

3.6%

Fecha: 2023-12-10 01:13 UTC

* Todas las fuentes 12 | Fuentes de internet 9 | Documentos propios 3

<input checked="" type="checkbox"/>	[0]	"4. Informe de tesis completo - engagement laboral y comunicación interna 13-11-2023.pdf" fechado del 2023-12-06	0.2%	8 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[1]	"13. CRUZADO y SILVA.pdf" fechado del 2023-12-10	0.3%	9 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[2]	repositorio.espm.edu.ec/bitstream/42000/1037/1/TTAE27.pdf	0.8%	7 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[3]	librosaccesoabierto.upte.edu.co/index.php/editorial-upte/catalog/download/48/78/2867?inline=1	1.0%	5 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[4]	"14. TESIS IRJS1.pdf" fechado del 2023-12-10	0.1%	7 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[5]	library.co/article/estudio-de-mercado-evaluación-de-proyectos.z1d0w9vd	0.5%	3 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[6]	es.wikipedia.org/wiki/Oferta_y_demanda	0.2%	3 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[7]	es.linkedin.com/posts/ramiro-anazco-42b46221_flujo-de-caja-económico-y-financiero-activity-7076214866373402624-mtx3?trk=public_profile_share_view	0.2%	2 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[8]	herzog.economia.unam.mx/profesor/barajas/estadis/parte4.pdf	0.2%	1 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[9]	context.reverso.net/translation/spanish-english/proporciona información relevante	0.1%	2 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[10]	es.scribd.com/document/314106024/Estudio-de-Mercado-Odontologico	0.1%	2 resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	[11]	context.reverso.net/translation/spanish-english/consultorios móviles	0.0%	1 resultados

44 páginas, 6977 palabras

⚠ Se detectó un color de texto muy claro que podría ocultar caracteres utilizados para combinar palabras.

Nivel del plagio: 3.6% seleccionado / 5.6% en total

40 resultados de 12 fuentes, de ellos 9 fuentes son en línea.

Configuración

Directiva de data: Comparar con fuentes de internet, Comparar con documentos propios

Sensibilidad: Media

Bibliografía: Considerar Texto

Detección de citas: Reducir PlagLevel

Lista blanca: --

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA
CREACIÓN DE UN CENTRO MEDICO AMBULATORIO EN CAJAMARCA,
2023**

PRESENTADO POR:

Br. TORRES DIAZ, Herik Daniel

Asesor:

Dr. MONTENEGRO DÍAZ, Víctor Hugo

Cajamarca – Perú

NOVIEMBRE 2023

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA
CREACIÓN DE UN CENTRO MEDICO AMBULATORIO EN CAJAMARCA,
2023**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar
el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

PRESENTADO POR:

Br. TORRES DIAZ, Herik Daniel

Asesor:

Dr. MONTENEGRO DÍAZ, Víctor Hugo

Cajamarca – Perú

NOVIEMBRE 2023

COPYRIGHT © 2023 by
Br. TORRES DIAZ, Herik Daniel
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
ADMINISTRATIVAS**

APROBACIÓN DE LICENCIATURA

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA
CREACIÓN DE UN CENTRO MEDICO AMBULATORIO EN CAJAMARCA,
2023**

Presidente: Dr. Víctor Hugo Montenegro Díaz

Secretario: Mg. Luis Felipe Velasco Luza

Vocal: Mg. Anthony Rabanal Soriano

Asesor: Dr. Víctor Hugo Montenegro Díaz

DEDICATORIA

A mi madre, quien luchó por sacarme adelante día a día
para hacerme una persona de bien.

A mis hijos Andrea, Daniel y Gabriel
por darme la fortaleza para seguir adelante,
que, con su apoyo, su amor y
paciencia me ayudaron a concluir mi meta.

Herik.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios, quien con su bendición ilumina la vida de cada uno
de mis familiares y la mía propia.

A mi madre que con su esfuerzo me ayudo a culminar
Una de mis metas.

A mis hijos por ser el apoyo
incondicional en mi vida, que, con su amor y paciencia, me ayuda
alcanzar mis objetivos.

A mis hermanos, que con su ayuda y consejos suman para fortalecer
En alcanzar mis objetivos

Y finalmente universidad, autoridades, docentes y compañeros por
permitir concluir con una etapa de mi vida. Gracias por la
paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de esta
investigación.

Herik.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2.1. General.....	13
1.3. OBJETIVOS	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos	13
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	16
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
2.1.1. Antecedentes Internacionales	17
2.1.2. Antecedentes Nacionales	18
2.2. BASES TEÓRICAS.....	19
2.2.1. Estudio de mercado	19
2.2.2. Toma de decisiones	23
2.2.3. La importancia de la administración en salud.....	23
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	24
2.4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.4.1. Hipótesis general	24
2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	27
3.1. UNIDAD DE ANÁLISIS, UNIVERSO Y MUESTRA	28
3.1.1. Unidad de análisis	28
3.1.2. Universo	28
3.1.3. Muestra.....	28
3.2. TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	29
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	30
3.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	30
3.6. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN	31
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32

4.1. RESULTADOS	33
4.1.1. Resultados de las encuestas.....	33
4.1.2. Análisis financiero.....	37
4.2. DISCUSIÓN	40
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
CONCLUSIONES	43
RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
ANEXOS.....	48
MATRÍZ DE CONSISTENCIA	49
ENCUESTA.....	51

RESUMEN

La presente investigación planteo como objetivo general determinar el estudio de mercado para la toma de decisiones en la creación de un centro médico ambulatorio en Cajamarca, 2023. El tipo de investigación es aplicada porque identificó los problemas fundamentales en relación a las variables, de nivel exploratorio – descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal. Se examinó a una muestra de 150 personas de la población, con una edad de entre 18 a 60 años, para comprender el uso de los servicios de salud, las preferencias en especialidades médicas, la percepción sobre la capacitación de profesionales de la salud pública y la disposición de usar los servicios de un centro médico ambulatorio.

Los resultados mostraron una alta demanda de servicios médicos en general, con el 92% de los encuestados utilizando servicios públicos de salud. Las especialidades más buscadas incluyeron medicina general, odontología, ginecología y pediatría. A pesar de esto, hubo percepciones mixtas sobre la calidad de la capacitación de profesionales de la salud pública. Aproximadamente el 46% de los encuestados mostró interés en utilizar los servicios del nuevo centro médico ambulatorio, mientras que el 50% restante manifestó reticencia. Sin embargo, los indicadores financieros, con Valor Neto Actual (VAN) positivo de S/. 591.495 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 54,39% apuntan a la viabilidad financiera del proyecto.

La investigación indica una oportunidad clara para satisfacer una demanda insatisfecha de servicios médicos en Cajamarca a través de la creación de un centro médico ambulatorio. A pesar del interés mostrado por parte de algunos encuestados, abordar las preocupaciones y razones detrás de la reticencia del otro segmento de la población será esencial para mejorar la aceptación del nuevo servicio médico propuesto.

Palabras clave: Centro médico ambulatorio, estudio de mercado, especialidades médicas, viabilidad financiera.

ABSTRACT

The general objective of this research is to determine the market study for decision-making in the creation of an outpatient medical center in Cajamarca, 2023. The type of research is applied because it identified the fundamental problems in relation to the variables, at an exploratory level. – descriptive, with a non-experimental cross-sectional design. A sample of 150 people from the population, aged between 18 to 60 years, was examined to understand the use of health services, preferences in medical specialties, perception about the training of public health professionals and the willingness to use the services of an outpatient medical center.

The results showed a high demand for medical services in general, with 92% of respondents using public health services. The most sought after specialties include general medicine, dentistry, gynecology and pediatrics. Despite this, there were mixed perceptions about the quality of training of public health professionals. Approximately 46% of respondents showed interest in using the services of the new outpatient medical center, while the remaining 50% expressed reluctance. However, the financial indicators, with a positive Net Present Value (NPV) of S/. 591,495 and an Internal Rate of Return (IRR) of 54.39% point to the financial viability of the project.

The research indicates a clear opportunity to meet an unmet demand for medical services in Cajamarca through the creation of an outpatient medical center. Despite the interest shown by some respondents, addressing the concerns and reasons behind the reluctance of the other segment of the population will be essential to improve acceptance of the proposed new medical service.

Keywords: Outpatient medical center, market study, medical specialties, financial viability.

**CAPÍTULO I:
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mundo, cada vez existe un mayor interés en la salud de la población, sobre todo después del inicio de la pandemia, la cual puso de manifiesto las falencias de los sistemas de salud (Lindh, 2020). En diferentes regiones del Perú, los hospitales y clínicas suelen estar superpoblados, generando largos tiempos de espera para los pacientes; esto se debe a factores como el aumento y envejecimiento de la población, así como la falta de acceso a la atención sanitaria en las zonas rurales (Paredes, 2020). Por ello, la creación de un centro médico ambulatorio se presenta como una posible solución para abordar este problema y optimizar la atención médica en la región Cajamarca.

El acceso a la atención médica es esencial para mantener y mejorar la salud de la población. Sin embargo, Cajamarca tiene significativas barreras que dificultan el acceso a esta atención médica; por ejemplo, la falta de infraestructura sanitaria adecuada, la dispersión geográfica de la población y las limitaciones económicas son factores que obstaculizan la prestación oportuna y eficaz de servicios de salud. Esto provoca un retraso en el diagnóstico y tratamiento de la enfermedad, lo que puede tener graves consecuencias para la salud del paciente (Llanos Zavalaga et al., 2004).

La creación de un centro médico ambulatorio se presenta como una solución estratégica para abordar estos desafíos y mejorar la atención médica en la región. Sin embargo, la toma de decisiones para establecer dicho centro debe fundamentarse en un estudio de mercado integral y actualizado. Cajamarca presenta barreras específicas, como la falta de infraestructura sanitaria, la dispersión geográfica y limitaciones económicas, que requieren una comprensión profunda de las necesidades y preferencias de la población.

La ausencia de servicios médicos oportunos en Cajamarca conlleva a consecuencias graves para la salud de la población, evidenciando la necesidad imperativa de un centro médico ambulatorio adaptado a las circunstancias locales. Por ende, la presente investigación se enfoca en llevar a cabo un estudio de mercado específico para Cajamarca. Este análisis no solo aborda la creación del centro médico

ambulatorio, sino que también se erige como una herramienta crucial para la toma de decisiones informada.

Al comprender las necesidades del mercado local, evaluar la viabilidad financiera, analizar la competencia y adaptarse a cambios en las preferencias del consumidor, el estudio de mercado se convierte en el pilar sobre el cual se edifica la estrategia para la implementación exitosa del centro médico ambulatorio en Cajamarca. La carencia de esta información integral podría resultar en inversiones ineficientes y la incapacidad de satisfacer las necesidades sanitarias fundamentales de la población objetivo.

En conclusión, la presente investigación buscó colmar este vacío de conocimiento mediante la realización de un estudio de mercado detallado y contextualizado, ofreciendo una guía esencial para la toma de decisiones en la creación de un centro médico ambulatorio adaptado a las necesidades específicas de la región Cajamarca.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. General

¿Cómo contribuye el estudio de mercado para la toma de decisiones en la creación de un centro médico ambulatorio en Cajamarca, 2023?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Determinar el estudio de mercado para la toma de decisiones en la creación de un centro médico ambulatorio en Cajamarca, 2023

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar la oferta y la demanda de los servicios de un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca, 2023.

- Determinar la toma de decisiones respecto a la creación de un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca, 2023.

- Determinar el análisis financiero para la creación de un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca, 2023.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. TEÓRICA

El presente estudio pretende incrementar el conocimiento científico sobre los estudios de mercado y su relación con la toma de decisiones para la creación de un centro médico ambulatorio. Además, este estudio se justifica por la necesidad de atención médica accesible en Cajamarca; la creación de un centro médico ambulatorio podría contribuir a la mejora del acceso a la atención médica por parte de la población local, tanto urbana como rural.

1.4.2. METODOLÓGICA

Por otra parte, este estudio aportará conocimiento a los emprendedores de la Región Cajamarca y el Perú, sobre la planificación de proyectos en relación al sector salud, sobre todo como se realiza un estudio de mercado. La toma de decisiones informadas permite optimizar los recursos, es así que un estudio de mercado proporciona información relevante para determinar la demanda de los servicios médicos, así como evaluar la viabilidad financiera de la creación del centro médico ambulatorio. Los hallazgos serán relevantes para la región Cajamarca y para otras regiones que enfrenten desafíos similares en el acceso a la atención médica.

1.4.3. PRÁCTICA

La creación de un centro médico ambulatorio tiene un impacto social y económico importante, ya que puede regenerar beneficios a la economía local mediante la

creación de empleos y mejoras en la salud de las personas, lo que repercute en beneficios en la productividad y bienestar de la población.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(Quinto et al., 2019), en su tesis “*Plan de negocio para la creación de un centro quirúrgico ambulatorio especializado en atención integral de la mujer*”, indican que para una adecuada difusión de los servicios médicos ofrecidos es necesario la publicidad en un diario reconocido del país, en vallas publicitarias, redes sociales y volanteo. Los investigadores concluyeron que para la puesta en marcha del negocio se necesitará una inversión de 128,037.53 dólares y de los cuales 25,000 dólares provendrán de los accionistas; y la diferencia será financiada por la banca con una tasa de 10.21 % a un plazo de 5 años. Por otra parte, la evaluación de la factibilidad financiera obtuvo una TIR de 61 % y VAN de 194,958.37 dólares; con un periodo de recuperación de un año tres meses.

(Hsu, 2018), en su artículo “*Investigating effect of service encounter, value, and satisfaction on Word of mouth: An outpatient service context*” en Taiwán, recogieron datos mediante encuestas por cuestionario para evaluar las relaciones entre el servicio, el valor del servicio, la satisfacción del paciente y la intención del boca a boca, desde un punto de vista del marketing interactivo. Los resultados indicaron que el 48 % de las consultas externas estaban más ocupadas en horas de la tarde, un 33,4 % en horas de la mañana y el 18,6 % en la noche. En este estudio se concluye que un personal de salud de alto nivel proporciona un alto valor de servicio y una alta satisfacción, los resultados proporcionan valiosas implicaciones estratégicas para centro médicos que atiendan a pacientes ambulatorios.

(Jurado Vargas, 2017), en su tesis “*Plan de negocios creación de un centro médico ambulatorio especializado en Cantón Marcelino Maridueña*” en Ecuador, indican que la mayoría de la población del Cantón Marcelino Maridueña, tanto rural como urbana no diferencia entre centro médico ambulatorio y un consultorio. En este estudio concluyen que el centro médico de servicios especializados tiene una buena visión de

posicionamiento en el mercado de la salud, siendo importante que el precio sea accesible, experiencia y profesionalismo médico. Además, con una inversión de 75,500.00 dólares, se obtuvieron valores de VAN de 47,460.00 dólares y TIR de 31.33 %, lo cual evidencia la factibilidad del negocio.

(Feraud et al., 2015), en su tesis “*Creación de un centro ambulatorio de traumatología y ortopedia*” en Ecuador, concluyeron que el centro ambulatorio de traumatología y ortopedia genera un flujo de caja atractivo, pero requiere una liquidez inicial elevada; sin embargo, se pueden estirar los plazos de pago con los proveedores de insumos y medicamentos. Además, los valores de VAN y TIR del proyecto fueron 2,487,385 dólares y 43 % respectivamente, con lo cual se concluyó que la creación de un centro de traumatología y ortopedia representa un negocio altamente viable y rentable para ese mercado.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

(Antunez Boyle et al., 2021), en su tesis “*Diseño e implementación de Clínicas Móviles para diagnóstico médico*” en Lima, indican que la elaboración de un proyecto innovador en relación al diagnóstico clínico supone un reto interesante, por lo cual se decidieron incorporar al equipo de trabajo a un grupo que gestionará las actividades relacionadas a la implementación de unidades móviles. Además, mencionan que el plan de riesgos fue el más complejo de elaborar, por tal motivo el juicio de expertos jugó un papel importante para identificar la mayor cantidad de riesgos, su impacto y sus escenarios.

(Grimaldo Carbajal et al., 2019), en su tesis “*Plan de negocios para una empresa de servicios de salud móvil con especialistas médicos en Lima Metropolitana*”, realizaron un análisis de mercado a través de 573 encuestas. Los investigadores encontraron que el horario de atención más solicitado es el matutino y en cuanto al precio de consulta las personas estarían dispuestas a pagar alrededor de 30 nuevos soles; además, resaltan

que una parte significativa de la población carece de algún tipo de seguro de salud, por lo cual la propuesta de consultorios médicos móviles, aunque es una propuesta poco usada, representa una alternativa a los sistemas de salud ya conocidos. Los investigadores concluyeron que considerando una inversión de 441,284.00 soles, el VAN económico es de 5,242 soles y el TIR modificado es de 27,69 % lo cual demuestra la viabilidad del plan de negocio; además, los servicios con mayores ventajas para el negocio propuesto son ginecología, dermatología, otorrinolaringología, medicina interna y ecografía.

(Valdiviezo Castro & Ventura Mendoza, 2016), en su tesis “*Plan de negocios de la nueva Clínica Ambulatoria Carita Feliz*”, tuvieron como objetivo determinar la viabilidad de una nueva clínica ambulatoria pediátrica en la ciudad de Piura. Los investigadores concluyeron que es factible y viable la creación de una nueva clínica ambulatoria pediátrica en Piura, pues en el mercado piurano la demanda en cuanto a los servicios de salud pediátrica se encuentra insatisfecha y al brindar un servicio especializado en atención integral al niño, permite cierta ventaja frente a sus competidores que no ofrecen servicios especializados. Además, los investigadores indican que el proyecto es rentable teniendo en cuenta una VAN y TIR positivos, y los posibles accionistas aceptarían el riesgo.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Estudio de mercado

Un estudio de mercado es un conjunto de acciones que se ejecutan para conocer la oferta y demanda ante un producto o servicio; y tiene como finalidad ayudar en la toma de decisiones en situaciones de mercado específicas (Kotler et al., 2021). En ese sentido, constituye la base sobre la cual una empresa establece estrategias adecuadas y tomar decisiones acertadas sobre la colocación de productos y servicios en el mercado (Vargas, 2017).

El estudio de mercado también permite resaltar información relevante que revela y detecta si un producto o servicio específico derivado de un proyecto se puede comercializar (Valenzuela Pérez, 2006).

2.2.1.1. Usos del estudio de mercado

A. Determinar sus objetivos: Para establecer sus objetivos, las empresas deben conocer las necesidades presentes y futuras de sus clientes, para evitar pretender metas muy ambiciosas en empresas que abastecen a mercados cuya demanda se está contrayendo; o por el contrario, la empresa se plantee objetivos muy pobres y el potencial del mercado sea grande (Benassini, 2001).

B. Desarrollo de un plan de acción: Las investigaciones de mercado son necesarias para establecer las estrategias de producto, precio, distribución y publicidad que las compañías asignaran para determinado periodo (Imagen 1) (Vázquez Alamilla et al., 2015).



Imagen 1. Principales tipos de estudios de mercado de acuerdo con un plan de acción.

Fuente: (Benassini, 2001)

C. De evaluación de resultados y aplicación de medidas correctivas: El estudio de mercado debe presentar opciones de solución del problema que en apariencia es la mejor opción; cabe resaltar que alguna imprecisión en

la búsqueda de información o factor externo pueden ocasionar que los resultados alcanzados no coincidan con los objetivos propuestos en un inicio (Benassini, 2001).

2.2.1.2. El proceso del estudio de mercado

(Vázquez Alamilla et al., 2015), describe las siguientes etapas generales para el desarrollo de un estudio de mercado:

- **Definición del problema y objetivos de la investigación:** El investigador debe delimitar el propósito del estudio, los antecedentes y la información necesaria para la toma de decisiones. Proponer unos objetivos claros ayudarán a obtener resultados óptimos.
- **Formulación del diseño de investigación:** El diseño de investigación se representa mediante un esquema, en el cual se detalla los procedimientos necesarios para obtener la información requerida para tomar una decisión. Además, el diseño debe incluir también la definición de variables y las escalas para medirlas.
- **Recopilación de datos:** La recopilación de dato puede realizarse en el campo o de manera remota. La información puede ser primaria o secundaria, la información primaria hace referencia a aquella que recopila directamente la empresa y la secundaria son aquellos datos que, son recogidos en publicaciones, bases de datos o estudios previos.
- **Análisis de datos e interpretación de resultados:** Los datos deben ser analizados para obtener información relacionada con el problema de investigación, y así poder brindar la información necesaria para una decisión administrativa.
- **Elaboración y presentación del informe:** Los hallazgos deben presentarse de tal manera que facilite a la administración el proceso de toma de decisiones, en el se deben presentar las preguntas de investigación,

diseño de la investigación, procedimientos de recopilación y análisis de datos, y finalmente los resultados.

2.2.1.3. Componentes básicos de un estudio de mercado

(Valenzuela Pérez, 2006), indica que el estudio de mercado permite evaluar las variables internas y externas en el entorno de la empresa. Las variables internas se refieren a los clientes, la demanda, la oferta, la comercialización, el consumo, el precio, entre otras, y las variables externas se refiere a la competencia, gustos, preferencias, tecnología, etc. El informe de un estudio de mercado arroja datos que provienen del ambiente en que opera la empresa, los cuales derivan de factores sociales, políticos, legales, económicos y tecnológicos.

Según (Valenzuela Pérez, 2006), los elementos básicos de todo estudio de mercado son:

- **Mercado:** Se entiende por mercado al área donde interactúan las la oferta y demanda, y se realizan las transacciones de bienes y servicios.
- **Demanda:** Cantidad de bienes y servicios que requiere o solicita el mercado, para satisfacer una necesidad específica del consumidor a un precio determinado.
- **Oferta:** Cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio específico.
- **Precio:** Cantidad monetaria al cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar el bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

2.2.2. Toma de decisiones

En la actualidad la supervivencia de las empresas depende en gran medida de las decisiones que se toman y de la calidad de información que se utiliza. Al abordar la toma de decisiones, es necesario definir *decisión*, la cual significa corte entre el pasado y el futuro, en ese sentido, la decisión es la respuesta más adecuada ante una situación que requiere acción. Cada decisión resulta de un proceso dinámico influenciado por múltiples fuerzas; además, las decisiones pueden tomarse de forma no racional (intuición y experiencia) y racionalmente (García Rios et al., 2007).

La investigación de mercado es una herramienta importante que deriva en la toma de decisiones estratégicas en las empresas, para poder estar más cerca de los consumidores y conocer exactamente sus necesidades (Mendoza García & Véliz Valencia, 2018). Para la toma de decisiones no siempre se dispone en ese momento de la información requerida y mientras más compleja sea la decisión, más difícil será tener un panorama de todas las alternativas; además, la objetividad de las decisiones no siempre se logra (Soledispa Rodriguez et al., 2021).

2.2.3. La importancia de la administración en salud

Un sistema de salud para tener un crecimiento y eficiencia permanentes, es necesario que la administración tenga las competencias y habilidades requeridas. Es así que, los sistemas de salud interrelacionan recursos, finanzas, organización y administración, para finalmente brindar servicios de salud a la población. Es por ello, que los sistemas de salud deben contar con una administración eficiente con el objetivo de cumplir los objetivos de sus diferentes programas de salud, y así poder satisfacer las necesidades de la población objetivo (Pavón & Cogeochea, 2004).

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Estudio de mercado: Un estudio de mercado es un conjunto de acciones que se ejecutan para conocer la oferta y demanda ante un producto o servicio; y tiene como finalidad ayudar en la toma de decisiones en situaciones de mercado específicas (Kotler et al., 2021).

Centro médico ambulatorio: Un centro médico ambulatorio es una instalación de atención médica que proporciona servicios médicos a pacientes sin que requieran hospitalización. En otras palabras, es un lugar donde los pacientes pueden recibir atención médica, diagnóstico, tratamiento y procedimientos médicos, pero no necesariamente tienen que quedarse en el centro durante la noche. Los centros médicos ambulatorios suelen ofrecer una amplia gama de servicios, desde consultas médicas generales hasta procedimientos quirúrgicos menores, análisis de laboratorio, terapia física y otros servicios de atención médica.

Toma de decisiones: Cada decisión resulta de un proceso dinámico influenciado por múltiples fuerzas; además, las decisiones pueden tomarse de forma no racional (intuición y experiencia) y racionalmente (García Rios et al., 2007).

Administración en salud: Los sistemas de salud deben contar con una administración eficiente con el objetivo de cumplir los objetivos de sus diferentes programas de salud, y así poder satisfacer las necesidades de la población objetivo (Pavón & Cogeascocha, 2004).

2.4. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1. Hipótesis general

El estudio de mercado ayuda de una manera efectiva en la toma de decisiones para la creación de un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca, 2023.

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Estudio de mercado	Un estudio de mercado es un conjunto de acciones que se ejecutan para conocer la oferta y demanda ante un producto o servicio; y tiene como finalidad ayudar en la toma de decisiones en situaciones de mercado específicas (Kotler <i>et al.</i> , 2021).	Análisis de la demanda	Competidores	Encuestas Documentos públicos
		Análisis de la oferta	Clientes potenciales	Encuestas
Decisión de inversión	Cada decisión resulta de un proceso dinámico influenciado por múltiples fuerzas; además, las decisiones pueden tomarse de forma no racional (intuición y experiencia) y racionalmente (García Rios <i>et al.</i> , 2007)	Análisis financiero	Cálculo de VAN, TIR y punto de equilibrio	Hoja de cálculo de Excel

**CAPÍTULO III:
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1. UNIDAD DE ANÁLISIS, UNIVERSO Y MUESTRA

3.1.1. Unidad de análisis

Según Hernández (2010) la unidad de análisis está conformado por el conjunto de personas, organizaciones, documentos, archivos entre otros, que ayudan con la información, indagación para validar o contratar las variables y dimensiones objeto de estudio.

En la presente investigación la unidad de análisis lo constituyeron los inversionistas o financieros, y la unidad de observación serán los individuos o residentes de Cajamarca.

3.1.2. Universo

Según Arias (2006) el universo o población es un conjunto finito o infinito de elementos, personas o instituciones con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. La cual queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

En la presente estudio el universo o población lo conforman los 348 433 habitantes de la provincia de Cajamarca, entre varones y mujeres (INEI, 2018).

3.1.3. Muestra

Según Oseda (2008; Citado por De la Peña & Lazo), la muestra es una parte representativa de la población, es decir, aquella parte que posee las características relevantes y principales de la población que se necesita para desarrollar la investigación.

En este sentido para el presente estudio se empleará un muestreo no probabilístico por conveniencia, es decir, el investigador tendrá su propio

criterio para la selección de los participantes. Es por ello que el criterio será elegido al azar por el investigador, considerándose a 150 personas.

3.2. TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo aplicada ya que busca generalmente resolver problemas, Además cobra una relevancia crucial al identificar y resolver los problemas particulares que puedan surgir en la implementación de un centro médico ambulatorio, la investigación aplicada proporcionará información que será fundamental para la toma de decisiones en el proceso de establecer el centro médico ambulatorio en Cajamarca.

La presente investigación es de nivel exploratorio-descriptivo dado que busca identificar necesidades y oportunidades, así como de obtener una comprensión inicial de la situación de mercado de atención médica ambulatoria en Cajamarca. En paralelo, se desarrolla a nivel descriptivo, centrándose en la caracterización detallada de la demanda, la oferta y los aspectos financieros relacionados con la posible creación de un centro médico ambulatorio. Este abordaje dual permite explorar a fondo la situación del mercado y proporcionar una visión clara y detallada de los elementos relevantes para la toma de decisiones en la eventual creación del centro médico ambulatorio en Cajamarca.

La presente investigación es de diseño no experimental, ya que según Hernández et al. (2006), señala que el diseño no experimental es aquella investigación donde se realiza sin manipular las variables y solo se observa los fenómenos tal cómo se muestran en la realidad. Asimismo, la investigación presenta un corte transversal, donde los datos son recolectados en un solo momento o tiempo único.

3.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Según Montaña y Torres (2014; Citado en Benavides & Camacho) El método inductivo - deductivo permite a través de situaciones particulares llegar a generar explicaciones generales contenidas explícitamente en una situación general.

En método de investigación empleado es de tipo inductivo – deductivo ya se inicia con observaciones detalladas y específicas, buscando patrones o regularidades en los datos para luego derivar predicciones específicas que luego son verificadas mediante la recopilación de datos.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se utilizó la encuesta como técnica y el instrumento de investigación fue el cuestionario. Para lo cual se siguieron las siguientes pautas:

- i. **Diseño del cuestionario:** Debe abordar la percepción de la atención medica ambulatoria, necesidades de la población, preferencias y la disposición de utilizar un centro médico ambulatorio.
- ii. **Validación del cuestionario:** La validación se realizará mediante el coeficiente alfa de Cronbach.
- iii. **Recopilación de datos:** Las encuestas se llevarán a cabo de manera presencial o virtual, según las circunstancias apropiadas.

3.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento se empleó el Excel, con orden, tabulación y cuadros gráficos con su respectiva interpretación. Los datos obtenidos en la presente investigación se registraron correctamente y organizaron en una base de datos, y se eliminarán datos duplicados o no válidos.

Los datos cuantitativos se presentarán mediante cálculos de frecuencia, medias, desviaciones estándar, entre otros; y el análisis cualitativo se llevará a cabo para identificar patrones, temas y tendencias emergentes en las respuestas de los participantes. Además, el modelado financiero permitió calcular indicadores financieros clave como Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el punto de equilibrio.

3.6. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los aspectos éticos en investigación son fundamentales para garantizar la integridad y el respeto en cualquier estudio científico. Específicamente en el presente estudio, se tendrá énfasis en aspectos como, el consentimiento informado, privacidad y confidencialidad, no maleficencia, transparencia en la publicación, ética en el uso de datos, y cumplimiento de normativas y regulaciones.

**CAPÍTULO IV:
RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Resultados de las encuestas

Cuadro 1. ¿Qué edad tienes?

Alternativas	Frecuencia	%
Entre 18 y 25 años	50	33,3
Entre 26 y 40 años	42	28
Entre 41 y 60 años	58	38,7
Total	150	100

Fuente: Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

Del total de personas encuestadas, ante la pregunta: ¿Qué edad tienes?, el 33,3 % tiene una edad que oscila entre 18 y 25 años, el 28 % tiene una edad de entre 26 a 40 años y el 38,7 % tiene una edad entre 41 y 60 años. Estos resultados son importantes de resaltar, para la toma de decisiones respecto a estrategias comerciales para fidelizar clientes y asegurar el éxito de la empresa, diferenciando las edades del público objetivo.

Gráfico 1. Género del entrevistado

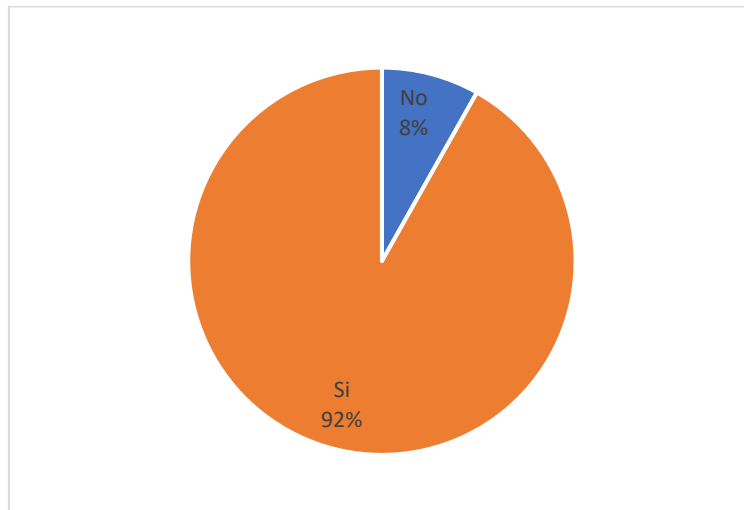


Análisis e interpretación

Como se observa en la imagen 1, se logró establecer una relación casi de mitad y mitad entre los géneros de los entrevistados con la finalidad de tener una visión más equilibrada y poder evitar algún tipo de sesgo.

Una vez respondidos los datos personales, se procede al cuerpo principal de la encuesta, la cual engloba preguntas relacionadas directamente con el negocio del centro médico ambulatorio.

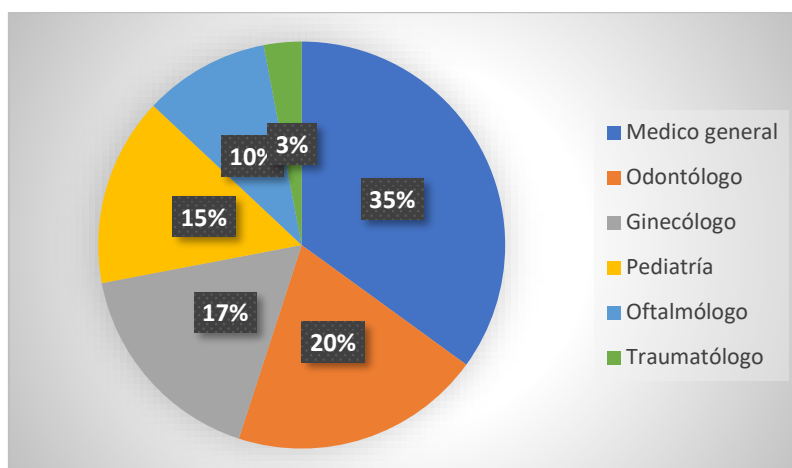
***Gráfico 2.** ¿Ha utilizado los servicios públicos de salud?*



Análisis e interpretación

Existe una proporción casi total que utiliza los servicios públicos de salud, el cual representa el principal competidor para un centro médico ambulatorio. Siendo así que, el potencial mercado posiblemente podría migrar de este servicio por algún motivo, ver imagen 2.

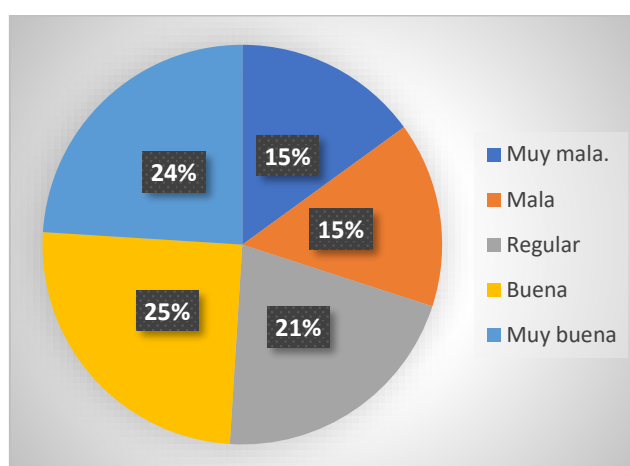
Gráfico 3. ¿Cuál o cuáles especialistas visita con mayor frecuencia?



Análisis e interpretación

Basados en los especialistas más buscados, el centro médico ambulatorio debe prestar por lo menos los servicios de medicina general, ginecología y odontología. Cabe resaltar que el servicio de pediatría también cobra relevancia, pues, es un complemento de ginecología; el servicio de salud comienza con la madre durante la preñez y continúa con la descendencia.

Gráfico 4. ¿Cómo califica la capacitación de los profesionales de salud en los sistemas de salud pública?

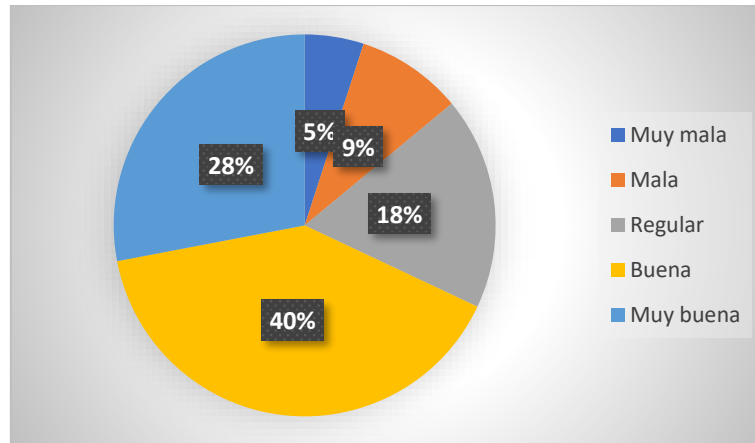


Análisis e interpretación

Las opiniones de los encuestados sobre la capacidad de los médicos en Cajamarca se encuentran muy dividida. Es así que, la mitad está satisfecha, y la otra mitad califica de regular, mala o muy mala. En este sentido, estos resultados implican una

oportunidad para que los clientes insatisfechos migren al servicio de un centro médico ambulatorio, especialmente en una zona de elevada población.

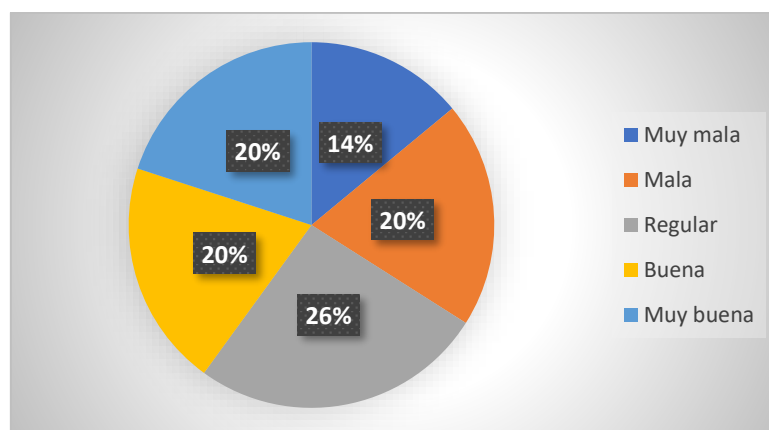
Gráfico 5. *¿Cómo califica las instalaciones en relación a higiene y limpieza en los servicios de salud pública?*



Análisis e interpretación

Un elemento clave a considerar en relación a los servicios médicos es en relación a la arquitectura, mantener un ambiente limpio y agradable; ya que, en general los encuestados están satisfechos con este aspecto en los servicios médicos públicos.

Gráfico 6. *¿Cómo califica el servicio de salud pública en relación a comodidad y tiempo de espera?*

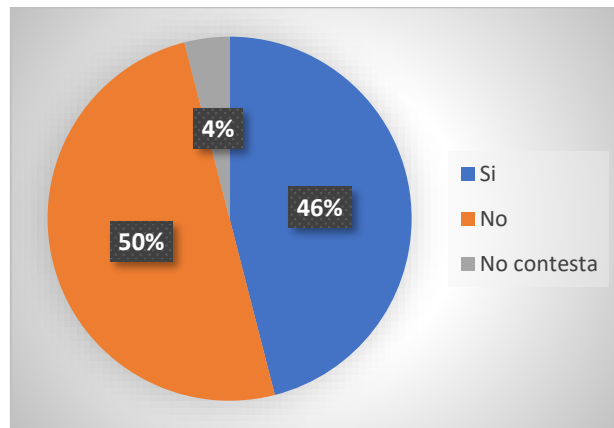


Análisis e interpretación

La mayor insatisfacción sobre los servicios de salud públicos es respecto al tiempo de espera y comodidad. Esto puede representar una oportunidad, ya que, si se

disminuye el tiempo de espera, posiblemente mayor número de personas migren a los servicios de un centro médico ambulatorio.

Gráfico 7. *¿Acudiría a un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca para ser atendido por especialistas de la salud de calidad, con buenas instalaciones si sus precios fueran accesibles?*



Análisis e interpretación

La mayoría de las personas encuestadas se queda con los servicios médicos convencionales o no contesta (ambos suman 54%), pero debe tomarse en cuenta el mercado potencial restante que representa un 44%; además, es importante considerando la población de Cajamarca.

4.1.2. Análisis financiero

4.1.2.1. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite determinar la viabilidad de un proyecto con base en los flujos de efectivo que producirá durante su vida, el presupuesto de capital que se necesitará para llevar a cabo tal proyecto, el tiempo en que se recuperará la inversión, además implica conocer el riesgo que implica desarrollarlo.

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto y calcular su diferencia. Para ello se vale de todos los flujos de caja hasta el momento presente, descontándolos a un tipo de interés determinado; en general el VAN expresa una medida de rentabilidad del proyecto.

Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La TIR es la tasa de descuento que iguala al VAN de una oportunidad de inversión a 0 dólares. Representa la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.

Gastos financieros

Cuadro 1. Gastos financieros

Inversión neta	S/. 154,012
Inversión capital de trabajo	S/. 107,604
Total financiamiento	S/. 261,615.99

Estado de resultados y flujo de caja

Cuadro 1. Estado de resultados y flujo de caja

Rubro	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	1,229,760	1,389,629	1,570,281	1,774,417	2,005,091
Costos de ventas	430,416	486,370	549,598	621,046	701,782
Utilidad bruta	799,344	903,259	1,020,682	1,153,371	1,303,309
Gastos generales	194,880	204,624	214,855	225,598	236,878
Gastos administrativos	395,262	415,025	435,777	457,566	480,444

Gastos de ventas	61,800	64,890	68,135	71,541	75,118
Depreciación	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
Utilidad de operación	132,402	203,719	286,916	383,666	495,869
Gastos financieros	38,353	38,353	38,353	38,353	38,353
Utilidad antes de impuestos	94,048	165,366	248,563	345,313	457,516
Impuestos (30 %)	28,214	49,610	74,569	103,594	137,255
UTILIDAD NETA	68,833.82	115,756.14	173,993.81	241,719.07	320,719.17

Cuadro 2. Flujo de caja económico

Flujo de caja económico	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas		1,229,760	1,389,629	1,570,281	1,774,417	2,005,091
Costo de ventas		430,416	486,370	549,598	621,046	701,782
Utilidad bruta		799,344	903,259	1,020,682	1,153,371	1,303,309
Gastos generales		194,880	204,624	214,855	225,598	236,878
Gastos administrativos		395,262	415,025	435,777	457,566	480,444
Gastos ventas		61,800	64,890	68,135	71,541	75,118
Depreciación		15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
Utilidad operativa		132,402	203,719	286,916	383,666	495,869
(-) impuestos	30,0%	39,721	61,116	86,075	115,100	148,761
Utilidad neta		92,681	142,603	200,841	268,566	347,109
(+) Depreciación		15,000	15,000	15,000	15,000	15,000

Flujo de caja operativo		S/. 107,681.17	S/. 157,603.49	S/. 215,841.15	S/. 283,566.42	S/. 362,108.52
Inversión en activo fijo	(154,012)					
Inversión en capital de trabajo	(107,604)	(13,989)	(15,807)	(17,862)	(20,184)	
Flujo de caja de inversiones	(261,616)	-13,989	-15,807	-17,862	-20,184	
Flujo de caja económico	(261,616)	93,693	141,769	197,979	263,382	362,109

Cálculo de VAN y TIR

VAN financiero	591,495
TIR	54,39%
Tasa de descuento	6,24%

- ✓ Como el VAN es positivo entonces el negocio es rentable.
- ✓ La TIR (Tasa interna de retorno) es mayor que la tasa de descuento y nos ayuda a validar al VAN.
- ✓ Al tercer año se recuperará la inversión inicial.

4.2. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la presente tesis son bastante reveladores y proporcionan una visión detallada del panorama de la salud en Cajamarca, así como las percepciones y disposición de la población hacia un centro médico ambulatorio.

El alto porcentaje (92%) de encuestados que han utilizado los servicios públicos de salud en Cajamarca resalta la demanda existente de atención médica en la

región. Esto evidencia una necesidad insatisfecha o insuficientemente atendida por los servicios de salud actuales, lo que puede representar una oportunidad para un nuevo centro médico ambulatorio. La demanda principal se concentra en especialidades como medicina general, odontología, ginecología y pediatría. Estas áreas representan las necesidades médicas más recurrentes entre la población encuestada, lo que sugiere áreas clave a priorizar al establecer un centro médico ambulatorio.

La percepción mixta sobre la calidad de la capacitación de los profesionales de la salud pública (desde “muy mala” a “muy buena”) destaca una oportunidad para ofrecer un servicio que destaque por la excelencia en la capacitación y calidad de los profesionales de la salud en el nuevo centro ambulatorio. Si bien el 46% de los encuestados manifiesta interés en utilizar los servicios del nuevo centro, el 50% restante no lo haría. Este hallazgo señala la necesidad de comprender las razones detrás de esta reticencia y diseñar estrategias para abordarlas y mejorar la aceptación del nuevo servicio médico.

Los indicadores financieros como Valor Actual Neto (VAN) positivo y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 54,39% son alentadores. Indican que el proyecto del centro médico ambulatorio en Cajamarca es financieramente viable y prometedor desde una perspectiva de inversión.

En conjunto, estos resultados señalan una oportunidad clara para la creación de un centro médico ambulatorio que se enfoque en las especialidades médicas más demandadas, priorizando la capacitación y calidad de los profesionales de la salud. Además, los datos financieros respaldan la viabilidad del proyecto, aunque se necesitará un análisis más profundo para abordar las preocupaciones de aquellos que muestran reticencia hacia el nuevo servicio médico propuesto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El objetivo general de determinar el estudio de mercado para la toma de decisiones en la creación de un centro médico ambulatorio en Cajamarca, 2023, se ha cumplido de manera integral, proporcionando una base sólida para la implementación exitosa del proyecto.
- La investigación logró un análisis exhaustivo de la oferta y demanda de servicios médicos en Cajamarca. Los resultados de las encuestas revelaron las preferencias y necesidades de la población, destacando la demanda insatisfecha de servicios de salud. La identificación de las especialidades médicas más solicitadas proporciona una base sólida para la creación de un centro médico ambulatorio orientado a satisfacer las demandas específicas de la comunidad.
- El proceso de toma de decisiones respecto a la creación del centro médico ambulatorio se fundamentó en datos concretos recopilados a través de encuestas. Las edades y géneros de los encuestados, así como sus experiencias con los servicios de salud existentes, se utilizaron como criterios clave para diseñar estrategias comerciales efectivas. La información recabada permitió una toma de decisiones informada, considerando las particularidades del mercado local.
- El análisis financiero llevado a cabo para evaluar la viabilidad del proyecto proporciona resultados alentadores. Con un Valor Actual Neto (VAN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 54,39%, se confirma que la creación del centro médico ambulatorio en Cajamarca es una inversión financiera viable. La identificación de gastos financieros, ingresos proyectados y flujos de efectivo brinda una perspectiva clara sobre la sostenibilidad económica del proyecto.

RECOMENDACIONES

Para optimizar las condiciones del centro médico ambulatorio en Cajamarca, se sugieren las siguientes recomendaciones:

Adaptabilidad Estratégica: Mantener un monitoreo constante de las tendencias del mercado local y ajustar estrategias operativas y de marketing según sea necesario.

Innovación Continua en Servicios Médicos: Buscar constantemente oportunidades de mejora en la oferta de servicios, incorporando tecnologías médicas emergentes y especialidades demandadas.

Experiencia del Paciente como Prioridad: Enfocarse en proporcionar una experiencia del paciente excepcional, desde la atención médica hasta la comodidad de las instalaciones, con programas específicos para fomentar la lealtad.

Alianzas Estratégicas con Profesionales y Aseguradoras: Explorar asociaciones con profesionales médicos destacados y aseguradoras de salud para fortalecer la reputación del centro y ampliar el acceso a servicios médicos.

Actualización Continua de Políticas Internas: Revisar y actualizar regularmente las políticas internas, incluyendo visión, misión, objetivos estratégicos y valores, para asegurar que estén alineadas con las expectativas del personal y la comunidad.

Estas acciones están diseñadas para fortalecer la posición del centro médico ambulatorio, garantizando su relevancia en el mercado local y brindando una atención médica de calidad, mientras se enfoca en la satisfacción del paciente y la eficiencia operativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amofah, O. (2015). Mix De Marketing. *Biomass Chem Eng*, 49(23–6), 22–23.

Antunez Boyle, E. A., López Izaguirre, I. J., Mallea Miranda, K. C., Silva Osore, C. E., & Ugarrelli Denegri, R. G. (2021). *Diseño e implementacion de clínicas móviles para diagnóstico médico*.

Benassini, M. (2001). *Introducción a la investigación de mercados : un enfoque para América Latina*.

https://books.google.cl/books?hl=es&lr=&id=DGMwqFHd_2MC&oi=fnd&pg=PR9&dq=estudio+de+mercado+nsresh&ots=hN6mx9lfDE&sig=WC0UiEY0NJ9fKDrJ033aKdqTdSw#v=onepage&q=estudio de mercado nsresh&f=false

Castañeda Paucar, J. J. (2019). Evolución de las 4P's o Marketing Mix. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–19.

http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_

Feraud, F., Zevallos, S., & Chilán A, L. (2015). *Creacion de un centro ambulatorio de traumatologia y ortopedia*.

García Rios, R., González Sánchez, C., & Salinas Gómez, E. (2007). *Toma de decisiones empresariales: Un enfoque multicriterio multiexperto*.

Grimaldo Carbajal, L. W., Herrera Bocanegra, M. H., Ramos Bravo, A. H., & Yañez Herrera, J. M. (2019). *Plan de negocios para una empresa de servicios de salud movil con especialistas medicos en lima metropolitana*.

Hsu, L. C. (2018). Investigating effect of service encounter, value, and satisfaction on word of mouth: An outpatient service context. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(1).

<https://doi.org/10.3390/ijerph15010132>

INEI. (2018). Censos 2017: Departamento De Cajamarca. *Censo 2017*, 2.

Jurado Vargas, F. M. (2017). *Plan de negocios creación de un centro médico ambulatorio especializado en Canton Marcelino Maridueña*.

Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In *Pearson* (Vol 53, Number 9).

Kubicki, M. (2004). *El Marketing Mix. I*, 1–14.

Lindh, J. (2020). *SALUD POST PANDEMIA*.

Llanos Zavalaga, L. F., Contreras Rios, C. E., Velasquez Hurtado, J. E., & Peinado Rodriguez, J. (2004). Factores asociados a la demanda de salud en cinco provincias de Cajamarca. *Revista Medica Herediana*, 15(1), 11.
<https://doi.org/10.20453/rmh.v15i1.813>

Mendoza García, J., & Véliz Valencia, M. (2018). *Impacto que genera la investigacion de mercado en la toma de decisiones por la gerencia*. 9, 68–79.

Miyahira, J. (2015). Calidad en los servicios de salud ¿Es posible? *Revista Medica Herediana*, 12(3), 75. <https://doi.org/10.20453/rmh.v12i3.2386>

Paredes, C. (2020). Calidad de atención y satisfacción del usuario externo del centro de salud de zona rural peruana. *Recien*, 9(1), 1–15. <https://orcid.org/0000-0003-2398-0913>

Pavón, P., & Cogeascoecha, M. (2004). La importancia de la administración en la salud. *Revista médica de la universidad veracruzana*, 4(1), 13–16.

Peñaloza, M. (2005). *El Mix de Marketing : Una herramienta para servir al cliente*. 71–81.

- Quinto, B., Carolina, M., Guevara, C., Javier, A., Aline, L., & Northia, G. (2019). *Plan de negocio para la creación de un centro quirúrgico ambulatorio especializado en atención integral de la mujer*.
- Singh, M. (2012). Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40–45. <https://doi.org/10.9790/487x-0364045>
- Soledispa Rodriguez, X. E., Morán Chila, J. H., & Peña Ponce, Di. K. (2021). *La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones*. 7, 79–94.
- Summa, R. E. D. (n.d.). *Marketing-Mix*. 1–12.
- Tariq Khan, M. (2014). The Concept of “Marketing Mix” and its Elements (A Conceptual Review Paper). *International Journal of Information, Business and Management*, 6(2), 95–108.
<https://www.proquest.com/docview/1511120790?fromopenview=true&pq-origsite=gscholar>
- Valdiviezo Castro, D., & Ventura Mendoza, D. (2016). *Plan de negocios de la nueva Clínica Ambulatoria Carita Feliz*.
- Valenzuela Pérez, E. (2006). *Estudio de mercados*. 78.
http://biblioteca.itson.mx/dac_new/tesis/217_eduardo_valenzuela.pdf
- Vargas, A. (2017). *Investigación de mercados*.
- Vázquez Alamilla, M. Á., Flores Jiménez, I., Rivera, A. H., & Rodríguez Moreno, R. (2015). Investigación de Mercados. In *XIKUA Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan* (Vol 3, Number 6).
<https://doi.org/10.29057/xikua.v3i6.1314>
- Yelkur, R. (2008). *Customer Satisfaction and the Services Marketing Mix*. November 2014, 37–41. <https://doi.org/10.1300/J090v21n01>

ANEXOS

MATRÍZ DE CONSISTENCIA

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos de recolección de datos	Metodología	Población y muestra
¿Cómo contribuye el estudio de mercado para la toma de decisiones en la creación de un centro médico ambulatorio en Cajamarca, 2023?	<p>OG: Determinar el estudio de mercado para la toma de decisiones en la creación de un centro médico ambulatorio en Cajamarca, 2023</p> <p>OE: Identificar la oferta y la demanda de los servicios de un centro médico ambulatorio</p>	El estudio de mercado ayuda de una manera efectiva en la toma de decisiones para la creación de un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca, 2023.	<p>Estudio de mercado</p> <p>Decisión de inversión</p>	<p>Análisis de Demanda</p> <p>Análisis de Oferta</p> <p>Análisis financiero</p>	<p>Competidores</p> <p>Clientes Potenciales</p> <p>Cálculo de VAN, TIR y punto de equilibrio</p>	<p>- Encuestas - Documentos Públicos</p> <p>- Encuestas</p> <p>Hoja de cálculo de Excel</p>	<p>Tipo de Estudio: Aplicada.</p> <p>Nivel de Estudio: Correlacional – Descriptiva</p> <p>Diseño de Estudio: No experimental, de corte Transversal</p>	<p>Población: Constituida por los 348 433 habitantes de la provincia de Cajamarca, entre varones y mujeres</p> <p>Muestra: Se delimitó un muestro no probabilístico por conveniencia de 150 personas</p>

	<p>en la ciudad de Cajamarca, 2023.</p> <p>Determinar la toma de decisiones respecto a la creación de un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca, 2023.</p> <p>Determinar el análisis financiero para la creación de un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca, 2023.</p>							

ENCUESTA

Marque las alternativas correspondientes a cada pregunta con un aspa (x)

1. Género

Masculino Femenino

2. ¿Qué edad tienes?: _____

3. ¿Ha utilizado los servicios públicos de salud?

SI NO

4. ¿Cuál o cuáles especialistas visita con mayor frecuencia?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____

5. ¿Cómo califica la capacitación de los profesionales de salud en los sistemas de salud pública?

Muy mala	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cómo califica el servicio de salud público en relación a comodidad y tiempo de espera?

Muy mala	
Mala	
Regular	
Buena	
Muy buena	

- 7. ¿Acudiría a un centro médico ambulatorio en la ciudad de Cajamarca para ser atendido por especialistas de la salud de calidad, con buenas instalaciones si sus precios fueran accesibles?**

Si	
No	
No contesta	