

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO MATERNO
“PAPITOS KANGURO” EN SAN JUAN DE PASTO PARA EL AÑO 2021

LUZ ÁNGELA POTOSÍ JOJOA
LUISA MARÍA RIASCOS HUERTAS

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
PROGRAMA DE MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO

2022

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO MATERNO
“PAPITOS KANGURO” EN SAN JUAN DE PASTO PARA EL AÑO 2021.

LUZ ÁNGELA POTOSÍ JOJOA
LUISA MARÍA RIASCOS HUERTAS

**Trabajo de grado presentado en modalidad Investigación como requisito para
optar título de Profesional en Mercadeo**

ASESOR
CARLOS ALBERTO AGUIRRE UNIGARRO
Mg. MERCADEO AGROINDUSTRIAL

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
PROGRAMA DE MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO

2022

Nota de Responsabilidad

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, marzo del 2022

Dedicatoria

A Dios por darme fuerzas para continuar en lo adverso

Dedico con todo mi corazón este trabajo a mi Madre, sin ella no lo habría logrado.

*A mi Hija por ser la fuente de inspiración y motivación en esta idea de negocio y en la
búsqueda de mi propia superación.*

A mi Abuela y Hermano quienes con su apoyo y consejo no me dejaron decaer.

*A todos a quienes durante estos años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este
sueño se haga realidad.*

Luz Ángela Potosí Jojoa

Dedicatoria

A Dios porque me dio fe, fortaleza y salud para poder culminar mi carrera y este proyecto.

A mis padres, Sandra y Juan Carlos por todo el apoyo incondicional que me brindaron y su inalcanzable labor de enseñarme a luchar por alcanzar mis sueños.

A mi amoroso hermano Juan Camilo que siempre ha estado conmigo alegrándose y brindándome siempre su compañía, espero seguir siendo ejemplo de vida para ti.

A mi esposo Esteban por siempre estar ahí, brindándome su comprensión y alentándome para seguir adelante.

A mi hermosa Lunita que es el motor de mi vida y que me motiva para seguir adelante, todo esto va por ti y para ti. Gracias por ser la luz de mi camino.

A mis abuelitos Luis y Aura, que me apoyaron y me dieron todo su amor, comprensión y paciencia, gracias por todas sus enseñanzas; viejito sé que desde el cielo estás orgulloso de todo lo que he logrado y seguiré haciendo, se cuánto esperaste este logro, te amo infinitamente.

Y sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, tíos, primos y demás familiares, gracias por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo.

Luisa María Riascos Huertas

Resumen

En la actualidad, una gran cantidad de mujeres en el mundo mueren a causa de una mala atención en embarazo y parto, lo cual se asocia a pésimas condiciones de higiene, el poco compromiso del personal clínico, las arduas jornadas de trabajo por escasez de personal, la baja calidad de insumos y en si la misma política pública que antepone la visión de la salud desde lo económico aplacando la humanización y la calidad en los centros de atención médico tradicionales.

Bajo este panorama, el cuidado a la mujer en estado de embarazo juega un papel determinante en esta problemática, su cuidado requiere conocimiento, responsabilidad, valores, afecto, entre otros, por lo tanto, el cuidado debe ser “sentido, vivido y ejercido” y ha de hacerse evidente en los actos de atención en el embarazo, reflexionando siempre que el cuidado es un proceso interactivo, dinámico y reflexivo, permitiéndoles construir una interacción humana solidaria, que favorece el desarrollo de las personas, aceptándolas tal como son, con todas sus características y respetando su dignidad humana.

Es así como la finalidad de la presente propuesta investigativa es diseñar un plan de negocios para la creación de un centro materno, en el cual se les ayudará a las futuras madres, a restablecer el equilibrio entre mente y cuerpo, para que el rumbo de su vida continúe de forma amigable con su entorno, contribuyendo a disminuir el riesgo de muerte en la futura madre y el bebé, mediando la mejora de la calidad de atención.

Todo esto se logrará a través de la aplicación de métodos y herramientas de estimulación que fortalezcan el desarrollo físico y cerebral; enfatizando la participación activa del núcleo familiar.

Palabras Clave: Plan de negocios, humanización, materno infantil

Abstract

Currently, a large number of women in the world die because of poor care during pregnancy and childbirth, which is associated with poor hygiene conditions, the lack of commitment of clinical staff, the arduous working hours due to staff shortages, the low quality of supplies and in itself the same public policy that puts the vision of health from the economic point of view, placating the humanization and quality in traditional medical care centers.

Under this scenario, the care of pregnant women plays a decisive role in this problem, and its care requires knowledge, responsibility, values, affection, among others, Therefore, care must be "felt, lived and exercised" and must be evident in the acts of care in pregnancy, always reflecting that care is an interactive, dynamic and reflexive process, allowing them to build a supportive human interaction that favors the development of people, accepting them as they are, with all their characteristics and respecting their human dignity.

Thus, the purpose of this research proposal is to design a business plan for the creation of a materno center, which will help expectant mothers to restore the balance between mind and body, so that the course of their life continues in a friendly way with their environment, helping to reduce the risk of death in the future mother and baby, mediating the improvement of the quality of care.

All this will be achieved through the application of stimulation methods and tools that strengthen physical and cerebral development, emphasizing the active participation of the family nucleus.

Keywords: Business plan, humanization, maternal and child

Contenido

Introducción	18
1 Aspectos generales	19
1.1 Tema de Estudio	19
1.2 Título	19
1.3 Área de investigación	19
1.4 Línea de investigación	19
2 Problema de Investigación	20
2.1 Planteamiento del Problema	20
2.2 Formulación del Problema	21
2.3 Sistematización del Problema	21
3 Justificación	23
4 Objetivos	25
4.1 Objetivo General	25
4.2 Objetivos Específicos	25
5 Marco de referencia	26
5.1 Marco de Antecedentes	26
5.2 Marco Contextual	29
5.2.1 <i>Marco espacial</i>	32
5.2.2 <i>Marco temporal</i>	33
5.3 Marco Teórico	33
5.3.1 <i>Asistencia en el Parto</i>	33
5.3.2 <i>Percepción del Buen Cuidado y la Competencia Relacional.</i>	34

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN CENTRO MATERNO	10
5.3.3 <i>Representación Esquemática del Modelo de Cuidados durante el Parto de la OMS</i>	36
5.3.4 <i>Características de Plan de Negocios</i>	37
5.3.5 <i>Estudio de Mercadeo</i>	39
5.3.6 <i>El Estudio Técnico</i>	40
5.3.7 <i>Estudio Administrativo</i>	42
5.3.8 <i>Estudio Financiero</i>	42
5.3.9 <i>Jobs to be done</i>	43
5.3.10 <i>Proceso Lean Start Up</i>	44
5.3.11 <i>The Business Model Canvas para el Centro Materno</i>	46
5.4 Marco Conceptual	47
5.4.1 <i>Proceso de Servucción</i>	47
5.4.2 <i>Parto</i>	48
5.4.3 <i>Parto Humanizado</i>	48
5.4.4 <i>Acompañamiento</i>	49
5.4.5 <i>Idea de Negocio</i>	49
5.4.6 <i>Mercado</i>	50
5.4.7 <i>Segmentación</i>	50
5.4.8 <i>Organización</i>	50
5.4.9 <i>Mezcla Promocional</i>	50
5.4.10 <i>Innovación</i>	50
5.5 Marco Legal	51
5.5.1 <i>Ley 063 de 2017 - Ley de Parto Humanizado</i>	51
5.5.2 <i>Ley 1804 de 2016</i>	52

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN CENTRO MATERNO	11
5.5.3 Ley 1822 de 2017	53
5.5.4 Resolución 00002003 de 2014	56
5.5.5 Resolución 412 de 2000	57
6 Aspectos Metodológicos y Administrativos	59
6.1 Paradigma Enfoque Cuantitativo	59
6.2 Tipo de Investigación Exploratoria Descriptiva	59
6.2.1 Método Lógico Inductivo	60
6.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información	61
6.3.1 Fuentes de Información Primaria	61
6.3.2 Encuesta	61
6.3.3 Tarjetas Persona	61
6.3.4 Fuentes de Información Secundaria	61
6.3.5 Artículos de Revista	62
6.3.6 Sitios Web	62
6.3.7 Trabajos de Grado	62
6.4 Población y Muestra	62
6.4.1 Determinación Tamaño de la Muestra	64
6.4.2 Procedimiento de Muestreo – Aleatorio, Probabilístico, Simple	65
6.5 Tratamiento de la Información - Encuestas	66
6.6 Edición y comunicación	66
7 Contenido Aproximado del Informe Final	67
8 Resultados	68
8.1 Estudio de Mercado	68
8.1.1 Rango de Edad	68

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN CENTRO MATERNO	12
8.1.2 <i>Nivel Socioeconómico</i>	69
8.1.3 <i>Número de Hijos</i>	70
8.1.4 <i>Estado Civil</i>	71
8.1.5 <i>Preferencia de Establecimiento de Salud en Estado de Embarazo</i>	72
8.1.6 <i>Variables más Importantes con las que debe contar un Servicio de Salud para las Mujeres Embarazadas</i>	75
8.1.7 <i>Problemas que muestran los Establecimientos de Salud a los cuales las Mujeres Embarazadas acuden</i>	76
8.1.8 <i>Servicios más Importantes en el Proceso de Parto y Posparto</i>	77
8.1.9 <i>Validación en el Mercado</i>	78
8.1.10 <i>Diagnostico Interno y Externo: MEFI – MEFÉ</i>	81
8.1.11 <i>Matriz DOFA</i>	84
8.1.12 <i>Mix de Marketing</i>	87
8.2 <i>Estudio Técnico Operativo</i>	90
8.2.1 <i>Demanda Insatisfecha</i>	90
8.2.2 <i>Macro Localización</i>	90
8.2.3 <i>Micro Localización</i>	92
8.3 <i>Estudio Administrativo</i>	96
8.3.1 <i>Direccionamiento Estratégico</i>	96
8.3.1.1 <i>Misión.</i>	96
8.3.1.2 <i>Visión.</i>	97
8.3.2 <i>Principios Corporativos</i>	97
8.3.3 <i>Estrategias y Principios</i>	97
8.3.4 <i>Diseño Organizacional</i>	99

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN CENTRO MATERNO	13
8.3.4.1 <i>Descripción de Funciones</i>	99
8.3.5 <i>Requisitos de Constitución de la Empresa</i>	101
8.4 Estudio Financiero	102
8.4.1 <i>Estructura de Gastos</i>	102
8.4.2 <i>Simulación Financiera a Cinco Años</i>	105
8.5 Estudio Ambiental	117
8.5.1 <i>Identificación de impactos ambientales</i>	117
8.5.2 <i>Descripción de impactos ambientales</i>	117
Conclusiones	119
Recomendaciones	121
Bibliografía	123

Lista de Tablas

Tabla 1. Estado del Arte	26
Tabla 2. Elementos de buen cuidado y la competencia relacional	34
Tabla 3. Definición del estudio administrativo según diferentes autores	41
Tabla 4. Tipo de inversión	42
Tabla 5. Modelo CANVAS	46
Tabla 6. Rango de Edad	68
Tabla 7. Nivel socioeconómico	69
Tabla 8. Número de hijos	70
Tabla 9. Estado Civil	71
Tabla 10. Establecimiento de salud de preferencia	72
Tabla 11. Validación 1	78
Tabla 12. Validación 2	79
Tabla 13. Justificaciones positivas	80
Tabla 14. Justificaciones negativas	81
Tabla 15. MEFI	81
Tabla 16. MEFE	82
Tabla 17. Matriz DOFA	84
Tabla 18. Mix de marketing	87
Tabla 19. Rangos de edad propicios para el negocio	90
Tabla 20. Macro localización	91
Tabla 21. Micro Localización	90
Tabla 22. Utilización de espacios y tiempos – Servicios Ofrecidos	94
Tabla 23. Requisitos para la constitución de la empresa	101

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN CENTRO MATERNO	15
Tabla 24. Gastos de Personal	102
Tabla 25. Gastos de Maquinaria y Equipos	103
Tabla 26. Gastos en Muebles y Enseres	104
Tabla 27. Variables de referencia	105
Tabla 28. Proyección Balance General	111
Tabla 29. Proyección Estado de Resultados	113
Tabla 30. Proyección Flujo de Caja	114
Tabla 31. Resumen salidas	115
Tabla 32. Criterios de decisión	117

Lista de Figuras

Figura 1. Mapa de Pasto	29
Figura 2. Recursos Físicos Esenciales	36
Figura 3. Proceso de investigación de mercados	40
Figura 4. Estructura Jobs to be done	44
Figura 5. Circuito Lean Startup	45
Figura 6. Población de Pasto	63
Figura 7. Estratos Socioeconómicos en San Juan de Pasto	64
Figura 8. Rango de Edad	68
Figura 9. Nivel socioeconómico	69
Figura 10. Número de hijos	70
Figura 11. Estado civil	71
Figura 12. Establecimiento de salud de preferencia	73
Figura 13. Motivo por el cual acude a este establecimiento de salud	74
Figura 14. Factores que influyen en la prestación de un servicio de calidad a partir de las necesidades de las participantes	75
Figura 15. Principales problemas de los establecimientos de salud comúnmente usados	76
Figura 16. Servicios más importantes en el proceso de parto y posparto	77
Figura 17. Validación de la idea de negocios	78
Figura 18. Preferencia de parteras en el proceso de parto y posparto	79
Figura 19. Mapa del sector de Maridiaz	94
Figura 20. Distribución de la Organización	95
Figura 21. Diagrama de proceso de servucción	96
Figura 22. Organigrama	99

Lista de Anexos

Anexo 1. Formato de Encuesta

129

Introducción

La falta de humanización en el trabajo de parto es evidente en muchos casos, en algunas ocasiones es más fuerte en adolescentes que en mujeres adultas; algunos estudios dan cuenta de que la violencia verbal, el regaño y la ejecución de procedimientos sin consentimiento informado, es mayor en ellas que en embarazadas adultas (Cáceres & Nieves, 2017).

Con base en la premisa expuesta, se infiere la necesidad de atender a madres y bebés tanto en la vivencia del embarazo, parto y posparto a través de la creación del Centro Integral “La casa de mamá”. El servicio es integral debido a que se hará alusión al ofrecimiento de salud, amor y confianza por medio de experiencias lúdicas que fortalezcan el lazo entre mamá, papá e hijo. Para ello se ofertará los servicios de: yoga, nutrición, spa para padres, spa para bebés, asesoría de lactancia, apoyo psicológico, talleres de pareja, acompañamiento Doula y parteras y venta de productos amigables con el medio ambiente, entre otros.

El plan de negocio consiste en crear un centro de bienestar integral para la mujer gestante que tenga como propuesta de valor del plan de negocio, contribuir con la salud de la madre gestante empoderándola mediante la creación de una “comunidad” y acompañándola en la experiencia de gestación el cual es un periodo que debe ser disfrutado a plenitud, mejorando la calidad de atención e incentivando la participación de la pareja y familia.

1 Aspectos generales

1.1 Tema de Estudio

Plan de Negocios

1.2 Título

Plan de negocios para la creación de un Centro Materno “Papitos kanguro” en San Juan de Pasto para el año 2020.

1.3 Área de investigación

Plan de Negocios.

1.4 Línea de investigación

Análisis del entorno regional

2 Problema de Investigación

2.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad, de acuerdo a lo establecido por la (Organización Mundial de la Salud, 2018) una gran cantidad de mujeres en el mundo mueren a causa de una mala atención en embarazo y parto, lo cual se asocia a pésimas condiciones de higiene, baja preparación del personal clínico y conocimiento de normativas, entre otras.

Después de analizar el entorno externo en el que se desarrolla el ejercicio de la salud, se pueden determinar diversos factores que influyen en la prestación de un servicio de calidad, entre los que se destacan: el poco compromiso del personal clínico, las arduas jornadas de trabajo por escasos de personal, la desmotivación ocasionada por los retrasos en sus pagos, la baja calidad de los insumos y en si la misma política pública que antepone la visión de la salud desde lo económico aplacando la humanización y la calidad en los centros de atención medico tradicionales.

El maltrato se agudiza, en parte, en el embarazo de adolescentes, este es considerado de alto riesgo. Esto tanto en mujeres adultas como adolescentes es visto como un problema de salud pública con consecuencias evitables que interfieren los ámbitos social, económico, cultural y político del desarrollo de la madre gestante (Cáceres & Nieves, 2017).

Bajo este panorama, el cuidado a la mujer en estado de embarazo juega un papel determinante en esta problemática, su cuidado requiere conocimiento, responsabilidad, valores, afecto, entre otros, por lo tanto, el cuidado debe ser “sentido, vivido y ejercido” y ha de hacerse evidente en los actos de atención en el parto y posparto, reflexionando siempre que el cuidado es un proceso interactivo, dinámico y reflexivo entre la persona cuidada y la persona cuidante, permitiéndoles construir una interacción humana solidaria, que favorece el desarrollo de las personas, aceptándolas tal como son, con todas sus características y

respetando su dignidad humana, y sobre todo considerando que el momento del parto y el nacimiento, comparados con la duración del embarazo; es corto, pero tal vez sea el más impresionante y significativo de toda la gravidez, tanto para la futura madre, como para el hijo y la familia. De tal manera que, la persona que acompaña debe estar presente y dar apoyo en la expresión de sentimientos positivos y negativos, como una conexión profunda entre ella y la parturienta (Oliver & Vera, 2017).

Es así como la finalidad de la presente propuesta investigativa es diseñar un plan de negocios para la creación de un centro materno en la ciudad que permita resolver esta problemática de nuestra sociedad actual

2.2 Formulación del Problema

Teniendo en cuenta el impacto que esta problemática de salud pública genera y que para definir la viabilidad del presente proyecto se hace necesario realizar los análisis de mercado, técnico, organizacional y financiero, con base en las temáticas de las áreas de Ciencias Económicas y Administrativas, la pregunta que guiará la presente investigación es: ¿Cuáles son las herramientas adecuadas para diseñar un plan de negocios para la creación de un Centro Materno “Papitos kanguro” en San Juan de Pasto para el año 2020?.

2.3 Sistematización del Problema

¿Cómo diseñar un plan de negocios para la creación de un Centro Materno “Papitos kanguro” en San Juan de Pasto para el año 2020?

¿Cuáles son los pasos para realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y demanda de los servicios prestados por el Centro Materno “Papitos Kanguro”?

¿Cuáles son los requerimientos para diseñar un estudio técnico para determinar el plan de servucción¹ e insumos requeridos para ejecutar el proceso de prestación de servicios?

¿Cómo identificar las áreas funcionales del Centro de Maternidad a través de un estudio administrativo y organizacional?

¿Cómo determinar la viabilidad del proyecto a través de un estudio financiero y económico?

¿Cuál son los impactos ambiental y social que se genera con la puesta en marcha del proyecto?

¹ Según Díaz Cerón (2002, citado en Buitrago Rodríguez, 2016, p. 1) es un: “método para la gestión organizacional basado en definir primero, el servicio que se quiere dar en segunda medida para qué tipo de cliente y a partir de aquí se pueden establecer qué tipo de soportes físicos se necesitan y qué personal establecerá los contactos con el cliente para que finalmente, se pueda crear el sistema organizativo que asegure el buen funcionamiento del método, todo ello considerando a la organización como un sistema de fabricación de un servicio (p. 1)”.

3 Justificación

En salud de la mujer, el cuidado humanizado, tiene especial importancia en la atención del parto. En él, mujer e hijo/a experimentan una situación de vulnerabilidad y el buen cuidado recibido, constituye un elemento clave en la percepción de satisfacción y bienestar referido por la mujer (Rocha, Socarrás & Rubio, 2019). Garzón en 1998 afirma que la humanización comprende los aspectos culturales, históricos y espirituales del hombre, para lo cual los profesionales de la salud deben establecer relaciones terapéuticas adecuadas. El propio autor asegura que los humanistas de todas las corrientes filosóficas proclaman la dignidad del hombre, su libertad y la igualdad de derechos (Borges, Sánchez, Domínguez & Sixto, 2018).

Teniendo en cuenta la problemática mencionada anteriormente, en el Centro Materno se les ayudará a las futuras madres, a restablecer el equilibrio entre mente y cuerpo, para que el rumbo de su vida continúe de forma amigable con su entorno y con la nueva experiencia de ser madre. Igualmente encontrarán en el establecimiento una experiencia única al vincular al menor en el proceso de estimulación temprana en donde desarrollará rápidamente habilidades motrices que los harán no tanto al menor sino al grupo familiar una experiencia de alegría de descubrir emociones incalculables de bienestar y crecimiento en todos los integrantes del hogar.

Además, crear un centro de bienestar integral para la madre gestante, permitirá alcanzar que la experiencia de estar “embarazada” sea significado de una etapa feliz y saludable, contribuyendo a disminuir el riesgo de muerte en la futura madre y del bebé, mediando la mejora de la calidad de atención.

Todo esto se logrará a través de la aplicación de métodos y herramientas de estimulación que fortalezcan el desarrollo físico y cerebral; enfatizando la participación

activa de la pareja y familia. El valor de ser cercanos impulsará al centro de bienestar integral y se tendrá como directriz la virtud de apoyar, escuchar, respetar y trabajar en fraternidad creando una comunidad en la etapa de transición más intensa e importante de la vida de las mujeres.

Bajo este contexto se hace de gran importancia la formulación del plan de negocios que permita determinar la oferta del centro materno, así como los procesos de servucción, productivos, administrativos, financieros, ambientales y sociales del presente proyecto.

4 Objetivos

4.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de un Centro Materno “Papitos kanguro” en San Juan de Pasto para el año 2020.

4.2 Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y demanda de los servicios prestados por el Centro Materno “Papitos Kanguro”

Diseñar un estudio técnico para determinar el plan de servucción e insumos requeridos para ejecutar el proceso de prestación de servicios.

Esbozar un estudio administrativo y organizacional que permita identificar las áreas funcionales del Centro de Maternidad.

Plasmar un estudio financiero y económico para determinar la viabilidad del proyecto.

Formular el estudio de impactos ambiental, social que se genera con la puesta en marcha del proyecto.

5 Marco de referencia

5.1 Marco de Antecedentes

Tabla 1.

Estado del Arte

Título	Autor	Año	Ciudad	Tipo de documento	Principales observaciones
Plan de negocios para la creación del Centro Integral	Adriana Milena Echavez Rodríguez, Daniela López Martínez, Sandra Eliset Oduber Montero, Katty Elena Pallares Rodríguez	2018	Santa Martha	Trabajo de grado	La noticia de la llegada de un bebé genera en forma general felicidad en las mujeres. Sin embargo, ello conlleva a cambios físicos y hormonales que pueden generar afectaciones psicológicas, expresadas en los cambios de ánimo, problemas conyugales, depresión postparto, con consecuencias en su entorno familiar y laboral. Con base en la premisa expuesta, se infiere la necesidad de atender a madres y bebés con trastornos psicológicos generados por el embarazo o el parto, a través de la creación del Centro Integral “La casa de mamá”. El servicio es integral debido a que se hará alusión al ofrecimiento de salud, amor y confianza por medio de experiencias lúdicas que fortalezcan el lazo entre mamá, papá e hijo. Para ello se ofertará los servicios de pilates, yoga, fit-ball, danzas, masajes, natación, entre otros. Para definir su viabilidad, se realizan los análisis de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, con base en las temáticas de las áreas de Ciencias Económicas y Administrativas.
Plan de negocios para un centro integral de	Nancy Paola Chumbes Licas, Patricia	2018	Pucallpa	Trabajo de grado	En un contexto de vertiginosos cambios sociales, educativos, tecnológicos y un ambiente laboral cada vez más competitivo, el cual demanda mayor desarrollo

Titulo	Autor	Año	Ciudad	Tipo de documento	Principales observaciones
estimulación y cuidados básicos para niños entre cero y tres años orientado al segmento medio, en el distrito de Callería, Pucallpa	de las Milagros López Sánchez, Susan Matilde Valderrama Shupingahua				<p>profesional de los padres y de las nuevas generaciones con mayores capacidades de asimilación y adaptación a su entorno. Debido a todo esto, y a la mayor carga laboral de los padres, principalmente de las madres, es que se hace necesario contar con un lugar seguro y confiable donde los padres puedan dejar a sus hijos y que tengan la seguridad que sus hijos van a recibir los estímulos adecuados y los cuidados necesarios que contribuyan al óptimo desarrollo de sus habilidades y competencias.</p> <p>Happy Kids” es un centro integral de estimulación y cuidados básicos para niños entre cero y tres años orientado al segmento medio, en el distrito de Callería, Pucallpa, con el cual se busca atender la necesidad de las madres de familia de contar con un lugar seguro y adecuado para el cuidado de sus hijos donde puedan dejarlos, mientras trabajan o realizan otras actividades.</p>
Plan de negocios para la implementación de un centro de bienestar integral para la madre gestante en lima norte	Alcoser Lira Fabiana, Castillo Velásquez José García, Salcedo, Alejandra Rojas Pardo Roy.	2018	Lima, Perú	Trabajo de grado	<p>El plan de negocio consiste en crear un centro de bienestar integral para la mujer gestante que tenga como propuesta de valor del plan de negocio, contribuir con la salud de la madre gestante empoderándola mediante la creación de una “comunidad” y acompañándola en la experiencia de gestación el cual es un periodo que debe ser disfrutado a plenitud, mejorando la calidad de atención e incentivando la participación de la pareja y familia. El centro está conformado por los servicios de psicoprofilaxis, estimulación prenatal y servicios complementarios, que tienen como diferenciación el servicio, personal y los servicios a domicilio</p>

Titulo	Autor	Año	Ciudad	Tipo de documento	Principales observaciones
El hogar materno. Descripción y propuesta para su instalación					El Hogar Materno para embarazadas de riesgo es una instalación de baja complejidad en donde las mujeres permanecen bajo control calificado desde antes de la fecha de su parto, garantizando la atención prenatal especializada desde el Hospital y su rápido traslado al mismo al inicio del parto, u otro nivel de complejidad según el caso. Por ello el hogar Materno debe estar situado muy cerca de un hospital base que cuente con facilidades de atención al embarazo y del parto. El hogar materno es una institución que debe de ser de bajo costo en su operación y mantenimiento.

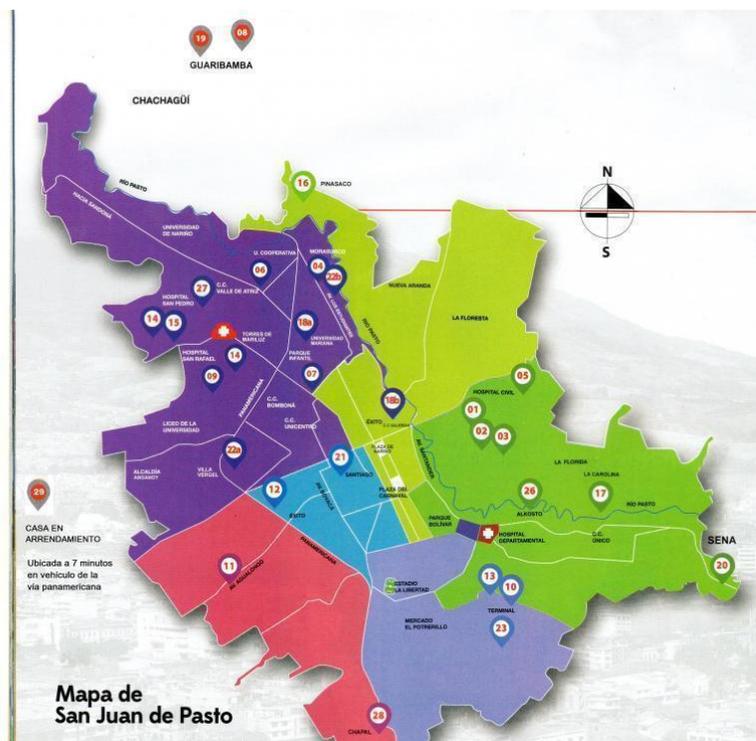
Nota: Datos tomados de Echavez Rodríguez, López Martínez, Oduber Montero & Pallares Rodríguez (2018), Chumbes, López & Valderrama (2018), Alcoser, Castillo, García, & Rojas (2018), Centro Latinoamericano de Perinatología (2011).

5.2 Marco Contextual

Esta investigación se llevará a cabo en el Departamento de Nariño el cual está ubicado en la esquina suroccidental de Colombia, como una cuña entre la República de Ecuador, la cordillera de los Andes y el océano Pacífico. El departamento se divide en tres subregiones naturales de gran belleza y diversidad: la Llanura del Pacífico, que ocupa el 52% de su territorio, la región Andina (46%) y la vertiente Amazónica (2%). La subregión más poblada es la Andina. (Federación Nacional de Cafeteros, 2010) citada en (Castillo Gómez & Aguirre Unigarro, 2018).

Figura 1.

Mapa de Pasto



Nota: La figura representa el mapa de San Juan de Pasto. Tomado de Alcaldía de Pasto (2019).

Respecto a la economía regional, vale la pena resaltar que la actividad agropecuaria continúa siendo la base económica de Nariño, al aportar una tercera parte del producto departamental. La subregión Centro la componen 12 municipios, siendo Pasto el más importante. En términos económicos se destaca la producción de artesanías y la lechería especializada. Sin embargo, la economía de Nariño muestra un bajo grado de competitividad a nivel nacional, al ubicarse en el puesto 18 entre 23 departamentos estudiados (Banco de la República, 2015).

En el contexto que enmarca el proyecto, se puede decir que, en Colombia, un número importante de mujeres gestantes mueren al año, en promedio durante un día, 40 mujeres embarazadas están cerca de la muerte, la mayoría de las veces por causas prevenibles que están relacionadas con hipertensión asociada al embarazo, hemorragia o infección.

Colombia ha venido haciendo importantes esfuerzos dirigidos al mejoramiento de la calidad, oportunidad y gestión en los servicios de salud, la generación de alianzas y sinergias entre sectores y actores competentes e interesados, la promoción, formación y fortalecimiento de organizaciones y redes de movilización social y la gestión de la comunicación y del conocimiento, impactando en la reducción de brechas de equidad y el fortalecimiento de competencias en el talento humano en salud.

Estos aspectos en su conjunto permiten actuar de manera más consistente y oportuna a través de las acciones de promoción, prevención y gestión del riesgo de las gestantes procurando la mejora en general de la salud materna y en específico de los indicadores de mortalidad materna y morbilidad materna extrema. En el marco de la Política de atención integral en salud (PAIS) y la aplicación del Modelo de atención integral en salud (MIAS) para las mujeres gestantes, se busca garantizar la oportunidad, continuidad, integralidad, aceptabilidad y calidad en la atención en salud bajo condiciones de equidad como elementos

determinantes para el fortalecimiento de buenas prácticas que redunden en una mejor salud materna (Ministerio de Salud, 2019).

Según (Ministerio de Salud y protección social, 2015), en materia de calidad y humanización se mencionan procesos que son relevantes sean observados y tenidos en cuenta, entre los que se encuentran:

- Captación de gestantes durante el primer trimestre el embarazo.
- Revisión de Indicadores trazadores como son: Mortalidad materna, mortalidad perinatal, sífilis congénita (evitables).
- Eventos adversos presentados como resultado de la atención en atención materno-perinatal.
- Asignación y manejo de agendas para atención prioritaria a gestantes, niños y niñas por red de prestadores.
- Identificación, cumplimiento y seguimiento de coberturas.
- Resultados de medición de satisfacción del usuario.
- Inscripción y agenda para control de puerperio de madre gestante y consulta del RN.
- Inscripción del RN en programa de crecimiento y desarrollo.
- Resultados de evaluación de adherencias a guías y normas técnicas de los programas de detección temprana y protección específica.
- Análisis de resultados de complementariedad de planes de beneficio e integralidad de la atención a través de rutas de atención.

- En cuanto a gestión administrativa se debe observar y verificar la coordinación de los servicios en cuanto a manejo de agendas, rutas de atención con procesos de inducción y reinducción.
- En direccionamiento estratégico observar y verificar como está concebido dentro de la plataforma estratégica institucional el desarrollo de la política y ruta de la atención integral: socialización, aplicación de guías de atención, auditorías internas para momentos de verdad en la atención en salud, procesos de capacitación y desarrollo de capacidades para competencias del talento humano. En cuanto a la disponibilidad de los recursos, físicos, materiales y humanos con que cuentan las organizaciones para la atención en salud acorde a las prioridades y a los servicios requeridos por los ciudadanos según momento y condición (mujeres gestantes, RN, niños y niñas).
- En procesos de información, educación y comunicación como están definidos para la comunidad y la ciudadanía usuaria de los servicios con enfoque particular a la priorización de las atenciones (madres gestantes, RN, niños y niñas).
- En procesos y procedimientos para cada una de las atenciones integrales en salud según prioridades si son socializados y formalmente establecidos dentro de la institución.
- En proceso de seguimiento y monitoreo como se establecen los tableros de control y resultados de indicadores trazadores, que hayan llevado a implementación de planes de mejora.

5.2.1 Marco espacial

La presente propuesta investigativa se realizará en la ciudad de San Juan de Pasto, Departamento de Nariño – República de Colombia.

5.2.2 *Marco temporal*

El presente trabajo se llevará a cabo entre el periodo de tiempo noviembre 2020 a marzo 2021, tiempo durante el cual se recopilará los datos para la conclusión del proyecto y la culminación del diseño del plan de negocios para la creación del centro materno.

5.3 Marco Teórico

En este capítulo se analizarán elementos teóricos fundamentales que tienen incidencia en la elaboración de una propuesta de un plan de negocios para la creación de un centro materno en San Juan de Pasto; dichas teorías permiten orientar, fundamentar y esquematizar la búsqueda de variables pertinentes al objetivo principal de la investigación.

5.3.1 *Asistencia en el Parto*

Davis-Floyd en el año 2001, describe en el mundo contemporáneo, tres modelos que reflejan la forma de asistencia del parto: tecnócrata, humanista y holística: En el tecnócrata el profesional de salud establece una separación entre la mente y el cuerpo de la mujer, considerándola como una máquina; la asistencia se traduce en una estandarización de la atención del parto hospitalario, donde el médico es la autoridad, la mujer asume un rol pasivo, es sometida a varios procedimientos rutinarios tales como tactos vaginales periódicos, instalación de suero endovenoso, de monitor cardio fetal y episiotomía (Valenzuela, Uribe, & Contreras, 2011).

El humanista o integral, destaca la conexión de la mente-cuerpo. La persona es un todo, no solo una dimensión física, por lo mismo la mujer es considerada un ser biopsicosocial. Su objetivo es humanizar y complementar la tecno medicina, con una asistencia del parto donde el foco es la relación, la conexión sensible y compasiva entre el médico y la mujer. Se establece un equilibrio entre las necesidades

y se ofrecen varias opciones de intervención y métodos alternativos, con espacios flexibles donde puede moverse con libertad, estar en el agua si lo desea y parir como le sea más cómodo.

Por último, en el otro extremo se encuentra el modelo Holístico, que insiste en la unicidad del cuerpo, mente y el espíritu y define el cuerpo como un sistema de energía interrelacionado con otros sistemas de energía donde el estado emocional y psicológico de la parturienta es el aspecto esencial de los cuidados, la mujer es responsable de su propia salud y bienestar. La ciencia y tecnología se encuentran al servicio de la mujer, sin embargo, son poco utilizadas, abarcando varias modalidades de intervención tales como la homeopatía, acupuntura, hidroterapia, etc.

Es así como, el desarrollo de instrumentos de satisfacción de la mujer en el parto es complejo, dada la naturaleza subjetiva del fenómeno y que debe considerar múltiples variables, teniendo en cuenta que se relaciona con el bienestar de la madre, medido a través de ciertos indicadores, tales como la posibilidad de tener cierta autonomía o control de la situación, preparación previa, manejo del dolor, duración del proceso, toma de decisiones, tipo de parto y trato de los profesionales de salud.

5.3.2 Percepción del Buen Cuidado y la Competencia Relacional.

El buen cuidado y la competencia relacional, se compone de los siguientes elementos:

Tabla 2.

Elementos de buen cuidado y la competencia relacional

Elemento	Descripción
Apoyo emocional profesional	La satisfacción durante este proceso depende fuertemente del nivel de interacción con el equipo de salud. Esto hace distinguir a dos tipos de enfermeras, las que se aproximan solo desde lo físico y las que lo

	<p>hacen además desde lo relacional, enfoque centrado en la persona, lo que es evidentemente reconocido por las mujeres que viven el proceso. Este apoyo emocional incluye empatía, compasión y palabras suaves, lo que alienta a la madre y la hace partícipe del proceso, haciendo que la satisfacción con el proceso de dar a luz se incremente. Además, el apoyo y la confidencialidad que las madres identifiquen en el personal de salud, puede determinar que ellas recomienden el servicio de la maternidad donde han sido atendidas, constituyéndose en un determinante en la elección del servicio de salud donde se atenderán, lo que puede ser entendido como un indicador de satisfacción con el servicio brindado.</p>
Trato profesional suave y femenino	<p>Las enfermeras durante el parto, pueden ser percibidas por las madres como confortables, en la medida que son suaves en el trato, acarician, ayudan, sonrían y brindan un cuidado satisfactorio; lo anterior puede relacionarse, con las preferencias maternas por ser cuidadas por personal femenino, quienes podrían desarrollar de manera más efectiva.</p>
Facilitar la presencia de un familiar	<p>Durante el proceso de parto, las mujeres reportan la necesidad de recibir amor y apoyo desde la familia, fundamentalmente desde la madre y la pareja, pues el cuidado otorgado por ellos proviene desde el corazón. Facilitar la cercanía de los seres significativos es un determinante para la recomendación de la maternidad por parte de la madre.</p>
Aporte de información efectiva	<p>Frente a esto se revela que la información ayuda a las mujeres a orientarse a la realidad y aliviar sus temores, permitiéndoles adquirir seguridad tanto en el proceso del parto, como en el personal que otorga el cuidado. Aportar adecuada información a las mujeres durante el proceso de parto, puede predecir y aumentar el nivel de control del proceso.</p>
Respaldo profesional de la madre, la abogacía	<p>Las mujeres agradecen el apoyo a sus decisiones cuando sienten que pueden realizarlas, identificando este respaldo como una actividad ayudadora del cuidado; esto es, una de las expectativas positivas, referidas por las madres, respecto al proceso de parto. Sin embargo, cuando las mujeres perciben que no pueden hacerlo, relatan que son las enfermeras quienes deben abogar por sus intereses, ya sea a nivel físico, en el manejo del dolor, como en situaciones interpersonales, que pueden entorpecer el proceso.</p>

Nota: Esta tabla muestra los elementos de buen cuidado y la competencia relacional que deben existir durante las etapas de embarazo, parto y puerperio. Fuente: Bravo, Uribe & Contreras (2008).

5.3.3 Representación Esquemática del Modelo de Cuidados durante el Parto de la OMS

Figura 2.

Recursos Físicos Esenciales



Nota: La figura representa el Modelo de Cuidados Esenciales que deben existir durante el proceso de parto. Tomado de Organización Mundial de la Salud (2018).

La Organización Mundial de la Salud (OMS), recomienda para los cuidados durante el parto, y crear una experiencia de parto positiva transformar la atención a mujeres y neonatos para mejorar su salud y bienestar.

La directriz reconoce una “experiencia de parto positiva” como un desenlace trascendente para todas las mujeres en trabajo de parto. Define una experiencia de parto positiva como la experiencia que cumple o supera las creencias y expectativas personales y socioculturales previas de la mujer, esto incluye dar a luz a un bebé sano en un ambiente seguro desde el punto de vista clínico y psicológico y contar con apoyo práctico y emocional continuo, es decir, estar acompañada en el momento del nacimiento y ser asistida por personal amable y con competencias técnicas adecuadas.

5.3.4 Características de Plan de Negocios

De acuerdo a lo establecido por Montoya, Portilla & Acevedo (2008), la forma de estructurar un plan de negocios depende de qué clase de negocio se está considerando y de los objetivos que se estén buscando con él. Por ejemplo, para una compañía que está iniciando, el plan de negocios tendrá una estructura diferente al de una empresa existente que pretende lanzarse en un nuevo producto al mercado. A pesar de estas diferencias, los planes de negocios tienen un número de elementos en común. Éstos se hacen para suministrar una evaluación integral de los riesgos y oportunidades planteadas con la operación, lo que no es una tarea sencilla, y para lograr un buen resultado se requiere prestar atención a ciertos estándares de diseño y contenido

El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro.

La estructura general de un plan de negocios es la siguiente:

- **Resumen Ejecutivo:** Ofrece una impresión general del proyecto, contiene los datos claves y los resalta, debe aportarle al lector todos los elementos relevantes, máximo 3 páginas.
- **Descripción del producto o servicio:** El plan de negocio debe comenzar identificando la necesidad que se va a cubrir y la propuesta de solución que no es más que lo que se piensa desarrollar.
- **Equipo directivo:** Los inversores creen más en personas con experiencia o que conozcan muy bien el negocio, además se interesan por el compromiso de cada miembro que trabaja en el desarrollo del proyecto.
- **Análisis del mercado:** Debe identificar el mercado, dimensionarlo, segmentarlo, ponerlo en dimensión geográfica, analizar la competencia y los posibles nuevos entrantes, no sólo competidores directos sino sustitutos y complementarios.
- **Plan de marketing:** Definir las estrategias sobre las cuatro P's, buscando cubrir siempre las necesidades de los clientes y aún mejor estar por encima de ellas.
- **Sistema de negocio:** Describe los pasos, el proceso, necesarios para fabricar el producto u ofrecer el servicio, sus interacciones y elementos. Incluye planificación de personal, elementos de management, desarrollo y cultura organizacional.
- **Cronograma:** Muestra una planeación realista del proyecto, define la ruta crítica y los hitos del mismo.
- **Análisis DOFA:** Identificar Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, cómo potenciar los aspectos positivos y cómo desarrollar estrategias para contrarrestar los negativos.
- **Financiación:** Es un punto clave, debe ser un análisis detallado de la situación financiera del negocio, incluye las necesidades de financiamiento, los resultados

esperados, las fuentes posibles de financiación y los estados y ratios financieros generalmente usados. Puede incluir una valoración inicial del negocio a través de flujos de caja descontados. Si lo que se busca es capital de riesgo se deben proponer alternativas de “salida” a los inversionistas.

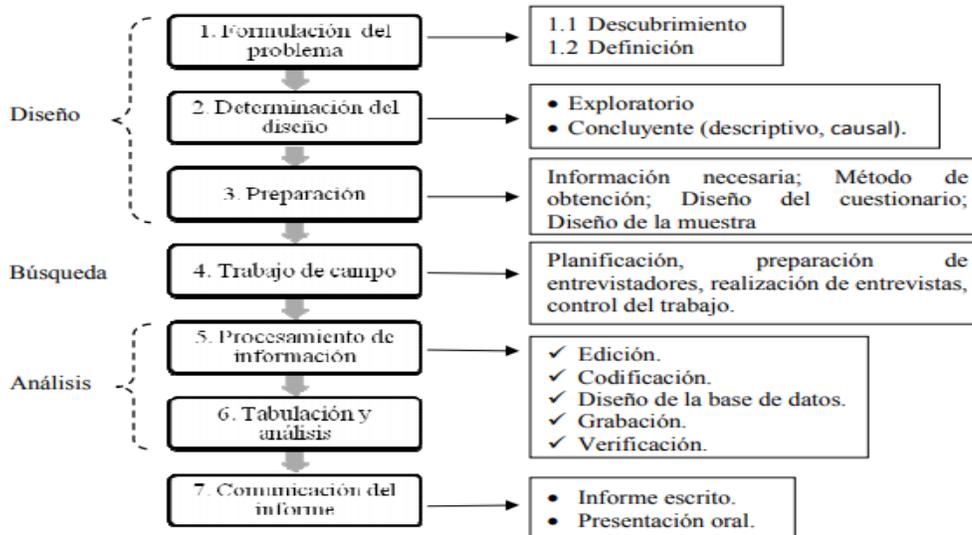
5.3.5 Estudio de Mercadeo

Naresh Malhotra, clasifica al **estudio de mercado** como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros. (Espinela, 2011).

Por otro lado, cabe señalar que los términos **estudio de mercado** y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta (como plantea el autor Geoffrey Randall). Sin embargo, en algunos libros se intenta distinguirlos por separado; según esta teoría, los estudios de mercado estudian propiamente los mercados y son un tipo de estudio de marketing, así como lo son los estudios de publicidad, de consumo.

Figura 3.

Proceso de investigación de mercados



Nota: La figura representa los elementos del proceso de investigación de mercados. Tomado de Coronel (s.f).

5.3.6 El Estudio Técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales, 2005).

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal (Baca, 2010).

Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto.

Tabla 3.

Definición del Estudio Administrativo según diferentes autores

Autor	Definición
Urwick	Define el proceso administrativo como las funciones del administrador, con 7 elementos, investigación, planeación, coordinación, control, previsión, organización, comando.
Koontz y O' Donnell	Definen el proceso administrativo con 5 elementos, planeación, designación de personal, control, organización, dirección.
Miner	Define el proceso administrativo con 5 elementos, planeación, organización, dirección, coordinación, control. La administración es la principal actividad que marca una diferencia en el grado que las organizaciones les sirven a las personas que afectan
Harold, koontzy Heinz weihrickF	una perspectiva global de los autores, las funciones del administrador son: planificación, organización, dirección y control que conforman el proceso administrativo cuando se les considera desde el punto de vista sistemático. Fayol señala que estos elementos se aplican en negocios, organizaciones, políticas, religiosas, filantrópicas y militares.

Nota: La tabla muestra definiciones según diferentes autores del proceso administrativo.

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes (Sapag, 2008).

5.3.7 *Estudio Administrativo*

Desde la posición de diferentes autores consultados es el proceso de planeación, ejecución, control y evaluación de los procesos misionales que deben guiar la creación de esta idea de negocio, la cual en primera instancia define el Direccionamiento estratégico, el cual está conformado por la misión, visión, principios corporativos. Estrategias y principios, entre otros aspectos relevantes para el desarrollo efectivo de este estudio.

5.3.8 *Estudio Financiero*

Busca analizar la viabilidad financiera de un proyecto, en él se sistematiza la información monetaria de los estudios precedentes y se analiza su financiamiento con lo cual se está en condiciones de efectuar su evaluación, esta estudia los diferentes tipos de inversión como se describen a continuación:

Tabla 4.

Tipo de Inversión

Tipo de inversión	Definición
Inversiones en activo fijo	Son las inversiones realizadas en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de insumos o sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.
Inversiones en activos intangibles	Son las inversiones realizadas sobre activos constituidos por servicios o derechos adquiridos. Se encuentran comprendidos los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, capacitación, sistemas de información, etc.
Inversiones en capital de trabajo	Se trata del conjunto de recursos, constituidos por activos corrientes, utilizados para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo (para una capacidad y tamaño determinados).
Inversiones durante la operación	Inversiones de reemplazo: Calendario de inversiones de reemplazo (en función de la vida útil contable, técnica, comercial o económica). Inversiones por ampliación: Debido a insuficiencia de capacidad actual, aumento de costos de mantenimiento y reparación, disminución de la productividad y obsolescencia

Nota: La tabla muestra los diferentes tipos de inversión al que un emprendedor debe

acogerse para poner en marcha un negocio. Datos tomados de UPB (s.f).

Adicional a ello se hace necesario mencionar que, el emprendimiento siempre ha estado relacionado con exponerse a correr un gran riesgo. El riesgo puede, además, derivar en un fracaso, y esta situación siempre ha estado mal vista, no sin falta de razón, por las consecuencias que suele generar para el emprendedor; y es que la cruda realidad evidencia que el 75 % de las Startups fracasan (Xavier, 2012), pero hoy en día se cuenta con diferentes metodologías con las que se puede hacer un análisis detallado entre las que se destacan: Jobs to be done y Proceso Lean Start Up como se los describe a continuación:

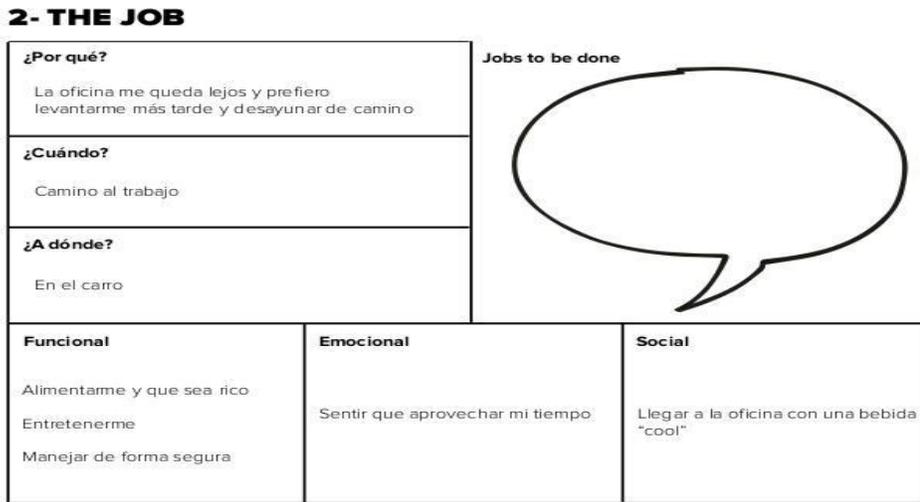
5.3.9 Jobs to be done

La metodología Jobs to Be Done busca establecer una forma de pensar novedosa en los productos y servicios: en vez de centrarse en las características de los productos o servicios que se venden, se debe concentrar los esfuerzos de marketing en lo que hace por la organización, debido a que siempre se busca adquirir un producto o servicio para resolver una necesidad, por esta razón es importante decirles a sus clientes como se benefician adquiriendo tu producto o servicio. Para esta metodología se utilizan 5 pasos: ¿Dónde buscar?, encontrar las circunstancias, profundizar lo que se encontró, ¿Cuál es la tarea para realizar? y establecer un filtro (Camara de Comercio de Bogota, 2018).

Complementariamente (Casarotto, 2019), menciona que **Jobs to be Done** es una metodología para entender mejor el comportamiento de los consumidores a partir de un cambio de perspectiva con la intención de que las acciones de marketing se vuelvan más eficientes y que la innovación sea más previsible y rentable. Funciona como un lente, a través de la cual se observa a la competencia y a los consumidores de manera diferente, para centrarse en las necesidades de los clientes. Con ese punto de vista, no se busca entender qué es lo que el público quiere comprar: lo que importa es lo que quiere resolver.

Figura 4.

Estructura Jobs to be done



Nota: La figura muestra los elementos necesarios para mejorar las estrategias de marketing a partir de un análisis del comportamiento de los consumidores. Tomado de Casarotto (2019).

Ahora bien, otra metodología como ya se mencionó anteriormente fundamental en la creación de valor y validación de mercado es el “Proceso Lean Start Up”.

5.3.10 Proceso Lean Start Up

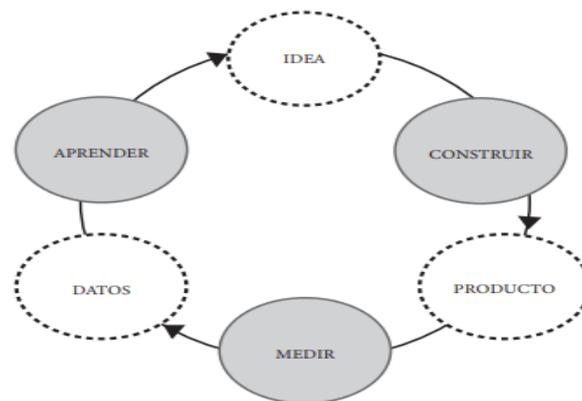
Lean Startup es una metodología con gran auge en el medio emprendedor que posibilita implementar negocios evitando desperdiciar tiempo, recursos y esfuerzos inútiles. Propone como paso previo a la creación de una empresa, lanzar una Startup, un experimento, que permita al emprendedor buscar un modelo de negocio rentable antes de crear una empresa. En la contabilidad de la metodología Lean Startup el principal beneficio a conseguir es el aprendizaje validado. Un aprendizaje empírico que parte de unas hipótesis que se validan a través de un producto con las características mínimas para facilitar al emprendedor

los datos necesarios que permitan descubrir el modelo de negocio viable y dar el salto a la empresa, minimizando el miedo al fracaso que impide a muchos emprendedores convertir sus ideas en negocios (Llamas Fernández & Fernández Rodríguez, 2018).

La metodología Lean Startup se centra en un circuito de tres pasos que se deben recorrer en el menor tiempo posible y con la mínima inversión. Se comienza por crear un producto, se miden los resultados, y se aprende:

Figura 5.

Circuito Lean Startup



Nota: La figura nos indica los elementos para implementar una idea de negocio evitando desperdiciar tiempo, recursos y esfuerzos inútiles. Tomado de Ries (2012, citado en Llamas Fernández & Fernández Rodríguez, 2018).

José Antonio de Miguel citado en (Llamas Fernández & Fernández Rodríguez, 2018), se refiere al Lean StartUp como “Una metodología que transforma las hipótesis de partida en un modelo de negocio que sea viable, recurrente y escalable, donde el desperdicio que se genere a lo largo del tiempo, mediante esfuerzos y dinero tienda a cero” (p. 13).

5.3.11 The Business Model Canvas para el Centro Materno

Tabla 5.

Modelo CANVAS.

SOCIOS CLAVE Médicos especialistas para nivel II de complejidad, proveedores de servicios de ayudas diagnósticas, proveedores de tecnología, sistemas de información y telecomunicaciones, proveedores de recursos financieros.	ACTIVIDADES CLAVE Acompañamiento a las mujeres en edad fértil tanto en parto como posparto.	PROPUESTA DE VALOR contribuir con la salud de la madre gestante empoderándola mediante la creación de una "comunidad" y acompañándola en la experiencia de gestación el cual es un periodo que debe ser disfrutado a plenitud, mejorando la calidad de atención e incentivando la participación de la pareja y familia. Igualmente encontrarán en el establecimiento una experiencia única al vincular al menor en el proceso de estimulación temprana en donde desarrollará rápidamente habilidades motrices que los harán no tanto al menor sino al grupo familiar una experiencia de alegría de descubrir emociones incalculables de bienestar y crecimiento en cada uno de los integrantes del hogar.	RELACIONES CLIENTES Atención personalizada y acompañamiento profesional continuo desde el momento que se adquiere el servicio hasta la finalización del mismo.	SEGMENTO CLIENTES Mujeres en edad fértil de 19 a 45 años, de los estratos 3,4,5 y 6 pertenecientes a las comunas 7,8 y 9 en San Juan de Pasto.
	RECURSOS CLAVE Humano: Conjunto de colaboradores de la organización para la parte operativa, y comercial. Económico: Son aquellos que se generan por la venta y gestión con el cliente final. Financiero: costos Comerciales: pautas en televisión, radio, redes sociales, pagina web, material pop. Digitales: software comercial y el software contable. Físicos: Infraestructura, equipos de oficina, computadores, cámaras de vigilancia.		CANALES Centro Materno, pagina web, vía telefono y autopromoción (visita directa).	
ESTRUCTURA DE COSTOS La estructura de costos se enfocara en asociar los costos y gastos a las líneas de negocio, lo cual se convierte en información relevante para la toma de decisiones en la administración del Modelo de Negocio, permitiendo identificar las líneas más rentables donde enfocar los mayores esfuerzos. En este sentido, a continuación se presentan los elementos constitutivos de la estructura de costos.		FUENTE DE INGRESOS El sector salud en Colombia cuenta con esquemas de fijación de precios bastantes arraigados en el mercado de servicios de salud y principalmente basados en el Manual tarifario SOAT (Presidencia de la República de Colombia, 1996), el Manual tarifario ISS (Manual tarifario ISS, 1999) y el Manual tarifario ISS 2001 (Manual tarifario ISS, 2001). Existe poca flexibilidad para el establecimiento de precios dinámicos basados en otros modelos de facturación de servicios. No obstante, existe un rango de actuación en el cual se pueden establecer negociaciones diferenciadas con los asegurados, donde se pueden lograr acuerdos beneficiosos para el centro materno, con base en el establecimiento de acuerdos sobre manejo de pacientes, procedimientos, facturación y cartera.		

Nota: La tabla muestra el modelo Canvas aplicado a la idea de negocio de un centro materno permitiendo conocer los aspectos claves del emprendimiento.

5.4 Marco Conceptual

5.4.1 *Proceso de Servucción*

Este es un concepto muy importante en el desarrollo de este proyecto debido a que en este modelo de negocio se fusiona de alguna manera los procesos productivos con una óptima prestación de servicios, concepto que será abordado a continuación.

Según (Briceño de Gómez & García de Berrios, 2008):

“El concepto de servucción está relacionado con una visión particular de la gestión de las empresas u organismos prestadores de servicio, que se fundamenta en la aplicación de un modelo gerencial que equipara la “producción” como fabricación del producto, con la “servucción” como la fabricación del servicio. En este modelo se involucra todo un sistema que muestra un servicio como la parte visible de la organización, en que un estilo de gerencia basado en un conjunto de procesos, procedimientos y actividades, orienta las acciones para la fabricación, distribución y consumo un determinado servicio” (p. 21).

En el mismo sentido, Según (De Gómez & De Berrios 2008; Descals, Eiglier & Langeard, 1989) (citados en Guerrero Bejarano et al., 2017):

“La Servucción, también conocida como la logística detrás del servicio, tiene siete elementos, que empieza con la razón por la que el servicio en sí nace, es decir la necesidad por la que surge, esta búsqueda de (a) satisfacción, esta se logra conociendo cuál es la necesidad que el servicio que brinda la empresa cubre para el cliente. El segundo elemento es el (b) soporte físico, que es toda la infraestructura que apoya el servicio a brindar, en estos tiempos va más allá del edificio, o activo fijo con el que cuenta la organización, todos los elementos que hacen posibles momentos de verdad, por lo que páginas webs, redes sociales, cajeros automáticos, etc, son parte de este elemento. El tercer elemento es el (c) personal de contacto, que lo componen todas las personas que entran en contacto

directo con los clientes al momento de prestar el servicio, en los diferentes procesos que pueden hacer parte del servicio o de los distintos servicios que brinda una organización existen al menos dos personas con las que el cliente podría tener contacto; se define también el tipo de personal que siempre tendrá contacto con los clientes, y los que podrían tener o no contacto, definiendo un contacto ocasional, este elemento se convierte en el corazón de la empresa por lo que su capacitación y correcta selección puede ser vital para el desempeño de la organización” (p. 132-133).

5.4.2 Parto

El parto se define como el proceso fisiológico por el cual un feto de 22 semanas o más de gestación, o de 500 g o más de peso es expulsado del organismo materno por vías naturales. El parto y el periodo posparto inmediato se reconocen como momentos de especial vulnerabilidad para la madre y el recién nacido (Alianza CINETS, 2013).

5.4.3 Parto Humanizado

Se denomina parto respetado o parto humanizado a un modo de atender el proceso de parto en el cual se privilegia la voluntad de la mujer que va a dar a luz y se respetan sus tiempos fisiológicos personales. El objetivo es que el momento del parto sea un espacio familiar donde la mujer y su producto de la concepción sean los protagonistas, donde el nacimiento se desarrolle de la manera más natural posible (Morillo, 2008).

Un consenso de expertos liderado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) planteó los siguientes principios para el cuidado perinatal humanizado: 1. Ser no medicalizado, lo que significa que el cuidado fundamental debe ser provisto utilizando un set mínimo de intervenciones y aplicando la menor tecnología posible. 2. Ser basado en el uso de tecnología apropiada, lo que se define como un conjunto de acciones que incluyen métodos, procedimientos, tecnología, equipamiento y otras herramientas, todas aplicadas a

resolver un problema específico y tendente a reducir el uso de tecnología compleja o sofisticada, cuando procedimientos más simples pueden ser suficientes o mejores. 3. Ser basado en las evidencias, lo que significa ser avalado por la mejor evidencia científica disponible. 4. Ser regionalizado, basado en un sistema eficiente de referencia de centros de cuidado primario a niveles de cuidado terciario. 5. Ser multidisciplinario, con la participación de profesionales de la salud como obstetras, neonatólogos, enfermeras, matronas o parteras, educadores, profesionales de ciencias sociales, etc. 6. Ser integral, teniendo en cuenta las necesidades intelectuales, emocionales, sociales y culturales de las mujeres, sus niños y familias, y no solamente un cuidado biológico. 7. Centrado en las familias, dirigido a las necesidades de la mujer, su hijo y su pareja. 8. Ser apropiado, teniendo en cuenta las diferentes pautas culturales. 9. Tener en cuenta la toma de decisión de las mujeres. 10. Respetar la privacidad, la dignidad y la confidencialidad de las mujeres” (Alianza CINETS, 2013).

5.4.4 Acompañamiento

Presencia de la persona elegida por la mujer durante todo el proceso de parto y nacimiento desde el ingreso en servicio de atención (familiar, cónyuge, persona de confianza) (Ministerio de Sanidad y Política Social, 2018).

5.4.5 Idea de Negocio

Es una descripción corta y específica de lo que será un negocio. Es encontrar un enfoque diferente o un concepto que todavía no haya sido explotado en el mercado, la idea de negocio debe cumplir con varios requisitos entre los que están: cubrir una necesidad en el mercado, rentabilidad, capacidad técnica e innovación.

5.4.6 Mercado

Es el conjunto de 1) compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y 2) vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta.

5.4.7 Segmentación

Es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Así que se podría decir que la segmentación es conocer realmente a los consumidores y supondrá uno de los elementos decisivos en el éxito de una estrategia de marketing de una empresa, ya que la segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa.

5.4.8 Organización

Es un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines.

5.4.9 Mezcla Promocional

Es la combinación específica de publicidad, promoción de venta, relaciones públicas y venta personal para poder así conseguir los objetivos de publicidad y marketing. Y se consideran las herramientas de promoción tradicional más importantes.

5.4.10 Innovación

En el mundo empresarial, la innovación es uno de los elementos que se tienen en cuenta a la hora de tener éxito comercial. El concepto de innovación empresarial puede hacer

referencia a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado y también a la organización y gestión de una empresa.

En ocasiones los productos o servicios comercializados no suponen un cambio en sí, ya que la novedad puede consistir en un nuevo enfoque a productos ya existentes.

La innovación empresarial puede suponer una renovación de productos o de la propia empresa, generalmente actualizándose a las demandas del mercado. En muchos casos, el éxito de una empresa depende del grado de innovación, debido a que esta característica puede ser el rasgo distintivo que le haga tener éxito.

5.5 Marco Legal

5.5.1 Ley 063 de 2017 - Ley de Parto Humanizado

De acuerdo a lo establecido por (FUCEB COLOMBIA, 2017), la presente ley tiene por objeto garantizar los derechos de madres: a vivir el trabajo de parto, parto y posparto con libertad de decisión, consciencia y respeto, así como los derechos de los recién nacidos. Esta ley regirá para todo el Sistema General de Seguridad Social en salud-SGSSS, a las Empresas Promotoras de Salud (EPS), a las Instituciones Prestadoras de Servicios (IPS), a las Empresas Sociales del Estado del nivel central o descentralizado, a los hospitales públicos o privados y a las entidades responsables de la prestación del servicio de seguridad social en salud de los regímenes especiales, tanto a los afiliados del régimen contributivo como subsidiado.

La presente ley regirá para todo el territorio nacional, asegurando, que toda persona debe respetar a cada mujer gestante, niña y niño por nacer, para que vivan la fisiología del parto solo con las intervenciones y medios necesarios, y se identifique, comprenda y respete los aspectos físicos, fisiológicos, psicológicos, espirituales y socioculturales de la gestante; brindándole apoyo afectivo y emocional; respaldando su poder de acierto en la decisión, y

garantizándole su autonomía y privacidad, y la protección y mejor atención posible de ella y sus hijos.

5.5.2 Ley 1804 de 2016

Por la cual se establece la política de Estado para el Desarrollo Integral de la Primera Infancia de Cero a Siempre y se dictan otras disposiciones.

Art. 1. La presente iniciativa legislativa tiene el propósito de establecer la Política de Estado para el Desarrollo Integral de la Primera Infancia de Cero a Siempre, la cual sienta las bases conceptuales, técnicas y de gestión para garantizar el desarrollo integral, en el marco de la Doctrina de la Protección Integral.

Con ello busca fortalecer el marco institucional para el reconocimiento, la protección y la garantía de los derechos de las mujeres gestantes y de los niños y las niñas de cero a seis años de edad, así como la materialización del Estado Social de Derecho.

Art 3. La política se cimienta en los principios consagrados en la Constitución Política, en el Código de la Infancia y la Adolescencia (Ley 1098 de 2006), así como en la legislación nacional e internacional asociada. Reafirma los diez principios consagrados en la Convención de los Derechos del Niño resaltando entre ellos el reconocimiento de los derechos sin excepción, distinción o discriminación por motivo alguno; la protección especial de su libertad y dignidad humana, y el interés superior del niño.

Se fundamenta en la Doctrina de la Protección Integral como marco de acción para la Política de Estado para el Desarrollo Integral de la Primera Infancia de Cero a Siempre, en tanto reconoce a los niños y a las niñas en primera infancia como sujetos de derechos, e insta al Estado a la garantía y cumplimiento de los mismos, a la prevención de su amenaza o vulneración y a su restablecimiento inmediato.

5.5.3 Ley 1822 de 2017

Según (El Congreso de Colombia, 2017), esta Ley incentiva la adecuada atención y cuidado de la primera infancia, además se modifican los artículos 236 y 239 del código sustantivo del trabajo y se dictan otras disposiciones, tal como se muestra a continuación:

ARTÍCULO 1°. El artículo 236 del Código Sustantivo del Trabajo quedará así:

"ARTÍCULO 236. Licencia en la época del parto e incentivos para la adecuada atención y cuidado del recién nacido.

1. Toda trabajadora en estado de embarazo tiene derecho a una licencia de dieciocho (18) semanas en la época de parto, remunerada con el salario que devengue al momento de iniciar su licencia. (Ver Decreto 1083 de 2015, Art. 2.2.5.5.3 numeral 2.3).

2. Si se tratare de un salario que no sea fijo como en el caso del trabajo a destajo o por tarea, se tomará en cuenta el salario promedio devengado por la trabajadora en el último año de servicio, o en todo el tiempo si fuere menor.

3. Para los efectos de la licencia de que trata este artículo, la trabajadora debe presentar al empleador un certificado médico, en el cual constar:

a) El estado de embarazo de la trabajadora;

b) La indicación del día probable del parto, y

c) La indicación del día desde el cual debe empezar la licencia, teniendo en cuenta que, por lo menos, ha de iniciarse dos semanas antes del parto. Los beneficios incluidos en este artículo, y el artículo 239 de la presente ley, no excluyen a los trabajadores del sector público.

4. Todas las provisiones y garantías establecidas en la presente ley para la madre biológica, se hacen extensivas en los mismos términos y en cuanto fuere procedente a la madre adoptante, o al padre que quede a cargo del recién nacido sin apoyo de la madre, sea

por enfermedad o muerte, asimilando la fecha del parto a la de la entrega oficial del menor que se ha adoptado, o del que adquiere custodia justo después del nacimiento. En ese sentido, la licencia materna se extiende al padre en caso de fallecimiento o enfermedad de la madre, el empleador del padre del niño le concederá una licencia de duración equivalente al tiempo que falta para expirar el periodo de la licencia posterior al parto concedida a la madre.

5. La licencia de maternidad para madres de niños prematuros, tendrá en cuenta la diferencia entre la fecha gestacional y el nacimiento a término, las cuáles serán sumadas a las dieciocho (18) semanas que se establecen en la presente ley. Cuando se trate de madres con parto múltiple, la licencia se ampliará en dos (2) semanas más.

6. La trabajadora que haga uso de la licencia en la época del parto tomará las dieciocho (18) semanas de licencia a las que tiene derecho, de la siguiente manera:

a) Licencia de maternidad preparto, Esta será de una (1) semana con anterioridad a la fecha probable del parto debidamente acreditada. Si por alguna razón médica la futura madre requiere una semana adicional previa al parto podrá gozar de las dos (2) semanas, con dieciséis (16) posparto. Si en caso diferente, por razón médica no puede tomarla semana previa al parto, podrá disfrutarlas dieciocho (18) semanas en el posparto inmediato.

b) Licencia de maternidad posparto. Esta licencia tendrá una duración normal de diecisiete (17) semanas contadas desde la fecha del parto, o de dieciséis (16) o dieciocho (18) semanas por decisión médica, de acuerdo a lo previsto en el literal anterior. (Ver Decreto 1083 de 2015, Art. 2.2.5.5.12).

PARÁGRAFO 1°. De las dieciocho (18) semanas de licencia remunerada, la semana anterior al probable parto será de obligatorio goce en caso de que el médico tratante prescriba algo diferente. La licencia remunerada de la que habla este artículo, es incompatible con la

licencia de calamidad doméstica y en caso de haberse solicitado esta última por el nacimiento de un hijo, estos días serán descontados de la misma.

PARÁGRAFO 2°. El esposo o compañero permanente tendrá derecho a ocho (8) días hábiles de licencia remunerada de paternidad. La licencia remunerada de paternidad opera por los hijos nacidos del cónyuge o de la compañera. El único soporte válido para el otorgamiento de la licencia remunerada de paternidad es el Registro Civil de Nacimiento, el cual deberá presentarse a la EPS a más tardar dentro de los 30 días siguientes a la fecha del nacimiento del menor. La licencia remunerada de paternidad estará a cargo de la EPS, para lo cual se requerirá que el padre haya estado cotizando efectivamente durante las semanas previas al reconocimiento de la licencia remunerada de paternidad. Se autoriza al Gobierno nacional para que en el caso de los niños prematuros y adoptivos se aplique lo establecido en el presente párrafo. (Ver Decreto 1083 de 2015, Art. 2.2.5.5.10).

PARÁGRAFO 3°. Para efectos de la aplicación del numeral quinto (5) del presente artículo, se deberá anexar al certificado de nacido vivo y la certificación expedida por el médico tratante en la cual se identifique diferencia entre la edad gestacional y el nacimiento a término, con el fin de determinar en cuántas semanas se debe ampliar la licencia de maternidad, o determinarla multiplicidad en el embarazo. El Ministerio de Salud reglamentará en un término rí o superior a seis (6) meses contados a partir de la expedición de la presente ley, lo concerniente al contenido de la certificación de que trata este párrafo y fijará los criterios médicos a ser tenidos en cuenta por el médico tratante a efectos de expedirla”.

ARTÍCULO 2°. El artículo 239 del Código Sustantivo del Trabajo, quedará así:

“ARTÍCULO 239. Prohibición de despido.

1. Ninguna trabajadora podrá ser despedida por motivo de embarazo o lactancia sin la autorización previa del Ministerio de Trabajo que avale una justa causa. (Ver sentencia SU-070 de 2013). (Ver sentencia C-005 de 2017).

2. Se presume el despido efectuado por motivo de embarazo o lactancia, cuando este haya tenido lugar dentro del período de embarazo y/o dentro de los tres meses posteriores al parto. (Ver Fallo del Consejo de Estado No. 01399 de 2009). (Ver Fallo del Consejo de Estado No. 00842 de 2012). (Ver Fallo del Consejo de Estado No. 00462 de 2017).

3. Las trabajadoras que trata el numeral uno (1) de este artículo, que sean despedidas sin autorización de las autoridades competentes, tendrán derecho al pago adicional de una indemnización igual a sesenta días (60) días de trabajo, fuera de las indemnizaciones y prestaciones a que hubiere lugar de acuerdo con su contrato de trabajo.

4. En el caso de la mujer trabajadora que por alguna razón excepcional no disfrute de la semana preparto obligatoria, y/o de algunas de las diecisiete (17) semanas de descanso, tendrá derecho al pago de las semanas que no gozó de licencia. En caso de parto múltiple tendrá el derecho al pago de dos (2) semanas. Adicionales y, en caso de que el hijo sea prematuro, al pago de la diferencia de tiempo entre la fecha del alumbramiento y el nacimiento a término”.

5.5.4 Resolución 00002003 de 2014

Según (Ministerio de Salud y Seguridad Social, 2014), esta resolución define los procedimientos y condiciones de inscripción de los Prestadores de Servicios de Salud y de habilitación de servicios de salud.

En esta normatividad se especifican los estándares de urgencias de baja complejidad, en lo concreto a dotación se menciona que para todo el servicio se debe contar con equipos de atención de partos. De igual manera, se especifican los estándares de hospitalización

obstétrica de baja complejidad, en lo concreto a infraestructura, el ambiente de trabajo de parto debe contener: unidad sanitaria, oxígeno y succión, al igual que la sala de parto debe contar con: área de atención a recién nacidos, oxígeno y succión en el ambiente de trabajo de partos, puertas con visor, puertas con el ancho adecuado para el paso de camillas y un área de adaptación del recién nacido.

5.5.5 Resolución 412 de 2000

Según (Ministerio de Salud, 2000), en esta Resolución se establecen las actividades, procedimientos e intervenciones de demanda inducida y obligatorio cumplimiento y se adoptan las normas técnicas y guías de atención para el desarrollo de las acciones de protección específica y detección temprana y la atención de enfermedades de interés en salud pública.

La Norma Técnica para la detección temprana de las alteraciones del embarazo, tiene como función identificar los riesgos relacionados con el embarazo y planificar el control de los mismos, a fin de lograr una gestación adecuada que permita que el parto y el nacimiento ocurran en óptimas condiciones, sin secuelas físicas o psíquicas para la madre y su hijo, cuyos objetivos son: Vigilar la evolución del proceso de la gestación de tal forma que sea posible prevenir y controlar oportunamente los factores de riesgo biopsico-sociales que incidan en el mencionado proceso; Detectar tempranamente las complicaciones del embarazo y en consecuencia orientar el tratamiento adecuado de las mismas; Ofrecer educación a la pareja que permita una interrelación adecuada entre los padres y su hijo o hija desde la gestación.

Por otro lado, la Norma Técnica para la atención del parto, se define como el conjunto de actividades, procedimientos e intervenciones, para la asistencia de las mujeres gestantes en los procesos fisiológicos y dinámicos del trabajo de parto, expulsión del feto vivo o muerto, con 20 o más semanas de gestación, alumbramiento y puerperio inmediato, cuyos

objetivos son: Disminuir las tasas de morbilidad maternas y perinatales; Disminuir la frecuencia de encefalopatía hipoxia perinatal y sus secuelas; Reducir y controlar complicaciones del proceso del parto; Prevenir la hemorragia postparto.

6 Aspectos Metodológicos y Administrativos

6.1 Paradigma Enfoque Cuantitativo

Este estudio utiliza un enfoque de investigación cuantitativo, por tanto, se fundamenta en la medición y observación de variables que posteriormente se analizan para consolidar el esquema teórico, cuyas variables serán analizadas a partir de las encuestas a aplicar al mercado objetivo.

6.2 Tipo de Investigación Exploratoria Descriptiva

Para el desarrollo efectivo de este proyecto se abordará un tipo de investigación exploratoria-descriptiva (Fernández R., 2002). Es exploratoria por que se investiga a profundidad el desarrollo de los aspectos teóricos, frente a la proyección del abordaje de una nueva temática (Centro materno en San Juan de Pasto). De igual forma es descriptivo debido a que arroja resultados, los cuales serán tenidos en cuenta en el momento de la evaluación del proyecto en general, además utilizará el abordaje de encuestas.

Según (Moguel, 2005) “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p. 22).

En el presente trabajo la investigación descriptiva se hará en base al análisis de diferentes variables relacionadas directamente con el mercado potencial al que se dirige la futura empresa así como las variables internas y externas que afectan el funcionamiento de la misma, por medio de encuestas dirigidas a mujeres en edad fértil de 19 a 45 años, de los estratos 3,4,5 y 6 pertenecientes a las comunas 7,8 y 9 cuyos resultados serán explicados de manera cuantitativa a través de las inferencias que se hagan por medio de las gráficas que se obtiene de la matriz de información que arrojan los resultados de las encuestas.

6.2.1 Método Lógico Inductivo

El método de investigación utilizado es el inductivo que va de lo particular a lo general basándose en la observación, el estudio, la experimentación de diversos sucesos reales por cada estudio que conforma el plan de negocios para poder llegar a una conclusión general. Las observaciones se hacen sobre fenómenos particulares de una clase, y luego a partir de ellos se hacen inferencias acerca de la clase entera. Este procedimiento se denomina razonamiento inductivo (Newman, 2006).

Para lo cual se hará el respectivo trabajo de campo y observaciones bajo una premisa, examinando todos los casos que intervienen en el estudio para lo cual se intervendrá al número de mujeres dispuestas en la muestra, para asegurarse de la verdaderas necesidades y requerimientos del mercado objetivo.

Para llevar a cabo el diseño del Plan de negocios para la creación de un centro materno en San Juan de Pasto se requiere de las siguientes fases:

- Selección de la situación-problema.
- Revisión de las principales características del problema seleccionado.
- Selección de temas y fuentes oportunas, determinación de una población y muestra.
- Ejecución del estudio de mercado
- Realización de encuestas.
- Descripción, análisis e interpretación de los datos obtenidos en términos claros y precisos.
- Diseño del estudio administrativo.
- Diseño de estudio operativo.

- Diseño del estudio financiero.
- Análisis del impacto de proyectos.
- Esbozar las conclusiones y recomendaciones más importantes.
- Consolidación del informe final.

6.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Para la recolección de la información acerca del estudio de mercado se utilizará diferentes instrumentos de recolección de información tanto primaria como secundaria, tal como se detallan a continuación:

6.3.1 Fuentes de Información Primaria

Esta se da cuando se obtiene información directamente de la población objeto de estudio, esta se obtendrá a través de encuestas:

6.3.2 Encuesta

Es una técnica para obtener información directamente de las mujeres que hacen parte del público objetivo al que se dirige el centro materno.

6.3.3 Tarjetas Persona

Adicional a la encuesta se aplicará tarjetas personas como método de validación de mercado, con esta es posible describir la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio, se puede incluir: análisis del estudio de mercado, de tendencia, validaciones del producto o servicio en el mercado, análisis de oferta y demanda basados en la metodología de ideación, análisis de competidores y validación temprana (Lean canvas, tarjeta persona, Jobs to be done, entre otras).

6.3.4 Fuentes de Información Secundaria

Esta se da cuando se obtiene información de manera indirecta relacionadas al estudio, contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o

reorganización que refiere a documentos primarios originales, aquí se encuentra la revisión bibliográfica necesaria para el cumplimiento de los objetivos, de los cuales se acudió a:

6.3.5 Artículos de Revista

Permitieran hacer una revisión del problema que se está estudiando a partir de revistas científicas.

6.3.6 Sitios Web

Será necesario hacer una revisión de entidades que permitieran ahondar en la investigación, así como de otros informes que están en medios online, pertinentes para tener una visión clara de lo que se busca investigar.

6.3.7 Trabajos de Grado

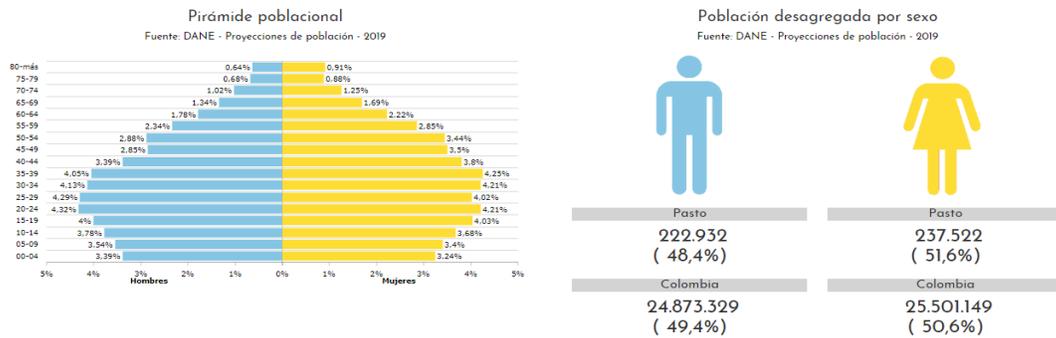
Se hará revisión de trabajos de grado afines al tema con el propósito de elaborar el estado del arte que le dé una base teórica a la formulación de la presente propuesta investigativa.

6.4 Población y Muestra

La población objeto de estudio al que se dirige esta investigación como mercado potencial son mujeres en edad fértil de los 15 a los 49 años de edad, del estrato socioeconómico 3,4,5,6 de las comunas 7,8 y 9. Tal como se describe a continuación:

Figura 6.

Población de Pasto



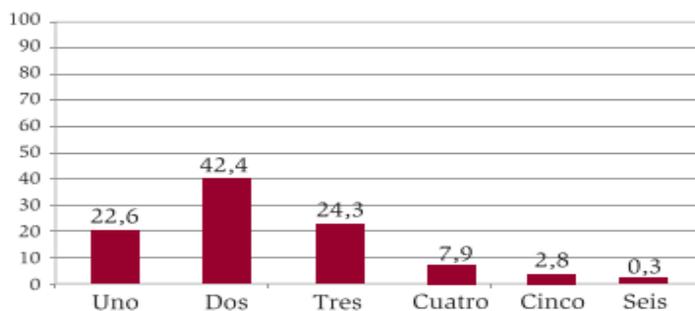
Nota: La figura muestra la población de San Juan de Pasto, su pirámide poblacional en rangos de edades y desagregados por sexo. Tomado de DANE (2005, citado en Departamento Nacional de Planeación, s.f).

De la población de mujeres entre 15 y 40 años de edad representan el 28,02% del total de la población de mujeres de la ciudad; entonces se tiene que el total de números de mujeres entre los 15 y 49 años de edad son **66.506** tal como se observa a continuación:

$$237.522 * 28,02\% = 66.506$$

Figura 7.

Estratos Socioeconómicos en San Juan de Pasto



Nota: La figura muestra los porcentajes de los estratos socioeconómicos existentes en San Juan de Pasto. Tomado de Súper Intendencia de Servicios Públicos (2010).

Además, se debe de tener en cuenta que el segmento objetivo se dirige a aquellas mujeres de los estratos socioeconómicos 3, 4,5, y 6; dichos estratos representan el 35,3%, por lo tanto, el tamaño de la población se reduce a **23.476** como se observa a continuación:

$$66.506 * 35,3\% = \mathbf{23.476}$$

Además, aquellas mujeres deben pertenecer a las comunas 7,8 y 9; dichas comunas representan Según el (Plan de Ordenamiento Territorial 2014-2017 representan el 19, 1% del total poblacional, por ende, la población definitiva objeto de estudio está conformada por

$$23.476 * 19,1\% = 4.484$$

En Definitiva, el segmento de mercado de la empresa conformados por mujeres entre los 15 y 49 años de edad, de los estratos 3, 4, 5 y 6 de las comunas 7,8 y 9 es de un total de **4.484**, dicho dato hace referencia al total de la población objeto de estudio, a continuación, se procede a obtener el tamaño de la muestra:

6.4.1 Determinación Tamaño de la Muestra

Según (Marín Suarez, 2017), algunos de los conceptos que se manejan dentro de la formula son los siguientes:

- La población es el número completo de individuos con características afines que conforman los posibles participantes de nuestro estudio. En la fórmula la población es representada con la letra N.
- La muestra es la cantidad representativa de esa población y se indica con la letra n.
- El margen o posibilidad de error es la diferencia que pueda darse entre los resultados obtenidos con la muestra y los que se hubiesen obtenido si la encuesta se aplicara a toda la población. Lo ideal es que el margen de error ronde el 5 %. Este es representado con la letra e.

- El porcentaje de confianza es el nivel de certeza que ofrecen los resultados expuestos. Se simboliza con la letra $Z\alpha$
- Como se puede notar el margen de error y el porcentaje de confianza son dependientes. Si el nivel de certeza deseado por el investigador es de 97 %, su margen de error será de 3 %. Esto también influye en el tamaño de la muestra, pues a mayor confianza, el número de la muestra será más elevado y viceversa.

Teniendo en cuenta que el tamaño de la población objeto de estudio son 4.484 mujeres en San Juan de Pasto y que para la muestra de esta investigación se trabajará sobre un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5%.

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

$$N = 4.484$$

$$Z = 95\% \text{ (puntuación } Z = 1.96)$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$e = 5\%$$

$$n = (1.96 * 0.5) * (0.5 * 4.484) / (0.52 (4.484 - 1)) + (1.96 (0.5 * 0.5))$$

$$n = 354$$

El total de la muestra es de **354** mujeres entre los 15 y 49 años de edad, de los estratos 3, 4, 5 y 6 de las comunas 7, 8 y 9 en San Juan de Pasto.

6.4.2 Procedimiento de Muestreo – Aleatorio, Probabilístico, Simple

Los métodos de muestreo probabilísticos son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma

probabilidad de ser elegidos (una vez definida todas las empresas que hacen parte de la población) para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño n tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables (Otzen & Monterola, 2017).

6.5 Tratamiento de la Información - Encuestas

Objetivo: Identificar gustos, preferencias, características y necesidades del segmento de mercado objetivo al que se dirige el Centro Materno “Papitos Kanguro”.

Metodología de Análisis: Una vez se recolecte la información de las personas dispuestas en la muestra, para su análisis se ejecutarán las siguientes fases:

- Codificar las variables de información (preguntas de la encuesta)
- Pasar las respuestas de cada persona abordada.
- Construcción de la matriz de información en el Excel.
- Elaboración de gráficos de barras con sus respectivos porcentajes.
- Análisis por cada pregunta del instrumento.
- Elaboración del informe de resultados en Word.

6.6 Edición y comunicación

La divulgación del presente trabajo de investigación se hará mediante un informe escrito de manera física y en cd; para su redacción y citación se tuvo en cuenta los parámetros de las normas APA en su sexta edición.

7 Contenido Aproximado del Informe Final

Capítulo 1: Resultados del estudio de mercado con su respectivo análisis de encuestas.

Capítulo 2: Estudio técnico, plan de servucción y determinación de los insumos requeridos para ejecutar el proceso de prestación de servicios.

Capítulo 3: Estudio administrativo y organizacional con la identificación de las áreas funcionales del Centro de Maternidad.

Capítulo 4: Estudio financiero y económico y respectiva viabilidad del proyecto.

Capítulo 5: Estudio de impactos ambiental y social del presente proyecto.

Capítulo 6: Conclusiones y recomendaciones

8 Resultados

8.1 Estudio de Mercado

8.1.1 Rango de Edad

Tabla 6.

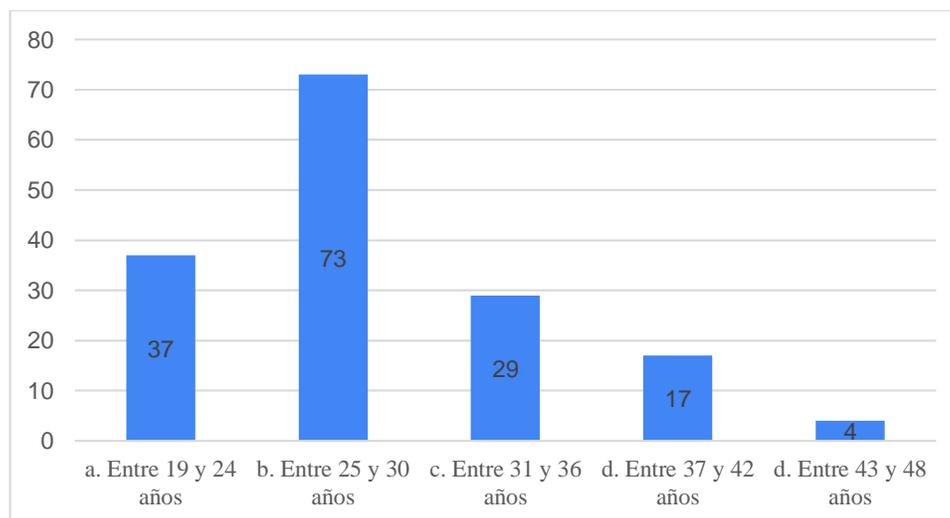
Rango de edad

Edad	Cuenta	%
a. Entre 19 y 24 años	37	23,12%
b. Entre 25 y 30 años	73	28,07%
c. Entre 31 y 36 años	29	18,12%
d. Entre 37 y 42 años	17	10,62%
d. Entre 43 y 48 años	4	2,5%
Total general	160	100%

Nota: La tabla indica la concentración de mujeres en un rango de edad fértil para el desarrollo de la idea de negocio

Figura 8.

Rango de Edad



Se observa que hay una mayor concentración de personas en un rango de edad comprendido entre los 25 y 30 años obteniendo un resultado del 28,07%, seguido del rango entre los 19 y 24 años de edad representando un 23,12%; un rango entre 31 y 36 años de edad representó un 18,12%, finalizando con los rangos comprendidos entre los 37 y los 42 y entre los 43 y los 48, los cuales obtuvieron un 10,62% y un 2,5% respectivamente.

8.1.2 Nivel Socioeconómico

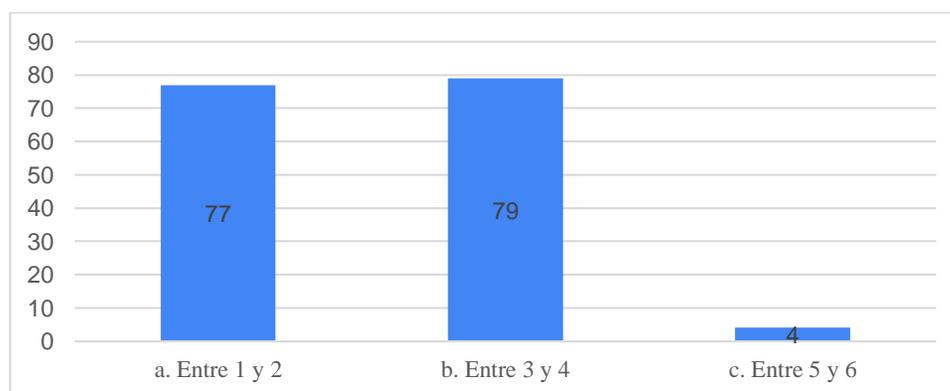
Tabla 7.

Nivel Socioeconómico

Etiquetas de fila	Cuenta	%
a. Entre 1 y 2	77	48,13%
b. Entre 3 y 4	79	49,38%
c. Entre 5 y 6	4	2,50%
Total general	160	100%

Figura 9.

Nivel Socioeconómico



Nota: La figura indica el nivel socioeconómico de las mujeres encuestadas en edad fértil.

En lo referente al Nivel Socioeconómico, se obtiene que del total de 160 participantes solo 4 se caracterizan por un estrato entre 5 y 6, siendo la población con ingresos mayores, a diferencia de los estratos 1 y 2 que ocupan un total de 77 mujeres caracterizadas por bajos ingresos, y concluyendo con 79 correspondientes a estratos 3 y 4 que devienen una situación económica moderada.

8.1.3 Número de Hijos

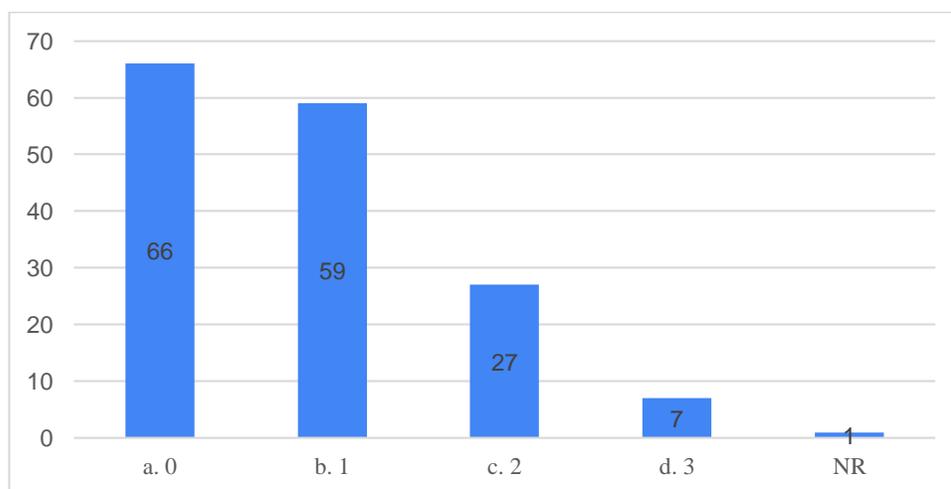
Tabla 8.

Número de Hijos

(Q) Hijos	Cuenta	%
a. 0	66	39,38%
b. 1	59	41,25%
c. 2	27	36,88%
d. 3	7	16,88%
N.R.	1	4,38%
Total general	160	100%

Figura 10.

Número de hijos



Nota: La figura indica el número de hijos de las mujeres encuestadas en edad fértil.

Del total de participantes 66 no poseen hijos, 59 encuestadas hacen referencia a que en su vínculo familiar cuentan con 1 hijo, seguido por 27 mujeres que se caracterizan por tener 2 hijos, 7 de ellas están en el rango de 3 hijos y finalmente solo una mujer no respondió a la pregunta referente a la cantidad de hijos.

8.1.4 Estado Civil

Tabla 9.

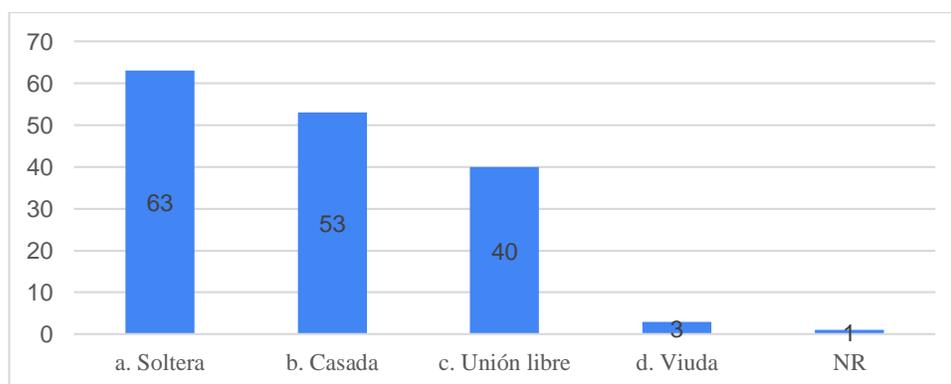
Estado Civil

Etiquetas de fila	Cuenta	%
a. Soltera	63	39,38%
b. Casada	53	33,13%
c. Unión libre	40	25,00%
d. Viuda	3	1,88%
N.R.	1	0,63%
Total general	160	100%

Nota: La tabla indica el número y porcentaje del estado civil de las mujeres encuestadas en edad fértil.

Figura 11.

Estado civil



Nota: La figura muestra el estado civil de las mujeres encuestadas en edad fértil.

En cuanto al estado civil de las 160 participantes, se encontraron los siguientes resultados; 63 mujeres se encuentran en mayor medida en el rango de Soltera, seguidas por 53 participantes que se ubican en rango de Casada, 40 mujeres del total de encuestadas tienen Unión Libre, 3 participantes están en el estado civil Viuda completando el total 1 participante que no respondió a la pregunta referida.

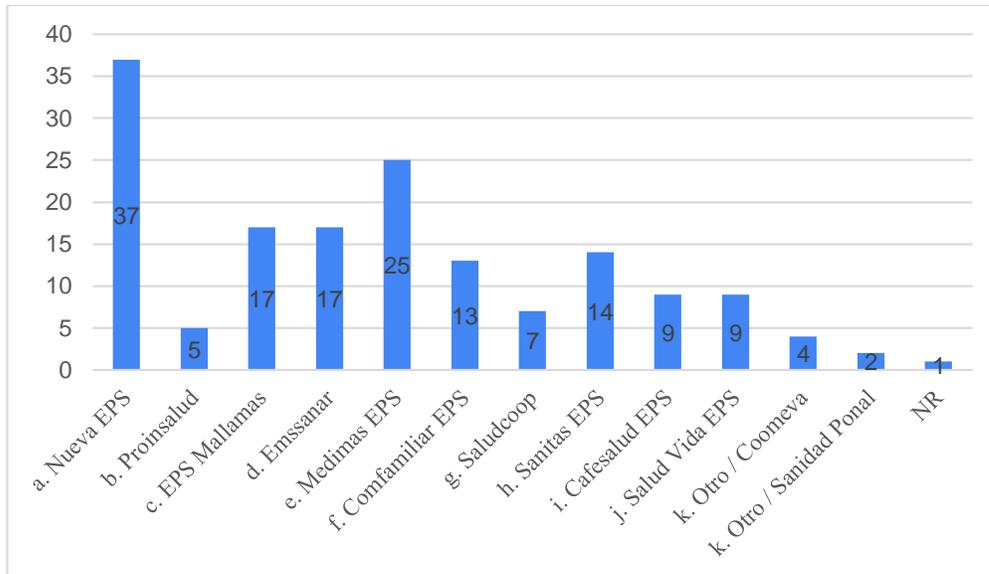
8.1.5 Preferencia de Establecimiento de Salud en Estado de Embarazo

Tabla 10.

Establecimiento de salud de preferencia

Etiquetas de fila	Cuenta	%
a. Nueva EPS	37	23,13%
b. Proinsalud	5	3,13%
c. EPS Mallamas	17	10,63%
d. Emssanar	17	10,63%
e. Medimas EPS	25	15,63%
f. Comfamiliar EPS	13	8,13%
g. Saludcoop	7	4,38%
h. Sanitas EPS	14	8,75%
i. Cafesalud EPS	9	5,63%
j. Salud Vida EPS	9	5,63%
k. Otro / Coomeva	4	2,50%
k. Otro / Sanidad Ponal	1	0,63%
N.R.	1	0,63%
Total general	160	10%

Nota: La tabla muestra la preferencia de establecimiento de salud en las mujeres encuestadas en edad fértil.

Figura 12.*Establecimiento de salud de preferencia*

Nota: La figura muestra la preferencia de establecimiento de salud en las mujeres encuestadas en edad fértil.

En la preferencia del establecimiento de salud se obtienen los siguientes datos; Nueva EPS cuenta con 37 afiliadas del total de 160, convirtiéndose en el principal servicio de salud de nuestra población estudios, 25 participantes que pertenecen a Medimas EPS, seguido de 14 mujeres que se encuentran en Sanitas EPS, en cuanto a Cafesalud EPS y Salud Vida EPS cada uno de estos establecimientos cuentan con 9 afiliadas, en Coomeva EPS se encuentran 4 participantes, seguido por 2 vinculadas a Sanidad Ponal y finalmente 1 no responde a la pregunta.

Indagando un poco más sobre los motivos, se realizó la pregunta *¿Por qué acude a este establecimiento de salud?*, encontrando lo siguiente:

Figura 13.

Motivo por el cual acude a este establecimiento de salud



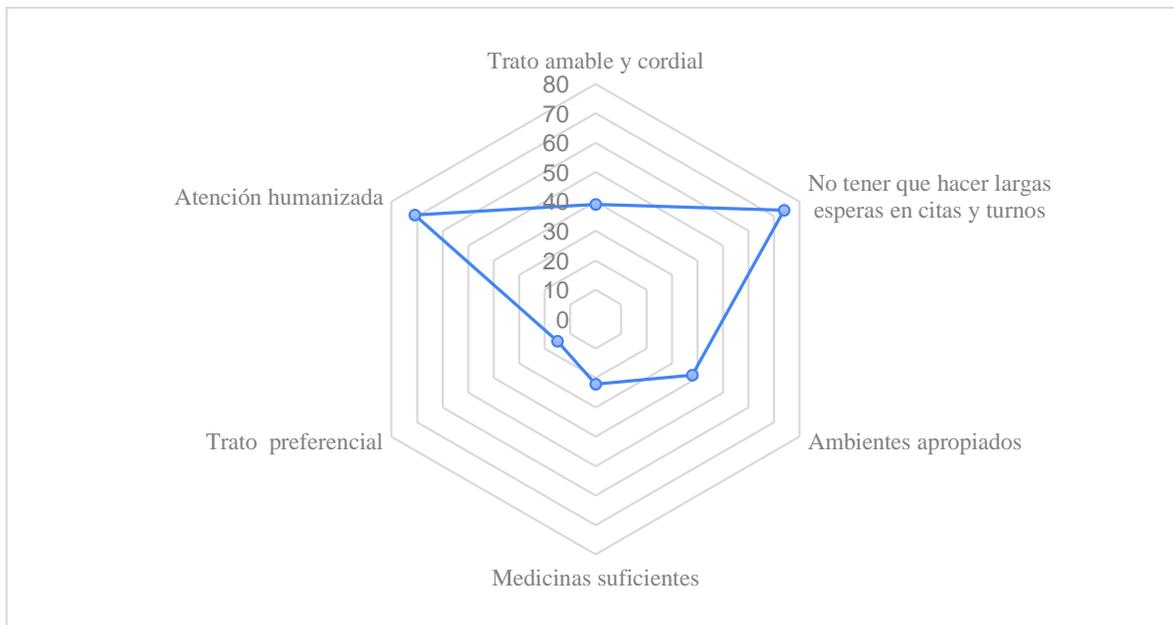
Nota: La figura representa el motivo por el cual las mujeres encuestadas en edad fértil acuden al establecimiento de salud.

La variable más importante a tener en cuenta referente a la vinculación o asistencia al establecimiento de salud está referida en el Convenio/Afiliado a la entidad, en su medida los Buenos Médicos y Profesionales de la Salud se convierte en una característica a tener en cuenta por las mujeres que requieren este servicio, en el mismo rango encontramos los Precios Accesibles como un aspecto que se analiza en los establecimientos de salud, aspectos como la Cercanía a la Casa es un aspecto a tener en cuenta pero no influye principalmente en la vinculación al servicio de salud, finalmente entre el nivel de respuestas de las participantes la Buena Infraestructura y el Buen Trato son características que no se tienen en cuenta por la población estudio.

8.1.6 Variables más Importantes con las que debe contar un Servicio de Salud para las Mujeres Embarazadas

Figura 14.

Factores que influyen en la prestación de un servicio de calidad a partir de las necesidades de las participantes



Nota: La figura representa los factores que influyen en la prestación de un servicio de calidad según las necesidades de las mujeres encuestadas en edad fértil.

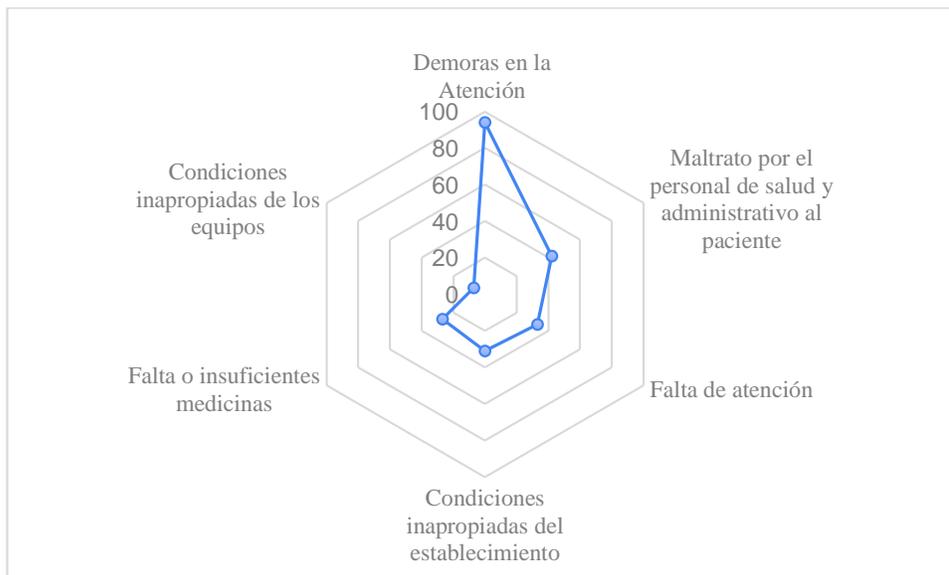
La variable más importante a tener en cuenta referente a lo principal que debe tener el servicio de salud para las mujeres embarazadas es No tener que hacer largas esperas en citas y turnos, esto relacionado directamente por su condición de madre gestante, se puede vincular en este rango de importancia por las participantes la Atención Humanizada, en lo referente al Trato amable y cordial comparte el nivel de importancia medio con los Ambientes apropiados para las embarazadas, las Medicinas Suficientes es un aspecto a tener en cuenta por las participantes pero que no juega un papel fundamental en el servicio para

las embarazadas, por último el trato preferencial se tiene en cuenta en inferior medida para este caso.

8.1.7 Problemas que muestran los Establecimientos de Salud a los cuales las Mujeres Embarazadas acuden

Figura 15.

Principales problemas de los establecimientos de salud comúnmente usados



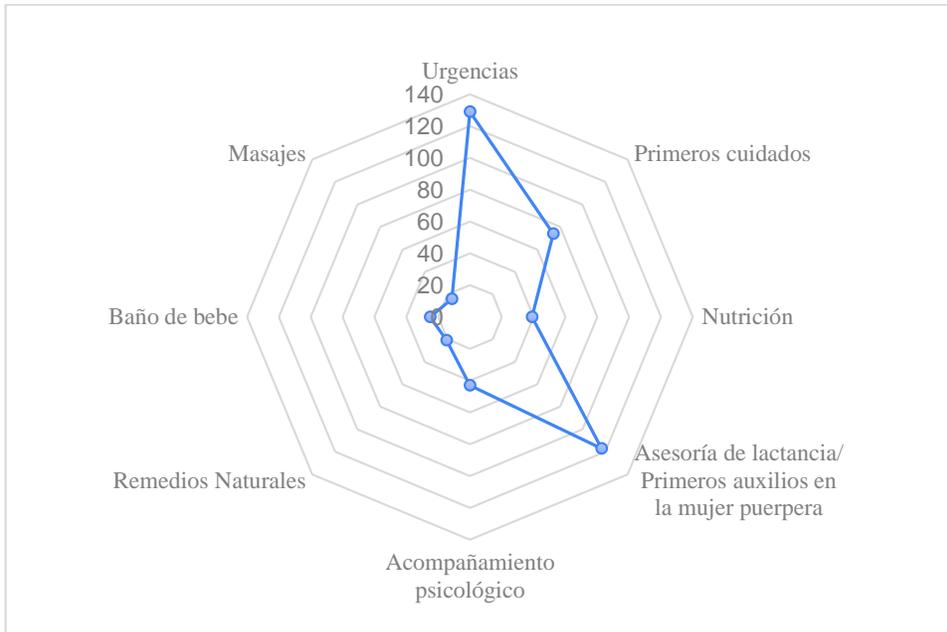
Nota: La figura representa los problemas más frecuentes en los establecimientos de salud a los que acuden las mujeres encuestadas en edad fértil.

En cuanto a los problemas que presentan en su servicio los establecimientos de salud, y que se tienen en cuenta por las mujeres embarazadas encontramos como principal variable las Demoras en la Atención, otro aspecto a tener en cuenta por las mujeres embarazadas es el Maltrato por el personal de salud y administrativo, en cuanto a la Falta de Atención y las Condiciones inapropiadas del establecimiento, son aspectos que denotan las participantes en un rango medio, por último la Falta o Insuficientes Medicinas es un aspecto menor en las problemáticas que se presentan en los servicios de salud.

8.1.8 Servicios más *Importantes* en el Proceso de Parto y Posparto

Figura 16.

Servicios más importantes en el proceso de parto y posparto



Nota: La figura representa el los servicios más importantes en el proceso de parto y posparto para las mujeres encuestadas en edad fértil.

En cuanto a los servicios más importantes en el proceso de parto y posparto, encontramos que la variable que predomina es la Asesoría de lactancia/ Primeros auxilios en la mujer puerpera, siguiendo el grado de importancia encontramos el servicio de Urgencias para el total de participantes, el servicio de Primeros cuidados se ubica en un grado de importancia medio, en cuanto al Acompañamiento psicológico y Nutrición están en un rango similar el cual es importante para la población estudio, ya por último el Baño del bebé, los Remedios Naturales y Masajes son servicios que se tienen en cuenta en menor grado siguiendo un mismo rango de importancia.

8.1.9 Validación en el Mercado

A la pregunta: ¿le gustaría tener en su ciudad un *centro materno* donde cuente con el acompañamiento desde la preconcepción, parto, posparto hasta la crianza de la Primera Infancia?, se encontró lo siguiente:

Tabla 11.

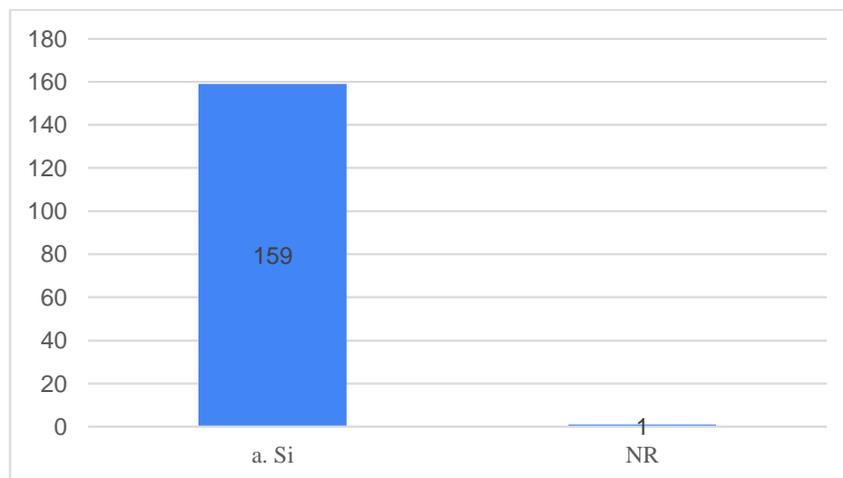
Validación 1

Respuesta	Cuenta	%
a. Si	159	99,38%
N.R.	1	0,63%
Total general	160	100%

Nota: La tabla muestra la validación de la idea de negocio en las mujeres encuestadas en edad fértil.

Figura 17.

Validación de la idea de negocios



Nota: La figura representa la validación de la idea de negocio por las mujeres encuestadas en edad fértil

En lo referente a la idea de implementar un centro materno en su ciudad que se caracterice por prestar todos los servicios de salud necesarios para las mujeres gestantes, del total de 160 participantes, **159** están de acuerdo con esta acción, representando el 99,38% y mientras que una participante no respondió a la pregunta referida.

A la pregunta *¿A usted le gustaría tener un proceso de parto con partera?*, se encontró lo siguiente:

Tabla 12.

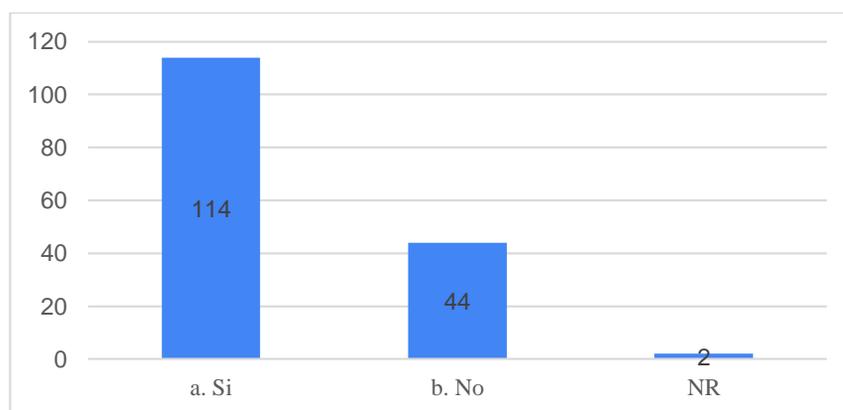
Validación 2

Etiquetas de fila	Cuenta	%
a. Si	114	71,25%
b. No	44	27,50%
N.R.	2	1,25%
Total general	160	100%

Nota: La tabla muestra la preferencia de las mujeres encuestadas en edad fértil por tener un proceso de parto con partera.

Figura 18.

Preferencia de parteras en el proceso de parto y posparto



Nota: La figura representa la preferencia de las mujeres encuestadas en edad fértil por experimentar un proceso de parto y posparto con partera.

Del total de 160 mujeres, se obtuvo que **114** estarían de acuerdo con recibir un proceso de partera en su situación, representado el **71,25%**, mientras que 44 mujeres no estarían de acuerdo con esto, representando el 27,50%, y 2 participantes no refieren respuesta alguna.

De las personas que respondieron “**si**” a la pregunta se encontraron las siguientes justificaciones:

Tabla 13.

Justificaciones positivas

Justificaciones	N° de Resp.	% de Resp.
Creo que las parteras siempre han existido y muchas tienen todo el conocimiento para ayudar a una mujer en su trabajo de parto.	8	7,07 %
Creo que el parto siempre da miedo, pero la asistencia de una mujer ayuda a empoderar y a ser capaz de lograr un parto normal.	6	5,25 %
A veces el sistema de salud está colapsado y no se encuentra atención...puede ser una opción siempre que se demuestre que es totalmente seguro.	10	8,77%
Por un parto humanizado y respetado en el que la mujer sea consciente de su cuerpo y de lo que se está viviendo.	26	22,80%
Es una opción diferente y debe tener toda la seguridad y condiciones para llevarse a cabo.	22	19,29%
He visto a través de televisión que el tema de las “doulas” se está retomando en famosas que desean un parto en casa y respetado-un documental de las parteras del pacífico me parece que son igual de capacitadas para ayudar en el alumbramiento de una mujer.	14	12,28%
Me gustaría vivir ese momento, acompañada de mi familia y pareja de ser posible en un lugar tranquilo sería un parto respetado y personalizado.	14	12,28%
Para que me ayude a conocer mi cuerpo y los tiempos adecuados del parto y el acompañamiento que brinda psicológica y físicamente y respetaría los tiempos de mi cuerpo y el bebé.	5	4,38%
Me gustaría tener esa experiencia, pero siempre que se tengan las medidas y condiciones correctas.	5	4,38%
Aunque no puedo tener más hijos me hubiese gustado	4	3,50
TOTAL	114	100%

Nota: La tabla muestra las justificaciones que las mujeres encuestadas en edad fértil tienen para experimentar un proceso de parto y posparto con una partera

De las personas cuya respuesta fue “no” se encuentran las siguientes justificaciones:

Tabla 14.

Justificaciones negativas

Justificaciones	N° de Resp	% de Resp
Porqué hay más riesgo de que le pase algo al bebé o a la mamá por falta de equipos o de medicamentos en caso de requerirlos, esto genera desconfianza, inseguridad, y miedo por lo que hacen.	16	36,7%
Me asusta el proceso tanto en un hospital como con partera prefiero no tener hijos;	6	13,31 %
Me hubiese gustado, pero no hay aquí en Pasto un lugar donde se realice, lo más cercano que conozco es Ecuador en Guayaquil.	1	2,27
Me gustaría realizar ejercicios para acelerar el parto, pero no estoy segura si el parto como tal, prefiero que me asista en los cuidados del bebé.	4	9,09%
Porque pienso que los médicos tienen más cuidados con los protocolos; si me bebé nace con alguna enfermedad ellas no sabrían que hacer en esos casos.	15	34,09 %
Me hubiese gustado, pero ya no puedo tener hijos / No quiero tener hijos	2	4,54%
TOTAL	44	100%

Nota. La tabla muestra las justificaciones que las mujeres encuestadas en edad fértil tienen para NO experimentar un proceso de parto y posparto con una partera

8.1.10 Diagnostico Interno y Externo: MEFI – MEFE

Tabla 15.

MEFI

Factores Internos Clave		Pond.	Cal.	C. Pond
Fortalezas				
1	Calidad garantizada en el servicio	0,10	4	0,40
2	Precios competitivos	0,10	4	0,40
3	Óptimo aprovechamiento del talento humano	0,10	4	0,40
4	Aprovechamiento de las tendencias tecnológicas en el mercado	0,08	4	0,40
5	Promover un estilo de vida del mundo actual	0,08	4	0,24
6	Canal directo	0,06	4	0,24

Debilidades				
7	Altos costos de inversión	0,09	2	0,18
8	Bajo posicionamiento de la empresa en el mercado a nivel nacional	0,07	2	0,14
9	Ausencia de instrumentos de evaluación de desempeño	0,07	2	0,07
10	En el momento no existe capacidad para cubrir toda la demanda del mercado.	0,06	2	0,12
11	Dependencia hacia los clientes	0,10	2	0,20
12	Pocas relaciones con plataformas comerciales	0,09	2	0,18
	Total	1		2,97

A través de la evaluación de factores internos con un puntaje de 2,97 se puede apreciar que la empresa esta apenas aprovechando sus fortalezas para combatir sus debilidades, por ende, su situación interna no es muy fuerte.

Tabla 16.

MEFE

Factores Externos Clave		Pond.	Cal.	C. Pond.
Oportunidades				
1	Es un mercado totalmente nuevo en la región	0,10	4	0,40
2	Avances tecnológicos en Colombia que aportan competitividad	0,10	4	0,40
3	Crecimiento del mercado objetivo y potencial que en la actualidad requieren de estos servicios	0,10	4	0,40
4	El desarrollo legislativo sobre el tema	0,10	4	0,40
5	Baja inversión en el sector salud por parte del gobierno	0,09	4	0,36
6	El bajo costo de la mano de obra	0,09	4	0,36
Amenazas				
7	Pandemia COVID 19 u otras	0,09	1	0,09
8	Gran cantidad de servicios sustitutos	0,09	2	0,18
9	Altas tasas de intereses para el micro financiamiento	0,07	2	0,14
10	Existen altas posibilidades de ingreso de nuevos competidores en este sector de mercado.	0,07	1	0,07
11	Inconformismo social por el gobierno actual	0,05	2	0,10
12	Medidas impositivas (impuestos) altas para el comercio	0,05	2	0,10
	Total	1		3,0

Mediante el análisis de la situación externa, se obtuvo un puntaje de calificación de 3,0, lo que evidencia que medianamente se están aprovechando las oportunidades para combatir las amenazas, sin embargo, es necesario la formulación de estrategias para mejorar el diagnóstico externo y contar con más oportunidades en el mercado nacional.

8.1.11 Matriz DOFA

Tabla 17.

Matriz DOFA

		Fortalezas – F		Debilidades – D	
MATRIZ DOFA		F1	Calidad garantizada en el servicio	D1	Altos costos de inversión
		F2	Precios competitivos	D2	Bajo posicionamiento de la empresa en el mercado a nivel nacional
		F3	Óptimo aprovechamiento del talento humano	D3	Ausencia de instrumentos de evaluación de desempeño
		F4	Aprovechamiento de las tendencias tecnológicas en el mercado	D4	En el momento no existe capacidad para cubrir toda la demanda del mercado.
		F5	Promover un estilo de vida del mundo actual	D5	Dependencia hacia los clientes
		F6	Canal directo	D6	Pocas relaciones con plataformas comerciales
Oportunidades – O		Estrategias FO		Estrategias DO	
O1	Es un mercado totalmente nuevo en la región	FO1	Fomentar el crecimiento de la demanda manteniendo la calidad de la prestación del servicio, a partir de una estrategia de comunicación que resalte los temas: “atención humanizada”; “lactancia”; primeros auxilios mujer púerpera”	DO1	Aprovechando que el costo de mano de obra es bajo, se disminuyen al máximo los costos de inversión del proyecto.
O2	Avances tecnológicos en Colombia que aportan competitividad	FO2	Atender el mercado potencial bajo el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, desmitificando que el	DO2	Financiar los recursos tecnológicos de la empresa con la gestión en plataformas de apoyo

			servicio de “urgencias” solo está presente en los hospitales o clínicas.		
O3	Crecimiento del mercado objetivo y potencial que en la actualidad requieren de estos servicios	FO3	Capacitación continúa al actual y nuevo personal con el apoyo de las nuevas tecnologías, en relación con las necesidades del mercado.	DO3	Invertir moderadamente en recursos humanos para atender a la creciente cuota del mercado, con el fin de mantenerlo motivado ante la austeridad del gasto.
O4	El desarrollo legislativo sobre el tema	FO4	Fortalecer relaciones con los clientes con la orientación hacia el buen servicio y distribución directa, utilizando una estrategia de comunicación clara que muestre la crisis financiera que pasa el sector salud en la región, lo cual le quita credibilidad en la prestación de un servicio de calidad en lo relacionado con parto humanizado.	DO4	Invertir en métodos de evaluación de desempeño para medir el nivel de productividad interna y satisfacción del cliente
O5	Baja inversión en el sector salud por parte del gobierno nacional, regional y local				
O6	El bajo costo de la mano de obra				
Amenazas – A		Estrategias FA		Estrategias DA	
A1	Pandemia COVID 19 u otras	FA1	Precios de Introducción al Mercado: aprovechar los precios competitivos que maneja la empresa para alcanzar una mayor cobertura de mercado.	DA1	Brindar las condiciones óptimas concernientes al Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo.
A2	Gran cantidad de servicios sustitutos	FA2	Generar canales de comunicación online usando TICS.	DA2	Con la inversión en tecnologías, aprovechando knowhow sobre el

					negocio, se logrará fidelizar clientes, posicionar la marca en el mercado nariñense, reduciendo el impacto de la entrada de nueva competencia.
A3	Altas tasas de intereses para el micro financiamiento	FA3	Campaña de comunicación estratégica enfocada al acercamiento de potenciales clientes, con el fin de aprovechar la posición dominante y generar mayor posicionamiento en el mercado resaltando la estrategia principal de “parto humanizado”, disminuyendo el impacto de nuevos competidores.	DA3	Presentar proyectos ante las diferentes entidades de apoyo para la financiación empresarial, para disminuir el pago de altos intereses e impuestos.
A4	Existen altas posibilidades de ingreso de nuevos competidores en este sector de mercado.	FA4	Aprovechar el auge que tiene la legislación en relación al “parto humanizado”, con el fin de generar confianza en el momento de promocionar los servicios.	DA4	Dar iniciación al proceso de certificación en calidad
A5	Inconformismo social por el gobierno actual	FA5		DA5	
A6	Medidas impositivas (impuestos) altas para el comercio				

Nota: La tabla permite analizar de forma estratégica los factores internos (Fortalezas y Debilidades) y externos (Oportunidades y Amenazas) del centro maternos para la toma de decisiones.

8.1.12 Mix de Marketing

Tabla 18.

Mix de marketing

Plan de Acción – Creación centro materno “papitos kanguro”							
Objetivo:	Satisfacer las necesidades del mercado bajo la oferta de servicios integrales de alta calidad.						
Responsable:	Dirección General				Indicador:	# de clientes fidelizados	
MIX	Objeto	Estrategia	Táctica	Quien lo hace	Recursos (anual)	Efectos sobre la empresa	indicador
Producto ²	Diferenciación	Lanzamiento	Enfatizar en la prevención de la salud; Enfatizar en prácticas naturales	Dirección de Mercadeo	TH Equipos TIC Sociales	> Posicionamiento	% de participación en el mercado
	Desarrollo de Producto	Crecimiento		Dirección de Mercadeo	TH Equipos TIC Sociales	> Fidelización	% de ventas

² En este caso se hace referencia al proceso de servucción.

Plan de Acción – Creación centro materno “papitos kanguro”							
	Desarrollo de Proceso de servucción	Proveedor dedicado	Ampliar el rango de servicios dedicados a surtir valor en la prestación de los servicios	Dirección de producción	TH Equipos TIC Físicos	> Inventarios	% de ventas
Precio	Penetración en el mercado	Lanzamiento	Ofrecer los servicios con base en precios más bajos que la competencia. Apalancamiento o con activos de la empresa	Dirección General	TH	> Penetración	% de participación en el mercado
Plaza	Comercialización	Lanzamiento	Adecuada distribución en plaza ³ .	Dirección de Mercadeo	TH Equipos TIC	> Posicionamiento	% de ventas
	Comercialización	Crecimiento	Buenas prácticas de Servicio al cliente	Dirección de Mercadeo	TH Equipos TIC Sociales	> Fidelización	% de ventas

³ Hace referencia a la ubicación de los equipos y materiales en función de una óptima prestación de todos los servicios ofrecidos.

Plan de Acción – Creación centro materno “papitos kanguro”							
Publicidad	Penetración	Lanzamiento	Medios convencionales (radio, tv, etc.) Medios no convencionales (e-commerce, redes sociales, etc.)	Dirección de Mercadeo	TH Equipos TIC Físicos Sociales	> Posicionamiento	% de participación en el mercado
	Penetración	Crecimiento	Recordación de marca	Dirección de Mercadeo	TH Equipos TIC Físicos Sociales	> Penetración > Posicionamiento	% de ventas

Nota: La tabla muestra el Plan de Acción en cuanto a estrategias para el Producto, Precio, Promoción y Plaza para la creación de un centro materno.

8.2 Estudio Técnico Operativo

8.2.1 Demanda Insatisfecha

En el municipio de Pasto, según el Censo Nacional (2018) se registraron 158.522 mujeres, que multiplicadas por el 75% de demanda insatisfecha (calculada según datos arrojados en el Estudio de Mercado, corresponde a un valor de 118.891 = Universo.

Tabla 19.

Rangos de edad propicios para el negocio

Rangos	% (Rep)
15-19	4,5%
20-24	4,3%
25-29	4,0%
30-34	3,6%
35-39	3,5%
40-45	3,0%
Total	22.9%

Nota: La tabla muestra la demanda insatisfecha de mujeres en San Juan de Pasto. Datos tomados de DANE (2019).

Teniendo en cuenta lo anterior, se multiplica el universo por el porcentaje correspondiente al rango establecido de mujeres que pueden ser clientes potenciales, tal como se muestra a continuación: $118.891 * 22,9\% = 27.226$ Mujeres = Demanda Potencial.

8.2.2 Macro Localización

A continuación, se califica de 1 a 5, siendo cinco el más favorable para el proyecto y uno el menos favorable, de igual forma se describe la razón del puntaje obtenido.

Tabla 20.*Macro localización*

Variables / Ubicación	Cal	Sector “Valle de Atríz”	Cal	Sector “Avenida los estudiantes”	Cal	Sector “Maridiaz”
Facilidad de Transporte	2	Es un sector comercial y habitacional, medianamente concurrido, la movilidad se ve afectada por la falta de semaforización peatonal, así como de vías peatonales de paso o puentes peatonales que garanticen la seguridad de los usuarios. El transporte público es limitado y se observa más afluencia de taxis que de buses.	3	Es un sector comercial y habitacional concurrido que garantiza la movilidad del peatón al contar con senderos peatonales, sin embargo no cuenta con cebras para el paso peatonal en todo el trascurso de la avenida (a excepción del semáforo del Hospital Infantil), así como tampoco se observan puentes peatonales. Se goza de una cantidad de rutas considerable que garantiza el transporte a ciertas partes de la ciudad.	4	Es un sector comercial y habitacional concurrido en el que se garantiza la movilidad peatonal al contar con senderos peatonales y semaforización peatonal en gran parte de la avenida en la que se encuentra, además goza de rutas de buses para cualquier destino de la ciudad, al igual que un fluido servicio de taxi.
Localización del mercado	4	En este punto convergen gran concentración de clínicas como: Hispanoamérica, Cancerológico del Sur, Bellatriz, entre otras, ubicadas en el	3	En este punto convergen algunas clínicas y centros médicos como: el Hospital Infantil, Nueva EPS, entre otras	3	En este punto se encuentran algunas clínicas y centros médicos como: Clínica las Américas, Palermo

Variables / Ubicación	Cal	Sector “Valle de Atriz”	Cal	Sector “Avenida los estudiantes”	Cal	Sector “Maridiaz”
		Centro Comercial Valle de Atriz.				Imagen, entre otras.
Costos de terreno	3	Alto	3	Alto	4	Medio Alto
Actitud de la comunidad	5	Al tornarse un sector donde se concentra mucha oferta en relación con servicios de salud y bienestar, la comunidad es proclive a este tipo de negocios.	3	Al tornarse un sector donde se concentra mucho comercio, en relación con servicios de salud y bienestar, la comunidad puede generarse algún tipo de controversia sobre este tipo de negocios.	4	Al estar rodeado por comercio y por una comunidad de monjas franciscanas, la actitud de la población puede estar proclive a este tipo de negocios.
Total	14		12		15	

Nota: La tabla muestra la selección de la zona donde se ubicará el proyecto, a través de un análisis preliminar eliminando los sectores geográficos que no respondan a las condiciones requeridas. Fuente: Echavez (2018).

De lo anterior se puede establecer que la mejor ubicación para el centro materno, teniendo en cuenta las necesidades del mercado y la cercanía con otros puntos importantes de la ciudad en relación con el la oferta de salud y bienestar, es el sector de Maridiaz. De igual manera se tiene en cuenta que la estratificación para este sector no es tan alta como la de los otros comparados.

8.2.3 Micro Localización

A continuación, se califica de 1 a 5, siendo cinco el más favorable para el proyecto y uno el menos favorable, de igual forma se describe la razón del puntaje obtenido.

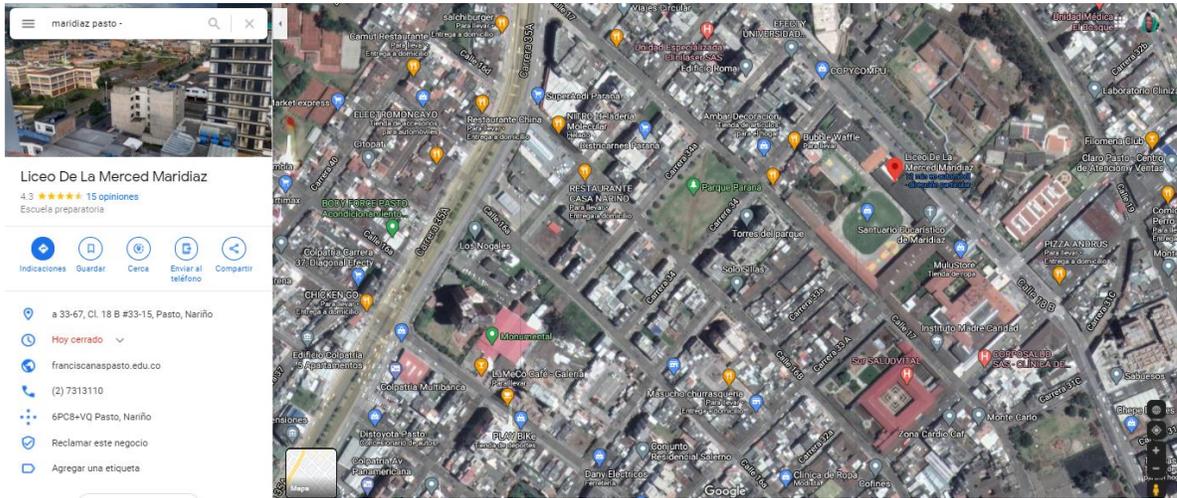
Tabla 21.*Micro Localización*

Variables	Cal	Local comercial	Cal	Casa
Circulación del personal	5	En este caso, el inmueble al ser de un solo piso, garantiza una libre circulación del personal	3	Estaría más limitado principalmente por el uso de las escaleras
Tamaño del sitio	4	Debe ser de aproximadamente 200 mts cuadrados	3	En una casa grande de apx 10 mts ancho x 20 mts de hondo.
Forma del sitio	5	La forma se adecúa a las especificidades del negocio	3	La modalidad de contrato de uso del inmueble debe
Localización del mercado	5	Está ubicado cerca de la principal concentración de oferta de servicios de similares características	5	Está ubicado cerca de la principal concentración de oferta de servicios de similares características
Costos de terreno	4	Se deben tener en cuenta las dos figuras que es la compra y el arrendamiento	4	Se deben tener en cuenta las dos figuras que es la compra y el arrendamiento
Cercanías al centro de la ciudad	5	Queda muy cerca del centro de la ciudad	5	Queda muy cerca del centro de la ciudad
Recolección de basura y residuos, restricción locales	5	Óptimo	5	Óptimo

Nota: Esta tabla muestra la selección de un sitio específico dentro del área geográfica donde se establecerá el proyecto. Fuente: Echavez (2018).

Figura 19.

Mapa del sector de Maridiaz



Nota: Tomado de Google Maps (2021).

De lo anterior se puede establecer que el sector tiene mucha salida en el aspecto comercial, además de contar con muchas rutas de acceso cómodas para cualquier tipo de vehículo o transporte ya sea motorizado o peatonal.

Tabla 22.

Utilización de espacios y tiempos – Servicios Ofrecidos

Salón	Servicios	(h) x Sem	(h) x Mes	(h) x Año
Salón General	Yoga	20	80	960
	Pilates	14	56	672
	Danza	14	56	672
Salón Spa & Masajes	Spa para padres	8	32	384
	Spa para bebés	8	32	384
	Masajes terapéuticos de relajación	8	32	384
	Masajes prenatales	8	32	384
	Masajes postparto	8	32	384
	Desarrollo de inteligencia para bebés en tierra	8	32	384
Sala 1	Apoyo psicológico	9	28	336
	Terapia de pareja	9	28	336

Salón	Servicios	(h) x Sem	(h) x Mes	(h) x Año
	Talleres de nanas	9	28	336
	Asesoría en lactancia	12	48	576
	Asesoría en nutrición	9	28	336
	Acompañamiento de Doulas y Parteras	12	48	576
Piscinas	Estimulación para bebés en piscina	12	48	576
	Natación con Padres & bebes	12	48	576
	Natación prenatal	12	48	576

Nota: La tabla muestra la utilización de espacios y tiempos en la prestación de los servicios ofrecidos por el centro materno Papitos Kanguro.

Figura 20.

Distribución de la Organización

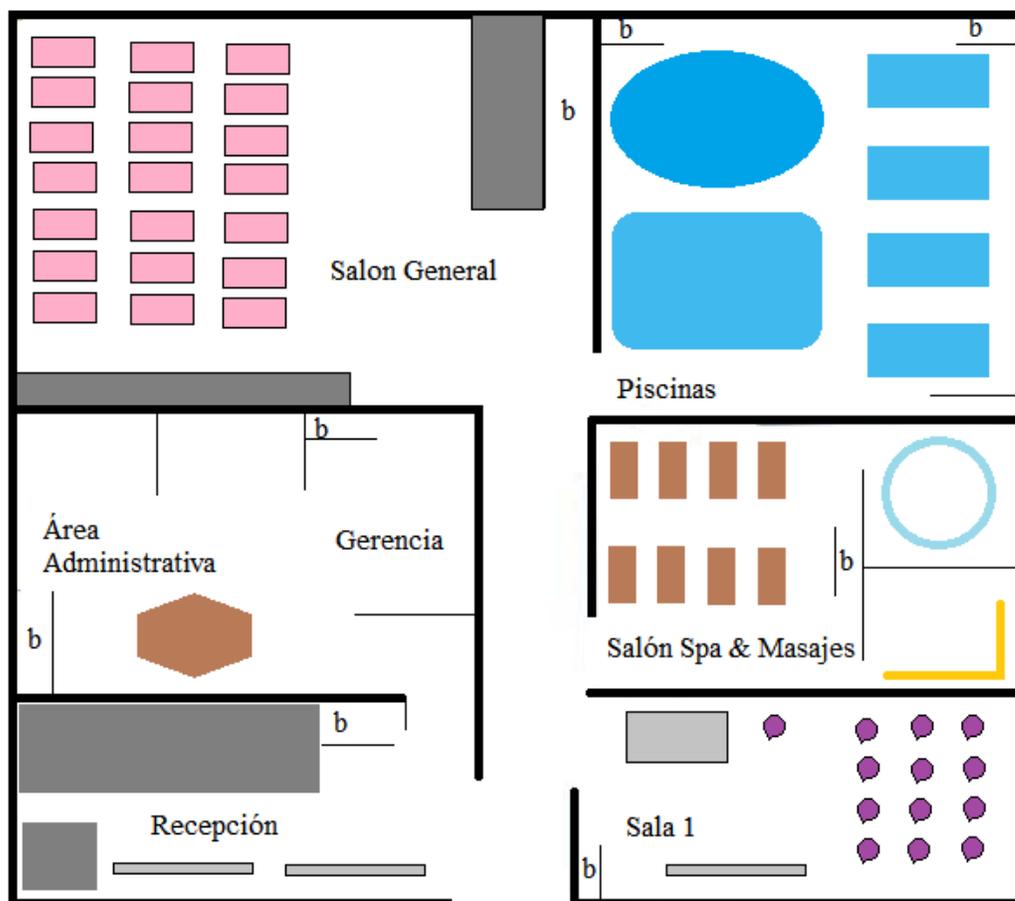
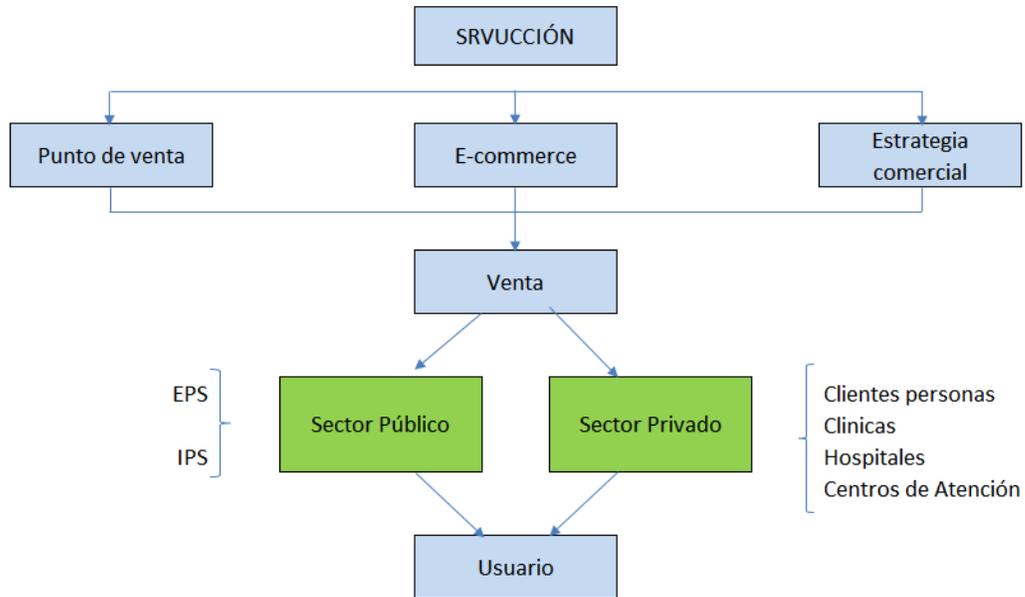


Figura 21.

Diagrama de proceso de servucción



Nota: La figura representa los procesos y estrategias para llevar a cabo los servicios del centro materno Papitos Kanguro.

8.3 Estudio Administrativo

8.3.1 Direccionamiento Estratégico

8.3.1.1 Misión.

La misión de “Papitos kanguro”, es atender con calidad, responsabilidad y con carácter humano a las necesidades de las madres embarazadas y de los padres acompañantes en las diferentes etapas del embarazo, ofreciendo los servicios más completos del mercado para la ciudad de Pasto.

8.3.1.2 Visión.

Para el año 2025, posicionarse como la empresa líder en la región en la oferta de servicios integrales para mujeres embarazadas, atendiendo al 80% de la demanda de la región suroccidente del país.

8.3.2 *Principios Corporativos*

- **Liderazgo:** Se busca ser líderes en el mercado tanto en servicio como imagen.
- **Excelencia:** Búsqueda continúa de la mejora organizacional.
- **Honestidad:** Realizar todas las operaciones con transparencia y rectitud para obtener un servicio con excelentes características.
- **Responsabilidad:** Obrar con seriedad, en consecuencia, con nuestros deberes y derechos.
- **Respeto:** Escuchar, entender y valorar al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales, tener respeto hacia nuestros clientes externos como internos.
- **Confianza:** Cumplir con lo prometido al ofrecer los mejores servicios a un precio justo y razonable.
- **Trabajo en Equipo:** Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos, buscando el logro de los objetivos organizacionales.

8.3.3 *Estrategias y Principios*

- **Capacitación a los Empleados:** Los empleados deberán asistir a un curso de capacitación al momento de su contratación de acuerdo a su ocupación, y también para inducirlos hacia el buen trato con el cliente. Todos los integrantes de la

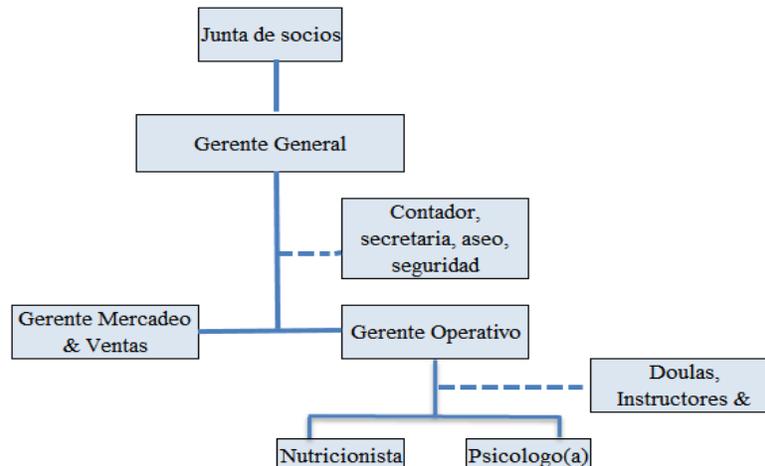
empresa deben de mantener un comportamiento ético tanto al interior de la empresa como hacia al exterior en el trato con el cliente.

- **Estrategia de Calidad:** Cumplir con todos los estándares de calidad en función del cliente final, acompañado de una filosofía de servicio justo a tiempo. Estos principios se enmarcan dentro de un proceso de mejora continua del comportamiento ambiental de la empresa, lo que llevará a revisar periódicamente esta política, los objetivos y metas planificadas.
- **Estrategia Ambiental:** La empresa está comprometida con la implementación de acciones encaminadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no deseados, generados durante el proceso de servucción y comercialización de todos los servicios.
- **Estrategia de Salud Ocupacional:** La empresa está comprometida en mantener y mejorar el bienestar de todos sus empleados, personal de empresas contratistas, subcontratistas y visitantes, mediante el mejoramiento continuo en la identificación, evaluación y control de sus riesgos, a través de una adecuada planeación e implementación de los programas de Medicina del Trabajo, Higiene y Seguridad Industrial.

8.3.4 Diseño Organizacional

Figura 22.

Organigrama



8.3.4.1 Descripción de Funciones

Gerente General:

- Representar legalmente a la empresa ante los organismos e instituciones.
- Velar por el cumplimiento de las normas, objetivos y principios de la organización.
- Hacer cumplir la misión y visión de la empresa.
- Rendir cuentas ante los accionistas.
- Planificar el crecimiento de la empresa.
- Supervisar los reportes financieros.
- Diseñar políticas de ventas, distribución y comercialización.
- Controlar los costos de producción.

Gerente de Mercadeo & Ventas:

- Organizar inventario de servicios.
- Gestionar Comunicación Estratégica.

- Gestión de las estrategias propuestas en el estudio administrativo.

Gerente Financiero:

- Controlar los costos y gastos de la organización.
- Autorizar las compras de suministros, materia prima, repuestos y demás requerimientos de la organización.
- Coordinar y autorizar junto con el Gerente General los pagos de nómina y proveedores.
- Realizar en coordinación con el área de contabilidad el análisis de los estados financieros.

Contador:

- Elaborar el plan de cuentas de la empresa.
- Realizar el registro de las operaciones contables.
- Elaborar los estados financieros de la empresa.
- Realizar cierre contable del ejercicio económico.
- Calcular y presentar las declaraciones de impuestos.
- Revisión de facturas de compras.

Recepcionista:

- Encargada de recibir y tramitar documentación.
- Reporta pedidos.
- Reporta envíos.
- Oficios varios como tareas y pago de servicios públicos y transacciones.

Aseador:

- Mantener aseado plata y oficina.

- Mantener en orden el área de producción.
- Mantener en buen estado herramientas y utensilios.

Psicólogo:

- Evaluación del estado anímico, emocional y psicológico de la paciente y sus familiares.
- Evaluación del entorno familiar y socioeconómico.
- Evaluación de patologías psicológicas de los clientes o de algún familiar de su entorno directo.
- Proponer alternativas de estabilización emocional de las y los pacientes.

Nutricionista:

- Evaluar el estado nutricional y físico de los clientes y su entorno familiar
- Evaluar las condiciones socioeconómicas del entorno de las y los clientes.
- Evaluación de patologías físicas que impidan una adecuada alimentación.
- Proponer alternativas de mejoramiento alimenticio.

8.3.5 Requisitos de Constitución de la Empresa

Tabla 23.

Requisitos para la constitución de la empresa

Requisitos	Descripción
Comerciales	Registro ante cámara de comercio. Minuta de constitución ante notaria. Obtener la escritura pública. Inscribir la sociedad. Registrar libros de contabilidad.
Tributarios	Solicitar registro único tributario RUT Solicitar número de identificación tributario NIT. Establecer si es o no agente retenedor.
Funcionamiento	Plan de Ordenamiento Territorial. Contrato de uso del inmueble (en caso de arrendamiento).

8.4 Estudio Financiero

8.4.1 Estructura de Gastos

Tabla 24.

Gastos de Personal

Cargo o labor	Detalle	Costo
Gerente general	3.000.000 (salario 2.000.000 + prestaciones de Ley) x 12	36.000.000
Gerente de marketing y ventas	2.300.000 (salario (1.500.000) + prestaciones de ley) x 12	27.600.000
Gerente operativo & financiero	2.300.000 (salario (1.500.000) + prestaciones de ley) x 12	27.600.000
Recepcionista	SMLV + Prestaciones de Ley x 12	18.000.000
Contador	Contrato por obra y labor por todo el año	1.000.000
Psicólogo(a)	1.008 horas al año x 20.000 (contrato por obra o labor)	20.160.000
Nutricionista	912 horas al año x 20.000 (contrato por obra o labor)	18.240.000
Doulas (Acompañamiento)	576 horas al año x 20.000 (contrato por obra o labor)	20.160.000
Doulas (Estimulación bebes en piscina)	576 horas al año x 20.000 (contrato por obra o labor)	20.160.000
Doulas (Natación con padres & bebes)	576 horas al año x 20.000 (contrato por obra o labor)	20.160.000
Doulas (Natación prenatal)	576 horas al año x 20.000 (contrato por obra o labor)	20.160.000
Instructor(a) de yoga	960 horas al año x 12.000 (contrato por obra o labor)	11.520.000
Instructor(a) de pilates	672 horas al año x 12.000 (contrato por obra o labor)	8.064.000
Instructor(a) de danza	672 horas al año x 12.000 (contrato por obra o labor)	8.064.000
Masajistas	2.304 horas al año x 10.000 (contrato por obra o labor)	23.040.000
Total Costos de Personal		232.168.000

Tabla 25.*Gastos de Maquinaria y Equipos*

Cargo o labor	Detalle	Unidades	C. Unitario	C. Total
PISCINA	Estructura de prisma intex 16 pies x 5 pies con bomba de filtro tecnología hydro aeration	1	40.000.000	40.000.000
Piscina infantil	Piscina de hidromasajes	1	28.000.000	28.000.000
Piscina Baby	Piscina de hidromasajes	1	28.000.000	28.000.000
Camillas Adulto	Dim 1.80 mts largo x 0.60 mts ancho con cobertura antilfluido, ajustable con estructura tubular metálica.	20	2.200.000	44.000.000
Camillas Infantiles	Camillas infantiles 1.50 mts x 0.60 mts con cobertura antilfluido	20	2.000.000	40.000.000
Flotadores	Flotador tubular, tipo chaleco (infantil), cuello (bebes) se incluye pañales para piscina	20	200.000	4.000.000
Colchonetas	150cm x 60 cm grosor 5 cm	20	200.000	4.000.000
Implementos Deportivos	Incluye pelotas para pilates /yoga, bandas de pilates, barras entre otras.	20	200.000	4.000.000
Parlante	34 cm x 28,5cm x 53 cm, conexión inalámbrica	6	150.000	900.000
Mochilas Ergonómicas	Portabebés Ergonómico y /o fulares	20	150.000	3.000.000
Extractores Eléctricos	Extractores dobles, control eléctrico con 8 niveles de succión.	20	300.000	6.000.000
Pesas digitales (adulto)	Pesa digital con máxima capacidad de 180 kilos y mínima de 7kg	12	550.000	6.600.000
Tallimetro y Bascula para bebes	Bascula con máxima capacidad de 20 kilogramos	20	580.000	11.600.000
Termómetro		40	200.000	8.000.000
Tensiómetro y fonendoscopios	Tensiómetro manual y fonendoscopio	10	500.000	5.000.000
Doppler fetal	Dopplers fetales 2.0mhz con alta sensibilidad.	20	650.000	13.000.000

Elementos para estimulación infantil	Se incluye variedad de juegos y/o elementos sensoriales para estimulación prenatal, post natal y en primera infancia.	20	2.000.000	40.000.000
Total Costos de M&E				289.400.000

Tabla 26.*Gastos en Muebles y Enseres*

Cargo o labor	Detalle	Costo
Equipos de computo	Computador intel dual core fb 2.0ghz disco duro solido de 240 gb	3.600.000
Impresoras	Impresoras laser	1.000.000
Escritorios	Centro de cómputo, en madera aglomerada y cubierta en melaminico.	1.200.000
Sillas sala de espera	Sillas sala de espera 4 puestos (3 unidades)	1.900.000
Sillas para oficina	Sillas ergonómicas para oficina e interlocutor	1.400.000
Dispensadores	Se incluye dispensadores de papel, toallas, gel, entre otros.	1.000.000
Teléfonos	Teléfonos alámbricos	200.000
Archivadores	Archivadores metálicos 4 gavetas (se incluyen materiales de oficina como carpetas, engrapadoras etc.)	1.300.000
Estantería y Recepción	Estantería en Madera y escritorio corporativo área recepción	1.400.000
Total Costos de Personal		13.000.000

8.4.2 Simulación Financiera a Cinco Años**Tabla 27.***Variables de Referencia*

Variables	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Macroeconómicas							
Inflación	%		3,80%	3,80%	3,80%	3,80%	3,80%
Devaluación	%		0,84%	0,84%	0,84%	0,84%	0,84%
IPP	%		6,09%	6,09%	6,09%	6,09%	6,09%
Crecimiento PIB	%		3,32%	3,32%	3,32%	3,32%	3,32%
DTF T.A.	%		4,52%	4,52%	4,52%	4,52%	4,52%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio Por Producto							
Precio Grupo 1: yoga, pilates & danza	\$ / unid.		36.000	38.934	40.160	42.229	43.559
Precio Grupo 2: spa, masajes & desarrollo inteligencia bebe	\$ / unid.		30.000	30.945	31.920	32.925	33.962
Precio Grupo 3: psicología, nutrición & acompañamiento	\$ / unid.		105.000	108.308	111.719	115.238	118.868
Precio Grupo 4: estimulación & natación	\$ / unid.		70.000	72.205	74.479	76.826	79.246
Precio	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Unidades Vendidas por Producto							
Unidades Grupo 1: yoga, pilates & danza	unid.		2.400	2.640	2.904	3.194	3.514

Variables	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Macroeconómicas							
Unidades Grupo 2: spa, masajes & desarrollo inteligencia bebe	unid.		2.400	2.496	2.596	2.700	2.808
Unidades Grupo 3: psicología, nutrición & acompañamiento	unid.		1.700	1.768	1.839	1.912	1.989
Unidades Grupo 4: estimulación & natación	unid.		2.500	2.600	2.704	2.812	2.925
Unidades	unid.		0	0	0	0	0
Total Ventas							
Precio Promedio	\$		56.877,8	58.843,1	60.372,8	62.174,0	63.781,5
Ventas	unid.		9.000	9.504	10.043	10.619	11.235
Ventas	\$		511.900.000	559.245.140	606.297.227	660.195.157	716.579.627
Rebajas en Ventas							
Rebaja	% ventas		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pronto pago	\$		0	0	0	0	0
Costos Unitarios Materia Prima							
Costo Materia Prima Grupo 1: yoga, pilates & danza	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Grupo 2: spa, masajes & desarrollo inteligencia bebe	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Grupo 3: psicología, nutrición & acompañamiento	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Grupo 4: estimulación & natación	\$/ unid.		0	0	0	0	0

Variables	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Macroeconómicas							
Costo Materia Prima	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costos Unitarios Mano de Obra							
Costo Mano de Obra Grupo 1: yoga, pilates & danza	\$ / unid.		12.000	3.250	3.250	3.250	3.250
Costo Mano de Obra Grupo 2: spa, masajes & desarrollo inteligencia bebe	\$ / unid.		10.000	10.103	10.207	10.312	10.418
Costo Mano de Obra Grupo 3: psicología, nutrición & acompañamiento	\$ / unid.		20.000	20.206	20.414	20.624	20.837
Costo Mano de Obra Grupo 4: estimulación & natación	\$ / unid.		20.000	20.206	20.414	20.624	20.837
Costo Mano de Obra	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Costos Variables Unitarios							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		15.200,0	12.842,7	12.812,4	12.775,8	12.732,7
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		15.200,0	12.842,7	12.812,4	12.775,8	12.732,7
Otros Costos de Fabricación							
Otros Costos de Fabricación	\$		110.200.000	114.608.000	119.192.320	123.960.013	128.918.413
Costos Producción Inventariables							
Materia Prima	\$		0	0	0	0	0

Variables	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Macroeconómicas							
Mano de Obra	\$		136.800.000	122.056.896	128.669.536	135.659.806	143.051.084
Materia Prima y M.O.	\$		136.800.000	122.056.896	128.669.536	135.659.806	143.051.084
Depreciación	\$		18.500.000	18.500.000	18.500.000	18.500.000	18.500.000
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		155.300.000	140.556.896	147.169.536	154.159.806	161.551.084
Margen Bruto	\$		69,66%	74,87%	75,73%	76,65%	77,46%
Gastos Operacionales							
Gastos de Ventas	\$		12.000.000	27.962.257	30.314.861	33.009.758	35.828.981
Gastos Administración	\$		12.000.000	27.962.257	30.314.861	33.009.758	35.828.981
Total Gastos	\$		24.000.000	55.924.514	60.629.723	66.019.516	71.657.963
Capital de Trabajo							
Cuentas por cobrar							
Rotación Cartera Clientes	días		0	0	0	0	0
Cartera Clientes	\$	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	%		0%	0%	0%	0%	0%
Inventarios							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo		0	0	0	0	0
Invent. Prod. Final	\$	0	0	0	0	0	0
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		0	0	0	0	0
Invent. Prod. Proceso	\$	0	0	0	0	0	0
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		0	0	0	0	0
Invent. Materia Prima	\$	0	0	0	0	0	0
Total Inventario	\$		0	0	0	0	0

Variables	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Macroeconómicas							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados							
Gastos Anticipados	\$	6.000.000	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar							
Cuentas por Pagar Proveedores	días		0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios	\$		0	0	0	0	0
Acreedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$		0	0	0	0	0
Inversiones (Inicio Período)							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	200.000.000
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	200.000.000
Maquinaria y Equipo	\$	300.000.000	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	15.000.000	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$	20.000.000	0	0	0	0	0
Semovientes pie de Cria	\$	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	\$	0	0	0	0	0	0
Total Inversiones	\$		0	0	0	0	400.000.000
Otros Activos							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	135.000.000	135.000.000	135.708.000	136.416.000	137.124.000	137.832.000

Variables	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Macroeconómicas							
Capital Adicional Socios	\$			708.000	708.000	708.000	708.000
Obligaciones Fondo Emprender	\$	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	\$	300.000.000	0	0	0	0	0
Dividendos							
Utilidades Repartibles	\$		0	115.809.943	265.447.848	433.869.154	624.918.239
Dividendos	%		0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$		0	0	0	0	0

Tabla 28.*Proyección Balance General*

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	94.000.000	4.556.290	208.541.445	425.163.702	668.256.660	537.618.405
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Total Activo Corriente:	100.000.000	10.556.290	214.541.445	431.163.702	674.256.660	543.618.405
Terrenos	0	0	0	0	0	200.000.000
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	200.000.000
Maquinaria y Equipo de Operación	300.000.000	285.000.000	270.000.000	255.000.000	240.000.000	225.000.000
Muebles y Enseres	15.000.000	13.500.000	12.000.000	10.500.000	9.000.000	7.500.000
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	20.000.000	18.000.000	16.000.000	14.000.000	12.000.000	10.000.000
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	335.000.000	316.500.000	298.000.000	279.500.000	261.000.000	642.500.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	435.000.000	327.056.290	512.541.445	710.663.702	935.256.660	1.186.118.405

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	63.378.576	81.891.391	92.170.864	104.298.421	116.969.215
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	300.000.000	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
PASIVO	300.000.000	63.378.576	81.891.391	92.170.864	104.298.421	116.969.215
Patrimonio						
Capital Social	135.000.000	135.000.000	135.708.000	136.416.000	137.124.000	137.832.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	12.867.771	29.494.205	48.207.684	68.916.000
Utilidades Retenidas	0	0	115.809.943	265.447.848	433.869.154	624.918.239
Utilidades del Ejercicio	0	128.677.715	166.264.339	187.134.784	211.757.401	237.482.952
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	135.000.000	263.677.715	430.650.054	618.492.838	830.958.239	1.069.149.190
PASIVO + PATRIMONIO	435.000.000	327.056.290	512.541.445	710.663.702	935.256.660	1.186.118.405

Tabla 29.*Proyección Estado de Resultados*

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	511.900.000	559.245.140	606.297.227	660.195.157	716.579.627
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	136.800.000	122.056.896	128.669.536	135.659.806	143.051.084
Depreciación	18.500.000	18.500.000	18.500.000	18.500.000	18.500.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	110.200.000	114.608.000	119.192.320	123.960.013	128.918.413
Utilidad Bruta	246.400.000	304.080.244	339.935.371	382.075.338	426.110.129
Gasto de Ventas	12.000.000	27.962.257	30.314.861	33.009.758	35.828.981
Gastos de Administración	12.000.000	27.962.257	30.314.861	33.009.758	35.828.981
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	222.400.000	248.155.730	279.305.648	316.055.822	354.452.167
Otros ingresos					
Intereses	30.343.710	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	-30.343.710	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	192.056.290	248.155.730	279.305.648	316.055.822	354.452.167
Impuestos (35%)	63.378.576	81.891.391	92.170.864	104.298.421	116.969.215
Utilidad Neta Final	128.677.715	166.264.339	187.134.784	211.757.401	237.482.952

Tabla 30.*Proyección Flujo de Caja*

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		222.400.000	248.155.730	279.305.648	316.055.822	354.452.167
Depreciaciones		18.500.000	18.500.000	18.500.000	18.500.000	18.500.000
Impuestos		0	-63.378.576	-81.891.391	-92.170.864	-104.298.421
Neto Flujo de Caja Operativo		240.900.000	203.277.154	215.914.257	242.384.959	268.653.745
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	-200.000.000
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	-200.000.000
Inversión en Maquinaria y Equipo	-300.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-15.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-20.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-335.000.000	0	0	0	0	-400.000.000
Neto Flujo de Caja Inversión	-335.000.000	0	0	0	0	-400.000.000
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	300.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-300.000.000	0	0	0	0
Intereses Pagados		-30.343.710	0	0	0	0
Capital	135.000.000	0	708.000	708.000	708.000	708.000

Neto Flujo de Caja Financiamiento	435.000.000	-330.343.710	708.000	708.000	708.000	708.000
Neto Periodo	100.000.000	-89.443.710	203.985.154	216.622.257	243.092.959	-130.638.255
Saldo anterior		94.000.000	4.556.290	208.541.445	425.163.702	668.256.660
Saldo siguiente	100.000.000	4.556.290	208.541.445	425.163.702	668.256.660	537.618.405

Tabla 31.*Resumen Salidas*

Supuestos Macroeconómicos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variación Anual IPC		3,80%	3,80%	3,80%	3,80%	3,80%
Devaluación		0,84%	0,84%	0,84%	0,84%	0,84%
Variación PIB		3,32%	3,32%	3,32%	3,32%	3,32%
DTF ATA		4,52%	4,52%	4,52%	4,52%	4,52%
Supuestos Operativos						
Variación precios		N.A.	3,5%	2,6%	3,0%	2,6%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	5,6%	5,7%	5,7%	5,8%
Variación costos de producción		N.A.	-9,5%	4,7%	4,7%	4,8%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	133,0%	8,4%	8,9%	8,5%
Rotación Cartera (días)		0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)		0	0	0	0	0
Rotación inventarios (días)		0	0	0	0	0
Indicadores Financieros						
Proyectados						
Liquidez - Razón Corriente		0,17	2,62	4,68	6,46	4,65
Prueba Acida		0	3	5	6	5

Rotación cartera (días)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotación Proveedores (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total		19,4%	16,0%	13,0%	11,2%	9,9%
Concentración Corto Plazo		1	1	1	1	1
Ebitda / Gastos Financieros		793,9%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda		72,9%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional		43,4%	44,4%	46,1%	47,9%	49,5%
Rentabilidad Neta		25,1%	29,7%	30,9%	32,1%	33,1%
Rentabilidad Patrimonio		48,8%	38,6%	30,3%	25,5%	22,2%
Rentabilidad del Activo		39,3%	32,4%	26,3%	22,6%	20,0%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		240.900.000	203.277.154	215.914.257	242.384.959	268.653.745
Flujo de Inversión	-435.000.000	0	0	0	0	-400.000.000
Flujo de Financiación	435.000.000	- 330.343.710	708.000	708.000	708.000	708.000
Flujo de caja para evaluación	-435.000.000	240.900.000	203.277.154	215.914.257	242.384.959	-131.346.255
Flujo de caja descontado	-435.000.000	219.000.000	167.997.648	162.219.577	165.552.188	-81.555.690

Tabla 32.*Criterios de decisión*

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	10%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	32,80%
VAN (Valor actual neto)	198.213.723
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,82
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación) en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	68,97%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	12 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes

8.5 Estudio Ambiental**8.5.1 Identificación de impactos ambientales**

- Desechos sólidos
- Desechos químicos
- Disposición aguas negras
- Ubicación Bocatomas
- Humo

8.5.2 Descripción de impactos ambientales

Etapa de Construcción: para la etapa de construcción de la infraestructura se estima una cantidad considerable de escombros resultantes de la adecuación de la locación, en este aspecto se debe aclarar que no se realizará una construcción de manera inmediata y se estima que esto ocurra en tres meses.

Etapa de Operación: después de adecuar la locación se estima que la maquinaria descrita en el estudio técnico, sin embargo, al ser nuevas arrojan un impacto mínimo en

relación con la calidad del aire. De igual forma este componente es apático a la medición por la gran cantidad de dióxido de carbono emitido por carros, camiones, mulas, entre otros de tracto movilización, sin embargo, se puede garantizar un mantenimiento preventivo que reduce al máximo el impacto ambiental por esta variable.

Valoración de Impactos y Riesgos Ambientales: Metodología de valoración de impactos: lista de chequeo. Al tener una maquinaria nueva y con tecnología de punta, se puede establecer que los impactos ambientales serán mínimos en comparación a otros negocios similares al planteado en este proyecto.

Conclusiones

- A través de la investigación de mercados realizada pudimos comprobar que la propuesta de emprendimiento (Plan de negocios para la creación de un centro materno infantil “Papitos Kanguro”) es viable para implementarla en San Juan de Pasto, en tanto esta nos permitió acercarnos al contexto local, regional y nacional, observándose un interés notorio en la población por acceder a los servicios alternos en las etapas de preconcepción, embarazo, parto y posparto, se visualizó una tendencia a tener un parto humanizado respetando los tiempos de cada mujer, a invertir y crear empresa dirigida a estas etapas, todo esto, en el marco del reconocimiento generalizado en el país por atender de manera prioritaria, oportuna y con calidad a todas.
- Este estudio, nos permitió además construir un inventario de todos los requerimientos materiales, con el cual en el estudio financiero pudieron calcularse el total de gastos (fijos y variables) que supone operación de la empresa; de este último estudio nombrado se confirma la viabilidad económica de la empresa, concluyendo que sería una empresa que se auto sostendría y además generaría utilidades para la junta de socios que la crearon.
- Los resultados obtenidos del análisis organizacional y legal permitieron dar cuenta de la posibilidad que existe en nuestra ciudad de prestar servicios que contemplan la atención prenatal, parto y puerperio, servicios ambulatorios a la madre y el neonato en los primeros meses de vida, así también el servicio se puede extender a la planificación familiar y atención a los niños en primera infancia de manera privada, siendo una actividad legítima regulada por el gobierno nacional, quien además estipula una serie de lineamientos y normas a las cuales nos acercamos

con el fin de estudiarlas y conocerlas para actuar en el marco de la legalidad una vez sea puesta en marcha esta propuesta.

- El reto de pensar y diseñar de manera organizada y estratégica un modelo de negocios de un centro materno para las mujeres en edad fértil nos brindó los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para posicionarnos como líderes en lo que compete a la elaboración de programas, proyectos o empresas que estén orientadas a las mujeres gestantes y su núcleo familiar, no solo desde el ámbito pedagógico, sino también, desde el administrativo pues logramos evidenciar que podemos visionarnos en ambientes externos al contexto educativo y desde ahí, aportar con nuestro saber al desarrollo de una maternidad deseada, un parto humanizado y respetado, fortaleciendo vínculos familiares.

Recomendaciones

Una vez terminada esta propuesta de emprendimiento la cual es el fruto de un trabajo arduo en el que se produjo el intercambio de conocimientos y la generación de aprendizajes significativos, nos permitimos proponer algunas recomendaciones que consideramos pueden enriquecer la adecuada construcción de futuros proyectos de emprendimiento. Los profesionales que se aventuren a proponer y plasmar sus ideas emprendedoras deberán reconocer que es un trabajo complejo y exigente que con persistencia será desarrollado y generará finalmente, crecimiento personal, académico y profesional. Entre otros, algunos de los elementos más importantes que han de ser tenidos en cuenta para la realización de un plan de negocios son los siguientes:

- Sin excepción, todos los componentes de un plan de negocio (análisis financiero, estudio de mercado, análisis técnico y operativo, entre otros) deben desarrollarse, pues cada uno tiene un objetivo particular que contribuye a la verificación de la factibilidad de la propuesta y al diseño de asuntos con los que debe contar la futura empresa tales como una estructura organizacional y legal, por ejemplo.
- En la investigación de mercados siempre será necesaria la implementación de instrumentos de recolección de datos para indagar con la población objeto sobre su percepción frente al proyecto emprendedor que se adelanta. En este momento, es fundamental posicionarse como profesionales objetivos frente al estudio que se desarrolla, es decir, se debe evitar la formulación de preguntas confusas o cuya estructura pueda inducir al entrevistado hacia aquella respuesta que espera el investigador; pues además de ser una práctica poco ética y deshonesto, en el caso del emprendimiento nos lleva a tener una visión irreal de la viabilidad de la idea de negocio, lo que casi que inevitablemente se podría traducir en futuros fracasos.

- El desarrollo de la gran mayoría de fases de la realización del plan de negocio implica la consulta de datos en diferentes fuentes e instancias, es de gran importancia conservar soportes físicos o digitales de dicha información, pues estos documentos corroborarán en el momento que sean requeridos, la legitimidad de las cifras, cotizaciones y demás datos presentados en el proyecto.
- Por último, la motivación es un factor fundamental a la hora de desarrollar propuestas de emprendimiento, por lo tanto, es indispensable que los estudiantes no renuncien a la posibilidad de plasmar sus ideas de negocio y se vinculen a cursos de emprendimiento para hacer sus propuestas realidad, pues, la experiencia será gratificante.

Bibliografía

- ALCALDÍA DE PASTO. (2019). Estadísticas del Municipio de Pasto. Obtenido de <https://www.pasto.gov.co/index.php/nuestro-municipio/estadisticas-municipio-de-pasto>
- Alcoser, F., Castillo, J., García, A., & Rojas, P. (2018). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE BIENESTAR INTEGRAL PARA LA MADRE GESTANTE EN LIMA NORTE. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1276/2018_MATP_16-1_10_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alianza CINETS. (2013). Clinical practice guidelines for early detection of abnormalities during labor, care for normal and dystocic delivery. Representantes del Grupo Desarrollador de la Guía - Universidad Nacional de Colombia - Alianza Cinets. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcog/v64n4/v64n4a03.pdf>
- Banco de la República. (2015). Documento de trabajo sobre economía regional. San Juan de Pasto. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-87.pdf>
- Borges, L., Sánchez, R., Domínguez, R., & Sixto, A. (2018). Humanized Childbirth: Vital Need for Comprehensive Care of Women. Obtenido de <http://revginecobstetricia.sld.cu/index.php/gin/article/view/226/293>
- Bravo, P., Uribe, C., & Contreras, A. (2008). Departamento de Salud de la Mujer, Escuela de Enfermería, Pontificia Universidad Católica de Chile. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75262008000300007

- Briceño de Gómez, M. Y., & García de Berrios, O. (2008). La servucción y la calidad en la fabricación del servicio. *Revista Visión Gerencial*, 1, 21-32.
<http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/25181/articulo2.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Buitrago Rodríguez, J. S. (2016). Análisis de las tendencias actuales en la aplicación de modelo de servucción en la producción de servicios [Posgrado, Universidad Militar Nueva Granada]. <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14907>
- Cáceres, F., & Nieves, G. (2017). Atención humanizada del parto diferencial según condición clínica y social de la materna. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología* Vol. 68 N 2. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcog/v68n2/v68n2a05.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). Metodología para innovar con éxito: Jobs to be done. Cámara de Comercio de Bogotá. Colombia, Bogotá. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/22608>
- Casarotto, C. (2019). Jobs to be done es una metodología para conocer mejor a tus consumidores. ¿Ya pensaste que ellos compran de tu empresa no por el producto en sí, sino por la tarea que resuelve? Esta es la perspectiva de esa metodología. ¡Entiéndela mejor! Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/jobs-to-be-done/>
- Castillo Gómez, E. M., & Aguirre Unigarro, C. A. (2018). Plan estratégico de mercadeo para la empresa de servicios Consultores Asociados de Nariño S.A.S. para el año 2018 en San Juan de Pasto. CAN-S.A.S. San Juan de Pasto, Colombia.
- Centro Latinoamericano de Perinatología. (2011). El hogar materno: Descripción y propuesta para su instalación. Montevideo Uruguay. Obtenido de <http://www.clap.ops-oms.org/publicaciones/clap1585.pdf>

Chumbes, N., López, P., & Valderrama, S. (2018). an de negocios para un centro integral de estimulación y cuidados básicos para niños entre cero y tres años orientado al segmento medio, en el distrito de Callería, Pucallpa. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1284/2018_MATP-PUC_14-1_05_T.pdf;jsessionid=404ADAD971AE274EB59057763E09E816?sequence=1

Coronel, A. S. (s.f). Importancia de una investigación de mercados. Obtenido de www.itson.mx: https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/49a.-_importancia_de_la_investigacion_de_mercado_nx.pdf

DANE. (2019). Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 - Pasto, Nariño. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/190726-CNPV-presentacion-Narino-Pasto.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (S.F). Estado de los indicadores de la medición de desempeño municipal anual que hace el DNP. Obtenido de <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles/52001>

Echavez Rodríguez, A., López Martínez, D., Oduber Montero, S., & Pallares Rodríguez, K. (2018). Plan de negocios para la creación del Centro Integral “LA CASA DE MAMÁ” en el D.T.C.H de Santa Marta. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3223/Trabajo%20de%20grado%20La%20casa%20de%20mama%20aprobado%20febrero%2019%20%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

El Congreso de Colombia. (2017). Ley 1822. El Congreso de Colombia. Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=78833>

Espinela, R. C. (2011). mgbiblio.vaneduc.edu.ar. Obtenido de Estudio de mercado:
<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC105887.pdf>

FUCEBCOLOMBIA. (2017). Proyecto de ley 063 de 2017. Obtenido de
http://fucebcolombia.org/wp-content/uploads/2019/04/PARTO-HUMANIZADO_Proyecto-de-Ley-063-de-2017.pdf

Guerrero Bejarano, M. A., Silva Siu, D. R., & Solís Vera, K. G. (2017). La servucción y su importancia en los modelos de negocios actuales. *INNOVA Research Journal*, 2(8), 130-135. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.2017.241>

Llamas Fernández, F., & Fernández Rodríguez, J. C. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Rev. esc.adm.neg.* No. 84. pp. 79-95. Madrid. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eand/n84/0120-8160-eand-84-00079.pdf>

Marín Suarez, C. A. (2017). Cálculo del tamaño óptimo de la muestra. Obtenido de repository.ucc.edu.co/.../Cálculo%20del%20tamaño%20óptimo%20de%20una%20mu...

Ministerio de Salud. (2000). Norma técnica para la detección temprana de las alteraciones del embarazo. Anexo Técnico Resolución 412 de 2000. Minsalud. Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/norma-tecnica-para-la-deteccion-temprana-embarazo.pdf>

Ministerio de Salud. (2019). Salud Materna. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/ssr/Paginas/salud-materna.aspx>

Ministerio de Salud y protección social. (2015). Guía operativa para la valoración de la calidad y humanización de las atenciones de protección específica y detección

temprana a mujeres gestantes, niños y niñas en la Ruta Integral de Atenciones – RIA.

Obtenido de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/guia-operativa-valoracion-calidad-humanizacion.pdf>

Ministerio de Salud y Seguridad Social. (2014). Resolución 00002003. Ministerio de Salud

y Protección Social. Bogotá, Colombia. Obtenido de

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%c3%b3n%202003%20de%202014.pdf

Ministerio de Sanidad y Política Social. (2018). Guía de Práctica Clínica sobre la atención al

parto normal. Obtenido de [https://portal.guiasalud.es/wp-](https://portal.guiasalud.es/wp-content/uploads/2018/12/GPC_472_Part0_Normal_Osteba_compl.pdf)

[content/uploads/2018/12/GPC_472_Part0_Normal_Osteba_compl.pdf](https://portal.guiasalud.es/wp-content/uploads/2018/12/GPC_472_Part0_Normal_Osteba_compl.pdf)

Montoya, L., Portilla, M., & Acevedo, C. A. (2008). Propuesta metodológica para la elaboración de planes de negocios. *Scientia et Technica* Año XIV, 131-135.

Morillo, B. (28 de junio de 2008). Relación de ayuda en el cuidado enfermero hacia las

embarazadas en trabajo de parto. *Ginecología y Obstetricia, Enfermería*. Obtenido de

<http://www.portalesmedicos.com/publicaciones/articulos/1151/2/Relacion-de-ayuda-en-el-cuidado-enfermerohacia-las-embarazadas-en-trabajo-de-parto>

Oliver, I., & Vera, B. (2017). NIVEL DE SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN DE PARTO

VAGINAL EN PUÉRPERAS PRIMÍPARAS INMEDIATAS DEL SERVICIO DE

BAJO RIESGO DEL HOSPITAL SAN JUAN DE LURIGANCHO, MAYO - JUNIO

2017” HOSPITAL SAN JUAN DE LURIGANCHO, LIMA, PERÚ. Obtenido de

<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1023/TITULO%20-%20Oliver%20Meza%20Ingrid%20Yesain.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Organización Mundial de la Salud. (2018). Recomendaciones de la OMS Para los cuidados durante el parto, para una experiencia de parto positiva. Obtenido de <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272435/WHO-RHR-18.12-spa.pdf>
- Rocha, L., Socarrás, F., & Rubio, D. (2019). Delivery practices at a health care provider in the city of Bogota. *Rev. Fac. Nac. Salud Pública*. Bogotá Colombia. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfnsp/v37n1/0120-386X-rfnsp-37-01-53.pdf>
- UPB. (s.f). Estudio financiero. Obtenido de cmap.upb.edu.co: http://cmap.upb.edu.co/rid%3D1237316953438_1999163858_1088/Tema5.EstudioFinanciero.ResumenElementos.pdf
- Valenzuela, M., Uribe, C., & Contreras, A. (2011). Integral mode of delivery care and its relationship to maternal well-being. Departamento de Salud de la Mujer, Escuela de Enfermería, Pontificia Universidad Católica de Chile. Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962011000300007

Anexos

Anexo 1.

Formato de encuesta

Objetivo: Definir las necesidades, características, gustos y preferencias del segmento de mercado objetivo al que se dirige el Centro Materno “Papitos Kanguro” en San Juan de Pasto.

Datos generales

1. ¿En qué rango de edad se ubica usted?

€ Entre 19 y 24 años

€ Entre 25 y 30 años

€ Entre 31 y 36 años

€ Entre 37 y 42 años

€ Entre 43 y 48 años

2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

€ Entre 1 y 2

€ Entre 3 y 4

€ Entre 5 y 6

3. ¿Cuál es su ocupación?

€ Técnico

€ Tecnólogo

€ Profesional

€ Especialista

€ Magister

€ Otro ¿Cuál? _____

4. ¿Cuántos hijos tiene?

€ Ninguno

€ 1 hijos

€ 2 hijos

€ Más de dos hijos

5. ¿Cuál es su estado civil?

€ Soltera

€ Casada

€ Unión libre

€ Viuda

6. ¿Cuándo usted tiene un problema de salud en estado de embarazo a donde acude?

€ Comfamiliar EPS

€ Nueva EPS

€ Medimas Eps

€ Eps Mallamas

€ Salud Vida Eps

€ Cafesalud eps

€ Coomeva

€ Sanitas Eps

€ Saludcoop

€ Emssanar

€ Proinsalud

7. ¿Por qué acude a este establecimiento de salud?

€ Porque mi EPS tiene convenido con esa institución

€ Cercanía a mi casa

€ Precios accesibles

€ Buenos médicos y profesionales de la salud

€ Buena infraestructura

€ Buen trato

€ Otro ¿Cuál? _____

8. ¿Qué es lo más importante que debe tener un servicio de salud para las mujeres embarazadas?

€ Trato amable y cordial

€ No tener que hacer largas esperas en citas y turnos

€ Medicinas suficientes

€ Ambientes apropiados

€ Atención humanizada

€ Trato preferencial

€ Otros ¿cuál?

9. ¿Qué problemas tiene el establecimiento de salud al que acude?

€ Maltrato por el personal de salud y administrativo al paciente

€ Falta de atención

€ Demoras en la atención y tiempos de espera largos

€ . Falta o insuficientes medicinas

€ Condiciones inapropiadas del establecimiento

€ Condiciones inapropiadas de los equipos

€ Otro ¿Cuál? _____

11. ¿A usted le gustaría tener un proceso de parto con partera?

€ Si

€ No

¿Por qué?

12. ¿Le gustaría tener en su ciudad un centro materno donde cuente con el acompañamiento desde la preconcepción, parto, posparto hasta la crianza de la primera infancia?

€ Si

€ No

13. Señale los servicios que le parecen más importantes en el proceso de parto y posparto

€ Urgencias

€ Cuidado del ombligo

€ Nutrición

€ Remedios Naturales

€ Masajes

€ Baño de bebe

€ Asesoría de lactancia

€ Acompañamiento psicológico