



**FACULTAD DE POSTGRADO
TESIS DE POSTGRADO**

**FACTIBILIDAD PARA UNA PLATAFORMA VIRTUAL DE
PROFESIONALES DE LA SALUD**

SUSTENTADO POR:

**EMMANUEL DAVID ESCALANTE ALAS
JORGE JOSE AMAYA ANDARA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

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

ABRIL 2020

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

**PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA UNA PLATAFORMA
VIRTUAL DE PROFESIONALES DE LA SALUD**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

ASESOR METODOLÓGICO

SAMMY DE JESÚS CASTRO MEJIA

MIEMBROS DE LA TERNA

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2020

EMMANUEL DAVID ESCALANTE ALLAS

JORGE JOSÉ AMAYA ANDARA

Todos los derechos reservados



FACULTAD DE POSTGRADO

PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA UNA PLATAFORMA VIRTUAL DE PROFESIONALES DE LA SALUD

MAESTRANTES: EMMANUEL DAVID ESCALANTE ALLAS Y JORGE JOSÉ AMAYA ANDARA

RESUMEN

La presente investigación muestra la prefactibilidad de la creación de una plataforma virtual para la centralización profesionales de la salud y la contratación de servicios de salud en la ciudad de Tegucigalpa M.D.C, mediante la realización de estudios de mercado, técnico, organizacional, financiero y legal. La insuficiencia de servicios de salud en Honduras es evidente ya que el país no cuenta con la logística para enfrentar en su totalidad las necesidades de la población, tanto en el sector público como en el privado, de igual manera existe una gran falta de oferta laboral para la población de profesionales de salud existentes. En el proceso de investigación se obtuvieron resultados positivos tanto de la población general como de los profesionales de la salud ante la posibilidad de enfrentar esta problemática mediante el uso de las tecnologías de la información y el comercio electrónico. El objetivo principal de la plataforma es brindar una alternativa laboral a profesionales de la salud, así como la facilidad para la población de contratación y búsqueda de profesionales de la salud con posibilidad de atención a domicilio.

Palabras clave: Salud, Salud Pública y privada, Profesionales de la salud, Comercio electrónico, Oferta laboral, Servicios de salud.



POSTGRADUATE FACULTY

FEASIBILITY PROPOSAL FOR A VIRTUAL PLATFORM OF HEALTH PROFESSIONALS

GRANDEE: EMMANUEL DAVID ESCALANTE ALLAS AND JORGE JOSÉ AMAYA ANDARA

ABSTRACT

This research shows the prefeasibility of creating a virtual platform for the centralization of healthcare professionals and the contracting of health services in the city of Tegucigalpa M.D.C, through market, technical, organizational, financial and legal studies. The insufficiency of health services in Honduras is evident since the country does not have the logistics to fully meet the needs of the population, both in the public and private sectors, likewise there is a great lack of labour supply for the population of existing healthcare professionals. In the research process, positive results were obtained both from the general population and from healthcare professionals when challenged with the possibility of facing this problem through the use of information technologies and e-commerce. The main objective of the platform is to provide a work alternative to healthcare professionals, as well as the facility for the population to hire and search for healthcare professionals with the possibility of home care.

Key words: Health, Public and private health, Healthcare professionals, Electronic commerce, Job offer, Health services.

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico a Dios, por el regalo de la vida y por darme la sabiduría que me ha permitido llegar a esta etapa.

A mis padres y mis hermanas, que me han acompañado en el deseo de superarme, deseándome lo mejor en cada paso por este camino de la vida. Porque cada uno de ustedes ha motivado mis sueños.

A mis compañeros y maestros, por el esfuerzo que hacen y el conocimiento que me han compartido, el cual me ha enseñado tanto.

Emmanuel David Escalante Alas

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios ya que sin el nada sería posible y me ha permitido superar diferentes obstáculos durante mi vida.

A mi padre, madre y hermano, ya que sin su apoyo incondicional en todo momento no sería la persona que soy ahora, han estado ahí en cada etapa de mi vida impulsándome a seguir adelante y alcanzar mis metas

A mi novia que sin lugar a dudas me ha apoyado durante este proceso de superación y aprendizaje, alentándome cuando me sentía frustrado y desanimado, logrando levantarme guiándome al camino correcto cada vez que flaqueaba.

A mis compañeros y maestros que durante esta travesía tuve el placer de compartir y aprender junto a ellos.

Jorge José Amaya Andara

AGRADECIMIENTO

Se ofrece un agradecimiento a nuestro asesor Msc. Sammy de Jesús Castro Mejía porque nos ha brindado la apertura de recurrir a él y su conocimiento, así como la paciencia que ha demostrado a lo largo de esta última etapa para guiarnos en el desarrollo de la tesis.

Para finalizar queremos agradecer a nuestros catedráticos quienes nos acompañaron a lo largo de este proceso en las diferentes clases, compartiéndonos sus conocimientos y apoyo moral. Quienes nos han hecho crecer en nuestra vida personal y profesional.

Por último, queremos agradecer a nuestros compañeros, ya que en muchas ocasiones gracias al compañerismo y amistad han aportado de gran manera las ganas de seguir adelante.

Gracias.

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes	2
1.3. Definición del problema	4
1.3.1 Enunciado del problema	4
1.3.2 Formulación del problema.....	4
1.3.3 . Preguntas de investigación	4
1.4. Objetivos de la Investigación.....	5
1.4.1 Objetivo General.....	5
1.4.2 Objetivos Específicos	5
1.5. Justificación	6
1.6. Declaración de variables (Diagrama Sagital)	7
1.7. Delimitación de la investigación.....	8
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Análisis de la situación actual.....	9
2.1.1 El Macroentorno	9
2.1.2 El Microentorno.....	11
2.2. Teorías de sustento.....	13
2.2.1 Estudio de mercado	13
2.2.2 Estudio Técnico	15

2.2.3 Estructura organizacional	16
2.2.4 Evaluación Económica y financiera	17
2.3. Conceptualización.....	18
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	20
3.1. Congruencia metodológica	20
3.2. Operacionalización de las variables.....	21
3.3. Enfoque y alcance de la investigación.....	23
3.3.1 Enfoque de la investigación.....	23
3.3.2 Alcance de la investigación	23
3.4. Diseño de la Investigación.....	23
3.4.1 Población	24
3.4.2 Muestra	25
3.4.3 Tipos de muestreo.....	26
CAPÍTULO IV. Resultados y Análisis.....	27
4.1. Encuesta aplicada a la población de Tegucigalpa, Honduras.	27
4.2. Encuesta Realizada a profesionales de la salud.	41
4.3. Aplicabilidad.....	44
4.4. Estudio de mercado.....	45
4.4.1 Análisis de la demanda	45
4.4.2 Análisis de la oferta	46

4.4.3 Mercado objetivo.....	47
4.4.4 Cobertura de la demanda.....	48
4.4.5 Estimación de las tendencias del mercado	48
4.4.6 Promoción.....	48
4.4.7 Producto.....	49
4.4.8 Precio.	49
4.4.9 Plaza.	50
4.5. Estudio técnico.....	50
4.5.1 Localización.....	50
4.5.2 Espacio	51
4.5.3 Mobiliario y equipo	51
4.5.4 Proceso general.....	52
4.6. Estudio organizacional.....	52
4.6.1 Planificación estratégica	53
4.6.2 Misión.....	53
4.6.3 Misión.....	53
4.6.4 Valores.....	53
4.6.5 Organización.....	54
4.6.6 Salarios del personal operativo.....	56
4.7. Estudio legal.....	57

4.7.1 Legislación relacionada con el mercado.....	57
4.7.2 Legislación relacionada con la administración y organización.....	60
4.7.3 Aspectos financieros y contables.....	61
4.8. Estudio Financiero	62
4.8.1 Supuestos Financieros	62
4.8.2 Supuesto de Gastos.....	63
4.8.3 Plan de Inversión	63
4.8.4 Supuesto de Ingresos	64
4.8.5 Supuesto de gastos operativos anuales	64
4.8.6 Depreciaciones.....	65
4.8.7 Amortización del financiamiento	65
4.8.8 Estado de resultados	66
CAPÍTULO. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
5.1. Conclusiones.....	70
5.2. Recomendaciones	71
CAPITULO VI. APLICABILIDAD.....	72
6.1. Acta de Constitución del Proyecto.....	72
6.2. Gestión del Alcance del Proyecto	75
6.3. Definición del Alcance del Proyecto	75
6.4. Estructura de Desglose de Trabajo	76

6.4.1 Cronograma de Actividades	77
6.5. Plan de Gestión de costos	77
6.6. Plan de Adquisiciones.....	77
6.7. Matriz de Adquisiciones	81
6.8. Plan de Recursos Humanos.....	82
6.8.1 Matriz de Roles y Funciones	82
6.8.2 Relaciones de comunicación y red interna	83
6.9. Plan de Gestión de Riesgos.....	84
ANEXOS	90
ANEXO 1: FORMULARIO DE ENCUESTA PARA USUARIOS	90
ANEXO 2: FORMULARIO DE ENCUESTA PARA PROFESIONALES DE LA SALUD	93

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Declaración de variables: diagrama Sagital	8
Figura 2. Diagrama de las 5 fuerzas de Porter para la plataforma Online	12
Figura 3. Datos demográficos: Edades	27
Figura 4. Datos demográficos: Sexo.....	28
Figura 5. Estado Civil	28
Figura 6. Ocupación.....	29
Figura 7. Ingresos promedios en el hogar	30
Figura 8. Frecuencia del uso de internet	31
Figura 9. Finalidad de su navegación por internet.....	32

Figura 10. Contratación de servicios por internet.....	33
Figura 11. Frecuencia de las transacciones por internet	33
Figura 12. Tipo de transacciones por internet.....	34
Figura 13. Gasto promedio en transacciones por internet.....	35
Figura 14. Frecuencia en las visitas médicas	36
Figura 15. Razón de las visitas médicas	37
Figura 16. Gasto promedio en las visitas médicas.....	38
Figura 17. Tipo de atención público y privada	39
Figura 18. Necesidad de cuidados especiales	39
Figura 19. Búsqueda virtual de profesionales.....	40
Figura 20. Edades de profesionales de la salud.	41
Figura 21. Tipos de profesionales de la salud.....	41
Figura 22. Estado laboral de los profesionales de la salud / Disposición para operar mediante internet.	42
Figura 23. Disposición para ofrecer sus servicios a domicilio.	43
Figura 24. Figura de aplicabilidad	44
Figura 25. Estructura de Desglose de trabajo	76
Figura 26. Cronograma de Actividades	77
Figura 27. Organigrama de la empresa.....	82
Figura 28. Comunicación Directa e Indirecta.....	83
Figura 29. Comunicación formal vía correo electrónico	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Diagrama PESTEL de la plataforma virtual.....	10
Tabla 2 Matriz de congruencia metodológica.....	20
Tabla 3 Operacionalización de las variables.....	21
Tabla 4 Demanda Esperada	45
Tabla 5 Proyección de la demanda (2018-2027)	45
Tabla 6 Oferta Esperada.....	46
Tabla 7 Proyección de la oferta	46
Tabla 8 Herramientas y equipo de oficina	51
Tabla 9 Costos de operación fijos (Salarios Mensuales)	54
Tabla 10 Perfil del Gerente General	54
Tabla 11 Perfil del Contador.....	55
Tabla 12 Perfil del Desarrollador Web	55
Tabla 13 Perfil Atención al cliente	56
Tabla 14 Planilla de salarios y aportaciones	56
Tabla 15 Supuestos Financieros.....	62
Tabla 16 Supuesto de Gastos	63
Tabla 17 Gastos Operativos iniciales.....	63
Tabla 18 Supuesto de Gastos proyectado a 5 años	64
Tabla 19 Depreciaciones anuales.....	65
Tabla 20 Datos generales del préstamo	66
Tabla 21 Amortización de financiamiento.....	66
Tabla 22 Estado de resultados.....	66

Tabla 23 Flujos de caja	67
Tabla 24 Valor actual Neto	67
Tabla 25 Tasa Interna de Retorno.....	67
Tabla 26 Estado de resultados Pesimista	68
Tabla 27 Flujo de Caja Pesimista.....	68
Tabla 28 Gestión del alcance	75
Tabla 29 Plan de Adquisiciones del proyecto.....	77
Tabla 30 Matriz de Roles y Funciones	82
Tabla 31 Listado de riesgos	84
Tabla 32 Matriz de Administración de Riesgos.....	85

INDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Cálculo de muestra con poblaciones finitas	25
---	----

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

(Torres, 2006) En un artículo de la revista electrónica “Atención Primaria” nos dice que: “El concepto «necesidades de salud» se define como el grado de salud-enfermedad que los usuarios potenciales de los servicios de salud experimentan, y está dado por la estrecha relación entre las necesidades básicas del individuo (salud física, autonomía) y las necesidades intermedias (buena nutrición, vivienda, ambiente, seguridad física, económica y en el trabajo, cuidado de la salud y educación), que a su vez están medidas y definidas por las condiciones sociopolíticas y culturales de cada población. Por lo tanto, este concepto tiene implicaciones importantes para establecer prioridades en la planificación y toma de decisiones en la provisión de servicios de salud”.

Aproximadamente un 60% de la población de honduras no cuenta con un seguro médico activo, de los cuales, los que tienen la posibilidad, acuden a las clínicas privadas, y paradójicamente más de siete mil profesionales de la salud se encuentran sin empleo actualmente.

Por lo anterior, tomando en cuenta que la salud es una necesidad básica, en el área de atenciones primarias, cuidados de seguimiento y atención al adulto mayor, así como, la excesiva cantidad de profesionales de la salud, con o sin experiencia laboral, que están desempleados o subcontratados en Honduras actualmente.

El siguiente análisis se realiza para determinar la prefactibilidad de un negocio que consiste en una plataforma virtual para centralizar la búsqueda y contratación de servicios de salud, que se estructura en cinco áreas: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio organizacional, Estudio Legal y el Estudio Financiero. Tomando en cuenta la población de Tegucigalpa, M.D.C, Honduras con un nivel de ingresos medio-alto.

1.2. Antecedentes

La prestación de servicios profesionales en el sector salud puede facilitarse y extenderse mediante su inclusión a plataformas virtuales, que permitan extender su alcance.

(Rodriguez, 2001) Nos dice:

El corazón del comercio electrónico, su razón de ser yace en la universalidad de acceso e intercambio de información por parte de las personas y organizaciones a través de la Internet. Dicha facilidad es sólo una ventaja, mas no hace a la oportunidad; con el fin de que el individuo o empresa participe en un esquema de comercio es necesario que ciertas situaciones y condiciones se den.

Como cualquier otro medio de comunicación la Internet permite colocar publicidad y hacer llegar publicidad a los consumidores potenciales, de la misma forma como puede hacerse llegar a través de los medios escritos (diarios y revistas) o por canales de radiotransmisión (radio y televisión). Una diferencia distingue a la Internet de estos dos medios, la cual es la posibilidad de realizar transacciones usando el mismo canal.

Los medios de comunicación masiva tradicionales se caracterizan por ser unidireccionales. Por ejemplo, cuando a través de la prensa, radio o TV uno se entera de un nuevo producto es necesario que uno acuda a una tienda o con un distribuidor para ver, conocer más o adquirir el producto. Tratándose de un servicio es necesario además establecer un contrato.
(p.8)

A nivel Latinoamericano el comercio en línea y sus derivados ha venido a despegar tiempo después, pero con un impulso importante.

América Latina está comenzando a despegar en lo que se refiere al comercio electrónico. No ha alcanzado los niveles de Asia o de Europa, pero está experimentando un impulso importante. Aun así, según el Estudio Retos del eCommerce México 2017, elaborado por el Instituto Superior para el Desarrollo de Internet, el comercio online supone únicamente un 2,6% de todo el comercio de la región. (eMarketServices, 2017)

El comercio en línea a cruzado fronteras, llegando a tener gran aceptación incluso en países de la región centroamericana, no solo importando productos y servicios del extranjero, sino que se realizan intercambios locales.

(Melgar, 2016) Señala que en Honduras el Comercio Electrónico ocurre en plataformas nacionales como norteamericanas. Un gran número del comercio local utiliza sistemas de pago en línea. Por ejemplo, servicios de comida como Pizza Hut, Instituciones educativas como UNITEC, la mayoría de instituciones bancarias etc.

En la actualidad empieza a sonar la prestación de servicios y su promoción mediante plataformas en línea. Este modelo se caracteriza fundamentalmente en que las empresas contratan la mano de obra que presta el servicio en calidad de trabajadores autónomos. (Áreadepymes, s.f.)

El eCommerce Institute, que se define como “Una organización sin fines de lucro de carácter regional que desarrolla y apoya la Economía Digital en los diferentes países de Latinoamérica con el objetivo de promover iniciativas que consoliden e impulsen el mundo de los negocios por Internet” (eCommerce Institute, 2019), tiene premiaciones anuales para los comercios, instituciones y emprendedores que prestan sus servicios a través de una plataforma virtual con el fin de reconocer sus esfuerzos y alentar a nuevos aspirantes, dentro de los finalistas

de distintos sectores en Honduras en el 2019 se encuentran CM Airlines, Sompopo, Cinépolis, Lovable, Me Late Chocolate, entre otros (eCommerce Award, 2019).

1.3. Definición del problema

1.3.1 Enunciado del problema

En Honduras hay una ausencia de un medio eficiente para la contratación y prestación de servicios, los procesos de selección son ineficientes muchas veces, lo que resulta en una pérdida de tiempo y un proceso más extenso a la hora de encontrar el profesional adecuado, lo que augura un incremento en la tasa de desempleo especialmente en el sector salud. Se propone el diseño de una plataforma en línea que facilite la contratación y exposición de perfiles profesionales, en el cual se permita puntuar a los profesionales de acuerdo a su desempeño.

1.3.2 Formulación del problema

La ausencia de una plataforma que facilite la promoción y la contratación de servicios de salud lógicamente resulta en un proceso lento e ineficiente ya que no existe ningún tipo de centralización para búsqueda y contratación de servicios de salud, lo que ralentiza el proceso de prestación de servicio para los profesionales de la salud, y no existen métodos alternos al tradicional para la obtención de atención médica para la población en general.

1.3.3 . Preguntas de investigación

¿Cuál es la oferta y la demanda para el negocio que se propone?

¿Cuál es la estructura organizacional óptima para que la empresa funcione eficientemente?

¿Cuáles son los requerimientos, costos de inversión y la rentabilidad financiera del proyecto?

¿Cuáles son las normas y requisitos para constituir y operar una empresa de centralización de servicios en línea?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad de un negocio en línea de centralización de servicios de la salud, a través de un estudio de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, con el propósito de demostrar a los inversionistas la viabilidad de llevar a cabo el proyecto en la ciudad de Tegucigalpa M.D.C Honduras.

1.4.2 Objetivos Específicos

- 1 Realizar un estudio del mercado laboral en el área de la salud en Honduras, con el fin de obtener los índices de oferta y demanda laboral en este sector, así como en qué medios y como se publicitan las ofertas laborales.
- 2 Realizar un estudio organizacional en el que se determinen los recursos humanos necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- 3 Realizar un estudio técnico y financiero que permita conocer la logística y presupuesto necesarios para implementar una plataforma virtual de tal magnitud y rubro y así obtener los beneficios que provee este medio.
- 4 Realizar un estudio legal para conocer los requisitos y normas que se deben seguir para la institución y operación de la empresa.

1.5. Justificación

El sistema de salud en Honduras se ha encontrado al borde del colapso, debido a múltiples factores, ya que se utiliza el mismo modelo de salud y protección social de hace 50 años, se ha discutido una reforma al sector debido a la crisis sanitaria, colapso de los centros asistenciales y una severa crisis financiera que ha acelerado este proceso, lo anterior también responde a que la Secretaria de Salud (SESAL) atiende a un 60% de los hondureños, El Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS) un 12% y el sector privado atiende un 10% , lo que se traduce que 9 de cada 10 hondureños no está cubierto por ningún tipo de seguro y se estima que el 18% de la población no tiene acceso a los servicios de salud, SESAL¹ cuenta con 1,635 establecimientos a nivel nacional, el IHSS² cuenta con 13 establecimientos y el sector privado con 1,131 establecimientos lo que se traduce en 0.4 hospitales por cada 100,000 habitantes, lo que evidencia la gran necesidad que existe en el sector de salud y atenciones médicas (Carmenate Milian, Herrera Ramos, & Ramos Cáceres, 2016).

En contraste con lo anterior se estima que cerca de 7,000 médicos están desempleados según la presidenta del Colegio Médico de Honduras, las cifras son similares para el servicio de enfermería auxiliar según Josué Orellana de la Asociación de Enfermeros y Enfermeras Auxiliares de Honduras, ambos aducen que el problema radica en la priorización de empleo de profesionales de la salud extranjeros (Redaccion, El Heraldo, 2017).

En vista de las cifras alarmantes antes expuestas es necesario implementar una plataforma donde los profesionales de la salud puedan ofrecer sus servicios para generar ingresos y que los habitantes, que necesiten atención médica ya sea domiciliaria o en un centro de atención

¹ Secretaria de Salud Honduras

² Instituto Hondureño de Seguridad Social

especializado, puedan realizar búsquedas e informarse de los posibles médicos o establecimientos que puedan suplir esa necesidad, haciendo uso de un plataforma virtual sirviéndose de la cercanía y fácil acceso que esta provee.

1.6. Declaración de variables (Diagrama Sagital)

Variable dependiente: Pre- factibilidad de una empresa que brinda un servicio de centralización en la promoción y contratación de servicios profesionales para el sector salud.

Variable independiente:

- a) Población objetivo
- b) Precio del servicio
- c) Oferta
- d) Demanda
- e) Demanda insatisfecha
- f) Tasa interna de retorno (TIR)

g) Valor presente neto (VPN)

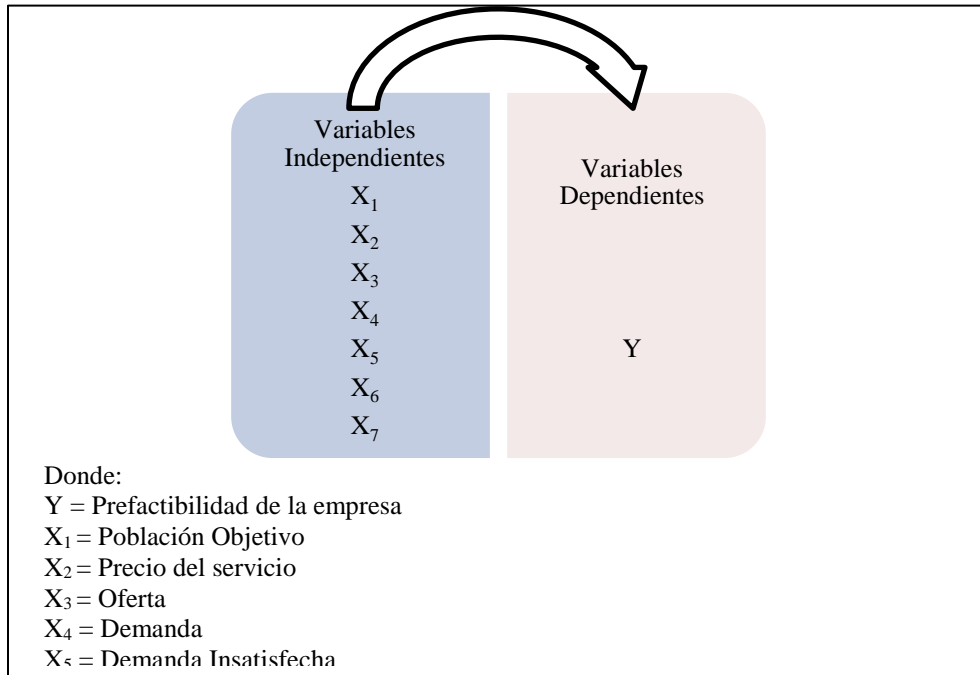


Figura 1. Declaración de variables: diagrama Sagital

Fuente: Elaboración propia

1.7. Delimitación de la investigación

La presente investigación está orientada al estudio de prefactibilidad de una empresa encargada de centralizar la prestación de servicios profesionales para el sector de la salud en Tegucigalpa M.D.C Honduras

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Análisis de la situación actual

2.1.1 El Macroentorno

Los inicios del comercio electrónico se pueden remontar 1920 cuando comenzaron las ventas por catálogo en Estados Unidos, donde por primera vez el cliente compraba sin ver el producto físicamente, este método de distribución, innovador para la época, facilitaba alcanzar clientes potenciales en zonas rurales difíciles de alcanzar. (Linkoo, 2014)

En la década de los 60 se inició el intercambio de información comercial mediante vías electrónicas, de órdenes de compra digitalizadas en un formato estándar, llamada EDI³ por sus siglas en inglés, utilizado antes de la existencia de las computadoras personales, con el avance de la tecnología surgieron nuevos métodos y procedimientos para la transferencia de información, lo que hoy en día se conoce como Internet, lo que facilitó el acceso a la transferencia de datos globalizada.

Definiremos al término comercio electrónico o eCommerce como la actividad de compra y venta de bienes y servicios a través de la Internet donde las transacciones consisten en el intercambio de una serie de documentos electrónicos que llevan información de los elementos negociados, así como de los procesos, áreas y personajes involucrados. (Avila, 2003)

Las redes sociales, las comunicaciones móviles, la web 2.0., los teléfonos inteligentes, las tablets que se tienen hoy al alcance están cambiando los hábitos de consumo a nivel mundial. Ya no basta con poner un catálogo de productos en una tienda online de manera estática y esperar que los usuarios compren. Cada vez son más las personas que utilizan sus dispositivos móviles para

³ EDI: Electronic Data Interxchange, Intercambio de Datos Electrónicos

realizar búsquedas, comparar precios y también para comprar online. Esta tendencia se impondrá en un futuro no muy lejano y las empresas que quieran vender online deberán adaptarse a estos nuevos hábitos y dispositivos. (Linkoo, 2014)

Tabla 1 Diagrama PESTEL de la plataforma virtual.

	Factor	Detalle	Plazo			Impacto
			Corto Plazo (1 mes o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo Plazo (Más de 3 años)	
Político	Cambio de Gobierno	El cambio de gobierno provoca movimiento en los empleados de salud en el área publica	X			Negativo
	Programas de apoyo a Emprendimiento	Estos programas protegen e impulsan a emprendedores de eCommerce		X		Positivo
	Manifestaciones	Las manifestaciones desaceleran el crecimiento económico		X		Muy Negativo
Económico	Divisa	La devaluación de la moneda afectar directamente los gastos de servicios de almacenamiento			X	Negativo
	Ciclo Económico	Después de la recesión económica actual se espera un repunte			X	Positivo
	Aumento de la tasa de interés	Esto afecta directamente las ganancias y rentabilidad de la empresa			X	Negativo
Social	Las tendencias modernas de estar siempre conectados	Los usuarios de Teléfonos inteligentes y compras por internet en honduras van en aumento			X	Muy Positivo
	Nivel de Ingresos	En Honduras la mayor parte de la población tiene ingresos Medio-Bajos		X		Neutro

	La percepción positiva hacia el eCommerce	Esta va en aumento, cada vez más usuarios realizan sus transacciones en línea con confianza			X	Muy Positivo
Tecnológico	Internet	El acceso a internet residencial y móvil se ha expandido a todo el territorio nacional			X	Muy Positivo
	Insolencia	Existen muchos teléfonos Inteligentes obsoletos actualmente en uso		X		Neutro
	Software en la nube	El acceso a estas tecnologías facilita el eCommerce			X	Muy Positivo
Ambiental	Contaminación	Al ser una empresa de Servicio eCommerce se produce poca contaminación			X	Positivo
	Políticas Medio Ambientales	Estas impulsan el uso de tecnologías digitales para reducir el uso recursos no renovables		X		Neutro
Legal	Ley de Comercio Electrónico	Por decreto 149-2014, el comercio electrónico está regulado y protegido.			X	Positivo

Fuente: Elaboración Propia

2.1.2 El Microentorno

El Entorno de desarrollo del comercio electrónico en Honduras está en crecimiento constante, esto solo es un reflejo de la cultura “en línea” que está creciendo en Centroamérica.

Este crecimiento no sólo lo refleja por las compras en línea. Para mediados del 2015, Honduras ya supera los 2 Millones de usuarios de Redes Sociales, (más del 25% de la población total) según el más reciente Estudio de Redes Sociales iLifebelt.

Además, el sitio Statista refleja que para 2014, Honduras ya reportaba 7.7 millones de usuarios de teléfonos celulares, y se puede asumir con toda confianza que esta cifra ha ido en constante crecimiento. (Melgar, 2016)

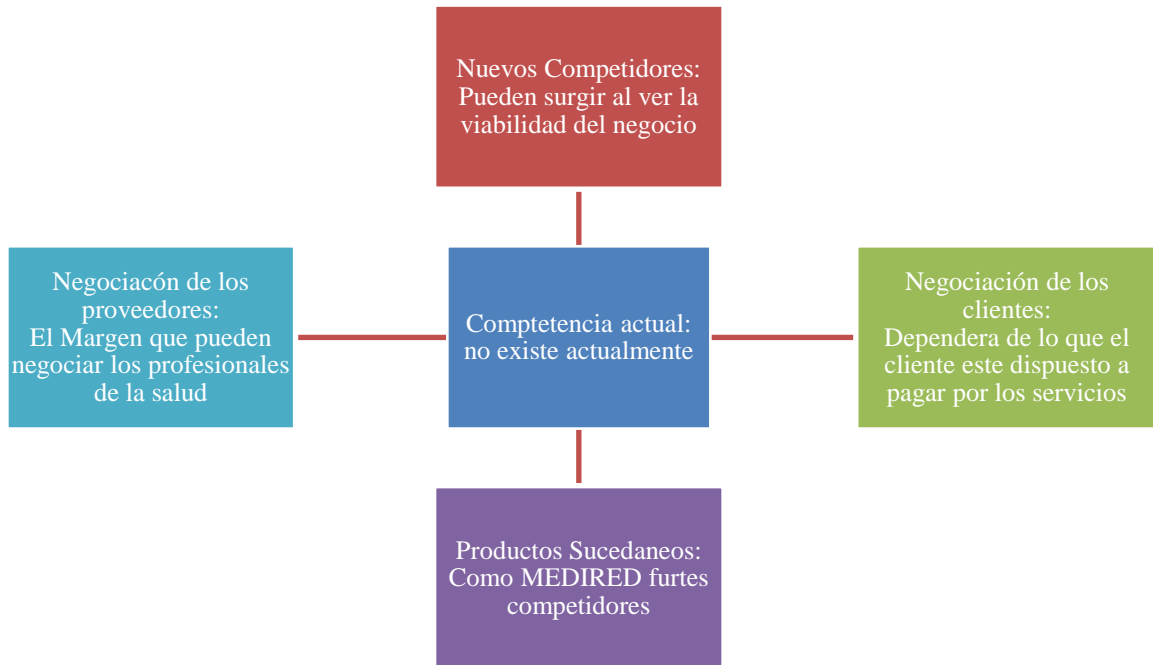


Figura 2. Diagrama de las 5 fuerzas de Porter para la plataforma Online
Fuente: Elaboración propia

El análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, demuestra el posible éxito que pueda tener el proyecto, ya que existen muchas variables a favor, el servicio de plataforma virtual para profesionales de la salud, estaría prestando un servicio innovador, tanto para usuarios como para profesionales de la salud, actualmente no existe una competencia directa con las mismas características, y tanto el poder negociación de clientes como el poder de negociación de proveedores (los profesionales de la salud), son manejables.

2.2. Teorías de sustento

En este apartado se describen el conjunto de teorías complementarias que sirven de sustento a los argumentos de esta investigación, con las cuales, después de analizarlas, se les da respuesta a las preguntas de investigación.

2.2.1 Estudio de mercado

Se realizará el estudio de mercado con la intención de comprender la situación y necesidades que tiene el mercado, de manera que se pueda orientar el proyecto al éxito, apoyándose en la recopilación de información y evidencias empíricas.

El estudio de mercado nos facilita la toma de decisiones empresariales. Nos ayuda a escoger la alternativa más acertada. Aumenta nuestras probabilidades de éxito. (Fernández, 2017, pág. 15)

Después de plasmarse la idea, esta se analiza junto con las alternativas disponibles, de las cuales se seleccionan las que logren obtener una mayor rentabilidad y lo más rápido posible. Para esto es indispensable determinar el lugar donde se pretende establecer la idea de negocio. Hay que prestar especial atención a las variaciones que se dan en el mercado, lo que hoy puede llenar las expectativas de los usuarios a los que se dirige el producto, puede que mañana no.

Hoy más que nunca, el medio que nos rodea cambia con vertiginosa rapidez. La economía, la tecnología, las leyes, la ecología y la sociedad en general, que dictan una parte importante de la conducta de compra de las personas, están en constante evolución debido tanto a la investigación y desarrollo de productos y servicios, así como al intercambio comercial y cultural que se está produciendo entre casi todas las naciones. (Benassini, 2009, pág. 4)

2.2.1.1. Entorno macroeconómico

Es importante analizar el entorno macroeconómico, ya que estos son datos del país en conjunto y, a partir de estos, se puede comprender la situación actual y futura en la que se encuentra la economía del país mediante algunos indicadores. El no tenerlas en cuenta puede ser que nuestra idea de inversión se desplome o, en su contraparte, que se dispare. Este proyecto se estará desarrollando en Honduras, por lo que se analizarán los indicadores correspondientes.

(Mundial, 2019) nos dice:

En años recientes, Honduras ha registrado las segundas tasas de crecimiento económico más altas de Centroamérica, superadas solo por las de Panamá. El crecimiento del PIB del país alcanzó el 4.8 por ciento en 2017 y el 3.7 por ciento en 2018 y se prevé que crezca un 3.3 por ciento en 2019, por encima del promedio en Centroamérica y muy por encima del promedio en América Latina y el Caribe. (P.1)

Estos datos nos indican que en términos económicos el país cuenta con grandes oportunidades para seguir creciendo e incrementando la prosperidad de los habitantes y aumentar la competitividad por el desarrollo económico.

2.2.1.2. Entorno microeconómico

La empresa se ubicará en Tegucigalpa, Honduras. Aunque se manejará de forma virtual, se estableció que la capital sería el sitio más adecuado considerando su densidad poblacional.

Según (Herrera, 2016):

En Honduras existe una política de recursos humanos muy desactualizada y no hay planificación en el campo ni coordinación entre las diferentes instancias involucradas. En

2015 la SESAL contaba con 2.546 médicos permanentes (63,2%), el sector privado con 880 médicos (23,9%) y el IHSS con 474 médicos (12,9%). Hablando solo en el contexto de la SESAL que es el mayor empleador en el 2015 tenía 23,954 empleados de los cuales solo el 13% son profesionales de la medicina, este se ha reducido gradualmente desde el 2008 el cual los profesionales de la medicina representaban un 22,9% del personal. EL 68.34% son mujeres y el resto 31.66% son hombres lo que confirma la tendencia a la feminización de los trabajadores de salud. Lo anterior representa un desempleo del 46% de los 10,995 médicos colegiados. (p.8)

En relación a la tasa de desempleo en el sector salud, específicamente en los médicos colegiados, es de casi un cincuenta por ciento, lo que indica que casi la mitad de ese gremio que forma parte de la población activa no está trabajando y busca trabajo, el cual vendría a ser una parte importante del mercado objetivo.

2.2.2 Estudio Técnico

Este se realiza con el objetivo de perfeccionar la idea original hasta encontrar una solución y justificar las decisiones que se toman de acuerdo al diseño que se ha propuesto. En este apartado se analiza la necesidad que tiene el proyecto en términos de capital y mano de obra, para iniciar la puesta en marcha.

Todos los aspectos que intervienen con el proyecto deben ser tomados en cuenta, tales como la localización, la geografía, el acceso al lugar, factores institucionales y legales.

El análisis de costos que se presenta como conclusión del estudio técnico consiste en la determinación y distribución de los costos de la inversión física y de los de operación del proyecto, en términos totales y unitarios. (Guía para la presentación de proyectos, 2006, pág. 15)

2.2.2.1. Tecnología disponible

Para llevar a cabo la prestación del servicio, se vuelve necesaria una oficina en la cual se administre la plataforma, lo suficientemente cómodo para la estadía del personal técnico y administrativo. Es importante determinar identificar el equipo clave para llevar a cabo las tareas de seguimiento y monitoreo.

Equipo clave es aquel que requiere de la mayor inversión y que, por tanto, se debe aprovechar al cien por ciento de su capacidad. (Urbina, 2010, pág. 77)

2.2.2.2. Proceso de servicio

Los clientes se registran a la plataforma donde pueden crear su perfil profesional y ponerse a disposición, el cual podrá ser buscado por cualquier persona natural para la contratación de sus servicios, al finalizar el usuario podrá calificar al profesional de la salud de acuerdo a su desempeño. Para mantener el servicio y que se competitivo, así como nos dice (Urbina, 2010, pág. 74) es necesario mantener la creatividad e innovación. Elaborándolos con calidad estable y a un precio competitivo.

2.2.3 Estructura organizacional

La tarea de diseño parte de un propósito deliberado en función de la estrategia organizacional, y debe considerar los recursos disponibles, en particular la tecnología a utilizar. (Gilli, 2017, pág. 20)

Al analizar esta variable lo que se busca es diseñar una estructura que cumpla con los diferentes roles necesarios para mantener en marcha la empresa y sus proyectos, donde se espera que se cumplan con la mayor eficiencia posible.

2.2.4 Evaluación Económica y financiera

La evaluación económica de un proyecto de inversión (P.I) consiste en resumir todas las variables financieras que lo definen en un único índice representativo, que nos indique en qué medida su realización contribuye al objetivo financiero. Ese índice, normalmente, es una medida de la rentabilidad del proyecto, porque todo incremento de la rentabilidad, conlleva, presumiblemente, un incremento del valor de mercado de la empresa para sus propietarios. (Arturo Haro de Rosario, 2017, pág. 26)

Realizar el estudio financiero nos ayuda a determinar, mediante diferentes cálculos, la rentabilidad que tendrá nuestro proyecto al final del mismo, considerando el capital que se ha invertido y las tasas de interés que le corresponden, lo que nos lleva a concluir si llevarlo a cabo es factible.

Una vez concluido el estudio de la parte técnica donde ya se ha definido que hay un mercado por cubrir y ningún impedimento por parte de los recursos tecnológicos y humanos para llevar a cabo el proyecto, la parte económica y financiera determinan el monto de los recursos económicos necesarios, como ser: costos de operación, administración, producción y ventas.

2.2.4.1. Innovación

La idea de centralizar la búsqueda y promoción de los servicios profesionales en el sector salud nace a raíz de la situación de desempleo que está amenazando este gremio, al igual que en muchos otros. Se vio este problema como un canal para transformarlo en una oportunidad de negocio en la que se busca la generación de ingresos propio a la vez que se estimula la contratación y promoción de los servicios profesionales. La inversión inicial es considerablemente pequeña, ya

que no se necesita maquinaria especializada, y a partir de los estudios correspondientes se verificará si es necesaria una fuente de financiamiento.

2.2.4.2. Indicadores financieros (VPN y TIR)

Con el objetivo de facilitar la toma de decisiones y determinar si nuestro proyecto es viable será necesario evaluar estas variables financieras:

El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Urbina, 2010)

El valor presente neto nos ayuda a tomar decisiones de inversión, es decir si estas nos serían rentables o no, este método consiste en traer al día de hoy los flujos de caja. Con esto sabemos si los movimientos de dinero que se van a generar significan un beneficio o una pérdida para nuestra inversión.

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Urbina, 2010)

Este indicador nos ayuda a medir la viabilidad del proyecto y compararla con otros, es de gran utilidad para los inversionistas, con la cual pueden ver cuál de los diferentes proyectos les resulta más factible.

2.3. Conceptualización

Población objetivo: es el mercado potencial de consumidores o usuarios definido para un área geográfica, segmento de edad, comunidad, producto o servicio en base a datos demográficos, de ingresos, actividad económica, y análisis de contexto social y comunitario. (Bernardez, 2008, pág. 403)

Precio del servicio: El coste que percibe el consumidor necesario para adquirir productos que le ofrece el mercado y él mismo desea. (Verónica Baena Graciá, 2010, pág. 59)

Oferta: se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida del mismo. (Parkin, 2009, pág. 66)

Demanda: se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo. (Parkin, 2009, pág. 61)

Demanda insatisfecha: Es cuando las demandas en el mercado no están suficientemente atendidas. (Miranda, 2005, pág. 102)

Tasa interna de retorno (TIR): Es el rendimiento esperado de un proyecto de presupuesto de capital. (Emery, 2000, pág. 306)

Valor presente neto (VPN): Es el valor presente de los ingresos actuales y futuros menos el valor presente de los costos actuales y futuros. (Paul Krugman, 2006, pág. 176)

Producto: El producto es un conjunto de atributos físicos, de servicio simbólico que producen satisfacción, o beneficios al usuario o comprador. (Galindo, pág. 15)

Rentabilidad: Rentabilidad es sinónimo de ganancia, de utilidad, de beneficio, de lucro, presupone la realización de negocios con márgenes positivos. (Hector Alberto Faga, 2006, pág. 15)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Congruencia metodológica

A continuación, se presenta la matriz de congruencia metodológica la cual tiene el objetivo de garantizar la armonía y congruencia entre las diferentes etapas involucradas en el proceso de investigación y se define como una herramienta que brinda la oportunidad de abreviar el tiempo dedicado a la investigación, su utilidad permite organizar las etapas del proceso de la investigación de manera que desde el principio exista una congruencia entre cada una de las partes involucradas en dicho procedimiento. (Pedraza, 2001)

Tabla 2 Matriz de congruencia metodológica

Título de la investigación	Objetivo general de la investigación	Objetivos específicos de la investigación	Preguntas de investigación
Factibilidad para una plataforma virtual de profesionales de la salud	Determinar la factibilidad de un negocio en línea de centralización de servicios de la salud, a través de un estudio de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, con el propósito de demostrar a los inversionistas la viabilidad de llevar a cabo el proyecto en la ciudad de Tegucigalpa M.D.C Honduras.	1 realizar un estudio del mercado laboral en el área de la salud en Honduras, con el fin de obtener los índices de oferta y demanda laboral en este sector, así como en qué medios y como se publicitan las ofertas laborales.	¿Cuál es la oferta y la demanda para el negocio que se propone?
		2 realizar un estudio organizacional en el que se determinen los recursos humanos necesarios para el funcionamiento de la empresa.	¿Cuál es la estructura organizacional óptima para que la empresa funcione eficientemente?
		3 realizar un estudio técnico y financiero que permita conocer la logística y presupuesto necesarios para implementar una plataforma virtual de tal magnitud y rubro y así obtener los beneficios que provee este medio.	¿Cuáles son los requerimientos, costos de inversión y la rentabilidad financiera del proyecto?

Título de la investigación	Objetivo general de la investigación	Objetivos específicos de la investigación	Preguntas de investigación
		4 realizar un estudio legal para conocer los requisitos y normas que se deben seguir para la institución y operación de la empresa.	¿Cuáles son las normas y requisitos para constituir y operar una empresa de centralización de servicios en línea?

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Operacionalización de las variables

Después de haberse identificado las variables, se procede a definir las conceptual y operacionalmente, asignándole dimensión e identificando los indicadores que nos ayudan a ubicar la situación en la que se encuentra la investigación, este proceso se define según (Segura, 2012) como el proceso de llevar una variable del nivel abstracto a un plano concreto.

Tabla 3 Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem
Población objetivo	Es el mercado potencial de consumidores o usuarios definido para un área geográfica, segmento de edad, comunidad, producto o servicio en base a datos demográficos, de ingresos, actividad económica, y análisis de contexto social y comunitario.	Identificar el grupo de personas a las cuales les concierne nuestro producto o servicio.	Personas proclives a adquirir el producto o servicio.	Cantidad de personas y grupos específicos a quienes podría interesarle el producto.	Sección 5: 1,2,3,4 y 5.
Precio del servicio	El coste que percibe el consumidor necesario para adquirir productos que le ofrece el mercado y él mismo desea.	Establecer un valor que cubra los gastos directos e indirectos para producir, además de un margen de ganancia.	Nivel de precios.	Rango de precios: altos, bajos o intermedios.	Sección 2: pregunta 6 Sección 6: pregunta 6

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem
Oferta	Se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida del mismo.	Se determinará la cantidad mediante un estudio técnico la cantidad adecuada a ofrecer del producto, a un precio específico.	Personas dispuestas a ofrecer el producto.	Cantidad de personas interesadas en ofrecer el producto.	Sección 7: pregunta 3 y 4
Demanda	Se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad demandada.	Se determinará la cantidad de personas que estarían interesadas en promocionar y adquirir servicios profesionales en el área de la salud.	Personas dispuestas a adquirir el producto o servicio.	Cantidad de personas interesadas en adquirir el producto.	Sección 4: pregunta 1 Sección 7: preguntas 1,3 y 4
Producto	El producto es un conjunto de atributos físicos, de servicio simbólico que producen satisfacción, o beneficios al usuario o comprador.	Se diseñará el producto de acuerdo a las necesidades del cliente y que llene sus expectativas.	Calidad.	Aceptación de los clientes y cumplimiento de sus expectativas.	Sección 7: pregunta 2
Rentabilidad	Rentabilidad es sinónimo de ganancia, de utilidad, de beneficio, de lucro, presupone la realización de negocios con márgenes positivos.	Se medirá de acuerdo al beneficio obtenido, después de restar los costos de producción directos e indirectos.	Factibilidad del proyecto	Tasa interna de retorno, análisis de sensibilidad en diferentes escenarios y valor presente neto.	

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Enfoque y alcance de la investigación

3.3.1 Enfoque de la investigación

Para la presente investigación se ha considerado conveniente constituir la por ambas perspectivas, un enfoque mixto entre el enfoque cuantitativo y cualitativo. Para los cuales se han recolectado los datos con el fin de realizar mediciones numéricas, y para describir las observaciones que se han realizado.

Con la recolección de datos se pretende establecer hipótesis, las cuales serán probadas o rechazadas basados en el análisis estadístico y mediciones numéricas.

El modelo mixto representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos en la mayoría de sus etapas. (Gomez, 2006, pág. 62)

3.3.2 Alcance de la investigación

Esta investigación tiene un alcance descriptivo en la cual se describen los hechos de los fenómenos del desempleo en el sector salud y hechos relevantes alrededor de él. Donde se ha recolectado información a partir de la cual realizaremos las mediciones necesarias para detallar los fenómenos lo máximo posible.

En las investigaciones descriptivas con mucha frecuencia, el objetivo del investigador es describir situaciones, eventos y hechos; es decir, cómo es que se manifiestan determinados fenómenos. (Gomez, 2006, pág. 65)

3.4. Diseño de la Investigación

Considerando que para nuestra investigación se ha recopilado información acerca de la población objetivo una sola vez (profesionales de la salud en Honduras), se establece como una

investigación de diseño transversal. La presente investigación incluye datos de encuestas y datos a partir de la observación, por lo que se cataloga como una investigación no experimental.

El estudio transversal es el diseño descriptivo que se utiliza con más frecuencia en investigaciones de mercados. Incluye la recolección de información de una muestra, dada de elementos de población una sola vez. (Malhotra, 2004, pág. 81)

3.4.1 Población

En esta investigación se definen dos poblaciones, una será el segmento de mercado que se desea alcanzar y la segunda será los profesionales de la salud actualmente graduados, definidas por los siguientes parámetros

Demanda:

- Población de Tegucigalpa, Honduras
- PEA⁴ de Tegucigalpa
- Población con ingresos Mayores a Lps. 15,000.00

Oferta:

- Población de Profesionales de la salud de Tegucigalpa
- Profesionales de la salud Mayores de 25 años en Tegucigalpa

Datos recopilados de la Base de datos del INE⁵ en su Encuesta Permanente de Hogares 2017 donde se pudo observar que de 295,193 hogares entrevistados un

⁴ Población Económicamente Activa

⁵ Instituto Nacional de Estadística

43% presenta ingresos mayores a L15,000.00 que suman 128,199, del total de la PEA un 6% representa ingresos mayores a L15,000.00 Individuales, y 3% de la PEA ha confirmado haber hecho uso de internet para compra de productos o servicios sumando 41,779, eligiendo esta última como la población posible que pueda adquirir los servicios salud mediante la plataforma por internet. (Instituto Nacional de Estadística, 2017)

3.4.2 Muestra

El Marco Muestral se define como “Un marco de referencia que nos permite identificar físicamente los elementos de la población, así como la posibilidad de enumerarlos y seleccionar las unidades muestrales” (Sampieri, 2014, pág. 185).

(Sampieri, 2014) Define la muestra como un “subgrupo de la población” (p. 171) por lo que se busca tomar un segmento significativo de ambas poblaciones, para incrementar la efectividad de la investigación en cuanto a oferta y demanda

De acuerdo a la naturaleza de la investigación el tipo de muestreo será no probabilístico para la población de profesionales de la salud, debido a la naturaleza de este segmento de la investigación ya que será dirigida a este sector laboral en particular, y probabilístico para la población de demanda debido a que el tamaño es muy grande.

3.4.2.1. Fórmula de la muestra

Para el cálculo de la muestra de la población de demanda se utilizará la fórmula para cálculo de proporciones cuando se conoce la población:

Ecuación 1 Cálculo de muestra con poblaciones finitas

$$n = \frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
- k = Valor de Confianza 95% = 1.96
- N = Tamaño del Universo en estudio 41,779
- p = Probabilidades a favor 50%
- q = Probabilidades en contra 50%
- e = Error muestral permitido 5%

3.4.2.2. Cálculo de la muestra

El cálculo de la muestra de demanda se obtiene aplicando la fórmula de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.96^2 * 41,779 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(41,779 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 381$$

3.4.3 Tipos de muestreo

Los tipos de muestro que se utilizarán en esta investigación de acuerdo con la población serán los siguientes:

En la población de demanda se utilizará un tipo de muestreo aleatorio simple debido al tamaño de la población, el área geográfica que esta ocupa y la herramienta de recolección que se utilizará.

En la población de profesionales de la salud, se utilizará el muestreo no probabilístico bola de nieve en el cual se seleccionen individuos que cumplan con los requisitos de la investigación y se les solicita que incluyan a otras personas que cumplan con los requisitos (Sampieri, 2014, pág. 388) .

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente capítulo se presentan los resultados de la investigación y el análisis, a partir de los cuales se les dará respuesta a las preguntas de investigación.

La recopilación de los datos de investigación se realizó mediante los instrumentos desarrollados previamente, los cuales fueron aplicados a nuestra población objetivo: población de la ciudad de Tegucigalpa, Honduras y a sus profesionales de la salud, una encuesta diferenciada para los dos grupos.

4.1. Encuesta aplicada a la población de Tegucigalpa, Honduras.

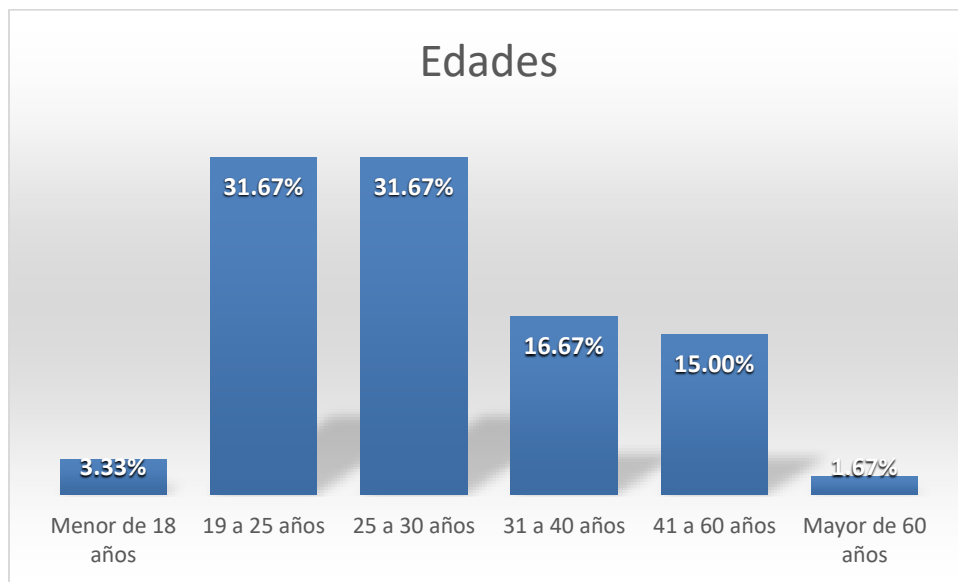


Figura 3. Datos demográficos: Edades

Fuente: Elaboración propia

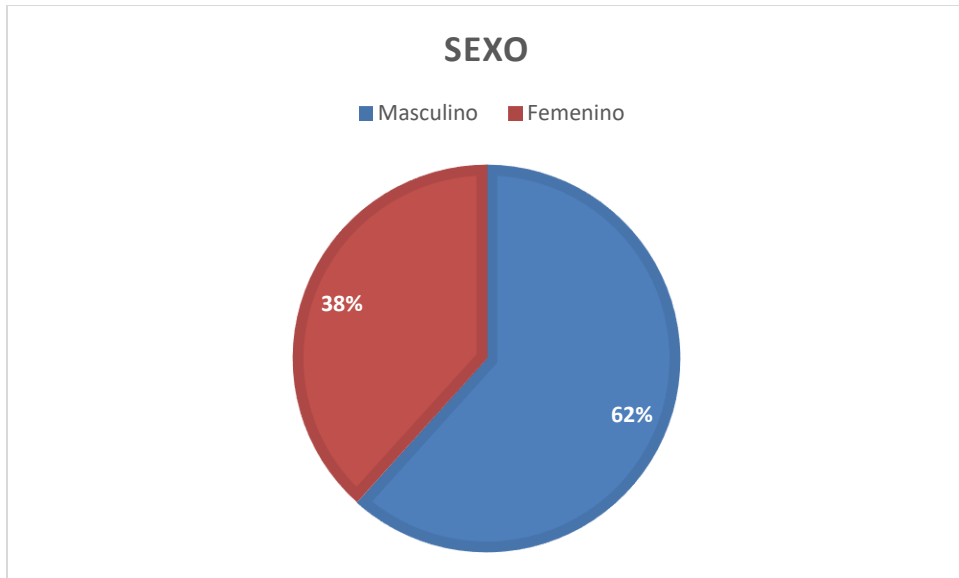


Figura 4. Datos demográficos: Sexo

Fuente: Elaboración propia

Como datos demográficos se obtuvo el resultado que, de los encuestados, el 32% anda entre los 19 a 25 años, igualmente se tiene un 32% con edades entre los 25 a 30 años, un 17% entre 31 a 40 años, un 15% entre 41 a 60 años, un 3% menor de 18 años y 1% mayor a 60 años. Asimismo, se tiene que el 62% de los encuestados es de sexo masculino y un 38% femenino.

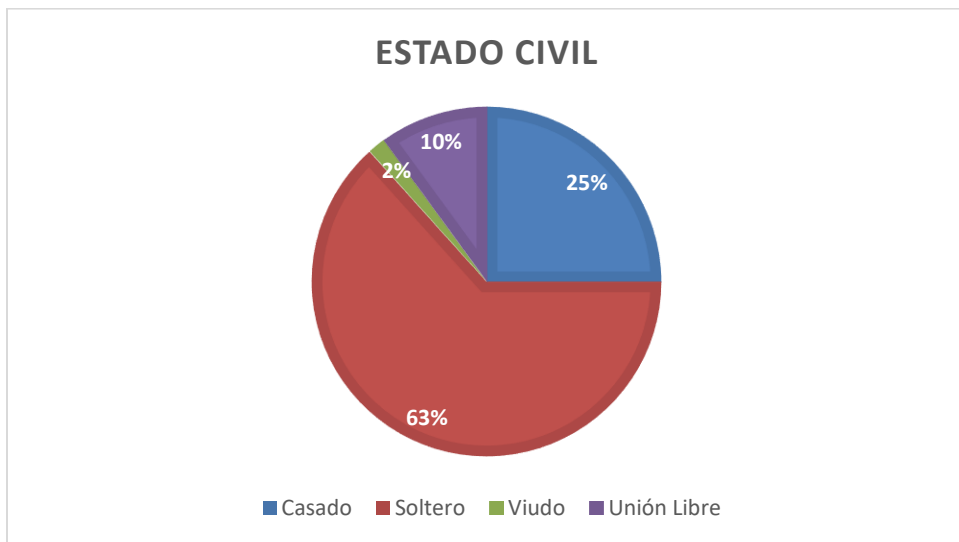


Figura 5. Estado Civil

Fuente: Elaboración propia

El estado civil de los encuestados fueron los siguientes: casados un 25%, solteros un 63%, viudos con un 2%, unión libre con un 10%.

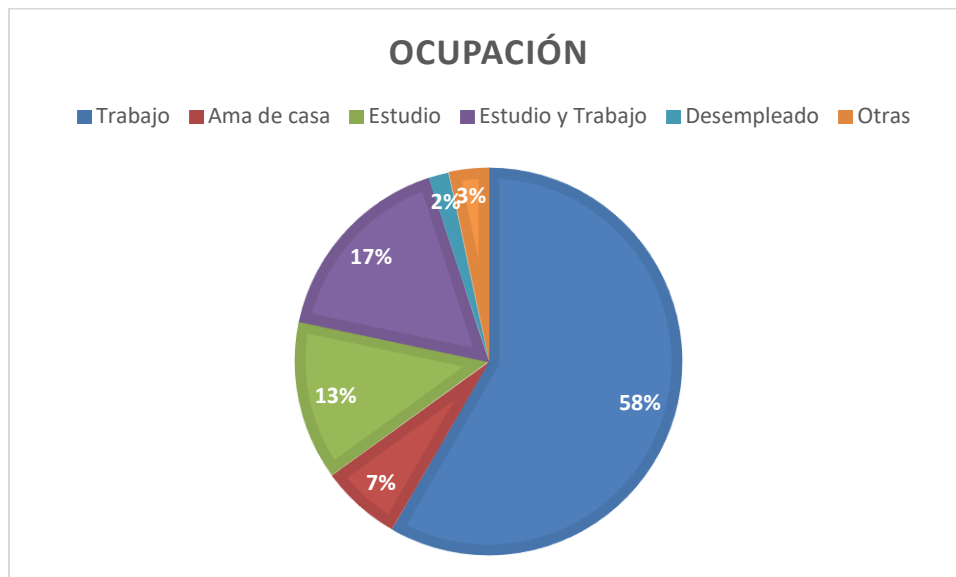


Figura 6. Ocupación

Fuente: Elaboración propia

Con el fin de identificar el estado ocupacional de los encuestados, se dividieron los encuestados en las siguientes categorías: con se obtuvo que un 58%, amas de casa con un 7%, estudiantes un 13%, estudian y trabajan a la vez un 17%, desempleados un 2% y otras con un 3%, por lo que se puede concluir que con un 58% de la población laborando podrá acceder a los servicios de salud que ofrece nuestra plataforma.

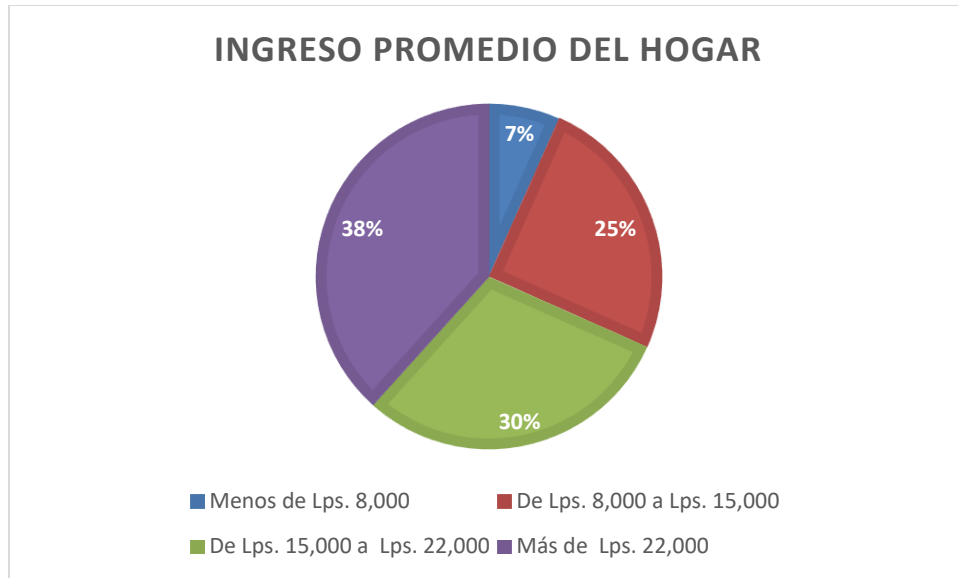


Figura 7. Ingresos promedios en el hogar

Fuente: Elaboración propia

Del diagrama anterior se interpreta que de los encuestados un 7% tiene ingresos menores a L. 8,000.00, que un 25% se encuentra entre el rango de L. 8,000.00 a L. 15,000.00, un 30% se encuentra entre el rango de L. 15,000.00 a L. 22,000.00 y un 38% se encuentra arriba de L. 22,000.00.

En base a los datos obtenidos, se tiene que la mayoría de las personas encuestadas, tienen en su hogar un ingreso mayor a los L. 22,000.00, por lo que puede optar a una visita médica ocasional.

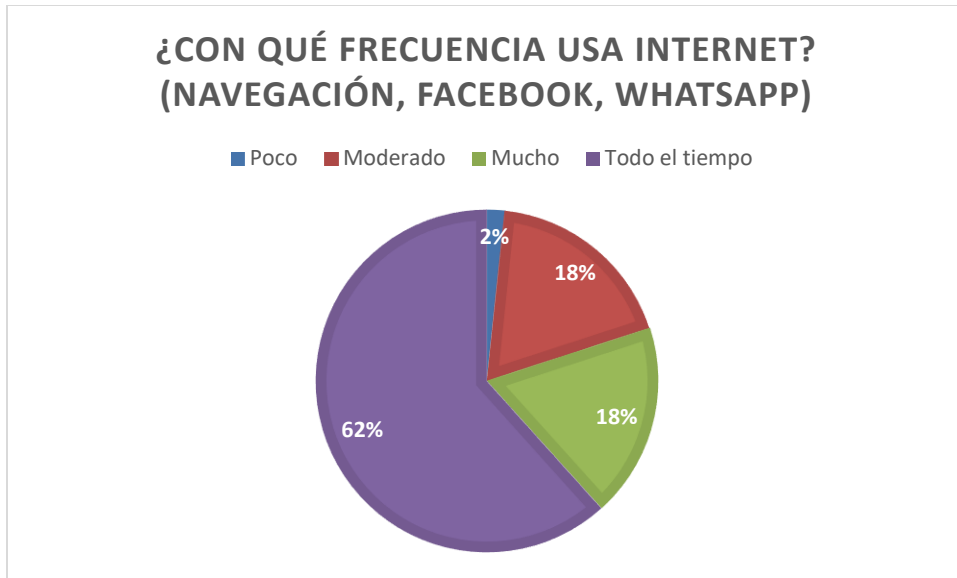


Figura 8. Frecuencia del uso de internet

Fuente: Elaboración propia

En la figura 7 se puede observar que un 62% de los encuestados accede todo el tiempo a internet y redes sociales, un 18% lo usa mucho, un 18% tiene un acceso moderado y solo un 2% dicen usarlo poco.

Con base a los resultados se puede decir que la mayoría de las personas encuestadas pasa en constante interacción con redes sociales y navegación en internet general, por lo que están bastante familiarizadas con este medio.

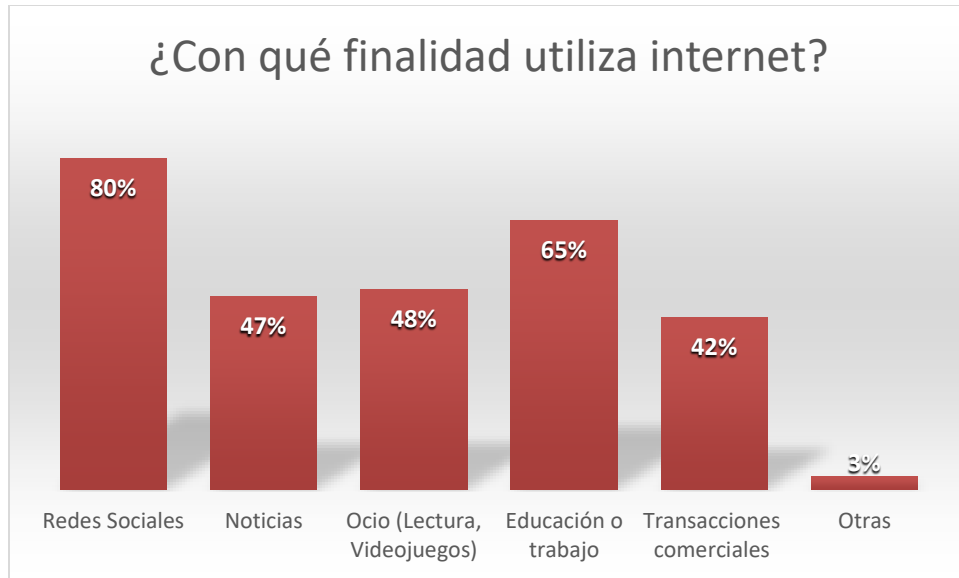


Figura 9. Finalidad de su navegación por internet

Fuente: Elaboración propia

En la figura 8 se pueden observar los diferentes usos que le dan los encuestados en la navegación por internet, la pregunta es de opción múltiple teniendo los siguientes resultados: Los mayores usos son para redes sociales y educación y trabajo, 80 y 65% respectivamente, después se tiene ocio con un 48%, muy cerca se tiene noticias con un 47%, luego transacciones con un 42%,

De acuerdo a los resultados se puede concluir que el uso de las redes sociales se lleva el mayor tiempo de la navegación de los encuestados, por lo tanto, este es un medio apto para publicitar nuestros servicios.

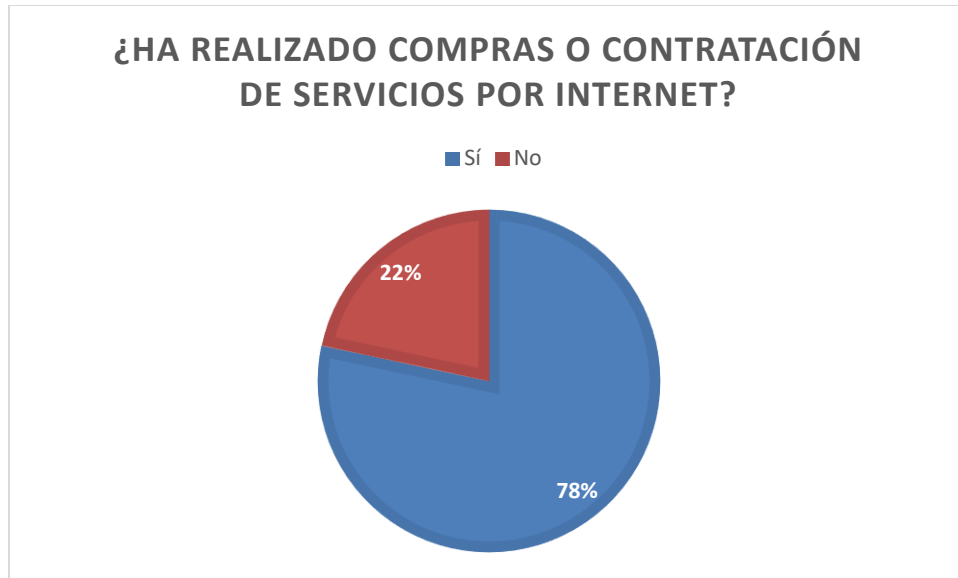


Figura 10. Contratación de servicios por internet

Fuente: Elaboración propia

En el diagrama anterior se puede observar que de los encuestados un 78% ha realizado compras por internet, mientras que un 22% no las ha realizado.

De acuerdo a los resultados se puede interpretar que para la mayoría el realizar transacciones en línea no es algo nuevo y pueden tener buena aceptación a nuestros servicios.

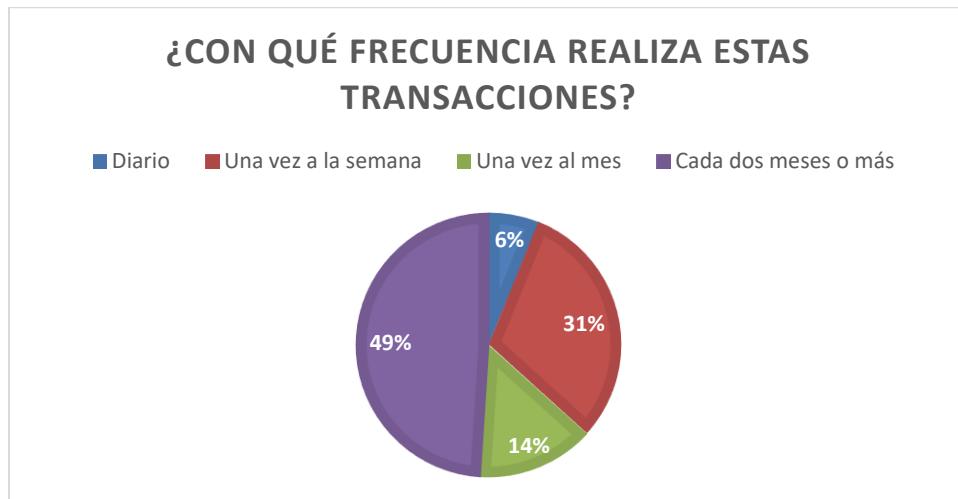


Figura 11. Frecuencia de las transacciones por internet

Fuente: Elaboración propia

En la figura 10 se puede ver que un 49% realiza transacciones cada dos meses o más, un 31% las realiza cada semana, un 14% las realiza mensualmente y solo un 6% realiza transacciones diariamente.

De acuerdo a estos resultados se tiene que la mayoría de los encuestados que realizan transacciones las hacen esporádicamente, en lapsos de dos meses o más.

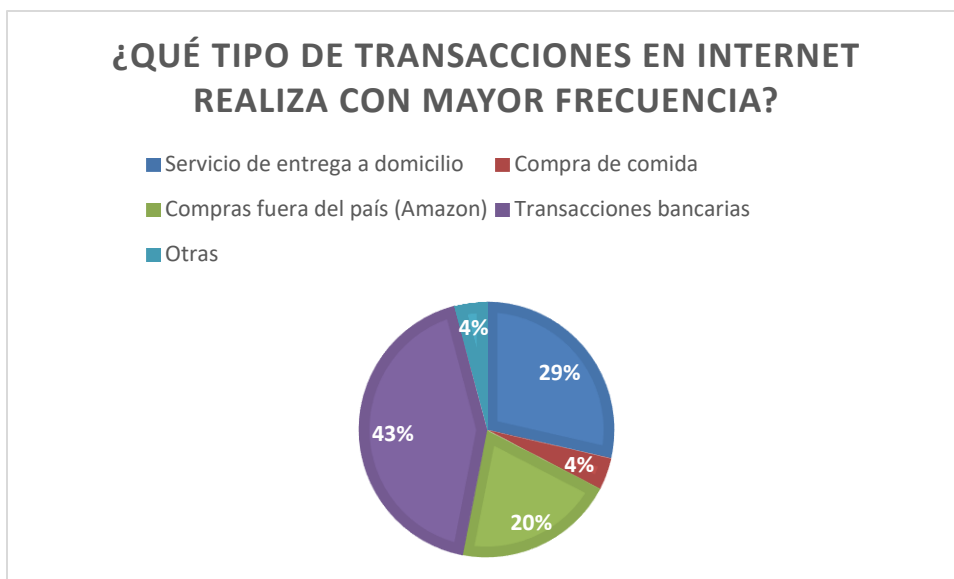


Figura 12. Tipo de transacciones por internet

Fuente: Elaboración propia

En base al diagrama de la figura 11 se puede observar que de las transacciones que se realizan en línea, el 43% es por motivos bancarios, un 20% realiza compras fuera del país, un 29% para servicios de entregas a domicilio, un 4% para compras de comida.

De lo anterior se puede decir que la mayoría de los encuestados realizan movimientos bancarios, en sus transacciones en línea, por lo que existe una confianza de los usuarios en realizar transacciones monetarias por medios digitales.

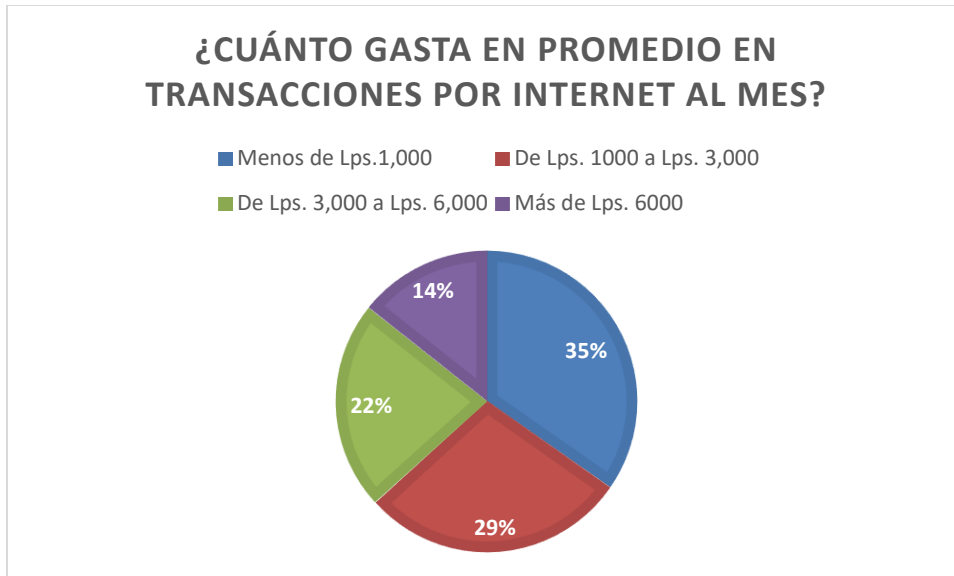


Figura 13. Gasto promedio en transacciones por internet

Fuente: Elaboración propia

En la figura 12 se puede observar que un 35% de los encuestados hace transacciones menores a L. 1,000.00, un 29% realiza transacciones entre el rango de L. 1,000.00 a L. 3,000.00, un 22% realiza transacciones entre el rango de L. 3,000.00 a L. 6,000.00 y con un 14% que realizan transacciones mayores a L. 6,000.00.

De acuerdo a los resultados se puede observar que la mayoría de los encuestados realizan transacciones inferiores a los L. 1,000.00.

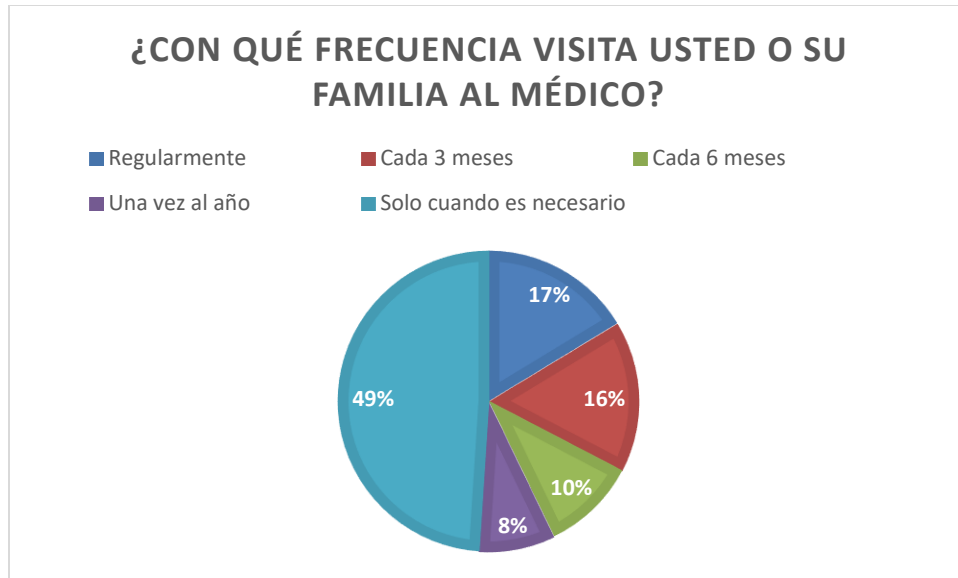


Figura 14. Frecuencia en las visitas médicas

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura 13, se puede ver que el 49% realiza visitas médicas únicamente cuando lo considera necesario, un 17% lo hace regularmente, un 16% cada 3 meses, un 10% cada 6 meses y un 8% lo hace una vez al año.

De acuerdo a estos resultados se puede decir que la mayoría de los encuestados solo visita al médico cuando lo considera necesario, lo que evidencia la oportunidad de aprovechar la conveniencia de una visita médica a domicilio por comodidad del cliente.

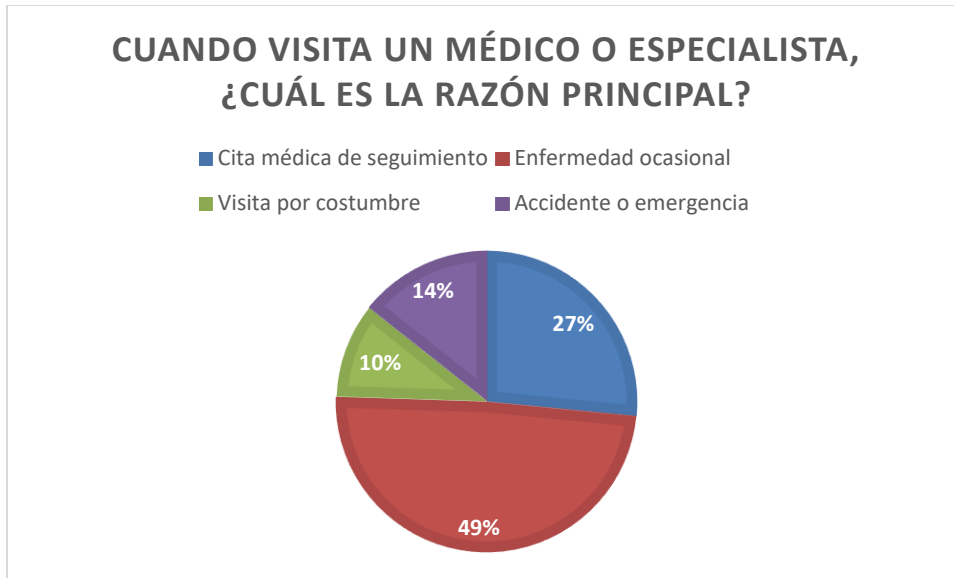


Figura 15. Razón de las visitas médicas

Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en la figura 14, un 49% de las visitas a médico o especialista se deben a enfermedades ocasionales, un 27% se deben a una cita médica de seguimiento, 14% se debe a un accidente o emergencia, 10% a una visita de costumbre.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, se puede decir que la mayoría de los encuestados realiza visitas a médicos especialistas debido a enfermedades ocasionales, por lo que no necesitan de un centro especializado para ser atendidos mostrando la oportunidad de aprovechar las visitas médicas a domicilio.

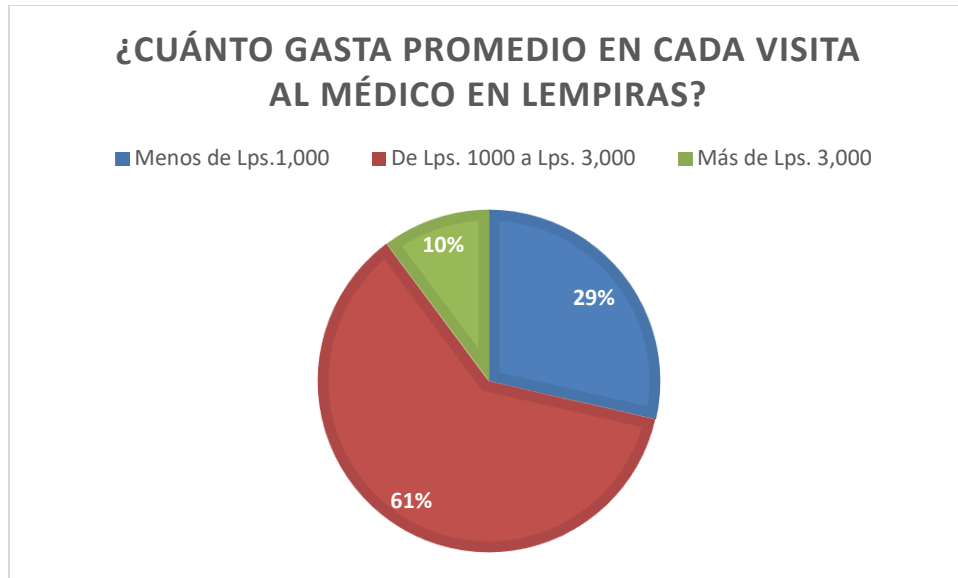


Figura 16. Gasto promedio en las visitas médicas

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura 15, se puede ver que el 61% de los encuestados tiene gastos en sus visitas médicas dentro del rango de L. 1,000.00 a L. 3,000.00, un 29% tiene gastos menores a los L. 1,000.00 y un 10% tiene gastos superiores a los L. 3,000.00.

De acuerdo a los resultados se tiene que la mayoría de las personas tienen gastos entre los L. 1,000.00 a L. 3,000.00, mostrando otra oportunidad de negocio al abaratar los gastos en visitas médicas por enfermedad ocasional.

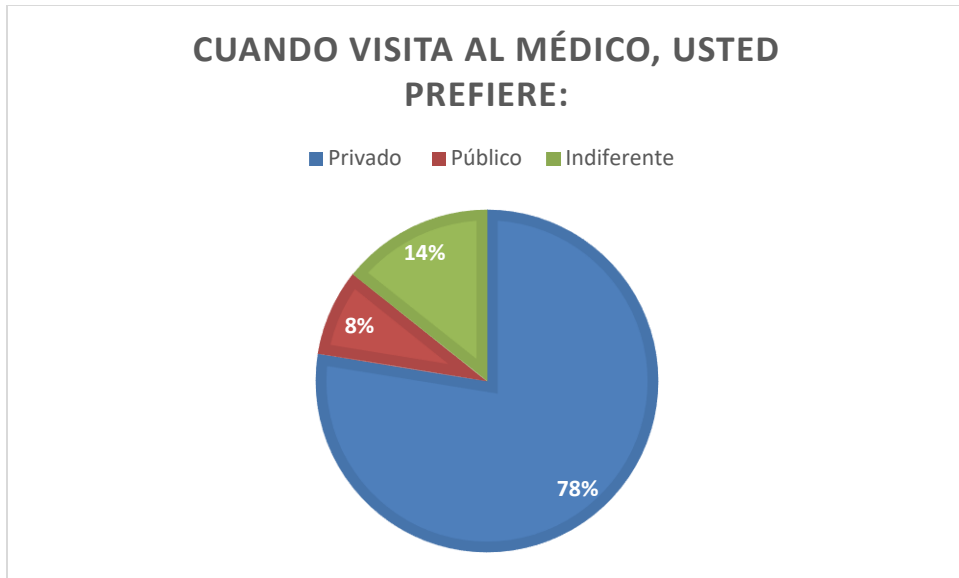


Figura 17. Tipo de atención público y privada

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura 16, se puede ver que el 78% de los encuestados prefiere una atención privada, un 8% prefiere una atención pública y a un 14% le es indiferentes. De acuerdo a estos resultados se puede decir que la mayoría de las personas prefiere tener una atención privada.



Figura 18. Necesidad de cuidados especiales

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados que se muestran en la figura 17, se puede ver que un 12% de las encuestados residen con personas mayores o niños que requieren de un cuidado especial y un 88% de los encuestados respondieron que no, aunque muy pequeña existe una oportunidad de atenciones a personas con necesidades especiales,

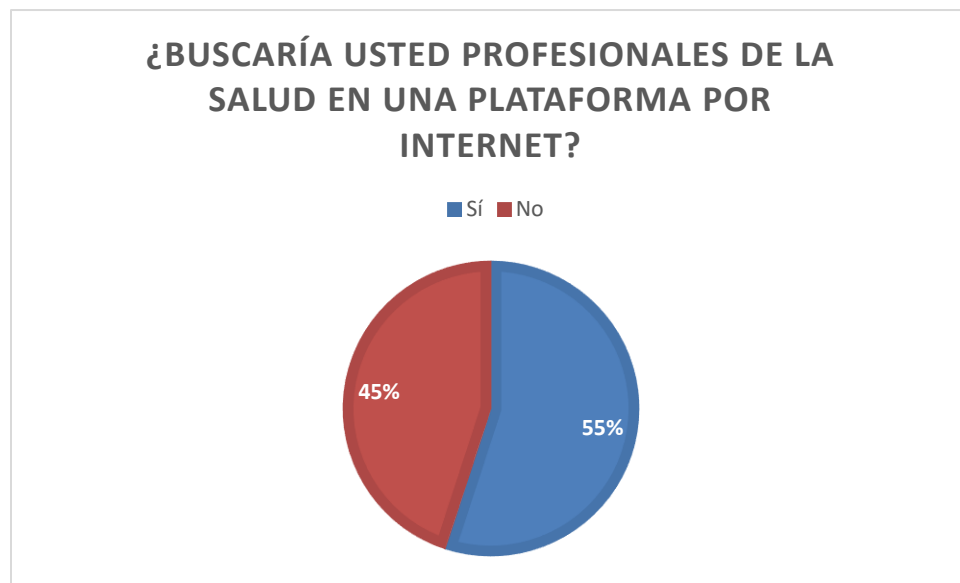


Figura 19. Búsqueda virtual de profesionales

Fuente: Elaboración propia

En la figura 18 se puede observar que el 55% de los encuestados respondieron que sí buscarían profesionales mediante una plataforma virtual, por el contrario, un 45% de los encuestados respondió que no.

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron de los encuestados se puede decir que la mayoría de ellos sí realizaría búsquedas de profesionales de la salud mediante una plataforma virtual.

4.2. Encuesta Realizada a profesionales de la salud.

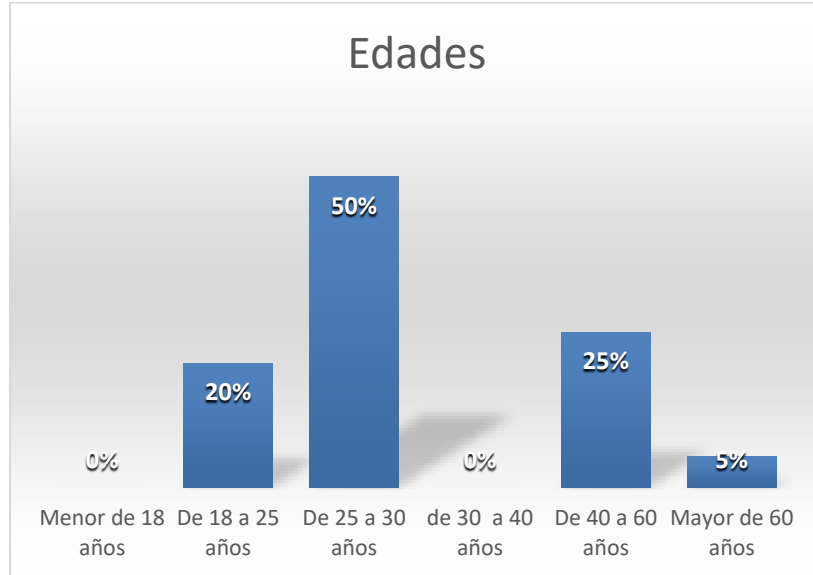


Figura 20. Edades de profesionales de la salud.

Fuente: Elaboración propia

En la figura 19 se puede apreciar que el 70% de profesionales de salud encuestados son menores de 30 años, pertenecen al grupo denominado nativos digitales lo que nos deja evidenciar que el proyecto será adoptado fácilmente ya que son caracterizados por tener un uso cotidiano y estar familiarizados con las tecnologías de la información.

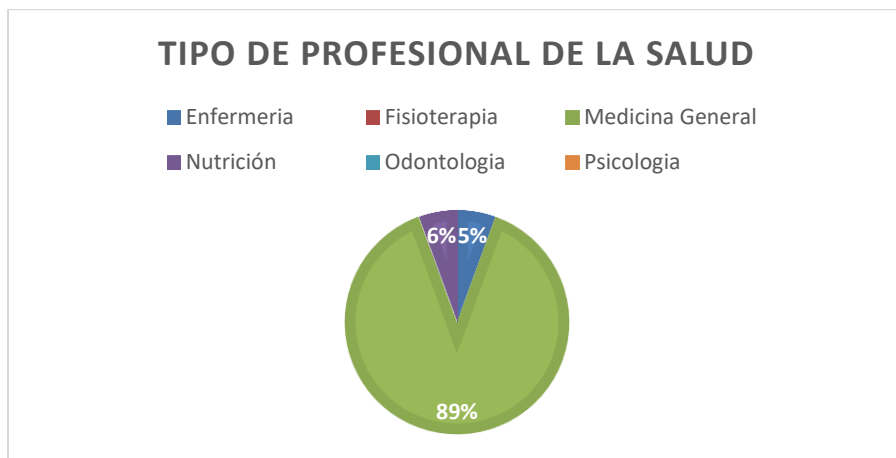


Figura 21. Tipos de profesionales de la salud.

Fuente: Elaboración propia

En la figura 20 se puede apreciar que el 89% de los encuestados pertenece a medicina General y menor medida las demás ramificaciones de los servicios de salud, siendo este la necesidad más recurrente en cuanto a los servicios de salud se tendría suficiente oferta para el mercado.

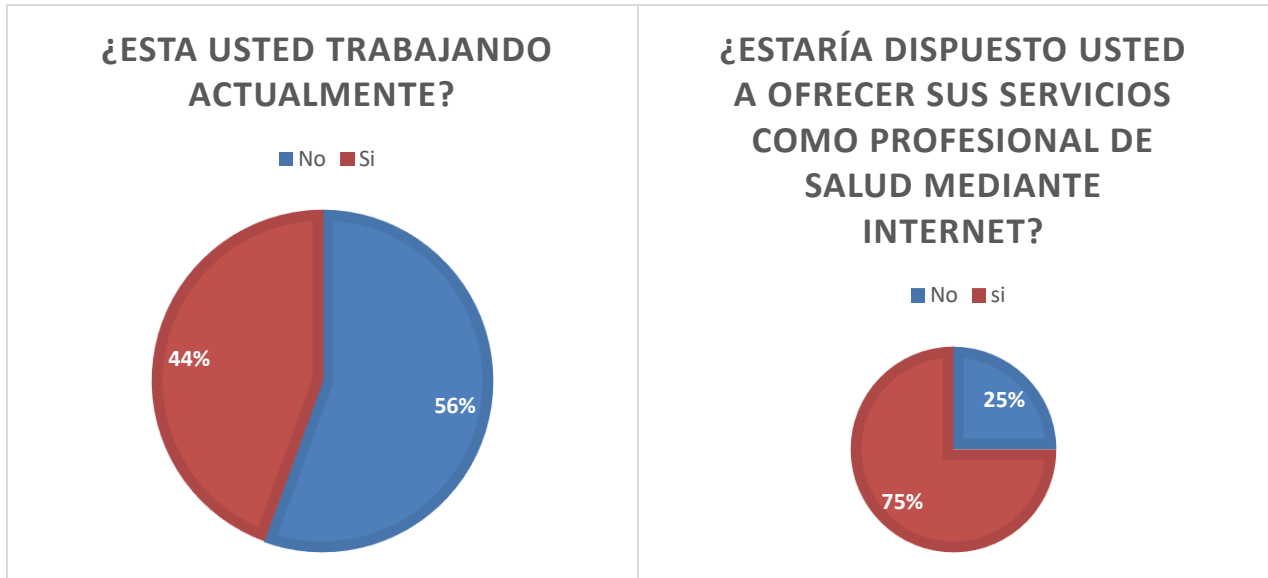


Figura 22. Estado laboral de los profesionales de la salud / Disposición para operar mediante internet.
Fuente: Elaboración propia

El 56% de los profesionales de la salud encuestados no está laborando actualmente de los cuales un 83% está dispuesto a ofrecer sus servicios mediante una plataforma por internet, a su vez del 44% que si está laborando actualmente un 62.5% está dispuesto a ofrecer sus servicios por esta plataforma, dando como resultado un 75% de aceptación del total de encuestados.

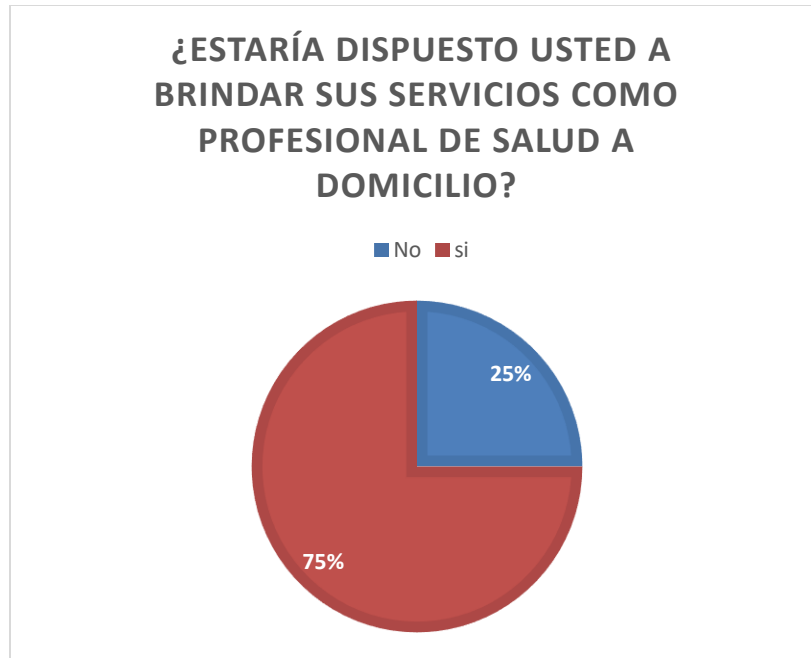


Figura 23. Disposición para ofrecer sus servicios a domicilio.

Fuente: Elaboración propia

En la figura 22 se aprecia un resultado positivo para ofrecer sus servicios a domicilio lo que expande las opciones para su contratación ya que esto será un valor agregado.

Perfil de los Clientes.

La posible población de clientes se encontró en edades de entre 18 y 30 años con ingresos en el hogar de más de L15,000.00, usuarios nativos de la tecnología y familiarizados con el comercio electrónico,

Perfil de los Profesionales de la salud.

La posible oferta de profesionales de salud se encontró en edades de entre 18 y 30 años tanto desempleados como empleados, usuarios nativos de la tecnología y familiarizados con el comercio electrónico, dispuestos en su mayoría a atender con visita domiciliaria.

4.3. Aplicabilidad

La figura de aplicabilidad contempla cuatro estudios, Mercado, Técnico, Organizacional, Legal y Financiero que para nuestra investigación son cruciales para definir la factibilidad del proyecto.

Como resultado de la investigación se puede determinar que el existe un mercado potencial en el área de Tegucigalpa y alrededores, por lo tanto, tendrá mucha demanda, no existe en la actualidad un servicio como tal en el mercado objetivo, además de los resultados de los médicos que indican que en su mayoría están dispuestos a ofrecer sus servicios y publicitarse por este medio digital.

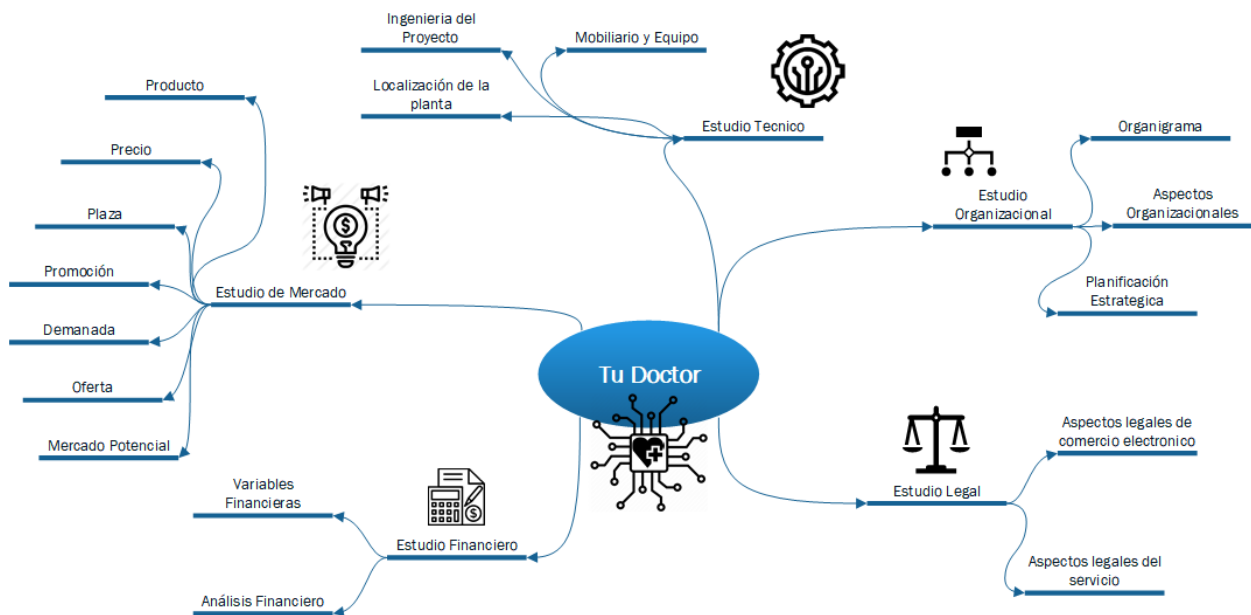


Figura 24. Figura de aplicabilidad

Fuente: Elaboración propia

4.4. Estudio de mercado

4.4.1 Análisis de la demanda

Tabla 4 Demanda Esperada

Población	Personas dispuestas a buscar profesionales de la salud por internet	Personas dispuestas a demandar el producto
41,779	55%	22,979

Fuente: Elaboración Propia

Como lo vimos en las secciones anteriores, la población que estamos analizando es de 41,779 personas, comparándolo con los resultados que se obtuvieron de la muestra, un 55% de personas estarían dispuestas a adquirir el servicio de centralización de servicios de la salud mediante una plataforma en línea.

Tabla 5 Proyección de la demanda (2018-2027)

Años	Crecimiento PIB	Población
2018	3.76%	22979
2019	3.76%	23843
2020	3.76%	24740
2021	3.76%	25670
2022	3.76%	26635
2023	3.76%	27636
2024	3.76%	28675
2025	3.76%	29754
2026	3.76%	30872
2027	3.76%	32033

Fuente: Banco Mundial, PIB 2018

A continuación, se muestra una gráfica del crecimiento de la demanda de servicios de salud en línea a lo largo de los años mientras se mantiene un crecimiento promedio en el PIB del 3.76% durante los años que comprenden entre el 2018 y 2028 en el PIB del 3.76%.

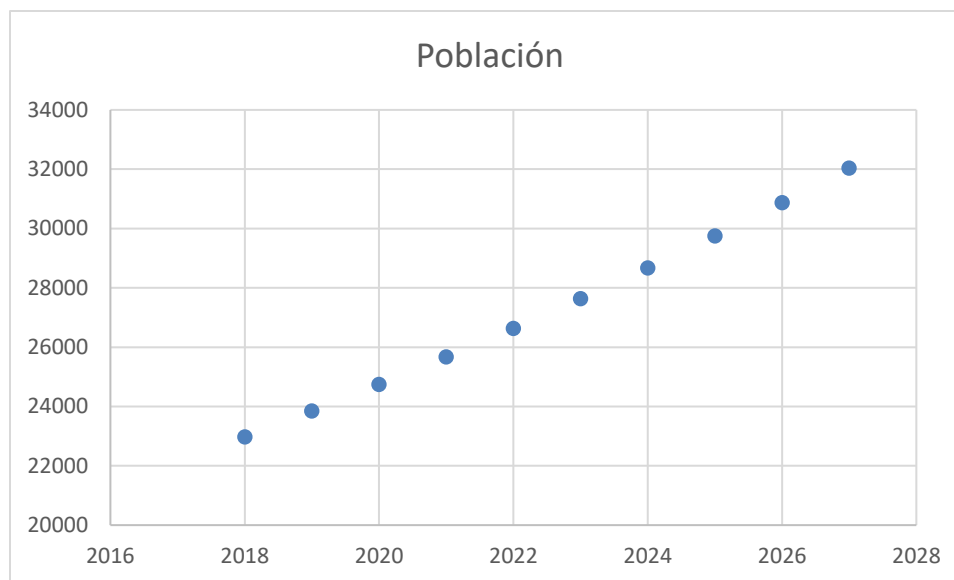


Figura 25. Proyección de la demanda

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Análisis de la oferta

Tabla 6 Oferta Esperada

Profesionales de la salud	Médicos dispuestos a brindar sus servicios en la plataforma	Cantidad de personas que demandarían el servicio
1,700	75%	1275

Fuente: propia

Para el análisis de la oferta disponible, se consideraron a los médicos que residen en Tegucigalpa, los cuales son alrededor de 1700 médicos, en base a la encuesta realizada el 75% de ellos estaría dispuesto a prestar sus servicios y promocionarse mediante la plataforma.

Tabla 7 Proyección de la oferta

Años	Crecimiento PIB	Profesionales de la salud
2018	3.76%	1275
2019	3.76%	1323
2020	3.76%	1373
2021	3.76%	1424
2022	3.76%	1478

Años	Crecimiento PIB	Profesionales de la salud
2023	3.76%	1533
2024	3.76%	1591
2025	3.76%	1651
2026	3.76%	1713
2027	3.76%	1777

Fuente: Banco Mundial, PIB 2018

A continuación, se muestra una gráfica del crecimiento de la oferta de servicios de salud en línea a lo largo de los años mientras en función del crecimiento promedio en el PIB del 3.76% durante los años que comprenden entre el 2018 y 2028 en el PIB del 3.76%.

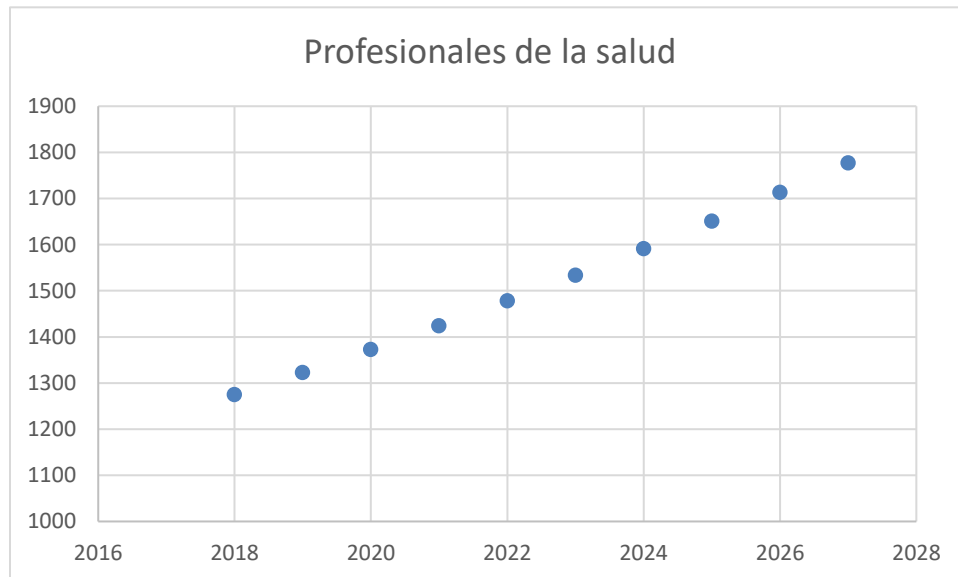


Figura 26. Proyección de la oferta

Fuente: Elaboración propia

4.4.3 Mercado objetivo

El mercado objetivo para este proyecto son las personas que estarían dispuestas a contratar servicios profesionales en el sector de la salud, en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras. Partiendo de los altos niveles de desempleo que hay en el sector salud: médicos, enfermeras profesionales y auxiliares, etc. A raíz de esto se busca incrementar el alcance de los profesionales, facilitándoles

llegar a más personas mediante la promoción de sus perfiles y llevarlos al alcance de cualquier dispositivo con acceso a internet.

4.4.4 Cobertura de la demanda

En nuestro caso la clasificamos como una demanda satisfecha no saturada, en la cual aparentemente está satisfecha, pero mediante las herramientas adecuadas se puede hacer crecer.

Uno de los principales beneficios del desarrollo de este proyecto es el incremento en la cobertura de los profesionales de la salud. Donde las personas puedan ponerse a buscarlos de acuerdo a su especialidad y ponerse en contacto con ellos. Además, se cuenta con una oficina ubicada en un sitio céntrico con el objetivo de atender cualquier duda o queja.

4.4.5 Estimación de las tendencias del mercado

De acuerdo a los posibles clientes que se identificaron con la herramienta de la encuesta se pueden hacer estimaciones o inferencias del comportamiento que tendrán en el futuro respecto a variables macroeconómicas que influyen directamente en sus variaciones. Las estimaciones se realizan tomando una muestra de la población de Tegucigalpa para determinar el comportamiento de la oferta y profesionales de la salud para el comportamiento de la oferta.

4.4.6 Promoción

La promoción consiste en la elección de medios para comunicarse con los intermediarios y consumidores finales, en este caso se hará uso de las tecnologías de la información, utilizando

redes sociales, técnicas de SEO⁶, técnicas de SEM⁷ y Marketing digital lo que incluye anuncios en aplicaciones y redes sociales como YouTube y Facebook.

4.4.7 Producto

El proyecto tiene el objetivo de demostrar la viabilidad de la plataforma de centralización de servicios profesionales en el sector de la salud. Esta plataforma reúne los diferentes perfiles profesionales en el sector de la salud, los cuales estarán clasificados por sus especialidades y áreas de cobertura, que lo vuelve más fácil para los clientes, los cuales al identificarlos pueden establecer un contacto para su contratación, al finalizar del servicio estos tienen la posibilidad de evaluar al profesional el cual es visible para los demás en un futuro, sirviendo como retroalimentación.

A partir de los niveles de desempleo en el sector de salud en el país y la cobertura limitada que tienen los profesionales se propone satisfacer estas necesidades mediante una plataforma de centralización con las características que se describen a continuación:

- a) Servicio centralizado de búsqueda y contratación de profesionales de la salud ya sea en un centro asistencial o a domicilio.
- b) Fuente de trabajo autónomo para los profesionales de la salud.

4.4.8 Precio.

El precio, debido a la extensa variedad de servicios ofrecidos, será muy variado ya que dependerá de distintas variables, si es a domicilio, tipo de especialidad, tipo de profesional de salud contratado, y los profesionales de la salud invertirán un porcentaje de la ganancia obtenida al ofrecer sus servicios a través de la plataforma.

⁶ SEO(Search Engine Optimization), Optimización de motores de búsqueda,

⁷ SEM(Search Engine Marketing), Mercadeo de motores de búsqueda,

4.4.9 Plaza.

La plaza está constituida por los medios mediante los cuales se llegará a los consumidores, en este caso consistirá en una plataforma en línea que será accedida mediante una aplicación de teléfono móvil para facilitar su uso.

4.5. Estudio técnico

4.5.1 Localización

4.5.1.1. Macro localización

La oficina de la empresa de centralización de servicios profesionales orientados a la salud estará ubicada en Tegucigalpa, departamento de Francisco Morazán.

4.5.1.2. Micro localización

Las oficinas estarán ubicadas en el local comercial E2 del centro Morazán, el cual está situada en un sitio céntrico y con una gran accesibilidad para transportes públicos y privados, facilitando el acercamiento a los posibles clientes que deseen acercarse por información.



Figura 26. Ubicación de oficinas

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 Espacio

Las instalaciones para las oficinas de la empresa tienen un espacio de 25m² ubicada en una zona céntrica y de alta plusvalía. Ya que el personal administrativo necesario para la operatividad de la empresa es reducido debido a su modalidad en línea, el área con la que se cuenta es suficiente

4.5.3 Mobiliario y equipo

Las oficinas estarán equipadas con las herramientas necesarias para llevar a cabo los procesos administrativos y productivos de manera eficiente.

El lugar estará equipado con 3 computadoras, 3 escritorios con su respectiva silla, una impresora, y teléfono. Se acondicionará un pequeño espacio con sillas como sitio de espera, además de herramientas para oficina en general.

Tabla 8 Herramientas y equipo de oficina

Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Total, Compra
Escritorio	L 6,000.00	3	L 18,000.00
Silla reclinable	L 3,000.00	3	L 9,000.00
Computadora	L 8,000.00	3	L 24,000.00
Oasis	L 2,500.00	1	L 2,500.00
Teléfono	L 2,000.00	3	L 6,000.00
Impresora	L 4,200.00	1	L 4,200.00
Aire acondicionado	L 10,000.00	1	L 10,000.00
Archivo	L 1,600.00	1	L 1,600.00
Sillas de espera	L 670.00	4	L 2,680.00
		Total	L 77,980.00

Fuente: propia

4.5.4 Proceso general



Figura 26. Diagrama del proceso general

Fuente: Elaboración propia

En el diagrama anterior se muestra el proceso general del producto que ofrece la empresa, el cual comienza en la plataforma en línea para centralización de servicios, luego hay una suscripción de los profesionales de la salud que están dispuestos a ofrecer sus servicios, luego viene la contratación en línea mediante la plataforma, al finalizar el servicio los clientes agregan una puntuación al profesional por su servicio.

4.6. Estudio organizacional

La empresa de centralización de servicios profesionales, tiene como propósito agilizar el proceso de contratación de servicios en el área de la salud, reuniéndolos en un solo sitio, lo que aumenta el alcance para cualquier persona con acceso a internet. Para que esto se lleve a cabo, es necesario conocer el medio en que se desenvuelve, con el fin de realizar un análisis y diseño de la estructura organizacional idónea para una operatividad efectiva, describiendo los perfiles para cada puesto de acuerdo a los requerimientos.

4.6.1 Planificación estratégica

El servicio que se ofrece está orientado a los diferentes profesionales de la salud, buscando maximizar el alcance de su cobertura, donde paralelamente se agiliza la búsqueda de servicios por parte de las personas naturales, mediante la reunión de las diferentes áreas en un solo sitio.

4.6.2 Misión

Estimular el empleo en el sector de salud e incentivar un buen servicio, a buen precio y de mejor calidad. Brindándole un lugar a los profesionales de salud un lugar donde puedan resaltar su perfil, a la vez que se les da una atención especializada a los clientes.

4.6.3 Misión

Ser para el 2025 un sitio reconocido a nivel nacional para la contratación de servicios profesionales en el sector de salud, caracterizados por valores que están a la estatura de nuestro profesionalismo.

4.6.4 Valores

- Amor: fieles a la creencia de que para que un proyecto tenga éxito, es imperativo que cada etapa se haga con amor para alcanzar resultados asombrosos.
- Honestidad: Siempre procurando que la verdad se sobreponga a cualquier situación, manteniéndose recto a sus convicciones y valores morales.
- Constancia: Llevar a cabo lo necesario para alcanzar nuestras metas, superando los obstáculos que se presenten, manteniendo siempre la motivación.

4.6.5 Organización

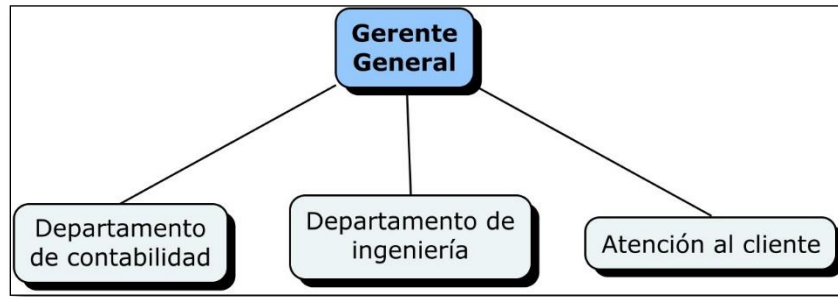


Figura 27. Organigrama de la empresa

Fuente: Elaboración propia

En el diagrama anterior se presenta la organización jerárquica para la operación de la empresa, por las características de la empresa es una estructura pequeña que consta de dos niveles: en el primero, se encuentra el gerente general; en el segundo, está el departamento de contabilidad, ingeniería y servicio al cliente.

Tabla 9 Costos de operación fijos (Salarios Mensuales)

Puesto	Cantidad	Total
Gerente General	1	L 20,000.00
Encargado de contabilidad	1	L 10,000.00
Ingeniero en sistemas	1	L 18,000.00
Atención al cliente	1	L 10,000.00
Total		L 58,000.00

Fuente: Propia

4.6.5.1. Perfiles de los puestos

Tabla 10 Perfil del Gerente General

Nombre del puesto:	Gerente general
Perfil académico	
Estudios superiores a nivel de licenciatura o ingeniería, preferencialmente: Administración de empresas, Economía.	
De 3 a 5 años de experiencia en puestos gerenciales.	

Nombre del puesto:	Gerente general
Competencias: Facilidad para la toma de decisiones, orientación a resultados, planificación.	
Dominio del inglés hablado y escrito.	
Funciones	
Planificación de los objetivos generales y específicos de la empresa.	
Dirección de la empresa y toma de decisiones.	
Supervisión y liderazgo.	
Evaluar las actividades planificadas con las ejecutadas.	

Fuente: propia

Tabla 11 Perfil del Contador

Nombre del puesto:	Contador y finanzas
Perfil académico	
Licenciatura en finanzas o contabilidad.	
Habilidades técnicas requeridas: interpretación de estados financieros, elaboración de presupuestos, análisis de flujo de efectivos, administración de los procesos de compras.	
Aptitud para trabajar en equipo.	
Gran capacidad de interpretación y análisis.	
Competencias: Facilidad para la toma de decisiones, orientación a resultados, planificación.	
Dominio del inglés hablado y escrito.	
Funciones	
Diseño de estrategias económicas de la empresa.	
Interpretación de información contable para el control y toma de decisiones.	
Dirección de la contabilidad de acuerdo a las leyes.	
Aseguramiento de los recursos destinados a proyectos.	
Cálculo y pago de planillas.	

Fuente: propia

Tabla 12 Perfil del Desarrollador Web

Nombre del puesto:	Desarrollador web
Perfil académico	
Ingeniero en sistemas.	
Habilidades: Desarrollo web, mantenimiento de aplicaciones y páginas web.	
Trabajo en equipo.	
Dominio del idioma inglés.	
Funciones	

Nombre del puesto:	Desarrollador web
	Diseñar la arquitectura de la plataforma en internet.
	Realizar pruebas constantes para medir la calidad del sitio y detección de errores.
	Presentación de aplicaciones a los clientes.
	Agregar nuevas funciones a la plataforma.
	Mantener informado al gerente del comportamiento de la plataforma.

Fuente: propia

Tabla 13 Perfil Atención al cliente

Nombre del puesto:	Atención al cliente
Perfil académico	
	Estudios superiores a nivel de licenciatura o ingeniería
	Con facilidades de comunicación.
	Manejo óptimo de relaciones interpersonales.
	Manejo de campañas telefónicas.
	Trabajo en equipo.
Funciones	
	Encargado de proporcionar soporte a los usuarios e información en general.
	Manejo de reclamos y quejas.
	Seguimiento a los casos de reclamos.
	Preparación de reportes semanales.

Fuente: propia

4.6.6 Salarios del personal operativo

Tabla 14 Planilla de salarios y aportaciones

Puesto	Cantidad	Mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	IHSS (7.2%)	RAP (1.5%)	TOTAL, ANUAL
Gerente General	1	L20,000.00	L20,000.00	L20,000.00	L1,440.00	L300.00	L300,880.00
Encargado de contabilidad	1	L10,000.00	L10,000.00	L10,000.00	L720.00	L150.00	L150,440.00
Ingeniero en sistemas	1	L18,000.00	L18,000.00	L18,000.00	L1,296.00	L270.00	L270,792.00
Atención al cliente	1	L10,000.00	L10,000.00	L10,000.00	L720.00	L150.00	L150,440.00
GRAN TOTAL		L58,000.00	L58,000.00	L58,000.00	L4,176.00	L870.00	L872,552.00

Fuente: propia

En esta última tabla se ven reflejados los montos por concepto de salarios mensuales al personal administrativo, también se reflejan las obligaciones que tiene el patrono de acuerdo a ley como ser el décimo tercer y décimo cuarto salario, seguro social y régimen de aportación privada. En la última columna se ve reflejado el valor total anual.

4.7. Estudio legal

4.7.1 Legislación relacionada con el mercado

La empresa de centralización de servicios profesionales mediante una plataforma virtual la cual se establece como una sociedad anónima, para la creación de la misma es necesario tener un capital inicial de L. 25,000.00, fuera de honorarios por servicios profesionales u otros, requerimiento mínimo indicado en el código de comercio hondureño.

4.7.1.1. Marco legal para la constitución de la empresa en Tegucigalpa

Para crear una empresa e iniciar las operaciones es necesario realizar un conjunto de trámites, pagos por licencias, permisos especiales entre otros para poder funcionar bajo las estipulaciones de ley.

- a) El primer paso es realizar el pago del capital inicial y obtener el certificado de depósito en un banco local (25,000.00 Lps).
- b) El segundo paso es obtener la escritura pública de constitución de un notario público. Primero se debe ir ante un notario público hondureño, al cual debe mostrarle el certificado de depósito original, registro tributario Nacional de cada uno de los socios y el documento de identidad de los socios, el monto a pagar al notario es del 5% del importe del capital hasta L. 25,000.00 y 3% del importe del

capital sobre el exceso o de L. 25,000.00 de acuerdo al arancel notarial, estos pueden ser mayores. (Artículo 13, 14 y 94 del código de comercio).

- c) El tercer paso es obtener un registro en el Registro Mercantil, la entidad a cargo es el Registro Mercantil, en el cual deben pagarse L. 200.00 por los primeros L. 1,000.00 del capital y un 0.15% sobre el excedente de L. 1,000.00, luego debe solicitarse la inscripción como Sociedad Mercantil, en la cual deben presentarse los siguientes documentos: testimonio de escritura pública (original y una copia), aviso de constitución de sociedad publicado (original), recibo de pago de tasa registral (original), documento de identidad original de la persona que realiza la inscripción, después de esto debe retirar la matrícula de inscripción.
- d) El cuarto paso es obtener el registro en el Registro Tributario Nacional. Para realizar este trámite debe visitar el registro mercantil y brindar los siguientes documentos: Formulario DEI-410 (original), matrícula de inscripción (original), documento de identidad de los socios (original). Con lo anterior obtendrá la solicitud de afiliación para luego retirar registro en el Registro Tributario Nacional.
- e) El quinto paso es adquirir y autorizar libros contables y de actas. Lo primero en esta etapa es adquirir los libros contables en cualquier librería comercial, el precio puede andar desde los L. 300.00 dependiendo del tipo de empastado. Luego se debe solicitar la autorización de los libros contables en la alcaldía en donde se debe brindar los siguientes documentos: permiso de operación de negocio (original y copia), libros contables (3 originales). Luego en el banco se realiza el pago por la autorización de los libros contables L. 1.00 por cada página (L. 300.00). Luego en

la alcaldía se retiran los libros contables autorizados y fletados junto con el recibo de pago.

- f) El sexto paso es obtener la afiliación a la cámara de comercio e industria de Tegucigalpa. Para este proceso debe dirigirse al registro mercantil con los siguientes documentos: testimonio de escritura pública (copia simple), matrícula de inscripción (original), documento de identidad (original). Luego se debe pagar la afiliación a la cámara de comercio un monto de L. 590.00 si el capital es inferior a L. 200,000 el cual corresponde a nuestro caso. Después de pagado se puede retirar el registro de sociedad y el recibo de pago de inscripción al CCIT.
- g) El séptimo paso es obtener el permiso de operación. En esta etapa debe dirigirse a la alcaldía municipal en el que debe suministrarse el recibo de pago de constancia de compatibilidad. Luego debe solicitarse el permiso de operación en la alcaldía suministrando los siguientes documentos: formulario para declaración jurada del impuesto ICS (original), número de solicitud de compatibilidad (copia), registro tributario nacional (copia), constancia de solvencia (copia), documento de identidad (original y copia) del representando legal. Luego se deben pagar los impuestos y permiso de operación con un monto mínimo de L. 1,231.00 por ingresos menores a L.50,000.00. Después del pago se puede retirar el permiso de operación del negocio.
- h) El octavo paso es obtener el registro para el pago de impuesto sobre venta. En esta etapa se debe solicitar la afiliación al registro tributario nacional de la sociedad, para el cual deben presentarse los siguientes documentos: formulario DEI-410

(original), matrícula de inscripción (original), documento de identidad (copia).
Luego se retira registro para pago de impuesto sobre venta.

4.7.2 Legislación relacionada con la administración y organización

- a) El primer paso es obtener la afiliación al instituto hondureño de seguridad social (IHSS). En esta etapa se debe solicitar la inscripción como patrono en el barrio abajo en el instituto hondureño de seguridad social, en el cual deben presentarse los siguientes documentos: solicitud para inscripción de patronos (original y copia), planilla de empleados a inscribir (original y copia), escritura pública de constitución de sociedad (copia), registro tributario nacional de la empresa (copia), recibo de pago de teléfono o cualquier servicio público (copia), croquis de ubicación (2 originales) y documento de identidad del representante legal (2 copias). Luego de esto se puede recibir el número patronal y planilla de cotización, luego de esto debe dirigirse a cualquier banco y pagar la planilla de cotización el cual le corresponde el 3.5% del salario al empleado y el 7.2% del salario a la empresa. Luego se solicita el comprobante de vigencia de los empleados, al entregar la planilla de cotización pagada.
- b) Se debe obtener la afiliación al régimen de aportación privada (RAP). En esta etapa debe inscribirse al régimen, para lo cual debe brindar los siguientes documentos: solicitud de registro de afiliación patronal (original), hojas de afiliación de trabajadores (original), registro tributario nacional (copia) y el documento de identidad del representante legal y de cada empleado (copia). Con esto puede recibir la planilla para aportaciones y número patronal.

- c) El código de trabajo de Honduras establece que los trabajadores tendrán derecho a vacaciones anuales remuneradas, después de un año de servicio continuo tienen derecho a 10 días laborables, consecutivos; después de 2 años de servicios continuos 12 días laborables, consecutivos; después de 3 años de servicios continuos, 15 días laborables, consecutivos; después de 4 años o más de servicios continuos 20 días laborables, consecutivos.
- d) Compensación por horas extras. De acuerdo al código de trabajo la jornada laboral es de 8 horas y 44 horas por semana. Si se trabaja más allá de las horas estipuladas de trabajo, tiene un derecho a un pago de horas extra bajo las siguientes tasas: 125% de la tarifa por hora durante el día; 175% de la tarifa por hora durante la jornada nocturna.
- e) Décimo cuarto mes de salario. Por concepto de compensación social, el pago del décimo cuarto mes salarial será del 100 por ciento si su cumple el año de trabajo continuo al 30 de junio, o la proporción del mismo, de conformidad al tiempo trabajado con el mismo empleador de acuerdo al decreto legislativo 135-94.
- f) Pago del décimo tercer mes. En concepto de aguinaldo los trabajadores permanentes y los jubilados o pensionados tendrán derecho al pago del décimo tercer mes, de acuerdo al decreto legislativo 179-97.

4.7.3 Aspectos financieros y contables

- a) Impuesto sobre la renta. El impuesto sobre la renta grava cualquier ingreso proveniente del capital, el trabajo o la combinación de ambos, es de característica de renta mundial. Considera ingreso toda clase de rendimiento, utilidad, ganancia, renta, interés, producto, provecho, participación, sueldo, jornal, honorario y en

general cualquier percepción de efectivo. El impuesto se paga por anticipado en 3 cuotas iguales trimestrales, cuyo vencimiento es el 30 de junio, 30 de septiembre y 31 de diciembre, el último pago se hace con la presentación de la declaración el 30 de abril de cada año de acuerdo al decreto Ni DEI-SG-20-2016. El valor a pagar son los siguientes valores: de L. 0.01 a 141,000.00 están exentos, de L. 141,000.01 a L. 215,000.00 se paga un 15%, de L. 215,000.01 a 500,000.00 se paga un 20%, de L.500,000.01 en adelante se paga un 25%.

- b) Ley de impuesto sobre la venta. Todo acto que importe transferencia a título oneroso de una mercadería del dominio de una persona natural o jurídica al dominio de otra. La tasa general del impuesto es del 15% sobre el valor de la base de las importaciones o de la venta de bienes y servicios sujetas al mismo de acuerdo al artículo 6 de la Ley de impuesto sobre ventas.

4.8. Estudio Financiero

Según (Urbina, 2010), el estudio financiero “ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica “ (p.8).

4.8.1 Supuestos Financieros

Tabla 15 Supuestos Financieros

Supuestos	Valor	%	Observaciones
Variables de mercado			
Financiamiento Externo	L.120,000.00		Tasa de interés de 28% Banco Davivienda
Tasa de rendimiento de capital	18%		
Tasa de inflación 5% + 1 ppm (Banco Central de Honduras, 2014)			6.13%
Crecimiento de los gastos (Según inflación)			6.13%
Tasa de incremento de sueldos (6% inflación + 4 pp)			10%
Tasa de Impuesto sobre la Renta			25%

Supuestos	Valor	%	Observaciones
Tasa de Aportación Solidaria Temporal			5%
Inversión			
Mobiliario y Equipo	L. 77,980.00		5 años de vida útil
Gastos legales	L. 4,300.00		1 vez
Alquiler de oficina	L. 10,000.00		Mensual
Gastos operativos de la plataforma online	L.14,300.00		Mensual
Método de depreciación			Línea recta
Ingresos			
Ingreso por servicios		10%	Incremento Anual

Fuente: Propia

4.8.2 Supuesto de Gastos

Tabla 16 Supuesto de Gastos

Supuestos	Valor	%	Observaciones
Sueldos			
Gerente General	L. 20,000.00		Pago Mensual
Jefe de Contabilidad	L.10,000.00		Pago Mensual
Jefe de ingeniería	L.18,000.00		Pago Mensual
Jefe de Atención al cliente	L.10,000.00		Pago Mensual
Sueldos al año		14	12 salarios más decimo y cuarto mes
Aguinaldo y décimo tercer mes			Mes de sueldo cada
Aportación IHSS		7.20%	Techo máximo.
Aportación RAP		1.50%	
Prestaciones laborales (cesantía)		1	1 sueldo de cesantía por año laborado.
Aumento de sueldos anual		10%	

Fuente: Propia

4.8.3 Plan de Inversión

Para iniciar operaciones del proyecto es necesario el capital de inversión, que puede ser de una fuente propia de los inversionistas o préstamo mediante una entidad financiera, para lo que se realizó un estudio de los costos iniciales del proyecto, Alquiler, constitución de la empresa, mobiliario y equipo entre otros.

Tabla 17 Gastos Operativos iniciales.

Inversión Requerida	Total
Mobiliario y Equipo	L. 77,980.00
Sueldos y Salarios	L.58,000.00
Material de aseo y oficina	L.2,000.00
Alquiler de oficina	L. 10,000.00

Gastos operativos de la plataforma	L. 14,300.00
Publicidad	L. 10,000.00
Servicios Públicos	L. 16,000.00
Gastos Legales	L. 14,300.00
Total	L. 202,580.00

Fuente: Propia

4.8.4 Supuesto de Ingresos

El ingreso se está esperando con una demanda favorable cobrando un 3% de comisión por cada consulta realizada. Haciendo una estimación que de los 22,970 posibles clientes el 25% hará uso de la plataforma, invirtiendo un promedio de L. 1,000.00 por transacción dando un resultado de L. 5,742,500.00 recibiendo la comisión de 3% dando como resultado un ingreso promedio de L. 172,275.00

4.8.5 Supuesto de gastos operativos anuales

Los gastos operativos o gastos operacionales son aquellos que mantienen el funcionamiento diario de la empresa y no están directamente relacionados con la producción o servicios, entre estos se pueden definir, los gastos de servicios públicos, alquileres, aportaciones a instituciones del gobierno como el Instituto Hondureño de Seguridad Social y el Régimen de Aportaciones Privadas, gastos de publicad, salarios entre otros. Los cuales se definen en la siguiente tabla con una proyección de 5 años tomando en consideración el ajuste salarial anual y aumento de alquileres.

Tabla 18 Supuesto de Gastos proyectado a 5 años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuentas	2020	2021	2022	2023	2024

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	L812,000.00	L868,840.00	L929,658.80	L994,734.92	L1,064,366.36
IHSS	L50,112.00	L53,619.84	L57,373.23	L61,389.35	L65,686.61
RAP	L10,440.00	L11,170.80	L11,952.76	L12,789.45	L13,684.71
Alquiler	L120,000.00	L124,800.00	L129,792.00	L134,983.68	L140,383.03
Servicios públicos	L160,000.00	L166,400.00	L173,056.00	L179,978.24	L187,177.37
Depreciación	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00
Amortización	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20
Gastos totales	L1,212,987.20	L1,285,265.84	L1,362,267.98	L1,444,310.84	L1,531,733.28

Fuente: Propia

4.8.6 Depreciaciones

Las depreciaciones del equipo de oficina se calculan con el método de línea recta a 5 años a partir de su compra.

Tabla 19 Depreciaciones anuales

Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Total, inversión	Vida útil	Depreciación anual
Escritorio	L6,000.00	3	L18,000.00	5	L3,600.00
Silla reclinable	L3,000.00	3	L9,000.00	5	L1,800.00
Computadora	L8,000.00	3	L24,000.00	5	L4,800.00
Oasis	L2,500.00	1	L2,500.00	5	L500.00
Teléfono	L2,000.00	3	L6,000.00	5	L1,200.00
Impresora	L4,200.00	1	L4,200.00	5	L840.00
Aire acondicionado	L10,000.00	1	L10,000.00	5	L2,000.00
Archivo	L1,600.00	1	L1,600.00	5	L320.00
Sillas de espera	L670.00	4	L2,680.00	5	L536.00
Total, General					L15,596.00

Fuente: Propia

4.8.7 Amortización del financiamiento

El proyecto se estima con una inversión de L. 250,000.00 (doscientos cincuenta mil lempiras exactos), los cuales serán financiados en su totalidad por un préstamo con Banco Davivienda a una tasa de 28% a un plazo de 5 años.

Tabla 20 Datos generales del préstamo

Datos	
Monto del préstamo	L. 120,000.00
Tasa de interés	28%
Tiempo Original	5 años
Periodo de capitalización	12
Tiempo Convertido	60

Fuente: Propia

Tabla 21 Amortización de financiamiento

Periodo	Inicial	Interés	Amortización	Cuota	Final
0					L120,000.00
1	L120,000.00	L32,039.85	L12,795.74	L44,835.60	L107,204.26
2	L107,204.26	L27,959.51	L16,876.08	L44,835.60	L90,328.18
3	L90,328.18	L22,578.07	L22,257.50	L44,835.60	L68,070.68
4	L68,070.68	L15,480.60	L29,355.00	L44,835.60	L38,715.68
5	L38,715.68	L6,119.86	L38,715.72	L44,835.60	L0.00

Fuente: Propia

4.8.8 Estado de resultados

El estado de resultados nos indica el balance proyectado a 5 años incluyendo todos los gastos de la operación y tomando en cuenta el crecimiento de un 2% en ingresos a causa de la demanda y precios.

Tabla 22 Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuentas	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos	L1,350,636.00	L1,431,674.16	L1,488,941.13	L1,533,609.36	L1,564,281.55
Gastos Operativos					
Sueldos	L812,000.00	L868,840.00	L929,658.80	L994,734.92	L1,064,366.36
IHSS	L50,112.00	L53,619.84	L57,373.23	L61,389.35	L65,686.61
RAP	L10,440.00	L11,170.80	L11,952.76	L12,789.45	L13,684.71
Alquiler	L120,000.00	L124,800.00	L129,792.00	L134,983.68	L140,383.03
Servicios públicos	L160,000.00	L166,400.00	L173,056.00	L179,978.24	L187,177.37
Depreciación	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00
Amortización	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20
Gastos totales	L1,212,987.20	L1,285,265.84	L1,362,267.98	L1,444,310.84	L1,531,733.28
Utilidad Operativa	L137,648.80	L146,408.32	L126,673.14	L89,298.52	L32,548.27

Impuesto sobre la Renta (25%)	L34,412.20	L36,602.08	L31,668.29	L22,324.63	L8,137.07
Utilidad del Periodo	L103,236.60	L109,806.24	L95,004.86	L66,973.89	L24,411.20
Utilidad Acumulada	L103,236.60	L213,042.84	L308,047.70	L375,021.59	L399,432.79

Fuente: Propia

Tabla 23 Flujos de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	- L202,580.00					
Préstamo Bancario	L120,000.00					
-Amortización Préstamo Bancario		-L44,839.20	-L44,839.20	-L44,839.20	-L44,839.20	-L44,839.20
-Capital de trabajo 18%		-L18,582.59	-L19,765.12	-L17,100.87	-L12,055.30	-L4,394.02
Utilidad Neta (es el monto que se obtuvo en el estado de Resultados)		L103,236.60	L109,806.24	L95,004.86	L66,973.89	L24,411.20
+ Depreciación		L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00
Flujos Netos	-L82,580.00	L55,410.81	L60,797.92	L48,660.78	L25,675.39	-L9,226.01

Fuente: Propia

Tabla 24 Valor actual Neto

VAN	L. 27,900.77
Conclusión	Proyecto rentable

El valor actual neto nos dice que el Proyecto es totalmente rentable y ya que su valor es mayor a cero y creará utilidades a los interesados.

Tabla 25 Tasa Interna de Retorno

VAN	49.65%
Conclusión	Proyecto rentable

La Tasa Interna de retorno devuelve una medida relativa de rentabilidad tomando en cuenta aproximaciones en los periodos evaluados, en este caso comparado con el 28% de la tasa de interés del banco nos da un resultado positivo y por lo tanto se recomienda realizar el proyecto

4.8.8.1. Escenario Pesimista

En un escenario pesimista donde los ingresos se vieran mermados en un 2% el resultado sería el siguiente.

Tabla 26 Estado de resultados Pesimista

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuentas	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos	L1,324,152.94	L1,403,602.12	L1,459,746.20	L1,503,538.59	L1,533,609.36
Gastos Operativos					
Sueldos	L812,000.00	L868,840.00	L929,658.80	L994,734.92	L1,064,366.36
IHSS	L50,112.00	L53,619.84	L57,373.23	L61,389.35	L65,686.61
RAP	L10,440.00	L11,170.80	L11,952.76	L12,789.45	L13,684.71
Alquiler	L120,000.00	L124,800.00	L129,792.00	L134,983.68	L140,383.03
Servicios públicos	L160,000.00	L166,400.00	L173,056.00	L179,978.24	L187,177.37
Depreciación	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00
Amortización	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20	L44,839.20
Gastos totales	L1,212,987.20	L1,285,265.84	L1,362,267.98	L1,444,310.84	L1,531,733.28
Utilidad Operativa	L111,165.74	L118,336.28	L97,478.22	L59,227.75	L1,876.08
Impuesto sobre la Renta (25%)	L27,791.44	L29,584.07	L24,369.55	L14,806.94	L469.02
Utilidad del Periodo	L83,374.31	L88,752.21	L73,108.66	L44,420.81	L1,407.06
Utilidad Acumulada	L83,374.31	L172,126.51	L245,235.18	L289,655.99	L291,063.05

Fuente: Propia

Tabla 27 Flujo de Caja Pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	-L202,580.00					
Préstamo Bancario	L120,000.00					
-Amortización Préstamo Bancario		-L44,839.20	-L44,839.20	-L44,839.20	-L44,839.20	-L44,839.20
-Capital de trabajo 18%		-L15,007.38	-L15,975.40	-L13,159.56	-L7,995.75	-L253.27
Utilidad Neta (es el monto que se obtuvo en el estado de Resultados)		L83,374.31	L88,752.21	L73,108.66	L44,420.81	L1,407.06
+ Depreciación		L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00	L15,596.00
Flujos Netos	-L82,580.00	L39,123.73	L43,533.61	L30,705.90	L7,181.87	-L28,089.41

Fuente propia

En este escenario pesimista se obtuvo un VAN negativo de -L. 16,301.70 y una TIR de 9.50% estando por debajo del 28% de la tasa de interés bancaria, dando como resultado una conclusión negativa y la recomendación de no realizar el proyecto.

En resumen, el proyecto puede desarrollarse esperando un resultado positivo debido a que los estudios realizados apuntan a una aceptación viable del servicio que se busca proveer, mitigando una necesidad insatisfecha con soluciones de la actualidad y generando ganancia aceptable para los interesados.

CAPÍTULO. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A lo largo de la investigación se desarrolló la idea de la creación de una empresa de centralización en la contratación de servicios profesionales para el área de salud, en la ciudad de Tegucigalpa, y comprobar su factibilidad mediante la realización de los siguientes estudios: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio legal y estudio financiero.

5.1. Conclusiones

- En concordancia con el estudio de mercado, se puede observar a un 55% de personas que estarían dispuestas a utilizar el producto y tiene la posibilidad de pagar por él servicio dando como resultado una posible demanda de 23,000 personas solo en la ciudad de Tegucigalpa, En el caso de la oferta el 75% de profesionales de la salud estaría dispuesto a ofrecer sus servicios ,Adicional a esto, se determinó que no existe una competencia directa tales como empresas con el mismo enfoque, lo que se traduce a un mercado con poca competencia.
- A través del estudio organizacional se determinó el personal mínimo para que funcione adecuadamente la empresa, en el cual se identificó que se requiere de una estructura de dos niveles: departamento de ingeniería, departamento de contabilidad y atención al cliente, bajo la dirección del gerente general.
- El estudio técnico y financiero determinaron que el proyecto es totalmente viable y teniendo un Valor Actual neto de L. 27,900.77 y una Tasa Interna de retorno 49.65% logrando solventar los gastos y alcanzar la rentabilidad en el tiempo estimado.
- Se determinó que no se tienen impedimentos legales para la instalación de la empresa y funcione adecuadamente; sin embargo, deben tenerse en cuenta las

obligaciones legales de los patronos, prestaciones sociales y las contribuciones al estado tales como impuestos de la renta y venta.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda aprovechar la aceptación de los usuarios en este nuevo concepto de servicios y a su vez el hecho de que no existe una competencia directa, colocando el proyecto en un panorama promisorio, de igual manera se tiene que buscar la expansión a otras ciudades y el crecimiento tanto de la demanda como de la oferta.
- Se recomienda mantener solo el personal mínimo requerido para el funcionamiento correcto de la empresa y no generar gastos no justificados en talento humano.
- Se recomienda ejecutar el proyecto tomando como referencia los resultados del estudio técnico y financiero para crear un modelo de negocio estable y con un desarrollo prometedor.
- Se recomienda tomar ventaja de las facilidades legales que existen para fundar un negocio de comercio electrónico.

CAPITULO VI. APLICABILIDAD

6.1. Acta de Constitución del Proyecto

ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO	
Proyecto:	Propuesta de centralización de servicios de salud por medio de una plataforma en línea.
Director del proyecto:	
Patrocinador:	Emmanuel David Escalante Alas Jorge José Amaya Andara
Preparado por:	Director de proyectos
Revisado por:	Inversionistas
Aprobado por:	Inversionistas

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO
De acuerdo a las cifras alarmantes de desempleo en el país es necesario implementar una plataforma donde los profesionales de la salud puedan ofrecer sus servicios para generar ingresos y que los habitantes, que necesiten atención médica ya sea domiciliaria o en un centro de atención especializado, puedan realizar búsquedas e informarse de los posibles médicos o establecimientos que puedan suplir esa necesidad, haciendo uso de un plataforma virtual sirviéndose de la cercanía y fácil acceso que esta provee.
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y ENTREGABLES
El proyecto consiste en el desarrollo de la plataforma y la adecuación de un local para la etapa operativa, este estará ubicado en el centro Morazán de la ciudad de Tegucigalpa, donde se situaría la oficina administrativa de la plataforma. Los entregables del proyecto incluyen:
Acta de constitución del proyecto
Plan de gestión del proyecto
Contratos con proveedores y desarrollador web
Ejecución de compras por concepto de equipo y materiales
Ejecución operativa
REQUERIMIENTO DEL PROYECTO
Para el desarrollo de la plataforma y el acondicionamiento del lugar se llevará a cabo considerando lo siguiente:
Se contará con un capital de trabajo de Lps. 120,000.00 a una tasa del 28%
Se ejecutará en un período de 30 días

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Alcance: Desarrollar un plan para el desarrollo de la plataforma de centralización de servicios y la adecuación del sitio óptimo para la etapa operativa.

Tiempo: Cumplir con el cronograma y cada uno de sus entregables y paquetes de trabajo aprobados.

Costo: Realizar cada una de las actividades dentro del presupuesto de inversión inicial.

Calidad: Cumplir con las especificaciones establecidas por los patrocinadores e interesados.

Fase I - Gestión del proyecto	Proceso de iniciación
Esta etapa comprende la definición del alcance, involucrando los diferentes procesos de gestión del tiempo, gestión de costos y gestión del alcance.	<p>1.1 Gestión de integración: Acta de constitución del proyecto Enunciado del alcance del proyecto</p> <p>Proceso de planificación: 2.1 Gestión del tiempo: Cronograma del proyecto 2.2 Gestión de costos: Plan de gestión de costos Presupuesto del proyecto 2.3 Gestión de Recursos Humanos: Matriz de asignación de responsabilidades Organigrama del equipo del proyecto</p>
Fase II - Cierre del proyecto	Proceso de cierre
Finalización de las actividades establecidas en la estructura de desglose de trabajo.	<p>Entregables: Desarrollo del acta de cierre del proyecto</p>

INTERESADOS CLAVE (STAKEHOLDERS)

- Inversionistas
- Equipo del proyecto
- proveedores de la empresa
- Gerente general
- Profesionales de la salud
- Padres de familia

RIESGOS DE ALTO NIVEL

- Retrasos con la entidad de financiamiento
- Variaciones en los costos
- Retrasos en la ejecución del proyecto
- Disminución de la calidad
- Variaciones en el alcance a lo largo del proyecto
- Riesgos tecnológicos

HITOS PRINCIPALES DEL PROYECTO

- Firma del acta de constitución
- Informe de liquidación del equipo
- Informe final del proyecto
- Entrega de la plataforma terminada
- Entrega del sitio de operación

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

- El presupuesto inicial del proyecto es de L. 112,000.00, el cual se obtendrá por medio de financiamiento en un 100%.
- La línea base del proyecto se estableció de acuerdo a los costos de inversión inicial para iniciar con la operación de la plataforma, las cuales se especificaron en el capítulo 4.

RESTRICCIONES DEL PROYECTO

- El financiamiento externo es fundamental para el desarrollo del proyecto.

SUPUESTOS

- La amortización de los gastos por concepto de inversión inicial tiene un plazo de 5 años.
- Existe disponibilidad del equipo y recurso humano para la fase operativa.

REQUERIMIENTOS DE APROBACIÓN DEL PROYECTO

Criterios de éxito	Evaluable	Firma de cierre
Realizar una estimación adecuada de los costos en la cual se consideren los costos legales, estructura organizacional y recursos técnicos.	Director del proyecto Stakeholders	Director del proyecto
Identificación de los requerimientos técnicos y legales para la operación.	Director del proyecto Gerente general	
Determinar de la línea base de los costos.	Director del proyecto Gerente general	

6.2. Gestión del Alcance del Proyecto

El proyecto consiste en el desarrollo de la plataforma en línea y la adecuación del lugar de operación el cual se ubica en el centro Morazán de la ciudad de Tegucigalpa, donde se dirigirá la centralización de los servicios para los profesionales de la salud.

Desde el comienzo del proyecto, hasta la puesta en marcha se estima un tiempo de 1 mes con una inversión inicial de L. 120,000.00, las cuales incluyen el desarrollo de la plataforma, constitución de la empresa, obtención del financiamiento, adquisiciones de mobiliario y equipo, contratación del recurso humano e inscripciones de ley.

6.3. Definición del Alcance del Proyecto

Con el fin de que la gestión del proyecto sea óptima, las estimaciones de costos y previsión de tiempo se harán de la forma más apegada a la realidad con los niveles de calidad y requerimientos exigidos.

En esta etapa se definirán las líneas base de tiempo y costo, la estructura necesaria para llevarlas a cabo, matriz de roles y responsabilidades, matriz de riesgos y cierre del proyecto.

Tabla 28 Gestión del alcance

Código	Entregable	Descripción	Criterios de aceptación	Responsable
1.1.1	Acta de constitución del proyecto	Documento en el que se define el alcance, los objetivos y los interesados del proyecto. Una visión preliminar de los roles y responsabilidades.	Bajo los lineamientos del PMBOK quinta edición.	Director del proyecto
1.1.2	Plan de gestión del proyecto	Consiste en la aprobación del acta de constitución y el plan de administración del proyecto.	Bajo los lineamientos del PMBOK quinta edición más las estipulaciones de los Stakeholders.	Director del proyecto
1.1.3	Diseño de plataforma	Consiste en la elaboración de la plataforma de centralización para los servicios de salud, en base a los criterios establecidos.	Diseño aprobado por el director de proyectos y los patrocinadores.	Director del proyecto y diseñador web

Código	Entregable	Descripción	Criterios de aceptación	Responsable
1.1.4	Contratos de servicios	Reporte con las cotizaciones con diversos proveedores.	3 cotizaciones diferentes.	Jefe de adquisiciones
1.1.5	Adquisición de material y equipo	Consiste en las adquisiciones de material de oficina y el mobiliario para un desempeño óptimo en la etapa operativa.	Cumplir con las especificaciones establecidas por el director de proyecto.	Jefe de adquisiciones
1.1.6	Adecuación de planta	Etapa en la que se sitúa todo el material y equipo de acuerdo a los lineamientos.	De acuerdo al diseño de la planta.	Jefe de adquisiciones
1.1.7	Informe de terminación	Informe en el que se describe el funcionamiento de la plataforma y el lugar de operación.	Entrega de informe al terminar en un 100% el diseño y la adecuación de la planta.	Director de proyectos

Fuente: Elaboración propia

6.4. Estructura de Desglose de Trabajo

Para la propuesta del proyecto se identificaron 3 entregables del cual se desprenden los diferentes paquetes de trabajo.

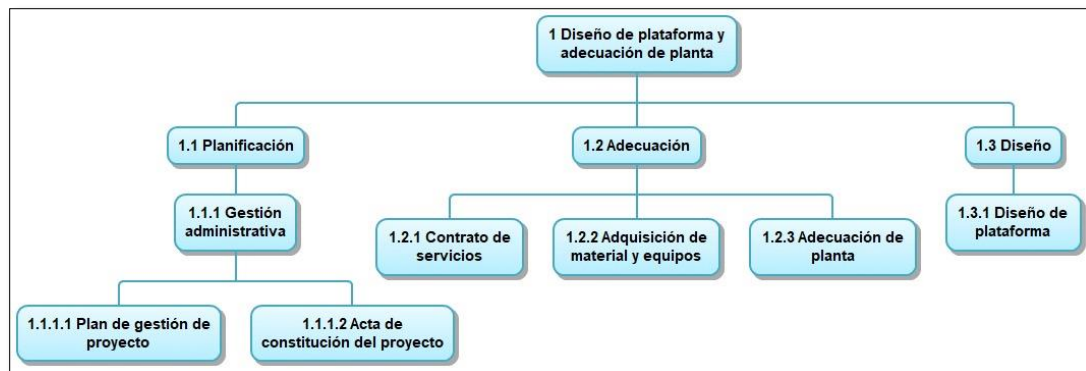


Figura 25. Estructura de Desglose de trabajo

Fuente: Elaboración propia

6.4.1 Cronograma de Actividades

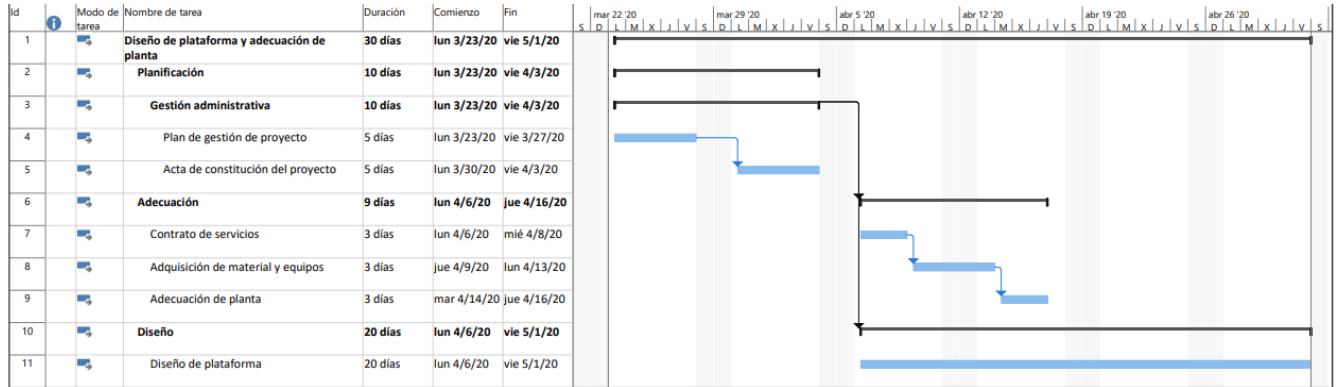


Figura 26. Cronograma de Actividades

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Plan de Gestión de costos

6.6. Plan de Adquisiciones

En la gestión de adquisiciones del proyecto se incluyen los procesos necesarios para comprar o adquirir todos los servicios, productos o resultados que es preciso obtener fuera del proyecto.

Tabla 29 Plan de Adquisiciones del proyecto

Adquisiciones del proyecto: *Especificar la Matriz de Adquisiciones del proyecto*

Ver Matriz de adquisiciones del Proyecto

Procedimientos Estándar por seguir: *Procedimientos de Adquisición que se deben seguir*

Para el contrato de adquisición de equipos y suministros se realizarán los siguientes procedimientos:

- Lista de posibles proveedores del servicio.
- Desarrollo de especificaciones de equipo e insumos requeridos para el proyecto.
- Emitir a proveedores un listado de equipo e insumos necesarios.
- Recibir y evaluar las propuestas de los posibles proveedores.
- Calificar a los proveedores en base a la puntuación definida.
- Seleccionar al proveedor(es).

- Firma del contrato.

Formatos Estándar por Utilizar: Formatos de Adquisición que se deben seguir

El equipo de proyecto cuenta con estándares de contratos definidos para adquisiciones a través de procesos de licitación, los cuales se emitirán personalizados de acuerdo con los requerimientos del servicio, el periodo en el que se entregará, el lugar y el monto a pagar.

Se emitirán tres copias del contrato (una para el director del Proyecto, una para el proveedor y una última para el jefe de Adquisiciones), las cuales serán revisadas por las partes y de presentarse alguna observación se realizará la revisión y modificación para proceder a la firma del mismo.

Coordinación con otros aspectos de la gestión del proyecto: Coordinación con el Calendario del proyecto, Reporte de Performance, cambios en las decisiones de hacer o comprar, coordinación de fechas contractuales con la programación del proyecto, etc.

Contrato de adquisición de equipos y suministros:

- Lista de posibles proveedores del servicio. Fecha: segunda semana.
- Desarrollo de especificaciones de equipo e insumos requeridos para el proyecto. Fecha: segunda semana.
- Emitir a proveedores un listado de equipo e insumos necesarios. Fecha: segunda semana.
- Recibir y evaluar las propuestas de los posibles proveedores. Fecha: tercera semana.
- Calificar a los proveedores en base a la puntuación definida. Fecha: tercera semana.
- Seleccionar al proveedor(es). Fecha: tercera semana.
- Firma del contrato. Fecha: tercera semana.

Coordinación con la gestión de proyectos de los proveedores: coordinación con la gestión de proyectos de proveedores, enlaces de procesos, procedimientos, formatos y/o metodologías.

- El pago del servicio se realizará una vez recibido el equipo y suministro solicitado.
- Cualquier modificación que algún involucrado del proyecto requiera, deberá solicitarse con un máximo de 48 horas antes de la firma del contrato.
- El contrato de adquisición de los equipos y suministros debe ser coordinado con el proveedor seleccionado con 5 días de anticipación para cumplir con los requisitos indicados durante la licitación.
- Las coordinaciones con el proveedor se realizarán telefónicamente o mediante correo electrónico.

- El pago del servicio se realizará al 100% a la entrega de los equipos y suministros y se especificarán en el contrato.
- Cualquier modificación que se requiera deberá solicitarse con un máximo de 48 horas antes de la firma del contrato.

Restricciones y supuestos: *que puedan afectar las adquisiciones planificadas y por lo tanto el logro de los objetivos del proyecto.*

Las restricciones y/o supuestos que han sido identificados y que pueden afectar las adquisiciones del proyecto son las siguientes:

- Variación en el tipo de cambio: el tipo de cambio puede generar variaciones en la conversión de la moneda local, por lo que en el contrato se especificará el tipo de cambio, como el promedio del mes a la fecha de firma del mismo y deberá ser respetado a lo largo del periodo de pago.
- Variación en el tiempo de entrega: se considera que las modificaciones en las fechas de cumplimiento del servicio y las compras no deberán exceder a lo establecido en el contrato, por lo que cualquier solicitud en la ampliación de tiempo deberá ser incluida como adenda al contrato.

Riesgos y respuestas: *Principales riesgos relacionados a las adquisiciones, y respuestas que han sido consideradas en la gestión de riesgos del proyecto.*

Según el Plan de Respuesta a los Riesgos, se tiene lo siguiente:

- En el caso de la adquisición de equipos y suministros, el pago se realizará al 100% a la entrega de los equipos y suministros
- Los incumplimientos en los plazos de entrega deberán ser notificados con anticipación de 48 horas y se desarrollará una adenda al contrato para el nuevo plazo.
- Se especificará en el contrato las penalidades por el incumplimiento en los plazos de entrega de equipos y suministros.
- Solicitar retroalimentación a los miembros del proyecto, para conocer el nivel de avance y cumplimiento de los entregables.

Métricas: *Métricas de adquisición a ser usadas para gestionar y evaluar proveedores.*

Se tomará como métrica las fechas establecidas para la firma de los contratos, así como las especificadas en el contrato para la contratación de personal y la entrega de equipos y suministros

6.7. Matriz de Adquisiciones

Producto o servicio a adquirir	Código de elemento de la EDT	Tipo de contrato	Procedimiento de contratación	Forma de contactar proveedores	Responsable	Manejo de múltiples proveedores	Proveedores precalificados	Cronograma de adquisiciones			
								Planificación de contrato	Selección de proveedor	Administración de contrato	Cerrar contrato
Contratación de servidores y conexión a internet	1.2.1 Contrato de servicios	Indefinido	Solicitud de servicio	Teléfono, correo electrónico	Gerente General	Lista de proveedores	Tigo Honduras, Claro Honduras	06-04-20	10-04-20	Indefinido	Indefinido
Contrato de arrendamiento de oficinas	1.2.1 Contrato de servicios	Indefinido	Solicitud de servicios	Teléfono, correo electrónico	Gerente General	Lista de proveedores	Bienes raíces	06-04-20	10-04-20	Indefinido	Indefinido
Compra de equipo de oficina	1.2.2 Adquisición de material y equipos	Temporal	Solicitud de servicio	Teléfono, correo electrónico	Encargado de contabilidad	Lista de proveedores	Muebles y mas	09-04-20	10-04-20	12-04-20	13-04-20

6.8. Plan de Recursos Humanos

El plan de Recursos Humanos se realiza con el objetivo de dar a conocer la estructuración del equipo de trabajo del proyecto además de estipular los roles y funciones de cada miembro del equipo.

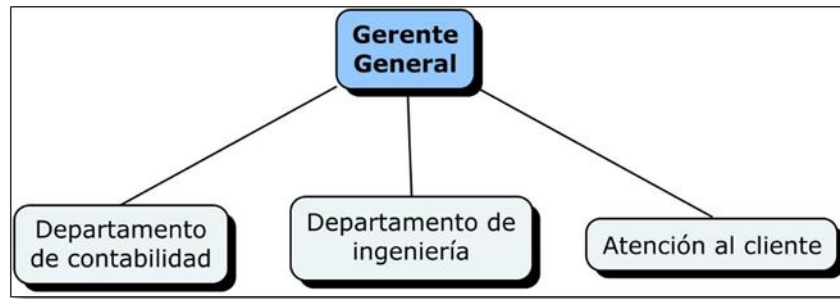


Figura 27. Organigrama de la empresa
Elaboración Propia

6.8.1 Matriz de Roles y Funciones

Tabla 30 Matriz de Roles y Funciones

WBS	Paquetes de trabajo	Gerente General	Encargado de Contabilidad	Ingeniero en sistemas	Atención al cliente
1.1	Planificación				
1.1.1	Gestión Administrativa	E-R-A	C	P	P
1.1.1.1	Plan de gestión de proyecto	E-R-C-A-P	P	P	P
1.1.1.2	Acta de constitución del proyecto	E-R-C-A-P	P	P	P
1.2	Adecuación				
1.2.1	Contrato de servicios	E-R-A	C	P	P
1.2.2	Adquisición de material y equipos	E-R-A	C	P	P
1.2.3	Adecuación de planta	E-R-A	P	P	C
1.3	Diseño				
1.3.1	Diseño de plataforma	E-R-A		C-P	

E= Ejecuta R= Revisa C=Coordina A= Autoriza P= Participa

Fuente: Elaboración Propia

Los perfiles de las personas a contratar

- Gerente General : Administrador de empresas o Economía en el grado de licenciatura o ingeniería
- Encargado de Contabilidad: Contabilidad o Finanzas en el grado de licenciatura
- Ingeniero en sistemas: Ciencias de la Computación en el grado de ingeniería
- Atención al cliente: Mercadotecnia en el grado de ingeniería

6.8.2 Relaciones de comunicación y red interna

La relación de comunicación se desarrollará de manera vertical y horizontal permitiendo a todo el equipo tener una constante retroalimentación de los procesos, dentro los tipos de comunicación directa e indirecta se tienen, circulares, correo electrónico, chat interno, video llamadas, y reuniones presenciales.

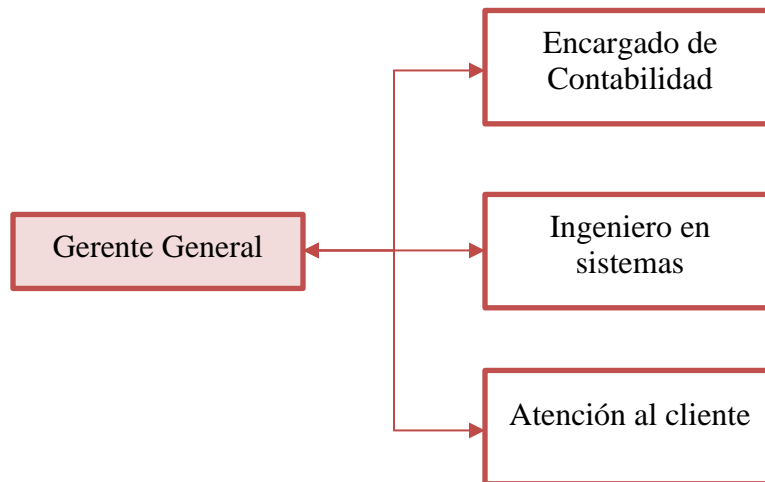


Figura 28. Comunicación Directa e Indirecta
Fuente: Elaboración Propia

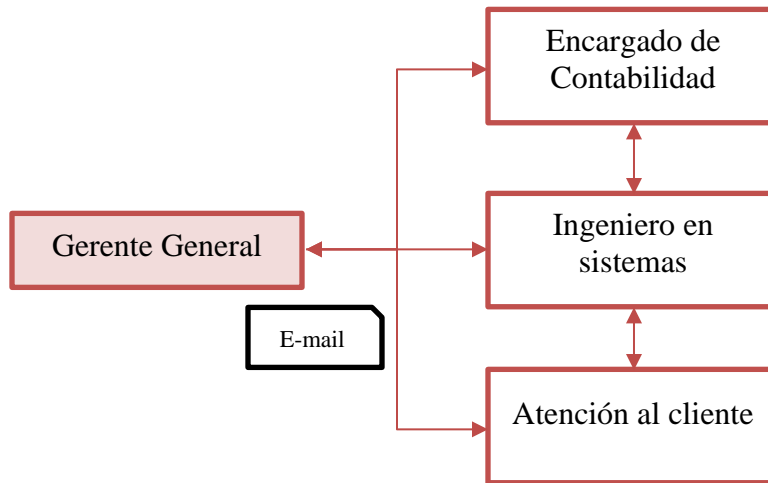


Figura 29. Comunicación formal vía correo electrónico

Fuente: Elaboración Propia

6.9. Plan de Gestión de Riesgos

Riesgo se define como la probabilidad de que ocurra un evento que tenga un impacto negativo o negativo sobre el proyecto, todos los proyectos tienen riesgos asociados, dependiendo de muchas variables como el rubro, ubicación geográfica, clima político, situación medio ambiental etc., y es responsabilidad del gerente de proyectos anticiparse ante dichos riesgos para aprovecharlos o mitigarlos.

A continuación, se presenta una lista de riesgos pertinente a este proyecto.

Tabla 31 Listado de riesgos

Fuente: Elaboración Propia

N°	Riesgo
1	Definición incorrecta del alcance del proyecto
2	Fallo en los servidores y conexión a internet
3	Poca aceptación del servicio ante la población y profesionales de la salud
4	Problemas de financiamiento (Retraso en el préstamo)
5	Variaciones en los costos

Tabla 32 Matriz de Administración de Riesgos

Fuente: Elaboración propia

N°	Riesgo	Posibles respuestas	Plan de Acción	Responsable
1	Definición incorrecta del alcance del proyecto	Plan A: Mitigar	Seguimiento de las actividades, verificando la triple restricción	Gerente General e Ingeniero en sistemas
2	Fallo en los servidores y conexión a internet	Plan A: Eliminar	Hacer que el proveedor firme un Acuerdo de Nivel de Servicio	Gerente General e Ingeniero en sistemas
3	Poca aceptación del servicio ante la población y profesionales de la salud	Plan A: Mitigar	Cambio en las estrategias de mercadeo y Atención al cliente	Atención al cliente
4	Problemas de financiamiento (Retraso en el préstamo)	Plan A: Mitigar	Reprogramar el plan de adquisiciones y programar un desembolso único.	Encargado de Contabilidad
5	Variaciones en los costos	Plan A: Mitigar	Verificación de costos y readecuación de las adquisiciones	Encargado de Contabilidad

El monitoreo y control de riesgos consiste en:

- Verificar la ocurrencia de riesgos.
- Supervisar y verificar la ejecución de respuestas.
- Realizar auditorías de riesgo
- Verificar aparición de nuevos riesgos.
- Reuniones de seguimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Áreadepymes. (s.f.). Obtenido de <https://www.areadepymes.com/?tit=promocion-en-internet-de-servicios-profesionales&name=Abanfin&fid=promweb>

Arturo Haro de Rosario, J. f. (2017). *Dirección financiera*.

Avila, E. R. (2003). *Rresearchgate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/266968004_Comercio_Electronico_I_Nacimien-to_y_Desarrollo

Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados*.

Bernardez, M. L. (2008). *Capital intelectual*.

Carmenate Milian, L., Herrera Ramos, A., & Ramos Cáceres, D. (30 de Diciembre de 2016). *Archivos de Medicina*. Obtenido de <http://www.archivosdemedicina.com/medicina-de-familia/situacioacuten-del-sistema-de-salud-en-honduras-y-el-nuevo-modelo-de-salud-propuesto.php?aid=17878>

eCommerce Award. (1 de Octubre de 2019). *eCommerce Award*. Obtenido de <https://ecommerceaward.org/aqui-los-ganadores-de-los-ecommerce-award-honduras-2019/>

eCommerce Institute. (Enero de 2019). *eCommerce Institute*. Obtenido de <https://ecommerce.institute/quienes-somos/>

eMarketServices. (22 de Mayo de 2017). *eMarketServices*. Obtenido de <https://www.emarketservices.es/emarketservices/es/menu-principal/actualizate/noticias/4796023.html>

Emery, D. R. (2000). *Fundamentos de administración financiera*.

Fernández, F. J. (2017). *Estudio de mercado*.

Galindo, J. L. (s.f.). *Claves para gestionar precio, producto y marca*.

Gilli, J. J. (2017). *Claves de la estructura organizativa*.

Gomez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de investigación científica*.

Guía para la presentación de proyectos. (2006).

Hector Alberto Faga, M. E. (2006). *Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables*.

Herrera, A. J. (2016). *Archivos de Medicina*. Obtenido de <http://www.archivosdemedicina.com/medicina-de-familia/situacioacuten-del-sistema-de-salud-en-honduras-y-el-nuevo-modelo-de-salud-propuesto.php?aid=17878#37>

Instituto Nacional de Estadística. (Mayo de 2017). *Encuesta Permanente de hogares 2017*. Obtenido de <http://170.238.108.227/binhnd/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=EPH2017&lang=ESP>

Linkoo. (2014). Obtenido de <https://www.lynkoo.com/la-historia-del-comercio-electronico/>

Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*.

Melgar, J. (2016). *Lifebelt*. Obtenido de <https://ilifebelt.com/comercio-electronico-crece-en-honduras/2016/02/>

Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos*.

Mundial, B. (2019). *Honduras, panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>

Parkin, M. (2009). *Economía*.

Paul Krugman, R. W. (2006). *Introducción a la macroeconomía*.

Redaccion, El Heraldo. (05 de Septiembre de 2017). *El Heraldo*. Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/pais/1105491-466/unos-10-mil-m%C3%A9dicos-y-enfermeras-est%C3%A1n-desempleados-en-honduras>

Rodriguez, E. (Enero de 2001). *Academia*. Obtenido de https://www.academia.edu/27166780/Comercio_Electr%C3%B3nico._I._Nacimiento_y_Desarrollo

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación 6ta Ed*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/laureatemhe/reader.action?docID=3224545&query=metodologia%2Bde%2Bla%2Binvestigacion>

Torres, L. (25 de Enero de 2006). *Elsevier*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-estudio-las-necesidades-salud-atencion-13094054>

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos*.

Verónica Baena Graciá, M. d. (2010). *Instrumentos de marketing*.

ANEXOS

ANEXO 1: FORMULARIO DE ENCUESTA PARA USUARIOS



FACULTAD DE POSTGRADO

Con la finalidad de realizar una investigación sobre la utilización y necesidad de servicios de salud de la población de Tegucigalpa M.D.C, se le solicita contestar el siguiente formulario de manera honesta.

Toda la información que usted provea será confidencial y utilizada solamente con fines académicos.

Sección 1: Datos Generales

1. ¿Qué Edad tiene?
 - a. Menor de 18 años
 - b. 18 a 25 años
 - c. 25 a 30 años
 - d. 30 a 40 años
 - e. 40 a 60 años
 - f. Mayor de 60 años
2. Sexo
 - a. Masculino
 - b. Femenino
3. Estado civil
 - a. Soltero/a
 - b. Casado/a
 - c. Uni6 libre
4. Tiene hijos
 - a. Si
 - b. No
5. ¿Cuántos hijos tiene?
 - a. 1
 - b. 2
 - c. 3
 - d. Más de 3 hijos
6. Ocupación
 - a. Desempleado/a
 - b. Estudiante
 - c. Ama/o de casa

- d. Trabajo
 - e. Estudio y trabajo
 - f. Otro: _____
7. Salario mensual en lempiras
 - a. Menos de 8,000
 - b. 8,000 a 15,000
 - c. 15,000 a 22,000
 - d. Más de 22,000
 8. ¿Cuántas personas depende de usted?
 - a. _____
 9. Reside en:
 - a. Tegucigalpa/Comayagüela
 - b. Otro: _____

Sección 2: Uso de la tecnología

1. ¿Con que frecuencia utiliza internet?
 - a. Poco
 - b. Moderado
 - c. Mucho
 - d. Todo el tiempo
2. ¿Con que finalidad utiliza internet?
 - a. Redes sociales (Facebook, Twitter, WhatsApp, etc.)
 - b. Noticias
 - c. Ocio
 - d. Educación o Trabajo
 - e. Transacciones comerciales (Compras o transacciones bancarias)
3. ¿Ha realizado alguna vez compras o contratación de servicios por internet (incluye redes sociales)?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿Con que frecuencia realiza estas transacciones por internet?
 - a. Diario
 - b. Una vez a la semana
 - c. Una vez al mes
 - d. Cada dos meses o mas
5. ¿Qué tipo de transacciones en internet realiza con mayor frecuencia?
 - a. Servicio de Entrega a domicilio (Hugo, Uber Eats, Glovo, etc.)
 - b. Compra de comida
 - c. Compras fuera del país (Amazon, EBay, Ali Express, etc.)
 - d. Transacciones bancarias
 - e. Otras: _____
6. ¿Cuánto gasta en transacciones por internet al mes en lempiras?
 - a. Menos de 1,000
 - b. 1,000 a 3,000
 - c. 3,000 a 6,000

d. Más de 6,000

Sección 3. Servicios de Salud

1. ¿Con que frecuencia visita usted o su familia el Medico?
 - a. Regularmente
 - b. Cada 3 meses
 - c. Cada 6 meses
 - d. Una vez al año
 - e. Solo cuando es necesario
2. Cuando visita un médico o especialista, ¿Cuál es la razón?
 - a. Cita médica de seguimiento
 - b. Enfermedad ocasional
 - c. Visita por costumbre
 - d. Accidente o emergencia
3. ¿Cuánto gasta en cada visita al médico en lempiras?
 - a. Menos de 1,000
 - b. 1,000 a 3,000
 - c. Más de 3,000
4. Cuando visita al médico prefiere:
 - a. Privado
 - b. Publico
 - c. Me es indiferente
5. Reside con usted una persona o adulto mayor que necesite cuidados especiales
 - a. Si
 - b. No

Sección 4: Contratación de profesionales de la salud

Se entiende por profesionales de la salud a Médicos en general, enfermeras/os Auxiliares, Especialistas, etc.

1. ¿Buscaría usted profesionales de la salud en una plataforma por internet (Página web o Aplicación)?
 - a. Si
 - b. No
2. Si contrata usted estos servicios ¿Que preferiría usted de ser posible?
 - a. A domicilio
 - b. Presentarse a un centro de atención
3. Al buscar este tipo de atención para usted ¿Es importante los años de experiencia del profesional de la salud?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Me es indiferente

ANEXO 2: FORMULARIO DE ENCUESTA PARA PROFESIONALES DE LA SALUD



FACULTAD DE POSTGRADO

Con la finalidad de realizar una investigación sobre la oferta laboral para profesionales de la salud y de servicios de salud de la población de Tegucigalpa M.D.C, y determinar la factibilidad de una plataforma por internet para ofrecer servicios de salud, se le solicita contestar el siguiente formulario de manera honesta.

Toda la información que usted provea será confidencial y utilizada solamente con fines académicos.

*Entiéndase por profesionales de la salud aquellas personas que ha completado un curso de estudio en el campo de la salud, (medicina, enfermería, fisioterapia, etc.)

Sección 5: Datos Generales

1. ¿Qué Edad tiene?
 - g. Menor de 18 años
 - h. 18 a 25 años
 - i. 25 a 30 años
 - j. 30 a 40 años
 - k. 40 a 60 años
 - l. Mayor de 60 años
2. Sexo
 - a. Masculino
 - b. Femenino
3. Estado civil
 - a. Soltero/a
 - b. Casado/a
 - c. Unió libre
4. Tiene hijos
 - a. Si
 - b. No
5. Reside en:
 - a. Tegucigalpa/Comayagüela
 - b. Otro: _____

Sección 6: Profesionales de la salud

1. ¿Es usted un profesional de la salud? O ¿Será usted un profesional de la salud en un futuro cercano (menos de 2 años)?
 - a. Si
 - b. No
2. ¿Qué tipo de profesional de la salud es o será usted?
 - a. Enfermería
 - b. Fisioterapia
 - c. Medicina general
 - d. Especialidad: _____
3. ¿Está trabajando actualmente?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿Cuántos años de experiencia tiene como profesional de la salud?
 - a. Menos de 1 año
 - b. 1 a 2 años
 - c. 2 a 5 años
 - d. Más de 5 años

Sección 7: Comercio electrónico

1. ¿Ha realizado usted transacciones por internet? (compras, pagos, contratación de servicios)
 - a. Si
 - b. No
2. ¿Ha recibido beneficios a través de transacciones por internet? (pagos por servicios, venta, etc.)
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Estaría dispuesto usted a ofrecer y/o promocionar sus servicios como profesional de salud mediante una plataforma por internet?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿Estaría dispuesto usted a brindar sus servicios como profesional de salud a domicilio?
 - a. Si
 - b. No