

**UNIVERSIDAD ESAN**



**APERTURA DE UNA CLÍNICA MATERNO INFANTIL  
EN LIMA NORTE**

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para optar el  
grado de Magister en Administración

Presentada por:

Wilian Cabanillas Valdivieso

Miguel Rentería Coronel

Williams Sarmiento Rojas

Programa de Maestría en Administración a Tiempo Parcial 58-1

Lima, 31 de marzo del 2017

## **Resumen Ejecutivo**

Maestría en:	Magíster en Administración
Título de la tesis:	<b>Plan de negocio: "Apertura de una Clínica Materno Infantil en Lima Norte "</b>
Autor(es):	Wilian Cabanillas Valdivieso Miguel Rentería Coronel Williams Sarmiento Rojas

### **RESUMEN:**

El plan de negocio surge ante el crecimiento de las expectativas de desarrollo de la población peruana al crecer el PBI per cápita y la falta de alternativas de ofertas de salud exclusiva en las especialidades de ginecología, obstetricia y sub especialidades pediátricas en los distritos de Lima Norte, en donde la mala atención, la falta de interés de las enfermeras, la poca preocupación de los médicos, diagnósticos no acertados y hacinamiento de los actuales centros de salud de Lima Norte ocasionan malestar y generan una mala experiencia en la atención de la salud de las mujeres y sus hijos.

La presente tesis tiene como objetivos:

- Determinar la viabilidad Económica – Financiera para la apertura de una Clínica Materno Infantil en Lima Norte que permita brindar un exclusivo servicio a través de las especialidades de ginecología, obstetricia y pediatría.
- Desarrollar el estudio de mercado que permita analizar y determinar la demanda potencial (mujeres, madre gestante y el niño) con fin de atender el crecimiento de Lima Norte.
- Desarrollar un análisis estratégico de la clínica materno infantil.
- Realizar el análisis de la cartera de servicios y beneficios que ofrecerá la clínica materno infantil en Lima Norte.
- La elaboración de plan de marketing, plan de operaciones, plan de recursos humanos y plan financiero alineados para la viabilidad del proyecto.

Con el fin de identificar el público objetivo se aplicaron técnicas de recolección de información primarias como entrevistas a expertos, focus groups y encuestas determinándose que el target estará constituido por mujeres y madres de los NSE B Y C1 de 18 a 45 años de edad y sus niños hasta los 12 años de los distritos de Comas, Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres en Lima Norte.

Para concretar los objetivos se han elaborado planes que abarcan los diferentes aspectos de la organización de la clínica; como:

En el plan de marketing una vez identificadas las necesidades y las expectativas del público objetivo se aplicarán las estrategias que permitan la captación de los pacientes como campañas de salud, publicidad *face to face* y publicidad en radios, revistas y redes sociales como Facebook y correos electrónicos los cuales harán

conseguir una participación en el mercado en obstetricia de 5.8%, en ginecología 9.8% y en pediatría 2.5%, todo en el primer año de funcionamiento.

El plan de operaciones asegura la capacidad para las atenciones ambulatorias y de hospitalización en un 38% en el primer año, se identificará la ubicación estratégica y la infraestructura será un local propio construido especialmente para las atenciones pediátricas y ginecológicas y por último se diseñarán los procesos operativos de abastecimiento y manejo de proveedores, asimismo la tecnología permitirá la administración eficiente de los recursos financieros y operativos, con estas actividades se espera una satisfacción del paciente en un 95% en el primer año.

En el plan de recursos humanos se asegura la satisfacción del colaborador en un 80% en el primer año hasta un 90% el décimo año, esto se logrará mediante el incremento de sueldos en 4.3% cada año para el personal en planilla y mediante la participación del personal en programas de capacitación en materias propias de su carrera y de servicios de atención al cliente.

En el plan financiero se evalúa el proyecto para determinar la factibilidad económica financier, en el escenario de Alta Precio y Menor Demanda, donde incrementando los precios en un 25%, la demanda disminuye en -30%, el TIR es 37% y el VANF S/. 4'852,422; en el escenario de Precio Moderado y Menor demanda, donde incrementando los precios en un 10%, la demanda disminuye en -15%, el TIR es 32% y el VANF S/. 3'028,380; y finalmente en el escenario de Bajo Precio, bajo costo y mayor Demanda, donde reduciendo los precios en un 10%, la demanda se incrementa en 10%, el TIR es 26% y el VANF S/. 1'116,437 siendo el más bajo de todos.

En último lugar luego de las evaluaciones y estudios elaborados, se concluye que el proyecto para la "Apertura de una Clínica Materno Infantil en Lima Norte" resulta viable económicamente, sustentado en:

- Se comprobó que el VANE es igual a S/ 1'685,112 y una TIRE anual de 29.2%, con un KOA de 23.8% y financieramente el VANF S/ 1'884,288, un TIRF de 28.5% mayor al su Ko 22.44%, lo cual representa un entorno favorable y atractivo, siendo rentable en sus tres escenarios.
- La evaluación del concepto determino que el 86% lo considera innovador y muy diferente; el 98% señalaron su deseo de ir a la clínica y el 82% estuvieron de acuerdo con el precio.
- Los principales atributos son los precios accesibles, staff médico profesional con experiencia y servicio con calidez, empatía y calidad.
- Las sub especialidades pediátricas requeridas son: (i) Neumología, (ii) Otorrinolaringología, (iii) Gastroenterología y (iv) Endocrinología.
- La estrategia de posicionamiento apunta al centro de salud especializado en enfermedades ginecológicas, pediatras y gineco-obstetra vs la mejor calidad-precio.
- La clínica contará con un plan de retención y un programa de capacitación dirigido a los médicos y colaboradores que ayudarán a mantener el nivel profesional de la clínica, logrando una satisfacción con los clientes.

*Resumen elaborado por los autores*