



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE
CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN MARKETING**

TEMA:

Estudio de Mercado para determinar la viabilidad en la creación de un Dispensario Médico en medicina general, sin fines de lucro en la Ciudad de Chone, abalizado por la Compañía hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl”, en el año 2014

AUTORA:

GEMA MARLENE CUESTA BARRETO

TUTOR:

DR. FREDY ZAMBRANO VELASQUEZ Mgs

CHONE – MANABI- ECUADOR

2015

Dr. Freddy Zambrano Velásquez, Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone, en calidad de tutor

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de titulación : “ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD EN LA CREACIÓN DE UN DISPENSARIO MÉDICO SIN FINES DE LUCRO EN LA CIUDAD DE CHONE, ABALIZADO POR LA COMPAÑÍA HIJAS DE LA CARIDAD DE “SAN VICENTE DE PAÚL”, ha sido elaborado bajo mi dirección y corregido en varias sesiones de trabajo, se encuentra listo para su presentación y apto para su defensa.

Las opiniones y conceptos vertidos en este Trabajo de titulación, son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de su autora: GEMA MARLENE CUESTA BARRETO, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, Mayo del 2015

DR. FREDY ZAMBRANO VELASQUEZ Mgs

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de las opiniones, investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones presentados en esta tesis de grado, es exclusividad de su autora.

Chone, Mayo del 2015

Gema Marlene Cuesta Barreto

AUTORA



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

INGENIEROS EN MARKETING

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema: “INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD EN LA CREACIÓN DE UN DISPENSARIO MÉDICO SIN FINES DE LUCRO EN LA CIUDAD DE CHONE, ABALIZADO POR LA COMPAÑÍA HIJAS DE LA CARIDAD DE “SAN VICENTE DE PAÚL”, elaborado por la egresada GEMA MARLENE CUESTA BARRETO de la carrera de Ingeniería Marketing.

Chone, Mayo del 2015

.....
Dr. Víctor Jama Zambrano
DECANO

.....
Dr. Freddy Zambrano Velásquez
TUTOR

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
SECRETARIA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios ser supremo y creador nuestro de todo lo que nos rodea, por haberme dado la inteligencia, paciencia y ser guía en mi vida.

A mis maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a mi esposo por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas de mi tesis.

Con todo mi cariño y mi amor a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento

Con Cariño

Gema Marlene Cuesta Barreto

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi madre Esperanza Marlene Barreto Santos y a mi padre Ramón Agustín Cuesta Moreira que siempre han estado a mi lado para guiarme y brindarme su apoyo incondicional.

A mi hijo, que es el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, él fue quien en los momentos más difíciles me dio su amor para poderlos superar, quiero también dejarle a él una enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poderlo lograr.

Con Cariño

Gema Marlene Cuesta Barreto

ÍNDICE GENERAL

	Nº de pág.
Página de título o portada.....	i
Página de aprobación del tutor.....	ii
Página de autoría de la tesis.....	iii
Página de aprobación del tribunal de grado.....	iv
Página de agradecimiento.....	v
Página de dedicatoria	vi
Índice general de los contenidos.....	vii – x
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Gráficos.....	xii
1. Introducción.....	1
2. Planteamiento del problema.....	3
2.1. Contextos.....	3
2.1.1. Contexto Macro.....	3-4
2.1.2. Contexto Meso.....	4-5
2.1.3. Contexto Micro.....	5
2.2. Formulación del problema.....	6
2.3. Delimitación del problema.....	6
2.4. Interrogantes de la Investigación	7
3. Justificación.....	8-9
4. Objetivos.....	10
4.1. Objetivo General.....	10
4.2. Objetivos Específicos.....	10
CAPÍTULO I	
5. Marco Teórico.....	11

5.1. Estudio de mercado para la creación de un dispensario médico.....	11
5.1.1. Definición.....	11-13
5.1.2. Objetivos de la investigación de mercado.....	13
5.1.3. Tipos de Mercado.....	14
5.1.3.1. Tipos de Mercado, Desde el Punto de Vista Geográfico.....	14-15
5.1.3.2. Tipos de Mercado, Según el Tipo de Cliente	15
5.1.3.3. Tipos de Mercado, Según la Competencia Establecida.....	16-18
5.1.3.4. Tipos de Mercado, Según el Tipo de Producto.....	18-19
5.1.3.5. Tipos de Mercado, Según el Tipo de Recursos.....	19
5.1.3.6. Tipos de Mercado, Según los Grupos de No Clientes.....	20
5.1.4. Tipos de investigación de mercado	20-24
5.1.5. Pasos de la investigación de mercados	24
5.1.5.1. Necesidad de Información.....	24-25
5.1.5.2. Objetivos de la investigación y necesidades de información.....	25
5.1.5.3. Fuente de datos y diseño de la investigación.....	25-26
5.1.5.4. Procedimiento para la recolección de datos	26-28
5.1.5.5. Diseño de la muestra.....	28-33
5.1.5.6. Recopilación de datos.....	33
5.1.5.7. Procesamiento de datos.....	34
5.1.5.8. Análisis de datos.....	34
5.1.5.9. Presentación de los resultados	34
5.1.6. Características de los estudios de mercados.....	35-36
5.1.7. Aplicación de la investigación de mercados.....	36-40
5.1.8. Análisis del estudio de mercado para el funcionamiento de un dispensario médico en el edificio de la Medalla Milagrosa de la ciudad de Chone.....	40
5.1.8.1. Análisis de la demanda.....	40
5.1.8.2. Análisis de la oferta.....	40-41
5.1.8.3. El precio.....	41
5.1.8.4. Análisis FODA.....	41-42
5.1.8.5. Estrategia de marketing.....	42-43

5.1.8.6. Estudio organizacional.....	43
5.1.8.7. Estudio técnico.....	43-44
5.1.8.8. Estudio financiero.....	44
5.1.8.9. Estrategia de seguimiento y evaluación.....	44-45
5.1.8.10. Análisis de impacto social.....	45
5.2 VIABILIDAD	45
5.2. 1. Definición.....	45-47
5.2.2.Pasos para realizar un estudio de viabilidad.....	47-50
5.2.3.Diez factores clave para analizar la viabilidad de un proyecto empresarial.....	50-52
5.2.4. Viabilidad para la creación de un dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la compañía Hijas de la Caridad de San de Paúl.....	52
5.2.4.1. La población del cantón Chone.....	52-53
5.2.4.2. Aspectos socio económico de la población del cantón Chone.....	53-54
5.2.4.3. Infraestructura de salud en la ciudad de Chone.....	54-57
5.2.4. La Compañía de las hijas de la caridad de “San Vicente de Paúl en la ciudad de Chone”	57-58
5.2.4.1. Visión de la comunidad Hijas de la Caridad de “San Vicente de paúl”	58-59
5.2.4.2. La misión de la Comunidad Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl”.....	59-60
5.2.4.3. Servicio a los pobres.....	61-62

CAPÍTULO II

6. Hipótesis.....	63
6.1. Variables	63

CAPÍTULO III

7. Metodología.....	64
7.1. Tipos de la investigación.....	64
7.2. Nivel de la investigación.....	64
7.3. Métodos.....	64-65
7.4. Técnica de la recolección de la información.....	66
7.5 Población y muestra.....	66
7.5.1. La población.....	66-67
7.5.2. La muestra.....	67-68
8. Marco Administrativo.....	69
8.1 Recursos Humanos.....	69
8.2 Recursos Financieros.....	69

CAPÍTULO IV

9. Resultados obtenidos y análisis de datos.....	70
9.1 Resultados de encuestas aplicadas a habitantes de la: Treinta de Marzo, Camilo Giler, las Malvinas, Jorge Gallardo y el Barrio Puerto Arturo.....	70-79
9.2 Resultados de las entrevistas aplicadas a las hijas de la caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone.....	80-84
10. Comprobación de hipótesis.....	85

CAPÍTULO V

11. Conclusiones.....	86
12. Recomendaciones.....	87
13. Bibliografía.....	88-89
Anexos	

ÍNDICE DE TABLAS

Nº de pág.

Tabla Nº 1.....	70
Tabla Nº 2.....	71
Tabla Nº 3.....	72
Tabla Nº 4.....	73
Tabla Nº 5.....	74
Tabla Nº 6.....	75
Tabla Nº 7.....	76
Tabla Nº 8.....	77
Tabla Nº 9.....	78
Tabla Nº 10.....	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Nº de pág.
Gráfico N° 1.....	70
Gráfico N° 2.....	71
Gráfico N° 3.....	72
Gráfico N° 4.....	73
Gráfico N° 5.....	74
Gráfico N° 6.....	75
Gráfico N° 7.....	76
Gráfico N° 8.....	77
Gráfico N° 9.....	78
Gráfico N° 10.....	79

1. INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, el sistema de salud pública atraviesa por innumerables problemas, entre ellos la apertura de Centros de Salud a las poblaciones marginadas. Es verdad que el Ministerio de Salud Pública intenta resolver parte de esta situación mejorando la atención al usuario en los hospitales y Centros de Salud, pero lastimosamente la escasez de personal médico tanto en medicina general como en especialidades no permite cubrir la gran demanda de servicios de salud que se requiere.

De allí que se hizo necesario realizar un estudio de mercado en la Ciudad de Chone, para identificar a los posibles clientes potenciales, los indicadores socioeconómico y sobre todo la necesidad que existe en la población y de esta manera poder considerar la apertura de un Centro de salud que ofrezca atención a las personas de la localidad, especialmente a los de los barrios urbanos marginales.

El estudio de mercado nos permitió tener mayor información para tomar las decisiones acertadas, la cual nos ayudó a conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir y determinar el tipo de servicio que debe brindarse, con base a las necesidades manifestadas por los consumidores, durante la investigación.

El estudio de viabilidad, para poner en funcionamiento un dispensario médico sin fines de lucro en el edificio de las Madres de la Caridad “San Vicente de Paúl” se realizó analizando varios elementos entre ellos: la viabilidad económica financiera del proyecto, el espacio requerido, la infraestructura, la cantidad de clientes, el sector donde se enfocara la actividad, la localización del centro de salud, el personal requerido entre otros factores.

Con los resultados y datos obtenidos durante la investigación se desarrolla una propuesta que posibilite la posible puesta en marcha de un dispensario médico en

el edificio de la Medalla milagrosa, que brinde atención médica, eficiente y de calidad para que los usuarios puedan tener acceso a ella, con un costo razonable y sin demora en la atención

El presente trabajo de investigación está dividido de la siguiente manera: En la primera parte encontramos la introducción, el planteamiento del problema, analizado desde los distintos contextos: Macro, Meso y Micro, lo que dio lugar a realizar en forma científica la formulación del problema de la investigación.

Seguidamente encontramos la delimitación: espacial y temporal, con la debida justificación del trabajo, así como las interrogantes que guiaron la investigación, con los respectivos objetivos: general y específicos.

A partir de esta primera parte el trabajo está dividido en cinco capítulos: En el Capítulo I encontramos el marco teórico con las teorías y sustentos de varios autores referente a lo que es un estudio de mercado y sus respectivos elementos que intervienen en el proceso, así como la viabilidad para implementar un dispensario médico en el centro de la ciudad de Chone

En el Capítulo II tenemos la hipótesis con sus respectivas variables y el término de relación.

El Capítulo III abarca la metodología que se utilizó en el desarrollo de la investigación, con sus respectivos métodos y técnicas de recolección de datos

En el Capítulo IV se encuentran los resultados obtenidos con sus respectivos análisis e interpretación con sus respectivos gráficos. Del mismo modo se encuentra la comprobación de la hipótesis, la cual resultó verdadera.

En el Capítulo V se plasman las conclusiones y recomendaciones, así como la bibliografía y los anexos que respaldan la investigación.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Contextos

2.1.1. Contexto Macro

En un mundo en que los avances en tecnología y la facilidad de viajar ponen continuamente en alerta a las fronteras nacionales, los problemas de salud pueden aumentar rápidamente, amenazando la vida y la prosperidad de numerosas poblaciones.

En los países desarrollados, las enfermedades infecciosas y crónicas desafían a más de mil millones de personas que viven en la pobreza. Los países ricos se enfrentan a sus propias dificultades cuando se ven obligados a encontrar medios para financiar la atención médica sofisticada. Para que haya avances significativos en la salud de todos, los gobiernos y organizaciones con y sin fines de lucro necesitan encontrar una forma de estimular soluciones innovadoras y revolucionarias no sólo para tratar las enfermedades existentes, sino también para mejorar la prestación de servicios de salud.

Muchos de los problemas de salud a nivel mundial se han resueltos gracias a los estudios de mercados que han permitido viabilizar proyectos de Salud, entre ellos podemos mencionar el Centro Médico de Asturias, , la cual nace por iniciativa privada, en los principios de los años 70 con la colaboración de algunos médicos y empresarios que formaron una sociedad , cuyo objetivo era brindar salud a las personas de bajos recursos económicos, la cual vino a solucionar la amplia demanda que tenían los enfermos Asturianos, ya que esta era muy alta. A partir de entonces el centro médico ha sido objeto de varias ampliaciones debido a su constante crecimiento,

J. Robin Warren, uno de los ganadores del Nobel de Medicina de 2005, advierte que los problemas globales de salud no están limitados por la geografía. Sostiene que las enfermedades infecciosas pueden esparcirse por todos los países en esta era actual de viajes y migración por todo el mundo. Si países ricos, como EEUU, no son capaces de gestionar mejor los problemas mundiales de salud, de aquí a 50 años el mundo podría tener niveles de infección más elevados que hace 100 años,

2.1.2. Contexto Meso

Uno de los graves problemas que atraviesa el Ecuador, es la apertura de los servicios de salud a toda la población marginada. En cada provincia los servicios de salud que pertenecen al sector público son insuficientes para atender a toda la población que en su mayoría se encuentra abatida por la pobreza y un gran número en extrema pobreza.

principal problema que tienen las redes de salud en el país es la escasez de personal y su limitada capacidad de resolución en atención primaria y especializada. Esta situación, junto a la reducción de los recursos asignados al sector salud, ha repercutido en la calidad de atención y niveles de coberturas de servicios que no responden adecuadamente a las necesidades y a la realidad epidemiológica de poblaciones, especialmente en zonas rurales.

De allí la importancia que existe en el Ecuador, para que personas altruistas, ONG o iglesias, busquen los recursos para la creación de dispensarios médicos en el país, cuyo objetivo es ayudar a los pacientes de escasos recursos económicos para que reciban una atención médica preventiva, curativa y personalizada de calidad a bajo precio.

Un ejemplo claro de la creación de los dispensarios médicos en el país sin fines de lucro es el dispensario médico Sagrada Familia, la cual es una obra social de la

orden Capuchina en Ecuador. Este dispensario médico fue creado hace 30 años en Guayaquil para la gente pobre, según el padre José Cruz.

El director médico, Gustavo Portalanza, explica que en esta institución se le brinda al paciente atención médica de buena calidad y con tecnología de última generación, contando con equipos de radiología digitalizada, tomografía computarizada, mamografía, ecocardiografía, videoendoscopia, entre otros.

2.1.3. Contexto Micro

El cantón Chone de la provincia de Manabí, no escapa a este grave problema, donde la gran mayoría de personas viven unos en la pobreza y otros en extrema pobreza. En la etapa invernal es uno de los más afectados por ser el centro de constantes inundaciones que a ha originado series de enfermedades, donde los más vulnerables son los niños (as), mujeres y adultos mayores.

Tanto los niños y niñas como las mujeres y los adultos mayores que están bajo la línea de pobreza, tienen dificultad para acceder al servicio de salud de primera calidad, las mujeres embarazadas le es difícil acceder a las atención prenatal y después del parto, los adultos mayores no poseen programas especiales para mejorar su calidad de vida y para todos ellos les es muy difícil acceder a medicina por sus elevados costos.

De allí la necesidad de realizar un estudio de mercado que permita la viabilidad para implementar un dispensario médico en el centro de la ciudad de Chone y auspiciado por la Compañía hijas de la caridad “San Vicente de Paul” que atienda a la población desprotegida de la localidad.

2.2. Formulación del problema

¿Cómo determinar la investigación de mercado para establecer la viabilidad en la creación de un Dispensario Médico sin fines de lucro, en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl” durante el periodo 2014?

2.3. Delimitación del problema

Campo de estudio: social

Área: salud

Aspecto.

A: Mercado

B: Viabilidad

Problema: “viabilidad en la creación de un Dispensario Médico sin fines de lucro, en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl” durante el periodo 2014”

Delimitación Espacial. Sectores urbanos marginales de la ciudad de Chone

Delimitación temporal. Durante el periodo 2014.

2.4 Interrogantes de la Investigación

- ❖ ¿Qué es un estudio de mercado?
- ❖ ¿Cuál es el beneficio de un estudio de Mercado?
- ❖ ¿Qué importancia tiene la creación de un Dispensario médico sin fines de lucro?
- ❖ ¿A quién beneficiara la creación de un dispensario médico sin fines de lucro?

3. JUSTIFICACIÓN

El Ecuador en las últimas décadas, ha reflejado una realidad bastante problemática y la presencia de limitantes en su accionar: Acceso inequitativo a los servicios, bajas coberturas y calidad de atención, modelo de atención curativo y biológico, gestión centralizada y de bajas coberturas de atención, falta de una política integral de recursos humanos, inadecuada coordinación interinstitucional, paternalismo de instituciones públicas y privadas, alto costo de insumos y tecnologías,

Frente a esta problemática del sector salud, donde los más afectados son los sectores más pobres, se hace necesario realizar un estudio de mercado que viabilice la creación de un Dispensario Médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, patrocinado por la Compañía hijas de la Caridad de “san Vicente de paúl.

Esta investigación es de mucha **importancia porque** con ella se pretende mejorar el estado de salud, de los habitantes de la zonas más desprotegida, incidiendo en los campos de asistencia médica, educación sanitaria, prevención de la enfermedad y promoción para la salud, con la coordinación e integración de las actividades y programas de educación para la salud junto con el Hospital Cantonal de la Ciudad de Chone, ofreciendo primeros auxilios, consultas médicas a bajo costo o de manera gratuita si es un paciente en extrema pobreza, y poniendo a disposición el medicamento a precio de costo, según el nivel económico del paciente.

Este trabajo es **factible** de realizarlo porque se cuenta con la apertura necesaria de las hijas de la Caridad de “San Vicente de paúl”, con la colaboración de los habitantes de los sectores marginados quienes harán posible diagnosticar la viabilidad para el funcionamiento del dispensario médico en el edificio de la medalla Milagrosa. Además se cuenta con todos los recursos necesarios y la disponibilidad del tiempo por parte de la investigadora, así como los materiales

bibliográficos para sustentar con argumentos las teorías que servirán de base para la investigación.

Esta investigación será de mucha utilidad, donde la población más **beneficiada** será la más pobre y desprotegida de la sociedad, ya que esta permitirá poner en funcionamiento un dispensario médico que facilite la atención médica, capacitación, terapia, y proporcionar medicinas de bajo costo, a las familias de escasos recursos económicos y de esta manera poder aportar a mejorar la calidad de vida de las familias chonense

De esta manera se estaría logrando hacer realidad la misión y la visión de la universidad; impartiendo una enseñanza académica, científica, tecnológica y humanista con fundamentación ética y moral, que aporte decididamente al mejoramiento de las condiciones de vida de manabitas y ecuatorianos, formando profesionales especializados con conocimientos científicos, debidamente capacitados para participar activamente en el desarrollo socio económico de Manabí y el país.

Y por último este trabajo es **original** porque es producto de la elaboración de la autora de la investigación

Todos estos argumentos justifican plenamente la realización de esta investigación que permitirá determinar la viabilidad para la creación de un dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, donde la población más beneficiada será la más pobre y desprotegida de la sociedad chonense.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Determinar a través de un Estudio de Mercado la viabilidad para la creación de un Dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “san Vicente de Paúl”

4.2. Objetivos Específicos

- a) Analizar la conceptualización del estudio de mercado.
- b) Establecer los beneficios de un estudio de mercado.
- c) Analizar la importancia de la creación de un dispensario médico sin fines de lucro.
- d) Precisar a quien beneficiará la creación de un dispensario médico.
- e) Diseñar una propuesta para la creación de un Dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “san Vicente de Paúl”

CAPÍTULO I

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Estudio de mercado

5.1.1. Definición

“Para Kotler, Bloom y Hayes (2009), el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”¹

Analizando esta definición podemos decir que el estudio de mercado sirve para organizar una serie de datos y tomar las medidas más adecuada para enfrentar una situación en cualquier institución u organización.

“Randall(2011), define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing”²

Al igual, que la definición anterior, podemos decir que el estudio de mercado nos permite recopilar información para su respectivo análisis y tomar las decisiones más acertada en el negocio.

“Según Malhotra (2007)³, los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles

¹ KOTLER Philip, BLOOM Paul y HAYES Thomas (2009). El Marketing de Servicios Profesionales, Primera Edición, de Ediciones Paidós Ibérica S.A, Pág. 98

² RANDALL Geoffrey (2011). Principios de Marketing, Segunda Edición, Thomson Editores Sapin, , Pág. 120

³ MALHOTRA K. NARESH (2007). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, de, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92.

del consumidor”⁴. Malhotra, va un poco más allá que los autores anteriores, definiendo a la investigación de mercado como los datos que sirven para describir los actores internos y externos que formaran parte del producto que se quiere introducir en el mercado.

Resumiendo todas estas ideas, podemos afirmar que el estudio de mercado es un método que permite al empresario conocer los datos relevantes, sobre una situación en particular para luego analizarlos e interpretarlo, cuyos resultados servirán para decidir sobre la puesta en marcha de un nuevo producto o negocio en el mercado.

“Por consiguiente el estudio de mercado consiste en descubrir las características de los participantes del mercado, es decir del cliente o demandante y del productor u oferente. Para el caso del cliente o demandante que es en el que se está interesado se requiere saber a qué clase social pertenece, sus hábitos o costumbres de consumo e inclinaciones por las modas (Ibarra, 2008)”⁵.

Estas son algunas definiciones de lo que es un estudio de mercado, lo que se puede realizar a través de algunos métodos como, encuesta a grupos focales, entrevistas a los protagonistas del mercado y también el acopio sistemático y continuo de todas las informaciones y todos los datos útiles para el negocio, para la resolución de los problemas de venta, mercadeo de la imagen y posicionamiento de la marca manejada

“En este sentido el estudio de mercado permite comprobar la existencia de las personas, empresas, las demandas y las ofertas que existen en el mercado, de

⁴ MALHOTRA K. NARESH (2007). *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*, Segunda Edición, de, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92.

⁵ IBARRA, V. D. (2008). *Los primeros pasos al mundo empresarial*. Limusa. México.362.p

estamanagera poder justificar la puesta en marcha de un nuevo producto en el mercado o desechar esta idea (López, 2009)”⁶.

5.1.2. Objetivos de la investigación de mercado

En toda investigación o estudio de mercado existen objetivos claros y concisos, que permitirá obtener datos muy relevantes para tomar las decisiones más acertada sobre las acciones que se debe tomar antes de poner en marcha un negocio

Hay que recordar, que el estudio de mercado no solo se lo debe realizar al inicio de un negocio, sino también durante todo el tiempo en que se encuentre en marcha esta actividad. Entre los objetivos de la investigación o estudio de mercado podemos enumerar los siguientes:

Objetivo social: Satisfacer las necesidades del cliente, a través de un bien o servicio requerido por la población, el cual debe cumplir las expectativas y requerimientos de los clientes

Objetivo económico: Determinar el grado económico de éxito o fracaso de la empresa que va a introducir un nuevo producto en el mercado y de esta manera dirigir las acciones a corregir o mantener las actividades que hasta el momento se están realizando.

Objetivo administrativo: Ayudar al desarrollo de su negocio, a través de una adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas específicas del negocio, capaz de que suplan las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

⁶ LÓPEZ, A. A.2009. ¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las Investigaciones de Mercado? Compañía Editorial Continental. Segunda reimpresión. México. 235 p.

5.1.3. Tipos de Mercado

“Según Philip Kotler(2009), la economía moderna opera con base en el principio de la división del trabajo, donde cada persona se especializa en la producción de algo, recibe una paga, y con su dinero adquiere las cosas que necesita. Por consiguiente, los mercados abundan en la economía moderna”⁷

De acuerdo a estos argumentos podemos clasificar a los mercados desde diferentes puntos de vista, como lo siguiente:

5.1.3.1. Tipos de Mercado, Desde el Punto de Vista Geográfico

Según Laura Fischer y Jorge Espejo (2011)⁸, las empresas tienen identificado geográficamente su mercado. En la práctica, los mercados se dividen de esta manera

Mercado Internacional: son aquellos mercados que tienen sus actuaciones en diferentes partes del mundo, es decir en el extranjero

Mercado Nacional: son mercados que brindan sus servicios o producto en el interior del país, es decir dentro del territorio nacional.

Mercado Regional: Son aquellos que tienen sus acciones en determinada región, es decir en una zona geográfica determinada libremente.

Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo: Como su nombre lo indica, estos tipos de mercado son aquellos que brindan sus productos al mayoreo dentro de una ciudad.

⁷ KOTLER Philip(2009): Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, de, Prentice Hall, Págs. 11

⁸ FISHER ,Laura y ESPEJO, Jorge , (2011) : Mercadotecnia, Tercera Edición, de, Mc Graw Hill - Interamericana, Págs. 85 al 89.

Mercado Metropolitano: Son mercados que expanden sus productos dentro de un área y alrededor de una ciudad relativamente grande.

Mercado Local: Son aquellas tiendas o centros comerciales que brindan sus servicios o producto en el interior de un área metropolitana.

5.1.3.2. Tipos de Mercado, Según el Tipo de Cliente

“Para Laura Fischer y Jorge Espejo, los tipos de mercado desde el punto de vista del cliente, se dividen en:⁹

Mercado del Consumidor: Estos tipos de mercado brindan sus bienes o servicios al consumidor con productos de uso personal. Como por ejemplo los locales que brindan electrodoméstico para el hogar

Mercado del Productor o Industrial: Son aquellos mercados que están constituidos por individuos, empresas u organizaciones quienes adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.

Mercado del Revendedor: Este tipo de mercado está constituido por individuos, empresas u organizaciones que obtienen sus ganancias al revender o rentar bienes y servicios.

Mercado del Gobierno: son aquellos que están formados por entidades gubernamentales, que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones.

⁹ ibídem

5.1.3.3. Tipos de Mercado, Según la Competencia Establecida:

Para Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", existen cuatro tipos de mercado

Mercado de Competencia Perfecta: Este tipo de mercado tiene dos características principales:

- 1) Los productos que se ofrecen en venta son todos iguales.
- 2) los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede influir en el precio del mercado, por tanto, se dice que son precios aceptantes.

Mercado Monopolista: En este tipo de mercado solo existe una empresa en la industria, la cual será la encargada de fabricar o comercializar un producto totalmente diferente al de cualquier otra empresa.

La causa fundamental del monopolio son las barreras a la entrada; lo que significa que otras empresas no pueden ingresar y competir con la empresa que ejerce el monopolio. Las barreras a la entrada se originan por las siguientes razones:

- 1) Un recurso clave, donde se puede dar el caso que la materia prima utilizada en los servicios que se ofrece al cliente es propiedad de una única empresa,
- 2) Las autoridades comerciales en algunos casos conceden el derecho exclusivo a una única empresa para producir un bien o un servicio y

3) Los costes de producción hacen que un único productor sea más eficiente que todo el resto de productores¹⁰

Mercado de Competencia Imperfecta: Es aquel que opera entre los dos extremos:

1) El Mercado de Competencia Perfecta y

2) el de Monopolio Puro. Existen dos clases de mercados de competencia imperfecta

Mercado de Competencia Monopolística: son aquellos mercados que venden productos similares pero no idénticos¹¹

Mercado de Oligopolio: En este tipo de mercado existen pocos vendedores y muchos compradores. El oligopolio puede ser de dos tipos:

a) Perfecto: Cuando unas pocas empresas venden un producto de iguales condiciones

b) Imperfecto: Cuando existen algunas empresas que venden productos heterogéneos.

Mercado de Monopsonio: En este tipo de mercado los compradores predominan en la regulación de la demanda, de manera que su intervención permite regular los precios de los productos. Esto sucede cuando la cantidad demandada por un solo comprador es tan grande en relación con la demanda total, que tiene un elevado poder de negociación. Existen tres clases de Monopsonio:

¹⁰ MANKIWI, Gregory (2008) Del libro: Principios de Economía, de, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Págs. 42, 198.

¹¹ ibídem

1. Duopsonio: Se da cuando dos compradores ejercen influencia para regular la demanda.
2. Oligopsonio: Se da cuando los compradores son tan pocos que cualquiera de ellos puede ejercer predominio sobre el precio.
3. Competencia Monopsonista: Se da cuando existen pocos compradores y compiten entre sí otorgando algunos favores a los vendedores, como: créditos para la producción, consejería técnica, administrativa o legal, publicidad, regalos, entre otros beneficio.

5.1.3.4. Tipos de Mercado, Según el Tipo de Producto:

El mercado según el tipo de producto se clasifican en:

Mercado de Productos o Bienes: Este tipo de mercado agrupa a personas u organizaciones que requieren productos tangibles como una lavadora, un artefacto eléctrico etc.

Mercado de Servicios: Conformada por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción: Por ejemplo, el servicio de limpieza, de seguridad, de lavandería, etc.

Mercado de Ideas: Está conformada por personas dedicadas expresamente a vender ideas para mejorar la competitividad en el mercado, por tanto, sus directivos están dispuestos a pagar sumas de dinero por una magnífica idea, así por ejemplo el diseño de una publicidad de un nuevo producto lanzado al mercado

Mercado de Lugares: Está compuesto por empresas, organizaciones y personas que desean adquirir o alquilar un determinado lugar, para satisfacer interés

personales o familiares de los usuarios como por ejemplo: visitar lugares turísticos, alquilar un departamento para oficina, entre otros.

5.1.3.5. Tipos de Mercado, Según el Tipo de Recurso:

Según Philip Kotler, el mercado según el tipo de recursos, se divide en:

- 1) Mercado de materia prima,
- 2) mercado de fuerza de trabajo,
- 3) mercado de dinero y otros.

Mercado de Materia Prima. Este tipo de mercado está conformado por personas o empresas que necesita de materia prima para la producción y elaboración de bienes y servicios como por ejemplo, la madera en su estado natural, el verde, frutas para producir enlatados etc.

Mercado de Fuerza de Trabajo: Está formado por personas o empresas que necesitan contratar empleados con manos de obras calificadas para producir bienes o servicios.

Mercado de Dinero: Está conformado por personas u organizaciones que no cuentan con suficiente dinero para invertir y poner en marcha un proyecto. Son personas que deben pagar los intereses y el capital prestados. por ejemplo necesitan comprar materias prima como el mango para producir mermeladas de mango, o puede darse el caso que tengan la materia prima pero no tienen los materiales para procesarlos.

5.1.3.6. Tipos de Mercado, Según los Grupos de No Clientes:

Según Philip Kotler, existe un tipo de mercado que abarca a grupos de no clientes entre ellos anotamos:

Mercado de Votantes: Este tipo de mercados está conformado expresamente por personas habilitadas para ejercer su derecho democrático al voto, por ejemplo. Para elegir cualquier tipo de dignidad a nivel nacional, provincial, cantonal, parroquial o barrial.

Mercado de Donantes: Está conformado por personas u organizaciones que proveen o dan algún tipo de fondos o servicios a agrupaciones o entidades sociales, que brindan servicio a la comunidad sin ningún ánimo de lucro

Entre los principales tipos de mercado de donantes tenemos:

1) Gobierno: Dedicado exclusivamente al servicio social de la ciudadanía como educación, salud, etc., quien aporta fondos para mejorar la situación de cierto sector social

2) Fundaciones: Son todas las organizaciones dedicadas a financiar actividades benéficas o sociales, las cuales están divididas en: fundaciones familiares, generales, corporativas y comunitarias.

5.1.4. Tipos de investigación de mercado

De acuerdo con Taylor y Kinneer (2008)¹², existen tres tipos de investigación de mercados las cuales son:

1) Investigación exploratoria,

¹² TAYLOR, J; KINNEAR, T. (2008). Investigación de mercados. Mc.Graw Hill. EUA. 874 p

2) Investigación concluyente

3) Investigación de monitoria del desempeño

1. Investigación exploratoria

Esta clase de investigación es considerada como la más idónea en las etapas iniciales del proceso de toma de decisiones, ya que a través de los resultados que se obtienen en la investigación podemos hacer un análisis minucioso del mercado en estudio, y de esta manera podemos evitar tiempo y dinero.

Resumiendo, la investigación exploratoria es flexible a lo inesperado y a la información no identificada previamente.

La investigación exploratoria hace uso de diferentes fuentes que permiten obtener información veraz y contundente. Entre las fuentes de la que se vale esta clase de investigación tenemos: fuentes primarias o secundarias, observación directa a personas o grupos focales, entrevistas con experto o con personas bien informadas sobre un tema en particular

2. Investigación concluyente

Al igual que la investigación exploratoria, este tipo de investigación suministra datos de gran importancia para poner en marcha un negocio. Está caracterizada por utilizar por procedimientos formales de investigación; es decir antes de iniciar la investigación se plantea objetivos y necesidades de información, los cuales deben estar claramente definidos, para lo cual se redacta con frecuencia un cuestionario bien detallado, junto con un plan formal de muestreo.

Analizando, se observa con claridad la relación de información a recolectar con las alternativas bajo evaluación, pues, para realizar este tipo de investigación, el

investigador debe hacer uso de técnicas apropiadas como encuestas, experimentos, observaciones y simulación.

La investigación concluyente puede ser de dos tipos: descriptiva y casual. La Investigación descriptiva tiene como objetivo mostrar los fenómenos de marketing que pueden darse en el mercado, la cual determina la asociación entre variables, mientras la investigación casual tiene como objetivo reunir evidencia sobre las relaciones de causa y efecto.

3. Investigación de monitoria del desempeño

La monitoria de desempeño es un elemento esencial para controlar los programas de marketing de acuerdo con los planes, de lo contrario puede ser el resultado de una ejecución inapropiada del programa de marketing. La investigación de mercados se apoya de los diferentes tipos de estudios como son los siguientes:

Estudios cuantitativos

Esta clase de estudio, son aquellas que están basadas en cifras estadísticas, las cuales reflejan valores absolutos y relativos de los productos del mercado. Los estudios cuantitativos se relacionan con los métodos de muestreo, proyecciones de tendencias y otras evaluaciones de la estadística descriptiva e inferencial.

Las investigaciones cuantitativas reflejan en cifras la relación demanda y oferta, los productos y productores, los consumidores y el tipo de consumidores, la preferencia de los usuarios entre otros elementos.

Por tanto, los resultados este tipo de investigación utilizan generalmente una muestra al azar de la población en estudio y se puede proyectar a una población más amplia, a través de las encuestas.

Estudios cualitativos

Estas clases de investigación por lo general se la utilizan para conocer con mayor profundidad detalles o datos referentes a un tema o productos determinados. Es utilizada ante de poner en marcha un negocio, es decir al principio del proyecto.

Los estudios cualitativos para recoger información hacen uso de diferentes métodos y técnicas como la entrevista a personas o grupos focales, donde se obtendrán los datos y se analizarán las tendencias de esos grupos hacia algún producto que se venda en el mercado.

Esta técnica permite que las personas entrevistadas, tengan la oportunidad de expresar sus convicciones y punto de vista sobre sus necesidades y los productos de sus intereses.

Los datos que se obtienen utilizando esta clase de investigación pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones (Kotler, Philip 2009)¹³. Sus estudios son exploratorios y su población en estudio no debe ser muy amplia

Estos estudios guardan estrecha relación con los enfoques conocidos como motivacionales, utilizada en la psicología y en la antropología, donde tienen gran cobertura las sesiones de grupo y las entrevistas.

Estudios de observación

Los estudios de observación es una técnica que ha sido utilizada en grandes proyectos y que en la actualidad ha permitido que muchas personas o administradores de empresas o agrupaciones que tienen presencia en el mercado puedan hacer uso de esta técnica y observar a los competidores, los productos que

¹³ Ibídem. KOTLER Philip, BLOOM Paul y HAYES Thomas (2009)

salen a la venta, las actuaciones de la gente, el precio del producto, la demanda, entre otros.

5.1.5. Pasos de la investigación de mercados

Según Kinneer y Taylor la investigación de mercados comprende 9 pasos:

1. Necesidad de Información
2. Objetivos de la investigación y necesidades de información
3. Fuente de datos y diseño de la investigación
4. Procedimiento para la recolección de datos
5. Diseño de la muestra
6. Recopilación de datos
7. Procesamiento de datos
8. Análisis de datos
9. Presentación de datos

5.1.5.1. Necesidad de Información

El primer paso de la investigación de mercados según Kinneer y Taylor (2008)¹⁴ es el establecimiento de la necesidad de información de mercadeo. “El investigador debe comprender detalladamente por qué se requiere la información.

¹⁴ TAYLOR, J; KINNEAR, T. (2008). Investigación de mercados. Mc.Graw Hill. EUA. 874 p 62

Este paso es una fase crítica y difícil del proceso de investigación y al mismo tiempo muy importante para facilitar el proceso de la toma de decisiones.”

De acuerdo a lo estipulado por estos autores, la investigación de mercado tiene un principio y es la necesidad de tener toda la información necesaria a la mano sobre el mercado donde se pretende lanzar un nuevo producto o mejorarlo. Por consiguiente es este el paso clave en todo negocio, que permite a los directivos tomar las decisiones más acertada para constituir o desechar la idea de poner a funcionar un producto en el mercado.

5.1.5.2. Objetivos de la investigación y necesidades de información

De acuerdo a Kinnear y Taylor, los objetivos de la información sirven para “determinar la razón por la cual se realiza el proyecto y las necesidades de información indican la información específica necesaria para lograr los objetivos”

Analizando, esta definición, determina claramente que todo estudio de mercado debe estar dirigido por unos objetivos, que serán definidos claramente y que serán los encargados de guiar la investigación. Del mismo modo las necesidades de la información específica son cruciales en toda investigación, ya que son las que van a determinar los datos relevantes para lograr los objetivos.

5.1.5.3. Fuente de datos y diseño de la investigación

a) Diseño de la investigación

De acuerdo a Kinnear y Taylor un diseño de investigación es el plan básico que guía la recolección de datos y analiza las etapas del proyecto de investigación.

A través del diseño de investigación se especifica los métodos, las técnicas, la clase de información que se desea recolectar, las principales fuente de donde se

obtendrá la información y los procedimientos a seguir durante el proceso de la investigación.

Existen diferentes tipos de diseño de investigación, los cuales se clasifican según la naturaleza de los objetivos de investigación o los tipos de investigación, para lo cual el investigador debe tener en cuenta la información disponible y el conocimiento sobre el tema.

b) Fuentes de datos

Para Kinneer y Taylor (2008) el primer paso en la etapa de recolección de datos consiste en determinar si ya han sido recolectados con anterioridad, ya que la investigación por medio de encuestas sólo debería realizarse en caso de no poder obtenerse de fuentes más eficiente.

Analizando lo dicho por estos autores, podemos sostener que en todo estudio de mercado en la etapa de recolección de datos, hay que conocer y determinar los datos o información que han sido recolectadas, para poder determinar las fuentes de consultas sean estas primarias o secundarias. Para estos autores la encuesta es una técnica que solo debe ser aplicada cuando no exista fuentes de confiabilidad para nuestra investigación.

5.1.5.4. Procedimiento para la recolección de datos

Kinneer y Taylor argumentan que la recolección primaria de datos depende de los resultados de la investigación de datos secundarios o documental. De esta forma, una vez analizados los datos previamente publicados, proponen dos métodos básicos para la recolección de datos: la comunicación y la observación.

De acuerdo a estos argumentos, podemos resumir que en la presente investigación del Estudio de Mercado para conocer la viabilidad para el

funcionamiento de un dispensario médico sin fines de lucro en el edificio de las Madres de la Caridad “San Vicente de Paúl” El método utilizado es el de comunicación, el cual consiste en hacer preguntas escritas a los encuestados a través de un cuestionario previamente estructurado

Kinney y Taylor definen al cuestionario como “un plan formalizado para recolectar datos de encuestados. La función del cuestionario es la medición.

Los cuestionarios pueden utilizarse para medir: el comportamiento anterior, las actitudes y las características del encuestado.”

Lo que significa que antes de poner en marcha el proceso de recolección de datos, el cuestionario debe estar formalmente elaborado específicamente para conocer las actitudes de los usuarios ante un nuevo producto en el mercado. De esta manera los procedimientos de investigación usando el cuestionario permiten acercarnos de forma científica a lo que los demás opinan.

Esta técnica de recogida de información que supone un interrogatorio en el que las preguntas establecidas de antemano se plantean siempre en el mismo orden y se formulan con los mismos términos, con el objetivo de que un segundo investigador pueda repetirlo siguiendo los mismos pasos, es decir, tiene un carácter sistemático. Es una forma de encuesta caracterizada por la ausencia del encuestador.

Por tanto, diseño del cuestionario depende de las decisiones previas con respecto a la naturaleza del diseño de investigación, las fuentes, los datos, la población objetivo, el plan de muestreo, las formas de comunicación, las técnicas de medición y el plan de procesamiento y análisis de datos. El cuestionario es el enlace de la información que se necesita y los datos que deben recolectarse.

Cuando se elabora un cuestionario se ha de prestar atención al formato del mismo en el que se incluyen preguntas y opciones de respuestas, pero también al título, presentación, ejemplificación de la respuesta tipo y fórmula de agradecimiento.

Todo cuestionario debe llevar un título que aluda, de forma abreviada, al tema central sobre el que se está buscando información. Si se utilizan siglas, o sea letras iniciales coma abreviaturas de cada una de las palabras de las que constituyen un nombre, debe aclararse el término completo al que aluden. Junto al título a de colocarse el nombre del autor o de los autores del mismo.

Para su elaboración en nuestro estudio, se identificaron variables de investigación de acuerdo a las necesidades y objetivos de información para reunir la información deseada.

5.1.5.5. Diseño de la muestra

Kinnear y Taylor dicen que el muestreo se utiliza con mucha frecuencia gracias a los beneficios importantes que ofrece en comparación de un censo

La muestra es escogida de una parte de la población en estudio, ya que en muchas ocasiones la población es demasiada grande y dificulta el trabajo y el propósito de nuestra investigación.

El tamaño de la muestra es uno de los factores más importante del diseño de la investigación, porque éste afecta la precisión, el costo y la duración de la encuesta más que cualquier otro factor. Se debe considerar el tamaño de la muestra en términos del presupuesto disponible para la encuesta y sus requisitos de precisión

Al trabajar con muestra de una población tendremos algunos beneficios. Entre estos beneficios se encuentran el ahorro de tiempo, dinero y obtención de información más exacta y evitar la destrucción o contaminación de todos los elementos de la población.

El tipo de muestreo puede ser Probabilístico y No probabilísticos:

Probabilístico. Cuando cada elemento tiene la misma posibilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra

Existen diferentes formas de muestreo no probabilístico, las cuales se emplean para obtener muestras de una clase:

a) Muestras fortuitas o de voluntarios: Este tipo de muestra es de mayor utilidad en arqueología, historia, e incluso en medicina.

Consiste en estudiar los casos que de manera fortuita llegan al investigador o en usar sujetos que se presten para realizar el estudio. Su uso está completamente justificado, aun en el campo de la medicina, por las razones siguientes ¿es acaso posible obtener una muestra de un tamaño adecuado de enfermos cuyos padecimientos tiene una prevalencia de 1 por cada 10 000 habitantes o más? ¿Es ético o aceptable por parte de los sujetos el que se les inocule un virus que produce una enfermedad con la finalidad de comprobar una vacuna que produce una enfermedad con la finalidad de comprobar una vacuna?

b). Muestreo por selección de experto: Es una técnica usada por expertos con la intención de seleccionar grupos focales típicos o representativos de un fenómeno en particular, con fines fundamentalmente experimentales. En la medida en que los criterios empleados se aparten de la subjetividad, los resultados que se obtengan serán más confiables.

c).Muestreo por cuotas: Consiste en la selección de cantidades específicas de sujetos proporcionales al tamaño de la población, sobre la base de algunas características demográficas. Este tipo de muestreo se aplica con frecuencia en estudios de mercado, opiniones, gustos, etc.

D). Muestreo de poblaciones móviles: Es muy utilizado en algunas de las ramas de la zoología, sobre todo para estudiar el comportamiento migratorio de los animales y la estimación del tamaño poblacional.

Los esquemas o diseños muestrales probabilísticos permiten la valoración del error de muestreo, por hacer uso de la teoría de la probabilidad. Existen cuatro esquemas básicos:

- Muestreo aleatorio simple

- Muestreo sistemático

- Muestreo aleatorio estratificado

- Muestreo por conglomerados

- Muestreo aleatorio simple

Una muestra aleatoria simple es seleccionada de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población. Para obtener una muestra aleatoria simple, cada elemento en la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionado, el plan de muestreo puede no conducir a una muestra aleatoria simple.

Por conveniencia, este método puede ser reemplazado por una tabla de números aleatorios. Cuando una población es infinita, es obvio que la tarea de numerar cada elemento de la población es infinita, es obvio que la tarea de numerar cada elemento de la población es imposible. Por lo tanto, ciertas modificaciones del muestreo aleatorio simple son necesarias. Los tipos más comunes de muestreo aleatorio modificado son sistemáticos, estratificados y de conglomerados. Las

encuestas por muestreo consisten en extraer de una población finita de N unidades, subpoblaciones de un tamaño fijado de antemano.

E). Muestreo sistemático: El muestreo sistemático es una técnica de muestreo aleatorio que los investigadores eligen con frecuencia por su sencillez y calidad regular.

En el muestreo aleatorio sistemático, el investigador primero escoge aleatoriamente la primera pieza o sujeto de la población. A continuación, el investigador seleccionará a cada n ésimo sujeto de la lista.

El procedimiento del muestreo aleatorio sistemático es muy fácil y se puede hacer manualmente. Los resultados son representativos de la población a menos que se repitan ciertas características de la población por cada n ésimo individuo, lo que es muy poco probable.

F). Muestreo estratificado: Consiste en la división previa de la población de estudio en grupos o clases que se suponen homogéneos respecto a característica a estudiar. A cada uno de estos estratos se le asignaría una cuota que determinaría el número de miembros del mismo que compondrán la muestra. Dentro de cada estrato el muestreo se realizaría mediante muestreo aleatorio simple. Según la cantidad de elementos de la muestra que se han de elegir de cada uno de los estratos, existen dos técnicas de muestreo estratificado:

- Asignación proporcional: el tamaño de cada estrato en la muestra es proporcional a su tamaño en la población.
- Asignación óptima: la muestra recogerá más individuos de aquellos estratos que tengan más variabilidad. Para ello es necesario un conocimiento previo de la población.

G). Muestreo por conglomerado: La población está dividida en áreas lo más heterogéneas posibles internamente y lo más homogéneas posibles entre sí. Selecciona al azar un conglomerado que será el que formará la muestra. Para este diseño el procedimiento a seguir sería:

1. Dividir la población en conglomerados (generalmente zonas geográficas).
2. Seleccionar un cierto número de conglomerados, por algún procedimiento aleatorio.
3. Seleccionar los sujetos, dentro de los conglomerados elegidos, según los tamaños de muestras asignadas a cada uno de ellos, empleando Muestreo aleatorio simple

No probabilístico, cuando la selección de un elemento de la población se basa parcialmente en el criterio del investigador. Las muestras no probabilísticas se basan principalmente en las muestras por conveniencia, por juicios y por prorrato.

Muestras por conveniencia. También denominado muestreo accidental o de riesgo, se refiere al muestreo que selecciona a las personas o unidades de las que se puede disponer con mayor comodidad. se seleccionan de acuerdo con la conveniencia del investigador. Esta conveniencia se produce porque al investigador le resulta más fácil examinar a estos sujetos, ya sea por proximidad geográfica, por ser sus amigos, etc

Muestras por juicios. Se conoce también como muestra intencionada y es aquel en el que se elige a los elementos de la muestra porque se espera que sirvan para el propósito de la investigación.

La característica clave de este tipo de muestreo es la selección intencionada de los elementos de una población, tal como suele suceder en la investigación cualitativa, ya que cuando se llevan a cabo sesiones de grupo, entrevistas u observación se define el perfil del sujeto a estudiar de una manera intencionada o a juicio del investigador. Los sujetos se seleccionan a base del conocimiento y juicio del investigador, es decir según la opinión experta del investigador

Muestras por prorratio. Es un tipo especial de muestras intencionales, en este caso, el investigador emprende pasos explícitos que sea similar a la población. Para obtener una muestra dependen de la distribución de la población definida a través de las características de control.

5.1.5.6. Recopilación de datos

Es la obtención de datos y constituye una fase fundamental que determina el presupuesto de la investigación y el error total de los resultados.

Cuando hablamos de recolección de datos nos estamos refiriendo a información empírica abstraída en conceptos. La recolección de datos tiene que hacer con el concepto de medición, proceso mediante el cual se obtiene el dato, valor o respuesta para la variable que se investiga.

En el proceso de recolección de datos la medición es una pre condición para obtener el conocimiento científico.

El instrumento de recolección de datos está orientado a crear las condiciones para la medición. Los datos son conceptos que expresan una abstracción del mundo real, de lo sensorial, susceptible de ser percibido por los sentidos de manera directa o indirecta. Todo lo empírico es medible. No existe ningún aspecto de la realidad que escape a esta posibilidad. Medición implica cuantificación.

5.1.5.7. Procesamiento de datos

Después de haber registrado los datos se procesan por medio de la edición y codificación. Mientras que la edición se refiere a la revisión de los formatos de datos en cuanto a la legibilidad, consistencia e integridad, la codificación implica el establecimiento de categorías para respuestas o grupos de respuestas. En este procesamiento de datos los datos en bruto son convertidos a un formato legible en computadora.

5.1.5.8. Análisis de datos

El análisis de datos es un proceso de inspeccionar, limpiar y transformar datos con el objetivo de resaltar información útil, lo que sugiere conclusiones, y apoyo a la toma de decisiones. El análisis de datos tiene múltiples facetas y enfoques, que abarca diversas técnicas en una variedad de nombres, en diferentes negocios, la ciencia, y los dominios de las ciencias sociales, la cual debe ser consistente con los requerimientos de información

Gracias a este diseño las respuestas son fáciles de contestar y rápidas de codificar, procesar y analizar.

5.1.5.9. Presentación de los resultados

Una vez recogida y procesada la información, es necesario presentar los resultados de manera adecuada, de forma tal que contribuya a una mejor comprensión y exposición de dichos resultados, en función de los objetivos del trabajo.

Kinney y Taylor subrayan que los resultados de la investigación se presentan generalmente en un informe escrito y a través de una presentación oral.

5.1.6. Características de los estudios de mercados

La Investigación o estudios de Mercados tienen diversas características que lo diferencian de cualquier otro estudio, entre las cuales anotaremos:

- 1.- Sus resultados permiten a los directivos de una empresa o agrupación tomar las decisiones más acertadas para resolver los inconvenientes encontrados y conducir a la empresa al éxito esperado.
2. Los resultados son datos reales y precisos, los cuales permiten resolver con eficacia y en el menor tiempo posible los problemas presentados en cada área de la empresa.
- 3.- Es muy eficaz para conocer todo lo referente al mercado, su tamaño, sus consumidores, sus ofertantes, el precio del producto, entre otros elementos.
4. Sirve para determinar el tipo de producto que debe fabricarse o venderse, con base en las necesidades manifestadas por los consumidores durante la investigación.
- 5.- Da a conocer el sistema de ventas más adecuado para el bienestar de la empresa, de acuerdo con el que el mercado está demandando.
- 6.- Define las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer la empresa, tales como: gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingresos, entre otros.

De acuerdo a lo expuesto, se puede inferir que las características de una Investigación de Mercado son las siguientes:

- La Investigación de Mercados es sobresaliente, de gran importancia, de impacto social y trascendental y de mucha utilidad.
- Presenta información actualizada, desechando informaciones que pasaron a la historia.
- Es sistematizada,
- Tiene objetivos bien definidos, la cual guía adecuadamente la investigación.
- Vence toda clase de prejuicios, es decir no existe adelantamiento de información

5.1.7. Aplicación de la investigación de mercados

La Investigación de Mercados se puede aplicar a diferentes campos o temas particulares de Mercadotecnia, entre las cuales se pueden anotar:

Análisis del consumidor:

- Referente a los usos y actitudes del usuario o consumidor.
- Análisis de motivaciones de las personas clientes del mercado.
- Posicionamiento e imagen de marcas en las empresas productoras.

Tipologías y estilos de vida:

- Satisfacción de la clientela por la calidad del producto en el mercado

Efectividad publicitaria:

- Pretest publicitario, que se la realiza antes de iniciar la campaña publicitaria del nuevo producto.
- Postest de campañas, realizados después que ha culminado la campaña para introducir el nuevo producto en el mercado.
- Seguimiento de la publicidad, la cual se da ante, durante y después de todo el proceso de campaña publicitaria.
- Efectividad promocional, la cual da a conocer que tan efectividad a sido la campaña publicitaria.

Análisis de producto:

- Test de concepto, que se utiliza para determinar el conocimiento que tienen los usuarios sobre el producto.
- Análisis multiconcepto – multiatributo, el cual se lo realiza para determinar el conocimiento sobre la mercadería que se encuentra en el mercado y los atributos que estos contienen.
- Análisis de sensibilidad al precio, el cual pretende conocer e interpretar las opiniones de los usuarios ante el precio del producto.
- Test de producto, que es utilizado para conocer los gusto y preferencias delas personas sobre el producto que está o se pretende lanzar al mercado.
- Test de envase y/o etiqueta, utilizado para determinar el envase y la etiqueta que se debe utilizar en el nuevo producto.

- Test de marca, determina la marca del producto.

Estudios comerciales:

- Áreas de influencia de establecimientos comerciales; es decir permite conocer, donde y cuáles son las áreas de mayor influencia para satisfacer las necesidades del cliente.
- Imagen de establecimientos comerciales, permite conocer la imagen que tienen las personas del establecimiento donde se expenden los servicios a los usuarios.
- Comportamiento del comprador en punto de venta, lo que determina la forma de expresar su conducta dentro del establecimiento.

Estudios de distribución:

- Auditoría de establecimientos detallistas.
- Comportamiento y actitudes de la distribución.
- Publicidad en punto de venta,

Medios de comunicación:

- Audiencia de medios.
- Efectividad de soportes.
- Análisis de formatos y contenidos.

- Estudios sociológicos y de opinión pública:
- Sondeos electorales, utilizado para conocer la preferencia de los ciudadanos sobre algún candidato en particular.
- Estudios de movilidad y transporte, permite realizar sondeo para determinar movilidad de personas dentro y fuera del país, como también opiniones sobre los servicios que brindan los transportistas.
- Investigación sociológica, encargada de realizar estudios de la sociedad en general.
- Estudios institucionales.(Eyssautier, Maurice,2009)¹⁵

De esta manera se puede determinar que la Investigación de Mercados es útil en todas las fases de Mercadotecnia ya que se fijan metas sobre la participación de mercado, rentabilidad o resultados de ventas de un programa, desarrollar nuevos productos, segmentar mercados y planear futuros programas de Mercadotecnia. Ronald E. Frank (2013)¹⁶

En conclusión, el estudio de mercado puede aplicarse para todo tipo de empresas, lo que le permitirá conocer, los gustos del cliente, la demanda que existe en el mercado, los proveedores de materia prima, la cantidad de dinero que los usuarios están dispuesto a pagar por el producto; es decir permite conocer todo los elementos importantes y necesarios para poder lanzar un nuevo producto en el mercado.

¹⁵ EYSSAUTIER, Maurice(2009) . Elementos básicos de mercadotecnia, Paraninfo, ,p. 119.

¹⁶ RONALD E. Frank (2013), Análisis de Mercados, Edit. Trillas,p. 96

La Investigación de Mercados, en resumen, es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer de un producto, para posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al productor o al comerciante para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus consumidores.

5.1.8. Análisis del estudio de mercado para el funcionamiento de un dispensario médico en el edificio de la Medalla Milagrosa de la ciudad de Chone

El análisis del estudio de mercado para el funcionamiento de un Dispensario Médico que funcione en el edificio de la Medalla Milagrosa de la ciudad de Chone, se presenta de la siguiente manera

5.1.8.1. Análisis de la demanda

La demanda directa del servicio médico que apunta al dispensario médico, está basada en los datos estadísticos sobre la infraestructura de salud existente en el cantón Chone.

Como parte del sistema de salud, según el GAD Municipal del Cantón Chone, (2014) en el área urbana del cantón se tiene el Centro de salud Chone, con cobertura para 27.697 habitantes, el Sub-Centro de Salud Sta. Martha, con cobertura para 12.869 habitantes y el Sub-Centro de Salud Sta. Rita, con cobertura para 12.862 habitantes en el año, tomando en cuenta las personas que asisten por enfermedades y por prevención.

5.1.8.2. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta puede ser sólo interno, solo externo o combinado. Cualquiera de estos casos podrá corresponder a un número más o menos grande

de productores, acercándose a las definiciones de un mercado de competencia o de un número reducido de proveedores.

Los principales competidores para el dispensario médico serán el hospital Napoleón Dávila Córdova, dispensarios y centros de salud del casco urbano de la ciudad de Chone.

5.1.8.3. El precio

Estudiar los precios que tienen los bienes o servicios que se espera producir, tiene la finalidad de caracterizar de qué forma se determinan y el impacto que una alteración de los mismos tendría sobre la oferta y la demanda del producto. El precio establecido para la atención médica será mínimo, que puede fluctuar entre dos y tres dólares.

5.1.8.4. Análisis FODA

Involucra un ambiente externo representado por oportunidades y amenazas, al mismo tiempo con un ambiente interno que considera las fortalezas y debilidades del análisis.

Fortalezas:

- Instalación física adecuada para servicios médicos.
- Contamos con medicina general.
- Médicos Comprometidos con esta obra social.
- Precios accesibles.

Oportunidades:

- Implementación de avances médicos de acuerdo a la tecnología.
- Apoyo por parte de la Dirección de salud de Manabí y de los habitantes del cantón Chone.

Debilidades:

- Dificultad para generar dinero direccionado al pago de salarios.
- Pocos interesados en patrocinar un dispensario médico.

Amenazas:

- Aparición de nuevas enfermedades y virus.
- La Dirección de Salud de Manabí, no brinda la ayuda con el médico general.
- Aumento desmedido de pacientes en un periodo de tiempo determinado.
- La crisis económica.

5.1.8.5. Estrategia de marketing

El proyecto se basará en consultas médicas a bajo precio, tomando en cuenta los ingresos de la población de bajos recursos económicos y a pesar de esto se brindará un servicio de calidad.

El dispensario médico auspiciado por las hijas de la Caridad San Vicente de Paul, con el objetivo de estimular el interés en los habitantes para que utilicen el

dispensario médico; realizará charlas preventivas sobre enfermedades y virus que los puedan afectar por las circunstancias en las que viven como por ejemplo el dengue, dengue hemorrágico, parásitos, entre otras.

También se realizaran charlas sobre planificación familiar donde los futuros padres podrán recibir asesoría y chequeos previos al embarazo. Asimismo ofrecerá control de maternidad los cuales ayudaran a llevar un control del embarazo de la mujer para su buen desenvolvimiento y una prospera finalidad. Y controles infantiles que comprenden la asesoría con las vacunas del infante, los chequeos periódicos, etc.

5.1.8.6. Estudio organizacional

Misión

Brindar asistencia de medicina general a la población mediante estándares de buena calidad que permita el bienestar de los usuarios.

Visión

Ser uno de los dispensarios médicos más reconocidos en la ciudad de Chone por su eficiencia, rapidez y calidad, contando con el equipo médico adecuado para disminuir los problemas de salud de la población.

5.1.8.7. Estudio técnico

Balance de Obra Física

El dispensario médico funcionara en el edificio de la Medalla Milagrosa, el cual es administrado por las Hijas de La Caridad San Vicente de Paúl.

La planta baja estará dividida en tres salas: una para el consultorio de medicina General, una pequeña sala de espera y la sala de enfermería.

Localización

La localización del dispensario médico será en la provincia de Manabí específicamente en la parte central del cantón Chone, en el edificio de la medalla Milagrosa, en las calles Washington entre Mercedes y Salinas.

5.1.8.8. Estudio financiero

Determinación de costos

Determinar los costos del funcionamiento del dispensario médico permitirá conocer no solo el precio que se establecerá en el mismo sino también el costo de cada equipo que este requiera, para poder funcionar de una manera correcta adecuada a las necesidades de los pacientes futuros.

que se pretende es que el médico general sea parte del Ministerio de salud pública, a las órdenes de las Hijas de la Caridad San Vicente de Paul, quienes tendrán a su cargo el dispensario médico.

5.1.8.9. Estrategia de seguimiento y evaluación

Análisis de sostenibilidad

Social: Existe una responsabilidad por parte del ministerio de Salud, de los patrocinadores y de los habitantes para el funcionamiento del dispensario médico.

Los ingresos recaudados por la prestación del servicio no cubren los gastos de operación y mantenimiento durante la vida útil, por tal razón es indispensable contar con el patrocinio de las empresas privadas y del gobierno.

5.1.8.10. Análisis de impacto social

Son los efectos de la puesta en marcha del proyecto sobre la calidad de vida de las personas.

- Aumento de información a la población sobre métodos preventivos y enfermedades.
- Reducción de la posibilidad de contagio de enfermedades.
- Población saludable.
- Disminución de la sobrepoblación gracias a los programas de planificación familiar.
- Preocupación sobre la salud de ellos mismos y de sus familiares.

5.2. VIABILIDAD

5.2.1. Definición

Un estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos.

El estudio de viabilidad es muy apropiado para conocer la posibilidad de ampliar un negocio con nuevos productos en el mercado; es decir los estudios de

viabilidad permiten obtener respuesta al empresario sobre la rentabilidad económica de un posible producto que se introducir en el mercado.

Por lo general cualquier estudio de mercado, se lo realiza con grupos de personas especialista en mercadeo, finanzas, entre otros, pero que necesariamente debe incluir al empresario o dueño de la empresa.

El estudio de mercado cuesta tiempo y dinero ,sin embargo el dinero que se invierte en un estudio de mercado, es mínimo comparado con los beneficios que se obtendrán de los resultados obtenidos, ya que los resultados de este estudio nos puede evitar a que invirtamos mayor tiempo y esfuerzo en una iniciativa con pocas probabilidades de éxito.

Para José I. Vega (2009) El estudio de viabilidad es el paso más crítico antes de convertir la idea del negocio en realidad e invertir una cantidad de dinero significativa.

Para su diseño y puesta en marcha se requiere primero un análisis de la realidad y, posteriormente, un estudio de viabilidad.

El estudio de viabilidad, no es otra cosa que recabar la información necesaria para conocer la posibilidad de llevar adelante la idea de implementar un proyecto, para lo cual hay que realizar un estudio minucioso de las personas que van a laborar en la empresa, la parte económica con la que se cuenta, y demás recursos necesarios.

Todo esto nos permitirá determinar si el proyecto es viable o no.

En conclusión, un estudio de viabilidad se lo realiza a través del análisis y evaluación de información procedente de varios ámbitos, que nos permitirán conocer si una nueva empresa o idea en un negocio podrá ser económica y comercialmente rentable.

En función del concepto sobre el que se realice el estudio, el contenido variará sustancialmente, pero siempre existirán unos pilares esenciales sobre los que tendremos que basar nuestra búsqueda y análisis de información en el estudio de viabilidad.

5.2.2. Pasos para realizar un estudio de viabilidad

En todo estudio de mercado el primer paso es determinar la viabilidad económica-financiera del proyecto, lo que significa que el estudio debe demostrar las ganancias que el proyecto puede brindar y compensar los gastos de inversiones y la puesta en marcha del mismo.

Entre los elementos que se deben tomar en cuenta a la hora de realizar el estudio de Viabilidad económica financiera tenemos:

- ❖ Realizar una investigación exhaustiva sobre el origen del dinero que se usara para comenzar con el proyecto.
- ❖ Conocer en qué se va invertir el dinero, y qué área necesita mayor atención financiera.
- ❖ Se debe realizar una proyección futura a mediano plazo de los posibles gastos e ingresos financieros en la institución.
- ❖ Realizar un cálculo sobre las posibles ganancias que se puedan dar en la empresa a mediano plazo.
- ❖ Determinar las posibles causas que pueden existir para que las ventas caigan y tener en mano un plan para superar esta dificultad.

- ❖ Seguidamente se debe realizar un estudio de viabilidad operacional, donde se analizarán detenidamente el perfil del personal que laborará dentro de la institución, si están dispuestos a trabajar en forma adecuada y de acuerdo a las exigencias que amerita el trabajo.

En el estudio de viabilidad operacional se debe analizar los siguientes puntos:

- ❖ El espacio de capacitación que se deben brindar a las personas que laborará en la institución, debe estar dirigida a cubrir las necesidades de la empresa.
- ❖ El horario y el trabajo que deben realizar los empleados deben estar ajustado a la realidad de cada uno de los que laborarán en la empresa, para que puedan dedicar tiempo a su familia y a la empresa.
- ❖ Analizar la infraestructura que posee la empresa, si ésta es o no adecuada para poner a funcionar el nuevo negocio.
- ❖ Cumplimiento en los trámites legales y requisitos que se necesitan para poner en marcha el nuevo negocio.
- ❖ En el estudio de viabilidad es muy importante realizar la viabilidad del mercado, ya que a través de este estudio nos permitirá tener una visión clara del mercado donde queremos introducir el negocio.
- ❖ En este estudio se debe tener en cuenta los siguientes factores:
 - ❖ La cantidad de clientes potenciales, que pueden consumir el producto, así como la demanda existente en el mercado y de esta manera conocer si es posible cubrir los gastos del proyecto.

- ❖ Determinar con precisión la necesidad que existe en el mercado y de esta manera, brindar un producto que satisfaga las expectativas de los consumidores.
- ❖ Determinar el número de cuotas que podemos obtener en el mercado, y esta manera se logrará obtener un aproximado de la cantidad de ventas que obtendremos con el nuevo producto.
- ❖ Determinar las áreas y sector, donde enfocaremos nuestra actividad.

En el estudio de viabilidad se debe también realizar un análisis técnico del negocio, donde se debe enfocar a los siguientes elementos.

Localización: el lugar donde se ubique el negocio es un punto clave que se debe considerar antes de dar inicio al proyecto, ya que su ubicación puede tener efectos positivos o negativos para los resultados del proyecto.

Ingeniería del proyecto: como parte de este estudio, es necesario conocer las características y el tipo de tecnología que se utilizará en el proyecto y justificar su elección.

Dimensión del negocio: para poner en marcha el negocio se debe conocer de antemano la dimensión del negocio, el cual debe estar a la par con las demandas existente en el mercado, por ello es necesario señalar las obras previstas, así como las necesidades de equipamiento en cada una de las áreas.

Necesidades de personal: En este punto se debe detallar claramente cada uno de los puestos de trabajo que existirán en la empresa, el salario que ganarán cada uno de los empleados.

Costes de las operaciones: los costos derivados del proceso de producción del producto, debe ser analizado y detallado con claridad especialmente los referidos a mano de obra directa, consumos de materias primas y auxiliares, energía, etc.

Estudio administrativo-legal: Se debe determinar los aspectos legales para el funcionamiento de la empresa, como permiso de funcionamiento, licencia del producto, autorizaciones etc.

Debes incluir aquellos aspectos legales que afecten a la actividad, como cuestiones medioambientales, licencias y autorizaciones.

El análisis de viabilidad debe concluir con la viabilidad conceptual de la idea de negocio, donde se detallará las posibilidades de que realmente pueda funcionar.

Para realizar el análisis nos podemos ayudar con algunas herramientas metodológicas como:

- El análisis DAFO, donde se determinarán con claridad los factores internos y externos que pueden ayudar o a obstaculizar el desenvolvimiento de la empresa en el mercado.
- Determinaremos que el tiempo, a corto y largo plazo, en el que se realizarán las operaciones son suficientes y no nos extenderemos más de lo necesario.

5.2.3. Diez factores clave para analizar la viabilidad de un proyecto empresarial

En todo proyecto de negocio es muy importante tener la suficiente información, las cuales permitirán en muchos casos reducir el riesgo que puede poner en jaque el negocio de la empresa.

Existen 10 factores clave que pueden ser útiles para empezar el proyecto de un nuevo negocio en el mercado.

1. Debes conocer si el producto que piensas sacar al mercado va a satisfacer las necesidades de los clientes, y si éstos están en capacidad de pagar el precio que la empresa estipula.

2. Hay que determinar con claridad quienes serán los potenciales clientes e identificarlos para poder trabajar con ellos.

3. Se debe determinar quiénes son los competidores directos e indirectos en el mercado y conocer las estrategias que éstos utilizan para llegar a los clientes.

4. Se debe tener claro que el objetivo de la empresa es vender y vender, para los cuales debe tener presente que esto se logra realizando visita personales de puerta en puerta.

5. Se debe tener presente que en un negocio, no solo debe existir un solo proveedor, sino que tener en las manos otros proveedores que satisfaga las materias prima para elaborar los productos.

6. hay que tener presente que el éxito de toda actividad empresarial depende del trabajo que hagan los empleados de la misma, para los cuales se debe organizar los trabajos en grupos, es decir formar equipos de trabajo de acuerdo a las necesidades.

7. Estar en comunicación directa con los socios de la empresa y tenerlo al tanto de las cuestiones más importante y delicadas de la empresa.

8. Conocer con exactitud el nivel de inversiones, así como la adquisición del dinero para poner en marcha el negocio.

9. Se debe tener un calendario de cobros y pagos mensuales, por lo menos durante el primer año.

10. Tener siempre en la mano un documento de presentación del proyecto escrito en forma clara y concisa con datos fiables y contrastados.

5.2.4. Viabilidad para la creación de un dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la compañía hijas de la caridad de San Vicente de Paúl

5.2.4.1. La población del cantón Chone

El cantón Chone de la provincia de Manabí es el tercero en población y el más grande en extensión geográfica, posee un 52% de personas que viven en la pobreza y en la etapa invernal es uno de los más afectados por ser el centro de constantes inundaciones que destruye la producción agropecuaria su principal actividad económica y los enseres de las familias que viven en los barrios urbanos marginales¹⁷

Dentro de los seres humanos pobres, los más vulnerables son sin duda los niños y niñas, mujeres y adultos mayores, los cuales tiene mucha dificultad para recibir los servicios básicos entre los que se destacan los de salud, vivienda, educación entre otros. Datos estadísticos muestran que un total 19.472 personas reciben el Bono de Desarrollo Humano.

El índice de mortalidad es del 5,4 por mil y existe un 8,1% de niños y niñas que trabajan y no estudian, los mismos que son fácil presa para el abuso sexual y el maltrato por parte de algunos mayores sin escrúpulos.

¹⁷ Gobierno Municipal del Cantón Chone. Departamento de Obras públicas. 2013

Las mujeres no pueden acceder a programas de capacitación que les permita insertarse a las actividades productivas por lo que su condición económica no experimenta ningún cambio positivo.

El 81,2% de menores de 17 años son pobres y el 80,9% de las mujeres viven en la pobreza¹⁸.

5.2.4.2. Aspectos socio económico de la población del cantón Chone

El cantón Chone muestra índice relevante en los diferentes niveles de instrucción. El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) es de 5,7 años, para la población del área urbana es de 7,6 años y para el área rural 4,4 años. Para hombres 5,6 y para mujeres 5,9 años.

Las principales líneas productivas que forman parte determinante en la economía local son: Agricultura y ganadería (48,89 %), el comercio al por mayor y menor (12,14 %). Además, la actividad ganadera convierte al cantón en el principal centro ganadero de la provincia, existiendo alrededor de 300 mil cabezas de ganado vacuno adaptadas a las duras condiciones de la montaña tropical.

Existe una tendencia equilibrada de la población hombre y mujer en la mayoría de los diferentes estados civiles.

La tendencia del promedio de viviendas ocupada es equitativa; además, la ocupación de habitantes por vivienda en sector rural respecto al sector urbano es de 1,59.

Los índice sociales del cantón Chone evidencian un sector sumergido en la pobreza por lo que la ejecución de los proyectos sociales y productivos son de carácter emergente para combatir la pobreza, más si consideramos que las inundaciones y los conflictos políticos- legales por lo que atravesó deterioraron

¹⁸ *Ibíd*em

aún más las condiciones de vida de la mayoría de choneros produciendo migración, desempleo y bajos niveles de competitividad.

La población está caracterizada por ser en su mayoría compuesta por hombres, ya que representan el 50.04% del total de la población, encontrándose asentada en las áreas rurales donde la relación hombres mujeres disminuye muy escuálidamente.

La población en un 61.3% se encuentra habitando las áreas rurales o periféricas del cantón, considerándose de esta manera como un cantón con especial dedicación a actividades agrícolas y ganaderas.

La tasa de crecimiento promedio anual o velocidad del crecimiento de la población, entraña innumerables consecuencias para el desarrollo de la sociedad, ya que el ritmo con que una población va creciendo afecta no sólo a su tamaño sino también a diversos aspectos de su composición y estructura. Se produjo una disminución de la tasa de crecimiento poblacional en la ciudad, lo que puede estar marcado por la emigración de la población a otras ciudades por estudios o en busca de otras condiciones de vida.

A pesar que Chone tiene una productividad alta, su ciudad no presenta características de ser una ciudad que crece rápidamente, representando anualmente una tasa de crecimiento poblacional menor a la del país y ocupando un aproximado del 40% del perímetro urbano, por lo que la ciudad tiene una tendencia baja en la ocupación del territorio¹⁹.

5.2.4.3. Infraestructura de salud en la ciudad de Chone

En el ámbito de la salud, a nivel cantonal se tiene el sistema público y privado. En el sistema público intervienen el Ministerio de Salud Pública y el Instituto

¹⁹ INECC 2010

Ecuatoriano de Seguridad Social, mientras que a nivel privado se tienen centros médicos particulares ubicados en la ciudad y parroquias.

La red pública está integrada principalmente por el Hospital Base Napoleón Córdova, que cuenta con 136 camas para hospitalización, con una proyección a 220 camas; es el único de esta categoría en la zona norte de la provincia y tiene cobertura a nivel regional abarcando a cantones cercanos a Chone como Tosagua, Bolívar, San Vicente, Sucre y Flavio Alfaro, cubriendo con su atención a aproximadamente 150.000 habitantes. (Hospital Napoleón Dávila Córdova, (2013)

Como parte del sistema de salud, se tiene al Área de Salud #3, la cual se dirige desde la ciudad de Chone, con una cobertura de cerca de 165.000 habitantes distribuidos en 135.00 habitantes del cantón Chone y los restantes del cantón Flavio Alfaro.

En el área urbana se tiene el Centro de salud Chone, con cobertura para 27.697 habitantes, el Sub-Centro de Salud Sta. Martha, con cobertura para 12.869 habitantes y el Sub-Centro de Salud Sta. Rita, con cobertura para 12.862 habitantes. (GAD Municipal del Cantón Chone, 2014).

A nivel rural, se tiene 14 Subcentros de salud, ubicados en las zonas rurales del cantón. Conjuntamente con estos centros de atención se cuenta con 24 Dispensarios del Seguro Social Campesino.

Como complemento al sistema público se tiene la Clínica del IESS que tiene una capacidad de 36 camas, la misma que además de atender a los afiliados brinda servicio a 25 comunidades que cuentan con el Seguro Campesino.

La red particular de salud está conformada por 10 clínicas, con capacidad de 117 camas para hospitalización, un centro de salud de las ONG (SOLCA) localizados

en la zona urbana cantonal.

Los principales factores de riesgo para la salud siguen siendo los relacionados con la deficiencia de los servicios de saneamiento ambiental, la mala calidad del agua, la deficiencia nutricional y el incremento de la violencia e inseguridad, estos últimos son bajos.

El abastecimiento de agua potable es insuficiente para la población, así como el servicio intermitente, por lo que esto afecta a un porcentaje considerable de la población urbana.

En el área rural, dada su gran extensión, el abastecimiento por redes públicas es limitado y en su lugar se opta por el suministro de agua por medio de pozos, lo que presenta un riesgo latente para la salud de sus habitantes.

Una patología de especial importancia en el cantón es el consumo de alcohol, se trata de un problema percibido por la población, como un mal que afecta a casi todas las esferas de la comunidad Chonense; si bien es tolerante en algunas circunstancias, es un factor que incide directamente en las actuales condiciones de vida, especialmente de la población rural.

El abastecimiento de agua representa un problema, ya que un alto porcentaje de la población consume agua mediante pozo, que no es recomendable porque estas aguas receptan aguas negras por filtración afectando la salud de la población con enfermedades de tipo intestinal y renal. El abastecimiento mediante la red pública presenta un problema recurrente debido al deficiente servicio eléctrico, el cual interrumpe el funcionamiento de las máquinas.

En cuanto al servicio de agua potable, la única planta que abastece al cantón se encuentra en la ciudad de Chone y no cubre la demanda de la población debido al crecimiento poblacional y la antigüedad de la infraestructura de diseño.

El tratamiento de aguas servidas del cantón es obsoleto, razón por la cual se perciben malos olores y un impacto visual negativo al encontrarse la laguna de oxidación a la entrada de la ciudad.

Por otro lado, la contaminación de ríos, se debe a que un alto porcentaje de lavadoras y lubricadoras no cumplen con un adecuado sistema de evacuación de aguas residuales descargándolas al sistema de aguas lluvias

La pobreza crónica en la que viven las familias del cantón, cuya tasa es del 85%, ha hecho que la medicina tradicional cumpla un papel importante dentro de la forma de mantener salud en la población²⁰.

5.2.5. La Compañía de las hijas de la caridad de “San Vicente de Paúl en la ciudad de Chone”

La Compañía de las Hijas de la Caridad fue fundada en París - Francia por San Vicente de Paúl y Santa Luisa de Marillac el 29 de Noviembre de 1633. A solicitud del Presidente García Moreno llega al Ecuador en 1870.

El Comité de Pro mejoras de Chone gestionan la venida de las Hijas de la Caridad a esta ciudad, acontecimiento que se da el 17 de Septiembre de 1963. Tras unos años de la presencia de la Comunidad en Chone se descubren muchas necesidades básicas del pueblo y en respuesta a ello se organiza el “Comedor Rosa Mendoza de Murillo” que funciona desde 1970 dirigido a niños escolares de escasos recursos económicos y desde 1973 hemos contado de algún modo con el apoyo del Estado, del Pueblo, de Voluntarias y Voluntarios, ayuda internacional, de la Familia Vicentina.

Actualmente la crisis económica a todo nivel no siempre permite que los voluntarios hagan llegar su aporte.

²⁰ MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN CHONE.(2011) Plan participativo de Desarrollo Social Chone

Hoy la Compañía está representada por la presencia de siete hermanas las mismas que brindan diversos servicios: en el Hospital y el Centro, cuya misión es Servir al Pobre corporal y espiritualmente con una mirada atenta a los signos de los tiempos y aplicar en ellos las políticas Evangélicas. Tienen un largo recorrido de gestión y servicio en beneficio de los más Pobres.

La Compañía de las Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl” en la Ciudad de Chone tienen una infraestructura suficiente, situada en la zona céntrica de la ciudad, con una construcción que entre otros servicios cuenta:

- 1.- Con una cocina de 24 metros cuadrados con dos bodegas de almacenamiento; dos cocinas de tres y cuatro quemadores, en buenas condiciones.
- 2.- Un comedor de 42 metros cuadrados, con mesas plásticas, banquitos y vajillas de acero inoxidable para 60 personas.
- 3.- Sala de conferencia de 42 metros cuadrados con mesas, sillas y pizarrón.
- 4.- Aula de clases de 36 metros cuadrados con mesas, sillas y pizarrón.
- 5.- Televisor, DVD, Computador²¹

5.2.5.1. Visión de la comunidad Hijas de la Caridad de “San Vicente de paúl”

La Comunidad nace en Chone, dando respuesta al abandono material y espiritual de los enfermos en el Hospital.

A lo largo de los años que nos impulsan a las Hermanas se ha ido dando respuesta a las nuevas pobrezas abriendo su acción a las obras sociales como: Comedor para los niños de las escuelas fiscales y niños pobres de los alrededores,

²¹ HIJAS DE LA CARIDAD “SAN VICENTE DE PAÚL” (2014). Chone

Orientación y promoción a los padres de familia de los niños que acuden al comedor. Grupos juveniles y de laicos comprometidos con las ramas de la Familia Vicenciana. Catequesis a jóvenes adolescentes.

5.2.5.2. La misión de la Comunidad Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl”

Servir a Cristo en los pobres comunitariamente en las diversas obras con humildad, sencillez y caridad.

Fortalezas

- La primera fortaleza es la llamada de Dios al servicio de los pobres en la comunidad.
- 45 años de la presencia de las Hermanas en Chone.
- Vida espiritual organizada.
- Vida comunitaria y aceptación de las diversidades.
- Preparación Espiritual, Humana y Técnica para brindar un buen servicio.
- Prestigio y confiabilidad de la comunidad, adquiridos a través de la presencia y Servicio a los pobres.

Oportunidades

- La Consagración como respuesta a la llamada de Dios.

- Los espacios que nos da la Comunidad para llenarnos de Dios.
- Facilidad que tenemos para prepararnos. Espiritual, Humano y Profesional.
- Facilidad de encuentros y vida compartida.
- Aceptación de la Comunidad en el medio donde estamos ubicadas.

Debilidades

- Falta de correspondencia al esfuerzo de la comunidad por actualizarnos.
- Poca responsabilidad para preparar y animar espiritualmente en la oración y en el rezo de la liturgia de las horas.

Amenazas

- El laicismo y la falta de conciencia moral, la no honradez en el manejo de los bienes que perjudica a los pobres que servimos.
- Edad avanzada y poca salud de las Hermanas.
- Escasez de vocaciones.

5.2.5.3. Servicio a los pobres

Objetivo general

Hacer de su vida un signo creíble que sea camino seguro para seguir y servir a Jesucristo en la persona de los Pobres corporal y espiritual según nuestro carisma.

Objetivos específicos

- Brindar en colaboración con los grupos vicencianos un servicio respetuoso a los pobres.
- Aprovechar las oportunidades que tienen a través de sus servicios, para anunciar y hacer presente a los pobres el amor infinito y misericordioso de Dios y la protección maternal de María, Madre de la Iglesia.
- Mantener una actitud humilde y sencilla, para ser evangelizadas por los pobres y mantenernos cercanas a ellos.

Actividades

- Hacer de su vida de oración un continuo diálogo con Dios para llenarse de su presencia y brindar un servicio con espíritu de Fe.
- Planificar visitas domiciliarias, priorizando a los más necesitados en conjunto con los jóvenes de Juventudes Mariano Vicencianos y las Señoras del Comité de la Medalla Milagrosa.
- Se comprometen a orar por los pobres, con ellos y en su nombre.
- Impartir la Sagrada Comunión a los enfermos a domicilio el Primer Viernes de cada mes.
- Acompañar y evangelizar a los grupos de la Familia Vicenciana y de la Parroquia encomendados a la Comunidad.
- Atención a los niños que acuden al comedor en su alimentación y apoyo escolar.

- En el hospital atención corporal y espiritual con visita diaria a los usuarios, servicio directo en Cirugía y Consulta Externa.

- Administración del personal de enfermería, mantenimiento y ornato de la capilla.

- Ayuda de insumos y medicamentos a los usuarios pobres en el hospital, gracias a donaciones internacionales.

- Preparación para el sacramento de la Eucaristía a los Jóvenes que acuden a la Parroquia.

- Atención al Grupo Juvenil JMV en sus tres niveles. Formación y acompañamiento.

- Participación en las diferentes actividades organizadas por la Parroquia: (Servicio para el culto, animación de la liturgia.).

- Catequesis y acompañamiento al grupo parroquiano Juan XXIII.
- Formación espiritual y humana con los empleados que colaboran con la Comunidad.

CAPÍTULO II

6. HIPÓTESIS

El estudio de mercado, determina la creación de un Dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl”

6.1. Variables

Variable independiente

Estudio de mercado

Variable dependiente

Creación de un Dispensario Médico

Termino de Relación

Determina

CAPÍTULO III

7. METODOLOGÍA

7.1. Tipos de la investigación

La modalidad de la presente investigación fue de campo y bibliográfica: De campo porque se tomó contacto en forma directa con los involucrados en la investigación, realizándose en el mismo lugar donde se originan los hechos, y bibliográfica porque se hizo uso de las bibliografías existentes sobre el tema de estudio, analizando los diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores.

7.2. Nivel de la investigación

El nivel de investigación fue exploratorio, descriptivo y comprobatorio: Exploratorio, porque nos permitió sondear un problema poco investigado o desconocido en la ciudad de Chone; descriptivo por cuanto lo que se pretendió fue identificar las formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentra en la población de estudio para viabilizar la creación del dispensario médico en la ciudad de Chone; descriptivo y comprobatorio porque nos permitió comprobar la hipótesis planteada en la investigación.

7.3. Métodos

Los métodos que se emplearon fueron: el Inductivo, deductivo, analítico, estadísticos y el sintético

El Método Inductivo. Es un proceso de razonamiento lógico en el que partiendo de la observación de los casos particulares y luego de establecer comparaciones de características, propiedades, relaciones funcionales de las diferentes facetas de los

objetos del conocimiento, se abstrae, se generaliza y se llega al establecimiento de las reglas y leyes científicas.

Se trabaja con hechos reales en el que se deben interpretar significados del contexto; presenta una tendencia holística frente a la interpretación del fenómeno. Este método fue utilizado en el desarrollo del diagnóstico debido a que la información fue recopilada y analizada para luego extraer generalizaciones.

El método Deductivo. Es el proceso que permite presentar conceptos, principios reglas, definiciones, afirmaciones, formulas, reglas, a partir de los cuales se analiza sintetiza, compara generaliza y demuestra. Va de lo general a lo particular, de la teoría a los datos; es decir, se parte de una ley general construida a partir de la razón y de esa ley se sacan consecuencias que se aplican a la realidad; regularmente está relacionado con el método científico y su análisis es cuantitativo. Se utilizó en el análisis estadístico de los resultados obtenidos.

Analítico: Este método implica el análisis, es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos. Mediante éste método nos permitió obtener información básica, para analizar el problema y su fundamentación científica.

Sintético: es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades.

Estadístico: se utilizó para la tabulación y graficación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los ciudadanos de la ciudad de Chone y de esta manera tener una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

7.4. Técnica de la recolección de la información

La técnica de la recolección de la información que se utilizó fueron la entrevista y la encuesta, para lo cual se recurrió a cuestionarios previamente estructurados.

Las encuestas dirigidas a los usuarios de los barrios de la muestra y las entrevistas dirigidas a las hijas de la Caridad de san Vicente de Paúl de la ciudad de Chone, la cual utilizó los siguientes instrumentos:

- Guía de entrevista

- Cuestionario para las encuestas

7.5. Población y muestra

7.5.1. La población

La población de los usuarios estuvo compuesta por los padres y/o madres de familia de las ciudadelas: “Treinta de Marzo”, “Camilo Giler”, “Las Malvinas”, “Jorge Gallardo” y el Barrio “Puerto Arturo” con un total de 1550 usuarios.

Zonas Marginales	Usuarios
Ciudadela Treinta de marzo	350
Ciudadela camilo Giler	320
Ciudadela las Malvinas	280
Ciudadela Jorge Gallardo	250
Barrio puerto Arturo	350
Total	1550

La población de las Hermanas de la Compañía Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl” estuvo compuesta por las cuatro Hermanas, que se encuentran prestando sus servicios en la ciudad de Chone.

7.5.2. La muestra

La muestra de los usuarios estuvo compuesta por 308, según cálculos matemáticos. Para el cálculo de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= nivel de Confiabilidad 1,96

P= Probabilidad de ocurrencia 0,5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 0,5

N= Población 1550 usuarios

e= Error de muestreo 0,05 (5%)

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) 1550}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + 1550(0,05)^2}$$

$$n = \frac{1488,62}{0,9604 + 3,875}$$

$$n = \frac{1488,62}{4,8354}$$

n= 308 usuarios

8. MARCO ADMINISTRATIVO

8.1. Recursos Humanos

- Estudiante investigadora :Gema Marlene Cuesta Barreto
- Tutor : Dr. Freddy Zambrano Velásquez Mgs
- Usuarios de los barrios marginales de Chone
- Hijas de la Caridad “San Vicente de Paul”

8.2. Recursos Financieros

Presupuesto del proyecto.		
<u>INGRESOS</u>		
Ingresos propios		1122,00
TOTALDEINGRESOS		1122,00
<u>EGRESOS</u>		
proyecto	300,00	
Servicio de internet	200,00	
Empastados y Anillados	80,00	
Otros gastos (copias, fotocopias etc.)	200,00	
G. Movilización	200,00	
CD y Flahs Memory	40,00	
Imprevistos 10%	102,00	
TOTAL DE GASTOS	1122.00	1122,00

El recurso para investigar la viabilidad para la creación de un dispensario médico, auspiciado por las “Hijas de la Caridad “San Vicente de Paul” es responsabilidad de la autora del proyecto

CAPÍTULO IV

9. Resultados obtenidos y análisis de datos.

9.1 Resultados de encuestas aplicadas a habitantes de la: Treinta de Marzo, Camilo Giler, las Malvinas, Jorge Gallardo y el Barrio Puerto Arturo.

1. ¿Considera usted que los dispensarios médicos que existen en la ciudad de Chone son suficientes para atender la demanda de salud a los habitantes de la localidad?

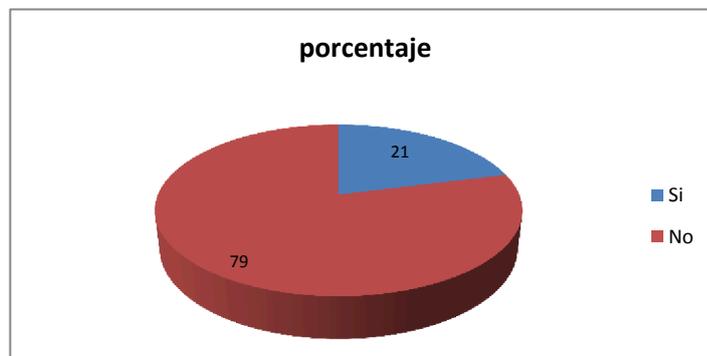
Tabla N° 1

variables	Frecuencia	porcentaje
Si	64	21
No	244	79
Total	308	100%

Fuente: Habitantes de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N°1



Análisis e interpretación

El 79% de las personas encuestadas consideran que los dispensarios médicos que existen en la ciudad de Chone no son suficientes para atender la demanda de salud a los habitantes de la localidad, mientras que el 21% consideran que sí.

Estos resultados nos llevan a inferir que en la ciudad de Chone, se necesita centros de salud para cubrir las demandas de atención médica a la población.

2. ¿Cree usted que en la ciudad de Chone debe funcionar un dispensario médico que brinde servicios a las personas pobres de la localidad?

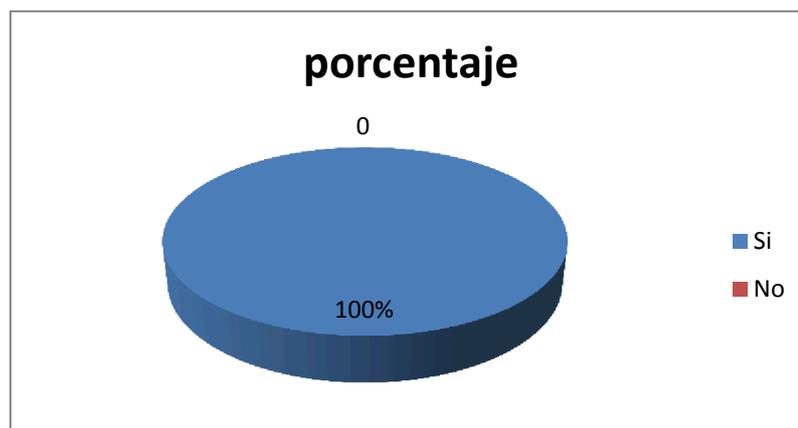
Tabla N° 2

variables	Frecuencia	porcentaje
Si	308	100%
No	0	0%
Total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N°2



Análisis e interpretación

El 100% de los usuarios entrevistados coinciden en considerar que en la ciudad de Chone debe funcionar un dispensario médico que brinde servicios a las personas pobres de la localidad.

De acuerdo al análisis realizado podemos concluir que es necesario que se amplíe la cobertura de atención médica para los usuarios pobres de la comunidad chonense.

3. ¿Considera usted que el edificio de la Medalla Milagrosa ubicado en el centro de la ciudad de Chone es apropiado para poner en funcionamiento un dispensario médico para las personas de bajos recursos económicos?

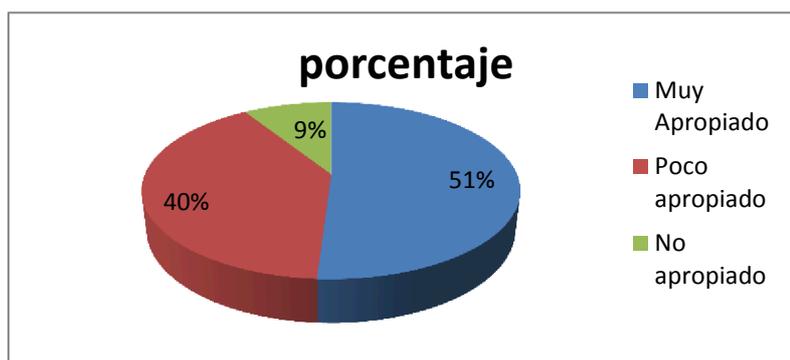
Tabla N° 3

variables	Frecuencia	porcentaje
Muy Apropiado	158	51%
Poco apropiado	124	40%
No apropiado	26	9%
Total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N° 3



Análisis e interpretación

El 51% de los encuestados consideran que el edificio de la Medalla Milagrosa, en el centro de la ciudad de Chone es Muy apropiado para poner en funcionamiento un dispensario para las personas de bajos recursos económicos, mientras que el 40% lo consideran poco apropiado y el 9% piensan que no es apropiado.

De acuerdo a estos resultados podemos concluir que el edificio de la Medalla Milagrosa es apto para que funcione un Dispensario médico, para las personas de bajos recursos económicos.

4. ¿Apoyaría usted la iniciativa para que funcione en el edificio de la Medalla Milagrosa un dispensario médico sin fines de lucro, auspiciado por las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone?.

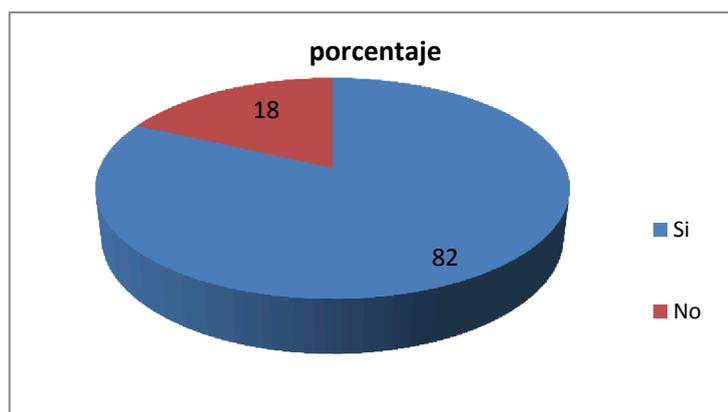
Tabla N° 4

variables	Frecuencia	porcentaje
Si	254	82%
No	54	18%
Total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N° 4



Análisis e interpretación

El 82% de los usuarios encuestados si apoyaría la iniciativa para que funcione en el edificio de la Medalla Milagrosa un dispensario médico sin fines de lucro, auspiciado por las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” , mientras que un 18% no apoyaría esta iniciativa.

De acuerdo a estos resultados podemos inferir que el funcionamiento del dispensario médico en el edificio de la medalla milagrosa, cuenta con el apoyo de una gran mayoría de habitantes de los barrios marginados.

5. ¿Cree usted que las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” cuentan con los recursos necesarios para poner en funcionamiento un dispensario médico para las personas de bajos recursos económicos?

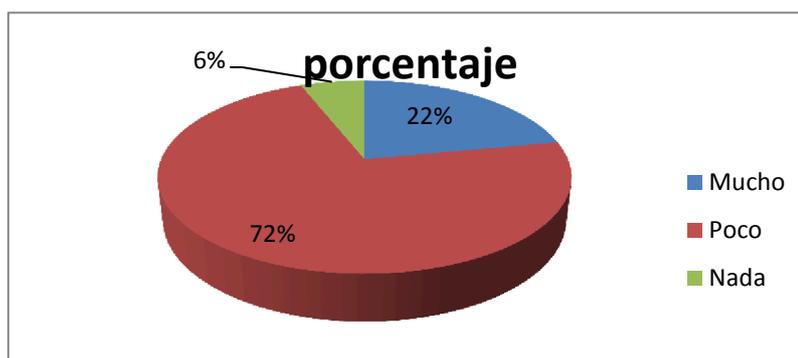
Tabla N° 5

variables	Frecuencia	porcentaje
Mucho	68	22%
Poco	222	72%
Nada	18	6%
Total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N°5



Análisis e interpretación

El 72% de los usuarios encuestados consideran que las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” cuentan con poco recursos necesarios para poner en funcionamiento un dispensario médico para las personas de bajos recursos económicos, mientras que el 22 %creen que tienen mucho recursos y el 6% restantes consideran que nada.

De acuerdo al análisis realizados podemos afirmar que las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” no cuentan con los recursos suficientes para poner en funcionamiento un Dispensario Médico para las personas de bajos recursos económicos.

6. ¿Utilizaría usted los servicios médicos que brindara el dispensario médico que auspicien las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone?

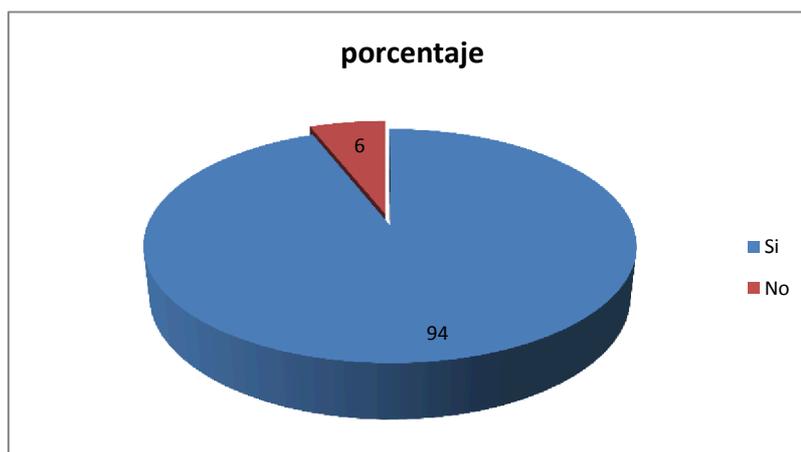
Tabla N° 6

variables	Frecuencia	porcentaje
Si	289	94%
No	19	6%
Total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N° 6



Análisis e interpretación

El 94% de los usuarios encuestados consideran que si utilizarían los servicios médicos que brindara el dispensario médico que auspicien las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl”, mientras que un pequeño porcentaje del 6% opinaron que no.

Estos resultados nos llevan a inferir que al ponerse en funcionamiento el dispensario médico en la medalla milagrosa, los usuarios utilizarían sus servicios.

7. ¿Estaría usted en condiciones de pagar un precio mínimo por la atención de medicina general que brindara el dispensario médico que auspicien las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone?

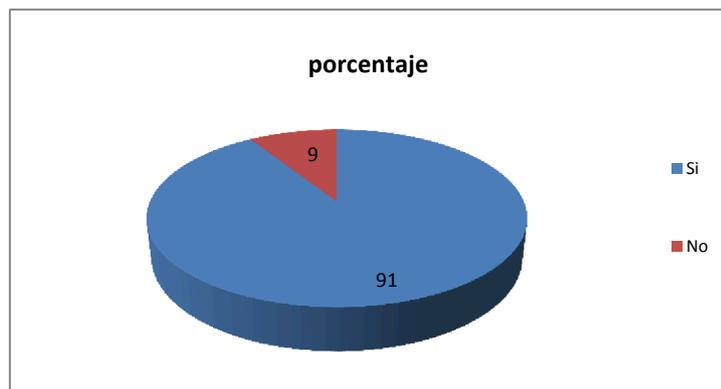
Tabla N° 7

variables	Frecuencia	porcentaje
Si	281	91%
No	27	9%
Total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N° 7



Análisis e interpretación

El 91 % de los usuarios consideran que si estarían dispuestos en pagar un precio mínimo por la atención de medicina general que brindara el dispensario médico que auspicien las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone, mientras que el 9 % consideran que no.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, podemos sostener que el dispensario médico cuenta con el apoyo de las personas de bajos recursos económicos, los cuales están de acuerdo en cancelar un precio mínimo por la atención que se les brinde.

8. ¿Cree usted que las Hijas de Caridad de “San Vicente de Paúl? Están en condiciones de brindar atenciones a los pacientes que buscan los servicios en el dispensario médico?

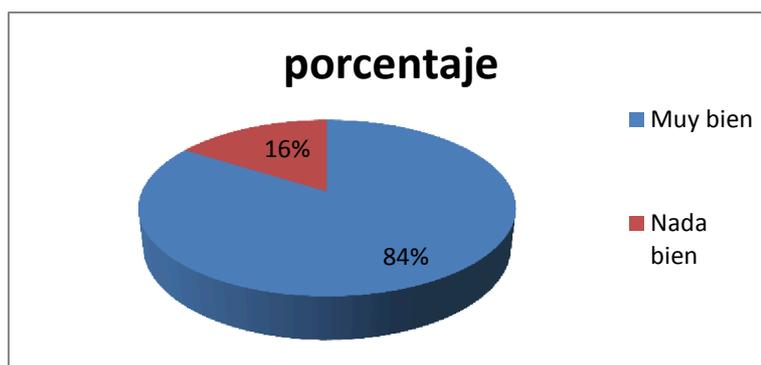
Tabla N° 8

variables	Frecuencia	porcentaje
Muy bien	259	84%
Nada bien	49	16%
Total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N° 8



Análisis e interpretación

El 84% de las personas encuestadas, consideran que las hijas de la caridad de “San Vicente” de Paúl, están muy bien preparadas para brindar curaciones y primeros auxilios a los pacientes que buscan los servicios en el dispensario médico, mientras que el 16% piensa que no está nada bien.

Estos resultados nos llevan a concluir que las hermanas de la Caridad de la Compañía “San Vicente de Paúl” se encuentran preparadas para realizar primeros auxilios a los usuarios.

9. **¿Cree usted necesario, que el dispensario médico atienda normalmente para cubrir los espacios en los que el centro de salud y el hospital civil de Chone se encuentren sin atención?**

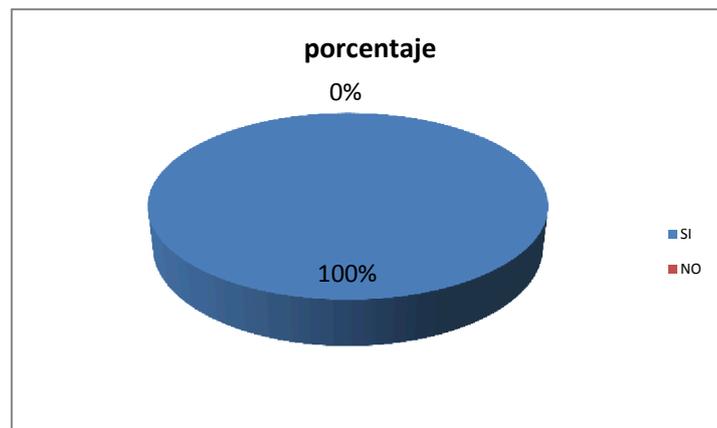
Tabla N° 9

variables	Frecuencia	porcentaje
si	308	100%
No	0	0%
Total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N° 9



Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados consideran, que el dispensario médico debe atender normalmente, ya que de esta manera se cubriría los tiempos cuando el Centro de Salud y el Hospital Civil de Chone se encuentran sin atención.

De allí que se hace necesario la creación de un dispensario médico en la ciudad que atiendan todos los días del año

10. ¿Qué servicio prioritario, considera usted que debe brindar el dispensario médico?

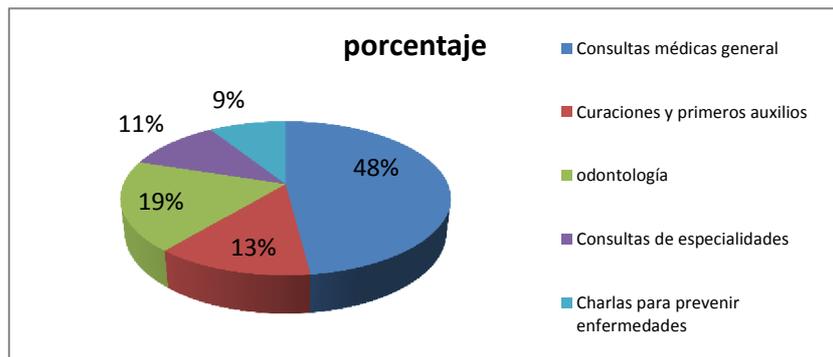
Tabla N° 10

variables	Frecuencia	porcentaje
Consultas médicas general	148	48%
Curaciones y primeros auxilios	40	13%
odontología	59	19%
Consultas de especialidades	34	11%
Charlas para prevenir enfermedades	27	9%
total	308	100%

Fuente: Usuarios de los barrios marginales del cantón Chone

Elaboración: Gema Marlene Cuesta Barreto

Gráfico N° 10



Análisis e interpretación

El 48% de los encuestados respondieron que el dispensario médico debe tener como servicio prioritario las consultas médicas general, el 19% odontología, el 13% curaciones y primeros auxilios, el 11% consultas de especialidades y el 9% charlas para prevenir enfermedades.

Estos resultados nos llevan a concluir que las principales actividades que se debe realizar en el dispensario médico son: consulta médico general, atención odontológica, curaciones y primeros auxilios.

9.2 Resultados de la entrevistas aplicada a las hijas de la caridad “san Vicente de paúl” de la ciudad de Chone: Sor Graciela Romero, Sor Martha Benítez, Sor Angélica Pradera y Sor Kasandry Lowasky.

1. Cree usted que en la ciudad de Chone debe funcionar un dispensario médico de medicina general que brinde servicios a las personas pobres de la localidad.

Al respecto, las hermanas Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl”, respondieron que en la ciudad de Chone se necesita más dispensario médico dirigido especialmente para las personas de bajos recursos económicos de la localidad, ya que lo que existen no abastecen la gran demanda de servicios de salud que se requiere.

Las respuestas de las hermanas entrevistadas coinciden con las de los usuarios encuestados, al afirmar que en la ciudad de Chone es necesaria la creación de nuevos dispensarios médicos que atiendan especialmente a las personas más desprotegida de la población.

2. ¿Considera usted que el edificio de la Medalla Milagrosa de las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” cuenta con el espacio físico necesario para el funcionamiento de un dispensario médico con medicina general, para las personas de bajos recursos económicos?

El 100% de las hermanas Hijas de la Caridad “ San Vicente de Paúl”, respondieron, que el edificio es grande que cuenta con el espacio físico suficiente no solo para poner en funcionamiento un dispensario médico con atención en medicina general, sino también para otras especialidades

De estos argumentos podemos sostener, que la infraestructura que tiene la Medalla Milagrosa está apta para poner en funcionamiento un dispensario médico en la localidad.

3. ¿Cuentan las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” con los equipos e instrumentos necesarios para poner en funcionamiento un dispensario médico para las personas de bajos recursos económicos?.

Al respecto, las Hermanas Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl”, Señalan que en el edificio existen escritorio, mesas, camillas, sillas, bancas para la sala de espera y ciertos instrumentos y equipos para brindar primeros auxilios a las personas que la necesiten.

De estas afirmaciones podemos concluir, que las hijas de la Caridad San Vicente de Paúl, cuentan con los equipos e instrumentos más necesarios para poner en funcionamiento el dispensario médico en la ciudad de Chone.

4. ¿Cree usted que en el edificio de la Medalla Milagrosa se podrá brindar servicios médicos de medicina general a un costo mínimo a los habitantes de los sectores pobres de la ciudad de Chone?

Las Hermanas, Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” respondieron que hubo un tiempo en que se brindó este servicio a la gente más pobre de la comunidad, pero que desapareció porque los aporte que les enviaban, no abastecía para pagar los servicio del profesional en la salud, pero si existiera alguien que apadrinara el pago del médico si es posible volver a brindar este servicio.

Los resultados obtenidos nos lleva a inferir que si el Ministerio de Salud Pública o algún organismo de ayuda social, pusiera a disposición de las hermanas, Hijas de la Caridad “San Vicente de Paul” un médico en medicina general, se podrá

brindar un servicio médico a la comunidad chonense a un precio mínimo, al alcance de todos los pobres..

5. ¿Cree usted que se podrá vender medicina a precios de costos a los usuarios pobres de la ciudad de Chone?.

Las Hermanas, Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” coinciden en responder que mantienen este servicio a un costo casi de fábrica, ya que solo se saca para pagar a la persona que atiende la farmacia, ya que sus servicio no son de lucro.

Estas afirmaciones nos lleva a sostener, que los precios de los productos farmacéutico que se expenden en la farmacia de la Medalla Milagrosa, se venden a un precio que no produce ganancia elevadas , es decir los productos se venden casi al precio de costo, pues su misión no es la ganancia, sino servir a los más pobre de la comunidad.

6. ¿Cree Usted que el Ministerio de Salud a través de la Dirección provincial de Salud colaboraría con un médico de medicina general para que atienda a los usuarios pobres de la localidad?

Al respecto, las Hermanas, Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” respondieron, que todo puede ser posible, que solo se necesita tiempo y paciencia para realizar los trámites necesarios ante el Ministerio de Salud.

Ante las respuestas de la Hermanas encuestadas, podemos concluir que si se realizan las gestiones pertinentes y se busca el apoyo gubernamental, es posible que el Ministerio de Salud Pública ponga a disposición los servicios de un profesional en la salud y poner en funcionamiento un dispensario médico abalizado por las Hermanas, Hijas de la Caridad San Vicente de Paúl.

7. ¿Apoyaría usted la iniciativa para que funcione en el edificio de la Medalla Milagrosa un dispensario médico sin fines de lucro , auspiciado por las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la Ciudad de Chone?

Las Hermanas, Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” están totalmente de acuerdo para que en el edificio de la Medalla Milagrosa funcione un dispensario Médico sin fines de lucro y que apoyarían decididamente la iniciativa.

Ante estas respuestas se puede afirmar, que las Hermanas de la caridad “San Vicente de Paul”, están decididas a brindar todo el contingente necesario para que en el edificio de la Medalla Milagrosa funcione el dispensario médico requerido

8. ¿Cree usted que el dispensario médico ayudaría a los pacientes que necesiten atención médica en este lugar?

El 100% de ellas contestaron, que brindarán todos los esfuerzos necesarios por atender a todas las personas que busquen atención medica en el dispensario, por lo que están convencidas de poder atender a todos los pacientes que requieran de los servicios en este dispensario.

De acuerdo a estos resultados se puede afirmar, que las Hermanas, Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” están decidida a ayudar a todos los pacientes que soliciten atención medica en el dispensario.

9. ¿Qué servicios prioritarios, considera usted que debe brindar el dispensario médico?

Todas las Hermanas de Caridad, coincidieron en señalar que los servicios prioritarios que debe brindar el dispensario médico son: consultas médicas generales, curaciones y primeros auxilios.

De estos resultados se concluye, que la mayor prioridad de servicios médicos que se debe dar a la población es en medicina general y las curaciones como siempre lo han hecho

10. ¿Cree usted que el dispensario médico, podrá brindar servicio médico de especialidades?

El 100% de las Hermanas de la caridad, señalaron, que para brindar servicios en diferentes especialidades, se necesita contar con muchos materiales, recursos y un local con infraestructura más grande y adecuada, que por el momento no existe en el edificio de la Medalla Milagrosa.

De estas afirmaciones se infiere, que el edificio de la Medalla Milagrosa, no cuenta con todos los recursos necesarios para brindar servicios médicos de diferentes especialidades, ya que para esto es necesario contar con mucho mas recursos.

9.3 . Comprobación de la hipótesis.

La hipótesis que este estudio se planteo fue “El estudio de mercado, determina la creación de un dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl”

A juzgar por los resultados obtenidos a través de las encuestas a los usuarios de los barrios marginados de la ciudad de Chone y a las entrevista a la Hermanas, Hijas de la Caridad San Vicente de Paúl, esta hipótesis resultó verdadera, pues los resultados de las preguntas N° 3 de las encuesta a los usuarios, muestran que el edificio de la medalla milagrosa es muy apropiado para poner en funcionamiento un dispensario médico para las personas de bajos recursos económicos. De la misma manera las respuestas a la pregunta N° 6 y 7, determinan que la mayoría de los usuarios utilizarían los servicios médicos que brindara el dispensario. De igual manera la pregunta N° 8 determina que las Hermanas Hijas de la Caridad San Vicente de Paúl, están en condiciones adecuadas para brindar atención a los pacientes que buscan los servicios médicos.

Las respuesta de las Hermanas entrevistada, corroboraron la hipótesis planteada, pues en la pregunta N° 2 ellas aseguran, que el edificio de la Medalla Milagrosa cuenta con el espacio físico necesario para poner en funcionamiento un dispensario médico, contando con los equipos e instrumentos necesarios para su ejecución (Pregunta N° 3), donde las Hermanas de la Caridad, según respuesta de la pregunta N° 7 están dispuesta a apoyar la iniciativa para su correcto funcionamiento, asegurando que es posible brindar servicios médico de medicina general a un costo mínimo a los habitantes de los sectores pobres de la ciudad de Chone (Pregunta N° 4).

De esta manera, el estudio de mercado, determina la creación de un dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl

CAPITULO V

10. CONCLUSIONES

Una vez revisado y analizado los datos se llegaron a las siguientes conclusiones:

- a) En la Ciudad de Chone, es viable la creación de un dispensario médico sin fines de lucro, abalizado por las compañías Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl”.
- b) El estudio de mercado, nos permitió organizar los datos obtenidos, la cual nos llevó a determinar la viabilidad para la creación de un dispensario médico en el edificio de la Medalla Milagrosa.
- c) El Estudio de Mercado, brinda gran beneficio para viabilizar cualquier tipo de proyecto, ya que a través de él se identifican las características de la población en estudio, y tomar las decisiones más acertada para un negocio.
- d) La creación de un dispensario médico en la ciudad de Chone es muy importante, pues va a permitir cubrir la gran demanda de atención médica que existe en la localidad.
- e) La creación de un Dispensario Médico en la Ciudad de Chone, beneficiará directamente a las personas de bajos recursos económicos, especialmente a los que habitan en los barrios marginales de la ciudad.
- f) Es posible diseñar una propuesta para la creación de un dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paul”

11. RECOMENDACIONES

- a) Que las autoridades de la Ciudad de Chone, brinden el apoyo necesario para que las Hermanas, Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paúl” gestionen la creación de un dispensario médico sin fines de lucro en el edificio de la medalla Milagrosa.
- b) Toda la ciudadanía debe conocer sobre la creación del dispensario médico, por lo que se debe promocionar en todo el cantón su posible funcionamiento en el edificio de la medalla milagrosa de la ciudad de Chone.
- c) Que los servicios que brinde el dispensario médico, sea sin fines de lucro y al alcance de todas las personas pobres de la localidad.
- d) Que se de preferencia de atención médica a las personas de bajos recursos económicos, especialmente a los que habitan en los barrios marginales de la ciudad.
- e) Los recursos económicos que se hagan por el costos de las consultas médicas, sirvan para adquirir los implementos necesarios , para brindar mejor servicios a la comunidad

13. BIBLIOGRAFÍA.

Carl Mc Daniel (2005), Investigación de Mercados Contemporánea, Edit. Thomson,

Eyssa Utier, Maurice ,(2003) Elementos básicos de mercadotecnia, Paraninfo

FISHER ,Laura y ESPEJO, Jorge , (2011) : Mercadotecnia, Tercera Edición, de, Mc Graw Hill - Interamericana, Págs. 85 al 89.

Gobierno Municipal del Cantón Chone. Departamento de Obras públicas. 2013

Hijas De La Caridad “San Vicente De Paúl” (2014). Chone

Inec (2010). Quito. Ecuador

Ibarra, V. D.(2008). Los primeros pasos al mundo empresarial. Limusa. México

Kotler Philip(2009): Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, de, Prentice Hall,.

KOTLER Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas (2009). El Marketing de Servicios Profesionales, Primera Edición, de Ediciones Paidós Ibérica S.A, Pág. 98

López, A. A.(2009) ¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las Investigaciones de Mercado? Compañía Editorial Continental. Segunda reimpresión. México.

Malhotra K. Naresh (2007). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, de, Prentice-Hall Hispanoamericana

Mankiw, Gregory (2008) Del libro: Principios de Economía, de, Tercera Edición, Mc Graw Hill,

Municipalidad Del Cantón Chone.(2011) Plan participativo de Desarrollo Social Chone

Randall Geoffrey (2011). Principios de Marketing, Segunda Edición, Thomson Editores Sapin, , Pág. 120

Romero, Ricardo (2006): Marketing, de Editora Palmir E.I.R.L.,

Ronald E. Frank, (2013) Análisis de Mercados, Edit. Trillas,

Taylor, J; Kinnear, T. (2008). Investigación de mercados. Mc.Graw Hill. EUA. 874 p

ANEXOS

ANEXO N° 1

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE



Encuesta dirigida a: Los habitantes de las ciudadelas: Treinta de Marzo, Camilo Giler, las Malvinas, Jorge Gallardo y el Barrio Puerto Arturo.

OBJETIVO: Determinar la viabilidad para la creación de un Dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “san Vicente de Paúl”

Estimado usuario sírvase a responder con sinceridad estas preguntas

1.- DATOS INFORMATIVOS

- 1.1. Lugar y fecha:.....
- 1.2. Ocupación.....
- 1.3. Sexo.....
- 1.4. Edad.....

1. Considera usted que los dispensarios médicos que existen en la ciudad de Chone son suficientes para atender la demanda de salud a los habitantes de la localidad

- a) Si ()
- b) No ()

2. ¿Cree usted que en la ciudad de Chone debe funcionar un dispensario médico que brinde servicios a las personas pobres de la localidad?

- a) Si ()
- b) No ()

3. Considera usted que el edificio de la Medalla Milagrosa ubicado en el centro de la ciudad de Chone es apropiado para poner en funcionamiento un dispensario médico para las personas de bajos recursos económicos

- a) Mucho ()
- b) Poco ()
- c) Nada ()

4. ¿Apoyaría usted la iniciativa para que funcione en el edificio de la Medalla Milagrosa un dispensario médico sin fines de lucro , auspiciado por las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone?

- a) Si ()
- b) No ()

5. Cree usted que las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” cuentan con los recursos necesarios para poner en funcionamiento un dispensario médico para las personas de bajos recursos económicos

- a) Mucho ()
- b) Poco ()
- c) Nada ()

6. Utilizaría usted los servicios médicos que brindara el dispensario médico que auspicien las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone

- a) Si ()
- b) No ()

7. ¿Estaría usted en condiciones de pagar un precio mínimo por la atención de medicina general que brindara el dispensario médico que auspicien las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone?

- a) Si ()

b) No ()

8. ¿Cree usted que las Hijas de Caridad de “San Vicente de Paúl? Están en condiciones de brindar atenciones a los pacientes que buscan los servicios en el dispensario médico?

a) Muy bien ()

b) Nada bien ()

9. ¿Cree usted necesario, que el dispensario médico atienda normalmente para cubrir los espacios en los que el centro de salud y el hospital civil de Chone se encuentren sin atención?

a) Si ()

b) No ()

10. ¿Qué servicio prioritario, considera usted que debe brindar el dispensario médico?

a) Consultas Médicas General ()

b) Curaciones y primeros auxilios ()

c) Odontología ()

d) consultas de especialidades ()

e) Charlas para prevenir enfermedades ()

ANEXO N° 2

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE



Entrevistas dirigidas a: Las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone.

OBJETIVO: Determinar la viabilidad para la creación de un Dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “san Vicente de Paúl”

- 1. Cree usted que en la ciudad de Chone debe funcionar un dispensario médico con diferentes especialidades que brinde servicios a las personas pobres de la localidad.**
- 2. Cree usted que en la ciudad de Chone debe funcionar un dispensario médico de medicina general que brinde servicios a las personas pobres de la localidad.**
- 3. Cuentan las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” con los equipos e instrumentos necesarios para poner en funcionamiento un dispensario médico para las personas de bajos recursos económicos.**

- 4. Cree usted que en el edificio de la Medalla Milagrosa se podrá brindar servicios médicos de medicina general a un costo mínimo a los habitantes de los sectores pobres de la ciudad de Chone.**

- 5. Cree usted que se podrá vender medicina a precios de costos a los usuarios pobres de la ciudad de Chone.**

- 6. Cree Usted que el Ministerio de Salud a través de la Dirección provincial de Salud colaboraría con un médico de medicina general para que atienda a los usuarios más pobre de la localidad sin ningún precio.**

- 7. Apoyaría usted la iniciativa para que funcione en el edificio de la Medalla Milagrosa un dispensario médico sin fines de lucro, auspiciado por las Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la Ciudad de Chone.**

- 8. ¿Cree usted que el dispensario médico podrá atender a todos los pacientes que necesiten atención médica en este lugar?**

9. ¿Qué servicios prioritarios, considera usted que debe brindar el dispensario médico?

10. ¿Cree usted que el dispensario médico, podrá brindar servicio médico de especialidades?

ANEXO N° 3

PROPUESTA

Nombre de la Propuesta

Creación de un dispensario médico sin fines de lucro en la ciudad de Chone, abalizado por la Compañía Hijas de la Caridad de “San Vicente de Paul”

Introducción

La gran demanda de atención médica en la ciudad de Chone, especialmente para las personas más pobres de la localidad, es uno de los graves problemas que atraviesa el sector salud, en este rincón de la patria

Por tal razón y como producto de los resultados de la investigación de mercado realizada se ha hecho necesario plantear una propuesta para la creación de un dispensario médico en la ciudad de Chone que funcione en el edificio de la Medalla Milagrosa y auspiciada por las Hermanas, hijas de la Caridad San Vicente de Paul.

La presente propuesta surge de la necesidad de brindar a los habitantes de la ciudad de Chone, especialmente a las personas de bajos recursos económicos, la posibilidad de contar con servicio médico al alcance de sus recursos.

El dispensario médico será un establecimiento de salud básico, el cual ofrecerá a sus pacientes consultas a precios bajos en Medicina general. Para su funcionamiento se elaboró un estudio de mercado para determinar la viabilidad de ponerlo en funcionamiento, cuyo objetivo fue determinar las características de la población con sus antecedentes económicos y sociales para elaborar esta propuesta.

Justificación

El presente proyecto se trata, sobre la creación de un dispensario médico en la ciudad de Chone, el cual funcionará en la capilla de la medalla Milagrosa, auspiciado por la Hermanas Hijas de la Caridad “San Vicente de Paul”

Los pocos dispensarios médicos que existen en la localidad, no son suficiente para cubrir la gran demanda de servicios de salud que se necesita, lo que ha originado que muchas personas opten por buscar estos servicios en dispensarios médicos o clínicas particulares , que ha hecho que la economía especialmente de las personas de bajos recursos económicos se vea altamente afectada.

El dispensario será un establecimiento médico, el cual brindara atención médica primaria, a las personas de bajos recursos económicos, por lo cual se le cobrará un precio mínimo, cuyo objetivo es cubrir la gran demanda médica existente en la localidad.

La ciudad de Chone se ve afectada por la usencia de dispensarios médicos en los barrios marginales, que ha hecho que los habitantes busquen el Centro de Salud Pública, donde los pacientes tienen que hacer largas colas en la madrugada para optar por un turno y que en muchas ocasiones no los hay por exceso de pacientes que requieren el servicio médico.

Por tal razón se hace necesario que los habitantes de los barrios marginales, las personas de bajos recursos económicos, cuenten con un dispensario médico de calidad, que brinde atención a las personas más desprotegida de la sociedad a un costo mínimo, al alcance de todas las personas.

OBJETIVOS

Objetivo General

Brindar servicio de asistencia médica de calidad a las personas de bajos recursos económicos, mediante la creación de un dispensario médico en la ciudad de Chone, auspiciado por las Hermanas, Hijas de la Caridad “San Vicente de Paul”

Objetivos Específicos

- a) Contar con un dispensario médico en el edificio de la medalla Milagrosa, para brindar un servicio de salud de calidad
- b) Adecuar las instalaciones física del edificio de la Medalla Milagrosa para el funcionamiento del dispensario medico
- c) Ofrecer atención médica de calidad, a un precio bajo, para las personas de escasos recursos económicos.
- d) Mejorar y favorecer la salud de los habitantes de los barrios marginales de la ciudad de Chone.

Resultados Esperados

A través de la creación de un dispensario médico en el edificio de la Medalla Milagrosa, auspiciada por las Hermanas Hijas de la caridad “San Vicente de paúl” se espera obtener los siguientes resultados:

- a) Mejor y mayor atención medica profesional a las personas de bajos recursos económicos
- b) Salud de los habitantes de los barrios marginales mejorada
- c) Reducción de las calamidades que pasan las personas en horas de la madrugada en el Centro de Salud.
- d) Reducción de la demanda de Servicio de salud en la localidad.

Descripción de actividades

Las actividades a desarrollar durante el transcurso de la propuesta, contemplan tres etapas:

PRIMERA ETAPA

Actividades	Descripción	Materiales	Costo
Programa de motivación y socialización a las personas representantes de los barrios marginales para que conozcan y difunda la apertura del dispensario médico en la Capilla de la Medalla Milagrosa	- Conformación de la comisión para motivar a los líderes de los barrios marginales para que asistan a los seminarios de socialización de la propuesta	- Papelotes	5,00
		- Marcadores	5,00
		- Tiza líquida	5,00
		- Papel boon	4,00
	- Elaboración de un programa para motivar a los líderes comunitario a la socialización	- Folletos	10,00
	- Socialización de la propuesta		
Costo			29,00

SEGUNDA ETAPA

Actividades	Descripción	Materiales	Costo
Talleres de capacitación sobre, primeros auxilios y atención a los pacientes, dirigidos a las Hermanas Hijas de la Caridad San Vicente de paúl”	- Designación de la comisión encargada de organizar los talleres de capacitación	- Papelotes - Marcadores - Papel boon	20,00
	- Planificación de los eventos que se desarrollaran durante los talleres		
	- Aprobación del programa con sus respectivos eventos que se realizaran durante la capacitación		
	- Arreglar el local donde se llevaran a cabo los eventos de capacitación	Materiales de aseo y limpieza	20,00
	- Seleccionar y contratar a los expertos capacitadores		
	- Llevar a cabo los talleres de capacitación de acuerdo al cronograma establecido	- Papelotes - Marcadores - Papel boon - Materiales de enfermería	50,00
	- Realizar la evaluación al programa de capacitación.		
Costo			90,00

TERCERA ETAPA

Actividades	Descripción	Materiales	Costo
Apertura del dispensario médico, y brindar atención a los pacientes de los sectores marginales de la localidad	- Adecuación del dispensario médico, en las instalaciones del edificio de la Medalla Milagrosa. - Atención a los usuarios de Lunes a Sábado en horario de 8H:00 a 12H:00 y de 14H:00 a 18H:00	- Sillas Escritorio - Materiales de enfermería	200,00
Costo			200,00

Determinación de recursos

Humanos

- Investigadora
- Hermanas Hijas de la caridad “San Vicente de Paul”
- Facilitador
- Lideres comunitario

Materiales

- Papel bond
- Cartulinas
- Hojas
- Carpetas
- Material bibliográfico

- Tiza líquida
- Marcadores permanentes
- Láminas de acetato

Técnicos

- Proyector de láminas
- Televisor
- Computadora
- Pizarra de tiza líquida

Presupuesto

Etapas	valor
Primera etapa	29,00
Segunda etapa	90,00
Tercera etapa	200,00
Total	319,00

Administración de la propuesta

La administración de la propuesta se la hará a través de la representante de las Hermanas, Hijas de la Caridad “San Vicente de Paúl” de la ciudad de Chone

Monitoreo y evaluación

El monitoreo, control y evaluación de la propuesta, se lo hará a través de las siguientes actividades.

1. Se nombrará una Comisión de Monitoreo y Evaluación.

2. Se revisará la propuesta para conocer los objetivos, el tiempo, el cronograma de actividades y los recursos que se utilizarán.
3. La comisión se reunirá cada quince días para evaluar el avance del proyecto.
4. Se informará a las autoridades del avance del proyecto, así como de los inconvenientes que se presentase.
5. Se reunirá cada mes con las autoridades y todos los involucrados en el proyecto para analizar el cumplimiento de las actividades según el calendario programado.
6. Al final se hará un informe de todos los logros alcanzado.

Cronograma

Tiempo/ Actividades	Enero 2015				Feb.2015				Marzo 2015				Abril.2015				Mayo .2015			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Programa de motivación y socialización																				
Talleres de capacitación																				
Apertura del dispensario médico																				

ANEXO N° 4

En la Fotografía se observa a la investigadora realizando la encuesta los habitantes de la ciudadela Jorge Gallardo.



En la Fotografía se observa a la investigadora realizando la encuesta los habitantes de la ciudadela Malvinas.



En la Fotografía se observa a la investigadora realizando la encuesta los habitantes de la ciudadela Puerto Arturo.



En la Fotografía se observa a la investigadora realizando la encuesta los habitantes de la ciudadela Camilo Giler



En la Fotografía se observa a la investigadora realizando la encuesta los habitantes de la ciudadela Treinta de Marzo.

