



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE CLÍNICA PARA EL CUIDADO DE PIE
DIABETICO EN JUTICALPA**

SUSTENTADO POR:

BRYAN ISAAC RODRIGUEZ GARCIA

VILMA GIZELA BENDECK PACHECO

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

TEGUCIGALPA, F.M, HONDURAS, C.A.

ENERO 2023

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA

ROSALPINA RODRIGUEZ

SECRETARIO GENERAL/PRORRECTOR

RÓGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL

JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA

DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO

ANA DEL CARMEN RETTALLY VARGAS

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE CLÍNICA PARA EL CUIDADO DE PIE
DIABETICO EN JUTICALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS, PARA OPTAR EL TÍTULO DE
MÁSTER EN:
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO
VIANNEY PATRICIA VILLALTA RIVERA**

**ASESOR TEMÁTICO
VIANNEY PATRICIA VILLALTA RIVERA**

MIEMBROS DE LA TERNA:



FACULTAD DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE CLÍNICA PARA EL CUIDADO DE PIE
DIABETICO EN JUTICALPA**

**NOMBRE DE LOS MAESTRANTES:
BRYAN ISAAC RODRIGUEZ GARCIA
VILMA GIZELA BENDECK PACHECO**

Resumen

El estudio ha tenido como finalidad de determinar la prefactibilidad de implementar una clínica de cuidado de pie diabético mediante un estudio de mercado técnico y financiero para contribuir a mejorar la calidad de vida de los pacientes diabéticos en Juticalpa, Olancho, utilizando una metodología de tipo cuantitativo, un alcance descriptivo y un diseño no experimental, tomando como población a los pacientes de los diferentes municipios del departamento de Olancho con diagnóstico de Diabetes Mellitus sin distinción de sexo, teniendo un total de 360 pacientes, teniendo como conclusión que un 84.4% ha manifestado que si asistirían a una clínica privada exclusiva para el cuidado de pie diabético, de igual manera el lugar que indican que es más factible es en la colonia San Juan Bosco ya que se encuentra atrás del centro comercial Uniplaza, siendo una ubicación accesible en los puntos de entradas, salidas y servicios básicos, por otra parte, dentro de las conclusiones se presenta que presenta una VAN positiva y una TIR mayor esperada del 27%, en donde la inversión es de L.1,099,491.00.

Palabras claves: clínica, demanda, factibilidad, mercado, pacientes.



GRADUATE SCHOOL

**PRE-FEASIBILITY STUDY FOR THE IMPLEMENTATION
OF A DIABETIC FOOT CARE CLINIC IN JUTICALPA**

NAME OF THE MASTER:

BRYAN ISAAC RODRIGUEZ GARCIA

VILMA GIZELA BENDECK PACHECO

Abstract

The purpose of the study was to determine the pre-feasibility of implementing a diabetic foot care clinic through a technical and financial market study to help improve the quality of life of diabetic patients in Juticalpa, Olancho, using a quantitative methodology, a descriptive scope and a non-experimental design, taking as population the patients of the different municipalities of the department of Olancho with a diagnosis of Diabetes Mellitus without distinction of sex, having a total of 360 patients, having as a conclusion that 84.4% said that they would attend a private clinic exclusively for diabetic foot care. 4% have stated that they would attend a private clinic exclusively for the care of diabetic foot, likewise the place they indicate that it is more feasible is in the San Juan Bosco colony since it is located behind the Uniplaza shopping center, being an accessible location in the points of entrances, exits and basic services, on the other hand, within the conclusions it is presented that it presents a positive NPV and a higher expected IRR of 27%, where the investment is L.1,099,491 .00.

Key words: clinical, demand, feasibility, market, patients

DEDICATORIA

Le dedicamos esta investigación primeramente a Dios por iluminar nuestras mentes para lograr esta meta y nunca apartar nuestra vista del buen camino.

Vilma Gizela Bendeck

A mis padres Jorge Bendeck y Claudia Pacheco por su apoyo incondicional.

Bryan Isaac Rodriguez

A mi madre Nelly Marjorie Garcia quien es mi mayor motivación para salir adelante quien me enseñó a perseverar y buscar ser mejor cada día, a mi abuela Eva Garcia quien me ha mostrado el camino del bien y a ser fuerte ante toda situación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.	2
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	3
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	4
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	4
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	4
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	7
2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	7
2.1.1. MACROENTORNO.....	7
2.1.2. MICROENTORNO	10
2.1.3. ANÁLISIS INTERNO.....	13
2.2. CONCEPTUALIZACIÓN	14
2.2.1. VIABILIDAD DE MERCADO.....	14
2.2.2. DEMANDA	14
2.2.3. MERCADO.....	14
2.2.4. PRODUCTO	14
2.2.5. PRECIO	15
2.2.6. PLAZA.....	15

2.2.7.	PROMOCIÓN.....	15
2.2.8.	ESTUDIO TÉCNICO	15
2.2.9.	OFERTA	16
2.2.10.	LOCALIZACIÓN.....	16
2.2.11.	MAQUINARIA	16
2.2.12.	EQUIPO.....	16
2.2.13.	PERSONAL	17
2.2.14.	ESTUDIO FINANCIERO	17
2.2.15.	INVERSIÓN.....	17
2.2.16.	INGRESOS.....	17
2.2.17.	COSTOS	18
2.2.18.	MARGEN BRUTO.....	18
2.2.19.	DIABETES	18
2.2.20.	PIE DIABÉTICO	18
2.3.	TEORÍAS DE SUSTENTO	19
2.3.1.	BASES TEÓRICAS.....	19
2.3.2.	METODOLOGÍA DESARROLLADAS POR OTROS INVESTIGADORES O EXPERTOS.....	26
2.3.3.	INSTRUMENTOS UTILIZADOS.....	28
2.4.	MARCO LEGAL	29
2.4.1.	CÓDIGO DE SALUD	29
2.4.2.	LEY ORGÁNICA DEL INSTITUTO NACIONAL DEL DIABÉTICO.....	30
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....		32
3.1.	CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	32

3.1.1.	MATRIZ METODOLÓGICA	32
3.1.2.	ESQUEMA DE VARIABLES	33
3.1.3.	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	34
3.2.	ENFOQUE Y MÉTODOS	36
3.2.1.	ENFOQUE.....	36
3.2.2.	ALCANCE.....	36
3.2.3.	DISEÑO	36
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.3.1.	POBLACIÓN.....	36
3.3.2.	MUESTRA	37
3.3.3.	TÉCNICAS DE MUESTREO	37
3.4.	INSTRUMENTOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS	38
3.4.1.	TÉCNICAS	38
3.4.2.	INSTRUMENTOS.....	38
3.4.3.	PROCEDIMIENTOS.....	38
3.5.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	39
3.5.1.	FUENTES PRIMARIAS	39
3.5.2.	FUENTES SECUNDARIAS	40
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....		41
4.1.	INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	41
4.2.	RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS.....	41
4.2.1.	DATOS DEMOGRÁFICOS.....	41
4.1.2.	VARIABLE VIABILIDAD DE MERCADO	44
4.1.2.1.	CONOCIMIENTO.....	44

4.1.2.2.	DEMANDA	46
4.1.2.3.	OFERTA	48
4.1.2.4.	PRECIO	49
4.1.2.5.	PRODUCTO	50
4.1.2.6.	PLAZA.....	52
4.1.2.7.	PROMOCIÓN.....	53
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		55
5.1.	CONCLUSIONES	55
5.2.	RECOMENDACIONES	56
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD		57
6.1.	NOMBRE DE LA PROPUESTA	57
6.2.	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	57
6.3.	ALCANCE DE LA PROPUESTA	57
6.4.	DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO A DETALLE DE LA PROPUESTA.....	58
6.4.1.	ESTUDIO DE MERCADO	58
6.4.2.	ESTUDIO TÉCNICO	66
6.4.3.	ESTUDIO FINANCIERO	75
6.5.	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO	88
6.6.	CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA	88
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		91
ANEXOS		95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables utilizadas para la segmentación del mercado	20
Tabla 2 Matriz metodológica.....	32
Tabla 3 Datos demográficos	41
Tabla 4 Análisis FODA de la empresa	58
Tabla 5 Cálculo de la demanda	59
Tabla 6 Cobertura de demanda.....	60
Tabla 7 Presupuesto de mercadeo	66
Tabla 8 Mobiliario y equipo	69
Tabla 9 Ficha de proceso	71
Tabla 10 Detalle de personal necesario	73
Tabla 11 Perfil de puestos	74
Tabla 12 Plan de inversión	75
Tabla 13 Ingresos por mes.....	77
Tabla 14 Costos operativos anuales	78
Tabla 15 Costo variable de los servicios	79
Tabla 16 Costo variable de la empresa.....	79
Tabla 17 Depreciación de equipo	80
Tabla 18 Distribución de la inversión	81
Tabla 19 Datos del préstamo bancario	81
Tabla 20 Amortización del préstamo	81
Tabla 21 Estado de resultados	82
Tabla 22 Flujo neto.....	84
Tabla 23 Análisis financiero.....	85

Tabla 24 Período de recuperación	85
Tabla 25 Flujo del escenario optimista.....	86
Tabla 26 Flujo del escenario pesimista	87
Tabla 27 Cálculo de punto de equilibrio	88
Tabla 28 Cronograma de implementación	88
Tabla 29 Concordancia de los segmentos de la tesis con la propuesta	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cinco fuerzas de Porter	10
Figura 2 Esquema de variables.....	33
Figura 3 Procedimiento	39
Figura 4 Trabaja actualmente	42
Figura 5 Obtención de medicamentos	43
Figura 6 Conoce las complicaciones de diabetes mellitus	44
Figura 7 Sabe que es pie diabético	45
Figura 8 Conoce los cuidados para pie diabético	45
Figura 9 Actualmente donde lleva el manejo de su enfermedad.....	46
Figura 10 Clínica que visita.....	47
Figura 11 Existe alguna clínica exclusiva para cuidados de pie diabético.....	48
Figura 12 Asistiría a una clínica privada exclusiva para el cuidado de pie diabético	49
Figura 13 Rango de precios que le parece más justa.....	49
Figura 14 Frecuencia que estaría dispuesto a visitar la clínica	50
Figura 15 Preferencia al momento de asistir a una clínica privada	51
Figura 16 Características más importantes en cuanto a la ubicación	52
Figura 17 Horario de atención prefiere	53
Figura 18 Medio que le gustaría recibir noticias de la clínica.....	53
Figura 19 Ubicación de la Clínica	67
Figura 20 Layout de la planta.....	68
Figura 21 Proceso de atención.....	70
Figura 22 Organigrama de la clínica	73

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta de mercado	95
-----------------------------------	----

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

La Diabetes Mellitus es una de las enfermedades catalogadas como crónicas no transmisibles de más prevalencia a nivel mundial, que se caracteriza por aumento de la glucosa en sangre por encima de los valores establecidos. Esto conlleva a múltiples consecuencias a corto y a largo plazo si no tiene un manejo adecuado, por ejemplo, ceguera, problemas renales y problemas en la microcirculación de las extremidades inferiores conocido como Pie diabético (Dhaliwal, 2021).

Según la Organización Panamericana de la Salud (2021) la prevalencia en Honduras de diabetes Mellitus tipo 2 se estima en un 7.4% un porcentaje alto para ser una población en vías de desarrollo, la atención de esta población está a cargo de las instituciones de salud del estado, centros de salud y hospitales a nivel nacional en caso de manejo de complicaciones, por lo que se ha considerado que la diabetes mellitus es una afectación que con un diagnóstico temprano se pueden evitar complicaciones crónicas, en donde se mejora la calidad de vida de las personas.

Considerando de tal manera que ha sido necesario que se realice la implementación de una clínica de pie diabético, debido a que son porcentajes significativos de personas que presentan esta enfermedad, de tal manera, se requiere de múltiples cuidados que deben ser controlados a tiempo, por lo que es necesario la creación de una clínica para el cuidado de pie diabético en Juticalpa.

Con respecto, Peraldi (2020) menciona que la factibilidad técnica, económica y estratégica en la creación de un modelo de negocio siendo una clínica para tratar con personas diabéticas, de tal manera, que es una alternativa para brindar ayuda y darle el tratamiento avanzando para el cuidado, sin embargo, es importante mencionar que el establecimiento de la estrategia para el logro de objetivo toma en consideración la evaluación económica que puede brindar la clínica.

Por otra parte, se ha considerado que la diabetes mellitus, hace referencia a un grupo de enfermedades que afectan la forma en cómo el cuerpo se utiliza la glucosa en la sangre, en donde muchas veces presentan niveles altos de azúcar en la sangre, de tal manera que las personas que lo padecen poseen preocupación para el cuidado requerido, por lo que se ha tenido la iniciativa de la creación de una clínica para el cuidado de pie diabético en Juticalpa, viene a ser de gran utilidad,

debido a que no existen muchos centros que brinden una atención para el control del nivel de azúcar en la sangre.

1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.

El departamento de Olancho no es la excepción, con respecto a los demás departamento, existe un alto número de pacientes con el diagnóstico de Diabetes Mellitus muchos de ellos con manejo inadecuado y con necesidad de hospitalización por complicaciones, el Hospital General San Francisco es el ente encargado de dar respuesta a estas complicaciones a nivel del departamento, aunque existen otros centros privados que ofrecen en su cartera de servicios el manejo de esta patología (Secretaria de Salud, 2016).

Guevara (2018) menciona en su estudio que actualmente ha incrementado el índice de pacientes con pie diabético en el mundo, en donde uno de los factores es la edad del paciente siendo propenso a una amputación los adultos mayores, tomando en cuenta que si se brinda la correcta información y una atención adecuada según las patologías que se pueden encontrar logrando que los pacientes puedan mejorar su calidad de vida.

Es importante entender que la atención médica va evolucionando al ritmo del aumento de la población y es necesario actualizar los manejos de las enfermedades, por lo que se ha generado la necesidad de corregir y entender los factores asociados con la atención, costos y proveedores de calidad en la medicina, tomando en cuenta lo anterior surge la oportunidad de ofrecer una nueva opción para el manejo de Pie diabético, y la generación de nuevos empleos ayudando así a la economía del sector.

Por otra parte, Salinas (2017) menciona que hay muchas patologías vinculadas a la diabetes mellitus, teniendo una prevalencia del pie diabético, lo que se ha tomado conciencia en poder tener clínicas que constituyan una prioridad en los enfoques sanitarios como en las políticas de la salud, tomando en cuenta que no todas las personas cuentan con las condiciones sociales y culturales que enmarcan su creciente epidemiología.

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Actualmente en Honduras el aumento de casos por complicaciones asociadas a Diabetes Mellitus supera la demanda de las instituciones públicas, Estadísticas del Instituto Nacional del Diabético (Inadi) sugieren que gran parte de pacientes diabéticos se concentran en Francisco Morazán, exactamente un 55%, lo que a criterio sugiere tiene que ver con el hecho de que aquí se encuentra la ciudad de Tegucigalpa, principal centro urbano del país y tiene mayor conglomerado poblacional, a esto habría que sumar el COVID-19, precisamente tiene que ver con el hacinamiento y el poco distanciamiento, dado que esto facilita la propagación del virus. En Tegucigalpa solamente un 50% tiene puestas sus dos vacunas (Espinoza K. , 2021).

El Inadi tiene una cifra de 17, 563 personas registradas con la enfermedad, de los cuales 9,746 son de Tegucigalpa. Un 52.6% de personas que tienen la enfermedad son mayores de 60 años. Los factores como la estancia hospitalaria, rotación de cama, la cantidad de personal y de insumos juegan un papel importante. El manejo de pie diabético implica muchos días e incluso meses de trabajo lo que incurre a nivel público en un gasto que no está dentro del presupuesto, por tal razón el manejo que se ofrece a nivel hospitalario es en la mayoría de los casos radical, es decir amputación de la extremidad afectada, muchos de ellos pudiendo ser salvables. (Espinoza K. , 2021)

Muchos de los pacientes que se someten a estos tratamientos radicales no tienen otra opción cercana disponible para consultar, a pesar de querer conservar sus extremidades y tener los recursos necesarios eligen el planteamiento ofrecido en la institución como única opción.

El departamento de Olancho tiene un alta demanda con 1,451 de atenciones especializadas permanente, las estadísticas del Inadi y del Hospital Escuela –obtenidas mediante el Derecho de Acceso a Información– indican que entre 2015 y 2020, el departamento de Francisco Morazán donde está la capital del país concentró el 62 por ciento de los casos diagnosticados de diabetes, le sigue El Paraíso, Olancho y la zona sur de Honduras. Estos departamentos que conforman la región centro-sur-oriente concentraron nueve de cada diez casos, registrados por el Hospital Escuela Universitario (HEU) y por el Inadi (Michels, 2021)

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la prefactibilidad de mercado, técnica y financiera implementar una clínica para el cuidado de Pie diabético en Juticalpa, Olancho?

1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál es la factibilidad de mercado para implementar una clínica para el cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho?
2. ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la implementación de la clínica para el cuidado del pie diabético?
3. ¿Cuál es el impacto financiero de implementar la clínica de cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho?

1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la prefactibilidad de implementar una clínica de cuidado de pie diabético mediante un estudio de mercado técnico y financiero para contribuir a mejorar la calidad de vida de los pacientes diabéticos en Juticalpa, Olancho.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la factibilidad de mercado para implementar una clínica para el cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho.
2. Determinar los requerimientos técnicos de la implementación de una clínica para el cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho.
3. Analizar la factibilidad financiera sobre el impacto financiero que tiene la implementación de una clínica de cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho.

1.5. JUSTIFICACIÓN

A medida que avanza la tecnología, surgen nuevos modelos de salud y la calidad empieza a tomar más importancia en todos los rubros, aumenta el interés por el cuidado de la salud, esto se

puede observar en la apertura de nuevas opciones de compañías farmacéuticas en forma de franquicias.

Cada día la población se empodera más de sus patologías y hace lo que está a su alcance para tener el mejor tratamiento posible, aumentando el consumo per cápita de medicamentos.

De la información consultada se obtuvo que existen pocos centros que ofrecen el servicio para cuidado de pie diabético; en Tegucigalpa se encuentra el único centro público encargado a la atención exclusiva de pacientes con Diabetes Mellitus: el Instituto Nacional del Diabético (INADI) que atiende aproximadamente 260 pacientes diarios de las zonas más cercanas y estas cifras van en aumento por todos los pacientes nuevos y los infra diagnosticados (Secretaria de Salud, 2016).

A nivel privado existen dos centros ofrece el servicio de manejo de paciente con pie diabético, uno ubicado en Tegucigalpa y otro en la ciudad del Progreso, obteniendo resultados satisfactorios en su trabajo, logrando salvar en mayor medida la extremidad afectada.

En el municipio de Juticalpa perteneciente al departamento de Olancho existen muchos centros privados con una cartera grande de servicios, pero no son especializados en el manejo de estos pacientes, derivándolos en su mayoría al hospital regional San Francisco

Los pacientes están informando constantemente de sus patologías y de sus posibles tratamientos, encontrándose limitados en sus opciones, al realizar este estudio se obtendrá la información necesaria para saber si la población olanchana con esta patología estará dispuesta a utilizar los servicios ofrecidos en la clínica.

Por ende, surge la propuesta de entrar al mercado de la salud a través de la creación de una clínica para el cuidado de pie diabético, lo que representa una nueva forma de prestar servicios de salud en el municipio, generando nuevos empleos y ayudando a la economía del sector a la vez se busca brindar un servicio diferente, necesario y de calidad a la población olanchana.

De tal manera que es una oportunidad en un mercado que no ofrece una competencia significativa ya que no se cuenta con establecidos que brinden el servicio prestado, cabe destacar que la necesidad e importancia de llevar a cabo este estudio es conocer qué tan rentable será la instalación de la clínica además de cubrir las necesidades de un nicho de mercado que se encuentra

desatendido y en base a los resultados obtenidos realizar las modificaciones que se estimen convenientes para el funcionamiento adecuado de la misma

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1.1. MACROENTORNO

Para poder realizar el análisis del macroentorno este ha sido realizado en base al PESTEL el cual suele encontrarse basado en las políticas, la económica, el análisis social, el tecnológico, el económico, así como el legal esto del país y como este suele repercutir en el sector salud, por lo cual es detallado a continuación:

2.1.1.1. POLÍTICAS

Una de las líneas de estrategia es la salud universal, por lo que el modelo Nacional de Salud él ha sido introducido en el año 2013 como parte de la iniciativa política la cual se encuentra enmarcada en la Visión de país 2010-2038, con la cual se quiere mejorar y tener un acceso equitativo de la población a todos los beneficios de la atención integral en el sector salud. Por lo que dicha política posee como estrategia el poder resaltar la importancia que posee el poder identificar, así como la aplicación de aquellos mecanismos los cuales puedan permitir la disminución, así como la eliminación de las barreras de todo orden las cuales puedan generar limitaciones o que se dificulte el acceso a los servicios de salud para la población (Organización Panamericana de la Salud, 2021).

Para las clínicas suele ser requerido el seguimiento de las políticas que sean establecidas tanto a nivel nacional como internacional y las cuales puedan ayudar a mejorar la situación de los pacientes ya que mediante ellas se busca el poder eliminar todas aquellas barreras que le puedan impedir el poder brindar el mejor servicio, así como el poder llegar a cada una de las personas que necesiten de los servicios del sector salud.

2.1.1.2. ECONÓMICO

La economía hondureña se suele caracterizar por poseer un mercado laboral de bajos ingresos siendo uno de los problemas más importantes el desempleo el cual suele afectar de manera severa, esto debido a que solamente un 33% de la población económicamente activa son mujeres, ante

dichas circunstancia es que se suele considerar que los ingresos fiscales suelen provenir de una economía formal aunque la presión de los gastos se mira determinada por el sector informal, la cual será determinada por las demandas de los servicios de salud, educación, vivienda; por lo que suelen ser necesarios las inversiones en el sector de salud (Secretaría de Salud, 2005).

El factor económico de la clínica para cuidado de pie diabético generará diversos ingresos, ya que estos estarán relacionados con la cantidad de pacientes que sean atendidos de manera diaria, así como de los procedimientos que se realice ya que de manera general los precios suelen encontrarse basados en los diversos procedimientos teniendo en consideración los insumos que sean necesarios para su correcta aplicación.

2.1.1.3. SOCIAL

Dentro del ámbito social se ha buscado el fortalecimiento dentro las articulaciones del sector salud y la comunidad, la cual se ha dado mediante la promoción de la participación activa de los diversos municipios así como de las organizaciones sociales con lo que se busca el poder mejorar las condiciones de vida así como el desarrollo de los entornos saludables, por lo que ha sido mediante programa sociales como ser vida mejor dentro del cual se incluían intervenciones de medicina segura, filtros de agua entre otras. (Ramírez y Florian, 2019).

Una de los factores importantes que se deberán de tomar en consideración por parte de la clínica será el poder tener una participación de parte de la comunidad esto para poder brindarles planes, así como programas mediante los cuales se les brinde a los pacientes consejos para poder mejorar su salud, así como los cuidados correspondientes para evitar que su enfermedad avance muy rápido.

2.1.1.4. TECNOLÓGICO

La inducción de las tecnologías médicas nuevas para la prevención, el diagnóstico así como la recuperación de los pacientes posee repercusiones de manera directa sobre los resultados del sector salud, ya que puede generar un incremento en la esperanza así como en la calidad de vida y en la seguridad de los procesos asistenciales, aunque la implementación de los mismos suele generar el incurrir en gastos así como en la probabilidad que se dé un desequilibrio dentro de lo

costos del sistema; sin embargo uno de los mayores impactos en las tecnologías de la salud suele ser el mejoramiento de los tratamientos, máquinas así como de los medicamentos. (Mora, 2019).

Con respecto a los factores tecnológicos suelen ser de suma importancia en las clínicas, debido a que estas innovaciones suelen generar ayudas para poder brindar una atención más eficiente y eficaz, ya que se busca el poder brindar el tratamiento correspondiente en el menor tiempo posible, así como que este sea lo menos doloroso posible y que pueda generar la menor cantidad de efectos secundarios posibles; el poder contar con la tecnología que esté a la vanguardia ayudará a brindar una mejor atención.

2.1.1.5. ECOLÓGICO

Los medios ambientes saludables suelen ser vitales para poder garantizar una vida sana, así como para poder promover el bienestar de los ciudadanos de todas las edades, por lo que dentro de la salud pública suelen ser abordados los factores ambientales los cuales poseen influencia en la salud humana, donde serán incluidos los factores físicos, químicos, así como los biológicos (Organización Mundial de la Salud, 2019).

Las clínicas suelen generar variedad de desechos tóxicos ante lo que se deberá de tomar en consideración el tener los cuidados, así como el poder seguir los protocolos correspondientes con la finalidad de evitar generar contaminantes para el medio ambiente que se encuentra alrededor de la ubicación de la clínica, por lo que sería importante el conocer a fondo los diversos protocolos que se deban de implementar.

2.1.1.6. LEGAL

Con relación a los aspectos legales del sector salud se hace mención que el derecho a la salud es establecido como un derecho fundamental que poseen todas las personas para el goce del grado máximo de la salud que se pueda lograr esto sin distinción , de raza, género, religión, ideología, política, así como de las condiciones económicas o sociales así como las situaciones de vulnerabilidad, en la que se encuentren las personas, lo cual suele corresponder al estado así como a las personas naturales o jurídicas con la garantía del ejercicio por lo que se encuentran vinculada para poder obtener el logro del bienestar tanto individual como colectivo. (Código de Salud, 1992).

Los factores legales suelen ayudar a que la clínica pueda guiarse por las leyes y los reglamentos los cuales están enfocados en brindar los lineamientos correspondientes para que se puedan llevar a cabo todas las normativas correspondientes y en el caso que estas sean infringidas el poder aplicar las sanciones correspondientes.

2.1.2. MICROENTORNO

En este apartado será detallado el modelo el cual fue propuesto en el año de 1979 por el profesor Michael Porter, mediante el cual ha sido establecido un marco estratégico con el cual se busca canalizar el nivel de competencia que existe en la industria esto sobre la cual será desarrollado el proyecto. Por lo que se suelen tomar en consideración cinco fuerzas la cuales suelen condicionar el comportamiento del mercado las cuales se detallan a continuación

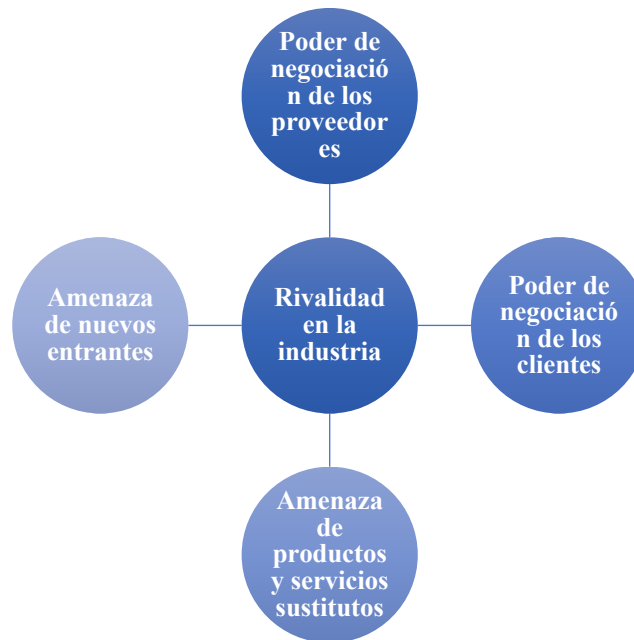


Figura 1 Cinco fuerzas de Porter

Fuente: (Peraldi, Factibilidad técnica, económica y estratégica de centro de heridas en pacientes diabéticos, 2020).

2.1.2.1. PROVEEDORES

Según lo planteado por Espinoza (2020) los poderosos proveedores suelen capturar a la mayor parte de los valores esto para sí mismos por lo que cobran precios más altos, restringen la calidad o los servicios, mediante la transferencia de los costos a los participantes de los sectores,

así como suelen ser capaces de la extracción de la rentabilidad de las industrias por lo que son incapaces de poder transferir los costos a sus propios precios.

Con relación a los proveedores de la clínica estos pueden ser tanto nacionales como extranjeros, ya que será necesaria la compra de los diversos insumos que se necesiten para poder brindar la mejor atención posible a los pacientes que lo requieran, así como para el abastecimiento de los medicamentos requeridos.

2.1.2.2. CLIENTES

En el caso de los clientes estos serán capaces de poder capturar los valores si se ven obligados a bajar los precios, por lo que exigirán una mejor calidad, así como la obtención de mejores servicios, por lo que de manera general suele hacer que los participantes de un sector se enfrenten, todo basado en los perjuicios de la rentabilidad de dicho sector. Los clientes suelen contar con poder de negociación cuando se cuenta con pocos compradores, mientras que los productos del sector suelen ser estandarizados o no se diferencia entre sí. (Espinoza M. , 2020).

Los principales clientes para la clínica de cuidado del pie diabético serían todas las personas que padezcan de la enfermedad y que vivan en Juticalpa, así como zonas aledañas las cuales se puedan movilizar a la misma para poder recibir la atención necesaria; aunque la mismas se podría ver afecta por las clínicas privadas y los hospitales que se encuentren en Juticalpa y alrededores los cuales puedan ofertar el servicio que se quiere implementar en la clínica o un precio menor a este.

2.1.2.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el caso de los sustitutos estos suele realizar el cumplimiento de la misma función o de funciones similares, que los productos de los sectores esto mediante diversas formas. Por lo que cuando las amenazas de los sustitutos suelen ser altas, entonces la rentabilidad del sector sufre. Por lo que Espinoza (2020) ha expresado que las amenazas de los sustitutos suelen ocurrir bajo la cadena, estos suelen encontrarse presentes, aunque en muchas ocasiones no suelen ser fáciles de percatar.

Se puede decir que los productos sustitutos de una clínica para el cuidado del pie diabético, suelen ser escasos ya que este servicio suele ser brindado sobre todo en hospitales por lo que si hay

clínicas especializadas suelen ser pocas, y no representaría un problema ya que la cantidad de paciente que padecen diabetes es grande por lo que se tendría gran afluencia de pacientes lo que generará que la clínica se mantenga actualizada en las innovaciones médicas para poder brindar una mejor atención.

2.1.2.4. COMPETIDORES

Los nuevos entrantes o los competidores suelen hacer referencia al sector que introduce nuevas capacidades, así como los deseos de adquirir participación dentro de los mercados lo cual suele ejercer una presión en los precios, los costos, así como la tasa de inversión que suele ser necesaria para competir. Por lo que los nuevos competidores podrán empujar las capacidades que ya existen, así como los flujos de caja para remecer a la competencia (Espinoza M. , 2020).

Dentro de los principales competidores que podría tener la clínica para el cuidado del pie diabéticos, serían las clínicas existentes las cuales pueden agregar este servicio, asimismo la apertura de nuevas clínicas médicas en las cuales sea ofertado el servicio y que decidan brindar precios más bajos con la finalidad de poder tener una mayor afluencia de clientes.

2.1.2.5. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Al hacer referencia a la rivalidad entre los competidores que existen esta se puede dar de diversas maneras como puede ser: aplicación de descuentos al precio, el lanzamiento de nuevos productos o servicios, las campañas publicitarias, así como el mejoramiento de los servicios brindados. La rivalidad suele darse de manera más intensa cuando se cuenta con varios competidores o son de tamaños aproximadamente iguales, por lo que el crecimiento del sector suele ser lento y las barreras de salida son altas. (Espinoza M. , 2020)

Suele ser mediante esta forma que se permite que las empresas puedan realizar la generación de más desarrollo asimismo el poder ampliar los servicios que le son ofertados a sus clientes, asimismo suele ayudar a que se pueda generar una expansión de los servicios y de la mano de obra, aunque la gran demanda de los colaboradores suele convertir en uno de los principales problemas para una entrega de servicios eficiente.

2.1.3. ANÁLISIS INTERNO

El sistema de salud de Honduras se ha caracterizado por encontrarse fragmentado, así como por tener variedad de problemas de coordinación, así como de articulación esto entre las instituciones y las unidades de los servicios, por lo que debido a esto se genera una duplicidad de las actividades, así como de los esfuerzos y de los recursos. Una de las mayores afecciones en el sistema de salud es que se sigue usando un modelo de salud y de protección social desde hace más de 50 años, aunque este ha contado con algunos leves cambios (Carmenate et al., 2016).

Con relación a la infraestructura hospitalaria, así como de los centros de salud esta suele ser deficiente, por lo que los servicios no cuentan con la calidad y la cobertura que se requiere, ciertos centros públicos suelen ser desde principios del siglo pasado, por lo que suelen ser requeridas grandes inversiones en infraestructura, así como en equipo con la finalidad de poder proporcionar los servicios, así como las óptimas condiciones que se encuentren exentas de riesgo (Secretaría de Salud, 2005).

El sistema salud está compuesto por el sector público y privado, por lo que el sector público se encuentra compuesto por la Secretaría de Salud (SESAL), la cual suele prestar sus servicios al 60% de la población, así como por el Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS), quienes se encargan de recaudar así como de administrar los recursos fiscales provenientes de las cotizaciones obligatorias de los trabajadores así como de los empleadores, quienes han asegurado a un 12% de la población, según estimaciones el 18% de los hondureños no poseen acceso a los servicios de salud; mientras que el sector privado está encargado de atender al 10% de la población (Sauceda, 2021).

El municipio de Juticalpa se encuentra ubicado en el departamento de Olancho, el cual fue fundado en 1764, el cual tiene por código el 1501, con una población aproximada de 94,760 habitantes, por lo que posee 73 colonias, 10 barrios, 62 aldeas y 447 caseríos; el cual cuenta con 24 unidades de salud, de las cuales son 21 centros de salud rural (CESAR) y tres centros médicos (CESAMO), un hospital regional el cual se encarga de cubrir el 61% de la demanda municipal; mientras que en el caso del sector privado este se encuentra encargado de atender 20% de la población por lo que un 19% de la población que no posee acceso a la salud en el municipio. (Aguilar, 2014).

2.2. CONCEPTUALIZACIÓN

En este apartado serán definidas las principales variables de estudio, así como los principales términos los cuales tienen relación con el tema de investigación que está siendo abordado.

2.2.1. VIABILIDAD DE MERCADO

Es mediante la viabilidad de mercado que se puede determinar los espacios de los productos, así como de los servicios los cuales serán ocupados en el mercado, mediante el análisis de los factores como suelen ser los clientes actuales, los clientes potenciales, así como para la determinación de la competencia con lo que se busca poder determinar la viabilidad, así como el éxito de cualquiera de los productos o servicios (Sapag Chain, 2011).

2.2.2. DEMANDA

Mientras que según lo planteado por Fisher y Espejo (2011) quienes han mencionado que la demanda suele hacer referencia a las cantidades de los productos o de los servicios por los cuales los consumidores se encuentran dispuestos a poder comprar esto de acuerdo a los posibles precios del mercado, por lo que la demanda suele hacer referencia a la cantidad de bienes que los compradores desean y pueden comprar.

2.2.3. MERCADO

El mercado suele hacer referencia al conjunto de todos los compradores tanto los reales como los potenciales de los productos o de los servicios, por lo que los compradores suelen compartir una necesidad, así como un deseo particular, el cual se podrá satisfacer esto mediante una relación de intercambio (Kotler y Armstrong, 2013).

2.2.4. PRODUCTO

Esta hace referencia a que se deberá de dar la descripción exacta del producto, así como los productos los cuales se pretenden elaborar. Por lo que deberán de ir acompañados con las correspondientes normas de calidad las cuales suelen ser editadas por parte de la secretaría de Estado o por el ministerio según corresponda. Asimismo, se ha planteado que la naturaleza como el uso de los productos suele dirigir los estudios de mercado para la identificación de la ubicación

de los compradores potenciales de ese producto, el cual se conoce como nicho de mercado (Baca, 2013).

2.2.5. PRECIO

Desde el punto de vista de Kotler y Armstrong (2013) quienes han planteado que el precio se puede definir como la cantidad de dinero el cual es cobrado por un producto o por un servicio, por lo que en términos muchos más amplios, se puede decir que el precio será la suma de los valores que los consumidores suelen dar a cambio de los beneficios que obtendrán por poseer o por usar un producto o un servicio.

2.2.6. PLAZA

Asimismo Fisher y Espejo (2011) plantean que la distribución o la plaza será necesaria para el establecimiento de las bases esto con la finalidad de que el producto llegue desde los fabricantes hasta los consumidores, por lo que dichos intercambios suele generarse entre mayoristas y detallistas, por lo que será de suma importancia para el manejo de los materiales, los transportes, el almacenaje, esto con la finalidad de tener los productos al mejor precio, así como el mejor lugar, esto en un menor tiempo.

2.2.7. PROMOCIÓN

Los productos y los servicios para que puedan ser reconocidos por parte de las personas, será sumamente necesario el incentivar una variedad de estrategias mediante las cuales se puedan poder posicionar dentro de los mercados, por lo que es mediante la promoción que se suele dar a conocer los productos a los consumidores, con lo que se busca el poder persuadir a los clientes para esto con la finalidad de que puedan adquirir los artículos o los servicios que puedan satisfacer las necesidades de los compradores (Fischer y Espejo, 2011).

2.2.8. ESTUDIO TÉCNICO

Es mediante los estudios técnicos que se busca el analizar los elementos que posee la ingeniería básica de los productos, así como los procesos los cuales se desea implementar, por lo

que se debe de realizar una descripción detallada del mismo esto con la finalidad de poder mostrar los requerimientos para que este pueda funcionar (López y González, 2018).

2.2.9. OFERTA

En el área de economía la oferta suele hacer referencia a los bienes y a los servicios los cuales son dispuesto por los oferentes para la venta dentro del mercado a un precio concreto; por lo que se puede decir que la oferta será la cantidad de los bienes y los servicios de las diversas organizaciones, instituciones, personas, así como empresas las cuales suelen encontrarse dispuesta para ser colocada en venta (Real Academia Española, 2021).

2.2.10. LOCALIZACIÓN

La localización que sea elegida para los proyectos podrá ser determinada mediante el éxito o el fracaso, por lo que esta dependerá de la aceptación o del rechazo por parte de los clientes; es el personal ejecutivo el cual busca trasladarse a una localidad la cual en muchas ocasiones suele carecer de incentivos para los grupos familiares o para los centros de acopio para las materias primas. (Sapag Chain, 2011).

2.2.11. MAQUINARIA

Este término suele hacer referencia al conjunto de máquinas que se poseen para un fin determinado. Asimismo, la maquinaria puede ser considerada dentro del nivel contable como el conjunto de los bienes tangibles los cuales se dedican a la producción, así como a actividades o utilidades en concreto (Real Academia Española, 2021).

2.2.12. EQUIPO

Los equipos suelen encontrarse conformados por un conjunto de personas las cuales cuentan con un objetivo común y los cuales interactúan, así como se coordina para poderlo conseguir, estos se deberán de encontrar especializados en tareas de manera individual, cooperar, ayudarse, así como deberán de tener una clara comunicación (Real Academia Española, 2021).

2.2.13. PERSONAL

El personal suele ser conocido como el conjunto de personas las cuales trabajan dentro de un mismo organismo, empresa o una entidad. Por lo que el personal suele ser el total de los trabajadores los cuales suelen desempeñarse en las organizaciones (Pérez y Merino, 2010).

2.2.14. ESTUDIO FINANCIERO

Según Sapag (2011) el estudio financiero busca la determinación con una mayor precisión, así como la cuantía de la inversiones, los costos y los beneficios de los proyectos esto para que de manera posterior se puedan comparar así como el decidir cuál es de mayor conveniencia para el emprendimiento del proyecto, por lo que la finalidad de dicha actividad suele consistir en la elaboración de la información la cual proporcione datos sobre la cantidad de la inversión, los ingresos, los gastos, la utilidad de las operaciones de los proyectos de inversión, esto a nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, las depreciaciones, las amortizaciones, etc.

2.2.15. INVERSIÓN.

La inversión también suele ser conocida como la cantidad de dinero que será necesaria para hacer que un proyecto se encuentre en operaciones. Esta se podrá encontrar integrada por el capital propio, los créditos por parte de organismos financieros nacionales e internacionales, así como de proveedores; en el caso del capital total este suele ser requerido para poder hacer la realización, así como la operación de los proyectos (OCDE, 2011).

2.2.16. INGRESOS.

Los ingresos suelen hacer referencia a todos aquellos recursos provenientes de los impuestos, las contribuciones y de la seguridad social, así como las ventas de los bienes o de los servicios los cuales suele ser realizados por las entidades del gobierno, en el caso del superávit de la explotación de las entidades públicas empresariales, transferencias, asignaciones y los donativos corrientes del capital recibido, las participaciones de los ingresos del capital así como la recuperación de las inversiones financieras las cuales suelen ser realizada con finalidad política. (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas , 2015).

2.2.17. COSTOS

Los costos suelen encontrar relacionados con la función de producción; por lo que suelen representar una disminución en los ingresos, aunque a diferencia de los gastos, dichos recursos suelen ser consumidos para la fabricación de los productos (García, 2014); desde otro punto de vista se puede decir que los costos son el valor del sacrificio que se realiza para la adquisición de los bienes y servicio, el cual suele ser motivado con la esperanza de la obtención de un beneficio económico en el futuro. Asimismo, se puede plantear que los costos son una inversión que se ha realizado y la cual se espera recuperar mediante la venta (Hoyos, 2017).

2.2.18. MARGEN BRUTO

Este término suele hacer referencia a la manera en la cual son medidos los beneficios que las empresas pueden obtener de los ingresos. Por lo que suele ser calculada restando los costos de todos los bienes vendidos de los ingresos totales y dividiendo dicha cifra por lo ingresos totales, de dicho monto podrá ser obtenido el porcentaje el cual representará la parte de los ingresos que podrán ser retenidos por la empresa como beneficios. (Escobar, 2019)

2.2.19. DIABETES

La diabetes es la denominación que se le da a un grupo de enfermedades metabólicas las cuales suelen caracterizarse por la hiperglucemia, la cual se puede dar como una consecuencia de los defectos en la secreción de la insulina, así como en las acciones o por ambas formas. En el caso de la hiperglucemia crónica de la diabetes esta puede encontrarse asociada a los daños en el largo plazo de cada uno de los diversos órganos de manera especial, los ojos, riñones, nervios, corazón y los vasos sanguíneos (Barquilla, 2017).

2.2.20. PIE DIABÉTICO

El pie diabético hace referencia a una complicación crónica de las diabetes mellitus, el cual posee una etiología multifactorial, la cual posee como factores principales la infección, la isquemia, la neuropatía, así como el mal control metabólico. Por lo que suele poseer características clínicas las cuales pueden ser frecuentes dentro de las cuales se encuentran la siguientes: úlceras, gangrenas,

así como amputaciones en las extremidades inferiores, las cuales suelen ocasionar discapacidad parcial o definitiva en los pacientes (Neyra et al., 2012).

2.3. TEORÍAS DE SUSTENTO

2.3.1. BASES TEÓRICAS

2.3.1.1. TEORÍA DE LA VIABILIDAD DE MERCADO

Suele hacer referencia a la recopilación, así como al análisis de los antecedentes los cuales permitirán la determinación de las conveniencias o a no ofrecer un bien o un servicio esto para poder atender una necesidad, suele ser conveniente para poder tener una amplia noción del mercado incluido todo el entorno el cual rodeará a la empresa como son: los consumidores, los usuarios, los proveedores, los competidores, así como las limitaciones que sean de tipo política, legal, económica o social (Miranda, 2003).

Las investigaciones de mercado suelen abarcar la investigación de ciertas variables sociales, así como económicas las cuales se encuentran condicionadas por los proyectos, aunque estas sean ajenas a este, dentro de la cuales se podrán mencionar los factores como lo es el grado de las necesidades o del valor de las demandas o del servicio el cual es requerido producir, por lo que la influencia de dichos aspectos suele contar con varios instrumentos. (Pesántez, 2017).

2.3.1.1.1. DETERMINACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Los mercados objetivos suelen ser un grupo específico de consumidores a quienes se les pretende vender un determinado producto o servicio que es ofertado por una empresa, por lo que el contar con un buen conocimiento sobre los hábitos de compra, así como de gastos de los consumidores será esencial para la elaboración de las buenas estrategias para la venta a un mercado objetivo (Pesántez, 2017)

Por lo que con respecto a la segmentación del mercado se definirá como el proceso de dividir un mercado en segmentos o grupos que se puedan identificar los cuales sean más o menos similares o significativos. (Lamb, 2006). Ante lo que suele tomar en consideración las siguientes variables para la segmentación del mercado como se detallan en la tabla 1

Tabla 1 Variables utilizadas para la segmentación del mercado

Variables	Descripción
Variables geográficas	Suelen estar relacionadas con la ubicación de la población del país o de la región.
Variables demográficas	Toma en consideración los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none">• Ingresos• Tamaño de las familias• Estatus socio económico
Variables psicográficas	Toma en consideración los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none">• Estilo de vida• Personalidad

Fuente: (Pesántez, 2017)

En los estudios de mercado se deberán de tomar en consideración la realización de un análisis del entorno general el cual será fundamental para la determinación del impacto de las variables controlables, así como no controlables, para poder definir las diversas opciones esto mediante las cuales serán posible para poder emprender la inversión, por lo que al estudiar las variables externas las cuales son las generalidades, incontrolables por lo que las empresas deberán de reconocer cuatro factores que son: económicos, socioculturales, tecnológicos y políticos legales (Sapag Chain, 2011).

Por lo que según lo planteado por Sapag (2011) a continuación son detallados los factores anteriormente mencionados:

1. **Dimensión económica.** Esta suele girar en torno a lo económico por lo que suele hacer referencia a los que se le denomina macroeconomía o de una manera más sencilla al estudio de los comportamientos o de los agregados económicos, en los cuales será obtenida una amplia cantidad de variables.
2. **Dimensión legal.** Las empresas suelen verse impactada por la fuerza intangible de las decisiones políticas, por lo que algunas de ellas serán traducidas en leyes, razón la cual los emprendedores inversores deberán de evaluar el grado de la influencia la cual poseen sobre las iniciativas de dichas leyes
3. **Dimensión tecnológica.** Estas suelen representar las oportunidades, así como las amenazas importantes para tomar en consideración para la formulación de las estrategias. Por lo que los adelantos tecnológicos suelen afectar de manera drástica los productos, los servicios, los mercados, los proveedores, los distribuidores, los

competidores, los clientes, y los procesos de manufactura, así como las prácticas de mercadotecnia y la posición competitiva de las empresas.

4. **Dimensión social.** En algunas ocasiones las oportunidades y las amenazas suelen surgir de los cambios en las variables sociales, culturales, demográficas, así como en las ambientales las cuales impresionan y desafían a las empresas, pequeñas, grandes, lucrativas y las no lucrativas de las diversas industrias.

2.3.1.2. TEORÍA DE LA VIABILIDAD TÉCNICA

Según Erossa como se citó en Pesántez (2017) quien menciona que la viabilidad técnica suele estar concentrada en las unidades físicas de los insumos, así como de los productos, la maquinaria y los equipos, de los procesos de producción, entre otros. Aunque las informaciones técnicas, así como las físicas deberán de transformarse en unidades monetarias, esto para luego poder realizar los cálculos de las inversiones, aparte este estudio suele brindar las indicaciones precisas para las interdependencias de los aspectos técnicos, así como de lo monetarios de las ingenierías de los proyectos.

2.3.1.2.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA

Con referencia al tamaño de los proyectos esto suele hacer referencia a la capacidad de la producción de los bienes o de la prestación de los servicios esto suele ser durante la vigencia del proyecto, por lo que la determinación del análisis suele resultar importante esto para su posterior la evaluación de los proyectos lo cual suele permitir en una primera instancia que se pueda llevar a cabo una aproximación de los costos los cuales se encuentran involucrados dentro las inversiones que son necesarias para poder realizar así como poner en marcha los proyectos. (Pesántez, 2017).

2.3.1.2.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Este estudio suele ser muy útil para la determinación del éxito o del fracaso de los negocios, debido a que las decisiones acerca de donde se encontrará ubicada la empresa deberá de tomar en consideración criterios económicos, estratégicos, institucionales, técnicos así como sociales; suele ser mediante estos métodos que se buscará la selección de la localización mediante la valoración de los diversos factores como pueden ser los siguientes: disponibilidad de un terreno, acceso a

servicios, mano de obra, seguridad, cercanía al mercado así como a los proveedores, selección de ubicación óptima la cual se podría convertir en una ventaja competitiva ante sus competidores. (Pesántez, 2017)

2.3.1.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Según Bustamante (2018) la ingeniería de proyectos suele estar relacionados con los aspectos que probablemente poseen una mayor incidencia sobre la magnitud de los costos, así como de las inversiones las cuales se deberán de ser efectuadas en el caso de que sea implementado el proyecto dentro de las cuales destaca las siguientes:

1. **Proceso productivo.** Suele referirse al proceso de producción en donde los procedimientos técnicos suelen ser usados en los proyectos con la idea de poder obtener los bienes y los servicios esto a partir de sus insumos, así como la identificación de la transformación de una serie de materia primas, para que se puedan convertir en los artículos esto será mediante una determinada función.
2. **Balance de equipos.** Suele hacer referencia a la inversión del equipamiento las cuales serán todas las inversiones las cuales permitan la operación normal de las plantas de las empresas las cuales han sido creada para la ejecución del proyecto. Por lo que en esta etapa no suele ser necesaria la definición si sería conveniente o no su obtención mediante una compra o un arriendo normal, ya que tiene por objetivo la recolección de información.
3. **Infraestructura.** Se refiere a la cantidad de equipos, así como a la distribución física de una manera más adecuada, la cual podría determinar los requerimientos de los espacios para las instalaciones.

2.3.1.2.4. ASPECTOS ORGANIZATIVOS Y ADMINISTRATIVOS

Dentro de los proyectos de inversión, las organizaciones deberán de proporcionar estructuras formales las cuales se encuentren encaminadas a lograr las metas específicas, para poder producir – vender los productos o los servicios que serán fabricados o prestados esto como resultado del proyectos de inversión, el diseño de las estructuras organizaciones suele depender de los criterios así como de los principio de la administración los cuales son no generalizables de los proyectos,

dentro de los que destacan la división del trabajo, la departamentalización así como la delegación de las funciones (Sapag Chain, 2011).

2.3.1.2.5. CONSIDERACIONES AMBIENTALES

Desde una perspectiva de la medición de la rentabilidad social de los proyectos los evaluadores deberán de realizar la cuantificación de los beneficios así como de los costos ambientales que serán ocasionados por la inversión, por lo que se puede recurrir a diversos métodos los cuales permitirán la incorporación de los factores monetarios ante los efectos ambientales como ser los métodos de valoración contingente, de los costos evitando los precios hedónicos. (Sapag Chain, 2011).

2.3.1.3. TEORÍA DE LA VIABILIDAD FINANCIERA

La viabilidad financiera suele hacer referencia al análisis mediante el cual es determinado el monto de los recursos económicos que se necesitaran para poder realizar el proyecto, es mediante los análisis financieros que puede determinar los beneficios o las pérdidas en la cuales se podría incurrir cuando se encuentre en funcionamiento el proyecto, por lo que uno de los principales objetivos será la obtención de resultados para poder tomar la decisión si se debe de invertir en la actividad o no. (Sapag Chain, 2011).

La viabilidad financiera posee como propósito la elaboración de la información financiera la cual proporcione datos sobre las cantidades de la inversión, ingresos, gastos, la utilidad de las operaciones de los proyectos de la inversión, los niveles de los inventarios requeridos, el capital de trabajo, las depreciaciones, las amortizaciones, sueldos, entre otros. Esto con la finalidad de poder identificar con una mayor precisión cuál es el monto de la inversión, así como de los flujos de efectivo los cuales se producirán por el proyecto (Ríos, 2019).

2.3.1.3.1. INVERSIÓN

Las inversiones de los proyectos en su mayoría suelen encontrarse concentrada en lo que se deberá de realizar antes de dar inicio a las operaciones, sin embargo, se deberán de considerar las inversiones que se deban de realizar durante las operaciones del proyecto, esto por la necesidad del

reemplazo de activos como para poder enfrentarse ante una ampliación la cual suele ser proyectada en cuanto al nivel de actividad que se pueda generar. (Sapag Chain, 2011).

Ante lo que Sapag y Sapag como se citaron en Bustamante (2018) han realizado el planteamiento de que las inversiones de los activos fijos suelen ser todas aquellas que suelen ser realizadas en bienes tangibles por lo que se utilizará durante los procesos de transformación de los insumos esto para que puedan servir de apoyo a las operaciones normales de los proyectos. En el caso de las inversiones sobre los activos intangibles estas serán aquellas que suelen ser realizadas sobre los activos constituidos por los servicios, así como por los derechos adquiridos, lo cuales suelen ser necesarios para poder ejecutar el proyecto.

2.3.1.3.2. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en el capital de trabajo el cual suele constituir el conjunto de los recursos que son necesarios, en la manera de activos corrientes, esto para la operación normal de los proyectos esto durante los ciclos productivos, por lo que se puede representar por el capital adicional con los cuales se puede contar para iniciar a funcionar las empresas, por lo que se deberá de financiar la primera producción esto antes de que se reciban ingresos (Baca, 2013).

Según Sapag (2011) quien ha afirmado que hay tres modelos para poder calcular el monto para invertir el capital del trabajo dentro de los cuales se encuentran el:

1. **Método del periodo de desfase.** Este método suele consistir en la determinación de la cuantía de los costos de operación los cuales deberán de ser financiados desde el momento en donde sea efectuado el primer pago esto por la adquisición de las materias primas esto hasta el momento en la cual sea recaudado el ingreso por las ventas de los productos, los cuales suelen ser destinados para poder financiar los periodos de desfase.

2.3.1.3.3. COSTOS

Desde el punto de vista de Baca (2013) se puede definir el costo como el desembolso en efectivo o en especie el cual se ha realizado en el pasado, presente o futuro de manera virtual; asimismo se plantea que la evaluación de los proyectos suele ser una de las técnicas de planeación,

así como de las maneras de tratar los aspectos contables los cuales no son tan rigurosos, con lo cual se suele demostrar la simplicidad de las cifras las cuales son redondeadas.

Ante lo que Bustamante (2018) ha planteado que dentro de los costos operativos suelen encontrarse lo que se detallan a continuación:

1. **Costos de producción.** Estos suelen ser la representación de las reparticiones que son realizadas esto desde la adquisición de las materias primas hasta que son transformadas en artículos finales para el consumo, asimismo son incluidos los servicios que son vendidos a los consumidores.
2. **Costos de administración.** Estos suelen indicar los costos que son provenientes de la realización de las funciones de la administración en las empresas, dentro de estos suelen encontrarse incluidos los sueldos de los directivos, ejecutivos, auxiliares así como de los empleados las prestaciones sociales, los gastos de oficina y las representaciones para las promoción de las empresas y de las relaciones públicas, así como serán incluidas las depreciaciones de los muebles, las máquinas, los equipo y las instalaciones de oficinas, entre otras.
3. **Costo de venta.** Hace referencia a la magnitud de los costos de venta los cuales dependen del tamaño de la empresa, así como del tipo de actividades de los promotores de los proyectos que quieran que sean desarrollado por los departamentos; algunos suelen agrupar los principales departamentos, así como las funciones de las empresas como productos, recursos humanos, finanzas y mercadotecnia, por lo que suelen delegar responsabilidades a cada uno.
4. **Costos financieros.** Estos suelen hacer referencia a los intereses que se deberán de pagar con relación a los capitales que son obtenidos en préstamos, por lo que los intereses pagados suelen comprender de manera básica los intereses los cuales la empresa debe de pagar a los acreedores por los créditos recibidos.

2.3.1.3.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

Según lo planteado por Bustamante (2018) dentro de la evaluación financiera se suelen tomar en consideración lo siguiente:

1. **Tasa de descuento (TREMA).** El costo del capital suele corresponder a la tasa que será usada para la determinación del valor actual de los flujos futuros que generará el proyecto, así como representa la rentabilidad que se le deberá de exigir a la inversión esto por renunciar al uso alternativo de los recursos en los proyectos de riesgo que sean similares.
2. **Valor presente neto (VPN).** Este es uno de los métodos más conocidos, mejor y mucho más general el cual suele ser aceptado para los evaluadores de los proyectos, por lo que suele medir el excedente de los resultantes esto después de la obtención de la rentabilidad deseada o exigida, así como después de la recuperación de la inversión.
3. **Tasa interna de retorno (TIR).** Esta hace referencia a la tasa de descuento la cual iguala el VPN de las oportunidades de inversión, la tasa de rendimiento el cual ganará la empresa en el caso de que invierta en el proyecto, así como recibir las entradas de los efectivos que son esperados.
4. **Razón costo beneficio (RBC).** Esta suele compararse con el beneficio del valor actual de los beneficios proyectados con los valores actuales de los costos en donde será incluida la inversión
5. **Periodo de recuperación de la inversión (PR).** Es mediante este que serán determinados el número de periodos necesarios para poder recuperar la inversión inicial, la cual suele ser el resultado que se compara con el número de los periodos aceptables por las empresas.

2.3.2. METODOLOGÍA DESARROLLADAS POR OTROS INVESTIGADORES O EXPERTOS

En el estudio “Implantación de un centro de control y asistencia a pacientes diabéticos de la ciudad de Guayaquil” el cual ha sido realizado por Alvarado et al. (2017) el cual tenía por objetivo el poder concentra los recursos para la implantación de programas de asistencia de salud esto en beneficio de la comunidad, los cuales se encuentran direccionados ante la importancia de la investigación, capacitación así como del cuidado a los pacientes con diabetes esto en la ciudad de Guayaquil así como las áreas de influencia, con lo cual se busca elevar la calidad de vida de los pacientes así como de los entornos familiares, sustentado teóricamente en las teorías de viabilidad

de mercado, técnico y financiero; en el cual se ha llegado a la conclusión que el proyecto es viable y será requerido de un préstamo para la construcción del centro.

En el estudio “Proyecto de factibilidad para la implementación de una guía clínica que fomente la educación del paciente diabético en el Hospital General Riobamba” el cual ha sido realizado por Santos (2018) la cual tenía por objetivo el desarrollar y evaluar la implementación de una Guía clínica la cual fomenta la educación de los pacientes diabéticos esto en el Hospital General Riobamba, para poder mejorar su calidad de vida; sustentado en la teoría de la viabilidad técnica mediante una metodología de tipo cuasi experimental, con un diseño longitudinal y un enfoque mixto; en el cual se ha llegado a la conclusión de que al estructurar una guía educacional propuesta en las investigaciones, mediante la cual se ha evaluado una funcionalidad mediante una prueba piloto, por lo que la creciente población de los pacientes diabéticos ha incrementado los valores los cuales son cubierto por la institución para su atención, así como son puestos en riesgos los recursos estatales en vista de que el 41% de los diabéticos económicamente activa.

En el estudio “Modelos de viabilidad financiera para la implementación de la historia clínica electrónica unificada como servicio o producto comercializable en las entidades prestadoras de servicios de salud en Colombia” el cual ha sido realizado por Bustamante (2018) el cual tenía por objetivo el estructurar un modelo de viabilidad financiera en Conecta Salud S.A. esto para la implementación de las historias clínicas electrónicas unificada esto con el propósito de la creación de un servicio o de un producto comercializable esto para las entidades prestadoras de servicios de salud en Colombia; y sustentado teóricamente en la teoría de la viabilidad financiera y en el cual se ha llegado a la conclusión de que dicho modelo de viabilidad financiera ha permitido el establecimiento de un precio de venta para los servicios, por lo que en base la mismos se han podido realizar proyecciones de hasta cinco años.

En el estudio “Estudio de factibilidad para la creación de Institución prestadora de salud en el municipio de Mapiripán (Meta)” el cual ha sido realizado por González y González (2022) el cual tenía por objetivo el establecer cuál es la pertenencia económica, técnica así como el impacto social para una propuesta de una clínica en el Municipio de Mapiripán (Meta); esto mediante un estudio de factibilidad con el cual se busca una alternativa la cual permita poder incrementar la cobertura así como la calidad de la salud en el Municipio, sustentado en la teoría de la viabilidad

de mercado y de la teoría de la viabilidad del estudio técnico, en donde se ha llegado a la conclusión que el estudio que se ha realizado ha demostrado que el análisis de factibilidad de dicho estudio ha permitido la definición de dos posibles opciones para poder financiar el proyecto.

2.3.3. INSTRUMENTOS UTILIZADOS

En el estudio “Proyecto de factibilidad para la implementación de una guía clínica que fomente la educación del paciente diabético en el Hospital General Riobamba” el cual ha sido realizado por Santos (2018) la cual tenía por objetivo el desarrollar y evaluar la implementación de una Guía clínica la cual fomenta la educación de los pacientes diabéticos esto en el Hospital General Riobamba, para poder mejorar su calidad de vida; en el cual se ha realizado la aplicación de un cuestionario para la población objeto y se le aplicó una entrevista al personal médico del Hospital, en donde el instrumento ha sido validado mediante el alfa de Cronbach el cual es de ,855 en donde se ha encontrado que un 98% de los encuestados requiere de contar con una herramienta de apoyo esto para el fortalecimiento del conocimiento así como del control de la enfermedad; fue mediante la entrevista realizada a la coordinadora de la clínica se ha evidenciado la necesidad que poseen los expertos en salud de poder contar con las herramientas de apoyo para poder motivar así como el educar a los pacientes en cuanto a los tratamientos.

En el estudio “Factibilidad técnica, económica y estratégica de centro de heridas en pacientes diabéticos” el cual ha sido realizado por Peraldi (2020) el cual tenía por objetivo el evaluar la factibilidad técnica, económica y la oportunidad estratégica del desarrollo de un emprendimiento esto para la realización de curaciones avanzadas a pacientes diabéticos en sus domicilio, en el cual se ha realizado una entrevista con la cual se lograron obtener datos sobre los pacientes como sobre los servicios que son requeridos y una encuesta conformada por 8 interrogantes y en la cual se ha llegado a la conclusión que es un proyecto factible aparte de que el mismo posee un impacto en cuanto a la calidad de vida de las personas.

En el estudio “Estudio de factibilidad para la creación de Institución prestadora de salud en el municipio de Mapiripán (Meta)” el cual ha sido realizado por González y González (2022) el cual tenía por objetivo el establecer cuál es la pertenencia económica, técnica así como el impacto social para una propuesta de una clínica en el Municipio de Mapiripán (Meta); esto mediante un estudio de factibilidad con el cual se busca una alternativa la cual permita poder incrementar la

cobertura así como la calidad de la salud en el Municipio; en donde se ha realizado la aplicación de una encuesta tanto a la comunidad urbana como rural la cual se ha aplicado a un total de 334 personas que habitan en el municipio de Mapiripán en donde se ha obtenido mediante a elaboración del estudio técnico así como de un diseño arquitectónico el cual permite el establecimiento de un presupuesto real para poder realizar la implementación, así como los correspondientes cronograma de ejecución y el análisis financiero la cual ha definido la viabilidad del proyecto.

2.4. MARCO LEGAL

En este apartado serán plateadas las leyes y reglamentos nacionales los cuales se encuentran relacionados al tema de investigación dentro de los que destacan los que se plantean a continuación.

2.4.1. CÓDIGO DE SALUD

En el Código de Salud (1992), la cual ha sido creada bajo el Decreto N.º 65-1991, siendo presidente del Congreso Nacional el Sr. Rodolfo Navas publicado en el Diario Oficial la Gaceta el día 3 de febrero de 1992, siendo la Gaceta N.º 26659, se han planteado los siguientes artículos:

Por lo que el artículo 1 del Código de Salud (1992), hace mención de que la salud se deberá de considerar como un estado de bienestar en las siguientes formas: integral, biológico, psicológico, social y ecológico el cual deberá de ser un derecho humano propio el cual le corresponde al Estado, así como a cada una de las personas naturales o jurídicas, las cuales fomenten la protección, recuperación, así como la rehabilitación.

En el artículo 8 del Código de Salud (1992), suele hacer referencia a que todas las personas poseen el derecho a recibir asistencia, rehabilitación así como las prestaciones necesarias para poder conservar, promover y recuperar la salud tanto personal como familiar, así como deberán de contribuir a la salud de la comunidad, evitando las acciones así como las omisiones judiciales esto mediante el estricto cumplimiento de las disposiciones que se han establecido en el Código de Salud así como las demás normas de salud que se encuentre en vigencia.

2.4.2. LEY ORGÁNICA DEL INSTITUTO NACIONAL DEL DIABÉTICO

En la Ley Orgánica del Instituto Nacional del Diabético (2013), la cual ha sido creada bajo el Decreto N.º. 144-2013, siendo presidente del Congreso Nacional el Sr. Mauricio Oliva, publicado en el Diario Oficial la Gaceta el día 23 de julio de 2013, siendo la Gaceta N.º 33,246, se han planteado los siguientes artículos:

Es en el artículo 3 de la Ley Orgánica del Instituto Nacional del Diabético (2013), se hace mención que el Instituto Nacional del Diabético (INADI) ha sido constituido con el objetivo de poder realizar actividades integrales de investigación, prevención promoción, diagnóstico, así como de tratamiento de las enfermedades de la diabetes. Por lo que dentro de las principales funciones y atribuciones que posee el instituto se encuentran las que se detallan a continuación:

1. Deberá de diseñar, así como el proponer la formulación, aprobación y ejecución las políticas, estrategias, planes, programas, así como las metas mediante la Secretaría de Estado en el Despacho de Salud.
2. Formulación de los instrumentos administrativos presupuestarios, así como de una planificación de manera anual y plurianual con relación a las actividades para su inserción dentro de los ejercicios fiscales del presupuesto general correspondiente.
3. La ejecución de los tratamientos de pacientes, así como de los procedimientos clínicos, la facilidad de los laboratorios y las acciones para los diagnósticos especializados para la atención integral de la diabetes esto en las consultas médicas, los exámenes, así como los demás tratamientos clínicos.
4. Realizar el establecimiento de los programas especiales, así como de campañas de manera preventiva las cuales se encuentren encaminadas a la reducción de los factores de riesgo los cuales puedan llegar a generar la incidencia de las enfermedades.
5. La planificación, así como el establecimiento de los ordenamientos de los recursos humanos facilidades técnicas, y tecnologías que sean apropiadas y los temas recursos que se encuentren disponibles a nivel nacional en los sectores públicos y

privado para poder brindar a los pacientes la atención apropiada, así como poder reducir los índices de incidencia de una manera integral; entre otras.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA

3.1.1. MATRIZ METODOLÓGICA

Tabla 2 Matriz metodológica

Título	Objetivo General	Pregunta problema	Preguntas de la investigación	Objetivos Específicos	Variables	
					Dependientes	Independientes
Estudio de prefactibilidad para la implementación de clínica para el cuidado de pie diabético en Juticalpa	Determinar la prefactibilidad de implementar una clínica de cuidado de pie diabético mediante un estudio de mercado técnico y financiero para contribuir a mejorar la calidad de vida de los pacientes diabéticos en Juticalpa, Olancho.	¿Cuál es la prefactibilidad de mercado, técnica y financiera implementar una clínica para el cuidado de Pie diabético en Juticalpa, Olancho?	¿Cuál es la factibilidad de mercado para implementar una clínica para el cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho?	Determinar la factibilidad de mercado para implementar una clínica para el cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho.	Viabilidad de mercado	Demanda Oferta Precio Producto Plaza Promoción
			¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la implementación de la clínica para el cuidado del pie diabético?	Determinar los requerimientos técnicos de la implementación de una clínica para el cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho.	Viabilidad técnica	Localización Maquinaria Equipo Personal
			¿Cuál es el impacto financiero de implementar la clínica de cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho?	Analizar la factibilidad financiera sobre el impacto financiero que tiene la implementación de una clínica de cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho.	Viabilidad financiera	Ingresos Inversión Costos

3.1.2. ESQUEMA DE VARIABLES

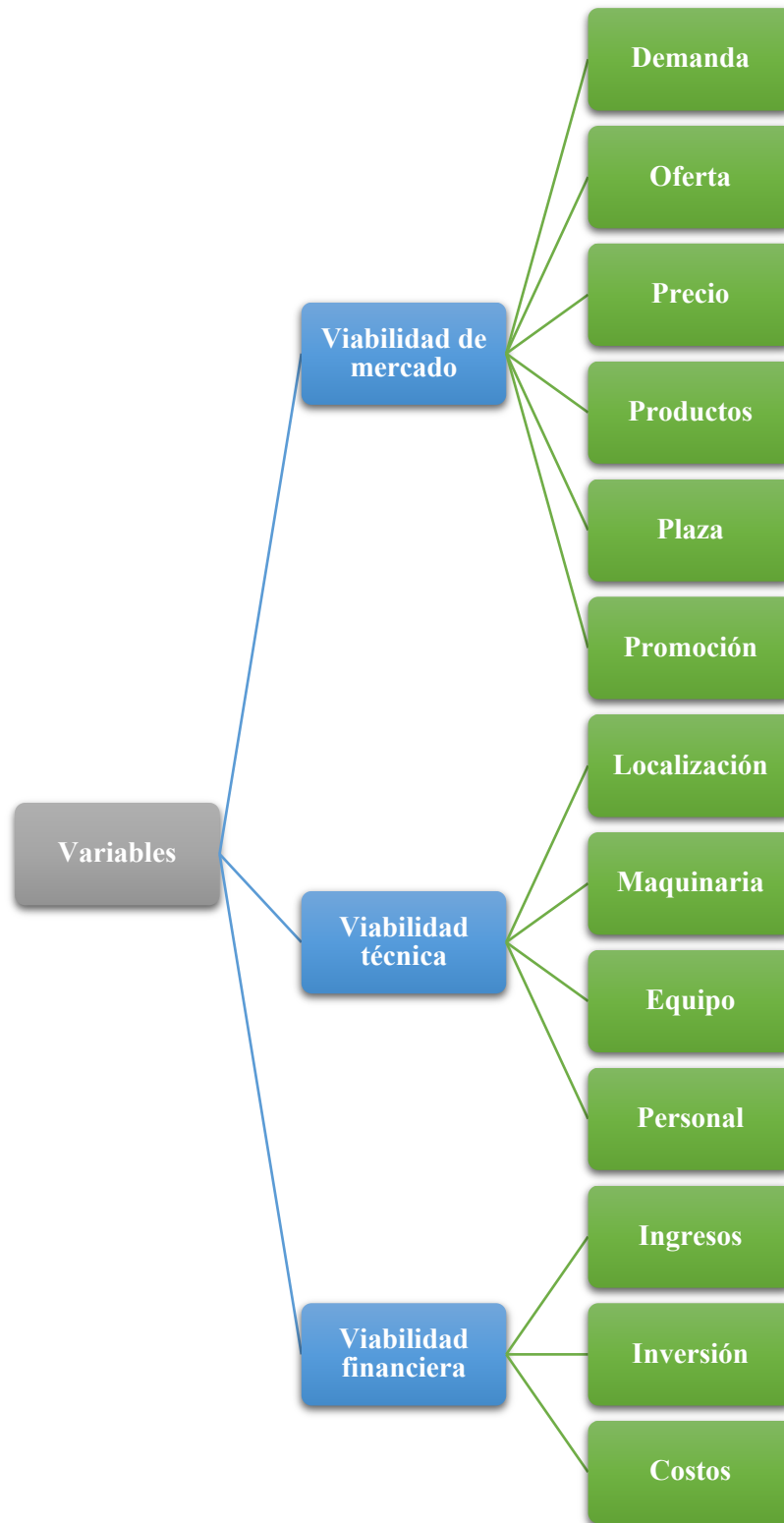


Figura 2 Esquema de variables

3.1.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Operacionalización de variables

Variable	Definición		Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala		
	Conceptual	Operacional						
Viabilidad de mercado	Es el análisis del mercado que compone más importante para el proceso de determinar el mercado (González, et al., 2017)	Es el que toma en cuenta la demanda, oferta y precios que las personas desean para adquirir estos servicios.	Datos demográficos	Sexo	¿A qué sexo pertenece?	Femenino/Masculino		
				Tipo de Diabetes Mellitus	¿Qué tipo de Diabetes padece?	Tipo 1/Tipo 2		
				Edad	¿Grupo de edad?	40-50 / 50-60/ mayor de 60		
				Nivel socioeconómico	¿Económicamente activo?	Si/ no		
			Conocimiento	Conocimiento de las complicaciones de Diabetes Mellitus	¿Cómo obtiene sus medicamentos?	¿Conoce las complicaciones de la Diabetes Mellitus?	Ingresos propios/ apoyo familiar / ninguno	SI/ no
					¿Sabe que es pie diabético?	¿Conoce los cuidados necesarios para pie diabético?	Si/no	
					¿Dónde lleva su tratamiento actual de Diabetes Mellitus?	¿Qué clínica visita con más frecuencia?	Hospital/ Centro de Salud/ Clínica privada CMEQ/CMO/Hospital Trochez/PMQ/otras	
			Demanda	Preferencia	¿Existe en su entorno una clínica exclusiva para cuidado de pie diabético?	¿Asistiría a consulta en una clínica exclusiva para cuidado pie diabético?	Si/ no	
					¿En cuanto al rango de precios, que opción le parece más justa?	700-1000 lps/ 1000-1200 lps		
			Oferta	Situación actual	¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar esta clínica?	Diario si es necesario Cada 3 días Semanal Mensual Otro		
					Precio	Valor	¿En cuanto al rango de precios, que opción le parece más justa?	
			Producto	Frecuencia	¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar esta clínica?	Diario si es necesario Cada 3 días Semanal Mensual Otro		

				Preferencias	¿Qué prefiere al momento de asistir a una clínica privada	Precio/Calidad de atención/ubicación
			Plaza	Atención	¿Qué horario de atención prefiere?	07:00 am – 03:00 pm 08:00 am – 04:00 pm 09:00 am – 05:00 pm Otro
				Ubicación	¿Qué características considera más importante en cuanto a la ubicación?	Parqueo amplio Cercanía a hospital Facilidad de transporte Ubicación en centro comercial
			Promoción	Medio	¿Por qué medio le gustaría recibir noticias de la clínica?	Redes sociales /Radio Televisión Correo electrónico
Viabilidad técnica	Es la condición que permite que se desarrolle bien un proyecto en donde se pueda evaluar y determinar si es posible llevarse a cabo con la tecnología disponible (González V. , 2019)	Es la evaluación de la localización, maquinaria, equipo y personal que se requiere para la implementación del proyecto	Localización	Ubicación para la clínica		
			Maquinaria	Máquinas para realizar los procesos		
			Equipo	Equipo a utilizarse para la atención		
			Personal	Encargados de atención		
Viabilidad financiera	Es lo que describe si el proyecto es o no viable a nivel de las finanzas y analiza cada uno de los factores financieros del proyecto (Martins, 2022).	Análisis de la inversión, ingresos y costos que existiría al llevar a cabo el proyecto.	Inversión	Recuperación de la inversión VAN		
			Ingresos	Activos		
				Pasivos		
			Costos	Fijos		
				Variables		

3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS

3.2.1. ENFOQUE

Mediante las diferentes fuentes bibliográficas consultadas disponibles, se recopiló la información relevante para la metodología de este estudio. El enfoque del presente proyecto de investigación es de tipo cuantitativo que es el que ha permitido obtener datos objetivos que se muestran de manera gráfica en la sección de resultados.

3.2.2. ALCANCE

El alcance es de tipo descriptivo que ayuda a obtener los datos necesarios para conocer la situación actual de los participantes y sus preferencias. Por lo que Ramos (2020) menciona que es un alcance por la descripción de las características de la problemática que se está estudiando, exponiendo a detalle las causas que genera dicho fenómeno.

3.2.3. DISEÑO

El diseño del presente estudio fue el no experimental es aquel en donde el investigador no interviene ni manipula las variables de forma directa, solo se encarga de observar el fenómeno o la problemática que está sucediendo en ese momento y como el entorno tiene relación con él (Escamilla, 2010).

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. POBLACIÓN

La población a estudiar son todos los pacientes de los diferentes municipios del departamento de Olancho con diagnóstico de Diabetes Mellitus sin distinción de sexo que acuden a la consulta externa de medicina interna del Hospital General San Francisco. Actualmente según el departamento de estadística del Hospital San Francisco acuden 360 pacientes mensualmente a consulta externa.

3.3.2. MUESTRA

Tomando en cuenta la población con Diabetes Mellitus que acude a la consulta externa del Hospital San Francisco se calculó la muestra con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5% para obtener una muestra representativa, dirigida especialmente a la población de clase media y alta. Se tomaron criterios de inclusión y exclusión

- Criterios de Inclusión
 - Adultos
 - Con enfermedad de base Diabetes Mellitus
 - Pacientes que acuden a la consulta externa del Hospital San Francisco
 - Que deseen participar en el estudio
- Criterios de Exclusión
 - Adultos con diagnóstico de diabetes mellitus hospitalizados.
 - Que no deseen participar en el estudio.

3.3.3. TÉCNICAS DE MUESTREO

Se tomó en cuenta los pacientes atendidos en la consulta externa del Hospital General San Francisco en el mes de noviembre a quienes se les aplicó una encuesta para obtener los datos necesarios. El método elegido para seleccionar la muestra fue el aleatorio simple.

La fórmula empleada para determinar el tamaño de la muestra fue la siguiente:

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

Donde:

- n = Muestra
- PQ = Varianza de la población
- N = Población
- E = Error de muestreo
- K = Constante

Obteniendo como resultado 187 personas

Es importante mencionar que no se pudo realizar el total de las encuestas, se obtuvieron 100 respuestas.

3.4. INSTRUMENTOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

3.4.1. TÉCNICAS

La técnica utilizada para recolección de los datos de fuentes directas fue la encuesta a través de plataforma digital pues ha sido fácil de aplicar y se agruparon en varias preguntas en el mismo documento que se ha llevado en un aproximado de 5 minutos contestar a cada una de las interrogantes.

3.4.2. INSTRUMENTOS

Son herramientas empleadas por el investigador para registrar la información recolectada de la realidad, por lo que en este estudio el instrumento ha sido un cuestionario que consta de 20 preguntas (ver anexo 1) para recopilar y registrar la información necesaria, siendo aplicada a través de Google Form, en donde incluyen preguntas sobre la información demográfica, preguntas dicotómicas y preguntas con opciones múltiples, el cual ha tomado en cuenta los aspectos como las variables que se han empleado, en donde se ha aplicado a los pacientes de los diferentes municipios del departamento de Olancho con diagnóstico de Diabetes Mellitus sin distinción de sexo que acuden a la consulta externa de medicina interna del Hospital General San Francisco.

3.4.3. PROCEDIMIENTOS

Para validar la encuesta se aplicó un instrumento a 10 pacientes al azar en la consulta externa de medicina interna del hospital San Francisco, dicha encuesta estuvo formada por 14 preguntas. Se encontró deficiencias en la información obtenida por lo que se modificaron las preguntas y se incluyeron nuevas, por ejemplo pregunta 9, 15,16,17,20 para poder recopilar todos los elementos de importancia para la aplicabilidad del estudio.

Se aplicó un cuestionario a todos los participantes en siete días diferentes, captando a los pacientes que acudieron a su consulta con el especialista en medicina interna con el fin de conocer

la situación actual del mercado del servicio a ofrecer. La aplicación del cuestionario fue de manera digital, con un único dispositivo móvil para recolectar la información.

El primer día se aplicó el instrumento a 12 pacientes, el segundo día a 9 pacientes, el tercer día a 15 pacientes, el cuarto día se aplicó a 14 pacientes y el quinto día a 18 pacientes, el sexto día a 18 pacientes y el séptimo día a 15 pacientes obteniendo 100 respuestas. Cabe mencionar que uno de los médicos que atiende en la consulta externa se encontraba de vacaciones por lo que la afluencia de pacientes fue menor. Toda la información obtenida se analizó y se compartieron los datos obtenidos.

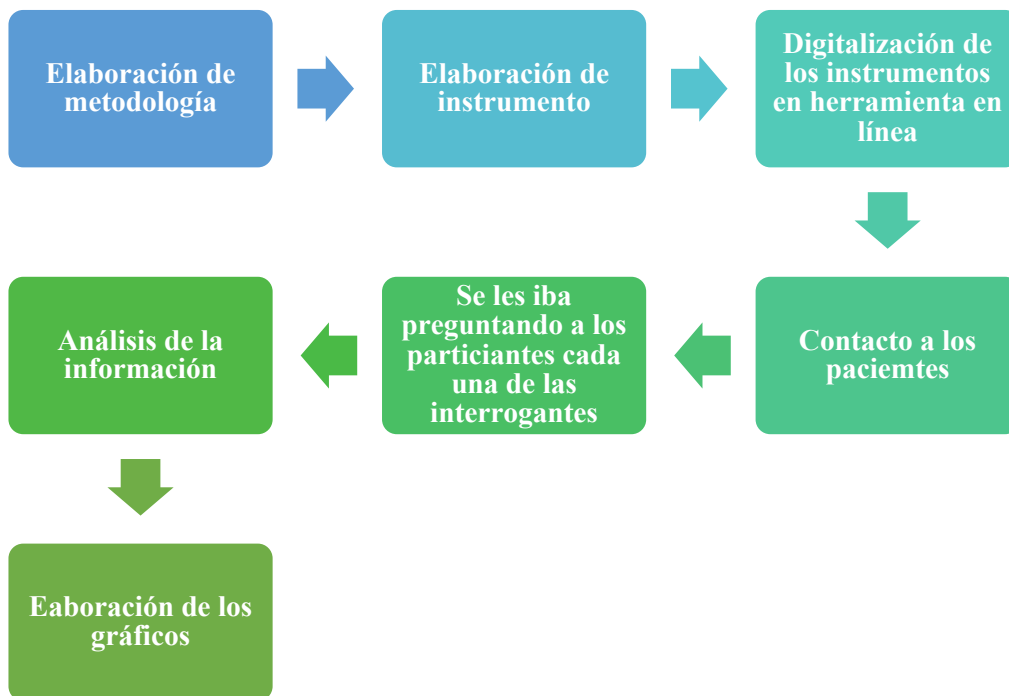


Figura 3 Procedimiento

3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

3.5.1. FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias de información fueron los pacientes con diagnóstico de diabetes mellitus, a través de sus respuestas se obtuvo datos demográficos, de preferencia y de aceptación del servicio de salud.

3.5.2. FUENTES SECUNDARIAS

Se recopiló información mediante diferentes publicaciones y libros de texto, como tesis, revistas científicas y modelos de negocios, además de información de boletines de salud nacionales y datos estadísticos del departamento de estadística del Hospital San Francisco.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1. INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El proceso de recolección de datos fue aplicado de manera presencial en el Hospital General San Francisco, a través de la plataforma digital de Google Forms, por el cual se ha utilizado un solo dispositivo para recopilar y registrar la información necesaria, por lo que el llenado de cada una de ellas tomó menos de 5 minutos.

Las encuestas se aplicaron a pacientes de la consulta externa del Hospital San Francisco en siete días diferentes, garantizando la confidencialidad de los datos mediante la firma del consentimiento informado. El principal reto encontrado al momento de la aplicación de encuestas fue la captación de pacientes, pues uno de los médicos internistas de la consulta externa de medicina interna se encontraba de vacaciones lo que significa menor afluencia de pacientes, no se logró la muestra total y se necesitó realizar la aplicación en siete días diferentes.

4.2. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS.

En esta sección se encuentran los resultados de la encuesta aplicada a los pacientes de la consulta externa del Hospital San Francisco, de acuerdo con las variables medidas se tiene lo siguiente.

4.2.1. DATOS DEMOGRÁFICOS

Tabla 3 Datos demográficos

Caracterización de Usuarios	%
Sexo	
Masculino	41%
Femenino	59%
Rangos de Edad	
Menor a 40 años	16%
40-50 años	11%
50-60 años	26%
Más de 60 años	47%

Tipo de Diabetes	
Tipo 1	16.7%
Tipo 2	83.3%

Se puede observar que la población que acude a consulta por control de diabetes Mellitus es mayoría es la población femenina, con un 59% frente a la población masculina. El rango de edad predominante fue mayor de 60 años con un 47% coincidiendo con el tipo de Diabetes Mellitus encontrada, el tipo 2 con un 90% de representación, esto debido a que la mayor parte de la población con el diagnóstico de Diabetes Mellitus presenta el tipo 2, el tipo 1 se encuentra en pacientes más jóvenes diagnosticados a edades tempranas.

¿Trabaja actualmente?

99 respuestas

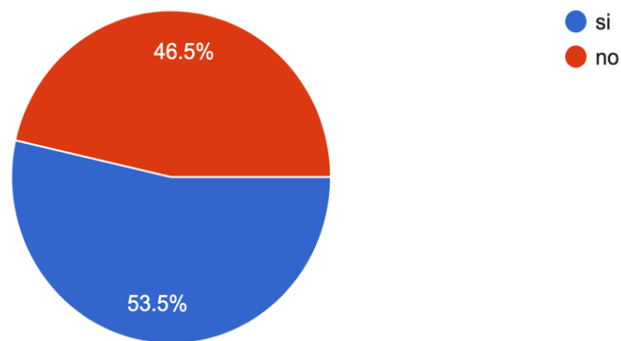


Figura 4 Trabaja actualmente

En la figura 4 se observa que en mayor medida son una población económicamente activa, pues actualmente el 53.5% se encuentra trabajando; el 46.5% ha contestado que no trabaja, por lo que una mayoría siendo más de la mitad de los encuestados que han indicado que si trabajan actualmente. Esto ofrece una buena oportunidad pues se convierten en potenciales clientes de la clinica ya que tienen la capacidad económica de costearse una atención mas personalizada.

¿Cómo obtiene sus medicamentos?

99 respuestas

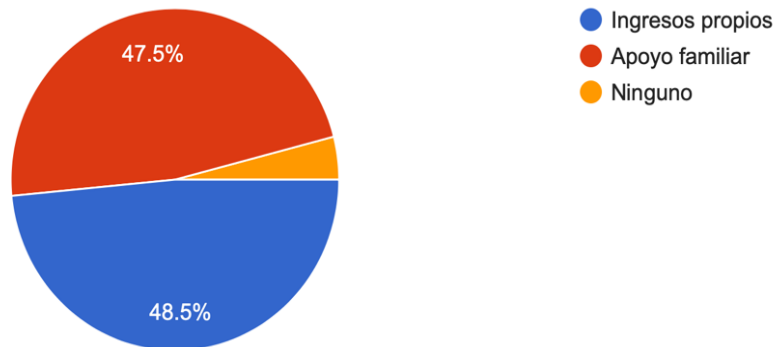


Figura 5 Obtención de medicamentos

Al cuestionar a los participantes sobre cómo obtiene sus medicamentos, se ha encontrado que un 48.5% ha contestado apoyo familiar, un 47.5% ha respondido que por ingresos propios, pero hay un 5% ha manifestado que ninguno, por lo que una mayoría ha indicado que los ingresos son propios. Es muy importante este dato pues el apoyo familiar juega un papel determinante en estos pacientes tanto en el factor económico como puede observarse en el gráfico como en el apoyo no económico, que beneficiará al manejo y tratamiento del paciente. Por otra parte observamos que buena parte de los encuestados obtienen su medicamento por fondos propios y concuerda con la población económicamente activa que encontramos en los datos anteriores.

4.1.2. VARIABLE VIABILIDAD DE MERCADO

4.1.2.1. CONOCIMIENTO

¿Conoce las complicaciones de Diabetes Mellitus?
100 respuestas

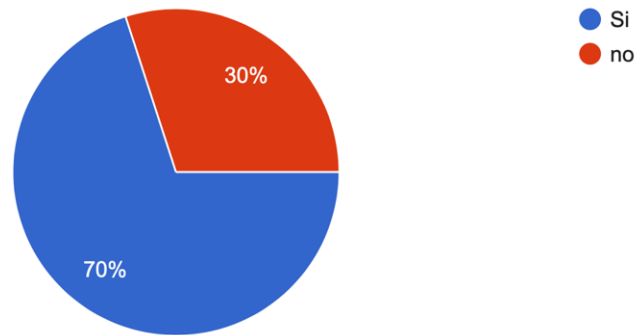


Figura 6 Conoce las complicaciones de diabetes mellitus

En la figura 6 sobre la pregunta de complicaciones de Diabetes Mellitus se representa el porcentaje de usuarios que tienen conocimiento de las complicaciones que puede tener las Diabetes Mellitus mal manejada. Observando que un 70% de los encuestados conoce o tiene ideas de estas complicaciones y un 30% ha contestado que no conocen las complicaciones, en conclusión, una mayoría del 70% ha indicado que si conoce las complicaciones de diabetes mellitus. El conocimiento de las complicaciones de la Diabetes Mellitus tiene un alto impacto en el manejo de la enfermedad, el conocimiento de estas complicaciones y como poder evitarlas pueden mejorar de manera significativa el manejo de estas o evitar su aparición. Además ofrece una importante oportunidad para no dejar de lado el trabajo en educar al paciente en la consulta, como parte del servicio de calidad que se quiere ofrecer.

¿Sabe que es pie diabetico?

100 respuestas

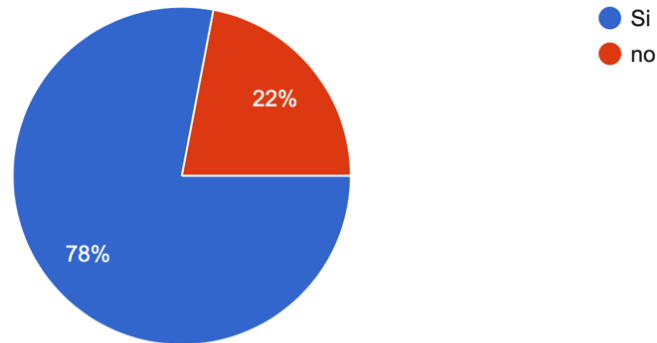


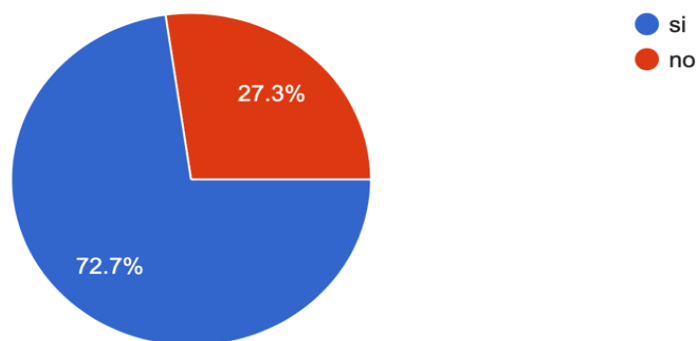
Figura 7 Sabe que es pie diabético

Se les ha cuestionado sobre si sabe que es pie diabético, se ha encontrado que un 22% desconoce que es el pie diabético frente a un 78% que si conoce esta complicación. Este factor es importante para los interesados ya que se deberán implementar medidas de educación al usuario para tener éxito en el servicio ofrecido, teniendo como conclusión que una mayoría del 78% ha indicado que si sabe que es pie diabético.

Figura 8 Conoce los cuidados para pie diabético

¿Conoce los cuidados necesarios para pie diabetico?

99 respuestas



Al cuestionar a los participantes sobre si conoce los cuidados necesarios para evitar el pie diabético como complicación, se ha presentado que el 72.7% si conoce estas medidas y las pone en práctica, el 27.3%% desconoce los cuidados, teniendo como conclusión que una mayoría siendo

del 72.7% ha indicado que si conocen los cuidados necesarios para pie diabético, un porcentaje que se puede mejorar educando a los pacientes sobre los cuidados que debe de tener, como ser: la manera de cortarse las uñas, evitar rosaduras, limpieza de pies, hidratación y verificar que el paciente siga las técnicas adecuadas de cuidado.

4.1.2.2. DEMANDA

¿Donde lleva actualmente el manejo de su enfermedad?

100 respuestas

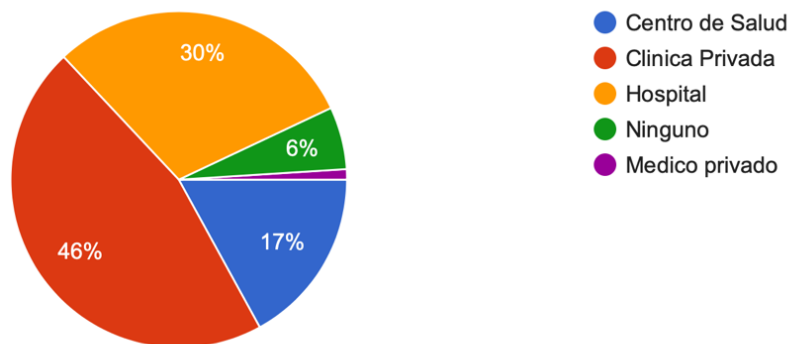


Figura 9 Actualmente donde lleva el manejo de su enfermedad

Sobre la interrogante que donde lleva actualmente el manejo de enfermedades, se ha encontrado que el 46% afirmó llevar el control de su enfermedad en clínica privada y acuden al hospital porque muchos de ellos utilizan insulina que solo es dispensada en el hospital, el 30% lleva su control en el hospital General San Francisco, un 16% ha manifestado que lleva su control en el centro de salud, siendo importante mencionar hay porcentajes bajos que han contestado que no lleva control y otros lo llevan con una médico privado, teniendo como conclusión que una mayoría de 46% ha indicado que donde lleva el manejo de su enfermedad es el clínica privada. Es importante mencionar que algunos mencionaron que no llevan ningún control y era su primera vez asistiendo al hospital al momento de la recopilación de datos.

¿Qué clínica visita con más frecuencia?

98 respuestas

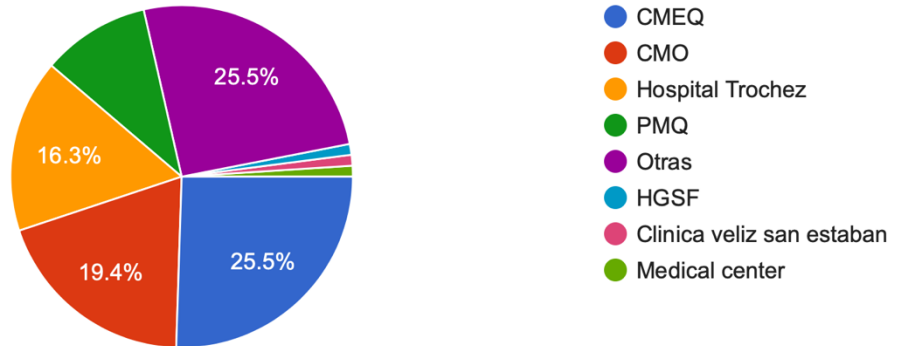


Figura 10 Clínica que visita

Sobre la interrogante que clínica visita con más frecuencia, se puede observar que la clínica con mayor número de usuarios encuestados es el Centro médico especialidades quirúrgicas CMEQ, un 25.5% ha manifestado que otras, un 19.4% ha contestado que CMO, un 16.3% ha respondido hospital Trochez y el resto de los participantes han manifestado que PMQ, HGSF, clínica Veliz San Esteban y medical center.

Este grafico nos da una valiosa información pues podemos conocer cuales son las clinicas de referencia para nuestra población, tomando los potenciales competidores directos de la clinica exclusiva para el cuidado de pie diabetico y tomarlo en cuenta para la implementación de estrategias que posicionen este proyecto como el número uno en Olancho en cuanto a servicios de salud para pacientes diabeticos.

4.1.2.3. OFERTA

¿Existe en su entorno clinica exclusiva para cuidados de pie diabetico?

100 respuestas

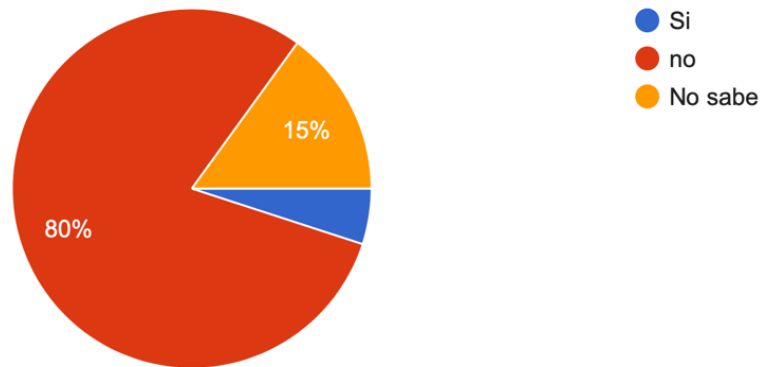


Figura 11 Existe alguna clínica exclusiva para cuidados de pie diabético

Se les ha cuestionado a los participantes sobre si existe en su entorno alguna clínica exclusiva para el cuidado de pie diabético, se ha encontrado que un 80% ha indicado que no, el 15% ha contestado que no sabe y un 5% ha respondido que sí, por lo que una mayoría ha manifestado que no existe en su entorno clínica exclusiva para cuidados de pie diabético. Esto ofrece una gran oportunidad para los dueños de este proyecto de implementar la clinica, pues se observa que hay un mercado descubierto con la necesidad de ser atendido, además se muestra la anuencia de los encuestados a asistir a esta clinica para su coontrol exclusivo por lo que se percibe que puede ser un proyecto exitoso en el departamento de Olancho.

¿Asistiría a consulta en una clinica privada exclusiva para cuidado pie diabetico?

99 respuestas

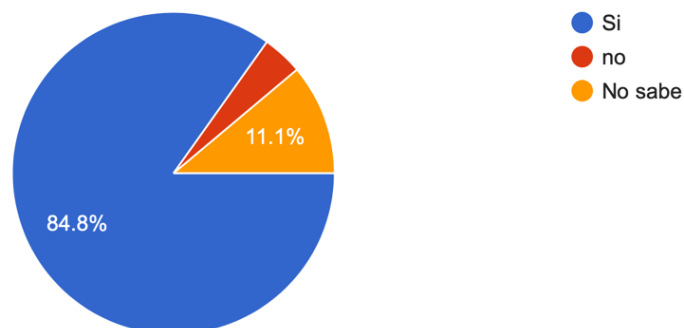


Figura 12 Asistiría a una clínica privada exclusiva para el cuidado de pie diabético

Al preguntarle a los participantes sobre si asistiría a una clínica privada exclusiva para el cuidado de pie diabético, se ha encontrado que un 84.8% de los pacientes tienen la disposición de acudir a una clínica exclusiva para el cuidado de pie diabético, un 11.1% ha manifestado que no sabe, por lo que una mayoría del 84.8% ha indicado que si asistirían a consulta en una clínica privada exclusiva para el cuidado pie diabético.

4.1.2.4. PRECIO

¿En cuanto al rango de precios, que opción le parece mas justa incluyendo consulta y medicamento?

100 respuestas

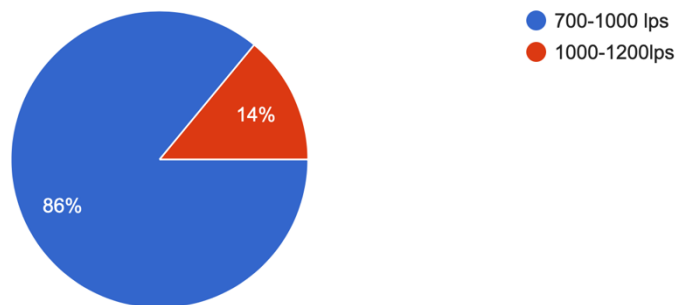


Figura 13 Rango de precios que le parece más justa

Sobre la interrogante que, en cuanto al rango de precios, que opción le parece más justa incluyendo consulta y medicamento, se ha encontrado que el 86% está dispuesto a pagar entre 700-1000 lps por una consulta que incluya los medicamentos básicos y el 14% está de acuerdo en un valor monetario entre 1000-1200 lps por consulta, teniendo como conclusión que una mayoría del 86% ha indicado que el rango de precios que le parece justo es de 700-1000 lps.

Los participantes consideran asequible este rango de precios para el tipo de consulta ofrecida, dato importante para tomar en cuenta al momento de realizar el estudio financiero y establecer el precio dentro de ese rango sin perjudicar las utilidades esperadas.

4.1.2.5. PRODUCTO

¿Con que frecuencia estaria dispuesto a visitar esta clinica?

100 respuestas

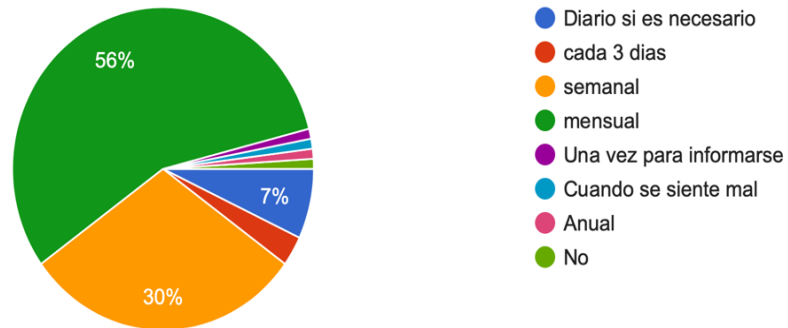


Figura 14 Frecuencia que estaría dispuesto a visitar la clínica

A los participantes se les ha cuestionado sobre con qué frecuencia que estaría dispuesto a visitar esta clínica, se ha presentado que el 56% ha contestado que de manera mensual está dispuesta, otro dato importante es el 30% estaría dispuesto a visitar de manera semanal y un 7% ha respondido que diario de ser necesario, teniendo como conclusión que una mayoría siendo del 56% ha manifestado que la frecuencia que estaría dispuesto a visitar la clínica es de manera mensual. Esto sirve al interesado para establecer las mejores pautas de tratamiento con el objetivo de evitar consultas innecesarias al paciente. Ajustando el tratamiento de acuerdo a las necesidades de cada paciente en intervalos cómodos y seguros para garantizar resultados efectivos y tomando en cuenta el bolsillo del paciente.

¿Que prefiere al momento de asistir a una clinica privada?

100 respuestas

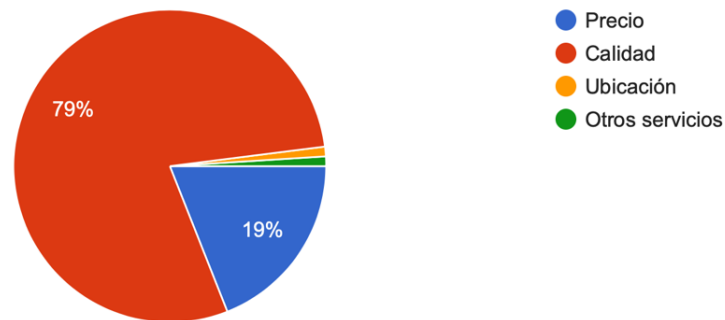


Figura 15 Preferencia al momento de asistir a una clínica privada

A los encuestados se les ha preguntado sobre qué prefiere al momento de asistir a una clínica privada, se ha encontrado que un 79% ha manifestado que la calidad, el 19% ha contestado que el precio y el resto siendo el 2% ha contestado que la ubicación y otros servicios que ofrece, considerando de esta manera que la mayoría ha manifestado que la calidad es lo que prefieren al momento de asistir a una clínica privada. Esta información debe tomarse muy en cuenta ya que actualmente toda empresa debe cumplir con las normas internacionales de calidad, por lo que los inversionistas deben valerse de las normas iso 9001 y programas de gestión de calidad.

En cuanto a otros servicios que los encuestados buscan están: servicios de nutrición, laboratorio, y consejería.

4.1.2.6. PLAZA

¿Que característica considera mas importante en cuanto a la ubicación?

99 respuestas

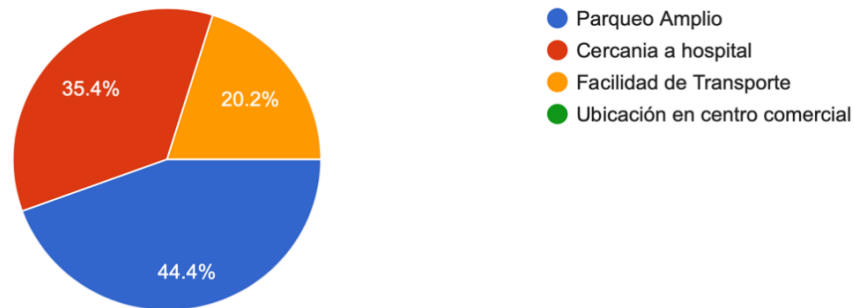


Figura 16 Características más importantes en cuanto a la ubicación

En cuanto a la interrogante sobre qué característica considera más importante en cuanto a la ubicación, se ha encontrado que un 44.4% ha contestado que un 44.4% ha contestado parqueo amplio, un 35.4% ha respondido cercanía a hospital y un 20.2% ha respondido facilidad de transporte, por lo que se concluye, que una mayoría de 44.4% ha indicado que una de las características que considera más importante en cuanto a la ubicación es el parqueo amplio. La ubicación elegida para la clínica debe contar con estas características, accesibilidad, con terreno disponible para parqueo y cerca de la carretera principal para garantizar diferentes tipos de transporte, tomando en cuenta que se recibirán pacientes de todo el departamento; además muchos de ellos podrían necesitar de traslado a hospital por lo que por comodidad de ambas partes, la ubicación del proyecto es muy importante.

¿Que horario de atención prefiere?

100 respuestas

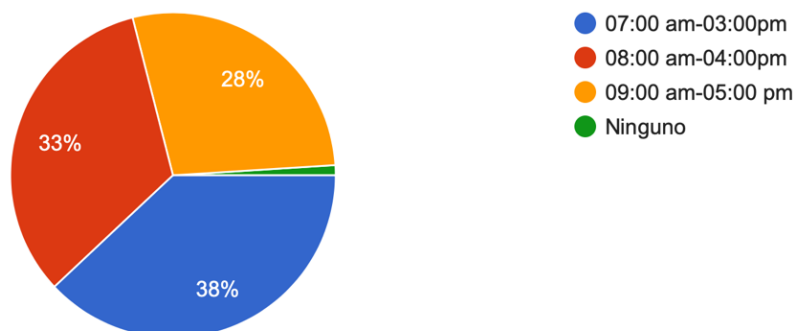


Figura 17 Horario de atención prefiere

Sobre la interrogante qué horario de atención prefiere se ha presentado que un 38% ha manifestado de 07:00 am- 03:00 pm, un 33% ha contestado con el horario de 08:00 am a 04:00 pm y el 28% ha respondido de 9:00 am – 05:00 pm, por lo que se ha llegado a la conclusión que una mayoría del 38% ha manifestado que el horario de atención que prefieren es de 07:00 am – 03:00 pm. Es un horario en el cual es fácil la movilización o encontrar transporte,

4.1.2.7. PROMOCIÓN

¿Por qué medio le gustaría recibir noticias de la clínica?

100 respuestas

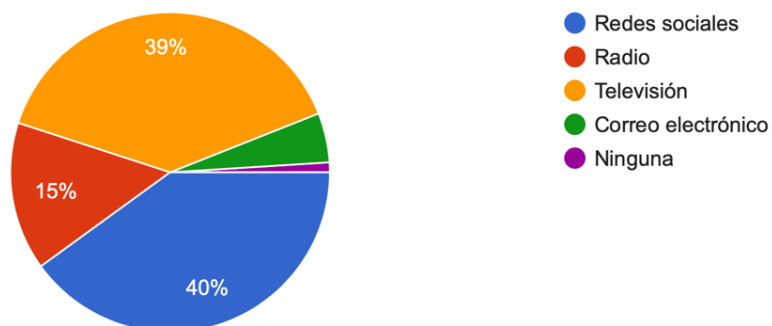


Figura 18 Medio que le gustaría recibir noticias de la clínica

Al cuestionar a los participantes sobre porque medio le gustaría recibir noticias de la clínica, se ha encontrado que un 40% ha contestado redes sociales, un 39% ha respondido televisión y el

resto de los encuestado ha manifestado que correo electrónico, de tal manera que una mayoría ha indicado que el medio por el cual le gustaría recibir noticias de la clínica ha indicado que redes sociales y televisión.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos planteados los resultados que se han obtenido, permiten que se puedan tener las siguientes conclusiones.

1. Al determinar la factibilidad de mercado para implementar una clínica para el cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho, se ha encontrado que un 46% de los participantes han indicado que actualmente donde lleva el manejo de su enfermedad es en clínicas privadas, de igual manera también se ha encontrado que un 84.8% ha indicado que, si asistirían a ir a una clínica privada exclusiva para el cuidado de pie diabético, por otra parte, se presenta que un 79% prefieren la calidad al momento de asistir a una clínica privada.
2. Al determinar los requerimientos técnicos de la implementación de una clínica para el cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho, se ha encontrado que el lugar factible es en la colonia San Juan Bosco, atrás de centro comercial Uniplaza que corresponde a la ubicación 2, en casa de propietaria, es una ubicación accesible con 3 puntos de entrada/salida y servicios básicos disponibles, de igual manera se requiere una inversión de L.208,059.00 en mobiliario y equipo, tomando en cuenta todo el equipo que requiere el personal médico.
3. Al analizar la factibilidad financiera sobre el impacto financiero que tiene la implementación de una clínica de cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho, se ha presentado que presenta una VAN positiva de L.522,028.98 y una TIR mayor esperada del 27%, por lo que se ha estimado que el proyecto es factible financieramente y se puede proceder a su implementación.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda generar estrategias que ayuden a generar una demanda adecuada, por lo que es necesario que se realicen campañas publicitarias para que los futuros clientes tengan el conocimiento de cuáles son los servicios que se ofrecen en la clínica.
2. Se recomienda poder realizar la compra de todo el equipo necesario para que se lleve a cabo las operaciones, de igual manera es recomendable contratar el personal capacitado sobre los cuidados de la diabetes mellitus.
3. Otra de las recomendaciones es que se implemente el proyecto tomando en cuenta lo que el banco ayuda para poder financiarlo, considerando que se presenta factible en los diferentes estudios realizados.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

6.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

Plan de implementación de una clínica de cuidado exclusivo de pie diabético en el municipio de Juticalpa.

6.2. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Considerando en el departamento de Olancho, que cada vez son más los pacientes con un diagnóstico de Diabetes Mellitus muchos de ellos con complicaciones como pie diabético que ameritan hospitalización para tratamiento, por lo cual se ha decidido la elaboración de un estudio sobre la implementación de una clínica de cuidado exclusivo de pie diabético, en donde pueda suplir la demanda que en la actualidad se puede presentar mediante la atención de las personas que presentan dicho diagnóstico.

Al realizar este estudio se pretende determinar los requerimientos técnicos, de mercado y el financiero para que se pueda tomar las decisiones para poder implementar el proyecto, por lo cual se justifican los diferentes aspectos que son necesarios en la evaluación, de tal manera que hay un 46% de las personas que presentan este diagnóstico que manejan su enfermedad en clínicas privadas.

Tomando en cuenta resultados sobre el estudio de mercado, se considera que en la factibilidad de los proyectos, por lo que se demuestra que las personas siendo de un 84.4% que ha indicado que si asistirían a consulta en una clínica privada exclusiva para el cuidado de pie diabético, por lo que en el estudio técnico se brindará la información respectiva del equipo necesario para brindar la atención a pacientes, por otra parte, también se muestran cada uno de los aspectos financieros para que se pueda obtener cuál es la inversión de la implementación de la clínica en el municipio de Juticalpa.

6.3. ALCANCE DE LA PROPUESTA

- Establecer estrategias de mercado para garantizar la creación de una clínica.
- Determinar los aspectos técnicos requeridos para la creación de una clínica.

- Brindar los indicadores financieros para la toma de decisiones de la inversión en la creación de una clínica.

6.4. DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO A DETALLE DE LA PROPUESTA

6.4.1. ESTUDIO DE MERCADO

Este estudio de mercado tiene como finalidad poder conocer cuáles son las necesidades y los requerimientos que presentan las personas con diagnóstico de diabetes mellitus del municipio de Juticalpa, Olancho, sobre los cuidados de pie diabético. De tal manera, los datos que se ven reflejados son los resultados de la encuesta aplicada a las personas con dicho diagnóstico que acuden a la consulta externa del Hospital San Francisco.

6.4.1.1. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA se ha realizado para poder identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, brindando las posibilidades en la implementación de la clínica, encontrando aspectos muy importantes como ser la ubicación, las posibilidades del crecimiento en la demanda, establecimiento accesible, servicio de calidad. Entre las debilidades se encuentra el alto costo de la inversión, falta de control interno y una falta de compromiso en la captación de pacientes.

Tabla 4 Análisis FODA de la empresa

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar servicios en el cuidado y manejo de pie diabético. • Idea innovadora • Clientes establecidos • Ubicación estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo alto de inversión • Falta de control interno • Falta de compromiso y sensibilidad para la captación de pacientes.
Factores externos	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de empleo • Establecimiento accesible a la población. • Posibilidad de expansión • Crecimiento en la demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica y política • Falta de concienciación de la población sobre los cuidados. • Impuestos

6.4.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El mercado contempla la ciudad de Juticalpa, Olancho, tomando los datos de la encuesta de mercado se ha encontrado que al menos el 85% están dispuestos a solicitar los servicios para el cuidado de pie diabético de los cuales es un total de 360 pacientes con diabetes, considerando que hay una proyección que son 15 pacientes los que se atenderán diariamente en el primer año.

Tabla 5 Cálculo de la demanda

Delimitación	Cantidad	
Población de pacientes con diabetes mellitus atendidos diariamente		360
Dispuestos a solicitar servicios de pie diabético	85.00%	306
Proyección de atención de pacientes por día, año 1	5%	15

6.4.1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

En Juticalpa, Olancho existe una oferta limitada de clínicas, en donde un 95% ha indicado que no conocen una clínica exclusiva para el cuidado de pie diabético, pero actualmente llevan el manejo de su enfermedad en otros lugares, como ser un 46% ha manifestado que en clínicas privadas, un 30% ha indicado que en el hospital y un 17% ha revelado que en el centro de salud, de tal manera que se considera que si existiera una clínica con la especialidad de brindar atención para el cuidado de pie diabético las personas acudirían a dicha clínica.

Dentro de los principales competidores se encuentra:

- Centro Médico de Especialidades Quirúrgicas (CMEQ)
- Centro Médico Olanchano (CMO)
- Hospital Trochez
- Policlínica Médica Quirúrgica (PMQ)

Siendo estas clínicas a las que asisten para llevar el control del cuidado en los pacientes con diagnóstico de diabetes mellitus.

6.4.1.4. MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo es el que toma a las personas a las cuales requieren de estos cuidados, de tal manera que se ha dirigido a la población adulta con diagnóstico de Diabetes mellitus en Juticalpa, Olancho.

6.4.1.5. COBERTURA DE DEMANDA

La cobertura de la clínica será de los servicios que esta ofrece, destinando una demanda del 85% que son las personas que están dispuestos a solicitar estos servicios, por lo cual se ha proyectado en la siguiente tabla:

Tabla 6 Cobertura de demanda

Producto	Cantidad mes	Cantidad año	Precio promedio
Atención médica	367	4404	800
Medicamentos	408	4896	700
Otros servicios	40	480	300

6.4.1.6. ESTIMACIÓN DE TENDENCIA DE MERCADO

Sobre las interrogantes que se han planteado a los posibles clientes, se ha encontrado que las diferentes características que toman en cuenta a las personas que presentan diagnóstico de diabetes mellitus en Juticalpa. Olancho, por lo que se ha encontrado lo siguiente:

- Las personas están dispuestos a visitar esta clínica de manera mensual.
- Las personas prefieren la calidad al momento de asistir a una clínica.
- Las personas consideran que en cuanto a la ubicación es un parqueo amplio, la cercanía al hospital y la facilidad de transporte.
- Las personas prefieren un horario de atención de 07:00am – 03:00pm.

6.4.1.7. ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

La clínica debe de presentar y/o tener establecidas las diversas estrategias para tener un posicionamiento de sus servicios, tomando en cuenta las preferencias de los futuros clientes, la

competencia que actualmente posee, de igual manera se debe de considerar la rentabilidad financiera que posee la empresa. Por lo que a continuación, se presenta las diversas estrategias necesarias de implementar:

Estrategias del producto

Los productos son los que se deben de presentar una serie de servicios médicos, para los cuidados de los pacientes con diagnóstico de diabetes mellitus, de forma en que puedan perciban confiabilidad, agilidad, calidad y amabilidad al momento, de tal manera que se debe de considerar lo siguiente:

- La clínica contará con el personal capacitado y comprometido con la prestación de los servicios.
- La clínica contará con equipos especializados y de última tecnología para asegurar la precisión de los cuidados que se deben tener.
- Los servicios que la clínica ofrece generarán un valor que perciben la calidad y crea fidelidad de los clientes.
- Como parte del aseguramiento de la calidad en los servicios ofrecidos en la clínica, brindan mantenimiento a los equipos y darle entrenamiento al personal sobre el uso de los equipos y capacitación sobre la prestación de los servicios, de tal forma que se encuentren comprometidos con la calidad del servicio prestado.
- Dentro de los resultados se ha encontrado que un 79% ha manifestado que lo que prefiere al momento de asistir a una clínica privada es la calidad, por lo tanto, los servicios serán de calidad.

Estrategias de precio

Se considera que los servicios que se ofrecerán deben de ser competitivos y que con este precio se puedan cubrir los gastos operativos y mantener un margen de ganancia justo con su retorno a la inversión, por lo que se debe de tomar en cuenta lo siguiente:

- Tomar en cuenta los precios competitivos con los que en la actualidad se presenta a los pacientes en la atención requerida, por lo que el precio en las diferentes clínicas el precio varía de L.800.00 a L.1,000.00. en la consulta.
- En la consulta, el precio va de acuerdo con los resultados donde un 86% ha indicado que va entre un rango de L.700.00 – L.1000.00
- Se ofrecerán descuentos en las diversas temporadas del año.
- Con el precio de la consulta se brindarán analgésicos y antiinflamatorios más los insumos utilizados; el antibiótico se cobrará aparte pues cada paciente necesita uno diferente.

Estrategia de promoción

Se considera que la clínica mantendrá una comunicación que se encuentra basada en poder dar a conocer cuáles son los servicios que se ofrecen y que las personas puedan ser atraídas, brindando atención de calidad. Por lo que se ha tomado en cuenta lo siguiente:

- Anuncios publicitarios, por medios locales, en donde se presenten cuáles son los servicios que ofrece la clínica DiaMed
- Dentro de los resultados se ha encontrado que un 40% ha mencionado que le gustaría recibir noticias de la clínica por medio de las redes sociales.
- Manejo de redes sociales, como ser Facebook, Instagram y WhatsApp para brindar información sobre los servicios que se ofrecerán en la clínica, quien tomará en cuenta un presupuesto mensual de L.5,000.00 para poder generar campañas publicitarias a manera de captar a más clientes.

Estrategia de plaza

Se ha tomado en cuenta las preferencias de los futuros clientes, en donde un 44.4% ha manifestado que la ubicación de la clínica debe de presentar un parqueo amplio, de tal manera que se ha considerado que al momento de asistir a una clínica toman en cuenta la calidad y el precio, de tal manera, que con esta estrategia se pretende lograr lo siguiente:

- La comercialización será de manera directa, en la cual se encuentra ubicada en el municipio de Juticalpa.
- La clínica se encontrará ubicada en un área estratégica que sea de fácil acceso y amplio estacionamiento.
- De acuerdo con los resultados se encuentra que el horario de atención que prefieren es de 07:00 am – 03:00 pm, por lo que se ha tomado en cuenta al momento que se brinden los servicios.

6.4.1.8. PRESUPUESTO DE MERCADEO

En el cumplimiento de brindar los servicios, se debe determinar el presupuesto de mercado en donde se encuentre incluido las campañas a realizarse, de igual manera se toma en cuenta que los costos estimados han sido tomados en cuenta el valor de mercado siendo un total de L.13,000.00 al año.

Estrategia de Marketing en redes sociales

De tal manera que se ha determinado la publicidad por medio de las redes sociales, siendo estos medios por los cuales las personas presentan más interacción, de igual manera se presenta el hacer promociones para que haya una captación de clientes, en donde los clientes buscarán información sobre cuáles son los servicios que brinda la clínica, por medio de los siguientes pasos:

- 1) Establecer metas de marketing en redes sociales que sean congruentes con los objetivos de la empresa.

Se estableció una estrategia específica, medible, alcanzable, relevante y en un tiempo determinado la cual consiste aumentar seguidores en las diferentes plataformas digitales y redes sociales como ser Facebook, Instagram, Tik Tok, Whatsapp para el primer año de operación.

- 2) Aprender acerca de los clientes de la empresa, sus necesidades e intereses.

El análisis de las redes sociales puede proveer de información valiosa a la hora de saber quienes son tus seguidores, donde viven, que idiomas hablan y como interactúan con tus

redes sociales para crear anuncios al público especificado al que van dirigidos que en nuestro caso son las personas que buscan asistencia médica mediante las redes sociales.

3) Investigar los competidores.

Las redes sociales son un medio eficiente de donde se puede tomar información tanto de los competidores como de clínicas que ofrecen los servicios que brinda la clínica, por lo que se lleva a cabo el análisis competitivo para determinar que están haciendo bien, que se está haciendo mal que se puede mejorar, cuáles son las plataformas con las que tiene una mayor interacción nuestra clientela y reforzar la publicidad y atención en esta.

4) Conducir a una auditoría de redes sociales

Por medio de la auditoría se evaluarán aspectos fundamentales para evaluar que tipo de contenido funcionan en las redes sociales, haciendo las siguientes preguntas:

¿Que funciona?

¿Que no funciona?

¿Quiénes se están conectando en nuestras redes sociales?

¿Cuáles redes sociales son utilizados en nuestro mercado meta?

¿Cómo se compara nuestra presencia en redes sociales con respecto a nuestros competidores?

Con las respuestas de estas preguntas se genera la información para un punto de partida para indicar donde queremos ir y donde queremos llegar y así descubrir el propósito de nuestras redes sociales, así como lo que podemos lograr a través de ellas.

5) Optimizar cuentas y perfiles sociales.

Decidiendo cuáles son las redes en las que nos enfocamos y optimizarlas.

Definiendo la estrategia para cada red social Facebook para la adquisición de nuevos clientes, Instagram para interactuar con cliente ya existentes y usar twitter como una plataforma de servicio al cliente, creando una misión para cada uno de ellos como ser:

- Facebook funciona mejor para adquirir nuevos seguidores al usar publicidad pagada.
- Instagram es donde construyes la afinidad a la empresa con clientes existentes.
- Twitter es donde te involucras con la prensa y los influencers de las redes sociales.

- LinkedIn es donde te involucras con empleadores existentes y puedes atraer nuevo talento.
- Youtube es donde apoyas a tus clientes existentes usando contenido de video útil y educativo.
- Snapchat es donde puedes distribuir contenido con el objeto de dirigir la presencia de tu empresa a clientes más jóvenes.

6) Inspiración.

Se puede buscar referencias por medio de otras empresas clínicas que brindan servicios similares y sean notorias en redes sociales, creando campañas exitosas por medio de las diferentes cuentas ofreciendo promociones, descuentos, bonos para hacer crecer la presencia de nuestra empresa compartiendo y siguiendo nuestros perfiles y publicaciones.

7) Crear un calendario para el contenido de las redes sociales.

Por medio de este paso se busca crear un máximo impacto, si bien es importante las publicaciones también lo es tomar en cuenta el tiempo que se dedicara así como los momentos óptimos y el horario en que se tenga la mayor afluencia de personas para poder llegar a una cantidad máxima de clientes, que tu calendario refleje la misión que le has asignado a cada uno de tus perfiles sociales, de esa manera todo lo que publiques va a funcionar a favor de la empresa.

- 50 por ciento del contenido llevará a la gente a tu blog
- 25 por ciento del contenido será curado de otras fuentes
- 20 por ciento del contenido apoyará los objetivos de la empresa (ventas, generación lead, etc.)
- 5 por ciento del contenido será acerca de tus empleados y la cultura de tu empresa.

8) Prueba, evalúa y ajusta tu estrategia.

La estrategia en redes sociales es un documento de suma importancia para la empresa y se debe tomar en cuenta no acertar en el primer intento, hay que determinar si funciona correctamente como deseamos que funcione para determinar cambiar de estrategia si no se esta obteniendo los resultados esperados.

Se debe tomar en cuenta el constante cambio que atraviesan las redes sociales y adecuarse a estos cambios, la función principal de estas difiere del tipo que sea, ya que por medio de ellas se puede atraer nuevos clientes, informar a los clientes, obtener información de los clientes, obtener información de la competencia etc. Con esta data se utiliza de manera consciente para tener una mejor toma de decisiones.

Se contratara un freelancer que atienda nuestra estrategia de mercadeo y publicidad el cual contara con el siguiente presupuesto:

Tabla 7 Presupuesto de mercadeo

Marketing	Inversión al año
Publicidad Redes Sociales	5,000
Promociones	8,000
Total Marketing	13,000

6.4.2. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se toma en cuenta todo lo relacionado con la ingeniería básica y los procesos a implementarse, considerando que se incremente la comercialización, en donde les permita tener los ingresos necesarios de la clínica, de tal manera que se ha realizado el estudio que fundamentan las características de la localidad.

6.4.2.1. LOCALIZACIÓN

La ubicación del local y terreno de la clínica está contemplada en la colonia San Juan Bosco, atrás del centro comercial Uniplaza que corresponde a la ubicación 2, en casa de propietaria, es una ubicación accesible con 3 puntos de entrada/salida y servicios básicos disponibles.

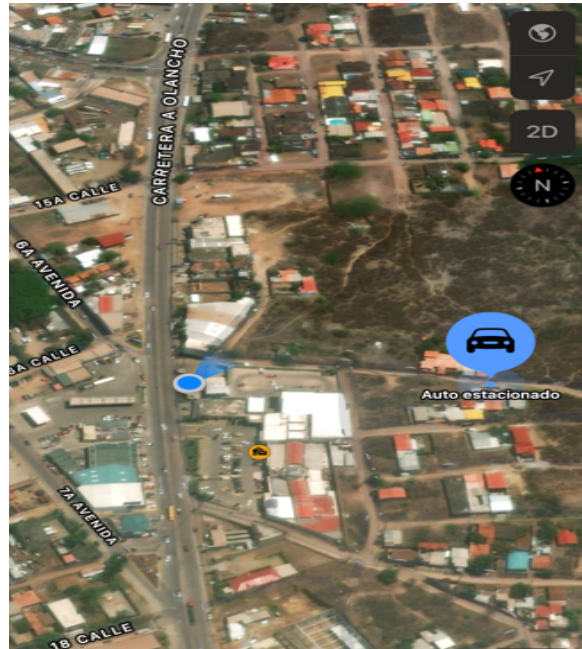


Figura 19 Ubicación de la Clínica

6.4.2.2. TAMAÑO DE LA PLANTA

Se cuenta con la estructura inicial del local que es una casa de habitación, se realizará el diseño de las modificaciones necesarias con Arquitecto, contando con un área de recepción con su área de espera, tres habitaciones con la siguiente distribución: dos consultorios con su respectiva climatización, área de evaluación, un área de curaciones y aplicación de medicamentos con equipo médico. Además 2 baños, también un espacio para el equipo y esterilización del equipo utilizado. Siendo con un espacio de 10x15 metros donde se ubicará la clínica.

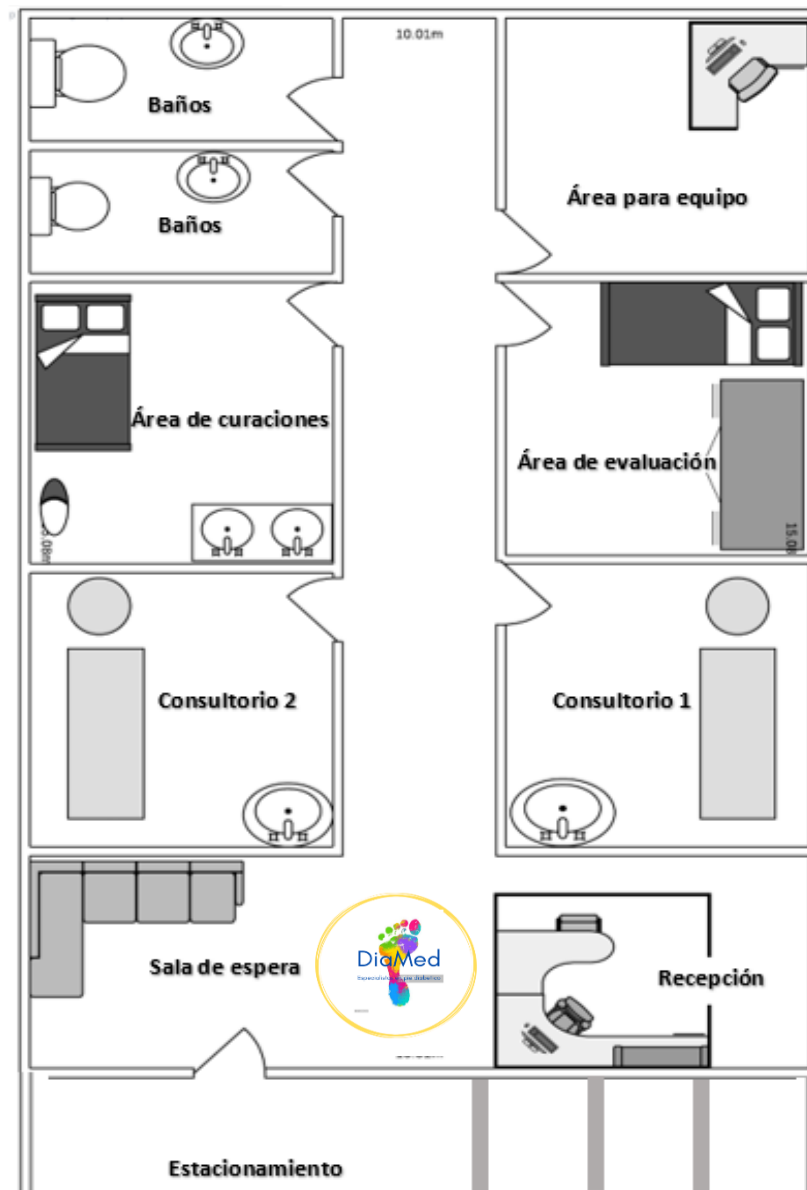


Figura 20 Layout de la planta

6.4.2.3. MOBILIARIO Y EQUIPOS

Para darle inicio a las actividades y/o que se realizan, la clínica debe de brindar todo lo necesario para que el personal pueda realizar su trabajo, por esta razón se requiere de mejoras en las diferentes áreas que se puedan acondicionar las áreas con las que cuenta las instalaciones como ser la sala de espera, recepción, las áreas de consultoría, área de curaciones y evaluación, de igual manera el área para equipos.

Tabla 8 Mobiliario y equipo

Mobiliario y equipo	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Total
Equipo médico				
Esfigmomanómetro	Unidad	3	1,800	5,400
Estetoscopio	Unidad	3	1,400	4,200
Glucómetro	Unidad	3	900	2,700
Esterilizador	Unidad	2	3,000	6,000
Camillas exploratorias	Unidad	4	6,386	25,544
Atriles	Unidad	2	1,424	2,848
Gradas	Unidad	2	894	1,788
Negatoscopio	Unidad	1	4,150	4,150
Lámpara de ganso	Unidad	3	4,000	12,000
Equipo de cirugía menor	Unidad	2	1,300	2,600
Equipo de oficina				
Computadora de escritorio para uso de oficina	Unidad	3	15,995	47,985
Registro médico electrónico	Unidad	1	10,000	10,000
Impresoras HP	Unidad	2	5,695	11,390
Impresora de Facturación Profesional	Unidad	1	6,615	6,615
Dispensador de Agua	Unidad	1	3,997	3,997
Microondas	Unidad	1	2,995	2,995
TV para Sala de Espera	Unidad	1	7,997	7,997
Mobiliario				
Escritorio	Unidad	4	4,900	19,600
Sillas de escritorio	Unidad	4	2,500	10,000
Archivo horizontal	Unidad	2	4,125	8,250
Sillas de espera	Unidad	10	1,200	12,000
Total				208,059

Para el proceso de atención la principal tarea de este proyecto es brindar una opción de atención de calidad, especializada y confiable a los pacientes que acuden en busca de ayuda para su problema. Transformando toda la materia prima: conocimiento sumado a los insumos en un servicio de salud eficiente.

En primera instancia el paciente acudirá a la clínica encontrándose en la recepción a la persona encargada de hacer las preguntas generales, y llenar estos datos en la plataforma electrónica en total se tomará un aproximado de 15 minutos.

Posteriormente pasará a uno de los consultorios donde el médico general evaluará mediante anamnesis y un adecuado examen físico completo la condición de cada paciente tomará 30 minutos este proceso, se indicará exámenes correspondientes para asignar una nueva evaluación lo más pronto posible y decidirá la conducta terapéutica disponible para ese paciente incluyendo posible referencia o interconsulta con médico especialista. Cada paciente requiere de 90 minutos desde su evaluación hasta su tratamiento. En el día se atenderán 15 pacientes al día.

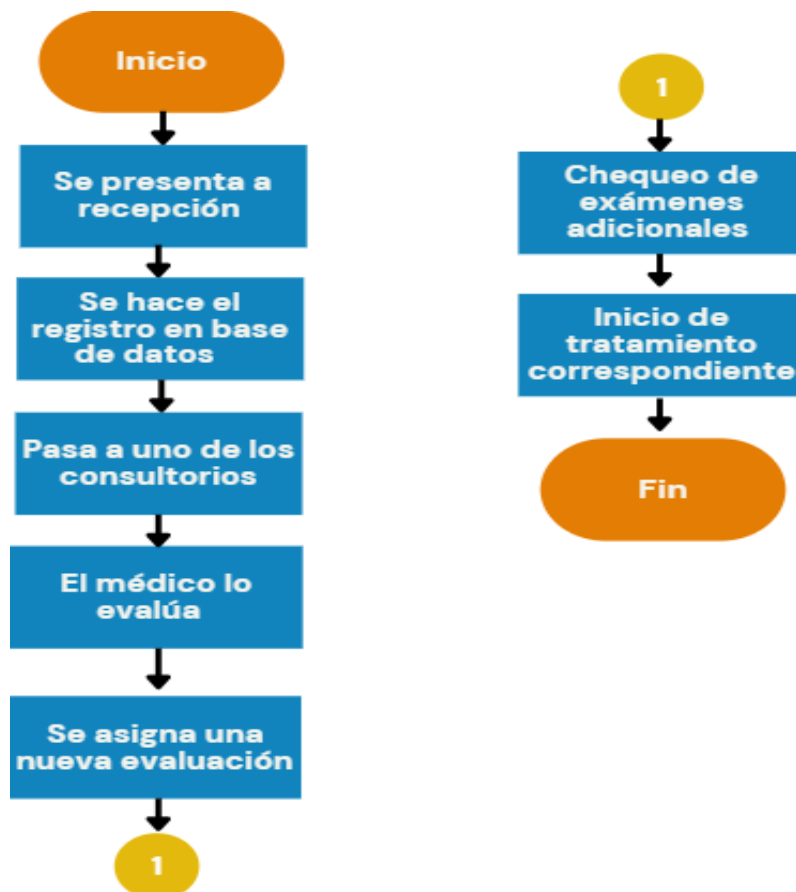










































Figura 21 Proceso de atención

Tabla 9 Ficha de proceso

Tipo de Diagrama	Material ()	Actividad		Cantidad		
	Operario ()					
Método	Actual ()	Operación		7		
	Propuesto (x)	Transporte		-		
Elaborado por: Bryan y Vilma		Demora		-		
		Inspección		-		
Proceso: Atención de pacientes		Almacén		-		
Descripción	Op.	Tra.	Dem.	Ins.	Alm.	Tiempo
Se presenta a recepción						
Se hace el registro en la base de datos						7 min
Pasa a uno de los consultorios						0.45 min
El médico lo evalúa						30 min
Se asigna una nueva evaluación						2 min
Chequeo de exámenes adicionales						10 min
Inicio de tratamiento correspondiente						60 min






Simbología	
	Operación
	Transporte
	Demora
	Inspección
	Almacenamiento

Tabla 10. Ficha de Caracterización

Ficha de caracterización					
Clínica pie diabético					
Proceso	Atención de paciente con pie diabético	Responsable: Médico y enfermera		Dirección: Juticalpa, Olancho	
Objetivo	Establecer el proceso de atención de paciente con pie diabético.				
Alcance:	Descripción interna del proceso de servicio de atención médica para paciente con pie diabético				
Entradas	Proveedores	Actividades		Salidas	Cientes
Paciente acude con patología de pie diabético	Clínica de atención para paciente con pie diabético	P	Dar bienvenida y saludar a paciente	Expresar Cortesía y amabilidad	Pacientes con pie diabético
Documentos personales de paciente			Dar información sobre los servicios ofrecidos	Explicar las opciones de servicios disponibles	
Paciente hace uso de la instalaciones e insumos para cuidado de pie diabético		H	Registro de información del paciente	Registro de datos personales en expediente electrónico	
			Asignar silla en área de espera	Proporcionar comodidad	
Paciente pasa a consultorio médico para evaluación y decisión de tratamiento.			Brindar atención médica de calidad		
Paciente pasa a área de procedimientos para limpieza y aplicación de medicamentos			Proporcionar medicamentos y insumos de buena calidad		
Paciente se retira de la clínica			Paciente realiza el pago	Ingreso económico	
			V	Limpieza del área de trabajo	
Verificar funcionamiento correcto de equipos					
Registrar procedimiento cumplido en expediente		Registrar salida			
Agradecer por la confianza del cuidado su salud					
Se continua brindando atención a otros pacientes		A	Paciente se retira de clínica	Equipo listo para nuevo paciente	
			Seguir brindando atención.		

6.4.2.4. ORGANIGRAMA

Se ha realizado el organigrama de la empresa, tomando en cuenta cada uno de los puestos, considerando cada una de las funciones específicas que cada uno de ellos realiza, por lo que a continuación se presenta:

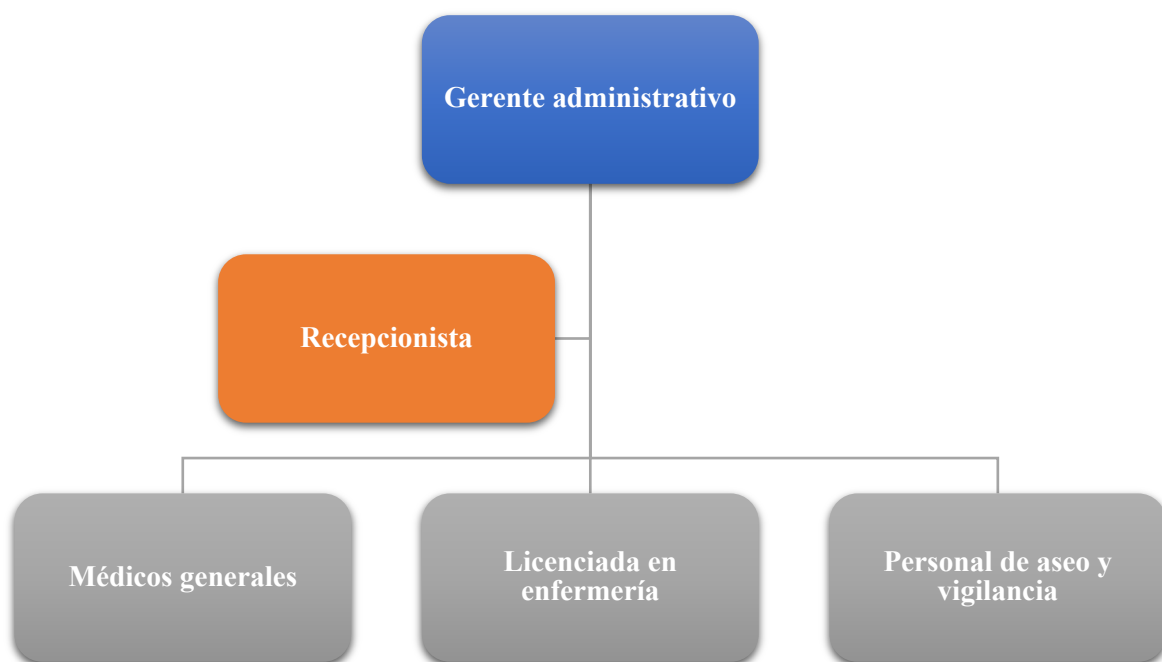


Figura 22 Organigrama de la clínica

6.4.2.5. NECESIDADES DEL PERSONAL

Para la implementación de la clínica se requiere de personal, que cuenta las diferentes habilidades que se consideran en cada uno de los puestos, por lo que se toma en cuenta el salario mensual, detallando a continuación el detalle del personal necesario.

Tabla 10 Detalle de personal necesario

Recursos Humanos	Cantidad	Salario Mensual	Treceavo	Catorceavo	Cesantía	Total año	Costo Promedio Mensual
Gerente Administrativo	1	22,000	22,000	22,000	26,400	334,400	27,867
Médico General	2	50,000	100,000	100,000	120,000	1,520,000	126,667
Licenciada en enfermería	2	40,000	80,000	80,000	96,000	1,216,000	101,333
Recepcionista	1	9,566	9,566	9,566	11,479	145,403	12,117
Personal de Aseo	1	9,566	9,566	9,566	11,479	145,403	12,117
Personal de vigilancia	1	9,566	9,566	9,566	11,479	145,403	12,117
IHSS 2.5%		5,767				69,209	5,767
RAP 1.5%		3,173				38,082	3,173
Total RR. HH						3,613,901	301,158

6.4.2.6. PERFIL DE PUESTOS

A continuación se detalla cada uno de los perfiles que debe de poseer el personal:

Tabla 11 Perfil de puestos

Nombre del puesto	Descripción del puesto	Funciones
Gerente administrativo	Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar todo lo relacionado con el tema administrativo y recurso humano de la clínica.	<ul style="list-style-type: none"> • Participar en la planificación general de la clínica • Desarrollar y aplicar indicadores de control de gestión administrativo-financiero. • Coordinar y supervisar la administración de los recursos humanos.
Recepcionista	Es la persona encargada de brindar la atención de los pacientes y registrarlos en la base de datos.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar atención a los pacientes • Llevar a cabo el registro de los pacientes. • Captar las llamadas telefónicas de manera adecuada.
Médicos generales	Es la persona encargada del aspecto clínico de la empresa, de la capacitación continua y evaluación de la parte asistencial.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar atención médica • Solicitar exámenes • Supervisa el cumplimiento del paciente en cuanto al tratamiento • Participa en las jornadas de salud
Licenciada en enfermería	Es la persona encargada de los cuidados de enfermería, canalización y aplicación de medicamentos.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar la salud en forma personalizada, integral y continua. • Ejecutar actividades de curación • Tomar signos y síntomas de los pacientes.
Personal de aseo	Es el personal encargado de mantener la limpieza de la clínica.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la limpieza en pisos, paredes y mobiliario. • Desinfectar las instalaciones locativas de la clínica • Asistir y participar de las reuniones administrativas.
Personal de vigilancia	Es la persona encargada de salvaguardar el establecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Proteger tanto a las personas como a la clínica.

		<ul style="list-style-type: none"> • Expulsión de personas por incumplimiento de las normas de la clínica. • Comprobación del estado y funcionamiento de las instalaciones de seguridad.
--	--	--

6.4.3. ESTUDIO FINANCIERO

6.4.3.1. PLAN DE INVERSIÓN

Para poder dar inicio a las operaciones, se requiere de una inversión inicial de L.1,099,491.00, tomando en cuenta las mejoras del local, el equipo, mobiliarios y permisos, mismo que el 20% serán fondos propios y el 80% será financiado para la inversión.

Tabla 12 Plan de inversión

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	total
Infraestructura				150,000
Mejoras al local	Mejora	1	150000	150,000
Equipo				208,059
Equipo médico				67,230
Esfigmomanómetro	Unidad	3	1,800	5,400
Estetoscopio	Unidad	3	1,400	4,200
Glucómetro	Unidad	3	900	2,700
Esterilizador	Unidad	2	3,000	6,000
Camillas exploratorias	Unidad	4	6,386	25,544
Atriles	Unidad	2	1,424	2,848
Gradas	Unidad	2	894	1,788
Negatoscopio	Unidad	1	4,150	4,150
Lámpara de ganso	Unidad	3	4,000	12,000
Equipo de cirugía menor	Unidad	2	1,300	2,600
Equipo de oficina				90,979
Computadora de escritorio para uso de oficina	Unidad	3	15,995	47,985
Registro médico electrónico	Unidad	1	10,000	10,000
Impresoras HP	Unidad	2	5,695	11,390
Impresora de Facturación Profesional	Unidad	1	6,615	6,615
Dispensador de Agua	Unidad	1	3,997	3,997

Microondas	Unidad	1	2,995	2,995
TV para Sala de Espera	Unidad	1	7,997	7,997
Mobiliario				49,850
Escritorio	Unidad	4	4,900	19,600
Sillas de escritorio	Unidad	4	2,500	10,000
Archivo horizontal	Unidad	2	4,125	8,250
Sillas de espera	Unidad	10	1,200	12,000
Permisos				20,000
Registro médico electrónico	Registro	1	10,000	10,000
Permisos de Operación	Permisos	1	5,000	5,000
Licencia Ambiental	Licencia	1	5,000	5,000
Capital de trabajo				721,431
Capital de trabajo (Costos fijos)	meses	2	360,716	721,431
Inversión total				1,099,491

6.4.3.2. TASA DE RENDIMIENTO ESPERADA

La tasa de rendimiento esperada o la tasa de rendimiento mínima aceptada (TREMA), siendo el indicativo para calcular la VAN y TIR, considerando el punto de partida para poder lograr la rentabilidad de los accionistas. Siendo el porcentaje mínimo del cual se encuentra dispuesto a poder percibir el dinero que se ha invertido en el proyecto, considerando cada uno de los factores como lo es la tasa de interés, el riesgo y otro según la fórmula:

$$K^{\wedge} = krf + (km - krf) b$$

Donde:

K^{\wedge} = Tasa esperada de rendimiento

krf = Tasa libre de riesgo

km = Tasa de mercado

b (Beta) = Riesgo de mercado

Por lo que se detallada de la siguiente manera:

k_{rf} = Según el valor de los Bonos del BCH, igual a 7.20% se consideró un aumento de 3% para el cálculo (10.2).

k_m = Tasa de mercado, se consideró un 14%, ya que es el valor que podría pagar un banco privado con muy poco riesgo=

b (Beta)= Riesgo de mercado, se consideró un b de 2, que corresponde al doble de riesgo de mercado

$$K = 10.20 + (14 - 10.20) \cdot 2$$

$$K = 18\%$$

6.4.3.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS

De acuerdo con la proyección de la demanda, se podría realizar la atención médica, donde se atienden 367 personas al mes, en la adquisición de medicamentos son de 408 personas, por lo que el precio de la atención médica es de L.800.00, debido a estas proyecciones de los ingresos de manera mensual es de L.591,200.00 y al año alcanza a los 7.1 millones al año.

Para el cálculo de los ingresos se tomó en cuenta los resultados obtenidos a través de la encuesta en donde el 85% de las 100 personas afirmaron si estar dispuestas a acudir a la clínica para el cuidado del pie diabético, de las 18 personas que llegan diariamente al hospital se calculó el 85% de estas que son 15, estas se multiplicaron por 6 días a la semana que son los que se trabajarán en la clínica, para tener nuestra frecuencia de pacientes semanal, luego se multiplico la frecuencia mensual por 52 semanas que posee el año, para sacar nuestros ingresos por ventas anuales este resultado se multiplico por un índice de certeza del 70% para calcular los el ingreso neto anual, cabe destacar que este ira aumentando gradualmente en 10% año con año y se consideró una inflación de 1.04% según cifras del Banco Central de Honduras.

Tabla 13 Ingresos por mes

Producto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
----------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Atención médica	367	367	367	367	367	367	367	367	367	367	367	367
Medicamentos	408	408	408	408	408	408	408	408	408	408	408	408
Otros servicios	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Precio												
Atención médica	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
Medicamentos	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
Otros servicios	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Total ingresos mes												
Atención médica	293,600	293,600	293,600	293,600	293,600	293,600	293,600	293,600	293,600	293,600	293,600	293,600
Medicamentos	285,600	285,600	285,600	285,600	285,600	285,600	285,600	285,600	285,600	285,600	285,600	285,600
Otros servicios	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Ingreso total	591,200	591,200	591,200	591,200	591,200	591,200	591,200	591,200	591,200	591,200	591,200	591,200

6.4.3.4. PRESUPUESTO GASTOS OPERATIVOS DEL PROYECTO

Los gastos operativos se encuentran conformados por el salario del personal, tomando en cuenta el IHSS y el RAP, de igual manera se presentan los gastos generales como ser servicios públicos, alquiler, materiales de oficina, monitoreo de vigilancia alarma de la oficina, insumos de bioseguridad, considerando que para poner en marcha el proyecto para un total de L.360,

Tabla 14 Costos operativos anuales

Recursos Humanos	Total
Gerente Administrativo	334,400
Médico General	1,520,000
Licenciada en enfermería	1,216,000
Recepcionista	145,403
Personal de Aseo	145,403
Personal de vigilancia	145,403
IHSS 2.5%	87,665
RAP 1.5%	53,914
Total RR. HH	3,648,189
Gastos Generales	
Servicios públicos	180,000

Teléfono fijo	30,000
Insumos Aseo	30,000
Alquiler	216,000
Teléfono Celular	30,000
Materiales de oficina	4,800
Monitoreo vigilancia alarma de la oficina	9,600
Bioseguridad	24,000
Total Gastos Generales	524,400
Marketing	
Publicidad Redes Sociales	60,000
Promociones	96,000
Total Marketing	156,000
Total Costos Fijos	4,328,589

6.4.3.5. COSTOS VARIABLES

Se ha calculado el costo variable de la consulta y otros servicios siendo del 10% del valor de la consulta y corresponde a equipo de producción o desechables de la consulta. En el caso de medicamentos el costo variable es el 60% del ingreso ya que ese es el costo de adquisición de los medicamentos. Por lo que se presenta a continuación la tabla:

Tabla 15 Costo variable de los servicios

Producto	Cantidad mes	Cantidad año	Costo promedio
Atención médica	367	4404	80
Medicamentos	408	4896	420
Otros servicios	40	480	30
Total			

Tabla 16 Costo variable de la empresa

Producto	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Atención médica	367	367	367	367	367	367	367	367	367	367	367	367
Medicamentos	408	408	408	408	408	408	408	408	408	408	408	408
Otros servicios	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

Costo variable												
Atención médica	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Medicamentos	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
Otros servicios	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Total costo variable mes												
Atención médica	29,360	29,360	29,360	29,360	29,360	29,360	29,360	29,360	29,360	29,360	29,360	29,360
Medicamentos	171,360	171,360	171,360	171,360	171,360	171,360	171,360	171,360	171,360	171,360	171,360	171,360
Otros servicios	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Costo total	201,920	201,920	201,920	201,920	201,920	201,920	201,920	201,920	201,920	201,920	201,920	201,920

6.4.3.6. DEPRECIACIONES

Se ha tomado en cuenta la depreciación de la maquinaria y equipo depreciable, considerando el método de la línea recta y un valor residual del 10% con una vida útil de tres años, para un total de L.56,343 anuales.

Tabla 17 Depreciación de equipo

Descripción	Inversión	Valor residual	Años depreciación	Depreciación por años
Equipo médico	67,230			20,169
Esfigmomanómetro	5,400	540	3	1,620
Estetoscopio	4,200	420	3	1,260
Glucómetro	2,700	270	3	810
Esterilizador	6,000	600	3	1,800
Camillas exploratorias	25,544	2,554	3	7,663
Atriles	2,848	285	3	854
Gradas	1,788	179	3	536
Negatoscopio	4,150	415	3	1,245
Lámpara de ganso	12,000	1,200	3	3,600
Equipo de cirugía menor	2,600	260	3	780
Equipo de oficina	90,979			27,294
Computadora de escritorio para uso de oficina	47,985	4,799	3	14,396
Registro médico electrónico	10,000	1,000	3	3,000
Impresoras HP	11,390	1,139	3	3,417

Impresora de Facturación Profesional	6,615	662	3	1,985
Dispensador de Agua	3,997	400	3	1,199
Microondas	2,995	300	3	899
TV para Sala de Espera	7,997	800	3	2,399
Mobiliario	49,850			8,880
Escritorio	19,600	1,960	3	5,880
Sillas de escritorio	10,000	1,000	3	3,000
Archivo horizontal	8,250	825	3	2,475
Sillas de espera	12,000	1,200	3	3,600
Depreciación total	208,059			56,343

6.4.3.7. AMORTIZACIONES

Tomando en cuenta los resultados se estima una inversión de más de L.1.0 millones, de estos el 80% será financiado a través de crédito bancario a pagarlo en 5 años con una tasa de interés del 10% anual, de tal manera que el financiamiento será obtenido en un banco privado, distribuyendo la inversión de la siguiente manera:

Tabla 18 Distribución de la inversión

Fondos propios	20%	L	219,898.10
Financiamiento externo	80%	L	879,592.41

De tal manera que las cuotas mensuales se estiman de L.20,467.00 a pagarse en 5 años según se presentan los detalles en las siguientes tablas:

Tabla 19 Datos del préstamo bancario

Valor a Financiar	879,592		
Número de Pagos	60	5.00	Años
Tasa Interés Mensual	1.17%	14.00%	Anual
Cuota Mensual	20,467		

Tabla 20 Amortización del préstamo

Anual	1	2	3	4	5
--------------	----------	----------	----------	----------	----------

Cuota ANUAL	245,599	245,599	245,599	245,599	245,599
Intereses	114,972	95,463	73,042	47,272	17,653
Capital	130,627	150,135	172,557	198,327	227,946

6.4.3.8. ESTADOS DE RESULTADOS

Considerando que al proyectar el estado de resultado del proyecto se toma en cuenta que la proyección de 5 años con ingresos de más de L.10.3 millones, a los cuales se les ha restado los costos variables y los costos fijos, de igual manera los impuestos, por otra parte, también se muestra utilidades de más de L.2 millones, puesto que se estima una proyección favorable para la inversión, tomando en cuenta que las ganancias y la rentabilidad se mantiene, siendo una proyección positiva para la inversión requerida.

Tabla 21 Estado de resultados

Años	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos					
Ingreso por servicios	7,094,400.00	7,803,840.00	8,584,224.00	9,442,646.40	10,386,911.04
Total ingresos	7,094,400.00	7,803,840.00	8,584,224.00	9,442,646.40	10,386,911.04
Costos Variables					
Costo variable por consulta	2,423,040.00	2,665,344.00	2,931,878.40	3,225,066.24	3,547,572.86
Total costos operativos	2,423,040.00	2,665,344.00	2,931,878.40	3,225,066.24	3,547,572.86
Utilidad Bruta	4,671,360.00	5,138,496.00	5,652,345.60	6,217,580.16	6,839,338.18
Costos Fijos					
RR. HH, Gastos Generales, Marketing y Depreciación	4,328,588.96	4,631,590.19	4,955,801.50	5,302,707.61	5,673,897.14
Total costos administrativos	4,328,588.96	4,631,590.19	4,955,801.50	5,302,707.61	5,673,897.14
Utilidad operativa	342,771.04	506,905.81	696,544.10	914,872.55	1,165,441.03
Gastos financieros (interés)	114,971.60	95,463.45	73,041.91	47,271.90	17,653.34
Utilidad antes de impuestos	227,799.44	411,442.36	623,502.18	867,600.65	1,147,787.70
Impuestos Totales	42,864.18	88,774.91	141,789.87	202,814.49	272,861.25
Utilidad neta	184,935.26	322,667.45	481,712.31	664,786.17	874,926.45

6.4.3.9. FLUJOS NETOS DEL PROYECTO

Con respecto a la operación y a la inversión inicial, proyectando en los próximos 5 años, muestra flujos positivos a partir del primer año de operación, detalladas en la siguiente tabla:

Tabla 22 Flujo neto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales						
Ingreso total		7,094,400	7,803,840	8,584,224	9,442,646	10,386,911
Costos variables						
Total costos variables		2,423,040	2,665,344	2,931,878	3,225,066	3,547,573
Margen de Contribución		4,671,360	5,138,496	5,652,346	6,217,580	6,839,338
Costos fijos						
Total costos fijos		4,328,589	4,631,590	4,955,802	5,302,708	5,673,897
(-) Intereses préstamo		114,972	95,463	73,042	47,272	17,653
(-) Depreciación		56,343	56,343	56,343	56,343	56,343
Ebitda (utilidad)		171,457	355,100	567,159	811,258	1,091,445
(-) Impuestos (25% sobre utilidad)		42,864	88,775	141,790	202,814	272,861
Utilidad liquida		128,593	266,325	425,370	608,443	818,584
(+) Depreciación		56,343	56,343	56,343	56,343	56,343
Flujo neto de fondos	(1,099,491)	184,935	322,667	481,712	664,786	874,926

6.4.3.10. ANÁLISIS FINANCIERO

Se ha tomado en cuenta que el CPCP siendo del 12%, por lo que se ha calculado en MS Excel, los diferentes indicadores financieros que son requeridos para la evaluación de la factibilidad económica de la empresa, de tal manera que se calcula un VAN superior de L.500,000.00 y una TIR de 27%, con un índice de rentabilidad de 1.47 veces sobre la inversión del valor actual.

Tabla 23 Análisis financiero

CPCP	12%
VAN	L522,028.98
TIR	27%
Índice de Rentabilidad	1.47

Para el periodo de recuperación de la inversión se encuentra favorable al poder recuperarse en unos tres años según el siguiente cálculo:

Tabla 24 Período de recuperación

Flujo Acumulado	(914,555)	(591,888)	(110,175)	554,611	1,429,537
Tiempo de recuperación (años)	3.17				

6.4.3.11. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

6.4.3.11.1. ESCENARIO OPTIMISTA

Para el escenario optimista se ha considerado que el proyecto aumenta su rentabilidad con un VAN de más de L.4.8 millones, una TIR de 99% y un período de recuperación de 1.50 años.

Tabla 25 Flujo del escenario optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales						
Ingreso total		7,803,840	9,442,646	11,425,602	13,447,934	14,792,727
Costos variables						
Total costos variables		2,665,344	3,225,066	3,795,903	4,175,493	4,593,043
Margen de Contribución		5,138,496	6,217,580	7,629,699	9,272,440	10,199,685
Costos fijos						
Total costos fijos		4,328,589	4,631,590	4,955,802	5,302,708	5,673,897
(-) Intereses préstamo		114,972	95,463	73,042	47,272	17,653
(-) Depreciación		56,343	56,343	56,343	56,343	56,343
Ebitda (utilidad)		638,593	1,434,184	2,544,513	3,866,118	4,451,791
(-) Impuestos (25% sobre utilidad)		159,648	358,546	636,128	966,530	1,112,948
Utilidad liquida		478,945	1,075,638	1,908,385	2,899,589	3,338,843
(+) Depreciación		56,343	56,343	56,343	56,343	56,343
Flujo neto de fondos	(1,099,491)	535,287	1,131,981	1,964,727	2,955,931	3,395,186
Flujo Acumulado		(564,203)	567,777	2,532,505	5,488,436	8,883,622
CPCP	12%					
VAN	L4,896,762.86					
TIR	99%					
Índice de rentabilidad	5.45					
Periodo de Recuperación	1.50					

6.4.3.11.2. ESCENARIO PESIMISTA

Se han mantenido los costos estables, la inversión deja de ser rentable al encontrar un VAN negativo y una TIR inferior a la esperada, por lo que el proyecto no se considera rentable en este escenario.

Tabla 26 Flujo del escenario pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales						
Ingreso TOTAL		7,094,400	7,803,840	8,584,224	9,442,646	10,386,911
Costos variables						
Total Costos Variables		2,665,344	3,225,066	3,795,903	4,175,493	4,593,043
Margen de Contribución		4,429,056	4,578,774	4,788,321	5,267,153	5,793,868
Costos fijos						
Total Costos Fijos		4,328,589	4,631,590	4,955,802	5,302,708	5,673,897
(-) Intereses Préstamo		114,972	95,463	73,042	47,272	17,653
(-) Depreciación		56,343	56,343	56,343	56,343	56,343
EBITDA (Utilidad)		(70,847)	(204,623)	(296,865)	(139,169)	45,975
(-) Impuestos (25% sobre utilidad)		-	-	-	-	11,494
Utilidad líquida		(70,847)	(204,623)	(296,865)	(139,169)	34,481
(+) Depreciación		56,343	56,343	56,343	56,343	56,343
Flujo neto de fondos	(1,099,491)	(14,505)	(148,280)	(240,522)	(82,826)	90,824
Flujo Acumulado		(1,113,995)	(1,262,275)	(1,502,797)	(1,585,624)	(1,494,800)
CPCP	12%					
VAN	(L1,252,633.48)					
TIR	-60%					
Índice de rentabilidad	-0.14					
Periodo de Recuperación	-6.51					

6.4.3.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para conocer cuál es el punto de equilibrio se ha tomado en cuenta los costos fijos, variables e ingresos, de los cuales se ha encontrado que se requiere de atenciones mensuales de L.547,819.00 en total y de L.6,573,833.00 al año.

Tabla 27 Cálculo de punto de equilibrio

Punto de Equilibrio		Ventas al año	Ventas mensuales
$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}} =$		6,573,833	547,819
CF=	4,328,588.96		
CVT=	2,423,040.00		
VT=	7,094,400.00		

6.5. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO

Tabla 28 Cronograma de implementación

Actividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Trámites bancarios												
Contratación del local												
Compra de maquinaria y equipo												
Contratación del personal de planta												
Inicio de operaciones												
Seguimiento con campaña publicitaria												

6.6. CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA

Tabla 29 Concordancia de los segmentos de la tesis con la propuesta

Capítulo I		Capítulo II	Capítulo III			Capítulo V		Capítulo VI		
Título	Objetivos		Teorías/metodologías	Variables	Población	Técnica	Conclusiones	Recomendaciones	Propuesta	Objetivos de la propuesta
Estudio de prefactibilidad para la implementación de clínica para el cuidado de pie diabético en Juticalpa	Determinar la prefactibilidad de implementar una clínica de cuidado de pie diabético mediante un estudio de mercado técnico y financiero para contribuir a mejorar la calidad de vida de los pacientes diabéticos en Juticalpa, Olancho.	Determinar la factibilidad de mercado para implementar una clínica para el cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho.	Teoría de la viabilidad de mercado.	Viabilidad de mercado	Pacientes de los diferentes municipios del departamento de Olancho con diagnóstico de Diabetes Mellitus sin distinción de sexo	Encuesta	Al determinar la factibilidad de mercado para implementar una clínica para el cuidado del pie diabético en Juticalpa, Olancho, se ha encontrado que un 46% de los participantes han indicado que actualmente donde lleva el manejo de su enfermedad es en clínicas privadas, de igual manera también se ha encontrado que un 84.8% ha indicado que, si asistirían a ir a una clínica privada exclusiva para el cuidado de pie diabético, por otra parte, se presenta que un 79% prefieren la calidad al momento de asistir a una clínica privada.	Se recomienda generar estrategias que ayuden a generar una demanda adecuada, por lo que es necesario que se realicen campañas publicitarias para que los futuros clientes tengan el conocimiento de cuáles son los servicios que se ofrecen en la clínica.	Plan de implementación de una clínica de cuidado exclusivo de pie diabético en el municipio de Juticalpa.	Establecer estrategias de mercado para garantizar la creación de una clínica.
		Determinar los requerimientos técnicos de la implementación de una clínica para el cuidado de pie diabético en	Teoría de la viabilidad técnica	Viabilidad técnica	Al determinar los requerimientos técnicos de la implementación de una clínica para el cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho, se ha encontrado que el lugar factible es en la colonia San Juan Bosco, atrás de centro comercial Uni Plaza que		Se recomienda poder realizar la compra de todo el equipo necesario para que se lleve a cabo las operaciones, de igual manera es recomendable contratar el			Determinar los aspectos técnicos requeridos para la creación de una clínica.

		Juticalpa, Olancho.					corresponde a la ubicación 2, en casa de propietaria, es una ubicación accesible con 3 puntos de entrada/salida y servicios básicos disponibles, de igual manera se requiere una inversión de L.208,059.00 en mobiliario y equipo, tomando en cuenta todo el equipo que requiere el personal médico.	personal capacitado sobre los cuidados de la diabetes mellitus.		
		Analizar la factibilidad financiera sobre el impacto financiero que tiene la implementación de una clínica de cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho.	Teoría de la viabilidad financiera	Viabilidad financiera			Al analizar la factibilidad financiera sobre el impacto financiero que tiene la implementación de una clínica de cuidado de pie diabético en Juticalpa, Olancho, se ha presentado que presenta una VAN positiva de L.522,028.98 y una TIR mayor esperada del 27%, por lo que se ha estimado que el proyecto es factible financieramente y se puede proceder a su implementación.	Otra de las recomendaciones es que se implemente el proyecto tomando en cuenta lo que el banco ayuda para poder financiarlo, considerando que se presenta factible en los diferentes estudios realizados.		Brindar los indicadores financieros para la toma de decisiones de la inversión en la creación de una clínica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, C. (2014). *Construcción de sitios recreativos en espacios públicos abiertos para el municipio de Juticalpa departamento de Olancho Honduras C.A.* Tegucigalpa: Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- Alvarado, J., López, F., & Tumbaco, R. (2017). *Implantación de un centro de control y asistencia a pacientes diabéticos de la ciudad de Guayaquil.* Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Séptima ed.). Mc Graw Hill.
- Barquilla, A. (2017). Actualización breve en diabetes para médicos de atención primaria. *Rev Esp Sanid Peni*(19), 57-65.
- Bustamante, A. (2018). *Modelos de viabilidad financiera para la implementación de la historia clínica electrónica unificada como servicio o producto comercializable en las entidades prestadoras de servicios de salud en Colombia.* Cali: Universidad EAFIT.
- Centro de Estudios de las Finanzas Públicas . (2015). *Glosario de Términos más usuales en materia de Ingreso, Gasto y Deuda Pública.* CEFP.
- Código de Salud. (1992). *Decreto Número 65-91.* Tegucigalpa: La Gaceta Diario Oficial de la República de Honduras.
- Dhaliwal, S. (2021). Diabetes. *MedlinePlus.*
- Escamilla, M. (2010). *Diseño no experimental.* Estado de Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Escobar, A. (2019). *El crecimiento y la rentabilidad en empresas del sector textil y confecciones de la zona de planificación 3.* Universidad Técnica de Ambato.
- Espinoza, K. (2021). *Casos de diabetes aumentaron con la pandemia, según el endocrinólogo.* Presencia Universitaria.

- Espinoza, M. (2020). *Las Fuerzas de Porter: Estrategias luego de su aplicación*. Universidad Internacional del Ecuador.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (Cuarta ed.). Mc Graw Hill.
- García, J. (2014). *Contabilidad de costos* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill/ Interamericana editores.
- González, A., Rojas, O., & Ruelas, I. (2017). Viabilidad técnica, financiera, social y de mercado de un sistema de acceso por huella dactilar basado en una metodología mixta. *Revista de desarrollo económico*, 4(13), 57-63.
- González, J., & González, W. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de Institución prestadora de salud en el municipio de Mapiripán (Meta)*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás, Bucaramanga.
- González, V. (2019). Factores para evaluar la viabilidad de proyectos de conservación de edificaciones esenciales, no productivas, en zonas sísmicas. *Ingeniería*, 13(1), 25-39.
- Guevara, P. (2018). *Buenas prácticas de enfermería en la valoración y el cuidado del diabético en adultos mayores atendidos de forma ambulatoria*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Hoyos, Á. (2017). *Contabilidad de Costos I. Manual Autoformativo*. Huancayo: Universidad Continental.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimer ed.). México: Pearson Educación.
- Lamb, M. (2006). *Marketing International* (Cuarta ed.). Thompson Editores.
- Ley Orgánica del Instituto Nacional del Diabético . (2013). *Decreto N°. 144-2013*. Tegucigalpa: La Gaceta Diario Oficial de la República de Honduras.
- Martins, J. (2022). Cómo aplicar un estudio de viabilidad en la gestión de proyectos. *Asana*.

- Michels, R. (2021). *La zona urbana de Francisco Morazán encabeza cifras de diabetes*. Tegucigalpa: Reporteros de Investigación.
- Miranda, J. (2003). *Gestión de Proyectos, Evaluación Financiera Económica Social Ambiental* (Quinta ed.). Bogotá: MM editores.
- Mora, O. (21 de febrero de 2019). *La innovación tecnológica impacta en los sistemas de salud*. Recuperado el 13 de diciembre de 2022, de Antares Consulting: <https://www.antares-healthlines.com/nc/articulo/la-innovacion-tecnologica-impacta-en-los-sistemas-de-salud/>
- OCDE. (2011). *OCDE Definición Marco de Inversión Extranjera Directa* (Cuarta ed.). Éditions OCDE.
- Organización Mundial de la Salud. (2019). *Determinantes Ambientales de Salud*. Recuperado el 13 de diciembre de 2022, de <https://www.paho.org/es/temas/determinantes-ambientales-salud>
- Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (2021). *INADI inicia actividades de concienciación para prevenir la diabetes*. OPS.
- Organización Panamericana de la Salud. (4 de agosto de 2021). *Honduras identifica opciones de políticas para eliminar barreras para el acceso a servicios esenciales de salud*. Recuperado el 13 de diciembre de 2022, de <https://www.paho.org/es/noticias/4-8-2021-honduras-identifica-opciones-politicas-para-eliminar-barreras-para-acceso>
- Peraldi, M. (2020). *Factibilidad técnica, económica y estratégica de centro de heridas en pacientes diabéticos*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Peraldi, M. (2020). *Factibilidad técnica, económica y estratégica de centro de heridas en pacientes diabéticos*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Pesántez, V. (2017). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de entretenimiento con vehículos monoplaza (Karting) en el Cantón Rumiñahui*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.

- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-5.
- Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la Real Academia Española*.
- Ríos, O. (2019). *Viabilidad financiera para la creación de un auto hotel para la empresa Inversiones Varias S.A. como una alternativa de negocio en el periodo 2020-2024*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Salinas, C. (2017). *Evaluar el nivel de conocimiento y autocuidados en pacientes con pie diabetico*. San Salvador de Jujuy: Universidad Nacional de Córdoba.
- Santos, M. (2018). *Factibilidad técnica, económica y estratégica de centro de heridas en pacientes diabéticos*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación* (Segunda ed.). Santiago de Chile: Pearson Educación.
- Sauceda, K. (2021). Deficiencias en el sistema de salud pública y su impacto en la pandemia del coronavirus. *Rev Méd Hondur*, 89(2).
- Secretaría de Salud. (2005). *Plan Nacional de Salud 2021*. Secretaría de Salud.
- Secretaria de Salud. (2016). *Gobierno invierte más de 150 millones de Lempiras en el Hospital San Francisco de Juticalpa, Olancho*. Olancho: Secretaria de Salud.

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta de mercado



Esta encuesta tiene la finalidad de determinar la prefactibilidad de implementar una clínica de cuidado de pie diabético mediante un estudio de mercado técnico y financiero para contribuir a mejorar la calidad de vida de los pacientes diabéticos en Juticalpa, Olancho, la información proporcionada será empleada exclusivamente con fines educativos, por lo que se agradece su participación.

Instrucciones: conteste a cada una de las preguntas según usted estime conveniente.

1. ¿A qué sexo pertenece?
 - Femenino
 - Masculino

2. ¿Cuál es su edad?
 - Menor de 40 años
 - 40-50 años
 - 50-60 años
 - Mayor de 60 años

3. ¿Qué tipo de diabetes padece?
 - Tipo 1
 - Tipo 2

4. ¿Conoce las complicaciones de diabetes mellitus?
 - Si

- No
5. ¿Sabe que es pie diabético?
- Si
 - No
6. ¿Ha padecido de pie diabético?
- Si
 - No
7. ¿Conoce los cuidados necesarios para pie diabético?
- Si
 - No
8. ¿Trabaja actualmente?
- Si
 - No
9. ¿Cómo obtiene sus medicamentos?
- Ingresos propios
 - Apoyo familiar
 - Ninguno
 - Otro
10. ¿Dónde lleva actualmente el manejo de su enfermedad?
- Centro de salud
 - Clínica privada
 - Hospital
 - Ninguno

- Otro

11. ¿Qué clínica visita con más frecuencia?

- CMEQ
- CMO
- Hospital Trochez
- PMQ
- Otras

12. ¿Existe en su entorno clínica exclusiva para cuidados de pie diabético?

- Si
- No
- No sabe

13. ¿Asistiría a consulta en una clínica privada exclusiva para cuidado de pie diabético?

- Si
- No
- No sabe

14. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a visitar esta clínica?

- Diario si es necesario
- Cada 3 días
- Semanal
- Mensual
- Otro

15. ¿Qué prefiere al momento de asistir a una clínica privada?

- Precio
- Calidad

- Ubicación
- Otros servicios

16. ¿Qué otros servicios le gustaría encontrar en una clínica?

17. ¿Qué características considera más importante en cuanto a la ubicación?

- Parqueo amplio
- Cercanía a hospital
- Facilidad de transporte
- Ubicación en centro comercial

18. ¿Por qué le gustaría recibir noticias de la clínica?

- Redes sociales
- Radio
- Televisión
- Correo electrónico

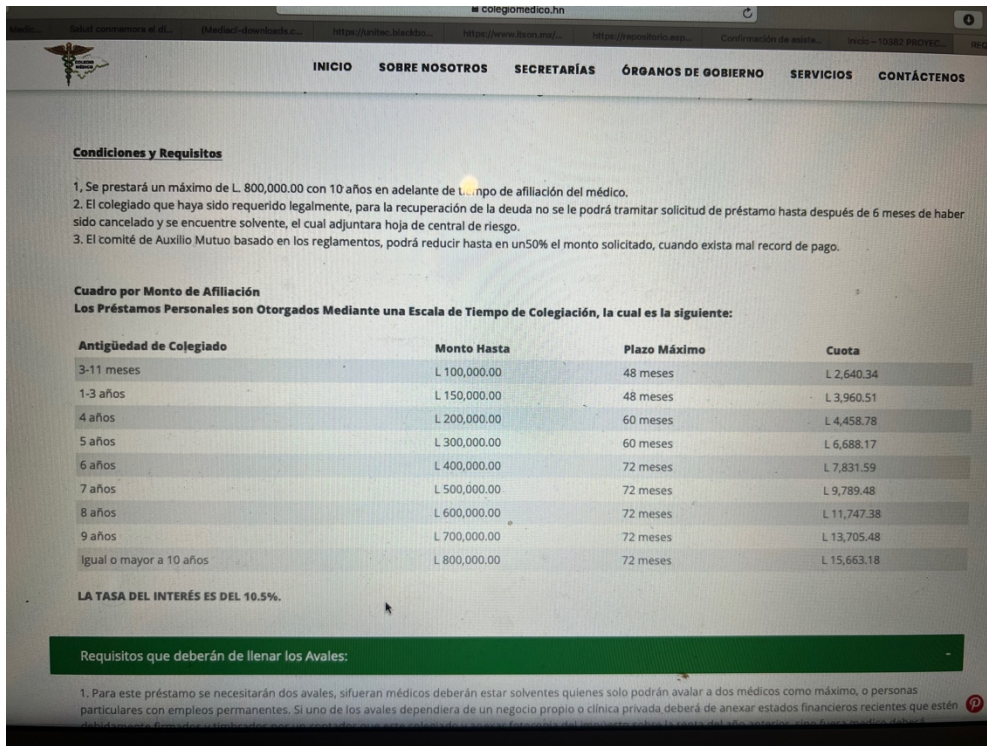
19. ¿Qué horario de atención prefiere?

- 07:00 am – 03:00 pm
- 08:00 am – 04:00 pm
- 09:00 am – 05:00 pm
- Otro

20. ¿En cuanto al rango de precios, que opción le parece más justa incluyendo consulta y medicamento?

- 700-1000 lps
- 1000-1200 lps

1. Información de préstamo CMH



condiomedico.hn

Inicio Sobre Nosotros Secretarías Órganos de Gobierno Servicios Contáctenos

Condiciones y Requisitos

1. Se prestará un máximo de L. 800,000.00 con 10 años en adelante de tiempo de afiliación del médico.
2. El colegiado que haya sido requerido legalmente, para la recuperación de la deuda no se le podrá tramitar solicitud de préstamo hasta después de 6 meses de haber sido cancelado y se encuentre solvente, el cual adjuntara hoja de central de riesgo.
3. El comité de Auxilio Mutuo basado en los reglamentos, podrá reducir hasta en un 50% el monto solicitado, cuando exista mal record de pago.

Cuadro por Monto de Afiliación
Los Préstamos Personales son Otorgados Mediante una Escala de Tiempo de Colegiación, la cual es la siguiente:

Antigüedad de Colegiado	Monto Hasta	Plazo Máximo	Cuota
3-11 meses	L 100,000.00	48 meses	L 2,640.34
1-3 años	L 150,000.00	48 meses	L 3,960.51
4 años	L 200,000.00	60 meses	L 4,458.78
5 años	L 300,000.00	60 meses	L 6,688.17
6 años	L 400,000.00	72 meses	L 7,831.59
7 años	L 500,000.00	72 meses	L 9,789.48
8 años	L 600,000.00	72 meses	L 11,747.38
9 años	L 700,000.00	72 meses	L 13,705.48
Igual o mayor a 10 años	L 800,000.00	72 meses	L 15,663.18

LA TASA DEL INTERÉS ES DEL 10.5%.

Requisitos que deberán de llenar los Avalués:

1. Para este préstamo se necesitarán dos avalués, si fueran médicos deberán estar solventes quienes solo podrán avalar a dos médicos como máximo, o personas particulares con empleos permanentes. Si uno de los avalués dependiera de un negocio propio o clínica privada deberá de anexar estados financieros recientes que estén debidamente firmados y timbrados por un contador público independiente y un abogado. El monto del préstamo no podrá ser mayor a la suma de los salarios de los avalués.