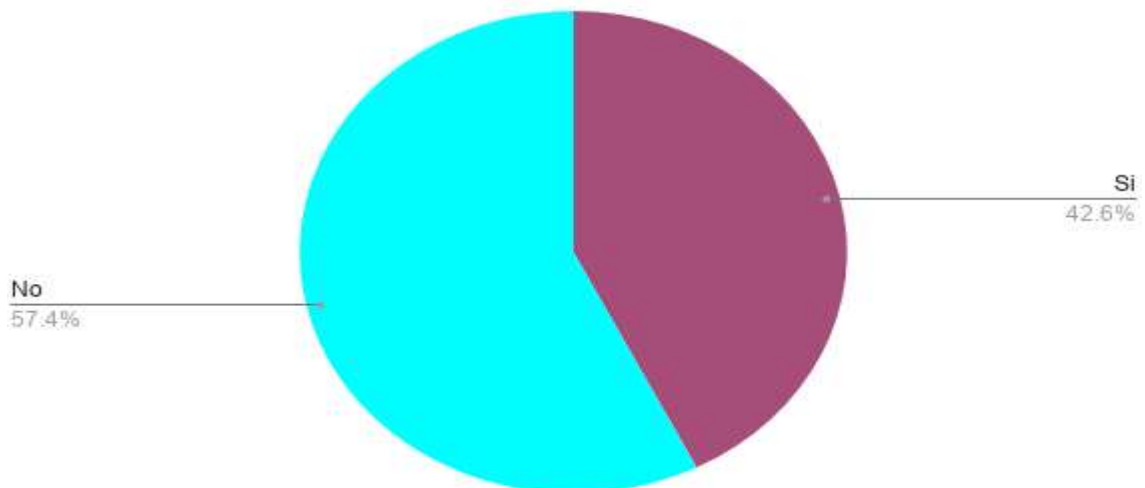
¿Conoce Ud. Clínicas de especialidades odontológicas en Latacunga?	Total	Porcentaje
Si	181	42,60%
No	244	57,40%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 7 Conocimiento sobre Clínicas Odontológicas en Latacunga

¿Conoce Ud. Clínicas de especialidades odontológicas en Latacunga?



Análisis e interpretación

En la gráfica siguiente podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 42,60% equivalente a 181 personas, las cuales mencionan que si conocen alguna Clínica de Especialidades Odontológicas; mientras que el 57,4% equivalente a 244 personas, las cuales mencionan que no conocen alguna Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad. Podemos concluir que existe un número alto de personas las cuales no conocen una Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga.

7.- ¿Al momento de ir a una clínica odontológica que es lo primero que toma en cuenta?

Tabla 8 Toma en cuenta

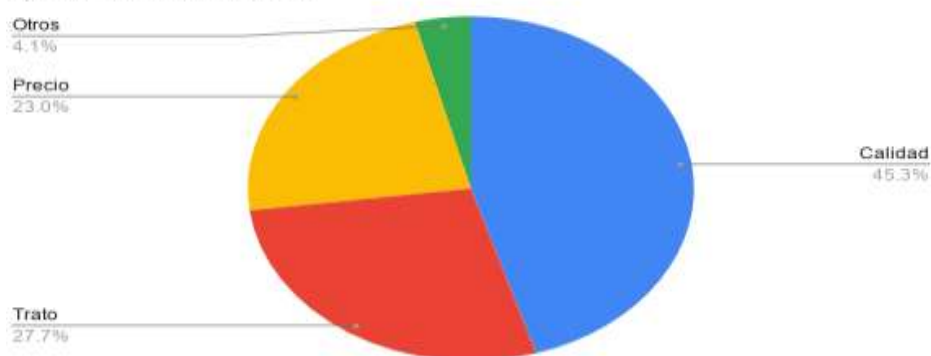
¿Al momento de ir a una clínica odontológica que es lo primero que toma en cuenta?	Total	Porcentaje
Calidad	192	45,30%
Trato	118	27,70%
Precio	98	23,00%
Otros	17	4,10%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 8 Toma en cuenta

¿Al momento de ir a una clínica odontológica que es lo primero que toma en cuenta?



Análisis e interpretación

En la gráfica siguiente podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 45,30% equivalente a 192 personas, las cuales mencionan que al momento de ir a una Clínica Odontológica lo que les llama la atención es la calidad; mientras que el 27,7% equivalente a 118 personas, las cuales mencionan al momento de ir a una Clínica odontológica lo que primero toman en cuenta es el trato; el 23% equivalente a 98 personas, mencionaron que al momento de ir a una Clínica Odontológica lo que les interesa es el precio, el 4,1% equivalente a 17 personas, las cuales mencionan que al ir a una Clínica

Odontológica lo que primero toma en cuenta es otros aspectos. Podemos concluir que de las personas encuestadas lo que primero toman en cuenta es la calidad en los procesos Odontológicos a la hora de hacerse atender.

8.- ¿Cuántas veces al año visita al odontólogo?

Tabla 9 Visitas al odontólogo

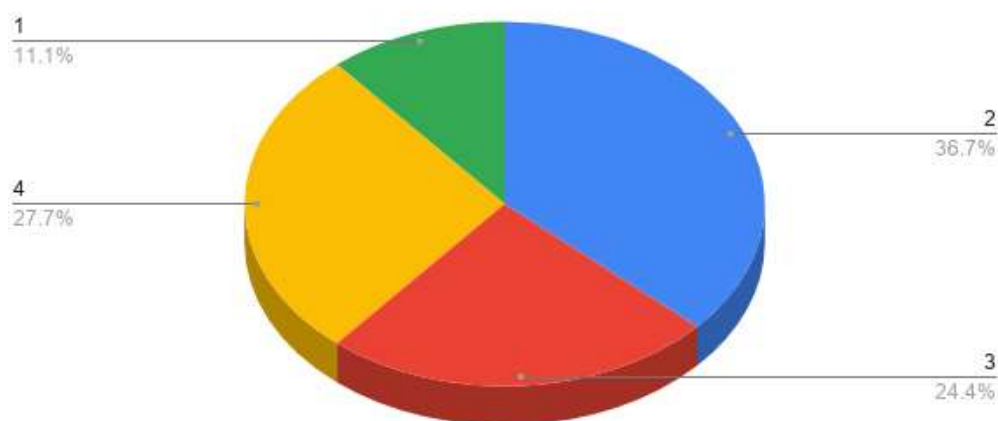
¿Cuántas veces al año visita al odontólogo?	Total	Porcentaje
1	47	11,10%
2	156	36,70%
3	104	24,40%
4	118	27,70%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 9 Visitas al odontólogo

¿Cuántas veces al año visita al odontólogo?



Análisis e interpretación

En la gráfica siguiente podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 11,10% equivalente a 47 personas, las cuales mencionan que visitan al odontólogo una vez al año; mientras que el 36,70% equivalente a 156 personas, las cuales mencionan que visitan al odontólogo dos veces al año; el 24,40% equivalente a 104 personas, mencionaron

que visitan al odontólogo tres veces en el año; el 27,70% equivalente a 118 personas, las cuales mencionan que visitan al odontólogo cuatro veces al año. Podemos concluir que de las personas encuestadas no acuden con mucha frecuencia al odontólogo.

9.- ¿Cuáles son las especialidades de odontología que Ud. conoce?

Tabla 10 Conocimiento en las especialidades

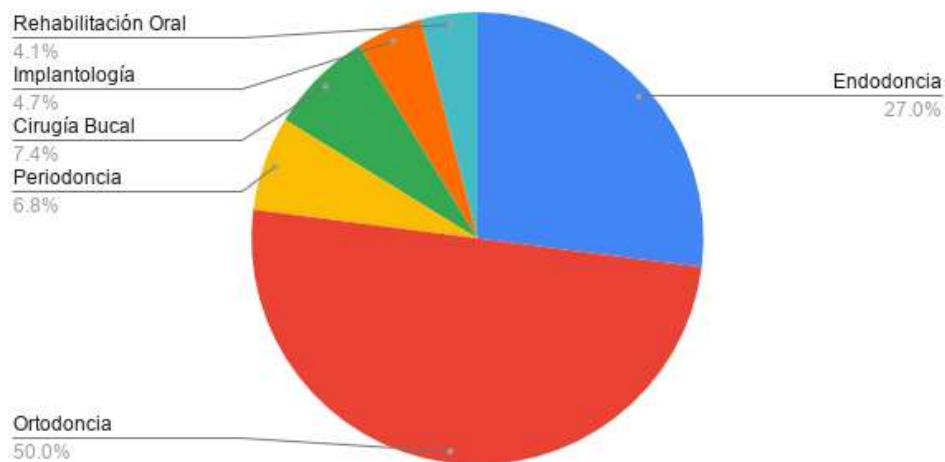
¿Cuáles son las especialidades de odontología que Ud. conoce?	Total	Porcentaje
Endodoncia	115	27,00%
Ortodoncia	213	50,00%
Cirugía Bucal	31	7,40%
Periodoncia	29	6,80%
Rehabilitación Oral	17	4,10%
Implantología	20	4,70%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador.

Ilustración 10 Conocimiento sobre las especialidades

¿Cuáles son las especialidades de odontología que Ud. conoce?



Análisis e interpretación

En la gráfica siguiente podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 27% equivalente a 115 personas, las cuales mencionan que tiene conocimiento sobre la Endodoncia; mientras que el 50% equivalente a 213 personas, las cuales mencionan tener conocimiento sobre la Ortodoncia; el 7,40% equivalente a 31 personas, mencionaron que tienen conocimiento sobre Cirugía Bucal; el 6,8% equivalente a 29 personas, las cuales mencionan tener conocimiento sobre Periodoncia; el 4,1%; equivalente a 17 personas, las cuales mencionaron tener conocimiento sobre la Rehabilitación Oral; el 4,7% equivalente a 20 personas, mencionan que tienen conocimiento sobre Implantología. Podemos concluir que las personas no tienen un amplio conocimiento sobre la Odontología.

10.- ¿Le gustaría que en la Ciudad de Latacunga existiera una Clínica de Especialidades Odontológicas?

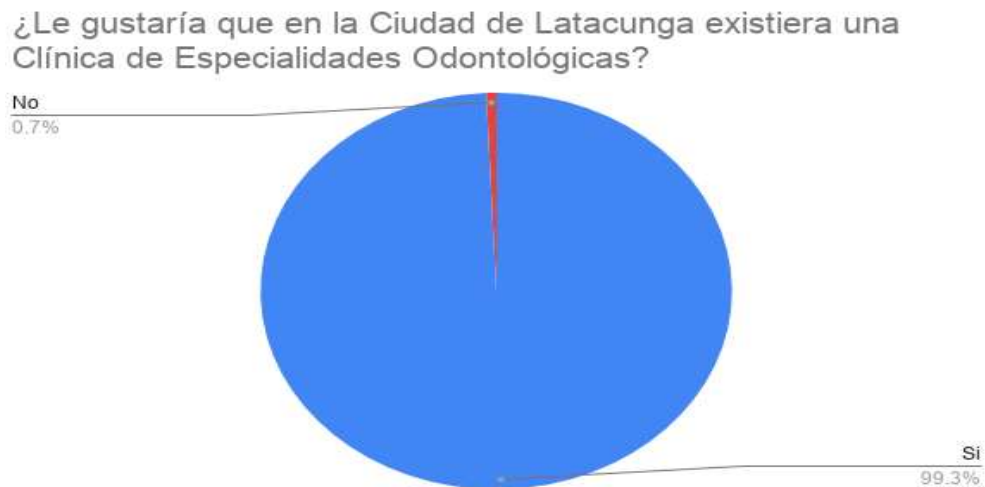
Tabla 11 Gustos sobre una clínica en Latacunga

¿Le gustaría que en la Ciudad de Latacunga existiera una Clínica de Especialidades Odontológicas?	Total	Porcentaje
Si	422	99,30%
No	3	0,70%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 11 Gustos sobre una clínica en Latacunga



Análisis e interpretación

En la gráfica siguiente podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 99,30% equivalente a 422 personas, las cuales mencionan que les gustaría que existiera una Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga; mientras que el 0,70% equivalente a 3 personas, las cuales mencionan que no les gustaría la existencia de una Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga. Podemos concluir que de las personas encuestadas están interesados en la Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga.

11.- Al momento de escoger una clínica odontológica para su tratamiento dental, ¿Quién toma la decisión en su casa?

Tabla 12 Decisión en el odontólogo

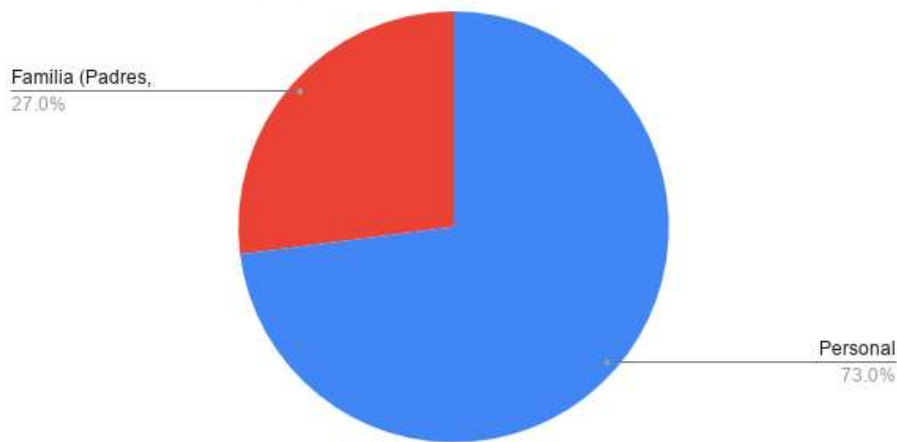
Al momento de escoger una clínica odontológica para su tratamiento dental, ¿Quién toma la decisión en su casa?	Total	Porcentaje
Personal	310	73,00%
Familia	115	27,00%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 12 Decisión en el odontólogo

Al momento de escoger una clínica odontológica para su tratamiento dental, ¿Quién toma la decisión en su casa



Análisis e interpretación

En la gráfica siguiente podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 73,00% equivalente a 310 personas, las cuales mencionan que la decisión que toman para algún tratamiento es personal; mientras que el 27% equivalente a 115 personas, las cuales mencionan que la decisión para un tratamiento Odontológico debe ser tomado por un familiar (Padre, Abuelo, etc.). Podemos concluir que para la realización de algún tratamiento Odontológico la decisión que se toma es de la persona misma que se va a tratar.

12.- ¿Cuánto suele gastar al ir a una clínica odontológica?

Tabla 13 Monto que gasta en el odontólogo

¿Cuánto suele gastar al ir a una clínica odontológica?	Total	Porcentaje
\$10 - \$50	110	25,70%
\$50 - \$100	149	35,10%
\$100 - \$150	89	20,90%
\$150 - \$300	43	10,10%
\$500 - \$600	12	2,70%
Más de \$600	22	5,00%
Total	425	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la ciudad de Latacunga en el mes de agosto de 2020.

Elaboración: Jonathan Paúl Romero Jaramillo Alumno Investigador

Ilustración 13 Monto que gasta en el odontólogo.



Análisis e interpretación

En la gráfica siguiente podemos observar que de 425 personas encuestadas, correspondiente al 100% de nuestro mercado objetivo, el 25,70% equivalente a 110 personas, las cuales mencionan que gastan entre \$10 - \$50 en la Clínica Odontológica; mientras que el 35,10% equivalente a 149 personas, las cuales mencionan que a su visita a una Clínica Odontológica gasta entre \$50 - \$100; el 20,9% equivalente a 89 personas, mencionan que al momento de ir a una Clínica Odontológica gasta entre \$100 - \$150; el 10,1% equivalente a 43 personas, las cuales mencionan que gasta aproximadamente de \$150 - \$300 en su visita a una Clínica

Odontológica; el 2,7% equivalente a 12 personas, las cuales mencionan que al momento de ir a una Clínica Odontológica gasta de \$500 - \$600 en su visita a una Clínica Odontológica; el 5% equivalente a 22 personas, mencionan que al momento de ir a una Clínica Odontológica gasta más de \$600 en un tratamiento. Podemos concluir que para la realización de algún tratamiento Odontológico la decisión que se toma es de la persona misma que se va a tratar.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Por medio del proyecto integrador aplicando la metodología e instrumentos de recolección de información obtenidos, se puede concluir que la Clínica de Especialidades Odontológicas, dedicada al cuidado de los dientes, presenta las siguientes conclusiones:

- Todas las personas no importa la edad, sexo, nivel de instrucción y hasta su estado civil, necesitan la atención en una Clínica de Especialidades Odontológicas la cual debe tener todas las Especialidades al alcance del paciente, ya que la higiene bucal es muy importante en la salud de todos y es su presentación hacia el mundo exterior.
- Se puede concluir que las personas que fueron entrevistadas en su mayoría mencionaron en algún momento si han asistido a una Clínica de Especialidades Odontológicas para la realización de algún tratamiento.
- Al realizar las encuestas pudimos concluir que un porcentaje no muy grande de personas no conoce de alguna Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga, esto nos ayuda a tener conocimiento que la ciudad necesita de Clínicas Odontológicas que tengan las Especialidades necesarias para tratar a los pacientes con sus respectivos problemas dentales.
- Cuando una persona emprende alguna Clínica en el ámbito de la salud pero en lo que a Odontología se refiere es muy importante la calidad en todos sus procesos, y también cabe mencionar el trato que se tenga a cada paciente es uno de los pilares fundamentales para que un negocio tenga éxito.
- Se llegó a una conclusión que las personas que se hacen tratar donde un odontólogo que no tiene un conocimiento amplio sobre la odontología ya que para cada dolor, molestia o tratamiento existe un especialista, creo que la mayoría de personas solo conocen sobre la ortodoncia o más conocida como los Brackets.

- Al momento de aplicar las encuestas a personas que residen en la ciudad de Latacunga nos mencionaron que están de acuerdo en que se apertura una Clínica de Especialidades Odontológicas para que la ciudadanía tenga un lugar en óptimas condiciones para que se pueda realizar todo tipo de tratamiento y con Odontólogos de cuarto nivel.
- El modelo Canvas usado en mi proyecto integrador es un cuadro que nos sirve para ir modificándolo cada ítem que tiene su plantilla y de igual forma adaptándolo al momento que vive tu proyecto. Es el camino a seguir para adaptar estrategias, tomar decisiones que nos ayuden a avanzar en la empresa.

4.2. Recomendaciones

- Se recomienda que la Clínica la cual cuenta con todas las Especialidades pueda llegar a las personas no importa la edad, sexo, nivel de instrucción y hasta su estado civil, por medio de publicidad para suplir las necesidades.
- Visitar al Odontólogo con más frecuencia en la Clínica de Especialidades Odontológicas ya que con esto se puede prevenir problemas dentales graves.
- La Clínica debe realizar más campañas de publicidad como por ejemplo repartir volantes, promocionarse por redes sociales, con el fin de darse a conocer en la ciudad de Latacunga.
- Seguir demostrando calidad en todos los procesos odontológicos y aplicando nuevas estrategias enfocadas en el trato al cliente y el trabajo eficiente para solucionar todos los casos y satisfacer las necesidades.
- Los pacientes conozcan todas las especialidades que cuenta la Clínica antes de su tratamiento y así dar solución a sus necesidades.
- Buscar socios estratégicos que estén interesados en la apertura de una Clínica de Especialidades Odontológicas en la ciudad de Latacunga y generar empleo para las personas que lo necesiten de la ciudad.
- Este Modelo sea aplicado en empresas que han tenido éxito en su trayectoria y que puedan seguir implementando más estrategias para tener unos mejores estándares con sus clientes.

Bibliografía

- Castro, L. A. (Diciembre de 2006). *Scielo*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-63652006000300024
- CFN. (13 de 03 de 2018). *CFN*. Obtenido de [https://www.cfn.fin.ec/88185-2/#:~:text=La%20Corporaci%C3%B3n%20Financiera%20Nacional%20\(CFN\)%20B.P.&text=El%20Modelo%20de%20Evaluaci%C3%B3n%20Financiera,la%20viabilidad%20de%20los%20proyectos](https://www.cfn.fin.ec/88185-2/#:~:text=La%20Corporaci%C3%B3n%20Financiera%20Nacional%20(CFN)%20B.P.&text=El%20Modelo%20de%20Evaluaci%C3%B3n%20Financiera,la%20viabilidad%20de%20los%20proyectos).
- Cirugeda., E. (29 de Abril de 2014). *¿Qué es el modelo Canvas?* Obtenido de <https://www.rankia.com/blog/autonomos-yemprendedores/2766918-que-modelo-canvas>
- ECUDENTAL. (2020). *ECUDENTAL*. Obtenido de <https://www.ecudental.com/?services=odontologiaestetica>
- Fauchard, P. (2006). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/96895001/Autores-de-Odontologia>
- IESDE. (9 de Noviembre de 2012). *Empresas, Instituto de Estudios Superiores en Dirección de*. Obtenido de <http://iesde.blogspot.com/2012/11/el-modelo-canvas-de-alexander.html>
- Instituto de Salud Pública, F. d.-U. (26 de Enero de 2018). *SciELO - Scientific Electronic Library Online*. Obtenido de <https://www.scielosp.org/article/rsap/2018.v20n2/258-264/es/>
- Larriba, L. (12 de Febrero de 2016). *uién es Alexander Osterwalder y su Business Model Canvas*. Obtenido de www.billage.es/blog/alexander-osterwalderbusiness-model-canvas/
- Larriba, L. M. (2018). *Billage*. Obtenido de <https://www.getbillage.com/es/blog/alexander-osterwalder-business-model-canvas>
- LUISA MARÍA QUINTERO TORO, M. J. (2015). *Aplicación del modelo Lean Canvas en la modelación del negocio del proyecto de*.
- Mínguez, J. P., González Herranz, P., & Couce Pico, M. L. (2016). *Ortopedia infantil conceptos básicos*. España: Universidad de Santiago de

Compostela.

Monteserín, B. (2014). Análisis bibliométrico de la producción científica de la Revista Española de Cirugía Oral y Maxilofacial durante el periodo 2005-2011. *Revista Española de Cirugía Oral y Maxilofacial*, 157.

Osterwalder. (2010). *innokabi*. Obtenido de <https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>

Oswaldo, P. (2000). *Fundamentos de Investigación*. Guayaquil: Nueva Luz.

Salgado-Peralvo., A.-O. (2018). FACTORES DE RIESGO EN IMPLANTOLOGÍA ORAL. *Revista Española Odontoestomatológica de Implantes*, 2.

Scribd. (s.f.).

SEDO, L. S. (2015). *SEDO*. Obtenido de <http://www.sedo.es/que-es-la-ortodoncia/file.html>

Urbina., B. (s.f.). *Elementos conceptuales y preparación de la evaluación. Proyecto MJRodhez*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/proyectomjrodhez/evaluacion-de-proyectos-baca-urbina>

Anexos

Instrumentos y Métodos para recolectar Información

Encuesta

Sexo M F Edad

Su nivel de instrucción es:

Primaria

Secundaria

Tercer Nivel

Cuarto Nivel

Estado Civil

Soltero

Casado

Unión Libre

Divorciado

¿Ud. Ha ido a una clínica de especialidades odontológicas?

Si

No

¿Conoce Ud. Clínicas de especialidades odontológicas conoce en Latacunga?

Si

No

Al momento de ir a una clínica odontológica que es lo primero que toma en cuenta:

Marca	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Trato	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

¿Cuántas veces al año visita al odontólogo?

1	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>

¿Cuáles son las especialidades de odontología que Ud. conoce?

Ortodoncia	<input type="checkbox"/>
Endodoncia	<input type="checkbox"/>
Peri	<input type="checkbox"/>
Rehabilitación Oral	<input type="checkbox"/>
Cirugía Bucal	<input type="checkbox"/>
Implantología	<input type="checkbox"/>

¿Le gustaría que en la ciudad de Latacunga existiera una Clínica de Especialidades odontológicas?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Al momento de escoger una clínica odontológica para su tratamiento dental, ¿Quién toma la decisión en su casa?

- Personal
- Familia (Padres, Hermanos, Esposo/a)
- Otros

¿Cuánto suele gastar al ir a una clínica odontológica?

- \$10 - \$50
- \$50 - \$100
- \$100 - \$150
- \$150 - \$300
- \$500 - \$600
- Más de \$600



LATACUNGA

Av. Unidad Nacional y Euclides Salazar
Latacunga - Ecuador

Lunes a Domingo
9:00 AM a 20:00 PM



RIOBAMBA



Av. José Veloz 37 - 38 y Brasil,
Riobamba - Ecuador

Lunes a Domingo
9:00 AM a 20:00 PM





AMBATO

Av. Los Guaytambos 03-266 y
las Chirimoyas

Lunes a Domingo
9:00 AM a 20:00 PM
