

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SALUD DE APOYO PSICOLÓGICO Y MOTIVACIONAL PARA LA COMUNIDAD TRAVESTI, TRANSEXUAL UBICADO EN EL NORTE DE QUITO, SECTOR LA IÑAQUITO”.**

**AUTORA:**

**MARÍA GABRIELA RISUEÑO CAMINO**

**DIRECTOR:**

**RODRIGO ARROYO**

**Quito-Febrero-2013**

# **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

Los conceptos desarrollados, análisis y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

**Quito-Febrero-2013**

---

María Gabriela Risueño Camino

C.I. 1720250057

## **DEDICATORIA**

*Quiero dedicar mi trabajo de grado a mi familia por su apoyo y amor incondicional en todo momento. Pero de manera especial a mi padre Juan quien ha sido un ejemplo para mí, y me ha demostrado que la perseverancia y convicción siempre da sus frutos, y a mi madre Martha quien me ahora me mira desde el cielo y me dado las herramientas para poder ser una mujer de bien y ahora culminar una etapa en mi vida.*

.

*A todos aquellos que forman parte de la Comunidad TRANS quienes fueron la inspiración para este proyecto y colaboraron con mi proyecto con la ilusión de que en algún momento esta idea se haga realidad.*

**María Gabriela Risueño Camino**

## Índice

Introducción.....	1
Capítulo I: Estudio de mercado .....	4
1.1 Identificación del bien o servicio.....	4
1.1.1 Usos.....	4
1.1.2 Usuarios.....	5
1.1.3 Presentación .....	5
1.1.4 Servicio .....	5
1.2 Demanda.....	10
1.2.1 Análisis de la demanda.....	11
1.2.2 Objetivos.....	12
1.2.3 Variables de la demanda.....	12
1.2.4 Comportamiento histórico de la demanda .....	15
1.2.5 Proyección de la demanda .....	17
1.2.6 Área del mercado .....	19
1.3 La oferta.....	52
1.3.1 Clasificación de la oferta.....	53
1.3.3 Análisis de servicios sustitutos .....	55
1.3.3 Proyección de la oferta.....	55
1.4 Determinar el tamaño de la demanda potencial insatisfecha.....	56
1.5 Mix de marketing.....	57
1.5.1 Servicio.....	57

1.5.2 Precio.....	60
1.5.3 Plaza .....	61
1.5.4 Promoción.....	62
Capítulo II: Estudio Técnico .....	63
2.1 Determinación del tamaño del Centro.....	63
2.2 Curva de la demanda proyectada.....	63
2.3 Capacidad de operaciones.....	65
2.4 Análisis de macrolocalización.....	66
2.5 Análisis de microlocalización.....	68
2.6 Flujograma de servicio.....	71
2.6.1 Procedimientos del servicio .....	76
2.7 Distribución de áreas de trabajo.....	76
2.8 Ingeniería del proyecto.....	77
2.8.1 Tecnología, instrumentos y equipos para el funcionamiento .....	77
2.8.2 Materiales e insumos para el funcionamiento .....	81
2.8.2 Infraestructura.....	82
2.9 Administración de la empresa.....	83
2.9.1 Empresa y organización .....	83
2.10 Marco legal de la empresa.....	97
2.10.1 Organismos controladores y registros .....	97
2.10.2 Base legal - salud .....	99
Capítulo III: Estudio Financiero y de Evaluación .....	102
3.1 Inversión.....	102
3.1.1 Activos fijos.....	102
3.1.2 Activo diferido.....	106

3.1.3 Capital de trabajo.....	107
3.1.4 Depreciaciones.....	112
3.2 Fuentes de financiamiento.....	113
3.2.1 Amortización de financiamiento.....	114
3.3 Presupuesto de egresos.....	115
3.4 Presupuesto de ingresos.....	117
3.5 Flujo de caja.....	119
3.6 Estado de situación inicial.....	121
3.7 Estado de pérdidas y ganancias.....	121
3.8 Método de evaluación.....	123
3.8.2 Valor actual neto.....	124
3.8.3 Tasa interna de retorno.....	124
3.8.4 Recuperación de la inversión.....	125
3.8.5 Relación beneficio-costo.....	126
Capítulo IV: Estudio de Impacto.....	128
4.1 Evaluación social.....	128
4.1.1 Contribución a la comunidad GLBT.....	132
4.2 Evaluación ambiental.....	133
4.2.1 Desechos del centro.....	133
4.2.2 Puntos importantes sobre los desechos hospitalarios.....	134
Conclusiones y Recomendaciones.....	138
Lista de Referencias.....	142
Netgrafía.....	142
Bibliografía.....	147
Glosario.....	151



## Índice de Cuadros

Cuadro N° 1: Clasificación de la Demanda .....	11
Cuadro N° 2: Comunidad GLBT que acceden a: Salud, Psicología y Motivacional .....	15
Cuadro N° 3: Demanda de la Comunidad GLBT que acceden a las diferentes áreas como: Salud, Psicología, Motivación, Información y Ocupacional .....	16
Cuadro N° 4: Proyección de la Demanda .....	17
Cuadro N° 5: Encuesta Piloto .....	21
Cuadro N° 6: Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica? .....	28
Cuadro N° 7: Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica?(Solo grupo TRANS) .....	30
Cuadro N° 8: Actualmente usted cuenta con?.....	31
Cuadro N° 9: Usted actualmente cuenta con el apoyo de? .....	33
Cuadro N° 10: Usted ha podido asistir a alguno de estos centros? .....	34
Cuadro N° 11: Sigue asistiendo a uno o varios centros marcados en la pregunta anterior (Pregunta 4) ? .....	36
Cuadro N° 12: Si su respuesta fue no porque ha dejado de asistir? .....	37
Cuadro N° 13: Al momento de buscar un centro de atención usted busca ayuda en que aspecto?.....	38
Cuadro N° 14: Para acceder algún centro usted considera? .....	40
Cuadro N° 15: Usted que beneficios buscaría en un centro de ayuda? .....	41
Cuadro N° 16: Usted considera necesaria la creación de un Centro que brinde atención en: Salud, Psicología y Motivación .....	43
Cuadro N° 17: Segmentación Geográfica del Servicio .....	45
Cuadro N° 18: Segmentación Demográfica.....	46
Cuadro N° 19: Segmentación Demográfica Ocupación-TRANS.....	47
Cuadro N° 20: Segmentación Demográfica Ocupación-Edades .....	47
Cuadro N° 21: Segmentación Psicográfica .....	48
Cuadro N° 22: Segmentación por Beneficios .....	49

lpkCuadro N° 23: Segmentación por Beneficios .....	50
Cuadro N° 24: Segmentación por beneficios centros de ayuda .....	41
Cuadro N° 25: Oferta de centros de ayuda para la comunidad .....	54
Cuadro N° 26: Proyección de la oferta .....	55
Cuadro N° 27: Tamaño de la demanda potencial insatisfecha .....	57
Cuadro N° 28: Precios de servicios en instituciones .....	60
Cuadro N° 29: Demanda proyectada y demanda insatisfecha proyectada .....	64
Cuadro N° 30: Capacidad .....	65
Cuadro N° 31: Macrolocalización del proyecto .....	67
Cuadro N° 32: Microlocalización del proyecto .....	68
Cuadro N° 33: Tabla de equipos para servicios .....	78
Cuadro N° 34: Muebles y enseres .....	79
Cuadro N° 35: Tabla de equipo computación .....	81
Cuadro N° 36: Materiales e insumos .....	82
Cuadro N° 37: Adecuaciones de infraestructura .....	82
Cuadro N° 38: Costos de Infraestructura .....	103
Cuadro N° 39: Costos de Equipos Tecnológicos .....	103
Cuadro N° 40: Costos de Equipos Médicos .....	104
Cuadro N° 41: Costos de Muebles y Enseres .....	105
Cuadro N° 42: Gasto Constitución .....	106
Cuadro N° 43: Activo Diferido .....	107
Cuadro N° 44: Capital de Trabajo .....	108
Cuadro N° 45: Recuperación de Capital de Trabajo .....	109
Cuadro N° 46: Honorarios .....	109
Cuadro N° 47: Detalle de Materiales para el Servicio 1 .....	110
Cuadro N° 48: Detalle de Materiales para el Servicio 2 .....	110
Cuadro N° 49: Detalle de Servicios Básicos .....	111
Cuadro N° 50: Gastos Administrativos .....	112
Cuadro N° 51: Depreciaciones .....	113
Cuadro N° 52: División de Capital .....	114
Cuadro N° 53: Préstamo .....	114

Cuadro N° 54: Amortización de Préstamo .....	114
Cuadro N° 55: Presupuesto de Egresos .....	117
Cuadro N° 56: Presupuesto de Ingresos .....	119
Cuadro N° 57: Flujo Neto del Proyecto .....	120
Cuadro N° 58: Estado de Situación Inicial .....	121
Cuadro N° 59: Estado de Pérdidas y Ganancias .....	122
Cuadro N° 60:TMAR .....	123
Cuadro N° 61: TIR .....	125
Cuadro N° 62: Período de Recuperación .....	127
Cuadro N° 63: Beneficio-Costo .....	129

## Índice de Gráficos

Gráfico N° 1: Encuesta Piloto .....	21
Gráfico N° 2: Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica? .....	29
Gráfico N° 3: Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica? .....	30
Gráfico N° 4: Actualmente usted cuenta con? .....	32
Gráfico N° 5: Usted actualmente cuenta con el apoyo de? .....	33
Gráfico N° 6: Usted ha podido asistir a alguno de estos centros? .....	35
Gráfico N° 7: Sigue asistiendo a uno o varios centros marcados en la pregunta anterior (Pregunta 4) ? .....	36
Gráfico N° 8: Si su respuesta fue no porque ha dejado de asistir? .....	37
Gráfico N° 9: Al momento de buscar un centro de atención usted busca ayuda en que aspecto? .....	39
Gráfico N° 10: Para acceder algún centro usted considera? .....	40
Gráfico N° 11: Usted considera necesaria la creación de un Centro que brinde atención en: Salud, Psicología y Motivación? .....	42
Gráfico N° 12: Usted considera necesaria la creación de un Centro que brinde atención en: Salud, Psicología y Motivación .....	43
Gráfico N° 13: Logo de CENTRO TRANS .....	58
Gráfico N°14: Slogan del Centro .....	59
Gráfico N° 15: Localización del Centro de Apoyo para la Comunidad TRANS .....	61
Gráfico N° 16: Tácticas de Promoción .....	62
Gráfico N°15: Demanda Proyectada y Demanda Insatisfecha Proyectada .....	64
Gráfico N° 17: Localización de la Ciudad de Quito .....	67
Gráfico N° 18: División de Quito en Parroquias .....	69
Gráfico N° 19: Localización de Ñaquito .....	70
Gráfico N° 20: Localización del Centro de Apoyo para la Comunidad TRANS .....	71
Gráfico N° 21: Simbología de Flujograma .....	72
Gráfico N° 21: Flujograma de Servicio de Salud .....	73
Gráfico N° 22: Flujograma de Servicio de Psicología .....	74
Gráfico N° 23: Flujograma de Servicio Motivacional .....	75

Grafico N° 24: Organigrama Lineal del Centro ..... 88

## Resumen

El CENTRO TRANS, brindará atención dentro de tres áreas importante como lo son: salud (salud primaria), psicológica y motivacional, de forma exclusiva para la Comunidad TRANS, la misma que forma parte de la Comunidad GLBT y está conformada por 2 subgrupos de importancia, los cuales son: Travestis y Transexuales. El estudio de Mercado nos demostró que esta comunidad posee varios Centros e Instituciones de ayuda entre las más importante: ALFIL GLBTH, PRIDE CENTER GLBT, CRISALYS, CASA TRANS, EQUIDAD y Centro de Equidad y Justicia las tres MANUELAS, las mismas que ofrecen ayuda psicológica, motivacional, informativa y ocupacional. El número de personas declaradas como GLBT, siendo los TRANS los más evidentes, que viven en la ciudad de Quito son 182.808 habitantes los cuales en el momento de la aplicación de la encuesta a solo 323 personas TRANS, nos permitió determinar la aceptación de nuestro servicio para aquellos declarados como TRANS que vivan en la Ciudad de Quito, que busquen atención en Salud, Psicología y Motivación.

Dentro del estudio técnico del Centro para medir la capacidad se realizó dentro de cada área un aproximado de atención por tiempo lo cual nos da un promedio de capacidad por servicio de 10400 pacientes, mientras que en la colocación de inyecciones un promedio de 70 por día. El estudio financiero nos demuestra cuanto es la inversión inicial del Centro, la misma que es de \$17.531,94 incluyendo Activo fijo, intangible y capital de trabajo, y realizando las proyecciones de ingresos tomando la inflación mínima esperado en los próximos años de vida del Centro podemos ver que nuestros egresos proyectados no son superados por nuestros ingresos proyectados, sin olvidar que el Centro pedirá un préstamo a la Corporación Financiera a 10,50% tan solo el 70% de la inversión inicial, lo cual termina pagando al finalizar el quinto año, con un estimado de ganancia.

Para finalizar tenemos el estudio de impacto el cual nos permite entender el impacto en sí que va a tener la colocación del Centro en el ámbito social y Ambiental, ya que lo que significaría la instalación de este Centro para la Sociedad en general es que nos hará ver más humanos como una sociedad en busca de una igualdad de derechos para todos, y en el ámbito ambiental el Centro mantendrá un programa de reciclaje, sin olvidar el tratamiento especial q deben tener aquellos desechos denominados como infecciosos

## **Introducción**

La Comunidad GLBT en nuestro país se denominan aquellos que abiertamente se han declarado parte de esta comunidad, dentro de la cual existen diferentes grupos y cada uno determinado por una letra, de la siguiente manera: G para Gays, L para Lesbianas, B para Bisexuales y T para Trans. Esta comunidad empieza a definirse como tal y a tomar acciones frente a varios abusos sufridos durante muchos años por parte de la sociedad, en 1994, ya que estaban cansados de tanta discriminación y desigualdad de derechos a esto se le sumaba la actitud de la policía nacional quienes los detenía ilegalmente en las famosas “batidas” en aras del “orden y las buenas costumbres”; es así que varios grupos en las diferentes ciudades se unieron para buscar la legalización como organizaciones homosexuales pero tal reconocimiento era imposible en vista de que la homosexualidad era penalizada. En 1995 entra en acción FEDAEPS (Fundación Ecuatoriana de Ayuda, Educación y Prevención del Sida), organización cuyo objetivo era la ayuda, educación y prevención de VIH quienes conjuntamente con el apoyo incondicional de la APDH (Asamblea Permanente por los Derechos Humanos), Organización de Derechos Humanos de la ciudad de Quito y a esto se sumaron las ciudadanas TRANS trabajadoras sexuales del sector de la Mariscal denominadas como Grupo Coccinelli más varios activistas y grupos independientes, quienes conjuntamente dan inicio a una campaña mundial de llamamientos de atención al gobierno de turno, solicitando la despenalización de la homosexualidad, al mismo tiempo piden investigar los crímenes de odio por orientación sexual que se dio en contra de las ciudadanas TRANS, muchas de ellas eran trabajadoras sexuales del sector de la Mariscal de la ciudad de Quito, con este proceso se logró la adhesión de varios diputados a la causa y también la atención de los medios de comunicación ya que con su opinión y cobertura de la campaña creó conciencia de lo que vivía esta comunidad a la ciudadanía en general. Aunque fue un avance fue difícil plantearlo en el Congreso, ya que en esa época era un tabú este tema, pero aun así se presenta la demanda de inconstitucionalidad del Artículo # 516 ante el Tribunal Constitucional, y en Septiembre de 1997 gracias a la gestión del Doctor Ernesto López que actuó como defensor de los demandantes y más compañeros

activistas se presentaron las firmas de respaldo y la demanda ante el Tribunal Constitucional, por lo cual el 25 de septiembre de 1987 dejaron de ser considerados delincuentes todo aquel que tenga una orientación sexual diferente. En la actualidad siguen las transgresiones con más violencia ya que se ha desatado una ola de asesinatos en contra de la comunidad GLBT, siendo la comunidad TRANS la más vulnerable. A pesar que todos estos actos criminales que son de dominio público ninguna autoridad se pronuncia al respecto y mucho menos iniciar procesos de investigación para sancionar estos crímenes por orientación sexual.

Como podemos ver la Comunidad GLBT dentro de la sociedad ecuatoriana se encuentra bastante restringida ya que mantienen preferencias fuera de las convencionales y aunque han tendido avances, aun son excluidos por la misma sociedad, siendo su grupo más sensible a la exclusión y abuso, el más notable, la comunidad TRANS.

El mismo que se encuentra conformado por dos subgrupos y estos son: Travestis y Transexuales. Me refiero como más notables de acuerdo a las características que mantiene cada uno de estos, las cuales las describo a continuación:

El primer grupo "Travestis" se define como personas que adoptan características físicas y psicológicas propias del sexo opuesto, es decir, en ocasiones adoptan las vestimentas y actitudes convencionalmente designadas y utilizadas por el sexo opuesto, a pesar de sentirse bien con el sexo que nacieron y no tener algún problema con su género, sienten una peculiar satisfacción escenificando al sexo opuesto. Una parte de este grupo llega a modificar su cuerpo mediante hormonas, depilación del vello corporal pero manteniendo su género. Por otro lado se encuentra el segundo grupo "Transexuales" quienes presentan una contrariedad entre la identidad de género y el género biológico, es decir una persona transexual es aquella que siente que su identidad sexual está en conflicto con su sexo. Tienen un profundo deseo de modificar las características sexuales externas que no corresponden con el género con el que se sienten identificados y esto hace que busquen pasar por un proceso llamado transición para adaptar su cuerpo al género al cual sienten que pertenecen. A esto proceso se denomina operación de "cambio de sexo" pero el cambio existe previamente en la psique de la persona transexual. Lo que se modifica no es el sexo sino la apariencia de sus genitales sexuales externos mediante una

cirugía de reconstrucción genital y sus caracteres sexuales secundarios mediante una terapia de reemplazo hormonal.

Como podemos ver sus preferencias y gustos los llevan a aislarse de la sociedad, ya que aún en la actualidad sigue siendo un tabú, es por esto que la situación de esta comunidad es realmente crítica ya que deben vivir con los prejuicios constantes de aquellos que no comprenden sus preferencias y mantener una vida llena de restricciones en varios ámbitos, uno de ellos y de mayor importancia, es la salud ya que no pueden acceder fácilmente a esta, es así que de esta situación se deriva la idea de crear un Centro de ayuda en tres áreas importantes y estos son: salud, psicología y motivacional. Dando mayor importancia en la salud, ya que considero a esta área de orden vital, y por otro lado también no tendría una competencia directa en esta área. Como áreas complementarias el Centro brindará ayuda psicológica y motivacional indispensable para este grupo, aunque las expongo como áreas de apoyo ya que existen centros de la Comunidad GLBT que ofrecen ayuda en estos ámbitos, es decir tengo competencia directa. Aunque el Centro buscará una retribución económica tanto para mantener sus operaciones como para sus socios, también se creará en sentido de ayuda para la Comunidad TRANS ya que buscaré ofrecer un servicio de calidad pero con respeto y sin discriminaciones de ningún tipo.

## **Capítulo I: Estudio de Mercado**

El estudio de mercado de un proyecto es uno de los análisis más importantes y complejos que debe realizar el investigador. Más que centrar la investigación en el consumidor y la cantidad del producto que demandará, tiene que estudiar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, las condiciones del mercado externo. (Hernández, et al., 2005, p.19)

El estudio de mercado mediante la “recopilación y análisis de antecedentes determinará la conveniencia de ofrecer o no un determinado bien o servicio” (Miranda, et al.,2005, pg. 87). Nos ayudará a determinar la existencia de un segmento de mercado y además conocer el perfil del mismo y cuantificarlo.

### **1.1 Identificación del bien o servicio**

Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo. (Sandhunsen, et al., 2002, pg. 56).

Para determinar las características únicas del servicio lo dividiré en varios puntos a definir, entre ellos están los siguientes:

#### **1.1.1 Usos**

Este es un servicio clasificado dentro de lo que comprende el sector de salud, es por esto que fundamentalmente velará por brindar solución a los problemas de salud que tenga el grupo TRANS, complementando esta parte del servicio con apoyo dentro del campo psicológico y motivacional, buscando darles mantener intacta la integridad de este grupo como tal y tratando de apoyar su desarrollo como comunidad y como individuos.

### **1.1.2 Usuarios**

Dentro de este punto sabemos que el acceso a salud es un derecho de todo individuo que viva en una sociedad, aunque por otro lado es de destacar que vivimos en una sociedad tan cerrada y llena de tabúes, por lo que este grupo aunque forma parte de la sociedad se ha visto relegado y no tiene acceso alguno a salud. Es así que se determina quienes son usuarios del servicio que brindará el Centro, serán todos aquellos que forman parte del grupo denominado TRANS, refiriéndonos a Travestis y Transexuales, los mismos que deben vivir en Quito, teniendo un nivel socioeconómico que puede variar desde media hasta media baja que es la escala que ocupan la gran mayoría del grupo TRANS.

### **1.1.3 Presentación**

La presentación que tendrá este servicio estará representado en las instalaciones, es decir las separaciones de cada área de atención como lo son: salud, psicológico y motivacional. Cada área será decorada y equipada de forma armónica, cubriendo además lo que es servicios básicos y adicional a esto una sala de espera que permita a nuestros clientes comodidad y relajación, sin olvidar una área administrativa al igual que un área de recepción. Se realizará una separación y una colocación de cada área para funcionamiento del personal y además para los usuarios evitando así los cuellos de botella.

### **1.1.4 Servicio**

Dentro de este punto, dividiremos al servicio que vamos a ofrecer en tres áreas importantes, como lo son:

- Salud
  - Salud Primaria
- Psicológico
  - Psico-Familiar
  - Psico-Afectivo
  - Psico-Social
- Motivacional

#### **1.1.4.1 Clasificación del servicio**

##### **Por la naturaleza del servicio**

Este servicio dado su naturaleza se lo puede definir como servicio de salud, aunque debemos destacar que el Centro de ayuda ofrecerá su servicio aplicado a tres áreas importantes como los son: salud, psicología y motivación enfocadas para el grupo TRANS. Las consultas y de ser necesario los tratamientos se realizarán con el profesional especializado en el área requerida.

##### **Bien intangible acompañado de producto**

Este Centro de apoyo está clasificado como un bien intangible acompañado de producto ya que aunque se enfoque mayormente a dar un servicio de diagnóstico o revisión no se debe olvidar que cada especialista dentro de cada área necesitará varios implementos o materiales (producto) para poder ofrecer el servicio como tal.

##### **Servicio de especialización**

Se puede denominar como un servicio de especialización ya que es un servicio exclusivo para el grupo TRANS, por otro lado existen un número reducido de centros sustitutos ya que en una de sus áreas se lo puede tomar como un servicio nuevo.

#### **1.1.4.2 Características del servicio**

- **Salud:**
  - **Salud Primaria:**

El Instituto de Medicina describe a la salud primaria como el fundamento principal del sistema de cuidado de la salud. La salud primaria o también denominado cuidado primario es la base de un conjunto de servicios de salud que procuran un cuidado integral, con énfasis en la prevención y promoción de la salud, así como en el apoyo al paciente.

Esto determina que dentro de salud primaria se deberá tomar como acción el diagnóstico, prevención, curación y rehabilitación, cada una de estas, solo dentro de un nivel primario y local, en este caso para beneficio de la comunidad TRANS que vive en Quito.

Por otro lado debemos tomar en cuenta 3 características básicas de la atención Primaria, y estas son:

- ✓ La accesibilidad, en mi caso al ser un Centro que ofrece un servicio de especialización enfocamos esta característica al hecho de ofrecer un servicio, tan vital como la salud, a esta comunidad que ha sido excluida totalmente tanto de centros públicos como privados que ofrecen salud.
- ✓ La integralidad que es la capacidad de resolver la mayoría de los problemas de salud de la población atendida, apuntando aquellos problemas que como comunidad TRANS poseen, ya que muchos utilizan hormonas o se realizan intervenciones quirúrgicas para cambiar su cuerpo.
- ✓ La continuidad que es el seguimiento de los distintos problemas de salud de un paciente por el mismo médico, esto se mantendrá en fichas médicas de cada paciente aunque asista al centro una sola vez, obviamente bajo total confidencialidad.

Mientras que las funciones básicas de esta área y quienes trabajen en ella se basará en:

- ✓ La indicación o prescripción y la realización, en su caso, de procedimientos diagnósticos y terapéuticos.
- ✓ Las actividades en materia de prevención, promoción de la salud y atención comunitaria.
- ✓ Las actividades de información y vigilancia en la protección de la salud.
- ✓ Las atenciones y servicios específicos relativos a travestis y transexuales de acorde a su edad.

Al realizar cada una de estas funciones el personal de esta área debe dar énfasis en toda información relacionada a la correcta administración de hormonas, atención y ayuda e información sobre los procedimientos quirúrgicos (implantes o cambio de sexo), y como último punto el tratamiento, curación sobre enfermedades venéreas (solo aquellas leves o aquellas cuales el centro puede atender), aunque se dará información acerca de enfermedades de transmisión sexual denominadas graves.

- **Psicológico:**

La Psicología actualmente se define como el estudio de la conducta y de los procesos mentales. Dentro de la conducta están denominadas aquellas conductas manifiestas (leer un libro, aprender un idioma, etc) y aquellas conductas ocultas, es decir, las actividades privadas e internas (pensar, recordar, etc). (Domínguez, 2011, p. 100)

Aunque desde 1980(Boletín del Estado) la transexualidad es catalogada como un trastorno mental, en la actualidad a partir de julio del 2011(Boletín del Estado) se toma esto como una forma de discriminación de los derechos humanos por orientación sexual. En realidad, las personas transexuales y travestis no demandan que se les atienda porque sufren una patología o un trastorno, sino por los obstáculos sociales que encuentran en el libre desarrollo de sus derechos más fundamentales y por el dolor y la angustia con que tales dificultades llenan sus vidas

De acuerdo a la investigación realizada, al frente de esta área debe estar un Psicólogo Clínico, el mismo que utilizará varios métodos para conseguir que el paciente en cuestión pueda lograr una serie de mejoras y cambios positivos en lo que respecta a su comportamiento, a su salud psíquica y física, además buscando la adaptación al entorno o a su identidad psicológica. El contacto será directo y personal entre el especialista y quien acude a él para iniciar un tratamiento, en especial a través del diálogo para lograr un cambio en el paciente. Las áreas más comunes de acuerdo a la investigación de campo son tres importantes y estas son:

- **Psico-Familiar:**

Dentro de esta área se hará un énfasis en aquellas situaciones pasadas o presentes que ha tenido cada paciente dentro de su círculo familiar, sea que el paciente viva con su familia o no y sea aceptado o no. Procuraremos dar apoyo aquellos pacientes que no hayan sido aceptados ya sea totalmente o parcialmente por aquellos que forman parte de su círculo familiar, permitiéndole al paciente una mejor comprensión de hechos pasados, de su situación actual y como en caminar estos hechos ocurridos de una forma sana y enriquecedora para el individuo.

- **Psico-Afectivo:**

Para este punto el especialista se enfocará en todas aquellas situaciones y personas que han influido en la situación actual del paciente, se buscará y se enfatizará en mejorar la visión que tiene el paciente de si mismo, aumentando así su autoestima y aceptación.

- **Psico-Social:**

Como otro punto tenemos el aspecto social ya que como sabemos este grupo ha tenido varias trabas para poder vivir su elección con igualdad y libertad. Es así que el especialista procurará mejorar su respeto por si mismo al igual que su seguridad para enfrentar todos aquellos obstáculos que significa vivir en una sociedad llena de tabúes.

● **Motivacional:**

Es el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento, hasta alcanzar la meta u objetivo deseado.

El Centro crea como unidad de apoyo, esta área de Motivación ya que como conocemos este grupo al ser el más sensible de convertirse en víctima de varios prejuicios por parte de la sociedad, es mucho más propenso a tener una baja autoestima lo cual limita desde su comportamiento hasta en sus logros. Es por esto que esta área contará con un Psicólogo que tenga un Diplomado en Programación Neuro- Lingüística, ya que como Psicólogo podrá lidiar con los problemas que vive este grupo en particular y al tener el Diplomado buscará de acuerdo a cada persona o grupo la manera de crear motivación.

Esta área se enfocará en:

- ✓ Equilibrar emociones,
- ✓ Elevar el nivel vibratorio de los pensamientos del paciente,
- ✓ Aumentar la autoestima, expandir la conciencia y desarrollo de cualidades positivas,
- ✓ Superar estados y situaciones no deseados,
- ✓ Ejercicios de visualización y sugestión para alcanzar objetivos, concretar proyectos, eliminar rasgos negativos de personalidad y carácter
- ✓ Mejora la calidad de vida, y relaciones familiares, y sociales tanto dentro de su comunidad como con el resto de la sociedad, incluso con aquellos que no aceptan su orientación sexual.

Este proceso se lo realizará bajo conversaciones individuales cara a cara con el paciente y también de forma grupal, para que exista una interacción de varios pensamientos, situaciones y problemas, esto le permitirá al individuo sentir empatía y sentirse parte de algo al ayudarse ayudando a otros.

### **1.1.5 Sistemas de distribución**

Dentro de lo que es el sistema de distribución, nuestro servicio se brindará totalmente de forma directa ya que quienes deseen acceder a nuestro servicio deberán acercarse las instalaciones ubicadas en el norte de Quito, sector Ñaquito.

## **1.2 Demanda**

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a obtener nuestro servicio y a qué precio. De esta información se obtendrán datos sumamente importantes que nos permitan conocer si nuestro servicio tendrá una aceptación y un público que justifique nuestra inversión.

## 1.2.1 Análisis de la demanda

### 1.2.1.1 Clasificación de la demanda

**Cuadro N° 1: Clasificación de la Demanda**

	<b>Demanda Satisfecha</b>
<b>Su oportunidad</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
	<b>Demanda de bienes /servicios necesarios</b>
<b>Su Necesidad</b>	<b>Demanda de bienes /servicios no necesarios</b>
	<b>Demanda Continua</b>
<b>Su Temporalidad</b>	<b>Demanda Pasajera</b>
	<b>Demanda Estacional o Cíclica</b>
<b>Su Destino</b>	<b>Demanda de bienes/servicios finales</b>
	<b>Demanda de bienes/servicios intermedios</b>

**Fuente:** Chaín Sapag Nassir, Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación, 2007

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

#### **Por la oportunidad**

La demanda es insatisfecha pues no existe ningún Centro que ofrezca ayuda en Salud, Psicología y Motivación de forma conjunta. Y como sabemos este grupo no tiene acceso a salud.

#### **Por la necesidad**

La demanda es de un servicio necesario ya que la salud tanto física y mental es una necesidad que debe ser cubierta.

### **Por la temporalidad**

La demanda es continua ya que dentro de las tres áreas existirá una persona parte de este grupo que necesite ayuda o de un tratamiento a un tiempo futuro.

### **Por el destino**

La demanda es de servicios finales pues el contacto es directo entre la Centro y los pacientes.

## **1.2.2 Objetivos**

### **1.2.2.1 Objetivo General**

Determinar la demanda mediante una recolección de datos que permitan conocer y analizar la real posibilidad de aceptación de este tipo de servicio en el mercado identificando las características de los consumidores así como sus necesidades y lo que esperan en cuando al servicio.

### **1.2.2.2 Objetivos Específicos**

- Conocer las necesidades y preferencias además de los hábitos de consumo del mercado meta mediante el análisis de las encuestas.
- Concretar los aspectos estratégicos y tácticas mediante un análisis de resultados que permitan aprovechar y sustentar el desarrollo de la empresa

## **1.2.3 Variables de la Demanda**

La demanda depende del comportamiento de algunas variables tales como: nivel de ingreso de los consumidores, tasa de crecimiento de la población, comportamiento de bienes sustitutos y preferencias de los consumidores. (Cuadrado, 2009, pág. 74)

### **1.2.3.1 Nivel de Ingreso de Consumidores**

Dentro de este punto debemos enfatizarnos a datos expresados por varios centros de ayuda, como: Equidad, ALFIL, PRIDE ENTER, CRISALYS, CASA TRANS quienes nos hablan que aquellas personas del grupo Trans que han asistido a sus centros mantienen un nivel de vida dentro de lo denominado clase media y media baja, aunque no debemos olvidar un porcentaje de este grupo que trabaja en las calles y obviamente pertenecen a la clase baja. Es por esto que nuestro servicio se enfocará en aquellos que mantengan un nivel de vida de medio a medio bajo.

### **1.2.3.2 Tasa de crecimiento de la población**

En el Ecuador existen 14,3 millones (INEC, Población - Ecuador), de habitantes lo cual nos determina una tasa de crecimiento poblacional anual del Ecuador es de 1,24% (INEC, Población - Ecuador), que relativamente se mantiene en promedio con otros países latinoamericanos. Aunque no se tiene un dato claro de todos aquellos que forman parte del grupo TRANS sabemos que este grupo en la actualidad está aumentando ya que este grupo ha ido obteniendo grandes logros dentro de la sociedad, es por esto que tomaremos como referencia quienes pertenecen a la comunidad GLBT.

### **1.2.3.3 Comportamiento de bienes sustitutos**

Existen varias Instituciones en Quito que ayudan a este grupo, entre los más importantes tenemos: Asociación ALFIL, Trabajo en prevención del VIH/SIDA y Derechos, CAUSANA Fundación Lésbica movimiento de diversidades sexuales, La CASA TRANS, Centros de Equidad y Justicia las tres Manuelas, Centros para Interponer Demandas, Circulo Transgénero Crysalis, EQUIDAD, Fundación GLBT y Proyecto Transgénero y Redlactrans. Estos centros buscan el desarrollo de todo el grupo LGBT (lesbianas, gays, bisexual y TRANS) pero en su gran mayoría se centran en ayuda dentro de las áreas psicologías, motivacionales e información pero por el mismo hecho de ser fundaciones se encuentran limitadas y fundamentalmente no ofrecen un servicio tan necesario como lo es salud.

### **1.2.3.4 Preferencias de los consumidores**

Dentro de lo que es las preferencias de este grupo está la búsqueda de un servicio de salud en el cual se les atienda de una manera responsable, confiable y respetuosa.

### **1.2.3.5 Mercado objetivo**

Puede parecer que todo el mundo es un comprador posible del producto o servicio. Hasta cierto punto, es verdad, pero hay segmentos del mercado que están mucho mejor predispuestos que otros. (Cohen, et al., 1991, pág. 83)

#### **Caracterización del cliente:**

El cliente al cual nuestro Centro se enfoca es el denominado grupo TRANS, dentro del cual se encuentran:

- **Travestismo:** se define como personas que adoptan características físicas y psicológicas propias del sexo opuesto, es decir, en ocasiones adoptan las vestimentas y actitudes convencionalmente designadas y utilizadas por el sexo opuesto, a pesar de sentirse bien con el sexo que nacieron y no tener algún problema con su género, sienten una peculiar satisfacción escenificando al sexo opuesto. Una parte de este grupo llega a modificar su cuerpo mediante hormonas, depilación del vello corporal pero manteniendo su género.
- **Transexuales:** quienes presentan una contrariedad entre la identidad de género y el género biológico, es decir una persona transexual es aquella que siente que su identidad sexual está en conflicto con su sexo. Tienen un profundo deseo de modificar las características sexuales externas que no corresponden con el género con el que se sienten identificados y esto hace que busquen pasar por un proceso llamado transición para adaptar su cuerpo al género al cual sienten que pertenecen.

Enfocándonos así aquellos que no pudieron acceder o buscan atención dentro de tres áreas importantes como lo son: salud, psicología y motivacional. Este grupo debe vivir en Quito, pertenecer a la clase media a media baja y buscar un servicio profesional sin discriminación alguna.

#### 1.2.4 Comportamiento histórico de la demanda

Este proyecto se concentra en un Centro de salud de apoyo psicológico y motivacional para la comunidad travesti- transexual ubicado en el norte de Quito, sector Iñaquito.

Se realizará un análisis de aquellos que forman parte de la comunidad GLBT (Gays, Lesbianas, Bisexuales, Travestis y transexuales) tomando en cuenta que dentro de este número solo se encuentra aquellos que son declarados y de forma evidente la totalidad del grupo TRANS (Travestis-Transexuales), siendo este un total de 1.144.550 personas en el Ecuador como promedio. (Estudio realizado por IGLCC)

**Cuadro N° 2: Comunidad GLBT que acceden a:  
salud, psicología y motivacional**

<b>EDAD</b>	<b>ACCESO A (SALUD, PSICOLOGIA Y MOTIVACIONAL)</b>
<b>20-24</b>	1.645
<b>25-29</b>	1.928
<b>30-34</b>	1.815
<b>35-39</b>	1.325
<b>40-0</b>	1.228
<b>TOTAL</b>	7.941

**Fuente:** IGLCC (Cámara de Comercio Internacional de Gais y Lesbianas).

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Este cuadro muestra datos parciales de la comunidad GLBT sacados de un estudio realizado por el IGLCC para el Ecuador de toda aquella persona que se identifica y se acepta como parte del grupo denominado GLBT (Gays, Lesbianas, Bisexuales Travestis y Transexuales), se muestra por edades que van desde 20 ya que se muestra una mayor edad mental como para identificarse dentro del grupo GLBT y hasta 40 años como edad promedio de vida debido a la cantidad de parejas sexuales que este grupo mantiene sumando a esto la desinformación y la poca aceptación que existe para este grupo por parte de la sociedad, aun así, con todos estos problemas que afronta este grupo podemos ver que gracias a varios centros de ayuda pueden acceder a salud, psicología y motivación; aunque se debe recalcar que aquellos que son: Gays, Lesbianas y Bisexuales pueden acceder a centros fuera de aquellos que ayudan al grupo GLBT, ya que pueden ocultar su preferencia sexual en algunas casos y además no es tan obvio; siendo esto un problema para el grupo TRANS ya que para ellos su orientación de género es un inconveniente para poder acceder a varios servicios.

**Cuadro N° 3: Demanda de la comunidad GLBT que acceden a las diferentes áreas como: salud, psicología, motivación, información y ocupacional**

EDAD	ACCESO ÁREA:				
	SALUD	PSICOLOGÍA	MOTIVACION	INFORMACIÓN	OCUPACIONAL
<b>20-24</b>	550	859	236	456	23
<b>25-29</b>	230	720	978	678	18
<b>30-34</b>	325	900	590	123	7
<b>35-39</b>	219	350	756	10	2
<b>40-0</b>	120	119	989	28	4
<b>TOTAL:</b>	1.444	2.948	3.549	1.295	54

**Fuente:** IGLCC (Cámara de Comercio Internacional de Gais y Lesbianas).

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Dentro de este cuadro encontramos un aproximado para el Ecuador de todo aquel que forma abiertamente parte del grupo GLBT, es así que el grupo TRANS cuenta como el más evidente, se tomo una edad rango desde los 20 años hasta 40 años como edad de vida promedio, dividiendo así en aquellos que han podido acceder a diferentes áreas como: salud, psicología, motivación, información y ocupacional, ya sea a institutos de ayuda para este grupo o institutos para el público en general, están tomados en cuenta desde aquellos que han podido asistir por lo menos una vez, dentro de estos tres últimos años.

Como podemos ver existe una deficiencia en Salud ya que dentro de este total se encuentran mayormente aquellos que su preferencia de sexo no es tan evidente como lo son: Gays, Lesbianas y Bisexuales; dejando aislados al denominado grupo TRANS que en su gran mayoría tienen dificultades aun más limitadas para recibir un servicio tan básico como lo es la salud.

### 1.2.5 Proyección de la demanda

Para realizar una proyección de la demanda se tomará en cuenta la tasa de crecimiento actual la cual es 1,52% (INEC-Población-Tasa de Crecimiento).

**Cuadro N° 4: Proyección de la Demanda**

<b>Edad</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>20-24</b>	1.669	1.693	1.717	1.742	1.767
<b>25-29</b>	1.956	1.984	2.012	2.041	2.071
<b>30-34</b>	1.841	1.868	1.895	1.922	1.950
<b>35-39</b>	1.344	1.363	1.383	1.403	1.423
<b>40-0</b>	1.246	1.264	1.282	1.300	1.319
<b>TOTAL:</b>	8.056	8.172	8.289	8.408	8.530

**Fuente:** IGLCC (Cámara de Comercio Internacional de Gais y Lesbianas).

**Elaborado por:** Autor

### 1.2.5.1 Método matemático de proyección

Los métodos matemáticos que se aplican en el cálculo de la población futura del país, se basan en ecuaciones que expresan el crecimiento demográfico en función del tiempo. (INEI-Cómo se calcula el Crecimiento Poblacional?).

#### Método del crecimiento geométrico (Cambio geométrico)

La aplicación de este método supone que la población aumenta constantemente en una cifra proporcional a su volumen cambiante. Para obtener la población futura se aplica al último dato poblacional que se tenga, la fórmula del "interés compuesto" manteniendo constante la misma tasa anual de crecimiento del período anterior. ( INEI-Cómo se calcula el Crecimiento Poblacional?).

Para un período de tiempo determinado, el capital final ( $C_F$ ) se calcula en base a la fórmula:

$$N_1 = N_0(1 + r)^t$$

Dónde:

$N_0$ : Población al inicio del período

$N_1$ : Población futura, resultado de la proyección

$r$ : Tasa media anual de crecimiento

$t$ : Número de años que se va proyectar la población

## 1.2.6 Área del mercado

Para conocer el perfil y un número apreciable de consumidores realizaremos una segmentación siendo este un grupo relativamente grande y homogéneo. Las bases o variables de segmentación son características de individuos, grupos o empresas para dividir un mercado total en segmentos. (Córdoba, 2006, p.165).

### 1.2.6.1 Metodología de la investigación de campo

#### Tipos de investigación

Este proyecto de Factibilidad se realizará bajo la metodología científica haciendo uso de los dos tipos de Investigación:

- **Cualitativo:**

El cual nos permitirá conocer las razones y motivos que influyen en los individuos y así poder interpretar aquellos datos cuantitativos.

- **Cuantitativo:**

La misma que nos dejará examinar los datos de manera científica más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la Estadística.

#### Métodos

Utilizaremos varios métodos, como:

- **Método analítico**, será utilizado durante toda la investigación, el mismo que nos permitirá recoger información de las fuentes, previo a su respectivo análisis.
- **Método Deductivo**, nos permitirá realizar el estudio de manera general para particularizar en el sector que nos interesa, y hacer un diagnóstico del impacto de la implementación de un centro de apoyo para esta comunidad.

- **Método inductivo**, por medio del cual podremos hacer referencia a hechos o aspectos particulares observando las características esenciales a fin de determinar el área de acción.
- **Método descriptivo**, ya que nos permitirá identificar los diferentes problemas que tiene esta comunidad y además visualizar los posibles efectos que causa en la sociedad.

## **Fuentes**

Para poner en funcionamiento las técnicas anteriormente expuestas se tomará en cuenta los 2 tipos de fuentes, las fuentes primarias por medio de entrevista y encuesta, también la fuente Secundaria, por medio de Investigación bibliográfica, documentos, boletines, Internet, informes que sobre el tema existan, fichaje.

## **Técnicas de investigación**

Dentro del diseño se ha previsto como técnicas de investigación la entrevista con varias personas de interés dentro de la comunidad TRANS, también se realizará una encuesta la cual me permitirá conocer si este proyecto tendrá aceptación o no.

En el desarrollo del proyecto se utilizará como herramientas la encuesta piloto y la encuesta.

### **1.2.6.2 Encuesta piloto**

Se utilizó esta herramienta ya que permite realizar consultas parcialmente estructuradas con esto se logra obtener mayor conocimiento acerca de la situación en la que se desarrollará la investigación y también permitirá decidir la realización del proyecto.

Con la pregunta planteada en el sondeo se logra explorar los conocimientos generales en el grupo objetivo a cerca de la investigación, los resultados del sondeo ayudaron a estructurar bien la encuesta y por ende a enfocar la investigación.

Este proyecto de factibilidad se orienta en crear un Centro de ayuda al grupo TRANS enfocándose en tres áreas básicas como lo son: salud, psicología y motivación mediante un equipo de especialista en cada rama sin olvidar la aceptación y buen trato que brindará el Centro.

Es así que para la encuesta piloto se realizó la siguiente pregunta la misma que arrojó los siguientes resultados:

**¿Estaría dispuesto a acceder a los servicios de este centro de ayuda para el grupo TRANS?**

Resultados:

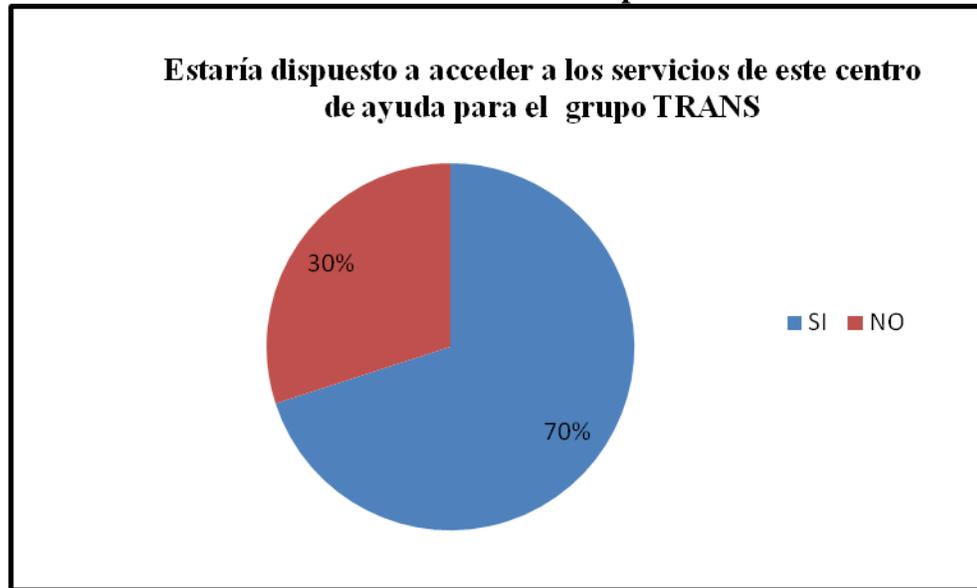
**Cuadro N° 5: Encuesta piloto**

<b>ENCUESTA PILOTO</b>	
SI	21
NO	9

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 1: Encuesta piloto**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

$$SI + NO = 100\%$$

$$21 + 9 = 30 = 100\%$$

$$SI = 21 \quad 70\% \quad 0.70 = p$$

$$NO = 9 \quad 30\% \quad 0.30 = q$$

Del total de las personas consultadas en el sondeo, 21 respondieron que SI a la pregunta lo que equivale al 70%, este porcentaje equivale al valor de p, la diferencia equivale a q; estos dos valores se reemplazarán en la fórmula de la muestra.

Con estos resultados procedimos a realizar el cálculo de la muestra que más adelante desarrollaremos.

### 1.2.6.3 Muestreo

Se aplica cuando sabemos que hay ciertos factores (variables, sub-poblaciones o estratos) que pueden influir en el estudio y queremos asegurarnos de tener cierta cantidad mínima de individuos de cada tipo:

- Hombres y mujeres,
- Jóvenes, adultos y ancianos...

Al extrapolar los resultados a la población hay que tener en cuenta el tamaño relativo del estrato con respecto al total de la población. (DE LA PUENTE, 1995, p. 28).

#### Cálculo de la muestra

Para el desarrollo de la investigación de campo y aplicación de las encuestas, tomamos la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra para una población infinita.

$$n = \frac{Z\sigma^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Dónde:

**n**= Tamaño de la muestra

**Z**= Valor Z curva normal (1.96 con un nivel de confianza de 95%)

**P**= Probabilidad de éxito (0.70)

**Q**= Probabilidad de fracaso (0.30)

**e**= Error muestral (0.05)

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.7 \times 0.3}{0.05^2}$$

$$n = 322.69$$

Por lo que despejando la fórmula obtenemos que la muestra idónea para la aplicación del proyecto sea de un total de 323 encuestas, para posteriormente realizar un análisis que nos permita conocer la aceptación que va a tener nuestro proyecto por parte de este grupo.

#### **1.2.6.4 Encuesta**

El método de la encuesta es una técnica estructurada que utiliza la comunicación para recolectar información, directamente de los integrantes de una muestra, mediante la aplicación de un cuestionario. (Orozco, 1999, p. 89).

Gracias a la realización de la encuesta podremos determinar el perfil de nuestro mercado objetivo y además podremos determinar su aceptación por parte de este grupo.

Se utilizó el tipo de encuesta de entrevista personal ya que permite tener una mejor comunicación con el informante, permite intercambiar comentarios y opiniones y finalmente posibilita el control del tiempo. Con lo antes mencionado se pudo mantener una comunicación directa y precisa con el grupo objetivo. Dentro del tipo de preguntas de la encuesta en su estructura están preguntas cerradas y preguntas cerradas de selección múltiple.

#### **Formato de la encuesta**

## **ESTUDIO SOBRE INTRODUCCIÓN DE UN NUEVO SERVICIO EN EL MERCADO**

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Dirigido a:** Grupo TRANS



**Amigos fuera de la comunidad GLBT**\_\_\_

**Instituciones para la Comunidad GLBT**\_\_\_

**Instituciones para el Público en general**\_\_\_

4. Usted ha podido asistir a alguno de estos centros?:

**ALFIL**\_\_\_      **CAUSANA** \_\_\_      **CASA TRANS**\_\_\_      **CRYSALIS**\_\_\_

**Centro de Equidad y Justicia las tres Manueles**\_\_\_      **PRIDE CENTER**\_\_\_

**EQUIDAD**\_\_\_      **Fundación GLBT** \_\_\_      **Ninguno**\_\_\_

5. Sigue asistiendo a uno o varios centros marcados en la pregunta anterior  
(Pregunta 4):

**SI**\_\_\_

**NO**\_\_\_

(Si su respuesta fue **si** pase a la pregunta 7)

6. Si su respuesta fue no porque ha dejado de asistir?:

Falta de servicios\_\_\_      Falta de personal especializado\_\_\_

Falta de dinero\_\_\_      Por lejanía\_\_\_      Mala atención\_\_\_

7. Al momento de buscar un centro de atención usted busca ayuda en que  
aspectos?:

Salud\_\_\_      Psicología\_\_\_      Motivacional\_\_\_      Ninguna\_\_\_

8. Para acceder algún centro usted considera?:

Localización del centro\_\_\_      Infraestructura\_\_\_      Servicios\_\_\_

Precio\_\_\_      Personal especializado\_\_\_      Otros\_\_\_

9. Usted que beneficios buscaría en un centro de ayuda?:

Respeto\_\_\_      Amabilidad\_\_\_      Fiabilidad\_\_\_

Rapidez en atención\_\_\_      Otros\_\_\_

**10.** Usted considera necesaria la creación de un Centro que brinde atención en:  
Salud, Psicología y Motivación.

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

**Gracias Por Su Colaboración.**

#### **1.2.6.5 Lista de necesidades**

Se considera que las necesidades de los consumidores tienden a ser infinitas ya que la persona espera cada vez más del servicio el mismo que debe satisfacer la necesidad y generar un grado de satisfacción elevado. Conociendo esto considero que las necesidades de los clientes son las siguientes:

- Necesidad de protección
- Necesidad de afecto
- Necesidad de entendimiento
- Necesidad de participación
- Necesidad de apoyo
- Necesidad de cuidado

Ya que nuestro servicio está orientado hacia el grupo TRANS consideró que al momento de que el Centro de apoyo inicie su atención se debe buscar fundamentalmente el cumplimiento de estas necesidades siendo así una de las guías que nos permita comprender y ofrecer ayuda a este grupo de la mejor manera.

### 1.2.6.5 Análisis de las encuestas

Mediante este punto podremos establecer varios resultados que arrojó la encuesta realizada por la comunidad TRANS y de esta manera determinar el perfil de nuestro cliente.

a) Pregunta N° 01:

Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica?

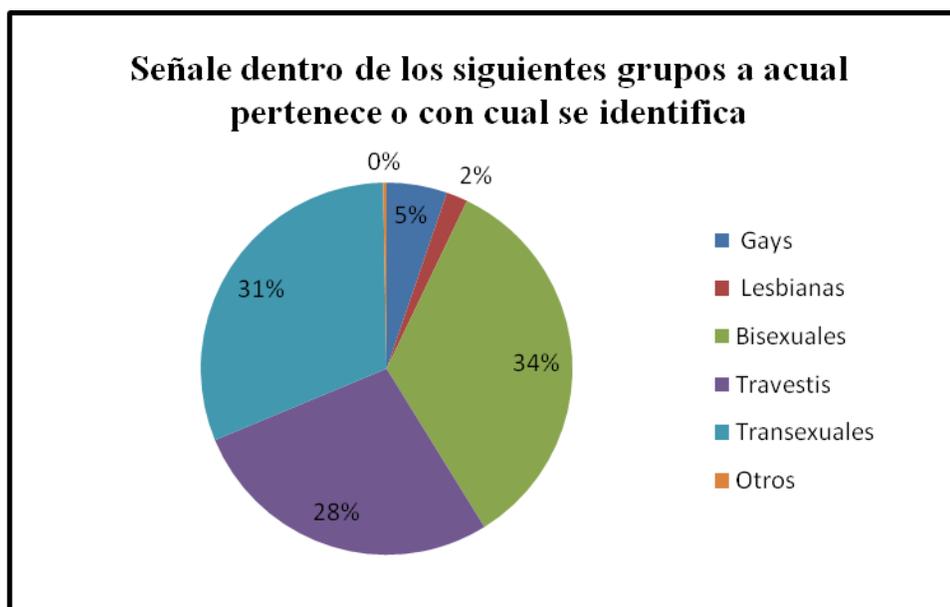
**Cuadro N° 6: Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica?**

<b>GRUPOS:</b>	<b>NÚMERO:</b>
Gays	17
Lesbianas	6
Bisexuales	110
Travestis	89
Transexuales	100
Otros	1
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

Fuente: Grupo TRANS

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 2: Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

En la primera pregunta se pudo determinar con cual grupo se encuentran identificados nuestros 323 encuestados, para esta pregunta opte por poner los grupo más importantes para que así los encuestados no se sientan que se los encasilla dentro de una sola comunidad y las respuestas sean lo más reales posible, es por esto que para la pregunta número uno se realizó dos gráficas. En esta gráfica vemos una división de todos los encuestados tomando en cuenta una solo casilla marcada, ya que en esta pregunta se marcó más de una casilla, es así que nuestros resultados son: dentro de Gays tenemos un 5% de los encuestados, mientras que Lesbianas tiene un 2%, para Bisexuales un 34% y para Otros un 0% ya que solo una persona marco esta casilla. Por otro lado se encuentran aquellos que solo marcaron Travesti con un 28% de los encuestados y aquellos que solo marcaron Transexuales con un 31%.

b) Pregunta N° 1.1:

1.1 Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica?

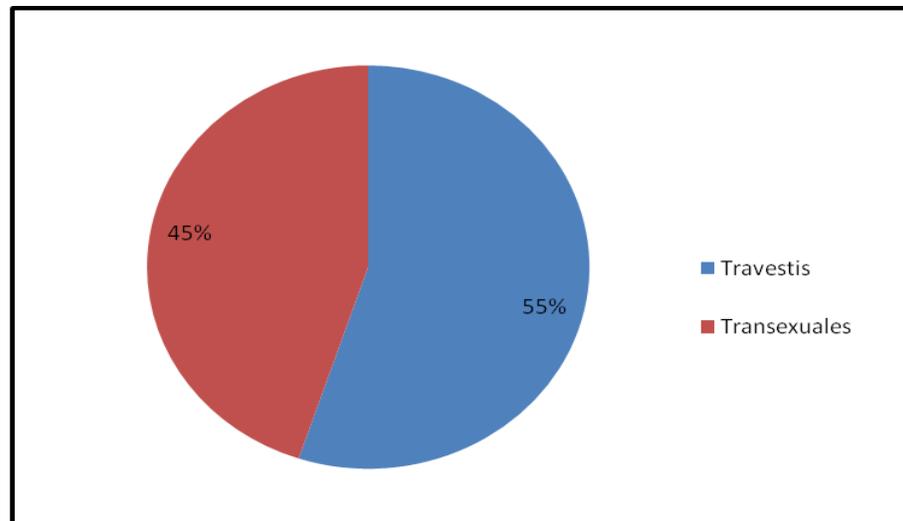
**Cuadro N° 7: Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica?**

<b>GRUPOS:</b>	<b>NÚMERO:</b>
Travestis	178
Transexuales	145
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 3: Señale dentro de los siguientes grupos a cual pertenece o con cual se identifica?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Este es la segunda gráfica para la primera pregunta ya que el proyecto se enfoca para la Comunidad TRANS (Travesti-Transexual), se tomó en cuenta aquellos que marcaron Travestis con un 45% y Transexuales con 55% de los encuestados. Por lo cual determinamos que existen un mayor número de Transexuales los mismos que buscan dentro de salud básica otro tipo de ayuda ya que son personas que se han realizado algún cambio en su cuerpo.

c) Pregunta N° 2:

Actualmente usted cuenta con?

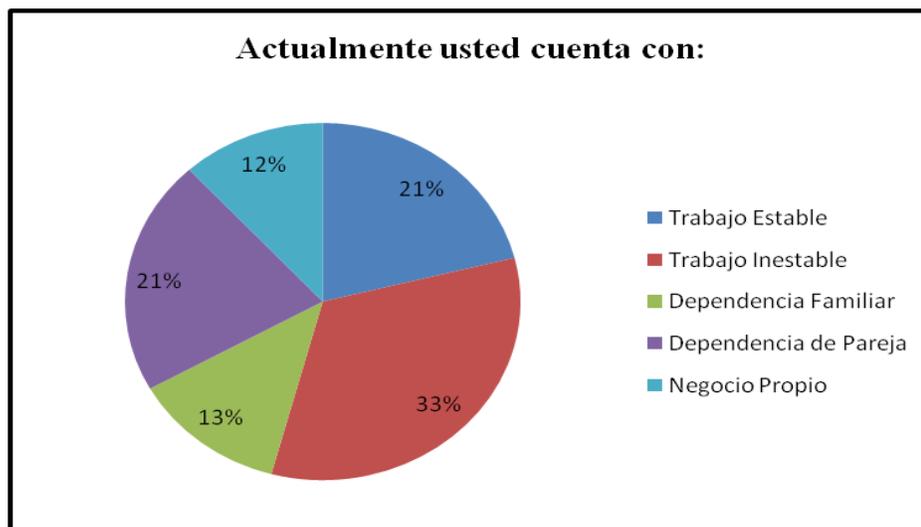
**Cuadro N° 8: Actualmente usted cuenta con?**

<b>CUENTA CON:</b>	<b>NÚMERO:</b>
Trabajo Estable	68
Trabajo Inestable	107
Dependencia Familiar	41
Dependencia de Pareja	69
Negocio Propio	38
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 4: Actualmente usted cuenta con?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Con la pregunta número dos tratamos de identificar la capacidad económica que tiene esta comunidad para poder acceder a este servicio, es así que podemos ver que más de la mitad tiene ingresos propios ya que un 21% de los encuestados cuenta con trabajo estable, un 12% tiene negocio propio y 33% trabajo inestable, por otro lado aquellos que dependen de familiares o pareja son un 44%. Aunque el proyecto busca una retribución económica para poder solventar sus mismos gastos no debemos olvidar que también tendrá un lado social ya que se enfoca en un grupo que no tiene un lugar en la sociedad y esta es la necesidad que crea la iniciativa del proyecto.

d) Pregunta N°3:

Usted actualmente cuenta con el apoyo de?

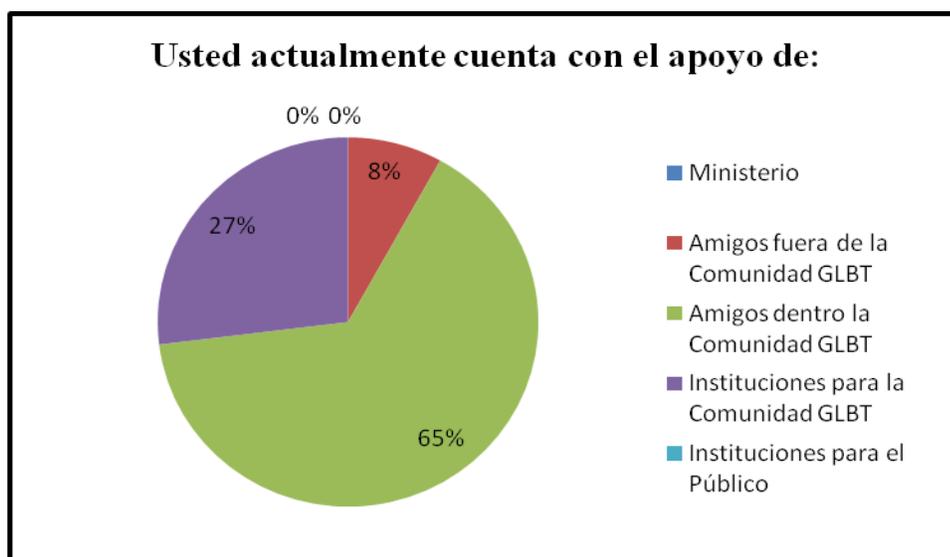
**Cuadro N° 9: Usted actualmente cuenta con el apoyo de?**

<b>APOYO DE:</b>	<b>NÚMERO:</b>
Ministerio	0
Amigos fuera de la Comunidad GLBT	26
Amigos dentro la Comunidad GLBT	210
Instituciones para la Comunidad GLBT	87
Instituciones para el Público	0
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 5: Usted actualmente cuenta con el apoyo de?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Para la pregunta número tres quiero determinar cuántos encuestados han contado con ayuda de ciertas organizaciones o grupos, entre ellas están los Ministerios con un 0%, también Instituciones Privadas o Públicas para el público en general con un 0%, mientras que Instituciones para la Comunidad GLBT tiene un 27%, además aquellos que cuentan con ayuda de amigos dentro de la Comunidad GLBT un 65% y para también están aquellos que cuentan con ayuda de amigos fuera de la Comunidad GLBT con un 27%. Con estos resultados podemos determinar que aunque existan una gran variedad de grupos y dentro de estos otros, son una comunidad bastante unida ya que en lo que concierne a su comunidad buscan ayudarse y cómo podemos ver, no cuentan con un gran apoyo de Ministerios ni de instituciones para el público en general.

e) Pregunta N° 4:

Usted ha podido asistir a alguno de estos centros?

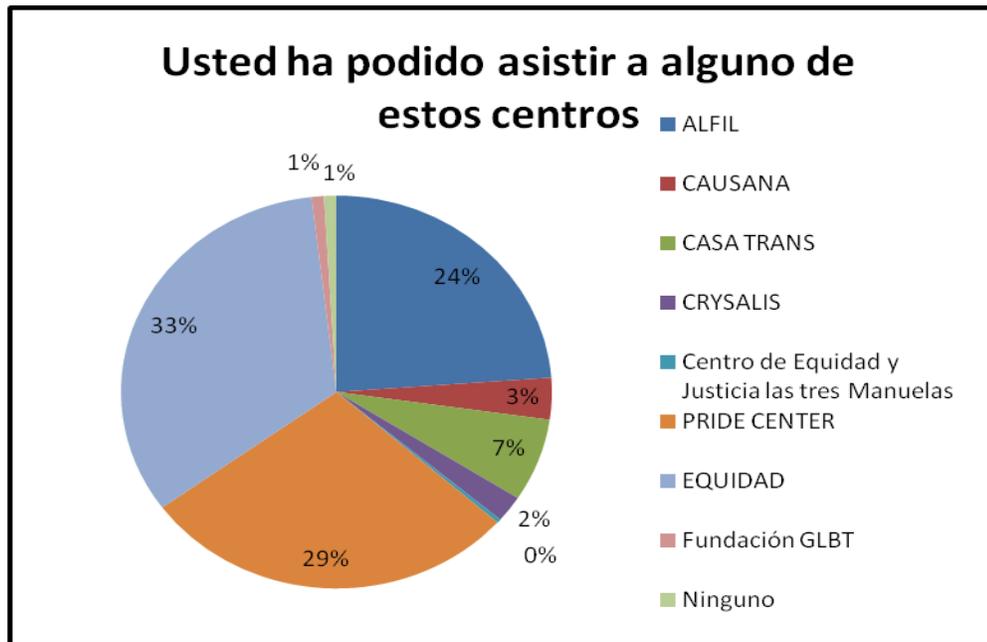
**Cuadro N° 10: Usted ha podido asistir a alguno de estos centros?**

<b>CENTROS:</b>	<b>NÚMERO:</b>
ALFIL	77
CAUSANA	11
CASA TRANS	22
CRYSALIS	7
Centro de Equidad y Justicia las tres Manueles	1
PRIDE CENTER	92
EQUIDAD	107
Fundación GLBT	3
Ninguno	3
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 6: Usted ha podido asistir a alguno de estos centros?**



**Fuente:** Grupo TRANS  
**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Para la pregunta número cuatro buscamos analizar aquellos centros a los que han asistido este grupo con lo cual también notamos la veracidad de los datos expuestos en el Cuadro N° 19 ya que tomamos los más conocidos y autorizados, como ALFIL con un 24%, Equidad con un 33%, PRIDE CENTER con un 29% siendo los más concurridos por los servicios que brindan, por otro lado tenemos a CASA TRANS con un 7%, CAUSANA con un 3%, CRYNALIS con un 2%, Fundación GLBT con un 1%, Centro de Equidad y Justicia las tres Manueles con un solo encuestado tiene un 0% y ninguno con 1%.

f) Pregunta N° 5:

Sigue asistiendo a uno o varios centros marcados en la pregunta anterior (Pregunta 4) ?

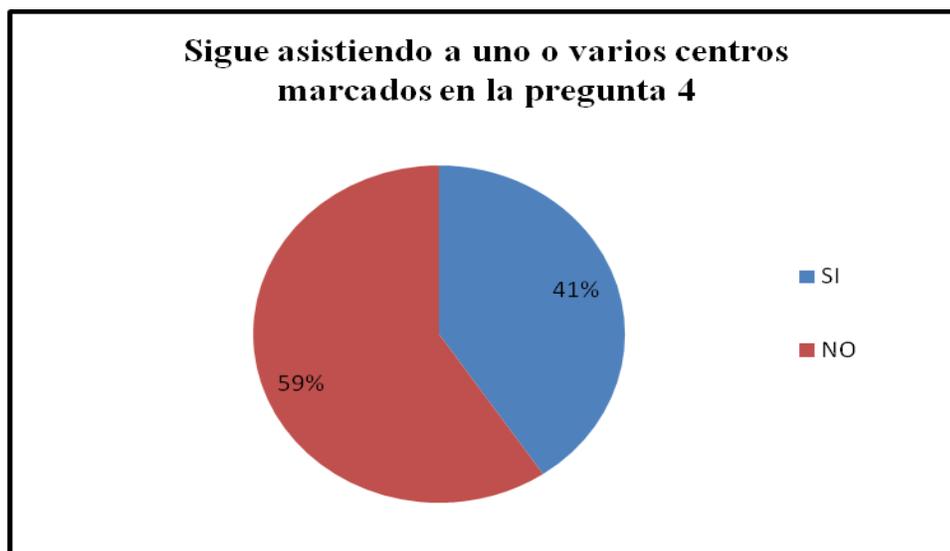
**Cuadro N° 11: Sigue asistiendo a uno o varios centros marcados en la pregunta anterior (Pregunta 4)?**

SI	131
NO	192
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico N° 7: Sigue asistiendo a uno o varios centros marcados en la pregunta anterior (Pregunta 4)?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** Autor

Para la pregunta número cinco busque determinar si han asistido de una manera continua en alguno de estos centros y obtuve que un 41% si y un 59% no. Esta pregunta la realice con el fin de determinar la relación de asistencia a cada uno de los centros para saber si estos buscan dar una atención continua con este grupo.

g) Pregunta N° 6:

Si su respuesta fue no porque ha dejado de asistir?

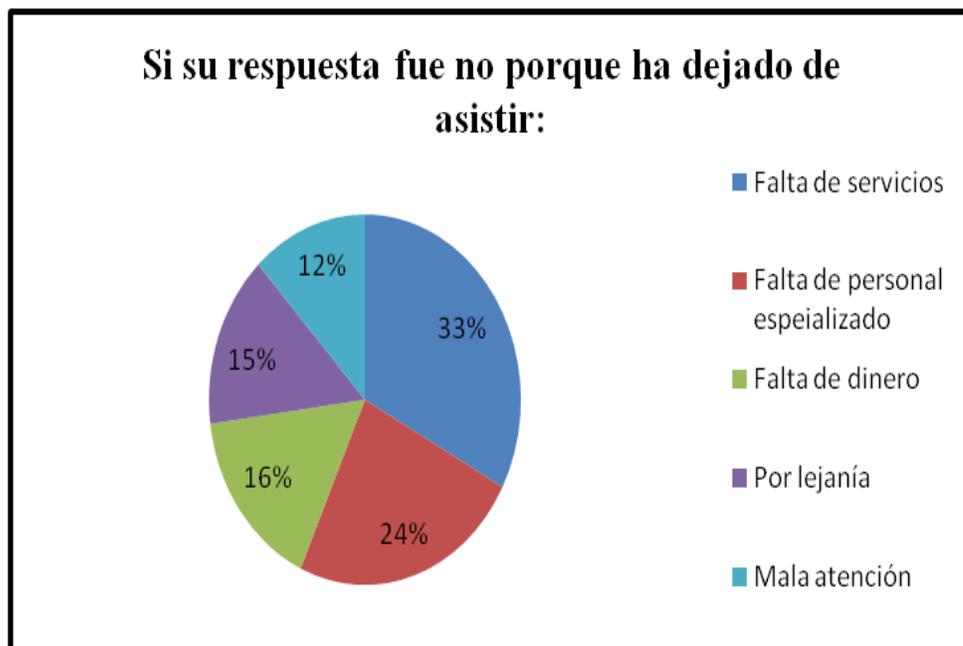
**Cuadro N° 12: Si su respuesta fue no porque ha dejado de asistir?**

<b>NO ASISTE:</b>	<b>NÚMERO:</b>
Falta de servicios	63
Falta de personal especializado	46
Falta de dinero	31
Por lejanía	29
Mala atención	23
<b>TOTAL:</b>	<b>192</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 8: Si su respuesta fue no porque ha dejado de asistir?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Esta pregunta tiene relación con la anterior ya que la pregunta número 5 se realizó para constatar cuales son las razones por las cuales el 59% han dejado de asistir o solo han necesitado el servicio de alguno de estos centros una sola vez. Notamos que existe un 33% que busca otro servicio, un 24% ha dejado de asistir por falta de personal especializado, un 16% por falta de dinero ya que vimos en el Gráfico N° 4 que un 34% tiene dependencia económica y un 33% cuenta con trabajo inestable. Por otro lado están aquellos que consideran la lejanía con un 15% y un 12% por mala atención. Con estos resultados podemos puntualizar que es lo que buscan o necesitan en un centro y además en cuales el centro debe enfatizar para atraer a nuestro mercado objetivo.

h) Pregunta N° 7:

Al momento de buscar un centro de atención usted busca ayuda en que aspecto?

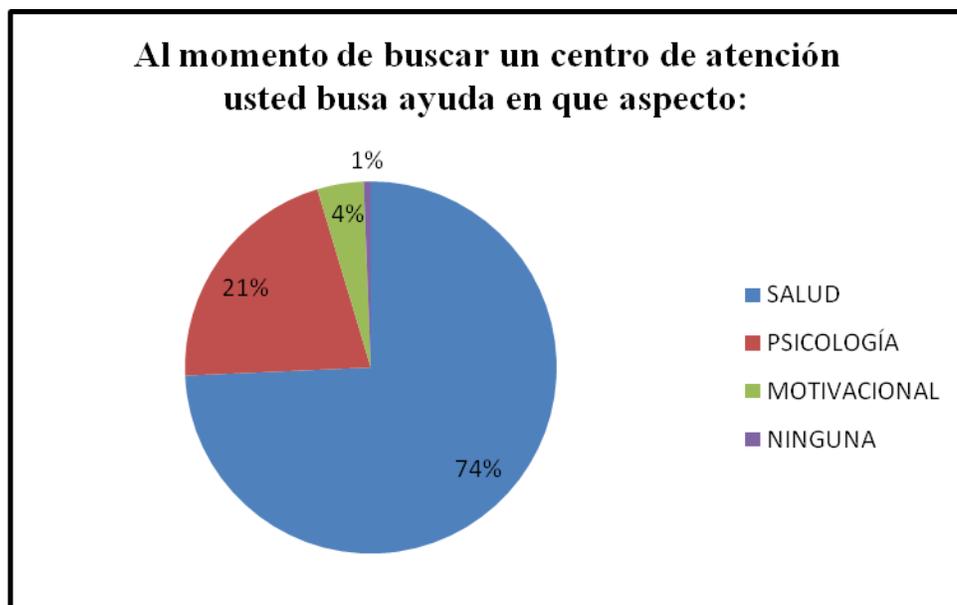
**Cuadro N° 13: Al momento de buscar un centro de atención usted busca ayuda en que aspecto?**

<b>ASPECTO:</b>	<b>NÚMERO:</b>
SALUD	240
PSICOLOGÍA	68
MOTIVACIONAL	13
NINGUNA	2
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 9: Al momento de buscar un centro de atención usted busca ayuda en que aspecto?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

En la pregunta Número siete pedí a mis encuestados que marquen cual servicio, dentro de los que el centro va a brindar, cuál de estos buscaría en este momento, es así que se determinó que un 74% de esta comunidad busca el servicio de Salud ya que en la actualidad no existe, un 21% atención Psicológica y un 4% Motivacional, mientras que 1% no busca ninguno de estos servicios. Es por esto que determinamos que el enfoque de servicios que va a disponer el centro son los más importantes o aquellos que más busca esta comunidad.

i) Pregunta N° 8

Para acceder algún centro usted considera?

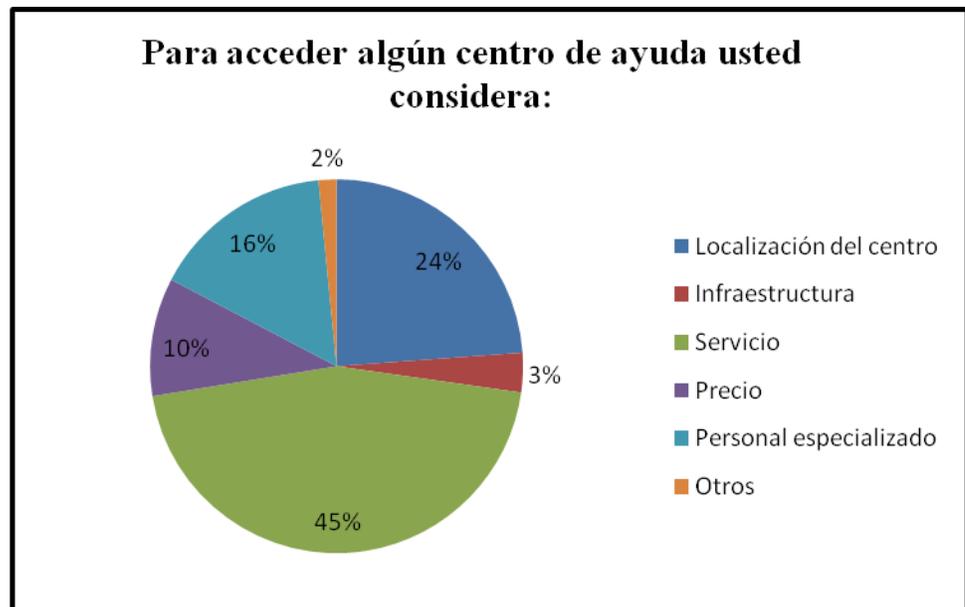
**Cuadro N° 14: Para acceder algún centro usted considera?**

<b>CONSIDERA:</b>	<b>NÚMERO:</b>
Localización del centro	77
Infraestructura	11
Servicio	146
Precio	33
Personal especializado	51
Otros	5
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 10: Para acceder algún centro de ayuda usted considera?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Para la pregunta número 8 tenemos aquellos puntos en los cuales este grupo se preocupa en buscar un centro de atención y cuales son determinantes para que siga asistiendo. Es así que entre los más importante está variedad de Servicios con un 45%, y Localización del Centro con un 24%, le sigue Personal especializado con un 16% y Precio con un 10%, mientras que por otro lado los menos marcados fueron Infraestructura con un 3% y Otros como limpieza y trayectoria con un 2%.

Esto me permite ver a qué puntos debo poner mayor énfasis para dar un mejor servicio y que esta comunidad se sienta satisfecha con el mismo.

j) Pregunta N° 9:

Usted que beneficios buscaría en un centro de ayuda?

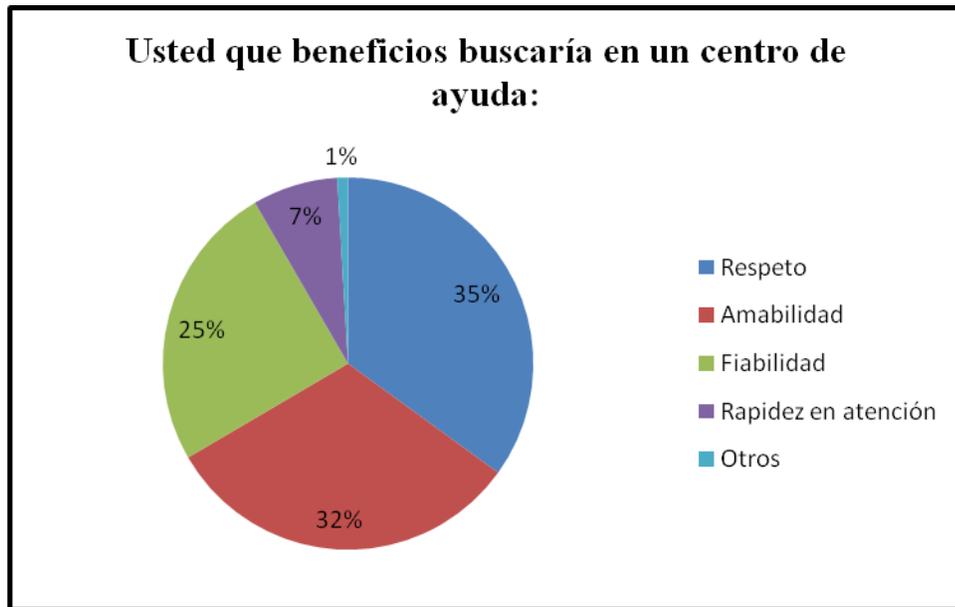
**Cuadro N° 15: Usted que beneficios buscaría en un centro de ayuda?**

<b>BENEFICIOS:</b>	<b>NÚMERO:</b>
Respeto	113
Amabilidad	102
Fiabilidad	81
Rapidez en atención	24
Otros	3
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 11: Usted considera necesaria la creación de un centro que brinde atención en: salud, psicología y motivación?**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

En esta pregunta se determina la manera en la que se debe dar el servicio por parte de todos aquellos que tengan contacto con el cliente, es así que esta comunidad busca un 32% Amabilidad, 35% Respeto, un 25% Fiabilidad, un 7% Rapidez en atención y Otros como: Ética y Seguridad con 1%. Es así que el centro buscará dar mayor importancia a estos puntos para que nuestro cliente se sienta seguro de estar recibiendo el mejor trato por parte del personal.

k) Pregunta N° 10:

Usted considera necesaria la creación de un Centro que brinde atención en:  
Salud, Psicología y Motivación

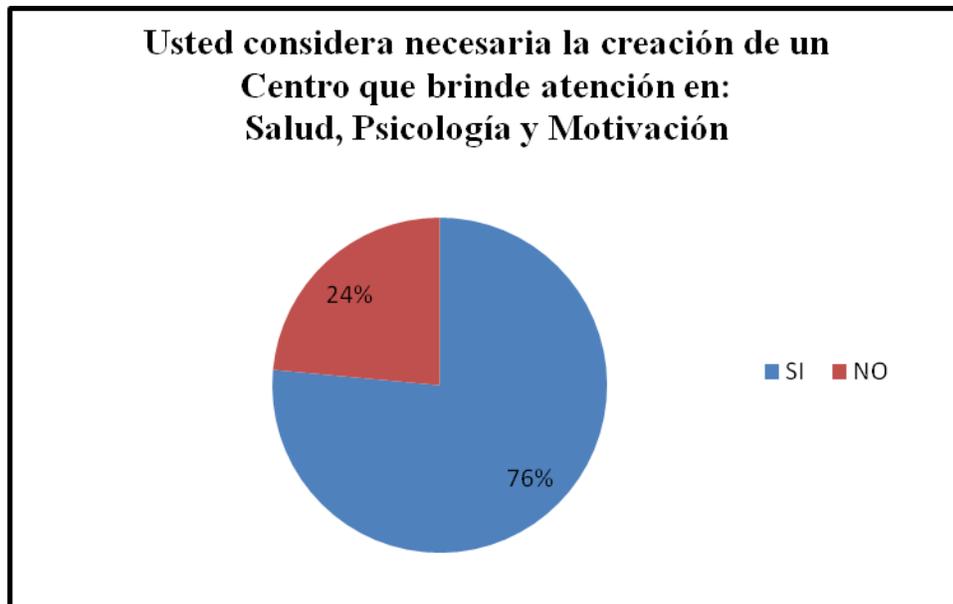
**Cuadro N° 16: Usted considera necesaria la creación de un centro que brinde atención en: salud, psicología y motivación**

SI	247
NO	76
<b>TOTAL:</b>	323

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 12: Usted considera necesaria la creación de un centro que brinde atención en: salud, psicología y motivación**



**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

La pregunta número diez es la pregunta clave para determinar la aceptación que pueda tener el centro, ya que un 76% respondió que si considera necesaria la creación del centro, mientras que un 24% responde que no. Lo cual se puede suponer que es por la poca aceptación que tiene la comunidad en la sociedad lo cual crea miedo en aquellos que se encuentran fuera de la comunidad GLBT, sin dejar a un lado aquellos centros que los han estafado. Pero pese a esto el centro tendría una amplia aceptación de la Comunidad TRANS.

#### **1.2.6.6 Segmentación**

“Dividir un mercado en segmentos o grupos de consumidores, dichos segmentos deben ser homogéneos accesibles y rentables. El objetivo de la segmentación de mercado es definir el segmento objetivo de una marco o producto” (Plans, 2000, p. 16).

## Tipos de segmentación

- **Segmentación geográfica:**

**Cuadro N° 17: Segmentación geográfica del servicio**

<b>VARIABLES</b>	<b>SEGMENTO</b>
<b>Continente</b>	América
<b>Región</b>	América
<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Pichincha
<b>Cantón</b>	Quito
<b>Ciudad</b>	Quito
<b>Densidad de personas declara GLBT en el Ecuador</b>	1.144.551 habitantes
<b>Densidad de personas declara GLBT en Quito</b>	182.808 habitantes

**Fuente:** IGLCC (Cámara de Comercio Internacional de Gais y Lesbianas).

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

- **Segmentación demográfica:**

Esta variable se refiere al sexo, edad, estado civil, tamaño del hogar, el ciclo de vida de la familia, los ingresos, la ocupación, el grado de estudio, raza, religión y nacionalidad. (Kotler, 2003, p. 87).

**Cuadro N° 18: Segmentación demográfica**

<b>Edad</b>	<b>20-24</b>	<b>25-29</b>	<b>30-34</b>	<b>35-39</b>	<b>40- en Adelante</b>
<b>Travestis</b>	17	72	34	37	18
<b>Transexuales</b>	20	36	61	17	11
<b>% Por Edad</b>	12%	33%	29%	17%	9%

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Para segmentar de forma Demográfica realizamos un segregación entre Travestis y Transexuales por edades entre: 20-24 años que tiene un 12%, de 25-29 años un 33%, un 30-34 años con un 17%, de 35-39 con un 17% y de 40 años en adelante con un 9%. Se tomó un rango desde 20 años ya que es una edad razonable para que la persona se identifique dentro de algún grupo y el rango va hasta 40 años ya que para IGLCC es una edad de vida promedio para este grupo.

**Cuadro N° 19: Segmentación demográfica ocupación-TRANS**

Edad	20-24		25-29		30-34		35-39		40- en Adelante		% Ocupacional
	Travesti	Transexual	Travesti	Transexual	Travesti	Transexual	Travesti	Transexual	Travesti	Transexual	
<b>Trabajo Estable</b>	3	11	13	4	8	7	11	2	6	3	21%
<b>Trabajo Inestable</b>	7	7	32	16	2	12	10	9	6	6	25%
<b>Dependencia Familiar</b>	0	0	12	3	7	11	5	0	3	0	22%
<b>Dependencia de Pareja</b>	7	2	7	5	11	23	3	6	3	2	19%
<b>Negocio Propio</b>	0	0	7	9	4	8	9	0	1	0	13%

Fuente: Grupo TRANS

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

**Cuadro N° 20: Segmentación Demográfica Ocupación-Edades**

% Por Edad	38%	38%	0%	24%	0%
Edad	Trabajo Estable	Trabajo Inestable	Dependencia Familiar	Dependencia de Pareja	Negocio Propio
20-24	14	14	0	9	0
25-29	17	48	15	12	16
30-34	15	14	18	34	12
35-39	13	19	5	9	9
40 en Adelante	9	12	3	5	1

Fuente: Grupo TRANS

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

También dividimos en aquellos Travestis y Transexuales que tienen trabajo o ingresos propios de igual forma por edad con un 59%, mientras que aquellos que son dependientes están el 41%, siendo su rango de edad más importante de 25 a 39 años.

- **Segmentación psicográfica:**

La segmentación Psicográfica divide a los compradores en clase social, estilo de vida, personalidad. Los miembros de un mismo grupo demográfico pueden tener muy diferentes características Psicográficas. (Kotler, 2003, p. 90).

**Cuadro N° 21: Segmentación psicográfica**

<b>Relaciones Interpersonales</b>						
<b>Edad</b>	<b>Ministerio</b>	<b>Amigos dentro de la Comunidad GLT</b>	<b>Amigos fuera de la Comunidad GLT</b>	<b>Instituciones para la Comunidad GLBT</b>	<b>Instituciones para el Público en General</b>	<b>% Relaciones</b>
<b>20-24</b>	0	21	1	21	0	13%
<b>25-29</b>	0	92	10	27	0	40%
<b>30-34</b>	0	56	5	13	0	23%
<b>35-39</b>	0	28	9	15	0	16%
<b>40 en Adelante</b>	0	13	1	11	0	8%

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Dentro de la Segmentación Psicográfica coloque las relaciones que pueden tener esta comunidad con diferentes grupos sociales determinando que existe un mayor apoyo de amigos dentro de la comunidad GLBT, al igual que instituciones creadas específicamente para este grupo.

- **Segmentación conductual:**

La segmentación conductual divide a los compradores en grupos con base en sus conocimientos, actitudes, usos o respuesta a un producto o servicio. (Kotler, 2003, p. 93).

Este tipo de segmentación nos ayuda a determinar cuál es la expectativa que tienen nuestros posibles consumidores en relación con el producto intangible que en este caso son los servicios que brindará el centro, por lo tanto tenemos que agrupar a nuestro mercado objetivo de acuerdo a la búsqueda de beneficios que esperan tener al acceder al servicio.

**Cuadro N° 22: Segmentación por beneficios**

% Clientes	Edad				
	20-24	25-29	30-34	35-39	40 en adelante
<b>Respeto</b>	2	52	39	16	3
<b>Amabilidad</b>	20	13	30	25	13
<b>Fiabilidad</b>	8	35	19	12	9
<b>Rapidez en atención</b>	7	8	2	2	5
<b>Otros</b>	0	0	3	0	0
<b>% de Beneficios</b>	2%	46%	35%	14%	3%

Fuente: Grupo TRANS

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

**Cuadro N° 23: Segmentación por beneficios**

<b>CENTROS:</b>	<b>NÚMERO:</b>	
<b>ALFIL</b>	77	
<b>CAUSANA</b>	11	
<b>CASA TRANS</b>	22	
<b>Centro de Equidad y Justicia las tres Manueles</b>	1	
<b>PRIDE CENTER</b>	92	
<b>EQUIDAD</b>	107	
<b>Fundación GLBT</b>	3	
<b>Ninguno</b>	3	
<b>TOTAL:</b>	323	
<b>Situación del Usuario</b>	<b>% Situación del Usuario</b>	
<b>Usuario</b>	131	41%
<b>Ex Usuario</b>	192	59%

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Se puede determinar que entre 25 a 39 años buscan como beneficios por acceder algún servicio del centro son: Respeto, Amabilidad y Fiabilidad. Eso quiere decir que el centro debe enfatizar estos beneficios para que el cliente regrese y se sienta satisfecho con la calidad del servicio obtenido. Por otro lado debemos tomar en cuenta aquellos que son Usuarios de los centros y cuantos no, lo que nos demuestra que un 59% ya no asiste a estos centro por distintas razones como: falta de servicios y falta de personal especializado.

**Cuadro N° 24: Segmentación por beneficios centros de ayuda**

<b>CENTROS:</b>	<b>NÚMERO:</b>
ALFIL	77
CAUSANA	11
CASA TRANS	22
CRYSALIS	7
Centro de Equidad y Justicia las tres Manuelas	1
PRIDE CENTER	92
EQUIDAD	107
Fundación GLBT	3
Ninguno	3
<b>TOTAL:</b>	<b>323</b>

**Fuente:** Grupo TRANS

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### **Perfil de segmentación de mercado de consumo**

El perfil que debe tener el mercado de consumo para el centro de apoyo para TRANS se debe revisar algunas variables determinando que el mercado potencial se encontrará ubicado en el Continente Americano, en el sur América, País Ecuador, Provincia Pichincha, Ciudad Quito. Teniendo conocimiento de que el número de personas declaradas que son parte de la comunidad GLBT (Gays, Lesbianas, Bisexuales, Travestis y Transexuales) que viven en la ciudad de Quito es de 182.808 habitantes. Debemos destacar que aunque el centro de apoyo se localizará en Iñaquito ubicado en la parte norte de la ciudad de Quito, esto no causa una gran incidencia ya que como sabemos este grupo no cuenta con un lugar en la sociedad por lo que los centros que abren las puertas para esta comunidad reciben la concurrencia de personas de todas partes de Quito.

Por otra parte de forma demográfica hemos dividido entre Travestis y Transexuales solo como dato de referencia para determinar cuál grupo es mayor dentro de la comunidad pero sin que esto tenga incidencia en la atención ya que es un proyecto de apoyo al grupo TRANS. Por otro lado realice una clasificación por edades en un rango que va desde 20 años como edad suficiente en que la persona determina dentro de que grupo de género se incluye hasta 40 años ya que para las encuestas se encontró muy pocas

personas que son abiertas en este ámbito y que superan los 40 años. Determinando así que entre los 25 a 34 años es la edad promedio que debería tener nuestro mercado con un 62%. Otro punto determinante de esta segmentación es la ocupación o los ingresos que puedan tener aquellos que van desde 25-34 años que tiene Trabajo Inestable y Trabajo Estable siendo los que tienen un 38% cada uno, ya que son en mayor número son aquellos que mantienen ingresos propios por cual podrían solventar un servicio del centro.

Para el ámbito Psicográfico que es aquel que nos habla del estilo de vida buscamos aquellas relaciones interpersonales con ciertas instituciones o grupos determinando que sus relaciones interpersonales se basan en grupos e instituciones de la comunidad GLBT.

Para finalizar determinamos los beneficios que entre 25-34 años con ingresos propios y que busca mayor atención en salud necesita los siguientes beneficios: amabilidad y fiabilidad en un 81% considerando que en un 59% son ex usuarios de varios centros importantes, es así que el centro buscará que su personal brinde estos beneficios para que nuestro mercado objetivo se sienta satisfecho y regrese.

### **1.3 La Oferta**

El poder conocer la oferta nos permitirá un amplio análisis de aquellos centros de ayuda social enfocados al denominado grupo GLBT para conocer cuál es la ayuda básica que entregan estos centros y esto permitirá enfocar los elementos del mix de marketing para que este centro pueda brindar un mejor servicio de acuerdo a los recursos con los que contará el centro.

### **1.3.1 Clasificación de la oferta**

Según el número de oferentes se clasifica en:

- Oferta Competitiva
- Oferta Oligopólica
- Oferta Monopólica

La oferta actual es monopólica ya que al ser un servicio totalmente nuevo que ofrece una asistencia dentro de tres áreas tan importante de forma conjunta, como lo son: Salud, Psicología y Motivacional. Existen varios centros de ayuda que buscan mejorar la calidad de vida del grupo TRANS, pero este Centro es el único de este tipo por lo que lo ubico en esta clasificación.

### **1.3.2 Análisis de servicios sustitutos**

Como este Centro es un servicio nuevo, se debe analizar aquellos centros de ayuda más importantes dentro de la ciudad de Quito, estos ofrecen varios servicios como ayuda en diferentes áreas como: psicología, motivacional, información y ocupacional. Pero ninguno de ellos ofrece un servicio conjunto en: salud, psicología y motivacional para el grupo TRANS. Por lo que se realizó un análisis por atenciones al año desde el 2009 hasta el 2012.

**Cuadro N° 25: Oferta de centros de ayuda para la comunidad**

<b>CENTROS DE AYUDA:</b>	<b>ATENCIONES POR AÑO:</b>			<b>Total:</b>
	<b>AÑO 2009</b>	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	
<b>ALFIL GLBTH</b>	278	316	341	935
<b>PRIDE CENTER GLBT</b>	155	209	259	623
<b>CRISALYS</b>	150	127	101	378
<b>CASA TRANS</b>	80	57	79	216
<b>EQUIDAD</b>	350	289	397	1.036
<b>Centros de Equidad y Justicia las tres Manuelas</b>	40	36	21	97
<b>TOTAL:</b>				3.285

**Fuente:** Alfil GLBTH, PRIDE CENTER GLBT, CRISALYS, CASA TRANS, EQUIDAD, Centro de Equidad y Justicia las tres MANUELAS.

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Dentro de este cuadro se encuentran las instituciones más importantes que han aportado en la ayuda al grupo GLBT, como lo son: ALFIL GLBTH, PRIDE CENTER GLBT, CRISALYS, CASA TRANS, EQUIDAD y Centro de Equidad y Justicia las tres MANUELAS; aunque varias de ellas ya tengan años de fundación es muy complicado mantener un control del número de atenciones dadas ya que al ser instituciones de beneficencia no buscan mantener números de demanda, y al tratar con un grupo tan complejo y lleno de problemas de identidad como el grupo GLBT no es posible mantener un seguimiento o nombres reales en los archivos, es por esto que los datos presentados son aproximados.

### 1.3.3 Proyección de la oferta

**Cuadro N° 26: Proyección de la oferta**

<b>Centros de Ayuda</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ALFIL GLBTH</b>	948	962	976	990	1.004
<b>PRIDE CENTER GLBT</b>	632	641	650	660	669
<b>CRISALYS</b>	383	388	394	400	406
<b>CASA TRANS</b>	219	222	225	228	232
<b>EQUIDAD</b>	1.050	1.066	1.081	1.097	1.113
<b>Centros de Equidad y Justicia las tres Manueles</b>	98	100	101	103	104
<b>TOTAL:</b>	3.330	3.379	3.427	3.478	3.528

**Fuente:** Alfil GLBTH, PRIDE CENTER GLBT, CRISALYS, CASA TRANS, EQUIDAD, Centro de Equidad y Justicia las tres MANUELAS.

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

#### **Método del crecimiento geométrico (Cambio Geométrico)**

La aplicación de este método supone que la población aumenta constantemente en una cifra proporcional a su volumen cambiante. Para obtener la población futura se aplica al último dato poblacional que se tenga, la fórmula del "interés compuesto" manteniendo constante la misma tasa anual de crecimiento del período anterior. (Anderson David, et. al., 2008, p.59).

Para un período de tiempo determinado, el capital final ( $C_F$ ) se calcula en base a la fórmula:

$$N_1 = N_0(1 + r)^t$$

Donde:

$N_0$ : Población al inicio del período Población al inicio del período

$N_1$ : Población futura, resultado de la proyección

$r$ : Tasa media anual de crecimiento

$t$ : Número de años que se va proyectar la población

Ya que aplicamos el Método de crecimiento lineal tomando una misma tasa de crecimiento constante tomamos un límite de 5 años de proyección, tomando en cuenta que estas instituciones sigan trabajando con los mismos recursos que poseen y con las mismas divisiones.

#### **1.4 Determinar el tamaño de la demanda potencial insatisfecha**

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones cualitativas y cuantitativas. El cálculo de la demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la oferta proyectada y la demanda proyectada.

**Cuadro N° 27: Tamaño de la demanda potencial insatisfecha**

	<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>OFERTA ANUAL</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA</b>
<b>AÑO 1</b>	8.056	3.330	4.726
<b>AÑO 2</b>	8.172	3.379	4.793
<b>AÑO 3</b>	8.289	3.427	4.862
<b>AÑO 4</b>	8.408	3.478	4.930
<b>AÑO 5</b>	8.530	3.528	5.002

**Fuente:** Afil GLBTH, PRIDE CENTER GLBT, CRISALYS, CASA TRANS, EQUIDAD, Centro de Equidad y Justicia las tres MANUELAS.

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Determinamos que existe un alto número de la demanda insatisfecha ya que como sabemos existe un reducido número de lugares confiables a los que puede ir la Comunidad TRANS, es así que se atenderá según la capacidad instalada.

## **1.5 Mix de marketing**

Al ser un proyecto de factibilidad que por un lado busca una remuneración, en gran medida está basado a dar una ayuda social a este grupo que ha sido olvidado por la sociedad, grupo TRANS (Travesti-Transexual); es por esto realizaremos un estudio de las 4P.

### **1.5.1 Servicio**

Refleja la idea de que los aspectos intangibles del producto se convierten en las características fundamentales que distinguen a los productos en el mercado (Hoffman Douglas K, et. al., 2006, p. 3).

Este centro es un servicio que necesita de forma parcial un bien tangible, es por esto que existe un predominio de lo intangible, es así que el centro buscará ofrecer un paquete de beneficios que serán adquiridos mediante la experiencia, buscando así una simetría y un excelente desenvolvimiento de la parte visible para el consumidor y la que no lo es.

### 1.5.1.1 Identificación del centro de ayuda

#### Nombre:

Para determinar el nombre del centro de apoyo, elegí un nombre fácil de recordar y donde se enlace fácilmente los servicios que ofrece sin dejar a un lado lo más que es el mercado al cual va destinado el centro es por esto que se denominará CENTRO TRANS

#### Logo

Gráfico N° 13: Logo de CENTRO TRANS

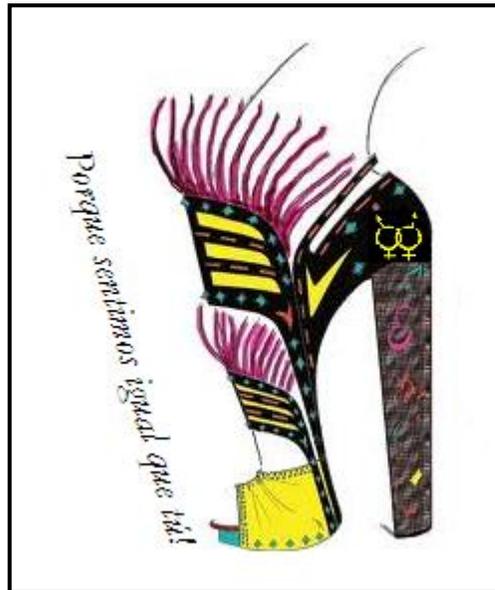


Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

El Logo se realizó con los colores emblemáticos de la Comunidad TRANS siendo estos el color rosa que representa la parte femenina y celeste un color que representa lo masculino, los mismos entrelazados en dos símbolos unidos que por una parte simbolizan a la mujer con una flecha y dos cruces que representan al hombre; todo esto dentro de una mano abierta, una mano que simboliza ayuda y cuidado para este grupo en color azul que es un color que simboliza la armonía y el violeta que simboliza el espíritu.

## Slogan

**Gráfico N°14: Slogan del centro**



**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

El Slogan del Centro de Apoyo es “Porque sentimos igual que tú!” ya que deseamos referirnos al hecho de que este grupo ha sido tan desplazado por la sociedad que no pueden acceder a un derecho tan indispensable como lo es salud, por lo que coloque este tación en vivos colores y con el símbolo TRANS, ya que con una pisada fuerte se impone para decirnos que son como el resto de la sociedad y que tienen los mismos derechos.

### 1.5.2 Precio

**Cuadro N° 28: Precios de servicios en instituciones**

<b>INSTITUCIONES</b>	<b>SALUD</b>	<b>PSICOLOGÍA</b>	<b>MOTIVACIÓN</b>
<b>ALFIL</b>		\$ 10	
<b>CASA TRANS</b>			\$ 10
<b>EQUIDAD</b>		\$ 10	
<b>CRYSALIS</b>		\$ 10	
<b>FUNDACIÓN GLBT</b>			\$ 10
<b>FUNDACIÓN CLUB DE LEONES</b>	\$ 10		

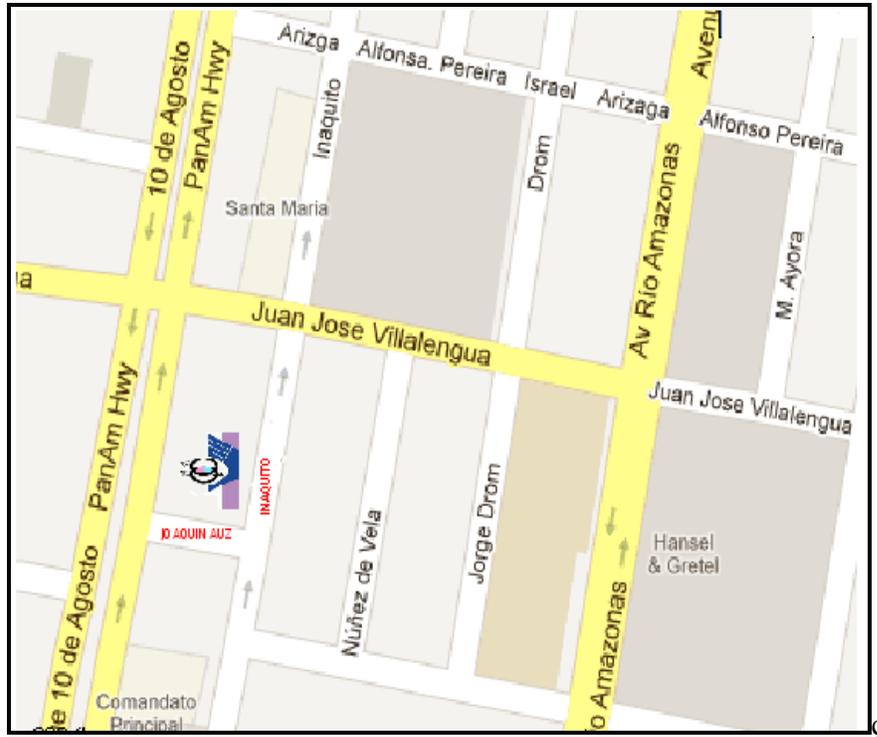
**Fuente:** Alfíl, Casa TRANS, Equidad, Crysalis, Fundación GLBT, Club de Leones.

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Los precios que manejará el centro se basarán en Instituciones para la comunidad GLBT en el ámbito de psicología y motivación, aunque debemos recalcar que su servicio por parte de los especialistas es con un horario una sola vez a la semana. Por otro lado en el ámbito de salud nos basaremos en el valor promedio de una revisión médica en el Club de Leones. Estos valores son de \$10 para cada una de las citas con los especialistas tanto en salud, psicología y motivacional. Tomando en cuenta que la sesiones de Motivación se realizarán de forma grupal la cual puede incluir hasta un máximo de 3 personas la misma que tendrá un costo de \$18.

### 1.5.3 Plaza

Gráfico N° 15: Localización del centro de apoyo para la comunidad TRANS



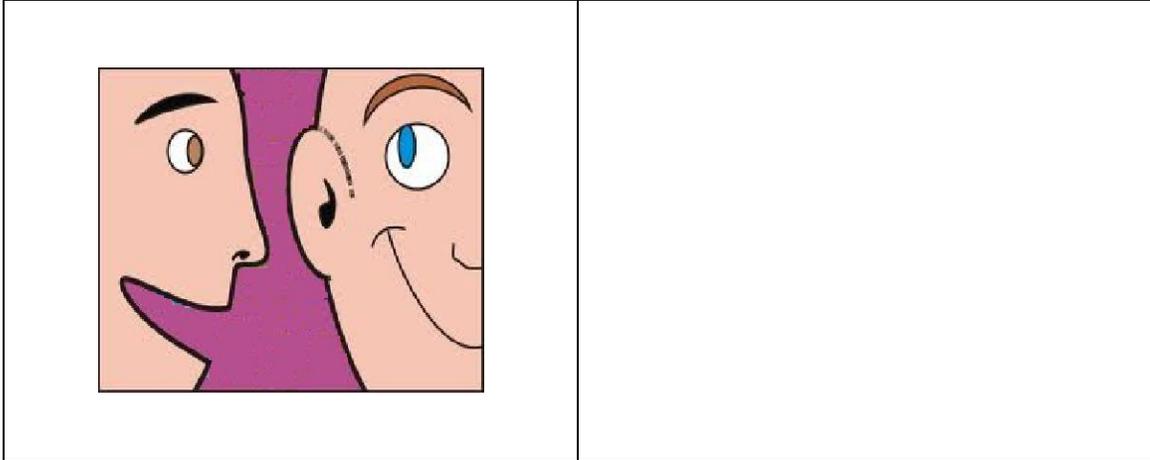
Fuente: <http://maps.google.com>

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

El centro de operaciones donde se desarrollarán las actividades de CENTROTRANS, será un centro que estará ubicada en el noreste de la ciudad de Quito, específicamente en el sector de Iñaquito, entre la calle Iñaquito y Joaquín Auz ya que considero que es un sector central por donde pasan varios buses tanto del sur como aquellos que se dirigen al norte, sin olvidar que se encuentran muy cerca paradas de las líneas de bus más importantes como el TROLEBUS y METROVÍA. Y tomando en cuenta que es una zona abierta para esta comunidad por la cual pueden circular de forma normal sin temor por su seguridad.

### 1.5.4 Promoción

**Gráfico N° 16: Tácticas de promoción**



**Fuente:** <http://www.google.com/imagenes>

**Elabora por:** María Gabriela Risueño Camino

Para la promoción usaré tácticas que tengan un amplio alcance y que por otro lado no impliquen una alta inversión. La primera táctica será de Boca en Boca ya que al ser un grupo sin un lugar específico en la sociedad, está es la mejor táctica que ellos usan ya que como pudimos apreciar en las encuestas es una comunidad bastante unida y buscan un bienestar conjunto. Y como segunda táctica realizaré una detallada descripción de los servicios y del centro en una de las páginas sociales más conocida: Facebook la misma que contendrá en lugar donde el centro está localizado y los teléfonos a los cuales pueden comunicarse.

## **Capítulo II: Estudio Técnico**

El estudio técnico debe abarcar cada uno de los aspectos relativos al proceso del servicio mismo a ofrecerse, equipos a emplearse, energía a utilizarse, mantenimiento, reposición, arrendamiento, cálculo de las inversiones requeridas, etc., para así facilitar las estimaciones necesarias de los costos del servicio (Gavilánez, 2002, p. 45). El estudio técnico del servicio consiste en solucionar todo lo que se relaciona a la instalación y el buen funcionamiento de una empresa, desde la descripción del proceso, adquisición, de equipos e implementos para las tres áreas de servicio, sin olvidar los equipos administrativos para que el personal tenga su sitio de trabajo y nuestro mercado objetivo se sienta satisfecho con nuestro centro.

### **2.1 Determinación del tamaño del centro**

El Centro de Apoyo para TRANS, necesitará para su funcionamiento un terreno de 125 metros cuadrados, divididos en área social, médica psicológica, moral, sala de reuniones y recepción además de las oficinas administrativas. (ANEXOS)

### **2.2 Curva de la demanda proyectada**

Gracias a la Proyección realizadas en el Estudio de Mercado, podremos realizar una curva que nos presente la demanda proyectada conjuntamente con la demanda proyectada Insatisfecha que es a cual el centro debe enfocarse porque a una parte de este porcentaje va a atender según la capacidad del centro tanto en infraestructura, como en personal y de capital que es aquel que determinará en mayor medida la capacidad que tenga el centro al igual que sus recursos.

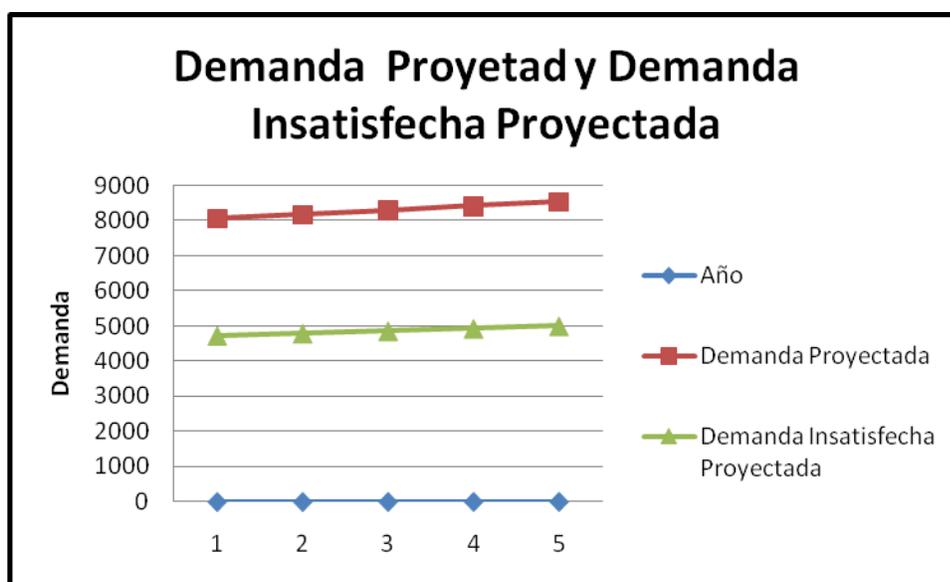
**Cuadro N° 29: Demanda Proyectada y Demanda Insatisfecha Proyectada**

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Demanda Insatisfecha Proyectada</b>
1	8.056	4.726
2	8.172	4.793
3	8.289	4.862
4	8.408	4.930
5	8.530	5.002

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**GráficoN°15: Demanda proyectada y demanda insatisfecha proyectada**



**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Con esta gráfica podemos apreciar la alta demanda que existe por parte de la Comunidad GLBT hacia este tipo de servicio y pese a la variedad de centros dirigidos para este grupo existe una demanda insatisfecha alta.

### 2.3 Capacidad de Operaciones

La capacidad de operaciones de en una empresa es un término usado para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad, esta se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas, al igual que con el tamaño y personal (Krajewski Lee, et al., 2000, p.77).

La capacidad instalada que este proyecto va a utilizar es basarse en el tiempo promedio de cada sesión para cada servicio por paciente, es así que para Salud se tomará un promedio de 30 minutos por paciente, mientras que para la colocación de inyecciones, contaremos con una enfermera que realizará la colocación de cada inyección en promedio de 5 minutos. Mientras que dentro del ámbito Psicológico tendrá una duración por paciente de 40 minutos, pero para las sesiones de Motivación se divide en individuales en la mañana hasta el mediodía de 30 minutos, mientras que las grupales que serán en la tarde serán de 45 minutos, por la tarde.

**Cuadro N° 30: Capacidad**

<b>Atención</b>	<b>Horario</b>	<b>Duración por paciente</b>	<b>Precio</b>	<b>Capacidad Semanal</b>	<b>Capacidad Anual</b>
<b>Psicológica</b>	8:30-17:30	40 minutos	10	60	3120
<b>Salud</b>	8:30-17:30	30 minutos	10	80	4160
<b>Motivacional</b>	8:30-12:00	30 minutos	10	30	1560
	13:00-17:30	45 minutos	18	30	1560
<b>Atención Total Individual</b>					8840
<b>Atención Total Grupal</b>					1560

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

## **2.4 Análisis de Macrolocalización**

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa país o región dependiendo del área de influencia del proyecto. (Córdova Marcial, 2006, p. 23).

Este estudio normalmente se constituye en un proceso detallado y crítico debido a lo marcado de sus efectos sobre el éxito financiero y económico del proyecto. La macro localización es decidir la zona general en donde se instalará el negocio. El estudio de la macro localización facilidades los costos del transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, entre otros. También tiene que ver con las, características topográficas y costo de los terrenos, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida, leyes y reglamentos. A través de la macrolocalización se debe elegir la zona más atractiva para el proyecto del Centro de Apoyo para la Comunidad TRANS, la cual se ubicará en:

**Cuadro N° 31: Macrolocalización del Proyecto**

<b>Continente</b>	América
<b>Región</b>	América
<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Pichincha
<b>Cantón</b>	Quito
<b>Ciudad</b>	Quito
<b>Densidad de personas declara GLBT en el Ecuador</b>	1.144.551 habitantes
<b>Densidad de personas declara GLBT en Quito</b>	182.808 habitantes

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 17: Localización de la Ciudad de Quito**



**Fuente:** <http://maps.google.com>

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

## 2.5 Análisis de microlocalización

Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará. (Córdova Marcial, 2006, p. 24).

Se realizará una especificación exacta de forma micro la localización del centro, de la siguiente manera:

**Cuadro N° 32: Microlocalización del proyecto**

<b>Zona:</b>	Noreste
<b>Sector:</b>	Iñaquito
<b>Dirección:</b>	Calle Iñaquito y Joaquín Auz

**Fuente:** Mapas de la Ciudad de Quito, 2011-2012

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Se determinó este sector y esta ubicación del centro ya que queda en una zona neutral para este grupo, ya que existen varias zonas en las cuales no pueden transitar con normalidad por su propia seguridad ya que han tenido graves consecuencias debido a grupos que gracias a su ideología tienen un rechazo hacia esta comunidad, por otro lado este sector cuenta con una circulación de buses tanto aquellos que van al norte y como al sur, sin olvidar que existen paradas de 2 líneas importante de transporte como lo son: TROLEBUS y METROVÍA.

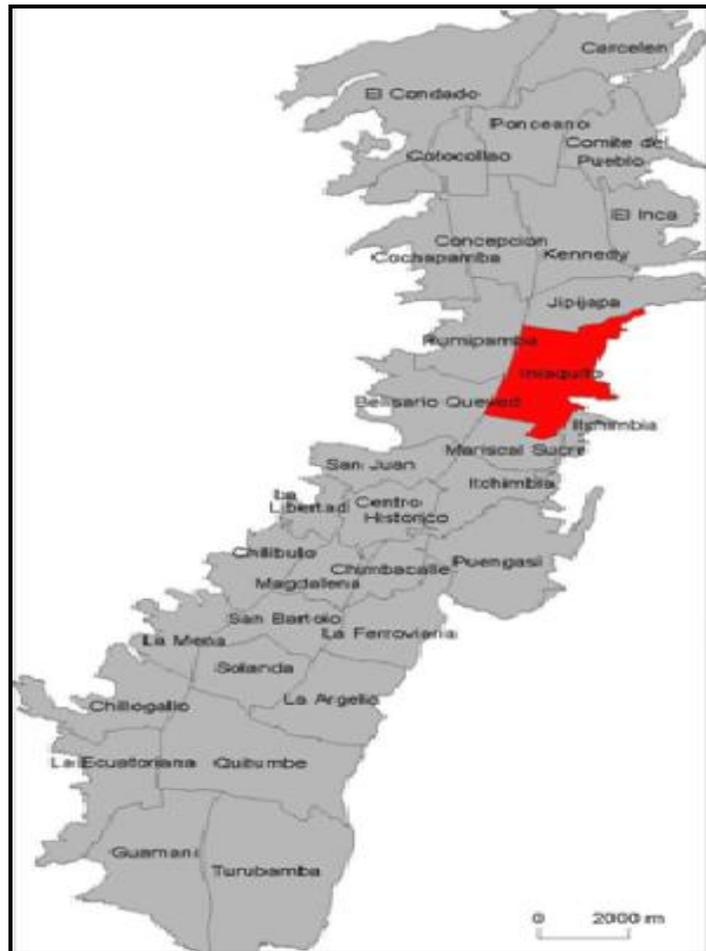
**Gráfico N° 18: División de Quito en parroquias**



**Fuente:** <http://maps.google.com>

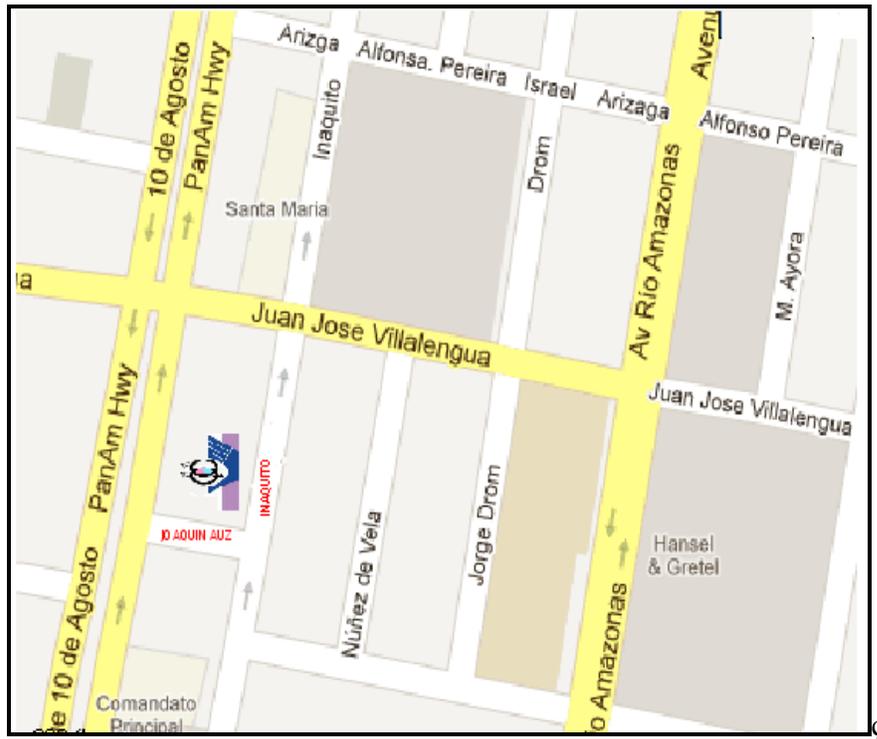
**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 19: Localización de Iñaquito**



**Fuente:** <http://maps.google.com>  
**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Gráfico N° 20: Localización del centro de apoyo para la comunidad TRANS**



Fuente: <http://maps.google.com>

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

## 2.6 Flujograma del servicio

La palabra Flujograma es una expresión genérica de un diagrama de flujos que en consecuencia se podría aplicar tanto a flujos de información, como a flujos de productos. (Siabato Patiño Margarita, 2006, p. 62).

**Gráfico N° 21: Simbología de Flujograma**

<b>Simbología</b>	<b>Significado</b>	<b>Descripción</b>
	Operación	Significa un cambio o transformación en algún componente del producto.
	Demora	Cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar un turno.
	Proceso	Para describir un proceso o paso que se deberá seguir.
	Toma de Decisión	Para tomar decisiones en cualquier parte del proceso.
	Documento	Se utiliza para designar cheques requisiciones, cotizaciones.
	Inicio/Fin	Para iniciar o terminar un diagrama de flujo.
	Archivo o Almacenamiento	Custodiar un producto o insumo en el almacén, hasta que se utilice para la venta.
	Transporte	Acción de movilización de algún elemento.

**Fuente:** <http://es.scribd.com/doc/2234656/Distribución-de-areas-de-trabajo>

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Gráfico N° 21: Flujograma de servicio de salud

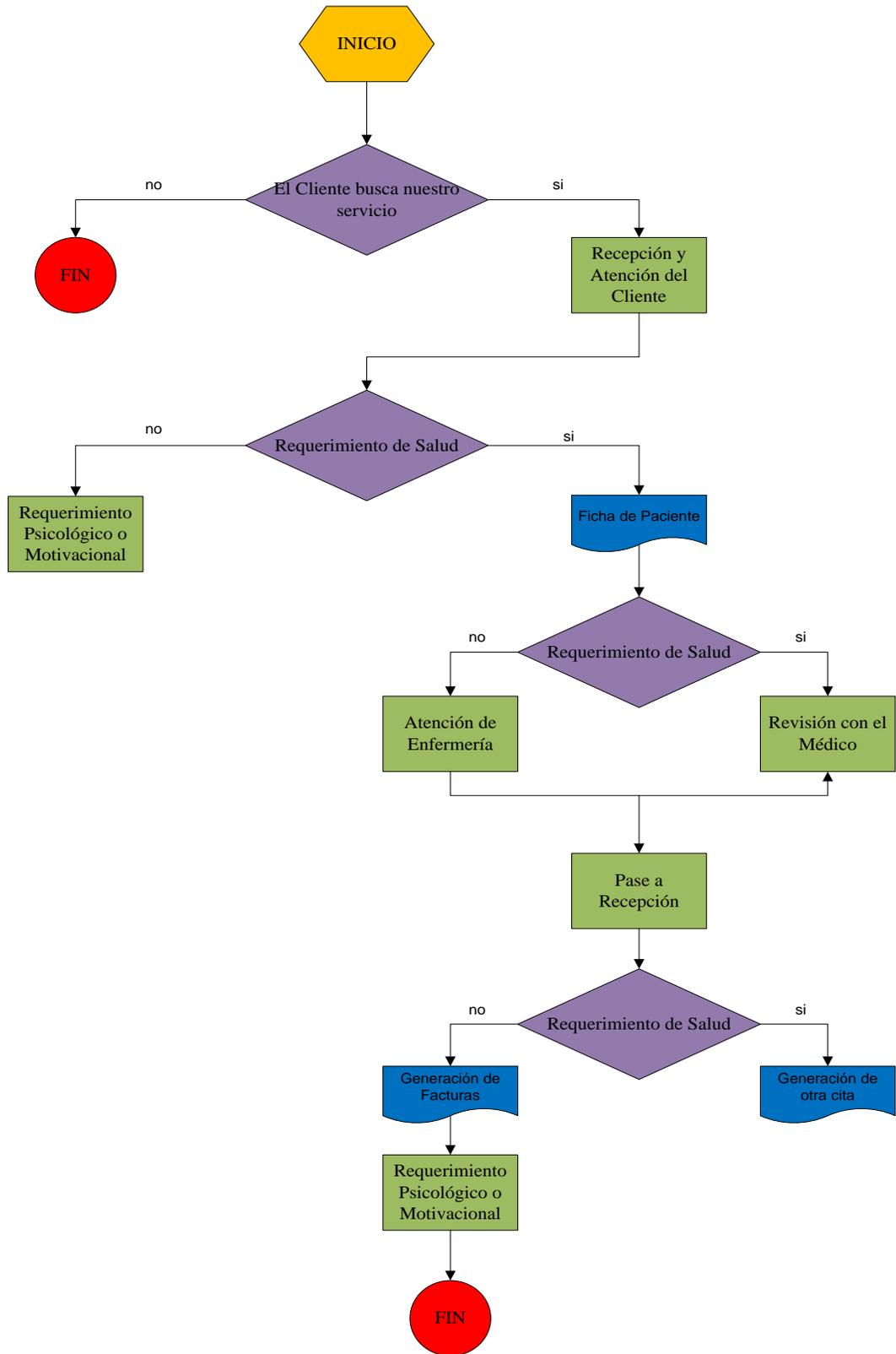


Gráfico N° 22: Flujograma de servicio de psicología

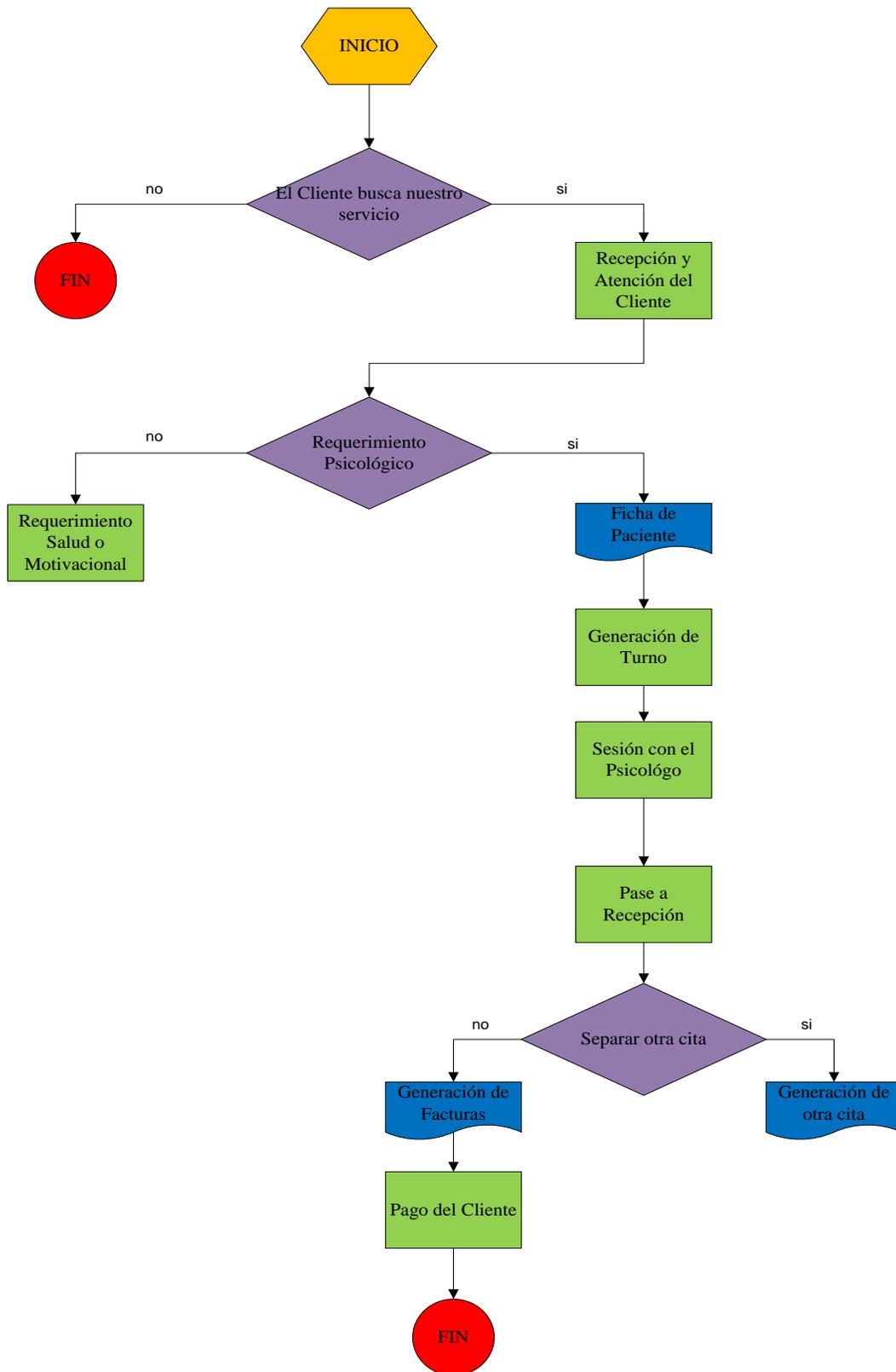
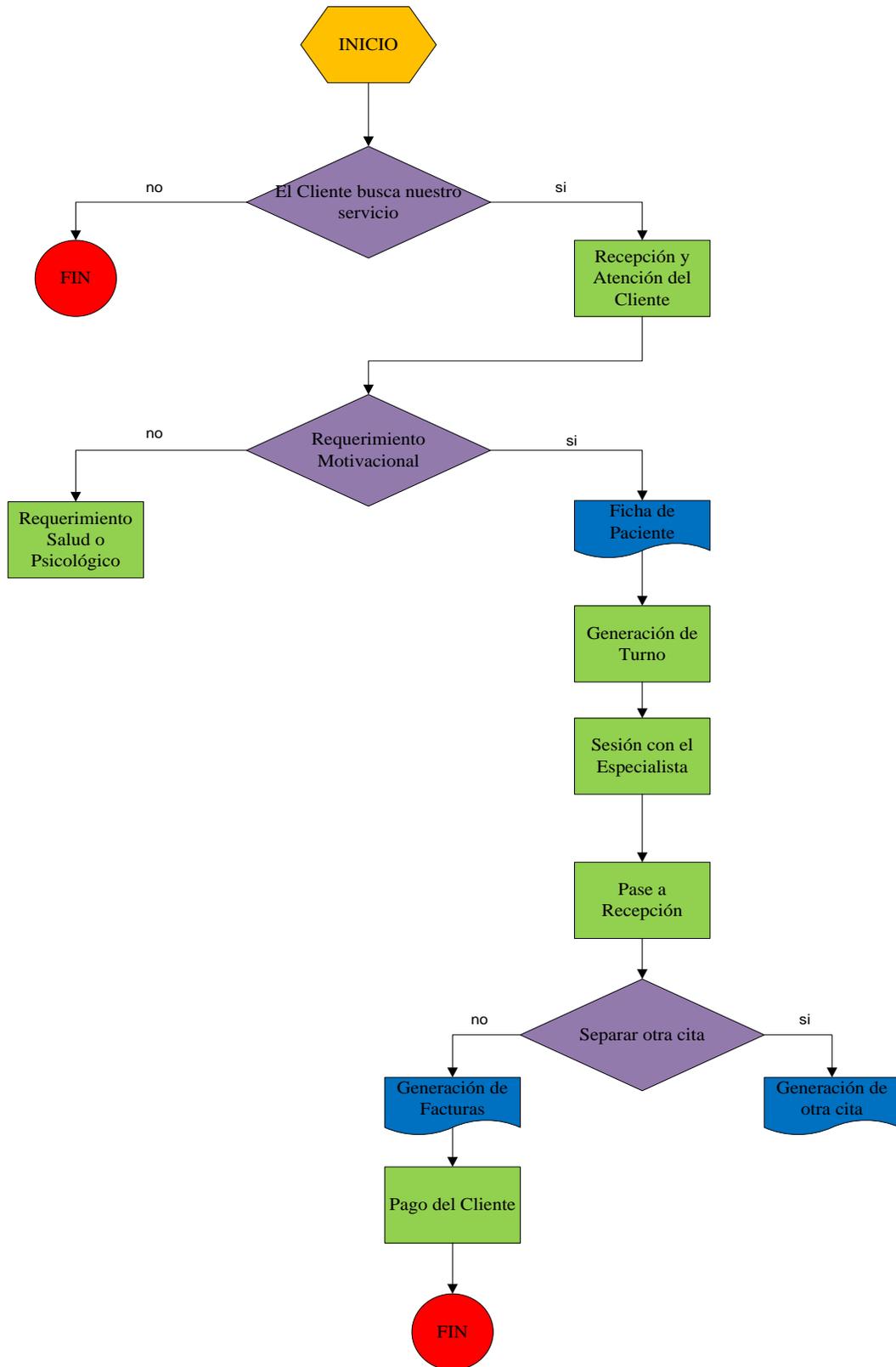


Gráfico N° 23: Flujograma de servicio motivacional



## 2.6.1 Procedimientos del servicio

### Servicios

- El cliente busca nuestros servicios llaman a los números del centro o se dirigen directamente a las instalaciones del centro,
- La recepcionista da la bienvenida al centro y brinda información sobre los tres servicios básicos, abre una ficha sobre el paciente y además receipta el pedido de atención del cliente,
- El cliente solicita atención en los ámbitos de: Salud o Psicológico o Motivacional a la recepcionista, la cual revisa en el sistema las citas previas para los doctores de las diferentes áreas, si el cliente desea pide una cita en ese momento o reserva una para otro día,
- La recepcionista pide al cliente que pase a la sala de espera, donde el cliente podrá esperar cómodamente hasta el momento de su cita,
- Si el cliente necesita una cita médica pasará al médico general, pero si es para una colocación de inyección podrá acudir rápidamente a la enfermera del centro, al igual pasaran a sala del psicólogo o el especialista en motivación,
- Terminado su cita o sesión el cliente deberá salir a recepción y pedir a la recepcionista su factura correspondiente y/o la toma de la siguiente cita,
- El cliente cancelará por el servicio recibido, mientras que la recepcionista lo atenderá y despedirá de forma muy atenta.

## 2.7 Distribución de áreas de trabajo

La expresión “distribución del espacio” en sí refiere al estilo de Disposición Física de los puesto de trabajo de sus componentes y materiales ya que esto facilita o perjudica el desenvolvimiento de las labores del personal de la empresa y consecuentemente el servicio. (Distribución de Áreas de Trabajo).

## **2.8 Ingeniería del proyecto**

El estudio de la ingeniería debe abarcar cada uno de los aspectos relativos al proceso del servicio mismo a ofrecerse, equipos a emplearse, energía a utilizarse, mantenimiento, reposición, arrendamiento, cálculo de las inversiones requeridas, etc., para así facilitar las estimaciones necesarias de los costos del servicio.(Erossa Victoria Eugenia, et al., 2004, p. 30).

### **2.8.1 Tecnología, instrumentos y equipos para el funcionamiento**

Los instrumentos y equipos para el funcionamiento de un proyecto son todos aquellos bienes tangibles que cada área de trabajo necesitan para realizar sus actividades. (García Herrera Gustavo, et al., 2002, p. 94).

Es por esto que el centro deberá tener los siguientes implementos:

#### **Equipos para el área de salud**

Debido a la acumulación del conocimiento y los avances tecnológicos ocurridos en el sector de la salud, la asistencia médica ha cambiado profundamente en los últimos años. (Londoño Malagón, et al., 2003, p. 107)

**Cuadro N° 33: Tabla de equipos para servicios**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Esterilizadora en seco	600	600
1	Porta pinzas de metal,	25	25
2	Tambores porta gasa de acero inoxidable	13.39	26.78
1	Bandeja de acero inoxidable	45	45
1	Espejo vaginal grande	14.13	1
2	Semilunas de Acero Inoxidable	12	24
1	Jeringuilla de metal para lavar oído	19	19
1	Báscula con altímetro	210	210
2	Termómetros (bucal y rectal)	3.50	7
1	Tijera Corta Gasa	3.39	3.39
1	Tijera Curva	6.03	6.03
1	Tijera Recta	6.43	6.43
1	Equipo de diagnóstico(lámpara y aditamentos)	205,36	205,36
1	Martillo Neurológico	32.14	32.14
1	Fonendoscopio marca TENSOMED	27.50	27.50
1	Tensiómetro digital Riester	115.18	115.18
1	Equipo de Básico de Sutura	26	26
			1162,36

**Fuente:** Farmaenlace CíaLtda, Gamedent.

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

En este cuadro se describen todos aquellos equipos e instrumentos necesarios para que el personal médico pueda ofrecer sus servicios la misma que está dispuesta de la siguiente manera:

## Equipos de salud

Para esta área he previsto lo necesario para el médico general que contará con una cama fabricada en estructura de tubo pintura electroestática con forrado de corosil para la revisión médica, con una lámpara cuello de ganso importada marca DRIVE, taburete giratorio cromado, basurero metálico mediano, tensiómetro marca TENSOMED, fonendoscopio marca TENSOMED y axiómetro de pulso portátil, así, podrá el médico ofrecer un servicio organizado, higiénico y de la mejor calidad.

Por otro lado se encuentra la enfermería la cual contará con una camilla simple cromada, con un basurero metálico grande para que la enfermera pueda realizar curaciones de primer grado, colocación de inyecciones y sirva de apoyo para el médico general.

## Muebles y enseres

**Cuadro N° 34: Muebles y enseres**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
2	Archivador	Metálico de 4 cajones	180	360
2	Estanterías	Metálico	150	300
5	Escritorios	Madera	100	500
5	Sillas para oficina	Metálicas con forro Acolchonadas	35	175
2	Mueble	Mediano, acolchonado y tapizado	47	94
1	Vitrinas	Metálicas	150	150
1	Mesa de Centro	Metálica con vidrio	40	40
1	Juego de Sillones	Tapizados	155	155
				1.774

**Fuente:** Mercado libre, Bodegón del Mueble Usado y Mueblería f & b  
**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Este cuadro muestra aquellos muebles y enseres con los cuales debe contar el centro para sus diversas áreas, siendo su división de la siguiente manera:

- **Área de servicios:**

Cada área deberá contar con un escritorio de madera y con tres sillas metálicas tanto para el médico como para el paciente. El área Psicológica y Motivacional contará con un diván cada uno para que el paciente en cada sesión se sienta más cómodo y esta transcurra de la mejor manera.

- **Área administrativa:**

El Área Administrativa deberá contar con una mesa de madera, 3 sillas, un archivador para que el administrador pueda realizar su labor de forma cómoda y organizada.

- **Área de recepción:**

El Área de Recepción tendrá de mismo modo una mesa de madera, 3 sillas metálicas para la recepcionista y clientes con sus acompañantes en caso de que los tuviera, también contará con un archivador para que el personal pueda realizar de forma cómoda, eficiente y organizada su trabajo.

- **Área sala de espera:**

Para la Sala de Espera el centro contará con un juego de sala para que los pacientes y sus acompañantes en caso de que los tuvieran puedan esperar su turno y la finalización de su cita de forma cómoda.

## Equipo computación

**Cuadro N° 35: Tabla de equipo de computación**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>
2	Computadora	PC BOX INTERL
1	Impresora	Matricial 80 col
1	Software	Sistema

**Fuente:** Soltech S.A.

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

El equipo Tecnológico está dividido para el área administrativa y de recepción ya que para cumplir con sus funciones les es indispensable, y un equipo de estos es para ambientación en la sala de espera, lo he dispuesto de la siguiente manera:

- **Área administrativa:**

El Área Administrativa deberá contar con una computadora, un teléfono y un software, de este el administrador realizará sus funciones de forma organizada y con facilidad de poder comunicarse con la recepcionista que también cumplirá la función de apoyar al administrador.

- **Área de recepción:**

La recepción tendrá como apoyo para sus actividades una computadora, un sistema de software y una impresora para cumplir todas sus actividades tanto al atender a clientes como ser el soporte de médicos y administración.

### **2.8.2 Materiales e insumos para el funcionamiento**

Este ámbito nos muestra todos aquellos insumos y materiales necesarios para el funcionamiento del centro.

**Cuadro N° 36: Materiales e insumos**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Jeringuillas de cristal o desechables de 2 cc., 5 cc., 10 cc. (60 unidades)	13.39	13.39
5	Alcohol (1000ml)	0.50	2.50
1	Sablon (1000 ml)	3.20	3.20
10	Algodón de 50 gr	0.71	7.10
5	Suero Fisiológico (litro)	1.90	9.50
5	Agua Oxigenada (120ml)	1.07	5.35
10	Gasa de 6" (unidad)	0.46	4.60
10	Agujas de Sutura e Hilo (Paquete)	1.20	10
1	Guantes Desechables (paquete de 50 pares)	25,00	25
1	Mascarillas (100 unidades)	7.31	7.31
3	Batas para paciente	7,00	21
1	Esparadrapo 1x50 yd	12.12	12.12
	<b>TOTAL</b>		56

**Fuente:** Famaenlace Cía. Ltda., Gamedent.

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 2.8.2 Infraestructura

La infraestructura es la base material que determina la estructura adecuada para el centro de apoyo la cual arrendaremos y está ubicado en la ciudad de Quito, sector Iñaquito, en las calles Iñaquito y Joaquín Auz

**Cuadro N° 37: Adecuaciones de Infraestructura**

	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Adecuaciones</b>	Baños y Mampostería	m2	80
<b>Adecuaciones de Divisiones</b>	Modulares	m2	55
<b>TOTAL:</b>			

**Fuente:** Ing. Raúl Palacios

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

La edificación cuenta con los siguientes espacios, distribuidos en dos plantas:

a) Área Uno:

- Sala de espera
- Recepción
- Un baño para el cliente
- Bodega.
- Área Administrativa

b) Área Dos:

- Estación de Enfermería
- Consultorio destinado para Salud
- Consultorio destinado para Psicología
- Consultorio destinado para Motivación
- Baños

## **2.9 Administración de la empresa**

La Administración es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines perseguidos por la organización (Campaña Gema, et al., 2010, p. 49).

### **2.9.1 Empresa y organización**

#### **2.9.1.1 Misión**

La misión de la empresa representa el fin o propósito para el que ha sido creada la empresa. Estos fines están destinados a satisfacer las motivaciones más fuertes que dieron lugar a la participación de los miembros fundadores (IICA, 2005, p.67).

*“El Centro de Apoyo para la Comunidad TRANS siendo una empresa de servicio buscará mejorar la calidad de vida de esta comunidad ofreciendo atención personalizada con calidad y respeto apoyo en: salud, psicología y motivación”.*

### **2.9.1.2 Visión**

La visión parte de idea a la que daremos forma y enriqueceremos con los valores que hacen únicos a nuestra empresa o proyecto. La visión es la capacidad de tener un puente entre lo que es y lo que puede ser. (Yates Carmen, 2008, p.32).

*“Convertirnos en un centro ejemplar con servicios para el enriquecimiento y fortalecimiento de la comunidad TRANS, brindado así servicios profesionales con respeto e igualdad.”*

### **2.9.1.3 Objetivos de la empresa**

#### **Objetivo general**

El Centro de Apoyo para la comunidad propone a la comunidad que vive en la ciudad de Quito un servicio de calidad a un costo accesible con atención en Psicología, Salud Primaria y Motivación para mejorar el modo de vida de este grupo.

#### **Objetivos específicos**

- Realizar una óptima selección del personal para que la empresa pueda contar con profesionales especializados dentro de cada área de la empresa los que deben contar con la experiencia y la ética necesaria para trabajar con la Comunidad TRANS.
- Optimizar los recursos de la empresa y buscar la ayuda estratégica de otros centros para la comunidad GLBT a fin de seguir ayudando a este grupo.

- Incentivar el liderazgo y trabajo en equipo a través de capacitación constantes y reconocimiento al personal, para lograr un compromiso con la organización y procurar su crecimiento y desarrollo.

#### **2.9.1.4 Principios y valores corporativos**

Los principios corporativos son los que establecen las pautas del comportamiento de las corporaciones, poniendo en práctica aquellos valores que ya han sido establecidos en la misma (Freijeiro Álvarez Ana Belén, 2006, p. 25).

Los principios de la empresa que serán los pilares de sus actividades son los siguientes:

- Liderazgo óptimo para lograr buenos resultados, se dará cuando la empresa tenga un buen líder, al cual los subordinados lo miren como ejemplo a seguir, en donde todos trabajen por el buen desenvolvimiento de la empresa y el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados.
- Cooperación, que nuestro personal se sienta que son parte de la organización y así estén dispuestos a colaborar en el momento que sea necesario.
- Buena atención al cliente, el eje principal para el progreso de la empresa, en base a la calidad del servicio, es el buen trato desde el momento mismo de la solicitud de información en recepción, hasta la atención dada por los especialistas, para poder superar las expectativas que puede tener el cliente.
- Compromiso con la Sociedad, el centro tiene un compromiso con la comunidad TRANS de Quito ya que al ser el único centro que brinda salud, debe cumplir de la mejor manera para así mejorar la calidad de vida de esta comunidad.
- Compromiso con los empleados, la empresa debe rescatar, mantener y profundizar valores éticos y morales como el respeto mutuo entre los integrantes de la empresa, logrando así una solución óptima a los problemas mediante el diálogo , ya que ellos constituyen la base de nuestro éxito.

Valores que la empresa debe considerar, respetar y mantener son:

- Disciplina en el trabajo, es necesario lograr que las labores cotidianas en la empresa se lleve con total orden, serenidad y disciplina con el único afán de sacar adelante a la empresa.
- Puntualidad, es muy importante ya que las actividades están establecidas, con turnos y horarios para la atención del cliente en las diferentes áreas.
- Conocimiento, es necesario conocer las capacidades del personal que labore en la empresa, de tal manera que estos realicen sus labores en forma productiva y sean capaces de solucionar cualquier dificultad que se pueda presentar.
- Calidad, es la búsqueda de métodos de mejora; es la aplicación de todo tipo de medidas y cambios para poder alcanzar las metas trazadas por la empresa; por ende las medidas que la empresa debe cumplir es comprometer a los trabajadores en la obtención de una mayor calidad en trabajo, mediante programas de formación profesional, comunicación y aprendizaje, así como la revisión de los sistemas y procesos productivos para poder mantener el nivel de calidad alcanzado en el servicio prestado.
- Honestidad, en la búsqueda de la prudencia, compostura y moderación en las personas y acciones a realizarse, por ende en la empresa se debe mantener todo lo mencionado para así lograr y conservar el prestigio de la misma.
- Ética, esto indica el comportamiento las costumbres y la determinación de la conducta humana llamada moral, en el cual la empresa debe basar cada una de sus acciones no solo para con los demandantes sino también para los trabajadores.

#### **2.9.1.5 Organización**

La palabra Organización viene del griego “órganon” que significa instrumento. Pero quizás ilustre mejor el significado de este concepto, el uso que en nuestra lengua se da a la palabra “organismo”. Este implica necesariamente:

- Partes y Funciones Diversas.- ningún organismo tiene partes idénticas, ni de igual funcionamiento.
- Unidad Funcional.- esas partes diversas, con todo, tienen un fin común e idéntico.
- Coordinación.- precisamente para lograr este fin, cada una pone una acción distinta, pero complementaria de las demás, obran en vista del fin común y ayudan a los demás a construirse y ordenarse conforme a una teología específica (Reyes Ponce Agustín, 2005, p. 77).

### **Organigrama estructural de la organización**

“En la estructura organizacional se representa a través de organigramas que son la representación de la estructura orgánica de cómo funciona la empresa y cada una de sus áreas, en donde se muestran las relaciones que se guardan entre sí los órganos que la componen”. (Webster Frederick E, 2003, p. 103).

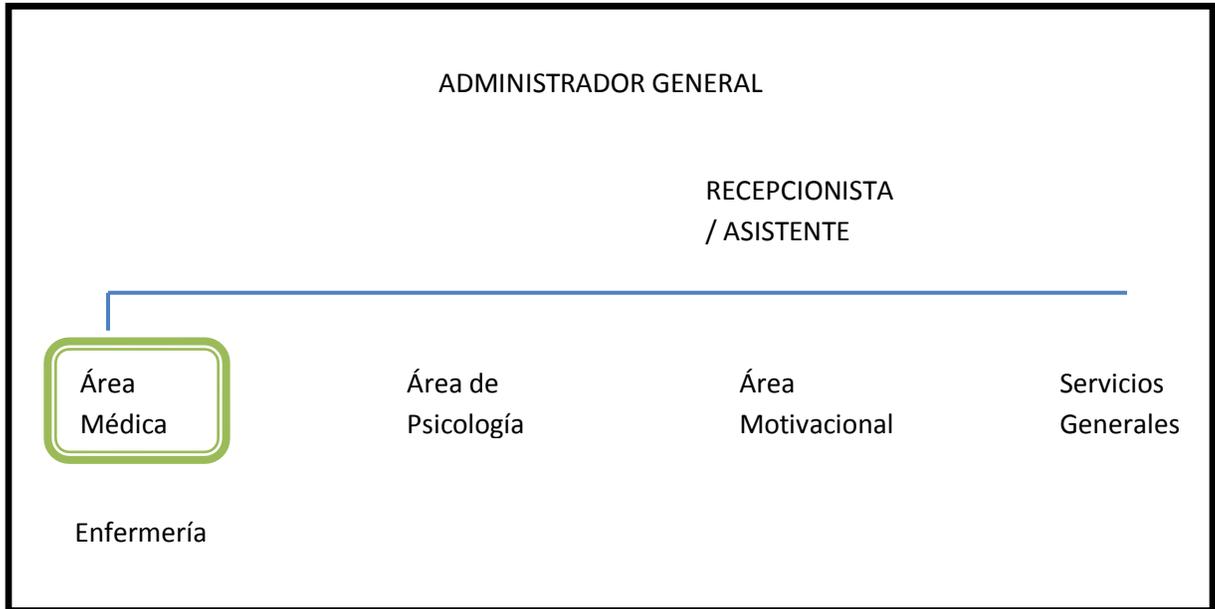
La estructura organizacional que se utiliza en el presente proyecto, se ha utilizado en base a la tipología lineal.

### **Relación lineal**

Es aquella en la que la transmisión de la autoridad y la responsabilidad son correlativas a través de una sola línea, establece una relación de subordinación entre las diferentes unidades que aparecen en el organigrama. Los organigramas que se presentan en la estructura organizacional de la empresa proporcionan:

- Imagen formal de la empresa
- Fuente de consulta oficial de cómo está integrada la empresa
- Las relaciones jerárquicas que existe dentro de la empresa

**Gráfico N° 24: Organigrama lineal del centro**



**Fuente:** Reyes Ponce Agustín, Administración de Empresas, LIMUSA Noriega Editores, México, 2005  
**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 2.9.1.6 Funciones de la organización

#### Descripción de los cargos y actividades del orgánico funcional

- **Dirección administrativa financiera**

#### Dirección Administrativa



**Objetivo General:**

Proponer, fomentar y coordinar los distintos recursos económicos y administrativos puestos a disposición para el logro de las metas.

**Ubicación administrativa:**

Área Administrativa

**Especificación del cargo:****Titulación:**

Ingeniero en Administración de Empresas o afines

**Experiencia:**

Dos años de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de Administración

**Conocimientos:**

- Administración
- Aplicación e interpretación de los estados financieros.
- Sistemas informáticos

**Funciones Principales:**

- Organizar, ejecutar y supervisar las funciones presupuestarias, financieras contables administrativas de aprovisionamiento de servicio, mantención y prospección económica.
- Proponer la proforma presupuestaria anual del Centro,
- Estudiar los extractos de funcionamiento que representen un mejor aprovechamiento de recursos para el Centro.
- Conocer e interpretar los distintos hechos económicos que signifiquen utilización y generación de recursos financieros.
- Tener a su cargo la administración de los bienes del Centro, darlos de baja cuando sus condiciones así lo hagan aconsejable, proporcionar mantenimiento.

- Comprar dentro del mercado nacional suministros, implementos y bienes muebles de ser necesario el caso.
- Establecer políticas y procedimientos que definan los mecanismos en relación con el desempeño de los empleados del Centro.
- Responsabilizarse de la selección de personal.

## **Recepcionista y Asistente Contable**

### **Recepción**



#### **Objetivo General:**

Organizar y mantener comunicación directa con los directivos, empleados y clientes, procesar la correspondencia y llevar el manejo de los procesos contables del Centro Social, al igual que información y facturación al cliente.

#### **Ubicación administrativa:**

Recepción-Secretaria Contable

#### **Reporta a:**

Director Administrativo Financiero

## **Especificación del cargo**

### **Titulación:**

Licenciada en contabilidad

### **Experiencia:**

Dos años de experiencias

### **Conocimientos:**

- Manejo de utilitarios, ortografía, redacción de oficios, memos, informes.
- Elaboración de Estados Financieros, Balances, presupuestos, Leyes, reglamentos y decretos aplicables en el área de la contabilidad.
- Clasificación y análisis de la información contable.
- Paquete Administrativo.

### **Funciones Principales:**

- Atiende, informa, sugiere a los usuarios, sobre los servicios que brinda el centro
- Atención de llamadas internas, externas, traslado de llamadas a otros departamentos.
- Elabora oficios, memorias, actas de compromisos de trabajo de reuniones realizadas con los representantes de los departamentos de la estructura organizacional del centro
- Utiliza el sistema informático para llevar los archivos de las actividades de cada departamento
- Apertura y archiva los procesos y diagnósticos que ha obtenido el tratante – paciente de los diferentes departamentos en los que fue atendido
- Recibe y entrega correspondencia
- Recibir y clasificar todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobantes de ingreso, cheques, cuentas por pagar, otros).
- Codificar las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.

- Preparar los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
- Contabilizar las nóminas de pagos del personal del Centro.
- Elaborar comprobantes de los movimientos contables
- Emitir cheques correspondientes a pagos de proveedores y servicios de personal.
- Llevar el control de cuentas por pagar.
- Elaborar órdenes de pago para la reposición de caja chica
- Transcribir y acceder a la información del operador informático.
- Mantener en orden el equipo y sitio de trabajo reportando cualquier anomalía.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Cualquier otra función que se le asigne inherente al cargo.

### **Dinero:**

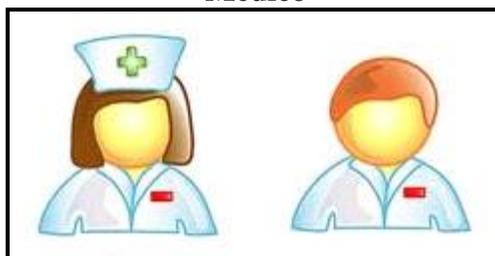
Es responsable directa del manejo de dinero en efectivo

### **Información confidencial:**

Maneja en forma directa un grado de confidencialidad total.

- **Departamento Médico**

### **Médico**



### **Objetivo general:**

Atender a los pacientes en sus dolencias físicas, internas y externas otorgando diagnósticos y seguimiento del tratamiento correspondiente para mejorar la salud de la persona atendida.

**Ubicación:**

Servicio, atención medica

**Reporta a:**

Director Administrativo Financiero

**Especificación del cargo:**

**Titulación:**

Doctor en Medicina General

**Experiencia:**

Dos años de experiencia en la rama médica.

**Conocimientos:**

Medicina general

**Funciones principales del médico:**

- Recibir y atender a los pacientes por turnos previamente entregados por la recepción
- Chequeo general
- Realizar seguimiento del tratamiento de cada paciente
- Diagnosticar y recetar los medicamentos de acuerdo al diagnóstico
- Planificar las citas médicas de los pacientes para constatar la evolución de la enfermedad.

**Enfermería**

**Objetivo general:**

Ayudar en todo aspecto que el médico general lo necesite.

**Ubicación:**

Servicio, atención médica, enfermería

**Reporta a:**

Director Administrativo Financiero

**Especificación del cargo:**

**Titulación:**

Enfermería

**Experiencia:**

Dos años de experiencia en la rama médica.

**Conocimientos:**

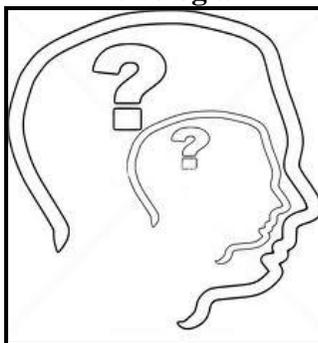
Generales de Medicina

**Funciones principales de enfermería:**

- Recibir y atender a los pacientes por turnos previamente entregados por la secretaría.
- Llevar en orden las carpetas personales de los pacientes con sus respectivos cuadros clínicos.
- Realizar seguimiento del tratamiento (colocación de inyecciones) de cada paciente.
- Apoyar al médico general en sus funciones.

- **Departamento Psicológico**

### **Psicología**



#### **Objetivo general:**

Atender a los clientes en las situaciones o casos por el que se encuentran atravesando (personal, familiar, comunitario, del entorno), aplicando los conocimientos y procedimientos psicológicos generales, para diagnosticar y continuar con los procesos psicológicos, a fin de solucionar los casos presentados.

#### **Ubicación:**

Servicio, atención Psicológica

#### **Reporta a:**

Director Administrativo Financiero

#### **Especificación del cargo**

#### **Titulación:**

Psicólogo Clínico

#### **Experiencia:**

Dos años de experiencia en la rama de Psicología

## **Conocimientos:**

Técnicas, métodos.

### **Funciones principales del psicólogo:**

- Recibir y atender a los clientes por turnos previamente entregados por la secretaria.
- Llevar en orden las carpetas y/o expedientes clínicos personales de los pacientes con sus respectivos casos.
- Realizar seguimiento de los casos de los pacientes.
- Planificar las citas con los pacientes para conocer y continuar con los procesos de superación del problema psicológico.
- Archivo de la carpeta con cuadro clínico.
- Mantener estricta confidencialidad de cada uno de los casos a tratar.

- **Departamento motivacional**

### **Motivación**



### **Objetivo general:**

Atender y orientar a los pacientes ya sea de forma individual y grupal en las situaciones o casos por el que estén atravesando (personal, familiar, comunitario, del entorno), aplicando los conocimientos y procedimientos en orientación general, para crear ejercicios que le permitan a la persona conseguir lo buscado en cada caso.

**Ubicación:**

Área de Motivación

**Reporta a:**

Dirección Administrativa Financiera

**Especificación del cargo**

**Titulación:**

Psicólogo Clínico, con diplomado en Programación Neuro-Lingüística

**Experiencia:**

Dos años de experiencia en Psicología Clínica y un año de experiencia en Diplomado en Programación Neuro-Lingüística

**Funciones principales:**

- Recibir y atender a los pacientes por turnos previamente entregados por la recepcionista.
- Llevar en orden las carpetas y/o expedientes personales de los pacientes con sus respectivos casos.
- Realizar seguimiento de los casos presentados.
- Planificar su plan de trabajo tanto para pacientes de forma individual como grupal.
- Archivo de la carpeta del caso.

**2.10 Marco legal de la empresa**

**2.10.1 Organismos controladores y registros**

En la normativa comercial el centro debe constar con diferentes registros en instituciones para poder formarse como tal, y estos son:

### **Registro único del contribuyente (RUC)**

El organismo que tiene la capacidad para emitir el RUC es el SRI (Servicio de Rentas Internas).

Hay que considerar que el RUC es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Es así que el nuevo Centro al realizar actividades económicas está obligado a cumplir con obligaciones tributarias; por lo tanto debe ejecutar el trámite respectivo para obtener su registro en el SRI.

Requisitos:

- a) Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del titular.
- b) Planilla actual de pago de servicios

El trámite es inmediato; en caso que el Servicio de Rentas Internas SRI necesite realizar la verificación de la dirección, el RUC es enviado por courier en 48 horas.

### **Patente municipal**

Este es uno de los requisitos que el Ilustre Municipio de Quito exige para que el nuevo Centro inicie con las actividades.

Su registro e impuesto se grava a toda persona natural o jurídica que ejerce actividades comerciales dentro del Ilustre Municipio de Quito.

**Requisitos:**

Patentes para personas naturales:

Para inscribir y obtener por primera vez:

- a) Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas y formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- b) Presentar la planilla de mejoras emitidas por el Departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requieran el permiso de funcionamiento.
- c) Original y copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- d) Original y copia de carta de pago de impuesto predial.

### **Permiso de bomberos**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento.

#### **Requisitos:**

- a) Solicitud de inspección del local;
- b) Informe favorable de la inspección;
- c) Copia del RUC; y,

### **2.10.2 Base legal – salud**

Para la base nos enfocaremos en aquellos requisitos que un centro que ofrece salud y ramas de este, debe contar con ciertos implementos mínimos para poder funcionar.

**Reglamento para el funcionamiento de los servicios médicos de empresas** (Acuerdo No. 1404)

*El Ministerio de Trabajo y Bienestar Social de las condiciones mínimas de los locales destinados a servicios médicos.*

Art. 10.- El Servicio Médico de la Empresa, se instalará en los locales contiguos a las Oficinas Administrativas o de Servicios Sociales.

Deberá contar con:

- Sala de espera que puede ser común para servicios afines y con los locales adecuadamente dotados de los servicios básicos de higiene, agua potable, ventilación, luz natural y/o artificial suficiente, temperatura confortable y libre de exposición al ruido y vibraciones;
- Sala de examen médico dotada del instrumental y más implementos que se determinan a continuación, en la siguiente,

Lista mínima de equipos, muebles y enseres y medicamentos de uso médico indispensable para el funcionamiento de los servicios médicos de la empresa.

**Equipos médicos:**

1 Fonendoscopio, 1 Estetoscopio obstétrico, 1 Tensiómetro tipo anerode o de pedestal, Martillo neurológico, 1 Equipo de diagnóstico, 2 pinzas de Koecher, 2 pinzas de Allís, 4 pinzas de campo pequeñas, 6 pinzas mosquito, curvas, 2 pinzas quirúrgicas, 2 pinzas anatómicas, 1 pinza porta agujas, 1 tijera recta, 1 tijera curva, 1 tijera de cortar gasa, 1 sonda acanalada, bisturíes tipo desechables C. S, 1 pinza larga porta gasa, 1 sonda uretral de metal, agujas de suturas rectas y curvas en varios números, 1 esterilizadora en seco, 1 porta pinzas de metal, 1 pinza de manejo (Poester o de arco), 2 tambores porta gasa de acero inoxidable, 1 bandeja de acero inoxidable, con tapa, 1 jeringuilla de metal para lavar oído, 1 báscula con altímetro, termómetros bucales y rectales, jeringuillas de cristal o desechables de 2 cc., 5 cc., 10 cc., y 20 cc., en cantidad suficiente, 1 espejo vaginal mediano, agujas hipodérmicas números 20, 21, 22 y 23 en cantidad suficiente, 1 espejo vaginal grande, 2 semilunas de acero inoxidable, 1 lámpara cuello de ganso, tablas de Sneellen, 1 urinal de acero inoxidable.

**Muebles:**

1 mesa de exámenes o chaisloq, 1 gradilla de metal, taburete giratorio de metal (1), 1 carro de curaciones, 1 vitrina de metal para materiales de medicina, 1 archivador vertical de cuatro gavetas, 1 mesa auxiliar, 2 porta sueros de metal, 1 camilla portátil de lona, 4 basureros de metal, 1 escritorio para el médico, 1 sillón giratorio, 1 escritorio pequeño (para auxiliar de enfermería), 1 silla tipo secretaria, muebles de sala de espera.

**Materiales:**

Baja lenguas desechables de madera, aplicadores, algodón estéril, gasa, catgut varios números, hilo mercerizado No. 80, 40, 20, vendas de gasa de varios tamaños, esparadrapos tubos, sondas nelatón varios números, guantes de caucho, torniquete de caucho, tintura de merthiolate, alcohol potable, agua oxigenada, tintura de yodo, toallas, sábanas, mandiles, etc.

**Medicamentos básicos:**

Analgésicos, antigripales, antibióticos, ampicilina, etc., antiespasmódicos, tranquilizantes, antihistamínicos, hipotensores, antihemorragicos, unguento para curaciones de piel como, quemaduras, infecciones, micosis, etc., tópicos oculares, nasales. Además gasa, vaseliana para quemaduras, antiflogísticos, analépticos y cardiotónicos.

Se entiende que los materiales, equipos y medicamentos básicos serán provistos de acuerdo al número de trabajadores de la empresa para mantener la reserva necesaria y el enfoque de la organización.

### **Capítulo III: Estudio Financiero y de Evaluación**

Comprende la inversión, proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Asimismo se deberá la decisión de comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades. (Ipes, 2006, p. 35).

Este capítulo nos permitirá conocer si el centro de apoyo tendrá las posibilidades económicas que necesita para su funcionamiento, recalando que al ser un centro de apoyo su servicio será cobrado pero se mantendrá un margen mínimo de ganancia, lo necesario para que el centro pueda solventar sus necesidades y no cierre.

#### **3.1 Inversión**

La inversión constituye la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad (Sapag Chaín Nassir, 2007, p.142).

Se considera que para el presente proyecto se tiene una inversión inicial de \$132.330,90 dólares cuyos valores son constituidos por: Adecuaciones a infraestructura existente, Implementos médicos, Equipos de computación, Suministros de oficina para inscripciones iniciales, Muebles y enseres, Equipos de Oficina y Materiales de salud y todo aquello considerado como Capital de Trabajo.

##### **3.1.1 Activos fijos**

Se los define como los activos con vida útil de más de un año, y que se utilizan en las operaciones de la empresa, también se los denomina: Inmuebles, mobiliario o Equipo. (Meza Vargas Carlos, 1996, 296).

Son aquellos bienes y derechos que una empresa necesita para funcionar de forma duradera. Los activos fijos, son poco líquidos, dado que se tardarían mucho en venderlos para conseguir dinero. Lo normal es que perduren durante mucho tiempo en la empresa.

### 3.1.1.1 Costo de edificaciones e infraestructura

El centro de apoyo funcionará en un local el mismo pagará un arrendamiento mensual, para esto se lo adecuará la primera y segunda planta. El edificio por colocarse en una zona central y de movimiento comercial tiene un valor de \$ 650 mensuales.

**Cuadro N° 38: Costos de infraestructura**

	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Adecuaciones</b>	Baños y Mampostería	m2	80	25	2.000,00
<b>Adecuaciones de Divisiones</b>	Modulares	m2	55	150	8.250,00
<b>TOTAL:</b>					10.250,00

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 3.1.1.2 Costos de los equipos

Se requiere para el centro de apoyo un equipamiento para todas las áreas comprendido en muebles y enceres, al igual de equipos tecnológicos para el área administrativa y como el enfoque que prioriza en el centro es salud, una implementación de equipos médicos.

**Cuadro N° 39: Costos de equipos computación**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
2	Computadora	PC BOX INTERL	757	1.514,00
1	Impresora	Matricial 80 col	245	245,00
1	Software	Sistema facturación e inventarios	1100	1.100,00
<b>TOTAL</b>				3.215,00

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Los equipo tecnológicos con los que contará el centro son; dos computadora, una impresora y un software para realizar el sistema de ordenado de facturación e inventarios.

**Cuadro N° 40: Costos de equipos médicos**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Esterilizadora en seco	600	600,00
1	Porta pinzas de metal	25	25,00
2	Tambores porta gasa de acero inoxidable	13.39	26.78
1	Bandeja de acero inoxidable	45	45,00
1	Espejo vaginal grande	14.13	14.13
2	Semilunas de Acero Inoxidable	12	24,00
1	Jeringuilla de metal para lavar oído	19	19,00
1	Báscula con altímetro	210	210,00
2	Termómetros (bucal y rectal)	3.50	7,00
1	Tijera Corta Gasa	3.39	3.39
1	Tijera Curva	6.03	6.03
1	Tijera Recta	6.43	6.43
1	Equipo de diagnóstico(lámpara y aditamentos)	205,36	205,36
1	Martillo Neurológico	32.14	32.14
1	Fonendoscopio marca TENSOMED	27.50	27.50
1	Tensiómetro digital Riester	115.18	115.18
1	Equipo de Básico de Sutura	26	26,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.162,36</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Este cuadro cuenta con todos los implementos de salud valorados a precio unitario y total el mismo que asciende a \$ 1.162,36 comprende todos aquellos implementos mínimos para aquellos centros o empresas que brindan un servicio de salud según el Ministerio de Salud.

**Cuadro N° 41: Costos de muebles y enseres**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
2	Archivador	Metálico de 4 cajones	180	360,00
2	Estanterías	Metálico	150	300,00
5	Escritorios	Madera	100	500,00
5	Sillas para oficina	Metálicas con forro Acolchonadas	35	175,00
2	Mueble	Mediano, acolchonado y tapizado	47	94,00
1	Vitrinas	Metálicas	150	150,00
1	Mesa de Centro	Metálica con vidrio	40	40,00
1	Juego de Sillones	Tapizados	155	155,00
2	Teléfono	Panasonic Simple	48	96
1	Fax	Samsung Papel Común, función copiadora	260	260
<b>TOTAL</b>				<b>2.250,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Los Muebles y enseres que necesita el centro para las diferentes áreas están valorados en \$2.250,00 ya que cada área debe estar de acorde a las necesidades que implica cada proceso que realizan los profesionales.

### 3.1.2 Activos diferidos

Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc. Representa erogaciones que deben ser aplicadas a gastos o costos de periodos futuros, por lo que tienen que mostrarse en el balance a su costo no devengado, es decir, se acostumbra mostrar únicamente la cifra neta y no la cantidad original. (Meza Vargas Carlos, 1996, 298).

**Cuadro N° 42: Gasto constitución**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO</b>
Realizar un escrito para la constitución y el nombramiento del representante legal	420
Elevar a escritura pública la constitución de la compañía (3 ejemplares)	270
Presentar requisitos en la Superintendencia de Compañías, para su resolución aprobatoria	25
Obtenido el extracto publicación en el diario	30
Adquirir 3 ejemplares de la publicación del extracto	5
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>750</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Cuadro N° 43: Activo Diferido**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Gastos Constitución	750,00
Patente Municipal	80
Permiso de Bomberos	20
Permiso de Funcionamiento de MSP	50
<b>TOTAL</b>	<b>900,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

En los Gastos constitución están considerados todos aquellos rubros de: la realizar un escrito para la constitución y el nombramiento del representante legal, elevar a escritura pública la constitución de la compañía (3 ejemplares), presentar requisitos en la Superintendencia de Compañías para su resolución aprobatoria, obtenido el extracto publicación en el diario y adquirir 3 ejemplares de la publicación del extracto.

En este cuadro está representado en un aproximado los gastos de constitución e impuestos que debe pagar para que se pueda constituir la empresa, este valor asciende a \$900.

### **3.1.3 Capital de trabajo**

El capital de trabajo es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo. Puede calcularse como el excedente de los activos sobre los pasivos de corto plazo. (Carlberg Conrad, 2003, p. 109).

Para determinar el capital de trabajo se utilizó todos los cuadros de costos iniciales anteriormente expuesto y por otro lado se incluye la mano de obra directa para determinar el Capital de trabajo que necesitará anualmente el centro para su funcionamiento.

**Cuadro N° 44: Capital de trabajo**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
Materiales	0,73	8,76
Honorarios	5.492,45	65.909,40
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	5.493,18	65.918,16
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
Materiales Historia Clínica	40,00	480,00
Servicios Básicos	172,20	2.066,40
Gastos Administrativos	1.472,83	17.673,90
Gastos Generales	650,00	7.800,00
Medicamentos	21,42	257,00
<b>TOTAL COSTOS</b>	7.849,62	94.195,46
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	7.849,62	94.195,46
<b>CAPITAL DE TRABAJO SALDO ACUMULADO</b>	15.699,24	

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

El Capital de trabajo está formado por costos directos que comprenden honorarios del área de servicios (Salud, Psicológico y Motivacional) y también costos indirectos los cuales comprende servicios básicos, gastos administrativos que incluye pagos administrativos y suministros de oficina al igual que medicamentos básicos que debe tener el centro de apoyo y gastos generales el cual incluye arrendamiento del edificio donde se instalará el centro de apoyo.

### 3.1.3.1 Recuperación de capital de trabajo

**Cuadro N° 45: Recuperación de capital de trabajo**

<b>MÉTODO DE SALDO ACUMULADO</b>					
<b>MES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>
Ingresos	0,00	0,00	14.906,67	14.906,67	14.906,67
Egresos	7.849,62	7.849,62	7.849,62	7.849,62	7.849,62
Saldo	-7.849,62	-7.849,62	7.057,05	7.057,05	7.057,05
<b>Saldo Acumulado</b>	<b>-7.849,62</b>	<b>-15.699,24</b>	<b>-8.642,19</b>	<b>-1.585,15</b>	<b>5.471,90</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

La recuperación del Capital de trabajo se realizó mediante el método de saldo acumulado el cual nos permite conocer el capital de trabajo necesario que en mi caso es \$ 15.699,24 ya que los dos primeros meses tendré cero ingresos.

### 3.1.3.1 Honorarios

En honorarios se determinó el costo mensual y anual de todos aquellos que participan de forma directa para la prestación del servicio, en el caso del centro están: médico, psicólogo, especialista y enfermeras.

**Cuadro N° 46: Honorarios**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PAGO MENSUAL</b>	<b>PAGO ANUAL</b>
Médico General	1	1.273,00	15.276,00
Enfermera 1	1	836,73	10.040,70
Enfermera 2	1	836,73	10.040,70
Especialista	1	1.273,00	15.276,00
Psicólogo	1	1.273,00	15.276,00
<b>SUBTOTAL</b>		5.492,45	65.909,40
<b>TOTAL</b>		5.492,45	65.909,40

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

El cuadro de honorarios esta detallado el número de personal en el cual constan 5 individuos, para los cuales el monto de \$65.909,40 anualmente, este valor se realizó basándonos en todos los rubros que debe pagar el empleador al empleado.

### 3.1.3.2 Detalle de materiales para el servicio

**Cuadro N° 47: Detalle de materiales para el servicio 1**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1000 Unidades de 3 Copias	Formularios Pre Impresos (Ficha Personal)	40	480
<b>TOTAL</b>		40	480

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Cuadro N° 48: Detalle de materiales para el servicio 2**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	RENOVACIÓN	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
3	Alcohol 1000ml	1,5	cada 4 meses	4,5	
6	Algodón 50 gr	0,71	cada 2 meses	4,26	
<b>TOTAL</b>				8,76	0,73

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Este cuadro muestra los materiales que son directos para el servicio el cual mensualmente se valora en \$40,80 y de forma anual un \$488,76 que necesita el centro para las historias clínicas que se den abrir para cada paciente aunque este solo asista una vez al centro.

Mientras que para brindar el servicio de la colocación de inyecciones tomando en cuenta el alcohol y el algodón ascendiendo a un costo de \$8,76 anual.

### 3.1.3.3 Detalle de servicios básicos

**Cuadro N° 49: Detalle de servicios básicos**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua Potable	m3	150	0,55	82,5	990
Energía Eléctrica	Kilowatts	400	0,092	36,8	441,6
Teléfono	minutos	500	0,056	28	336
Internet	1500 x 250 velocidad	1		24,90	24,90
<b>TOTAL</b>				147,3	1.792,5

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

El detalle de los servicios básicos del centro son: agua potable en m3, energía eléctrica en kilowatts, teléfono por minuto y el internet por velocidad; se colocó en cantidad un promedio ya que contamos con pocos equipos que depende de energía. Este valor mensual está valorado en \$1.792,50.

Por otro lado tenemos los Gastos Generales dentro del cual se exponen el pago anual al personal administrativo tanto del administrador como de la recepcionista que realizará un trabajo como secretaría de administración, además se cuenta con los valores de Otros Gastos en los cuales se detalla los suministros de oficina necesarios para el desarrollo de las actividades del área administrativa, sumando un gran total de \$17.673,90 de forma anual.

**Cuadro N° 50: Gastos Administrativos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Administrador	1	774,40	9.292,80
Secretaría-Recepción	1	587,43	7.049,10
<b>SUBTOTAL</b>		1.361,83	16.341,90
Total Personal Administrativo		1.361,83	16.341,90
<b>OTROS GASTOS</b>			
Suministros de Oficina		111,00	1.332,00
<b>SUBTOTAL</b>		111,00	1.332,00
Total Suministros de Oficina		111,00	1.332,00
<b>TOTAL</b>		1.472,83	17.673,90

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### **3.1.4 Depreciaciones**

La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificio, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso. Para prevenir la necesidad de reemplazo de un determinado activo al fin de su vida útil, será necesario traspasar cada año una parte de las utilidades de una empresa a un fondo especial llamado (fondo por depreciación o reserva de depreciación o depreciación acumulada). De este modo, las contrapartidas de la reserva serán gastos o cargos por depreciación (Gomero Palacios Hugo, 2006, p. 127).

### Cuadro N° 51: Depreciaciones

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL		DEPRE ANUAL	DEPRE ANUAL ACUMULADA
Equipos de Computación	1.759,00	33%	3	586,33	48,86	1.759,00
Muebles y Enceres	2.130,00	10%	10	213,00	17,75	1.065,00
Equipos de Oficina	356,00	10%	10	35,60	2,97	178,00
<b>TOTAL</b>	<b>4.245,00</b>			<b>884,93</b>	<b>69,58</b>	<b>3.002,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

El cuadro de depreciación se realizó tomando en cuenta la normativa vigente tanto para los años de vida útil como el porcentaje de residuo, dentro de cada activo la depreciación anual y también de forma acumulada para los 5 años que se proyecta todos los valores de el proyecto, siendo el total para cada año de \$3.002,00.

### 3.2 Fuentes de financiamiento

El financiamiento es la aportación de recursos, como inversión de capital o prestación crediticia, para facilitar el desenvolvimiento de la empresa (Correa Eugenia, et al., 2004, p. 192).

El financiamiento del proyecto se debe realizar después de haber tomado la decisión de invertir y luego de conocer el monto de inversión total y el cronograma estimado de desembolsos de dinero a lo largo del proyecto. Se debe procurar que exista una relación adecuada entre la deuda y el capital social, tomando en cuenta los créditos de los proveedores, los préstamos de instituciones financieras, que en el caso del proyecto se buscará un banco comercial y los fondos propios.

Un documento que causa interés está amortizado cuando todas las obligaciones contraídas (tanto capital como interés) son liquidadas mediante una serie de pagos (generalmente iguales), realizados en intervalos de tiempos iguales. Para efectos es conveniente preparar una tabla que muestre la distribución de cada pago amortizado respecto a los intereses que se cubre y a la reducción de la deuda (tabla de amortización).

**Cuadro N° 52: División de capital**

<b>Capital Propio</b>	0,30	9.969,35
<b>Préstamo Bancario</b>	0,70	23.261,83
<b>TOTAL</b>		33.231,18

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

**Cuadro N° 53: Préstamo**

<b>MONTO</b>	23.261,83
<b>Interés</b>	10,50%
<b>Plazo</b>	5
<b>Periodo de pago anual</b>	5 pagos
<b>Forma de Amortización</b>	Dividendo Constante

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 3.2.1 Amortización de financiamiento

**Cuadro N° 54: Amortización de Préstamo**

<b>PERÍODO</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>SALDO</b>
0				23.261,83
1	6.214,99	2.442,49	3.772,50	19.489,33
2	6.214,99	2.046,38	4.168,61	15.320,72
3	6.214,99	1.608,68	4.606,31	10.714,40
4	6.214,99	1.125,01	5.089,98	5.624,42
5	6.214,99	590,56	5.624,43	0,00

**Fuente:** Corporación Financiera

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

La amortización del 70% del préstamo se realizará en cinco periodos con una tasa de interés del 10,5% que está manejando en la actualidad la Corporación Financiera donde realizaré mi préstamo, tomando en cuenta que el Centro se encuentra dentro de los parámetros a los a cuales esta institución puede financiar, es así que el pago es de \$6.214,99.

### **3.3 Presupuesto de egresos**

La inversión estará compuesta por el valor de todos los recursos productivos que el empresario deberá tener disponible para que todas las partes que componen el proyecto puedan ser adquiridas, construidas o instaladas para la puesta en operación (Fernández Espinoza Saúl, 2007, p. 15).

En este cuadro se encuentran representados todos aquellos rubros que se necesita para el funcionamiento del centro, los mismos que han sido proyectos con la inflación promedio proyectada para 5 años, siendo esta 3,53%.

**Cuadro N° 55: Presupuesto de egresos**

<b>EGRESOS</b>	<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Inversión Inicial</b>	Activos Fijos y Diferidos	17.531,94					
<b>COSTOS FIJOS</b>							
<b>Materiales</b>	Directo e Indirecto		488,76	504,25	520,24	536,73	553,74
<b>Arriendo</b>	Local		7.800,00	8.047,26	8.302,36	8.565,54	8.837,07
<b>Servicios</b>	Limpieza		2.520,00	2.599,88	2.682,30	2.767,33	2.855,05
<b>Amortización</b>	Préstamo Bancario		3.772,50	4.168,61	4.606,31	5.089,98	5.624,43
<b>COSTOS VARIABLES</b>							
<b>Materiales</b>			1.589,00	1.639,37	1.691,34	1.744,95	1.800,27
<b>Sueldos y Salarios</b>	Sueldos y Salarios		82.251,30	87.601,30	87.601,30	87.601,30	87.601,30
<b>Beneficios Social</b>	Decimos		7.576,00	7.576,00	7.576,00	7.576,00	7.576,00
<b>Servicios</b>	Agua, luz, teléfono e internet		2.066,40	2.131,90	2.199,49	2.269,21	2.341,14
<b>Interés Bancario</b>	Interés de Préstamo		2.442,49	2.046,38	1.608,68	1.125,01	590,56
<b>Gastos Varios</b>							
<b>TOTAL</b>			110.506,45	116.314,96	116.788,01	117.276,06	117.779,57

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

### **3.4 Presupuesto de ingresos**

Dentro de este cuadro se encuentran todos los ingresos que va a tener el centro, los mismos que estarán dados por la capacidad que tenga dentro de las tres áreas tanto como salud, psicología y motivacional; ya que dentro de su horario laboral que va desde 8:30 am hasta las 17:30 pm se ha realizado una aproximación de atención por paciente, siendo esta en: salud 30 minutos, en psicología 40 minutos, y motivacional en forma individual con una duración de 30 minutos, mientras que de forma grupal será de 45 minutos, con un máximo de 6 personas.

Los precios por cada atención será de la siguiente manera: en salud, psicología serán diez dólares por cada atención, mientras que en el ámbito motivacional de forma individual será diez dólares y de forma grupal 30 dólares.

Al igual que la colocación de inyecciones que su colocación tendrá de tres dólares con cincuenta centavos y su promedio de atención será de cinco minutos por paciente, es decir un promedio de 80 pacientes diarias, lo cual da un resultado de 400 y al año este número asciende a 20.800 pacientes. Este número va incrementando gracias a la inflación mínima considera como 3,53 en los precios y al incremento de un 2% por año que va tener el centro ya que existe una alta demanda sobretodo en el ámbito de salud.

**Cuadro N° 56: Presupuesto de ingresos**

AÑO	CAPACIDAD ANUAL			%	PRECIO			INGRESOS			Total
	Individual	Grupal	Inyección		Individual	Grupal	Inyección	Individual	Grupal	Inyección	
<b>1</b>	8.840,00	1.560,00	20.800,00	2%	10,00	18,00	3,00	88.400,00	28.080,00	62.400,00	178.880,00
<b>2</b>	9.016,80	1.591,20	21.216,00	2%	10,32	18,57	3,10	93.026,33	29.549,54	65.665,64	188.241,51
<b>3</b>	9.197,14	1.623,02	21.640,32	2%	10,64	19,16	3,19	97.894,77	31.095,98	69.102,19	198.092,94
<b>4</b>	9.381,08	1.655,48	22.073,13	2%	10,98	19,77	3,29	103.017,99	32.723,36	72.718,58	208.459,93
<b>5</b>	9.568,70	1.688,59	22.514,59	2%	11,33	20,39	3,40	108.409,33	34.435,91	76.524,24	219.369,47

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 3.5 Flujo de caja

Es la herramienta que nos permitirá evaluar el proyecto en el tiempo a través del Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno e Índice de Rentabilidad; VAN, TIR e IR respectivamente. Es la cantidad exacta de dinero que recibirá el proyecto en todos los años.

**Cuadro N° 57: Flujo neto del proyecto**

<b>FLUJO NETO DEL PROYECTO</b>						
	<b>AÑOS</b>					
<b>ATENCIÓN</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>		178.880,00	188.241,51	198.092,94	208.459,93	219.369,47
<b>TOTAL</b>		178.880,00	188.241,51	198.092,94	208.459,93	219.369,47
<b>(-) COSTOS VARIABLES</b>						
<b>Materiales</b>		488,76	504,25	520,24	536,73	553,74
<b>Sueldos y Salarios</b>		82.251,30	87.601,30	87.601,30	87.601,30	87.601,30
<b>Beneficio Social</b>		10.251,00	16.347,24	16.721,87	17.312,15	17.923,27
<b>Servicios Básicos</b>		2.066,40	2.131,90	2.199,49	2.269,21	2.341,14
<b>Aporte Patronal</b>		7.800,30	8.075,65	8.360,72	8.655,85	8.961,41
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>		<b>102.857,76</b>	<b>114.660,35</b>	<b>115.403,62</b>	<b>116.375,25</b>	<b>117.380,87</b>
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>		76.022,24	73.581,16	82.689,32	92.084,69	101.988,61
<b>(-) COSTOS FIJOS</b>						
<b>Arriendo</b>		7.800,00	8.047,26	8.302,36	8.565,54	8.837,07
<b>Servicios de Limpieza</b>		3.852,00	3.974,11	4.100,09	4.230,06	4.364,15
<b>Amortización del Préstamo</b>		3.772,50	19.489,33	4.606,31	5.089,98	5.624,43
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		<b>15.424,50</b>	<b>31.510,70</b>	<b>17.008,76</b>	<b>17.885,58</b>	<b>18.825,65</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		60.597,74	42.070,46	65.680,56	74.199,10	83.162,96

<b>(-) GASTO FINANCIERO</b>						
Interés Préstamo		2.442,49	2.046,38	1.608,68	1.125,01	590,56
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>		2.442,49	2.046,38	1.608,68	1.125,01	590,56
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		58.155,25	40.024,08	64.071,88	73.074,09	82.572,39
<b>15% Trabajadores</b>		8.723,29	6.003,61	9.610,78	10.961,11	12.385,86
<b>Impuesto a la Renta</b>			11.369,35	7.484,50	11.981,44	29.105,89
<b>UTILIDAD NETA</b>		49.431,96	22.651,12	46.976,60	50.131,54	41.080,64
<b>(+) Amortización de Préstamo</b>		3.772,50	3.772,50	4.606,31	5.089,98	5.624,43
<b>Activo Fijo</b>	16.631,94					
<b>Activo Intangible</b>	900,00					
<b>Capital de Trabajo</b>	15.699,24					
	<b>33.231,18</b>					
<b>FLUJO DE CAJA</b>		19.973,28	26.423,62	51.582,91	55.221,51	46.705,07

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 3.6 Estado de situación inicial

Este estado nos permite conocer los Activos, Pasivos y Patrimonio.

**Cuadro N° 58: Estado de situación inicial**

<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>
<b>ACTIVO</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>Equipos Médicos</b>	1.392,94
Equipos de Computación	2.859,00
Equipos de Oficina	356,00
Muebles y Enseres	2.130,00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>6.737,94</b>
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>	<b>0,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>26.493,24</b>
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>33.231,18</b>
<b>PASIVO</b>	
<b>A CORTO PLAZO</b>	
Préstamos Bancarios	23.261,83
Otros prestamos	0
Anticipos recibidos	0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>23.261,83</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>9.969,35</b>

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 3.7 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de resultados proforma permite establecer en qué medida los capitales invertidos rinden utilidades o en su defecto generan pérdidas; muestran las operaciones y los ingresos generados llevándonos a determinar la efectividad económica del proyecto (Costales Bolívar, 2000, p.188).

**Cuadro N° 59: Estado de pérdidas y ganancias**

<b>AÑO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Atenciones		178.880,00	188.241,51	198.092,94	208.459,93	219.369,47
<b>TOTAL</b>		178.880,00	188.241,51	198.092,94	208.459,93	219.369,47
<b>EGRESOS</b>						
<b>COSTOS FIJOS</b>						
Materiales-Servicio		488,76	504,25	520,24	536,73	553,74
Arriendo		7.800,00	8.047,26	8.302,36	8.565,54	8.837,07
Servicios de Limpieza		2.520,00	2.599,88	2.682,30	2.767,33	2.855,05
Amortización		3.772,50	4.168,61	4.606,31	5.089,98	5.624,43
<b>COSTOS VARIABLES</b>						
Materiales		1.589,00	1.639,37	1.691,34	1.744,95	1.800,27
Sueldos y Salarios		64.200,00	66.466,26	68.812,52	71.241,60	73.756,43
Beneficios Social		10.251,00	16.347,24	16.721,87	17.312,15	17.923,27
Aporte Patronal		7.800,30	8.075,65	8.360,72	8.655,85	8.961,41
Servicios		2.066,40	2.131,90	2.199,49	2.269,21	2.341,14
Interés Bancario		2.442,49	2.046,38	1.608,68	1.125,01	590,56
Gasto Implementos Médicos		10.250,00	0	0	0	0
Gastos Adecuaciones		1.392,94	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		106.773,09	112.026,81	115.505,82	119.308,37	123.243,38
Utilidad antes de Impuestos		72.106,91	76.214,69	82.587,11	89.151,57	96.126,09
Utilidad a trabajadores 15%		10.816,04	11.432,20	12.388,07	13.372,74	14.418,91
Impuesto a la Renta		14.096,90	14.387,70	15.443,79	16.671,34	17.975,58
Utilidad Neta		47.193,97	50.394,79	54.755,26	59.107,49	63.731,60
Inversión Inicial	17.531,94					
<b>TOTAL DE UTILIDAD</b>		29.662,03	50.394,79	54.755,26	59.107,49	63.731,60

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: María Gabriela Risueño Camino

Como podemos ver el Estado de Resultados arroja una utilidad en el primer año de \$29.662,03 dólares después del pago de la inversión inicial, aunque existe un crecimiento en el segundo año gracias a las ganancias podemos ver un decrecimiento gracias a la inflación el precio de materiales y servicios.

### 3.8 Métodos de evaluación

La bondad del proyecto se aprecia en base del uso de varios indicadores que permiten comparar los beneficios que se esperan obtener de la asignación de recursos de capital en una o varias alternativas de inversión (Costales Bolívar, 2000, p.226).

#### 3.8.1 Determinación de la tasa de descuento

La Tasa Mínima aceptable de Rendimiento TMAR, es la tasa aplicable para que los flujos de caja futuros estén expresados en valores actuales, la misma que tiene 3 componentes:

$$\text{TMAR} = \text{Inflación} + \text{Premio al Riesgo} + \text{Tasa pasiva promedio}$$

Para la determinación de la TMAR del proyecto se considerará la inflación, la tasa de riesgo y la tasa pasiva promedio que corresponde a la tasa lo cual nos arroja una tasa de 15,72%.

Cálculo de la TMAR del Inversionista:

**Cuadro N° 60: TMAR**

<b>Inflación</b>	4,16
<b>Riesgo país</b>	7,03
<b>Tasa pasiva promedio</b>	4,53
<b>TMAR</b>	15,72

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 3.8.2 Valor actual neto

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de ingresos y gastos generados durante el período de vida útil del Proyecto (Costales Bolívar, 2000, p.226).

Es lo que estamos ganando en el proyecto después de restar los flujos descontados de cada año con la inversión.

La fórmula utilizada para el VAN es:

$$\frac{\text{FNC}}{(1+K)^t} - \text{Inversión}$$

FNC = Flujo de Caja Neto

K= TMAR (con o sin financiamiento)

VAN= 1.300,87

Si la diferencia entre los valores actuales de los flujos de ingresos y gastos es mayor que cero, hay que considerar la inversión realizada, como atractiva; pues, se están generando beneficios; si la diferencia es igual a cero, la inversión generaría un beneficio igual al que obtendría sin asumir ningún riesgo; y, si es menor que cero, el proyecto no es viable. En el presente proyecto la VAN es positiva por lo que la inversión es atractiva.

### 3.8.3 Tasa interna de retorno

Se define como el valor de la tasa de actualización en que se iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos (Costales Bolívar, 2000, p.310).

La TIR representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido.

Si la TIR es mayor o igual al costo de oportunidad del capital (12.09) se debe aceptar el proyecto o de lo contrario se debería rechazar. La TIR del presente proyecto es calculada automáticamente utilizando el programa informático EXCEL, y se determinó que la TIR para el proyecto tiene un valor del 36%, por lo que se debe aceptar el proyecto.

**Cuadro N° 61: TIR**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO</b>
0	-33.231,18
1	19.973,28
2	26.423,62
3	51.582,91
4	55.221,51
5	46.705,07
<b>TIR</b>	36%

**Fuente:** Flujo de Caja

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

### 3.8.4 Recuperación de la inversión

Este valor es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial, basándose en los flujos que se genera en cada período de vida útil.

**Cuadro N° 62: Período de recuperación**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO</b>	<b>SALDO</b>
0		33.231,18
1	19.973,28	13.257,90
2	26.423,62	-13.165,72
3	51.582,91	-64.748,63
4	55.221,51	-119.970,15
5	46.705,07	-166.675,21

**Fuente:** Flujo de Caja

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

Para conocer el período exacto de recuperación reemplazaremos en la siguiente fórmula:

—

Dónde:

d, último período donde los ingresos acumulativos son negativos

a, valor absoluto del último ingreso acumulativo negativo

c, flujo de caja del período d+1

$$\text{PRP} = 1,29$$

El período de recuperación para el proyecto será de 1 años, 3 meses  $[(1,29-1)*12]$  y 4 días (3,48-3).

### 3.8.5 Relación beneficio-costo

La relación beneficio / costo está representada por la relación:

Ingresos / Egresos

En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal.

El análisis de la relación beneficio costo (B/C) toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- $B/C > 1$  implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$  implica que los ingresos son iguales que los egresos, en este caso el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$  implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable (Beneficio-Costo).

Para la determinación del Beneficio Costo, se deben traer a Valor Actual los conceptos por Ingresos y Egresos de dinero, considerados durante el horizonte del proyecto

**Cuadro N° 63: Beneficio-Costo**

AÑO	CONCEPTO			
	EGRESO	INGRESO	EGRESO ACTUAL	INGRESO ACTUAL
0	33.231,18		33.231,18	
1	110.506,45	178.880,00	98.788,19	159.911,32
2	116.314,96	188.241,51	116.314,96	188.241,51
3	116.788,01	198.092,94	116.788,01	198.092,94
4	117.276,06	208.459,93	117.276,06	208.459,93
5	117.779,57	219.369,47	117.779,57	219.369,47
<b>TOTAL</b>	611.896,24	993.043,85	600.177,98	974.075,17

**Fuente:** Flujo de Caja

**Elaborado por:** María Gabriela Risueño Camino

$$- = \frac{\quad}{\quad} = 1,59$$

La relación anterior, muestra que por cada dólar de inversión, habrá una ganancia de 0,59 centavos de dólar para el inversionista.

## **Capítulo IV: Estudio de Impacto**

Aquella fase o aquel momento en el que lo que se pretende es una determinación de variables que pueden estar incidiendo; para mantener esa analogía con los que sería una investigación, variables independientes que pueden generar una afectación; variables dependientes, que serían aquellas donde esa afectación se manifestaría, así como el otorgar valores, magnitudes a esas relaciones existentes (Oviedo, VI Jornadas de Psicología, 1989, p. 76).

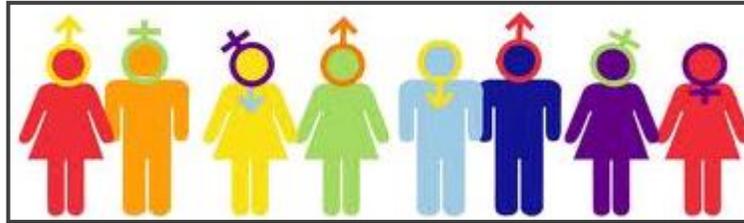
El estudio de Impacto nos permitirá conocer todas las variables que den como resultado ya sea de forma positiva o negativa la implantación del centro de apoyo para la comunidad TRANS con ayuda en salud, psicología y motivación y conocer si desde el punto de vista ambiental y social para la comunidad GLBT será factible la implantación del proyecto. Es por esto que me base en dos puntos importantes como los son: social y ambiental.

### **4.1 Evaluación social**

Dentro de la Evaluación Social me pospondré dar a conocer todas aquellas actuales vivencias y carencias en las que vive el grupo TRANS y como el proyecto les ofrecería mejorar su calidad de vida y que de esta manera sientan que son parte de la sociedad lo cual crearía en ellos el sentimiento de pertenencia sin dejar a un lado el hecho de que aumentará su autoestima y brindará un derecho que todos los seres humanos tenemos, el cual es derecho a poder acceder a salud de forma gratuita y sin discriminación alguna.

## Comunidad TRANS y su vida:

### Comunidad TRANS



La comunidad TRANS se denomina como aquellas personas que la nacer de un género específico siendo este mujer o hombre, sus sentimientos y visualización de si mismo es del género contrario con el que nacieron por lo cual tienden a actuar, vestir, y en algunos casos buscar ya sea por medio de inyecciones o de forma quirúrgica alterar su cuerpo de modo que la imagen que proyectan será del género opuesto del que nacieron.

La persona que optó por la Transexualidad o Travestismo como opción de género se ve alterada en prácticamente todos los ámbitos de la vida, sobre todo dentro de una sociedad tan conservadora como es la quiteña ya que esta opción de vida genera rechazo social y en muchas ocasiones familiar.

En ocasiones los familiares confunden el problema con la homosexualidad o lesbianismo y llegan a aceptar que se trate de eso, pero rechazan por entero que esa persona pertenezca en realidad al sexo contrario cuando ellos están seguros de haber traído al mundo una hija, o un hijo varón. Este rechazo se debe en la mayor parte de los casos a la ignorancia y otras veces el rechazo se debe simplemente a la vergüenza, o a sentimientos de culpa o responsabilidad. También se dan los casos en que los familiares dicen aceptar a la persona pero siguen utilizando su género anatómico para dirigirse a él/ella, algo que esta persona detecta perfectamente. Para una persona TRANS, operada o no operada, la relación con personas que siguen hablándole en su género biológico a pesar de conocer su opción, es totalmente desagradable. Por eso siempre tomará distancia con ellas, se traten de quien se traten.

Existen diferentes etapas y los diferentes problemas que afrontan tanto emocional y motivacional, y estas son:

El niño TRANS detecta que tiene un sentimiento diferente a lo normal y advierte perfectamente la incomprensión familiar hacia el mismo. Así este niño puede reaccionar muchas veces de forma impulsiva sin que los padres entiendan por qué, ser demasiado nervioso/a e incluso conflictivo. El pequeño crece con sentimiento de culpa o temor a que se recrimine por su conducta, sabe que es diferente y se siente alterado al no poder definir cuál es el problema ni entender por qué siente tanto desasosiego.

Al informarse acerca del adolescente TRANS, no es muy común encontrar a un chico o a una chica con un buen currículum académico (aunque evidentemente existan casos como los vemos en los activistas que forman parte de Casa TRANS). Su sentimiento desarrollado desde la niñez traerá consigo la desmotivación y desconcentración lógica, así como la falta de tranquilidad necesaria para el estudiante. Si a esto sumamos la lucha interna por huir del enorme peso de su realidad y a su falta de seguridad terminará en el fracaso escolar y esto en una falta de motivación no solo en el ámbito educación, sino también en todo ámbito de su vida. La adolescencia es una de las etapas más difíciles en la vida de una persona. Para los TRANS, es aún más complicada, esa etapa supone descubrirse a sí mismos, pero con una diferencia: unos descubren que están atrapados en un cuerpo que no les corresponde según su género psicológico y otros descubren que aunque sientan correcto su cuerpo sienten que necesita cambios para sentirse completos. El joven transexual descubre que sus senos crecen, aparece el período y sus órganos genitales no dejan lugar a dudas: es una mujer. La joven transexual descubre como poco a poco el vello hace aparición por su rostro, la voz ha cambiado como la de sus hermanos varones y cada vez que mira sus genitales le resulta evidente que es un hombre pero se siente emocionalmente diferente. Durante la adolescencia además comienza la atracción sexual hacia las personas del otro género, esto es muy penoso para el transexual ya que no puede aspirar a que el sexo contrario se fije en él “o ella” como lo que realmente es. Esta circunstancia les ocasiona vergüenza, frustración, desolación, malestar, amargura.

La reacción ante cualquier problema depende de cada persona, unos pueden reaccionar aislándose, otros haciéndose rebeldes, pero el denominador común de las personas TRANS es el saber a ciencia cierta que si lo mencionan serán juzgados, así que ocultarán su problema durante todo el tiempo que sea posible a fin de protegerse. La soledad acompaña al TRANS durante todas las etapas de su vida: él solo debe descubrir lo que le pasa, asumir las repercusiones de su opción, él solo debe tomar la decisión de qué hacer con su vida, explicarse, protegerse y defenderse.

El adulto transexual, ha aprendido que es distinto y que su diferencia está mal vista por la sociedad. Llegado ya a este momento de su vida tiene muy afectada la autoestima y además probablemente padezca de depresión aunque sea leve. Su vida transcurre con creciente desesperanza, frustración y sensación de fracaso. Se siente solo, encerrado en su propio cuerpo y responsable del dolor que su opción pueda ocasionar a todos los que le rodean y así mismo. En este caso debería acudir a un psicólogo o especialista en motivación y aunque existen varios centros que ofrecen estos servicios lo realizan de forma irregular y para una ayuda real y un cambio posible se necesita que el paciente recurra de forma regular para realizar un seguimiento del caso de la persona. Y a esto recalcamos el hecho de que en su gran mayoría no les permiten ingresar a instituciones públicas y privadas de uso al público general.

Como hemos visto el transcurso emocional por el que tiene que pasar este grupo TRANS es realmente complicado y esto desencadena en problemas emocionales para el mismo. Sin olvidarnos del ámbito de salud que se encuentra tan desatendido para este grupo, por un lado las instituciones públicas y privadas no les atienden ya que los excluyen por ignorancia o por temor a lo diferente y además no existen lugares que conozcan sobre aquellos temas de interés como hormonas y cambio de cuerpos diferentes. Es así que existen tantos casos de TRANS que han caído en centros que no cuentan con todos los servicios y de la viveza de varios que se dicen médicos y que gracias a sus prácticas algunos TRANS mueren y otros terminan con deformaciones o problemas graves de salud. Y otros en la que una simple gripe se vuelve un peligro mortal ya que no pueden acceder a una revisión médica y esto empieza a complicarse hasta el punto grave y sin retroceso.

#### **4.1.1 Contribución a la comunidad GLBT**

En el punto anterior desarrollamos las diversas etapas y como la elección de género no es nada fácil y como este grupo sufre discriminación desde el ámbito familiar hasta en sociedad. Es esta la inspiración para la idea de este proyecto y como vemos la creación de un centro de apoyo dedicado para este grupo puede ser la solución para una parte de los problemas que acosan al grupo TRANS.

##### **Ámbito salud:**

En el ámbito de salud aunque es tan solo Salud Primaria, es decir básica, esto resuelve uno de los grandes problemas que tiene este grupo TRANS ya que al contar con un médico general y una enfermera, quienes serán profesionales y éticos, el grupo podrá realizarse revisiones médicas sobre algún dolor o enfermedad que tenga y podrá recetar lo necesario para la mejora del paciente además se realizarán aplicaciones de inyecciones de hormonas sin temor a una mala colocación del mismo o una indebida prescripción médica que terminara con graves repercusiones.

##### **Ámbito psicológico:**

Dentro de este ámbito al conocer los problemas, que la opción de género, crean en el individuo la atención por parte de un especialista de forma recurrente ya que determinará los efectos que han tenido en el comportamiento de la persona y en cada sesión el individuo podrá entender cómo manejar lo sucedido en su pasado lo que ocurre en el presente y como se enfoca su nuevo entendimiento de sí mismo al futuro.

### **Ámbito motivacional:**

Para el ámbito motivacional vemos como alguien parte de la comunidad TRANS se mira dentro de una sociedad que lo excluye continuamente lo cual crea una baja autoestima y limitaciones que el individuo se crea debido a varios traumas pasados, el especialista en motivación buscará un nuevo surgimiento del individuo una comprensión del si mismo y de las capacidades con las que cuenta para que el individuo se pueda desarrollar de una mejor forma en el medio social o familiar.

Dentro de cada área el impacto que puede tener el centro en la comunidad es positivo, no solo para el grupo TRANS sino también para el grupo GLBT, ya que esta comunidad busca un bien común y un centro de esta magnitud será un punto de partida para que ellos creen un sentimiento de pertenencia tan fundamental para el desarrollo del individuo. El centro creará en los empleados el valor de ética y comprensión ya que para el centro es indispensable que todo aquel que asista al centro se sienta como un individuo parte de la sociedad que disfruta de los mismos derechos y tienes las mismas obligaciones que todos los que vivimos en una sociedad.

## **4.2 Evaluación ambiental**

Como sabemos en la actualidad nuestro planeta se encuentra al límite y lo que pide es ayuda para poder mantener un equilibrio, es por esto que se están realizando una serie de normas y mecanismo que cada institución debe realizar para cumplir y buscar un bien común.

### **4.2.1 Desechos del centro**

**Objetivo:** Facilitar la aplicación del reglamento y su ejecución incrementar la seguridad, dinamizar la eficiencia en el manejo de desechos.

**Misión:** Lograr que los grupos humanos involucrados en el manejo de los desechos sean los artífices y organizadores de su correcto manejo.

**Propósito:** Delimitar las actividades de cada uno de los involucrados en el manejo adecuado de los desechos.

**Beneficios:**

- Mejorar el nivel de atención a usuarios
- Incrementar la bioseguridad
- Correcta disposición de los desechos

**Desechos hospitalarios:** Son los desechos que genera un establecimiento de salud

**Cantidad promedio de desechos del centro:** La cantidad que genera un paciente diariamente aproximadamente 0.5kg.

**4.2.2 Puntos importantes sobre los desechos hospitalarios**

Lo ideal es minimizar las cantidades de basura y tomar en cuenta las diferentes normas de manejo desde su generación. Los desechos del hospital son indicadores de la calidad del servicio que se oferta. Lo importante para llegar a racionalizar la generación de desechos entre las personas involucradas es implementar una capacitación continua introducir nuevas ideas y soluciones, sin medidas radicales

Adoptar estrategias que permitan su integración en el trabajo no como un rubro adicional sino como parte de las acciones de salud.

**Conformación del comité de manejo de desechos:** Director médico, enfermera y las personas jefes de servicio.

**Actividades del comité:**

- Realizar un taller de información y motivación,
- Diseñar programas de manejo de desechos según la cantidad de desechos que se genere,
- Diseñar un programa de control en el monitoreo.

#### 4.1.2.1 Clasificación de los desechos

**Desechos generales o comunes:** Biodegradables, reciclables, inertes y ordinarios. No representan peligro para la salud, entre estos tenemos papel, cartón, plástico, desechos de alimentos, etc.

**Biodegradables:** Desechos químico o material que se desintegra en el ambiente, entre estos tenemos los vegetales, desechos alimenticios, papeles que no sean aptos para el reciclaje, algunos jabones, detergentes, madera, etc; que se transforman en materia orgánica.

**Reciclables:** Son desechos que no se descomponen fácilmente y pueden ser utilizados como materia prima entre estos tenemos papel, vidrio, plástico, chatarra, telas, radiografías, etc.

**Desechos ordinarios:** Son los generados en el desempeño de las actividades estos desechos son generados en oficinas, pasillos, áreas comunes, cafeterías en general en todos los sitios del HG1

**Desechos infecciosos:** Biológicos, sangre y sus derivados, cultivos, desechos anatómicos, objetos cortopunzantes, desechos de sala de aislamiento. Son los que tienen género patógenos, implican riesgo inmediato y potencial para la salud humana y no han recibido tratamiento previo antes de su eliminación. Son generados en las diferentes etapas de atención y al entrar en contacto con pacientes representa gran riesgo de infección

- **Biológicos:** son de naturaleza biológicas, contaminados con exudados, excretas y secreciones humanas de pacientes con aislamiento.
- **Sangre y sus derivados:** sangre humana, suero plasma, expuestos a sangre fresca o coagulada, insumos para administrar sangre, para tomar muestras de laboratorio y pintas de sangre no utilizadas.
- **Cultivos:** de laboratorio médico y patológico, de investigación, vacunas vencidas, frascos de cultivos, cajas petri, placas de frotis, etc.

- Desechos anatomo patológicos: estos desechos generan una puerta de entrada de gérmenes patógenos, es un riesgo por la exposición directa. Objetos corto punzantes, como hojas de bisturí, hojas de afeitar, pipetas, agujas de sutura, frascos de cultivo, objetos de vidrio, etc.
- Desechos de salas de aislamiento: son desechos biológicos y materiales descartables contaminados con sangre, exudados, secreciones, desechos de alimentos de pacientes aislados.

Como podemos ver existirán desechos tanto orgánicos, como inorgánicos y otros biológicos infecciosos. Para realizar una división eficaz se dispondrán basureros con divisiones para materiales orgánicos, plásticos y papel o cartón. En las 2 plantas y todos estos desperdicios se llevarán los orgánicos a la basura común y los otros se reciclarán en el club de recicladores.



Mientras que para los desechos biológicos infecciosos se colocará en el Área de Salud 2 tachos metálicos con tapa marcados como la palabra “Infeccioso”, estos desechos son clasificados como desechos con alto grado contaminante y son almacenados en fundas rojas. A diario, entre las 17h30 y 20h00, son recolectadas y trasladadas hasta el botadero de El Valle. Al final son depositadas en una fosa especial, a donde no tienen acceso los minadores de basura.



De esta manera el centro ayudara que su impacto ambiental no genere problemas para el medio ambiente y de esta manera el centro cumpla con normas ambientales y posteriormente obtener acreditaciones ISO.

## Conclusiones y Recomendaciones

### Conclusiones

- Este proyecto brinda un servicio en tres áreas base, las cuales son: salud, psicología y motivación, exclusivo para la Comunidad TRANS ya que como se determinó en el estudio de mercado es casi imposible para este grupo acceder a estos servicios, lo cual nos da un alto porcentaje de demanda insatisfecha.
- El precio que mantendrá el centro es un valor de \$ 10 dólares en cada cita realizada dentro de las tres áreas, y de \$3,50 para la colocación de inyecciones.
- La promoción se realizará de boca en boca y con la realización de una página informativa en facebook, esto me permitirá promocionar los servicios del centro de ayuda y por otro lado reducir gastos.
- Para que este grupo busque acceder algún centro de ayuda consideran servicios y localización del centro, por un lado gracias a la escasez de servicios y localización ya que gracias a la discriminación que sufren existen ciertos lugares a los cuales no pueden transitar por su propia seguridad.
- Este grupo busca como beneficios el respeto y la amabilidad por parte del personal que laborará en el centro, lo cual es vital en el centro ya que nuestro mercado objetivo es una comunidad desplazada y discriminada por la sociedad.
- La demanda se calculó en base a la capacidad del centro ya que abrirá de lunes a viernes desde las 8:30 am hasta las 17:30 pm tomando en cuenta un crecimiento del 2% ya que en los siguientes años si las ganancias se mantienen se espera poder contratar más personal dentro de cada área.

- Los ingresos o entradas del proyecto crecen en los cinco primeros años, de \$ 208.000 a \$ 255.080 debido a la gran demanda que tendrá por parte de la comunidad TRANS, es decir el centro puede cubrir sus ingresos y pagar deudas de préstamo.
- La estructura de financiamiento se la determinó en 30% como aportación de los socios, es decir \$ 39.699, 27 y el 70% se gestiona un préstamo en la Corporación Financiera ya que es la tasa más baja para un préstamo de \$ 92.631,63.
- El flujo de fondos del proyecto ofrece resultados favorables hacia la factibilidad del centro, se obtiene un VAN de \$ 120. 953,53 y TIR de 34% considerados valores razonables ya que el VAN es mayor que cero y la TIR es mayor al costo de oportunidad del capital TMAR que es 11,33%.
- Se determina que el impacto para la comunidad GLBT es positiva ya que esta comunidad solo busca mejorar el nivel de vida de quienes forman parte del mismo, y gracias a este centro este objetivo se cumplirá.

## Recomendaciones

- Ya que este centro será el único que ofrezca servicio en el área de salud para la Comunidad TRANS, se debe dar mayor importancia y énfasis a esta área.
- Como se refleja en el presupuesto de ingresos las inyecciones son nuestra mayor ganancia a futura se debe tomar en cuenta si aumentar o disminuir el precio de la misma.
- Como se ha previsto la promoción del Centro se realizará de boca a boca y mediante las páginas sociales, por lo que se debe ofrecer un servicio de calidad ya que nuestro medio de promoción son aquellos que asistan y reciban el servicio.
- Como sabemos la Comunidad TRANS ha sido excluida por la sociedad por lo cual la creación del centro ayudará de forma positiva a esta comunidad para que puedan tener un mejor estilo de vida.
- Mantener siempre una atención personalizada y un servicio de calidad, manteniendo el respeto y la amabilidad como prioridad para que esta comunidad se sienta segura con cada atención brindada por el centro.
- Procurar que el personal que trabaje en el centro sea profesional y este abierto y dispuesto a trabajar con la Comunidad TRANS.
- Se debe tomar en cuenta que el Centro realizará un préstamo para la puesta en marcha del mismo, por lo cual el monto a pagar debe ser prioridad sobre la ganancia de los socios.
- Se debe ejecutar el proyecto en un corto plazo ya que como se dijo anteriormente es rentable, por lo cual se tomó un plazo de 5 años, en los cuales pueden pagar en la totalidad en préstamo.
- Ya que el Centro se ha propuesto tener un 2% anual en los ingresos se debe realizar un análisis a final de cada año para considerar recursos y estrategias para lograr la meta propuesta.
- Mantener siempre una atención personalizada y un servicio de calidad, manteniendo el respeto y la amabilidad como prioridad para que esta comunidad se sienta segura con cada atención brindada por el centro.

- Procurar que el personal que trabaje en el centro sea profesional y este abierto y dispuesto a trabajar con la Comunidad TRANS.

## Lista de Referencias

- ANDERSON David, DENNIS J., SWEENEY y THOMAS A. William, Estadística para Administración y Economía, Decima Edición, 2008, CENGAGA Editorial, p. 59.
- Beneficio-Costo, <http://trabajodegradoaleida.blogdiario.com/1195222980>.
- Boletín del Estado, <http://www.boe.es/boe/dias/2012/07/19/pdfs/BOE-A-2012-9664.pdf>
- CAMPIÑA Gema, Fernández Jesús, Empresas y Administración, EDITEX, Madrid, 2010, p.49.
- CARLBERG Conrad, Análisis de los Negocios con Excel XP, Pearson Education, 2003, p. 109.
- COHEN, A. William, El Plan de Marketing, Segunda Edición, 1991, Editorial DEUSTO, p. 83.
- CÓRDOBA PADILLA Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos; Primera Edición, Editorial ECOE, Bogotá, 2006, p. 165.
- CÓRDOVA PADILLA Marcial, Formulación de Proyectos y Evaluación, Primera Edición, ECOE Ediciones, 2006, Bogotá, p.23.
- CORREA Eugenia, GIRÓN Alicia, Economía Financiera Contemporánea, Primera Edición, Editorial Miguel Ángel Porrúa, México, 2004, p. 192.
- COSTALES Bolívar, DISEÑO, ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 2000, Pág. 188, 226, 310.
- CUADRADO Manuel, COLBERT Francois, Marketing, Segunda Edición, Editorial Ariel, Madrid, 2009, p. 74.

- DE LA PUENTE, Viedma, Una Guía para la Investigación, Editorial Computense, Madrid, 1995, p. 28.
- Distribución de áreas de trabajo, <http://es.scribd.com/doc/2234656/Distribución-de-areas-de-trabajo>
- DOMINGUÉZ PRIETO Xosé Daniel, Psicología de la Persona, Colección Albatros, Madrid, 2011, p. 100.
- EROSSA Victoria Eugenia, Proyectos de inversión e Ingeniería, LIMUSA Noriega Editores, México, 2004, p. 30.
- Estudio realizado por IGLCC (Cámara de Comercio Internacional de Gais y Lesbianas).
- FERNÁNDEZ ESPINOZA Saúl, Los Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Tecnológica, Costa Rica, 2007, p. 15.
- FREIJEIRO Álvarez Ana Belén, Fomento de Empresas de Economía Social, una realidad de Expansión, Madrid, 2006, p. 25.
- GARCÍA HERRERA Gustavo, RAMÍREZ NAVARRO José Manuel, Manual Práctico para la Elaboración de Proyectos, Primera Edición, Editorial SIGLO XXI, 2002, Madrid, p. 94.
- GAVILÁNEZ COSTALES Bolívar, Diseño, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Segunda Edición, Editorial PEARSON, 2002, p.45.
- GOMERO PALACIOS Hugo, Fundamentos Técnicos de la Matemática Financiera, Primera Edición, Editorial Pontificia Universidad Católica, Perú, 2006, p. 127.
- HERNÁNDEZ A., VILLALOBOS A., SUÁREZ A., Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Quinta Edición, 2005, Editorial Thomson, p. 19.

- HOFFMAN Douglas K., BATESON John E., Fundamentos del Marketing de Servicios, Editorial International Thomson, 2006, México, pág. 3.
- IICA, La dirección de la Empresa Asociativa, Primera Edición, Venezuela, 2005, p. 67.
- ILPES, Guía para la presentación de proyectos, Siglo Veintiuno Editores, México, 2006.
- INEC, Crecimiento Poblacional,  
[http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es](http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es)
- INEI-Cómo se calcula el Crecimiento Poblacional? ,  
<http://www.inei.gob.pe/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0337/cap05.HTM>.
- KOTLER, P., Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, Editorial Pearson, México, 2003, p.87.
- KRAJEWSKI Lee J, RITZMAN Larry, Administración de Operaciones, Estrategia y Análisis, Segunda Edición, Editorial Pearson, 2000, México, p.77.
- LONDOÑO Malagón, MORERA Galán, LAVERDE Pontón, Administración Hospitalaria, Editorial Médica Panamericana, Tercera Edición, 2003, Colombia, p.107.
- MEZA Vargas Carlos, Contabilidad: Análisis de Cuentas, EUNED, Primera Edición, Costa Rica, 1996, p. 296, 298.
- MIRANDA MIRANDA Juan J.; Gestión de Proyectos: Identificación, Formulación, Evaluación, Quinta Edición, 2005, MM Editores, p. 87.
- OROZCO Arturo J., Investigación de Mercados, Primera Edición, Editorial NORMA, 1999, p. 89.

- OVIEDO, VI JORNADAS DE PSICOLOGÍA, Psicología Ambiental, Etiológica, Universidad de Oviedo Publicaciones, Marzo 1989, p. 76.
- PLANS José, Marketing y Ventas, Editorial Océano, 2000, pág. 16.
- REYES PONCE Agustín, Administración de Empresas, LIMUSA Noriega Editores, México, 2005, p. 77.
- SANDHUSEN L. Richard L., Marketing, Cuarta Edición, 2002, Editorial Barron, p.56.
- SAPAG Chaín Nassir, Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación, Pearson, Primera Edición, México, 2007.
- SIABATO PATIÑO Margarita, Gestión y Gerencia en los colegios cooperativos, Primera Edición, Editorial EDUCC, Bogotá, 2006, p.62.
- WEBSTER FREDERICK E, Aspecto Social de Marketing, Primera Edición, Atlas 2003, p.103.
- YATES Carmen, La Empresa Sabia, Editorial Díaz de Santos, España, 2008, p.32.

## Netgrafía

- <http://www.carlaantonelli.com/transexuales-ecuador-combaten-discriminacion.htm>
- <http://es.scribd.com/doc/2234656/Distribución-de-areas-de-trabajo>
- <http://geografia.laguia2011.com/geografia-de-la-poblacion/ecuador-poblacion>
- [http://www.unifemandina.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=231:la-confetrans-se-reunio-este-jueves-a-la-casa-trans-en-quito-para-concluir-su-primer-ciclo-de-capacitacion-politica-a-lideres-y-lideresas-n](http://www.unifemandina.org/index.php?option=com_content&view=article&id=231:la-confetrans-se-reunio-este-jueves-a-la-casa-trans-en-quito-para-concluir-su-primer-ciclo-de-capacitacion-politica-a-lideres-y-lideresas-n)
- <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=7954>.
- <http://www.monografias.com/trabajos42/proyecto-de-servicios/proyecto-de-servicios2.shtml#estudio>
- <http://www.inei.gob.pe/biblioineipub/bancopub/Est/LIb0337/cap05.HTM>
- <http://antiguo.itson.mx/Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf>
- <http://maps.google.com>
- <http://saludprimariapr.org/es/?p=74>
- <http://aylinemylove.com/wordpress/blog/2011/06/01/investigacion-tasa-de-crecimiento-de-casos-transexuales-en-el-d-f/>
- <http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml>
- [http://www.marketinet.com/ebooks/manual\\_de\\_marketing/manual\\_de\\_marketing.php?pg=10](http://www.marketinet.com/ebooks/manual_de_marketing/manual_de_marketing.php?pg=10)
- <http://marketingyconsumo.com/tag/segmentacion-geografica>
- <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/370/1/02%20ICO%20022%20TESIS.pdf>

## **Bibliografía**

- ELBAR RAMÍREZ Margot , Proyectos de inversión competitivos, Palmira Colombia, Segunda Edición, Editorial Feriva, 2000, p. 85
- Estudio realizado por IGLCC (Cámara de Comercio Internacional de Gais y Lesbianas).
- COHEN, A. William, El Plan de Marketing, Segunda Edición, Editorial DEUSTO, p. 83.
- GÓMEZ GIL Eather, ESTEVA DE ANTONIO Isabel, Ser Transexual, Barcelona, Editorial Glosa, 2006, p.67
- GAVILÁNEZ COSTALES Bolívar, Diseño, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Segunda Edición, Editorial PEARSON, 2002, p.45.
- KRAJEWSKI Lee J, RITZMAN Larry, Administración de Operaciones, Estrategia y Análisis, Segunda Edición, Editorial Pearson, 2000, México, p.77.
- SIABATO PATIÑO Margarita, Gestión y Gerencia en los colegios cooperativos, Primera Edición, Editorial EDUCC, Bogotá, 2006, p.62.
- EROSSA Victoria Eugenia, Proyectos de inversión e Ingeniería, LIMUSA Noriega Editores, México, 2004
- CÓRDOBA PADILLA Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos; Primera Edición, Editorial ECOE, Bogotá, 2006, p. 165.
- DE LA PUENTE, Viedma , Una Guía para la Investigación, Editorial Computense, Madrid, 1995, p. 28.
- OROZCO Arturo J., Investigación de Mercados, Primera Edición, Editorial NORMA, 1999, p. 89.
- PLANS José, Marketing y Ventas, Editorial Océano, pág. 16.
- GÓMEZ Marcelo M., Introducción a la metodología de la investigación científica, Córdoba, Primera Edición, Editorial Brujas, 2006.
- HERNÁNDEZ Abraham, HERNÁNDEZ VILLALOBOS, HERNÁNDEZ SUARÉZ Alejandro, Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión, Quinta Edición, Editorial Thomson, México, p. 67.
- CORREA Eugenia, GIRÓN Alicia, Economía Financiera Contemporánea, Primera Edición, Editorial Miguel Ángel Porrúa, México, 2004, p. 192.

- GOMERO PALACIOS Hugo, Fundamentos Técnicos de la Matemática Financiera, Primera Edición, Editorial Pontificia Universidad Católica, Perú, 2006, p. 127.
- MORENO PRIETO Begoña, SANTRIDIÁN ARROYO Alicia, AGUILAR CONDE Pablo, Contabilidad de Costes y Gestión, Primera Edición, Editorial DELTA, España, 2006, p. 135.
- BARFIELD Jesse T., RAIBORN Cecily, KINNEY Michael, Contabilidad de Costos, Quinta Edición, Editorial Thomson, 2005, p. 373.
- FERNÁNDEZ ESPINOZA Saúl, Los Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Tecnológica, Costa Rica, 2007, p. 15.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto, FERNÁNDEZ CALLADO BAPTISTA Lucio Pilar, Metodología de la Investigación, México, Mac Graw Hill, 1991.
- LLOBET Valeria, Sexualidad, Salud y Derechos, Buenos Aires, Editorial Noveduc, 2005.
- MAFFÍA Diana, Sexualidades migrantes. Género y Transgénero, Segunda Edición, Editorial Feminaria, Buenos Aires, 2008.
- CÓRDOBA PADILLA Marcial, Formulación y Evaluación de Proyectos, ECOE Ediciones, Bogotá, 2006.
- MIRANDA JUAN JOSÉ, Gestión de Proyectos; Identificación, Formulación y Evaluación, Quinta Edición, MM Editores, Bogotá, 5 Edición.
- GARCÍA HERRERA Gustavo, RAMÍREZ NAVARRO José Manuel, Manual Práctico para la Elaboración de Proyectos, Primera Edición, Editorial SIGLO XXI, Madrid.
- LONDOÑO Malagón, MORERA Galán, LAVERDE Pontón, Administración Hospitalaria, Editorial Médica Panamericana, Tercera Edición, Colombia.
- CAMPIÑA Gema, Fernández Jesús, Empresas y Administración, EDITEX, Madrid, 2010.
- TORRES Arjona Miguel, Dirección Estratégica, Díaz de Santos, Madrid, 2008.

- FREIJEIRO Álvarez Ana Belén, Fomento de Empresas de Economía Social, una realidad de Expansión, Madrid, 2006.
- DVOSKIN Roberto, Fundamentos de Marketing, Granica Ediciones, Buenos Aires, 2004.
- MEZA VARGA Carlos, Contabilidad: Análisis de Cuentas, Primera Edición, Editorial EUNED, Costa Rica.
- PÁEZ VACAS CAarolina, Travestismo urbano: género, sexualidad y política, Ediciones ABYA YALA, Ecuador, 2010.
- REYES PONCE Agustín, Administración de Empresas, LIMUSA Noriega Editores, México, 2005.
- PALLADINO Enrique, Como diseñar y elaborar proyectos, Buenos Aires, Espacio Editorial, 2005.
- SALIN Pascual Rafael, Cuando El Sexo de Mi Cerebro No Corresponde Al de Mi Cuerpo, Lulu Editorial, 2008.
- WEBSTER FREDERICK E, Aspecto Social de Marketing, Primera Edición, Atlas 2003, p.103.
- SANTOS GUERRA MIGUEL ANGEL, El Género como Pasión, Primera Edición, España.
- SAPAG CHAIN Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, México, Mac Graw Hill, 4 Edición.
- ONGALLO Carlos, Manual de Comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información, y las relaciones humanas en empresas y organizaciones, Dykinson S.L., Madrid, 2007.
- HITT Michael A., Black Stewart, Porter Lyman, Administración, PEARSON, México, 2006.
- SOLOMON Stephen, Liderazgo en la Empresa Familiar, Deloitte, España, 2010.
- CUADRADO Manuel, COLBERT Francois, Marketing, Segunda Edición, Editorial Arial, Madrid, 2009, p. 74.
- SERRANO AMAYA José Fernando, Otros Cuerpos, Otras Sexualidades, Ciclo Rosa, Primera Edición, Bogotá.

- KOTLER, P., Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, Editorial Pearson, México, 2003, p.87.
- HOFFMAN Douglas K., BATESON John E., Fundamentos del Marketing de Servicios, Editorial International Thomson, México, pág. 3.
- ILPES, Guía para la presentación de proyectos, Siglo Veintiuno Editores, México, 2006.
- MEZA Vargas Carlos, Contabilidad: Análisis de Cuentas, EUNED, Primera Edición, Costa Rica.
- HERNÁNDEZ A., VILLALOBOS A., SUÁREZ A., Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Quinta Edición, Editorial Thomson, p. 19.
- MIRANDA MIRANDA Juan J.; Gestión de Proyectos: Identificación, Formulación, Evaluación, Quinta Edición, MM Editores, p. 87.
- SANDHUSEN L. Richard L., Cuarta Edición, Marketing, Editorial Barron, p.56.
- TINTINALLI E., RUIZ E., Y KROME R. L. (1997), Medicina de Urgencias, México D.F., Ed. McGraw Hill Latinoamérica, Vol. 1.
- TORRES BERNAL Cesar Augusto, Metodología de la Investigación; México, Pearson Educación, 2006.
- VALERIANO ORTIZ Luis F., Metodología para el diseño y elaboración de Proyectos de Investigación Social, Perú, San marcos, 1999.
- VARGAS OCAMPO Francisco, Educación para la Salud, Buenos Aires, Noriega Editores, 1999.
- WYNGAARDEN Y SMITH (1991), Cecil-Tratado de Medicina Interna, Philadelphia, Ed. McGraw Hill Latinoamérica, Vol. 1

## **Glosario**

**Actividades:** acciones que el proyecto deberá llevar a cabo para obtener resultados.

**Capital de Trabajo:** El capital de trabajo es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo. Puede calcularse como el excedente de los activos sobre los pasivos de corto plazo

**Beneficiarios:** son el grupo objetivo o población objetivo (beneficiarios directos) más los favorecidos indirectamente por el proyecto.

**Cambio de sexo:** El término "cambio de sexo" es poco preciso ya que el sexo en los seres humanos se presenta como un hecho en el cual se integran e interactúan diversos elementos íntimamente vinculados, es así que al factor representado por lo biológico, deben sumarse otros elementos de igual importancia como lo son el psicológico y el perfil jurídico-social.

**Consumidor:** persona o grupo de personas que utilizan los servicios y consumen los productos.

**Costo-Beneficio:** es la efectividad de un proyecto en función de los costos. Criterio de evaluación que establece la relación entre los recursos asignados y los objetivos alcanzados. También se usan las expresiones costo - eficacia y costo – efectividad

**Discriminación:** es el acto de separar o formar grupos de personas a partir de un criterio o criterios determinados. En su sentido más amplio, la discriminación es una manera de ordenar y clasificar. Puede referirse a cualquier ámbito, y puede utilizar cualquier criterio. Si hablamos de seres humanos, por ejemplo, podemos discriminarlos entre otros criterios, por edad, color de piel, nivel de estudios, conocimientos, riqueza, color de ojos, etc. Pero también podemos discriminar fuentes de energía, obras de literatura, animales, etc.

**Efectividad:** grado en el cual un proyecto logró los resultados previstos o esperados y, por tanto, alcanzó su propósito y contribuyó a su fin-

**Eficacia:** término que indica en qué medida un programa de asistencia logra sus objetivos. Asimismo, es el cumplimiento estricto de un dado objetivo; por ejemplo en el plazo predeterminado, sin atender a otros aspectos tales como el costo, el recorrido, la duración, etc. Una persona eficaz es la que meramente cumple sus objetivos, sin reparar en costos.

**Eficiencia:** el grado hasta el cual se ejecutaron, administraron y organizaron las actividades de un proyecto de una manera apropiada al menor costo posible para rendir los productos y/o componentes esperados.

**Grupo GLBT:** se denomina así al grupo de Gays, Lesbianas, Bisexuales y Trans.

**Grupo Trans:** es un grupo que está formado por aquellos denominados dentro de los grupos siguiente: Transformismo, Travestismo y Transexualismo.

**Hormonas femeninas:** Los estrógenos los producen, en su mayor parte, los ovarios y, en menor medida, las glándulas adrenales. Estas hormonas femeninas son las responsables de las características sexuales femeninas, la aparición del ciclo menstrual, la forma de las mamas, etc. Es en el momento de la pubertad cuando se encuentra un mayor nivel de estrógenos en la mujer, un nivel que se mantendrá durante los 25 años posteriores y que, a partir de entonces, irá descendiendo durante la menopausia.

**Hormonas:** Las hormonas son sustancias segregadas por células especializadas, localizadas en glándulas de secreción interna o glándulas endocrinas (carentes de conductos), o también por células epiteliales e intersticiales con el fin de afectar la función de otras células.

**Impacto:** son los cambios positivos y negativos producidos directamente e indirectamente, como resultado de un proyecto o programa.

**Implantes de Senos:** Los Implantes de Senos son una prótesis usada en cirugía cosmética para mejorar el tamaño y forma de los senos de una mujer (conocida como aumento de senos) o para reconstruir el seno (por ejemplo, luego de una mastectomía, o

durante la cirugía de reasignación de sexo de hombre-a-mujer. Hay cuatro tipos de implantes de senos.

**Mercado Objetivo:** Puede parecer que todo el mundo es un comprador posible del producto o servicio. Hasta cierto punto, es verdad, pero hay segmentos del mercado que están mucho mejor predisuestos que otros

**Ingeniería básica:** Descripción detallada del producto, incluyendo sus especificaciones, así como la descripción del proceso de manufacturación.

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** tasa de descuentos que equivale al valor presente del flujo de caja neto en relación con el costo inicial de un proyecto.

**Transexualismo:** Cuando un sujeto presenta la firme convicción de presentar un error biológico en cuanto a su anatomía y su sentir. Por lo tanto fomenta la extirpación genital. En estos casos se renuncia al placer genital pene-ano, y es esta la diferencia con el travestismo.

**Segmentación:** Dividir un mercado en segmentos o grupos de consumidores, dichos segmentos deben ser homogéneos accesibles y rentables. El objetivo de la segmentación de mercado es definir el segmento objetivo de una marco o producto

**Transformismo:** Cuando un sujeto se viste con ropaje femenino en algunas ocasiones aisladas pero sin perder en ningún momento su identidad masculina.

**Travestismo:** Cuando un sujeto se viste con el ropaje de género opuesto, pero sin renunciar a su identidad genital anatómica, lo que resulta por ejemplo en un sujeto con pene, que adopta aptitudes y apariencia femenina, pero que utiliza su pene como órgano activo (penetrar, masturbarse, etc.).

**Servicios:** Refleja la idea de que los aspectos intangibles del producto se convierten en las características fundamentales que distinguen a los productos en el mercado.

**Flujograma:** La palabra Flujograma es una expresión genérica de un diagrama de flujos que en consecuencia se podría aplicar tanto a flujos de información, como a flujos de productos.

**Misión:** La misión de la empresa representa el fin o propósito para el que ha sido creada la empresa. Estos fines están destinados a satisfacer las motivaciones más fuertes que dieron lugar a la participación de los miembros fundadores.

**Visión:** La visión parte de idea a la que daremos forma y enriqueceremos con los valores que hacen únicos a nuestra empresa o proyecto. La visión es la capacidad de tener un puente entre lo que es y lo que puede ser.

**Organigrama:** En la estructura organizacional se representa a través de organigramas que son la representación de la estructura orgánica de cómo funciona la empresa y cada una de sus áreas, en donde se muestran las relaciones que se guardan entre sí los órganos que la componen

**Valor Presente Neto (VAN):** valor presente de la corriente estimadas de los flujos de caja neto de un proyecto, descontando al costo de capital de la firma, menos el costo inicial del proyecto.

**Políticas:** Son las directrices generales para la toma de decisiones. Establecen los límites de las decisiones especificando aquellas que pueden tomarse y excluyendo las que no se permiten. De este modo canaliza el pensamiento de los miembros de una empresa para que sea compatible con los objetivos de la misma.

**Inversión:** La inversión constituye la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad.

**Activo Fijo:** Se los define como los activos con vida útil de más de un año, y que se utilizan en las operaciones de la empresa, también se los denomina: Inmuebles, mobiliario o Equipo.

**Exudar:** Salida un líquido del cuerpo o recipiente en el que está contenido a través de sus poros o grietas.

## **Anexos**

### **Artículos acerca de la Comunidad TRANS**

#### **PROYECTO DE ORDENANZA QUITO LIBRE DE CLINICAS CON PRACTICAS ATENTATORIAS DDHH**

En atención a varias denuncias sobre la existencia de clínicas y centros de salud, rehabilitación y desintoxicación, que ofrecen clandestinamente el servicio de “cura” para opciones sexuales distintas a la hetero, el concejal Norman Wray está impulsando una ordenanza para declarar a la ciudad de Quito, un territorio libre de estos centros, tomando en cuenta que la Constitución y la Ordenanza Metropolitana 240 reconocen y garantizan los derechos de las personas sexualmente diversas.



#### **CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO**

**Dr. Norman Wray Reyes**  
**CONCEJAL**

#### **MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

Proyecto de ordenanza que declara al territorio del Distrito Metropolitano de Quito libre de clínicas y centros de salud donde existen prácticas atentatorias contra los derechos humanos

#### **CONSIDERANDO**

Que, la Constitución de la República del Ecuador establece en su Artículo 3, como deber del Estado, garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los Instrumentos internacionales;

Que, de conformidad con el Artículo 11, numeral 2 de la Constitución de la República,

toda las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades, por lo que nadie podrá ser discriminado por cualquier razón sin distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos, debiendo sancionarse toda forma de discriminación.

El estado debe adoptar las medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad e inclusión a favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad;

Que, el Artículo 66, numeral 4 de la Constitución de la República señala que se reconoce y garantiza a las personas el Derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación;

Que, el artículo 66 numeral 3, literal C, prohíbe todo tipo de tortura y los tratos y penas crueles, inhumanos o degradantes.

Que, la ordenanza metropolitana 240 en su artículo 3 señala que “La Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito diseñará e implementará programas de sensibilización y atención destinados a contrarrestar el estigma y la discriminación por orientación sexual y la disminución de la homofobia, con la participación de los grupos organizados de gays, lesbianas, bisexuales, transgéneros e intersex (GLBTI), y otras organizaciones de la sociedad civil, gobiernos locales y seccionales.”

## **EN EJERCICIO DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES**

### **EXPIDE**

**La ordenanza que declara al territorio del Distrito Metropolitano de Quito libre de clínicas y centros de salud donde existen prácticas atentatorias contra los derechos humanos**

**Art. 1.\_** Se prohíbe sin excepción alguna la apertura de clínicas, centros médicos, centros de rehabilitación y desintoxicación donde se someta a los pacientes de los mencionados centros a cualquier tipo de tortura, trato degradante o práctica que atente contra los derechos humanos y las leyes nacionales.

**Art 2.\_** Se declara a todo el territorio del Distrito Metropolitano de Quito libre de centros de salud que ofrezcan tratamientos de curación contra la homosexualidad. En caso de que la autoridad competente, a través de la Agencia Metropolitana de Control, determine la existencia de uno de estos lugares, deberá proceder de forma inmediata con la clausura definitiva del local.

**Art. 3.\_** - Toda persona natural o jurídica que habita, visita o presta servicios en entidades, instituciones u organizaciones públicas y privadas en el Distrito Metropolitano de Quito, que llegare a conocer cualquier acto que reúna las

características de tortura descritas en el Art. (2) de la presente Ordenanza, deberá denunciar el hecho ante la Fiscalía de Pichincha, y/o la Defensoría del Pueblo, como entidad garante de los derechos fundamentales, en un plazo máximo de veinticuatro horas.

**Art. 4.\_** Las personas que por su profesión u oficio llegaren a conocer el cometimiento de un hecho que presente las características de tortura señaladas anteriormente y no lo denuncien en el lapso y ante las autoridades indicadas en el artículo anterior, incurrirán en encubrimiento y estarán sujetas a los términos previstos en el Código Penal.

**Art. 5.\_** El Consejo Metropolitano de Protección de Derechos, sin perjuicio de la obligación que tienen de denunciar el hecho ante el Ministerio Público, cuando llegaren a su conocimiento casos de tortura en centros de salud, dictarán las medidas de protección que correspondan, con el objeto de cesar la amenaza, restituir el derecho vulnerado y asegurar el respeto permanente de los derechos de la víctima.

**Art. 6.\_** Todo establecimiento de salud, hospital, clínica, consultorio, centro médico o centro de rehabilitación de adicciones , que cuente o no con permiso de funcionamiento, en los que se detectare la concurrencia o la promoción de cualquier forma de tortura por inclinación sexual o por ser sujeto de adicción a las drogas o al alcohol que funcione en el Distrito Metropolitano de Quito, será objeto de la sanción de cancelación de la patente municipal emitida o de la negativa de su emisión, según el caso, por lo cual no podrá funcionar en el futuro. Para el efecto, la autoridad competente procederá a su clausura definitiva y la Agencia Metropolitana de Control a través de sus comisarios deberán vigilar que la sanción emitida a estos establecimientos no sea violada.



Foto de archivo Proyecto Transgénero, en el Centro de Salud No. 3 , Abril 2011

Un local que vende materia prima para hacer perfumes y ambientales en la plaza de San Francisco es el sitio donde las transfemeninas compran la silicona líquida. “Ahora no hay, pero en tres meses llega silicona de Brasil nos han dicho”, cuenta Carolina, de la Asociación de Transfemeninas Gran Pasaje.

Se inyectan entre ellas, centímetro a centímetro y haciendo pausas para ver si se produce alguna reacción adversa. Carolina recuerda que cuando ella se inyectó en el glúteo, hace cinco años, le tocaron un nervio y estuvo ingresada en un hospital durante dos meses. Esto le provocó una cojera que la acompaña todavía.

Deformaciones faciales, tumoraciones, trombos y muerte son algunos de los problemas que experimentan. Todo esto se mantiene en la periferia de los servicios de salud. Para los transexuales, el único hospital amable es el Hospital Enrique Garcés. Allí llegan con la certeza de que serán atendidas ante cualquier problema, sobre todo, cuando son atacadas durante sus jornadas nocturnas.

El Ministerio de Salud atiende a los colectivos trans en sus servicios de salud sexual y reproductiva que existen en los centros de salud. El Área de Salud No. 3 de La Tola, en el centro de Quito, es la más concurrida.

El Proyecto Transgénero consiguió que el 2011 se abrieran fichas especiales a las transexuales que trabajan en la calle. Las llaman las fichas ‘género-sensibles’ y la diferencia es que se acepta el nombre que han adoptado según su nuevo género. Pero la atención se limita a la parte sexual.

No hay un abordaje integral de salud que les brinde orientación durante el cambio de sexo. Esto les lleva a la automedicación y a caer en manos de cirujanos que les han llegado a pedir hasta USD 10 000 por unos implantes mamarios. Las trans siempre hablan de la Clínica México y de sus cirujanos que llegaron a atraer a pacientes de otros países. Esta unidad ahora tiene el nombre de Hospital Inglés y funciona en la misma dirección de la anterior clínica.

El cirujano Luis Morales, que funge también como gerente, dice que ya no opera a transexuales, pero admite que lo hizo hace muchos años. En el país no existe una ley que regule o apruebe el tratamiento de personas transexuales. Los cirujanos, al igual que los endocrinólogos, se niegan a ayudar al cambio de sexo. Solo cabe la ayuda médica en caso de intersex, los llamados hermafroditas.

**Distribución del Centro**

