

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



CENTRO DE BIOMAGNETISMO Y MASAJES ALLIN KAWSAY

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA

MARIA HILDA CALDERON QUIROGA

ASESOR

Dr. CARLOS ALBERTO LEÓN DE LA CRUZ

Chiclayo, 2016

Dedicatoria

A nuestros padres y hermanos por darnos su apoyo incondicional y sus vidas como ejemplo para formarnos y ser profesionales. A nuestros amigos cercanos quienes depositaron su confianza y por estar siempre a nuestro lado.

Agradecimientos

A Dios por habernos dado sabiduría, fortaleza, salud, coraje y no dejarnos solos en los momentos difíciles, y habernos permitido llegar a la meta.

A nuestro asesor Dr. Carlos León de la Cruz por su valioso apoyo, orientación, confianza y amistad.

Y a todas aquellas personas que de alguna manera contribuyeron a la realización de este trabajo de investigación

Resumen

El plan de negocios denominado Centro de Biomagnetismo y Masajes Allin Kawsay tuvo como objetivo analizar la factibilidad de la creación de un centro de terapia de biomagnetismo en la ciudad de Chiclayo, debido al creciente interés que este surgiendo por parte de la población mundial y nacional entorno a los tratamientos de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC); los cuales brindan mejores resultados en comparación a la medicina tradicional.

El método de estudio utilizado fue del tipo descriptivo no experimental para los procesos de negocios a diseñar y se aplicaron 380 entrevistas para el estudio de mercado respectivo. La principal conclusión obtenida a través de la investigación fue que el Valor Actual Neto (VAN) del modelo de negocio equivalente a un total de S/.77,298, y que su Tasa Interna de Retorno (TIR) equivale a un tasa de 41%; lo cual en comparación al costo de oportunidad del capital (13.50%) demuestra la factibilidad y el atractivo de poder instalar un centro de terapia de biomagnetismo en la ciudad de Chiclayo.

Palabras clave

Plan de negocios, Biomagnetismo, Medicina Alternativa y Complementaria.

Clasificaciones JEL: M10, M13, M31

Abstract

The business plan called Center Biomagnetism and Massage Allin Kawsay aimed to analyze the feasibility of creating a therapy center biomagnetismo in the city of Chiclayo, due to the growing interest that this emerging part of the world population and national environment to treatments Alternative and Complementary (MAC) Medicine; which provide better results compared to traditional medicine.

The study method used was of the non-experimental descriptive type for the business processes to be designed and 380 interviews were applied for the respective market study. The main conclusion obtained through the research was that the Net Present Value (NPV) business model equivalent to a total of S/.77,298, and its internal rate of return (IRR) is equivalent to a rate of 41%; which compared to the opportunity cost of capital (13.50%) demonstrates the feasibility and attractiveness to install a biomagnetism therapy center in the city of Chiclayo.

Keywords

Business plan, Biomagnetism, Alternative and Complementary Medicine.

JEL Classifications: M10, M13, M31

Índice

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Resumen	
Abstract	
I. Introducción	9
II. Marco teórico.....	11
2.1. Antecedentes del problema	11
2.2 Bases teórico científicas.....	18
III. Metodología.....	23
3.1 Tipo y nivel de investigación:	23
3.2. Diseño de investigación	23
3.3. Población, muestra y muestreo.....	24
3.4. Criterios de selección.....	26
3.5. Operacionalización de variables.....	26
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
3.7. Procedimientos.....	28
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos.....	28
3.9 Matriz de consistencias	29
3.10 Consideraciones éticas.....	30
IV. Resultados y discusión	31
V. Conclusiones.....	52
VI. Recomendaciones	54
VII. Lista de referencias	55
VIII. Anexos.....	57

Índice de tablas

Tabla N° 1 Distribución de los Locales de EsSalud que ofrecen el servicio de Medicina Complementaria en Perú.	14
Tabla N° 2 Operacionalización de variables	27
Tabla N° 3 Matriz de Consistencias	29
Tabla N° 4 Análisis DAFO del modelo de negocio.	31
Tabla N° 5 Objetivos de mercadotecnia.....	34
Tabla N° 6 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de administrador.	37
Tabla N° 7 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de asistente de compras .	38
Tabla N° 8 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de biomagnetista	38
Tabla N° 9 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de masajista.....	39
Tabla N° 10 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de ejecutivo de ventas ..	39
Tabla N° 11 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de recepcionista	40
Tabla N° 12 Descripción del proceso de venta.	41
Tabla N° 13 Descripción del proceso de terapia de biomagnetismo.....	41
Tabla N° 14 Estructura de financiamiento	43
Tabla N° 15 Flujo de caja financiero	44
Tabla N° 16 Variables en el tiempo	44
Tabla N° 17 Flujo de inversión	45
Tabla N° 18 Descripción de la inversión en enseres, herramientas y equipos.....	45
Tabla N° 19 Flujo de caja.....	46
Tabla N° 20 Descripción de los costos operativos	46
Tabla N° 21 Descripción de los gastos de ventas.....	47
Tabla N° 22 Descripción de los gastos administrativos.....	47
Tabla N° 23 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	48
Tabla N° 24 Estado de ganancias y pérdidas (EGP)	48
Tabla N° 25 Estado de flujo de efectivo (EFE).....	49
Tabla N° 26 Balance General (BG).....	49
Tabla N° 27 Punto de equilibrio.....	50
Tabla N° 28 Análisis de sensibilidad	50

Índice de figuras

Figura N° 1 Organigrama funcional “Centro de Biomagnetismo y Masajes Allin Kawsay” ..	36
Figura N° 2 Centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay”	42

I. Introducción

La presente investigación tuvo como objetivo satisfacer las necesidades primarias de salud de un segmento poblacional constituido por hombres y mujeres en edades entre 30 a 59 años, que poseen enfermedades tales como la diabetes, el cáncer, artritis, fibromialgia, esclerosis, lupus, alzheimer, túnel carpeano, rosácea, dolores lumbares, osteoporosis, influencias, sinusitis, disfunciones de los órganos, epilepsia, conjuntivitis, meningitis, cirrosis hepática, codo tenista, hepatitis, y otras enfermedades derivadas del estrés, y que debido al tipo de enfermedad compleja que poseen buscan diferentes terapias alternativas a la medicina convencional, a través de la Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) en un lugar cómodo, de calidad y confiable.

La Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), es el conjunto de prácticas de atención de salud que no están integradas al sistema de salud convencional; y que en comparación al sistema tradicional implican menos costos, riesgos y tienen un mejor efecto terapéutico para enfermedades complejas.

El Centro Nacional de Salud Intercultural (CENSI) (s.f.), sostiene que las terapias con mayor frecuencia de uso en la población peruana son la fitoterapia, la acupuntura, la terapia neural, la homeopatía, la trofoterapia, la auriculoterapia, la masoterapia, la meditación, el taichí, el yoga, la kinesiología, y la reflexología; sin embargo existen otras terapias adicionales como el biomagnetismo. (p.2)

El biomagnetismo consiste en una terapia física en base al uso de imanes neodimio, que tienen como objetivo eliminar virus, bacterias, hongos o parásitos y brindar bienestar a los individuos que padecen de enfermedades complejas de diversa índole, que no pueden ser tratadas mediante la medicina tradicional.

En el Perú actualmente existen centros de terapia de biomagnetismo, pero estos solo se encuentran ubicados en la ciudad de Lima; con lo cual se planteó la interrogante de poder determinar la factibilidad de aperturar un centro de terapia de biomagnetismo en la ciudad de Chiclayo, y esto debido a la gran inclinación que están demostrando las personas hacia el uso de las medicinas alternativas y complementarias en el país y en el mundo.

En vista de esto, el problema de investigación fue ¿Es factible el lanzamiento de un centro de Biomagnetismo Allin Kawsay en la ciudad de Chiclayo?.

En base a ese problema, el objetivo general fue determinar la factibilidad de la apertura de centro de terapia de biomagnetismo, teniendo como objetivos específicos: la elaboración del análisis interno del modelo de negocio y del análisis externo de la industria o sector, la descripción del comportamiento de la oferta y la demanda (mercado objetivo), la construcción de un plan de marketing para la promoción y posicionamiento del servicio, la elección de un modelo de estructura formal, la definición de los cargos laborales que componen la estructura organizativa, la determinación de los procesos que se desglosan de los cargos laborales y la determinación de la viabilidad económica y financiera.

De modo complementario, la idea de haber aperturado un centro de terapia de biomagnetismo tuvo como meta demostrar que los alumnos egresados de la escuela de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo poseen las competencias laborales necesarias para generar emprendimientos en rubros o sectores que no son necesariamente de su carrera profesional; sin embargo poder aperturar negocios en sectores nuevos requiere de preparación constante y ánimo para fijarse grandes objetivos, y así poder contribuir de forma directa en la generación de empleo y el crecimiento de nuestra economía nacional.

El desarrollo de la tesis, contempla en el capítulo II, el marco teórico donde se desarrolla los conceptos relacionados al plan de negocios a realizar, así como todos los procesos necesarios para el diseño del centro de Biomagnetismo, además se describen estos negocios y las bondades o características de una terapia basada en el biomagnetismo.

En el capítulo III, se explican los aspectos metodológicos del estudio, como la estimación de la muestra para el estudio de mercado, el diseño de investigación para determinar la factibilidad, entre otros aspectos necesarios para absolver la pregunta de investigación.

El capítulo IV detalla los hallazgos del estudio, analiza el mercado para terapias alternativas, determina la estructura organizacional del negocio y los respectivos costos, inversiones e ingresos, para llegar finalmente a la viabilidad o factibilidad respectiva.

La tesis termina con las conclusiones y recomendaciones, que plantean lanzar el centro de biomagnetismo, dado que es un negocio viable o factible.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes del problema

En principio señalaremos las condiciones del entorno, para la realización del trabajo de investigación, sobre la creación de un “Centro de Biomagnetismo y Masajes Allin Kawsay” se encontraron las siguientes condiciones:

- **Económicas:**

Espichan (2015) define:

La situación actual del Sistema Público de prestación de Servicios de Salud en nuestro país afronta importantes e históricos desafíos: *i) Pobre gasto en salud, por debajo del promedio regional latinoamericano (menos del 6% del Producto Bruto Interno), ii) A pesar del crecimiento de la población en situación de pobreza y pobreza extrema que ha sido incorporada en los últimos años al Seguro Integral de Salud (la cobertura se incrementó del 15% al 36% en menos de cinco años), casi un 30% de la población no cuenta con ningún tipo de aseguramiento en salud, lo que incrementa el llamado “gasto de bolsillo”: en el Perú son 360 mil las personas que enfrentan gastos de salud “catastróficos”, donde se pierde más del 40% del presupuesto familiar, situación que pone en grave riesgo a la vulnerable “nueva clase media peruana” (el 69% de los peruanos que perciben entre 4 y 50 dólares per cápita por día, es decir, “ni pobres-ni ricos”), iii) Existe una importante brecha en la cobertura por fragmentación y atomización de la oferta pública (Sistema Integral de Salud - SIS, Seguro Social del Perú - ESSALUD, Sistema Metropolitano de la Solidaridad - SISOL, Sanidad de las FFAA y PNP), iv) Alto déficit de infraestructura y equipamiento de servicios de alta especialización en las regiones del país, v) Aumento progresivo del déficit de profesionales de la salud, particularmente de especialistas por disminución de la oferta de plazas de segunda especialidad, aumento de la demanda, desmotivación y migración (interna y externa) en busca de mejores condiciones laborales y económicas; habiéndose estimado para el 2010 que la brecha de especialistas en el sector público a nivel nacional era de casi 12,000 médicos (sólo ESSALUD requiere más de 6,000 especialistas), vi) Baja calidad del servicio ofrecido, y vii) Alto gasto en medicamentos (el 60% del gasto en ESSALUD es solo para medicamentos).*

En la otra orilla del sector salud, en los últimos 12 años el gasto total del sector privado casi se ha triplicado, superando incluso al crecimiento porcentual del PBI que, en el mismo periodo, se había duplicado. La expansión del sector privado de salud en años recientes ha sido acelerada y muy por encima de otros sectores, con un ritmo de crecimiento del 10 a 15% anual. Este crecimiento se sustenta en dos oportunidades de demanda: *i) el crecimiento del empleo formal y del número consiguiente de afiliados a las EPS (Entidades Prestadoras de Salud), y ii) amplia demanda insatisfecha, con un*

75% de la población asegurada en el sistema público, menos del 5% afiliada a un seguro privado y casi un 30% sin ningún tipo de seguro. Apoyo Consultoría (2012) estima que “este mercado potencial asciende a más de 1 millón de familias peruanas”. (p.29). Por el lado de la oferta, el sector privado está muy activo.

CCL: El sector mueve US\$8.000 millones anuales en el país (2013) indica que “la Cámara de Comercio de Lima (CCL) ha reportado que el sector salud en el Perú mueve al año US\$8.000 millones y tiene un crecimiento del 12%”.

De Habich: Estado invertirá S/. 8.400 millones en 170 hospitales (2014) señala:

De otro lado, el sector privado proyecta inversiones millonarias hacia el 2016 debido a i) aumento continuo de su eficiencia operativa, y ii) mayor respaldo financiero de grandes grupos empresariales (nacionales y extranjeros). Finalmente, el Ministerio de Salud ha anunciado inversiones en infraestructura por S/. 8,400 millones hasta el 2016 cuyo financiamiento tendrá una fuente pública, pero también nuevas formas de inversión privada en el sector público: las Asociaciones Público-Privadas (APP) y Obras por Impuestos (OxI).

El uso de Medicina Alternativa Complementaria va en aumento alrededor del mundo. Se estima que el uso de la Medicina Alternativa Complementaria es del 49% en Francia y 70% en Canadá. En el Perú, un estudio realizado en un hospital de Lima indicó que aproximadamente el 70% de los pacientes la utilizó alguna vez y otro estudio en hospitales públicos de provincia, estimó que el 40,4% de los usuarios conocen alguna terapia de Medicina Alternativa Complementaria y el 33% la ha utilizado alguna vez.

De acuerdo a la estrategia de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre Medicina tradicional, es importante diseñar e implementar políticas que adecúen la oferta de estos servicios a las necesidades de la población. Para ello, se recomienda la incorporación de la Medicina Alternativa Complementaria a los sistemas de salud nacionales.

Esta incorporación ha sido llevada a cabo de manera satisfactoria en varios países, como Francia, Alemania, Estados Unidos, México, Brasil, Colombia, Argentina y Chile, mientras que en otros aún está en proceso o aún no ha comenzado. Esta demora puede

deberse a una escasa aceptación de la Medicina Alternativa Complementaria por parte de autoridades y profesionales de la salud, el desconocimiento de sus beneficios y problemas de coordinación entre las entidades pertinentes. En Perú, existe un Servicio de Medicina Complementaria implementado en EsSalud (SMCEsSalud), el cual aún no es muy conocido entre los profesionales de la salud ni entre el público en general, siendo el objetivo de la presente comunicación difundir su importancia, sus actividades y sus beneficios. El Servicio de Medicina Complementaria -EsSalud fue creado en 1998 y a la fecha cuenta con 55 locales distribuidos en tres niveles de atención, que ofrecen una gran variedad de terapias, como se detalla en la **tabla 1**.

Anualmente se atienden unos 50 000 asegurados en el SMC-EsSalud y desde su creación se han beneficiado más de 500 000 pacientes. Entre los logros de este servicio podemos mencionar: Un ahorro institucional de más de 25 millones de soles para la institución, tener presencia en las 29 redes asistenciales de EsSalud, una satisfacción del paciente del 92%, disminución del consumo de medicamentos convencionales en 19% y 22% de pacientes en los Centros de Atención de Medicina Complementaria y Unidad de Medicina Complementaria respectivamente, reducción del consumo de analgésicos en 80%, disminución del uso de broncodilatadores en 60%, y eliminación del consumo de ansiolíticos y antidepresivos.

El SMC-EsSalud aún es poco conocido y a veces visto con recelo por pacientes y médicos, por lo cual es necesario que este servicio se preocupe por difundir sus actividades y beneficios por diversos medios de comunicación. Además puede ofrecer rotaciones clínicas y talleres de capacitación en terapias de Medicina Alternativa Complementaria para estudiantes y profesionales de la salud. Finalmente, resulta necesario que otras entidades prestadoras de servicios de salud (como el Ministerio de Salud y el Sistema Metropolitano de la Solidaridad).

Tabla N° 1 Distribución de los Locales de EsSalud que ofrecen el servicio de Medicina Complementaria en Perú.

Nivel de Atención	Servicios	Terapias que se ofrecen	Distribución	Total e locales
Primer Nivel	Unidades de Medicina Complementaria (UMEC)	Trofoterapia	En todos los departamentos del Perú	25
		Fitoterapia		
		Auriculoterapia		
		Pisocinéticas		
		Meditación		
Segundo Nivel	Centros de Atención de Medicina Complementaria (CAMEC)	Acupuntura	En todos los departamentos del Perú	29
		Medicina Natural		
		Terapias Manuales		
		Medicina Energética		
		Medicina Cuerpo - Mente		
Tercer Nivel	Unidad de Cuidados Paleativos de Medicina Complementaria (UCPMEC)	Acupuntura	Hospital Edgardo Rebagliati Lima	1
		Masoterapia		
		Terapia floral		
		Fitoterapia		
		Actividad psicocinéticas (Yoga- Tai Chi)		

Fuente: Tomado de Carta Editor "El Servicio de la Medicina Complementaria de EsSalud, una alternativa en el sistema de salud peruano. Recuperado de www.scielo.org.pe/pdf/afm/v68n1/a12v68n1

- **Sociales**

El Perú es un país caracterizado por una importante diversidad étnica y cultural. Esta pluralidad se refleja en formas diversas en el campo de la salud, siendo una de ellas la forma diferenciada de entender la salud en el área rural y urbana o en las regiones de la costa, la sierra y la selva.

En cada ámbito geográfico, existen concepciones de salud que maneja la población de acuerdo a las costumbres del lugar o a su condición socio-económica. Esta situación produce muchas veces un desfase entre los servicios que ofrecen el Estado y las concepciones acerca de salud que maneja la población. Además, es conocido que algunas enfermedades inciden de manera diferenciada en los diferentes sectores sociales los cuales generan características diferenciadas de acuerdo al estrato social al cual se pertenece.

Incidencia de enfermedades o accidentes según características sociales o económicas (s.f.) define:

Cuando se quiere medir o conocer la situación de salud de una población, es indudable que la mortalidad es la variable principal; pero para un mejor entendimiento de la dinámica que está ocurriendo en esa población con respecto a su salud y que los lleva a ese nivel de mortalidad, es necesario conocer el comportamiento de una serie de variables intermedias que influyen en el resultado final. Es así, que las condiciones económicas de una familia determinarán sus posibilidades educativas, sus condiciones de vida especialmente en lo que se refiere a nutrición e higiene del entorno familiar, su percepción sobre salud, el uso de medidas preventivas o curativas de salud incluyendo el acceso a los servicios. Todo ello tendrá una gran influencia en el grado de riesgo a enfermar (morbilidad) de los miembros del hogar, y la severidad de éste, sobre todo en tres etapas de la vida: la infantil, la etapa reproductiva en la mujer y la económicamente activa, en especial en los varones, debido al riesgo de accidentes sean estos laborales o no.

- **Políticas**

Nuestra Constitución Política, promulgada el 29 de diciembre de 1993, dice que el Perú es una república democrática, social, independiente y soberana. El Estado es uno e indivisible. El Presidente Constitucional es Ollanta Humala Tazo hasta el año 2016. El Poder Ejecutivo está conformado por el Presidente de la República, dos Vicepresidentes y un Consejo de Ministros. El Poder Legislativo consta de un Congreso unicameral con 130 miembros. El Poder Judicial, conformado por la Corte Suprema de Justicia, las Cortes Superiores y los juzgados.

Una de las funciones esenciales del Gobierno es formular políticas, es decir, en el caso del sector Salud, dar las orientaciones claras para enfrentar los retos sanitarios y lograr las transformaciones. Necesitamos normas nacionales y normas regionales que se adecuen en el marco de las políticas nacionales. En eso la ley es muy clara, en el marco de las políticas nacionales se desarrollan las políticas regionales y toda la creatividad para que estas se ejecuten ampliamente.

Una de las tareas pendientes a resolver en el imaginario de las políticas de salud en el Perú es el reconocimiento de la diversidad cultural. La diversidad cultural, denominada también ciudadanía compleja o diferenciada (Fuller, 2004), infiere un derecho a la salud intercultural, entendida éste como un espacio de diálogo equilibrado y búsqueda de consenso entre las distintas tradiciones médicas de los pueblos. El derecho a la pertenencia así como el derecho a la diferencia son sus dos principios básicos, y no constituyen en sí derechos especiales dentro de la norma jurídica especial, sino que se insertan dentro de la norma jurídica general.

Esta normatividad jurídica debería inspirar la gestión de las políticas públicas de salud de modo explícito, garantizando en ello el consenso entre los pueblos y comunidades a partir del compromiso de parte del estado frente a estos dos tipos de derechos y su puesta en práctica (OMS 1999, 1978b). Este consenso sólo podría ser el resultado de acuerdos interculturales, basados en un diálogo sostenido y vinculado a tareas principales del estado y la nación en su conjunto para el otorgamiento de herramientas jurídicas y marcos de trabajo institucionales que las viabilicen. Escobar (2003) afirma que “lo que se requiere en materia de diálogo intercultural en salud es conferir marcos semánticos específicos a estos derechos, a fin de incluir la “diferencia” y replantear en ello la noción de “pertenencia”, tarea que asumen en parte los estudios sobre conocimientos sub alternados”. (pp.51-86). Esta necesidad se observa de manera fehaciente en los intentos por incluir la medicina tradicional como una práctica dentro de la atención médica en los centros de salud que administra el estado, cuyo sistema se caracteriza por el predominio del modelo biomédico en la atención.

En el tema de la medicina tradicional, el Perú tiene la Ley de Salud N° 26842 del año 1997, que en su título preliminar, artículo 17, señala: “La promoción de la medicina tradicional es de interés y atención preferente del Estado”. Dentro del derecho peruano existe además el reconocimiento legal para la práctica de los “conocimientos indígenas” vinculados a la salud. Estos están reconocidos en la constitución política del Perú y en convenios y tratados internacionales suscritos por el estado peruano. Zulaga (2009) señala:

Si los conocimientos tradicionales tienen ya un reconocimiento jurídico internacional, aún está lejos su reconocimiento en el ámbito de la ciencia occidental y de la academia.

Se trata de aceptar o rechazar el origen del conocimiento, el método o los resultados. En el caso específico de la discusión de propiedad intelectual, corresponde a las medicinas tradicionales un capítulo importante, son ellas las que han generado la mayor cantidad de conocimiento en torno a las propiedades medicinales de los recursos naturales, con especial énfasis en las plantas medicinales. (pp. 255 272).

- **Tecnológicas**

¿Qué retos tiene la ciencia para el 2015? (2015) menciona que:

El 2015 se abre para la ciencia peruana con un buen estímulo. Concytec acaba de reconocer al Centro de Investigaciones Tecnológicas, Biomédicas y Medioambientales, promovido por la Universidad Mayor de San Marcos, como el “Primer Centro de Excelencia del Perú”. Ahora, sus investigadores tendrán la misión de buscar métodos de detección de enfermedades que afectan a poblaciones vulnerables y crear tecnologías para cuidar el medio ambiente con los S/.67 millones que recibirán para los próximos cinco años gracias a esta calificación (S/. 16,7 millones serán aportados por el Poder Ejecutivo). Según el científico Modesto Montoya, la creación de este centro de excelencia es un buen avance. Sin embargo, esto no resuelve los grandes retos que tiene nuestra ciencia para este año. “Existen dos formas de ver los retos. El lado más científico y el lado político”, indica. Sobre el primer enfoque, Montoya refiere que en el país “no hay una masa crítica” de científicos y por eso cree que los centros de excelencia “no van a funcionar”. Frente a este panorama, el papel de los políticos es fundamental, refiere. Por ello, pidió a las autoridades crear condiciones laborales buenas para que los científicos emigren. “Esto pasa por abrir una línea de carrera científica con sueldos competitivos”. Además, pese a los esfuerzos de Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - Concytec por repatriar a científicos a través de becas, los incentivos económicos no resultan lo suficientemente atractivos para regresar. Montoya sostiene también que la creación de un Ministerio de Ciencia y Tecnología mejoraría la situación. “Es algo pendiente”, indica y recuerda que en el 2013, el presidente Ollanta Humala se mostró interesado en el tema.

2.2 Bases teórico científicas

En materia del negocio de biomagnetismo como tratamiento alternativo, este tratamiento se enmarca dentro de los cambios tecnológicos sobre la salud para este 2015 tenemos:

- Inmunoterapias para el cáncer.
- Las pruebas para emplear el propio sistema inmunológico para atacar tumores malignos en el cuerpo ha mostrados bueno resultados. Lo interesante es que ya se están realizando evaluaciones en que se combina este tratamiento con otras terapias, como: quimioterapia, radiación y otros medicamentos.
- Las docenas de ensayos clínicos en las que se emplea estos tratamientos combinados ya están en marcha, especialmente en el melanoma y el cáncer de pulmón. Esperemos tener conclusiones positivas para el próximo año.

- **Competencia**

La principal competencia de la medicina alternativa en este caso de las terapias a base de Biomagnetismo es la medicina tradicional. La Organización Mundial de la Salud (OMS) (2002) define que:

La Medicina Tradicional como prácticas, enfoques, conocimientos y creencias sanitarias diversas que incorporan medicinas basadas en plantas, animales y/o minerales, terapias espirituales, técnicas manuales y ejercicios aplicados de forma individual o en combinación para mantener el bienestar, además de tratar, diagnosticar y prevenir las enfermedades. Complementariamente, se debe considerar que son sistemas tradicionales de salud, que incorporan elementos del ritual y de la cosmovisión, los cuales actúan en forma integral, asumiendo diversas dimensiones de la vida en el continuo proceso de curar y/o sanar.

Al abordar la definición conceptual de la Medicina Tradicional es necesario considerar dos premisas: Primero.- La consideración del término “medicina” es un concepto que desde ya delimita a los conocimientos tradicionales en salud a una comparación tan igual y bajo los estándares y normas definido desde “medicina occidental o académica”. Segundo.- Los conocimientos tradicionales en salud no solo son medicinas,

constituyen “sistemas de salud tradicionales” más amplios, esto debido a las diversas dimensiones que incorpora su abordaje. Es decir, constituye un sistema integral de acciones, que incorpora otras formas de relaciones en sus procedimientos de curación y/o sanación; tales como elementos del ritual, la cosmovisión y la interrelación de terapias.

La población indígena ha desarrollado durante siglos conocimientos y prácticas basadas en su experiencia; esta apreciación, al haberse denominado “medicina tradicional” por la OMS y OPS, ha devenido también en una serie de presiones para “formalizar” los saberes de curar o sanar tradicionalmente. Esa “pureza” del sistema tradicional pierde su esencia cuando se le quiere medir como “medicina”, ya que de esta manera deberá responder a todos los procesos científicos establecidos por la academia. En todo caso, a través de una mirada común debe abrirse las posibilidades de considerar un abordaje flexible que incorpore ambos enfoques.

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) (s.f.) indica que:

La medicina es la ciencia y arte de curar la enfermedad; para lo cual utilizan técnicas y tratamientos estandarizados, recurriendo a medicamentos científicamente probados; mientras que el sistema tradicional, para curar y sanar un enfermo, utiliza tratamientos personalizados no convencionales que ayudan al organismo enfermo a curarse para conservar la salud.

La Medicina Tradicional, o nuestro sistema de salud tradicional, cuenta con diversos componentes, tales como: los síndromes culturales, los ritos y su cosmovisión, los agentes de medicina tradicional, los recursos curativos (plantas, minerales, animales) y las terapias. Todas estas áreas existen y se desarrollan en forma interrelacionada. Las plantas medicinales son uno de los recursos importantes de los sistemas de salud tradicionales, y su uso debe entenderse en un marco de respeto cultural y de aporte social a la salud.

Por otro lado se determina que existen dos tipos de competencias directas:

- Lugares establecidos en donde se realicen terapias, que por lo general son todos parecidos y con precios muy similares. Los valores promedios de las terapias en

estos centros es mencionado anteriormente. En relación al nivel de atención de estos centros se debe mencionar que su gran éxito en algunos casos se debe a los terapeutas que tienen y a como estos van ganando la confianza de los clientes, lo que es uno de los puntos que debe ser atacado por el proyecto, ya que se busca dentro de los objetivos del proyecto obtener esta fidelización con los clientes. Aun así existen problemas de atención en cuanto a disponibilidad en varios de ellos.

- Personas que realicen terapias por su propia cuenta en consultas propias o en sus mismos hogares, quienes por lo general solo obtienen clientes por el boca en boca. Estos atienden a un número pequeño de clientes por día, por un tema de capacidad y muchas veces de tiempo.

En relación a la competencia solo en centros de Yoga, existe una gran oferta en este tipo de terapias, al ser la terapia más conocida y practicada, la demanda por esta disciplina crece también rápidamente, ya que con el Yoga es como muchas personas se inician en lo que son otras terapias alternativas.

- **Proveedores:**

- ✓ Biomagnetismo Chiclayo.
- ✓ Centro de Terapias de Avanzada

- **Clientes**

Dirigido a pacientes que tengan enfermedades tales como: como la diabetes, el cáncer, la artritis, la fibromialgia, la esclerosis, el lupus, el Alzheimer y el glaucoma, stress, tunel carpeano, rosácea, dolores lumbares, osteoporosis, influencias, sinusitis, disfunciones de los órganos, epilepsia, conjuntivitis, meningitis, cirrosis hepática, codo tenista, hepatitis , entre otras. Con el biomagnetismo, un gran porcentaje de pacientes experimenta rápidas y notables mejorías que no ocurren comúnmente con otros tratamientos. Individuos que buscan diferentes terapias alternativas en un lugar cómodo, de calidad y confiable. Como otros clientes se tendría a individuos que quieren conocer lo que son las terapias alternativas.

Términos básicos:

1. **Acupuntura:** Es una técnica que forma parte de la medicina tradicional china. Consiste en la inserción y la manipulación de agujas en el cuerpo con el objetivo de restaurar la salud y el bienestar en el paciente.
2. **Auriculoterapia:** Se presenta como una rama de la acupuntura por ser practicada por medio de las agujas chinas. Su origen es incierto, pero sin duda se sabe que proviene de oriente.
3. **Biomagnetismo:** Es un sistema de diagnóstico terapéutico medicinal, que estudia, detecta, clasifica y corrige las alteraciones del PH, mediante el uso de imanes, y de esta manera se estabiliza, porque elimina todo virus, bacteria, hongo o parásito, causando una mejoría extraordinaria y dando la energía que nuestro cuerpo requiere. Esta técnica terapéutica también actúa sobre las emociones.
4. **Fisioterapia:** Es una disciplina de la salud que ofrece una alternativa terapéutica no farmacológica, para paliar síntomas de múltiples dolencias, tanto agudas como crónicas, por medio del ejercicio terapéutico, calor, frío, luz, agua, masaje y electricidad.
5. **Imán:** Es un cuerpo o dispositivo con un magnetismo significativo, de forma que atrae a otros imanes o metales, ferromagnéticos (por ejemplo, hierro, cobalto, níquel y aleaciones de estos), pudiendo ser este natural o artificial.
6. **Masoterapia:** Es el uso distintas técnicas de masaje con fines terapéuticos, esto es, para el tratamiento de enfermedades y lesiones: en este caso, es una técnica integrada dentro de la fisioterapia.
7. **Medicina alternativa:** Es toda práctica que afirma tener los efectos sanadores de la medicina pero que no está apoyada por evidencia obtenida mediante el método científico, por lo que su efectividad no ha sido probada más allá del efecto placebo.

- 8. Medicina tradicional:** La suma total de conocimientos, habilidades y prácticas basados en teorías, creencias y experiencias oriundos de las diferentes culturas, sean o no explicables, y usados en el mantenimiento de la salud, así como en la prevención, diagnosis o tratamiento de las enfermedades físicas o mentales.
- 9. Mercado:** Es un conjunto de personas, individuales u organizadas, que necesitan un producto o servicio determinado, que desean o pueden desear comprar y, sobre todo, que tienen capacidad (económica y legal) para hacerlo.
- 10. Nicho de mercado:** Segmento de mercado en el que la empresa puede obtener beneficio porque tiene el tamaño adecuado para no atraer a nuevos competidores.
- 11. Paciente:** Es aquella persona que sufre de dolor o malestar físico, el cual es derivado de enfermedades hereditarias o lesiones físicas graves o leves.
- 12. Segmentación:** Técnica empleada para establecer una división y clasificación del mercado en función de un conjunto de variables independientes de naturaleza cualitativa o cuantitativa. La segmentación se realiza mediante la división de la población en grupos homogéneos formados a partir de variables geográficas, demográficas, psicológicas, etc.
- 13. Sistema nervioso central:** Es una estructura biológica que sólo se encuentra en individuos del reino animal. El sistema nervioso central está constituido por el encéfalo y la médula espinal.
- 14. Terapeuta:** Es aquella persona con habilidades especiales obtenidas a través de la formación y de la experiencia, en una o más áreas de la asistencia sanitaria que en su labor, ofrece apoyo.
- 15. Terapia:** Es el procedimiento asociado a la rama de la medicina, el cual está enfocado a tratar diversas enfermedades y/o dolencias del individuo.

III. Metodología

Los materiales y métodos utilizados en la presente investigación se detallan a continuación:

3.1 Tipo y nivel de investigación:

- Enfoque: Mixto, para la parte cualitativa se realizaron entrevistas diversas con especialistas para el diseño de un negocio de medicina alternativa y la parte cuantitativa, tiene que ver con la realización de encuestas para determinar el mercado objetivo, además de los resultados financieros del negocio.
- Tipo: Es aplicada, puesto que usamos los diversos conceptos sobre factibilidad y estudios de mercado para aplicar en este trabajo.
- Niveles: El estudio es descriptivo, puesto que analizamos el mercado existente y describimos todo lo necesario sobre el negocio.

3.2. Diseño de investigación

Antes de llevar a cabo la selección del método de estudio, se tuvo que estudiar y analizar los diferentes tipos de investigación para así saber cuál era el correcto para el desarrollo de este proyecto.

Para esta investigación se ha seleccionado el estudio no experimental. Este tipo de estudio se centra en analizar cuáles el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo.

Para este tipo de investigación el diseño apropiado es el transversal o transeccional, son los que recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. Por ejemplo, investigar el número de empleados, desempleados y subempleados en una ciudad en cierto momento. O bien, determinar el nivel de escolaridad de los trabajadores de un sindicato en un punto en el tiempo. O tal vez, analizar la relación entre la autoestima y el temor de logro en un grupo de atletas de pista (en determinado momento). O bien, analizar si hay diferencias en contenido de sexo entre tres telenovelas que están exhibiéndose simultáneamente.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2007). Estimo que la población del departamento de Lambayeque equivale a 1,1 millones de habitantes, situándose en el área urbana el 79,5% de su población total y en el área rural, el 20,5%.

Referente a la distribución de la población por provincias al año 2007, se observa que la provincia más poblada del departamento es Chiclayo, la cual representa el 68.06% del total de la población regional, seguida por Lambayeque con 23.3% y Ferreñafe con 8.64%.

La Provincia de Chiclayo tiene un mayor porcentaje de población urbana (93.5%) con 757,452 habitantes, seguida por Ferreñafe (53.7%) con 96,142 habitantes, y Lambayeque con 259,274 habitantes, donde el 51.60% de su población vive en el área rural.

El departamento de Lambayeque tiene una población estimada de 1.112.868 de habitantes, de los cuales son varones 541.944 y mujeres 570.924. Su densidad poblacional es de 80,1 hbt/km² y su tasa de crecimiento anual es de 0.9 %.[Para determinar el estudio de factibilidad de instalar un Centro de Terapias de Biomagnetismo se deberá extraer una muestra en base a estos datos.

Muestra

La muestra se toma mediante un procedimiento aleatorio a partir del marco de la muestra, se elige mediante la sección de un punto de inicio aleatorio y después la elección de cada enésimo elemento en sucesión a partir del marco de la muestra.

En el presente trabajo se aplicó la siguiente fórmula para la muestra:

Estimamos que el error absoluto (e) que el investigador está dispuesto a cometer en la estimación es de +/- 5% y que la probabilidad con que el investigador desea que este error no se supere, es del 95.5% por lo que K deberá ser igual a 2. La probabilidad (P)

de que un individuo sea asiduo a este tipo de servicio y su complementaria (Q) de que no lo sea, por lo que nos atendremos al caso más desfavorable $P=Q= 50\%$ N: población de atenciones a personas de ambos sexos posible desde 30 años hasta 59 años fue de 95,366 atendidos en el departamento de Lambayeque según las estadísticas del MINSA. En específico se tomara a la población urbana del departamento de Lambayeque (79.5%) que pertenece a los segmentos socio económicos A,B y C.

La distribución de hogares según nivel socio económico NSE en el departamento de Lambayeque a nivel urbano, corresponde el 12,9% para el nivel socio económico A y B, el 28.8% para el nivel socio económico C, el 35,5% para el nivel socio económico D y el 22,8% para el nivel socio económico E. (Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM), 2015)

La población urbana del departamento de Lambayeque que pertenece a los segmentos socio económicos A,B y C, con una edad posible entre los 30 hasta 59 años, que fue atendida a través de los servicios del Ministerio de salud, equivale a un total de 31,615 pacientes.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

$$Z= 1.96$$

$$P = q= 0.5$$

$$E= 0.05$$

$$N= 31,615$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 31,615}{0.05^2 * (31,615-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 379.56 \approx 380 \text{ casos}$$

Muestreo

En este caso se aplicará un muestreo probabilístico, sistemático y aleatorio. El muestreo aleatorio simple (SRS), es una técnica de muestreo probabilística en la que cada elemento de la población tiene probabilidad de selección idéntica y conocida; y donde cada elemento se elige en forma independiente de los demás.

3.4. Criterios de selección

Se eligen a las personas del nivel socio económico A,B y C, con edades entre los 30 hasta 59 años y que fueron atendidos a través del Ministerio de salud, la encuesta discriminará estos pacientes en las preguntas respectivas, sobre su salud y si fue atendido recientemente en estas entidades.

3.5. Operacionalización de variables

Variable Independiente

Demanda de mercado: “La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca, 2001, p.14).

Análisis técnico operativo: Es el estudio que tiene como objetivo verificar la posibilidad de la fabricación del producto y/o servicio que se pretende, y el de analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones, y la organización requeridos para realizar la producción.

Análisis financiero: “Es el estudio cuya misión es la de aportar datos que permitan conocer la situación actual de la empresa y pronosticar su futuro, lo cual resulta de gran interés para gran parte de la sociedad actual” (Gil, 2004, p.10).

Variable Dependiente

Factibilidad: Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

La tabla siguiente muestra las variables respectivas:

Tabla N° 2 Operacionalización de variables

Variables	Dimensión	Indicador	Datos
V.I. Análisis operacional, de mercado y financiero.	Demanda de mercado	% de población objetivo % de población insatisfecha % de demanda efectiva	Encuestas al consumidor potencial y entrevistas a especialistas
	Análisis técnico operativo	Estructura organizacional Nro de trabajadores requeridos Diseño de planta	
	Análisis financiero	Ingresos Inversiones Costos	
V.D. Factibilidad.	Disponibilidad de recursos necesarios para llevar adelante la propuesta de negocio.	Rentabilidad (TIR) mayor al costo de capital o VAN mayor que cero.	Información financiera del mercado

Fuente: Tesista.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos son principalmente tres, primero la investigación documental respecto a terapias alternativas y sus posibilidades en el mundo actual.

Luego las entrevistas a especialistas en medicina alternativa y también las encuestas al público potencialmente demandante de estas terapias.

El análisis de los datos se realizara una vez entregados los mismos y en los cuales se tratará de una interpretación de acuerdo a los objetivos establecidos.

Las variables incluidas en la encuesta tienen que ver con el estudio de mercado de medicina alternativa, la capacidad de pago de los potenciales clientes, los servicios añadidos necesarios, principales enfermedades a tratar entre otros.

Las entrevistas realizadas tienen que ver con el uso actual de medicinas alternativas, las creencias de las personas sobre ello, las ventajas de estas terapias, entre otros.

3.7. Procedimientos

La recolección de los datos se hará por medio de entrevistas realizadas en enero de 2016, a especialistas en medicina alternativa, una entrevista a un quiropráctico en Chiclayo, otra entrevista a un especialista en biomagnetismo en la ciudad de Lima y otra entrevista a un especialista en masaje en Chiclayo.

Además se tuvo la aplicación de una encuesta, realizada durante los meses de enero a abril de 2016, esta encuesta fue realizada a pacientes derivados de los médicos en instalaciones de los hospitales del Minsa o en hogares, donde los pacientes señalaron su conformidad para entrevistas.

Con estos datos se recogerá el diagnóstico y variables clave, para la ejecución de la investigación.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Los métodos para análisis de datos que se harán uso en el desarrollo de la presente investigación serán:

- El método inductivo deductivo, de donde partiremos de lo particular a lo general.
- El método histórico lógico, el cual nos servirá para recolectar a información sobre nuestro tema de estudio.

La estadística que se usó, es la estadística descriptiva; con la cual se analizan los estadígrafos de tendencia central como la media, mediana, moda y desviación estándar. Así mismo se hizo uso de los gráficos estadísticos y tablas para mostrar la información de los instrumentos aplicados en el desarrollo de la investigación. Para todo lo mencionado se hace uso de un paquete estadístico denominado IBM SPSS Statistics.

3.10 Consideraciones éticas

En este estudio todas las encuestas realizadas fueron anónimas, los pacientes fueron aleatoriamente seleccionados en los hospitales del Minsa con tratamiento ambulatorio, sin recurrir a datos personales, de modo que el estudio no tiene estos problemas debido a que todos los datos son confidenciales.

IV. Resultados y discusión

En este apartado se presenta el plan de negocio propiamente dicho, es decir se exponen los resultados y se discuten los mismos, en cuanto a los siguientes componentes:

4.1. Viabilidad estratégica

La estrategia empresarial está inmersa en una multiplicidad de componentes y factores internos y externos, muchos de los cuales están fuera del control y previsión de una empresa. Para determinar la viabilidad estratégica del presente plan de negocios, se requiere en primer lugar elaborar el análisis organizacional y el análisis ambiental; los cuales ya se encuentran detallados en el marco teórico (condiciones del entorno) del presente informe.

Cabe indicar que la descripción de los factores internos del modelo de negocio, nos ayudara a definir sus fortalezas y debilidades operacionales, y la descripción de los factores externos del modelo de negocio, nos ayudara a definir sus oportunidades y amenazas específicas. Luego de haber elaborado la descripción de los factores internos y externos, procedemos a la elaboración del análisis DAFO del modelo de negocio:

Tabla N° 4 Análisis DAFO del modelo de negocio.

Fortalezas (Interno)	Oportunidades (Externo)
F1: La terapia de biomagnetismo, es un servicio terapéutico personalizado basado en el bienestar y mejora continua del paciente.	O1: Creación de alianzas estratégicas con médicos y enfermeras del departamento de Lambayeque que dispongan de consultorios médicos privados, y que deseen complementar su gama de tratamientos disponibles.
F2: La terapia de biomagnetismo, es un servicio terapéutico que implica menos costos para el paciente, en comparación a los costos derivados de la medicina tradicional.	O2: Creación de alianzas estratégicas con otros centros de medicina alternativa y complementaria del departamento de Lambayeque, que deseen complementar su gama de tratamientos disponibles.
F3: La terapia de biomagnetismo, es un servicio terapéutico que puede ser aplicado en las instalaciones de la empresa, y dependiendo del caso puede aplicarse en el domicilio de los pacientes.	O3: Creación de alianzas estratégicas con centros de medicina tradicional públicos o privados del departamento de Lambayeque (clínicas u hospitales, que deseen complementar su gama de tratamientos disponibles.
Debilidades (Interno)	Amenazas (Externo)
D1: La terapia de biomagnetismo, es un servicio terapéutico no muy conocido o difundido entre la población del departamento de Lambayeque, y en general no se posee información referente a la medicina alternativa y complementaria.	A1: Las condiciones externas del mercado internacional pueden afectar el crecimiento estimado de la economía peruana durante el año 2016, lo cual influiría negativamente en el nivel de ingreso familiar, y por consiguiente es probable que las familias dispongan de mayor aversión para hacer uso de servicios médicos novedosos.
D2: La terapia de biomagnetismo, es un servicio terapéutico que requiere de la realización de cursos especializados que son brindados en instituciones extranjeras.	A2: La tendencia al uso de la medicina alternativa y complementaria, puede conllevar a la apertura de nuevos establecimientos competidores, lo cual disminuirá el nivel de ingresos proyectados por el negocio.
D2: La terapia de biomagnetismo requiere del cumplimiento del reglamento de establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo "Decreto Supremo N°013-2006-SA".	A3: La terapia de biomagnetismo, y en general las terapias que provienen de la medicina alternativa y complementaria, no son un técnica muy difundida en los institutos y universidad del país, y por lo tanto la oferta de profesionales instruidos en esta materia es limitada.

Fuente: Elaboración propia.

A partir de la definición de las oportunidades y amenazas del modelo de negocio, procedemos a la formulación de alternativas de estrategias para el ambiente externo. Es muy importante poder señalar que la formulación de estrategias basadas en ambiente externo se clasifica en “ajuste o negociación”, “coaptación” y “coalición”.

Se ha considerado conveniente que en base a las oportunidades y amenazas que forman parte del modelo de negocio, elegir el enfoque de estrategias de “coalición”, debido a que este tipo de estrategias busca la asociación de 2 o más empresas con el fin de alcanzar un bien común; es decir que aquellas empresas de salud públicas o privadas, doctores o enfermeras que ejerzan su profesión de forma independiente y otros centros de terapia médica alternativa y complementaria, que deseen complementar su gama de servicios y dar un mejor trato a sus pacientes, pueden crear alianzas estratégicas con nuestra empresa y alcanzar sus objetivos propuestos.

Con respecto a la definición de las fortalezas y debilidades del modelo de negocio, se ha considerado conveniente en primer lugar formular una misión y visión empresarial que pueda aprovechar sus atributos positivos y combatir sus atributos negativos.

Misión Centro de Biomagnetismo y Masajes Allin Kawsay:

Dar a conocer los beneficios de la terapia médica de biomagnetismo y de las terapias de medicina alternativa y complementaria en general en la población joven adulta del departamento de Lambayeque; y contribuir con la salud y el bienestar de la población en general.

Visión Centro de Biomagnetismo y Masajes Allin Kawsay:

Ser uno de los centros de terapia de medicina alternativa y complementaria más reconocidos en el departamento de Lambayeque, por la calidad y flexibilidad de sus servicios, precio justo y vocación de servicio al paciente.

Posteriormente de haber definido la misión y visión empresarial, procedemos a la formulación de alternativas de estrategias para el ambiente interno; las cuales se basarán en el enfoque de estrategias competitivas.

Es muy importante poder señalar que las estrategias competitivas se clasifican en “estrategia defensiva”, “estrategia ofensiva”, “estrategia analítica”, y “estrategia reactiva”.

Se ha considerado conveniente que en base a las fortalezas y debilidades que forman parte del modelo de negocio, elegir el enfoque de estrategia competitiva defensiva. El enfoque de estrategia competitiva defensiva a nivel institucional se enfoca en poder mantener el dominio de un producto/dominio de sus competidores; a nivel intermedio se enfoca en la estructuración de actividades y el establecimiento de normas y procesos; y a nivel operativo se enfoca en la producción de bienes y servicios de la manera más eficiente, mediante el uso de la tecnología actual.

4.2. Viabilidad de mercado

El segmento de mercado está constituido por hombres y mujeres en edades entre 30 a 59 años, que poseen enfermedades tales como la diabetes, el cáncer, artritis, fibromialgia, esclerosis, lupus, alzheimer, túnel carpeano, rosácea, dolores lumbares, osteoporosis, influencias, sinusitis, disfunciones de los órganos, epilepsia, conjuntivitis, meningitis, cirrosis hepática, codo tenista, hepatitis, y otras enfermedades derivadas del estrés, y que debido al tipo de enfermedad compleja que poseen buscan diferentes terapias alternativas a la medicina convencional, a través de la Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) en un lugar cómodo, de calidad y confiable.

Tomando como referencia que la población urbana del departamento de Lambayeque que pertenece a los segmentos socio económicos A,B y C, con una edad posible entre los 30 hasta 59 años, que fue atendida a través de los servicios del Ministerio de salud, equivale a un total de 31,615 pacientes, y que el INEI (2007) estima que “el hogar peruano está constituida por 4 o 5 personas”; podemos establecer que cada paciente atendido a través del Ministerio de Salud pertenece a 1 hogar, y por lo tanto podemos definir que nuestro mercado objetivo está compuesto por 6.323 hogares.

Adicionalmente, podemos utilizar como índice de aceptación la pregunta N°01 de la encuesta (**Ver Anexo 01**), la cual hace referencia sobre la disposición que presentan las personas a utilizar los servicios de terapia de biomagnetismo (con el fin de determinar la demanda real de nuestro mercado objetivo); el cual tuvo un valor del 97.7%, y por lo tanto podemos determinar que nuestro mercado objetivo real en el departamento de Lambayeque, está compuesto por un total de 6,178 hogares.

Posteriormente a haber definido nuestro mercado objetivo real, podemos elaborar nuestro plan de mercadotecnia; y especialmente podemos plantear en primer lugar nuestros objetivos de mercadotecnia:

Tabla N° 5 Objetivos de mercadotecnia.

OBJETIVO	CONCEPTO	1AÑO	2AÑO	3AÑO	4AÑO	5 AÑO
Mercado inicial	Conjunto de personas que comparten una necesidad fisiológica en común	6,178	6,258	6,340	6,422	6,506
Participación en el mercado	% estimado de pacientes atendidos anualmente	34%	36%	38%	40%	42%
Mercado meta	Número estimado de pacientes atendidos anualmente	2,101	2,253	2,409	2,569	2,732

Fuente: Elaboración propia.

Durante el primer año de funcionamiento del establecimiento se planea atender un total de 2,101 pacientes; este número de pacientes atendidos se incrementará gradualmente en 2% hasta un total de 2,732 pacientes durante el quinto año. La proyección del crecimiento anual de nuestro mercado inicial, está basado en la tasa media anual de crecimiento de la población del departamento de Lambayeque. El INEI (s.f.) estima que durante el periodo de 1993 – 2007, la tasa media anual de crecimiento de la población del departamento de Lambayeque fue de 1.3%

Mediante el uso del marketing mix, procedemos a describir las cuatro dimensiones básicas del modelo de negocio, que nos permitan alcanzar los objetivos de mercadotecnia planteados:

Producto:

El servicio de terapia de biomagnetismo, basándose en el modelo de la jerarquía de necesidades de Abraham Maslow (necesidades fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización), está enfocado en satisfacer las necesidades fisiológicas o de supervivencia; específicamente ligadas a la salud del individuo y su grupo familiar.

Precio:

Mediante la aplicación de la encuesta (Pregunta N°02), se obtuvo como resultado que el 72%.1 de la población de la muestra estaría dispuesta a pagar un rango de precio entre los 40 a 80 soles por el servicio de terapia de biomagnetismo. Se ha considerado conveniente establecer que el precio del servicio tenga un valor de 80 soles; este valor está orientado a facilitar el posicionamiento y dominio del servicio ante la aparición de eventuales competidores (estrategia defensiva).

Plaza:

El servicio de terapia basado en biomagnetismo se enfocara en el segmento poblacional joven adulto en edades entre 30 a 59 años, que pertenezcan a los segmentos socio económicos A y B, y C del departamento de Lambayeque; que posean enfermedades complejas y que buscan un tratamiento alternativo a la medicina tradicional. Sin embargo se estima la posibilidad que se brinde adicionalmente este tipo de servicios a la población infantil y adulta mayor, ya que son la población más susceptible a la aparición de enfermedades crónicas o graves.

Promoción

Mediante la aplicación de la encuesta (Pregunta N°05), se obtuvo como resultado que el 53.6% de la población de la muestra considera que requiere de una recomendación médica para poder hacer uso de terapias medicas alternativas y complementarias; lo cual resalta la importancia de poder realizar alianzas estratégicas (estrategia de coalición).

Asimismo, se ha creído necesario establecer las siguientes estrategias defensivas, con el fin de facilitar la promoción y difusión del servicio dentro del departamento de Lambayeque:

Diseñar un logo empresarial atractivo y de fácil memorización (**Ver Anexo 02**).

Diseñar un volante publicitario atractivo, el cual brinde información sobre las ventajas y beneficios de la terapia de biomagnetismo (**Ver Anexo 04**).

Crear una cuenta y/o usuario en las principales redes sociales como facebook, twitter, linkedin, etc., con el fin de mantener una comunicación comercial e institucional con los grupos de interés del modelo de negocio.

Diseñar un video publicitario atractivo, el cual brinde información sobre las ventajas y beneficios de la terapia de biomagnetismo; y que pueda ser utilizado en las redes sociales.

Contratar los servicios de una televisora local, para la emisión de anuncios televisivos de 20 segundos de duración en programas de rating medio – bajo durante los 2 primeros años del plan de negocios.

Contratar los servicios de una televisora local, para la emisión de anuncios televisivos de 10 segundos de duración en el horario entre 1:00 am y 06:00 am durante los 3 años restantes del plan de negocios.

Contratar 01 ejecutivo de ventas que realice visitas en ruta establecida (puerta a puerta), promoviendo los servicios del modelo de negocio.

Nota: Consideramos adecuado el uso del medio publicitario televisivo, ya que este medio tiene gran difusión e impacto informativo entre las familias peruanas, y nos permitirá crear una imagen positiva para los servicios de nuestra empresa.

4.3. Viabilidad organizacional y de personas

El presente modelo de negocios hará uso de un organigrama funcional, es decir se hará uso de un de organigrama o estructura basada en la especialización por tareas relacionadas entre sí. A continuación presentamos el modelo de organigrama funcional, y su posterior descripción:

Figura N° 1 Organigrama funcional “Centro de Biomagnetismo y Masajes Allin Kawsay”



Fuente: Elaboración propia.

El departamento de salud y operaciones está compuesto por 01 asistente de compras, 01 biomagnetista y 02 masajistas, y cumplen la función de garantizar el abastecimiento de bienes y la prestación de los servicios que permitan el normal funcionamiento de las instalaciones de la empresa.

El departamento de atención al cliente está compuesto por 01 ejecutivo de ventas y 01 recepcionista, y cumple la función de garantizar la promoción, colocación y venta de los servicios de la empresa, y la atención de sus pacientes.

En el caso del registro de las operaciones contables, están serán llevadas a cabo a través de la contratación de los servicios de un contador externo.

Con la finalidad de garantizar la viabilidad del plan de organización y recursos humanos, a continuación se procede a definir el perfil profesional y las funciones de cada puesto de trabajo:

Tabla N° 6 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de administrador.

Cargo: Administrador	
Perfil profesional	Educación básica: Nivel universitario de las carreras profesionales de administración de empresas, economía e ingeniería industrial.
	Conocimientos básicos requeridos: Gestión de procesos, comprobantes de pago, técnicas de venta y marketing, costos y presupuestos. Deseable conocimientos sobre medicina alternativa y complementaria (MAC).
	Competencias laborales requeridas: Liderazgo y toma de decisiones, trabajo en equipo, comunicación efectiva, visión de negocio, compromiso y ética profesional.
Funciones	Organizar, dirigir y controlar las actividades del personal a su cargo de acuerdo a la estructura de la organización de la empresa.
	Establecer métodos y procedimientos que aseguren la adecuada prestación de los servicios administrativos a su cargo.
	Supervisar la existencia de material de consumo, programando su reposición con anticipación para no interrumpir las actividades de las áreas a su cargo.
	Vigilar el uso adecuado, así como la conservación y mantenimiento de las instalaciones, bienes y equipo de las áreas asignadas.
	Evaluar los resultados del desarrollo de actividades de las áreas a su cargo a fin de preparar y presentar los informes requeridos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 7 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de asistente de compras

Cargo: Asistente de compras	
Perfil profesional	Educación básica: Nivel universitario de las carreras profesionales de administración de empresas, economía e ingeniería industrial.
	Conocimientos básicos requeridos: Gestión de procesos, comprobantes de pago, negociación, existencias y mercancías, calidad, idiomas (inglés básico), y computación (microsoft office y base de datos). Deseable conocimientos sobre spss.
	Competencias laborales requeridas: Liderazgo y toma de decisiones, trabajo en equipo, comunicación efectiva, visión de negocio, compromiso y ética profesional.
Funciones	Establecer redes de contacto con centros distribución nacionales y extranjeros.
	Evaluar las características de cada proveedor, enfocándose en aspectos como calidad, ciclo de producción, ciclo de cobranza.
	Establecer líneas de crédito con los centros de distribución nacionales y extranjeros.
	Hacer seguimiento a los pedidos en curso, enfocándose en las necesidades actuales de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 8 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de biomagnetista

Cargo: Biomagnetista	
Perfil profesional	Educación básica: Técnico de la carrera profesional de enfermería y fisioterapia.
	Conocimientos básicos requeridos: Anatomía humana, equilibrio energético, resonancia bioenergética, ejes biomagnéticos del cuerpo, técnica de exploración biomagnética, y condiciones del acto terapéutico.
	Competencias laborales requeridas: Orientación al cliente, trabajo en equipo, comunicación efectiva, liderazgo y toma de decisiones, compromiso y ética profesional.
Funciones	Identificar los ejes biomagnéticos del cuerpo del paciente.
	Determinar cuáles son los ejes biomagnéticos que presentan dolencia o malestar en el paciente.
	Aplicación de la terapia de biomagnetismo.
	Verificación de los ejes biomagnéticos del cuerpo del paciente y comprobación de resultados.
	Redacción de la historia clínica de terapia física del paciente.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 9 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de masajista

Cargo: Masajista	
Perfil profesional	Educación básica: Técnico de la carrera profesional de enfermería y fisioterapia.
	Conocimientos básicos requeridos: Anatomía humana, y técnicas de masaje corporal.
	Competencias laborales requeridas: Orientación al cliente, trabajo en equipo, comunicación efectiva, liderazgo y toma de decisiones, compromiso y ética profesional.
Funciones	Identificar cuáles son las áreas físicas que presentan dolor o malestar en el paciente
	Evaluar la técnica de masaje que será aplicada en el paciente.
	Aplicación del masaje corporal en el paciente.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 10 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de ejecutivo de ventas

Cargo: Ejecutivo de ventas	
Perfil profesional	Educación básica: Nivel universitario de las carreras profesionales de administración de empresas, economía e ingeniería industrial.
	Conocimientos básicos requeridos: Técnicas de ventas y marketing, idiomas (inglés básico), y computación (microsoft office y base de datos)
	Competencias laborales requeridas: Orientación al cliente, trabajo en equipo, trabajo bajo presión, liderazgo y toma de decisiones, comunicación efectiva y visión de negocio.
Funciones	Brindar a los clientes y público en general la información adecuada acerca del servicio de biomagnetismo, ofreciéndole y otorgando una atención de calidad de servicio, facilitando el acceso a los medios necesarios para concretar la venta del servicio.
	Cumplir con las metas internas establecidas por la administración.
	Realizar el mantenimiento de la base de datos según la cartera de clientes actuales y potenciales.
	Apoyar en la coordinación de las campañas sobre biomagnetismo.
	Apoyar en la coordinación de las asesorías y capacitaciones para los clientes.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 11 Definición del perfil profesional y funciones del cargo de recepcionista

Cargo: Recepcionista	
Perfil profesional	Educación básica: Técnico de la carrera profesional de administración de empresas y de la carrera profesional de secretariado ejecutivo.
	Conocimientos básicos requeridos: Idiomas (inglés básico), y computación (microsoft office y base de datos).
	Competencias laborales requeridas: Orientación al cliente, trabajo en equipo, comunicación efectiva, liderazgo y toma de decisiones, compromiso y ética profesional.
Funciones	Recepción de llamadas y establecimiento de citas con los pacientes.
	Recepción y archivamiento de documentos y paquetes.
	Brindar apoyo operativo al cargo de asistente de compras.

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Viabilidad técnica – operativa

Con respecto a la viabilidad técnica del modelo de negocio, se ha considerado adecuado que el centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay” se constituya como una persona jurídica bajo la modalidad de “Empresa individual de responsabilidad limitada - E.I.R.L” (D.L N°21621) acogida al régimen general del impuesto a la renta; con el fin de limitar la responsabilidad del propietario frente a las pérdidas que pueda obtener la empresa.

Con respecto a la viabilidad operativa del modelo de negocio, a continuación realizamos la descripción de los procesos, instalaciones físicas, y responsabilidad ambiental y social del modelo de negocio:

Procesos:

Se le denomina proceso al conjunto de actividades planificadas ligadas entre sí, que transforman elementos de entrada (personas, recursos materiales, etc.) en resultados finales (producto y/o servicio); y estos se clasifican en tres niveles: Procesos estratégicos, procesos operativos o claves y procesos de soporte.

En relación al modelo de organigrama propuesto, la administración se encargara de la ejecución de los procesos estratégicos, es decir de los procesos ligados al establecimiento de estrategias y políticas para todas las áreas o unidades; el ejecutivo de ventas, biomagnetista y masajista se encargaran de la ejecución de los procesos operativos; es decir de los procesos ligados a la prestación de bienes y servicios; y el

asistente de compras junto a la recepcionista se encargaran de la ejecución de los procesos de apoyo o de soporte que permitan la ejecución de los demás procesos.

Consideramos adecuado poder realizar la descripción de los procesos operativos del modelo de negocio:

Tabla N° 12 Descripción del proceso de venta.

Nombre del proceso	Ventas
Definición	Conjunto de actividades realizadas por el vendedor con el fin de promover la compra de un producto o servicio por parte del cliente o comprador potencial
Secuencia de actividades	Prospección y calificación, contactos y principio de la venta, presentación del servicio, cierre de la venta, y seguimiento.
Responsable directo	Ejecutivo de ventas.
Materiales requeridos	Volantes, folletos, itinerario de visitas programadas, equipo móvil, uniforme y viáticos semanales.
Registro final	Comprobante de pago (boleta de venta o factura).
Indicador de gestión	N° de ventas concretadas / N° clientes visitados.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 13 Descripción del proceso de terapia de biomagnetismo.

Nombre del proceso	Terapia de biomagnetismo
Definición	Es una terapia física que consiste en la ubicación y reconocimiento de los puntos de energía alterados en el organismo de una persona, y que en su conjunto, están dando origen a una enfermedad aguda o crónica.
Secuencia de actividades	Registro de ficha de datos, evaluación física, determinación de dolencia o malestar, aplicación de la terapia, registro de resultados, seguimiento y control.
Responsable directo	Biomagnetista.
Materiales requeridos	Camilla médica, imanes neodimio, uniforme, guantes, mascarillas, enseres y herramientas de oficina.
Registro final	Historia clínica de terapia física del paciente.
Indicador de gestión	N° de pacientes atendidos / N° de citas programadas.

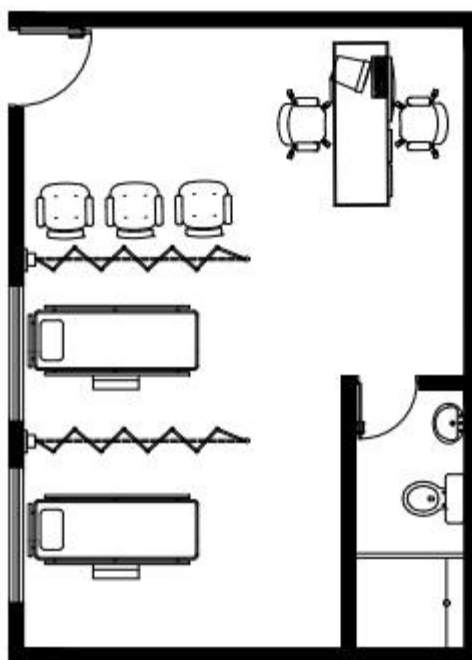
Fuente: Elaboración propia.

Nota: El imán neodimio es un compuesto hecho a partir de la aleación de neodimio, hierro y boro; el cual es utilizado en entornos industriales, médicos y educativos, y poseen la mayor potencia magnética conocida (30,000 gauss). (Ver Anexo 03).

Instalaciones físicas:

El centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay” posee su propio consultorio médico, el cual está ubicado en la Mz A. Lote 12 Urbanización Los Sauces, distrito de Pimentel. A continuación presentamos el plano de distribución interna del centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay”:

Figura N° 2 Centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay”



Fuente: Elaboración propia.

El centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay” posee un área de trabajo de 6m² de ancho por 3 m² de largo, el cual está compuesto por 2 camillas de terapia, una pequeña sala de espera para pacientes, y un baño de servicios higiénicos básico.

Cabe resaltar que mediante la aplicación de la encuesta (Pregunta N°07 y N°08), se obtuvieron como resultados que el 65,1% de la población de la muestra le gustaría poder atenderse en el centro de Chiclayo; sin embargo el 80,2% de la población de la muestra no tendría inconveniente en trasladarse a la ciudad de Pimentel con el fin de poder ser atendido. Con lo cual determinamos que en este caso la ubicación del establecimiento no influye directamente en la demanda del servicio.

Responsabilidad ambiental:

- El centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay” se encargara de desechar adecuadamente los imanes neodimio, que hayan sufrido algún tipo de daño o alteración en su estructura; ya que este tipo de imanes pueden producir daños a equipos electrónicos cercanos que no tengan resistencia a los campos magnéticos, y pueden producir lesiones en humanos y animales debido a su capacidad de atraer objetos metálicos sueltos en el ambiente.

Responsabilidad social:

- El centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay” se acogerá al marco de Ley N°28015 “Ley de promoción y formalización de la pequeña y micro empresa”, y cumplirá con el pago puntual de los beneficios sociales que correspondan a sus trabajadores, luego de haber cumplido el lapso de periodo de prueba establecido por ley.
- El centro de biomagnetismo y masajes “Allin Kawsay” promoverá la inserción laboral de jóvenes estudiantes provenientes de institutos técnicos y universidades del departamento de Lambayeque.

4.5. Viabilidad económica – financiera:

Para determinar la viabilidad económica y financiera, en primer lugar es necesario identificar la estructura financiera del proyecto, junto al monto de capital inicial que se requiere para la implementación del negocio, y su flujo de caja financiero.

Tabla N° 14 Estructura de financiamiento

Aportes	PORCENTAJE
Aporte personal	50%
Préstamo bancario no revolvente o de otras instituciones financieras	50%
Inversión total	100%

Fuente: Elaboración propia.

La estructura de financiamiento del proyecto está compuesta por aportes provenientes de recursos del propietario (50%) y de recursos provenientes de préstamos bancarios no revolventes o de otras instituciones financieras (50%).

Tabla N° 15 Flujo de caja financiero

	0	1	2	3	4	5
Estimados financieros						
Deuda	S/. 32,121	S/. 26,860	S/. 21,072	S/. 14,706	S/. 7,703	S/. 0
Cuota anual		S/. 8,473	S/. 8,473	S/. 8,473	S/. 8,473	S/. 8,473
Interés		S/. 3,212	S/. 2,686	S/. 2,107	S/. 1,471	S/. 770
Amortización		S/. 5,261	S/. 5,787	S/. 6,366	S/. 7,003	S/. 7,703
Flujo financiero	-S/. 32,121	S/. 1,337	S/. 7,785	S/. 39,435	S/. 48,440	S/. 96,083

Fuente: Elaboración propia.

El monto de dinero que proviene de recursos de terceros (préstamo bancario), asciende a un total de S/.32,121, con una tasa de interés equivalente al 10%. La cuota anual que deberá pagarse por concepto de deuda asciende a un total de S/.8,473; y será cancelada en su totalidad en un lapso de 5 años.

Posteriormente, procedemos a elaborar el flujo de caja; sin embargo para poder elaborar este flujo de ingresos y egresos, se requiere información referente a las variables en el tiempo y el flujo de inversión del proyecto:

Tabla N° 16 Variables en el tiempo

Variables en el tiempo	0	1	2	3	4	5
Mercado inicial		6,178	6,258	6,340	6,422	6,506
Tamaño de mercado		34%	36%	38%	40%	42%
Mercado meta		2,101	2,253	2,409	2,569	2,732
Total de pacientes atendidos anualmente		2,101	2,253	2,409	2,569	2,732
Total de pacientes atendidos al día (ciclo de 288 días)		7	12	13	13	14
Capital de trabajo	S/. 37,200	S/. 37,684	S/. 38,173	S/. 38,670	S/. 39,172	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla de variables en el tiempo, cabe señalar que el capital de trabajo requerido inicialmente asciende a un total de S/.37,200, y para el cuarto año este se incrementa a un total de S/.39,172.

Con respecto al capital de trabajo, este se define como la cantidad de recursos que una empresa requiere para poder operar, y cubrir sus necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, etc. La determinación del capital de trabajo se obtiene de la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente.

En el caso de nuestro modelo de negocio, este no dispone de deudas a corto plazo ya que la adquisición de insumos, materias primas y mano de obra directa son pagadas al contado,

es decir que el capital de trabajo que requiere nuestro negocio para poder funcionar proviene directamente del costo operativo.

Tabla N° 17 Flujo de inversión

Inversiones	0	1	2	3	4	5
Enseres, herramientas y equipos	-S/. 9,780					
Construcciones	-S/. 10,000					
Terreno	-S/. 5,000					
Capital de trabajo incremental	-S/. 37,200	-S/. 484	-S/. 490	-S/. 496	-S/. 503	
Recuperación CT						S/. 39,172
Gastos pre operativos	-S/. 2,262					
Flujo de Inversión	-S/. 64,242	-S/. 484	-S/. 490	-S/. 496	-S/. 503	S/. 39,172

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la tabla de flujo de inversión, cabe mencionar que el monto inicial requerido asciende a un total de S/.64,242 y que los gastos pre operativos del modelo de negocio serán utilizados para la constitución de la personería jurídica y para la emisión de los comprobantes de pagos (S/.1,800) y para la obtención de la licencia municipal de funcionamiento (S/.462).

Tabla N° 18 Descripción de la inversión en enseres, herramientas y equipos

Ítem	Descripción	Monto total	Precio unitario	Cantidad
Computadora	Marca Toshiba core i3, 4 gigabyte de ram, 1 terabyte de disco duro, y tarjeta de video integrada de 512 megabyte	S/. 4,500	S/. 1,500	3
Imán neodimio grande Grado N42	Disco Alto 38 mm x Ancho 6 mm	S/. 1,080	S/. 90	12
Camillas médicas	Altura 88.5 cm x Largo 180 cm x Ancho 55 cm.	S/. 700	S/. 350	2
Escritorio de madera básico	Alto 75 x Ancho 1.2 x Prof. 0.6	S/. 1,050	S/. 350	3
Archivador de metal	Alto 40 cm x Largo 40 cm x 57 cm	S/. 1,000	S/. 500	2
Uniformes para presentación personal	Uniformes de presentación para el personal operativo y administrativo	S/. 720	S/. 120	6
Imán neodimio pequeño Grado N 42	Disco 19 mm x 3 mm	S/. 160	S/. 20	8
Mascarillas tapa boca	instrumental médico complementaria para la terapia de biomagnetismo	S/. 105	S/. 10.50	10
Guantes médicos	instrumental médico complementaria para la terapia de biomagnetismo	S/. 105	S/. 10.50	10
Sillas de metal para oficina	Asiento 45 cm de fondo x 45 cm de ancho / Respaldo 43 cm de ancho x 53 cm de alto / Altura mínima del asiento 45 cm y Altura máxima del asiento 53 cm	S/. 150	S/. 50	3
Estabilizador para computadora	Estabilizador Forza Fvr-1202 8 Tomas 600 W /1200va	S/. 150	S/. 50	3
Ventilador metálico para oficina	Alto 15,4 cm x Largo 15,4 cm x Ancho 9,2 cm	S/. 60	S/. 30	2
Total		S/. 9,780		

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la tabla de descripción de la inversión en equipos, cabe resaltar que la adquisición de computadoras representa el 46.01% del monto total desembolsado, y los ítems de mascarillas tapa boca y guantes médicos se adquieren por cajas, y que cada caja posee 100 unidades.

Con respecto al término Grado N42, esta es una denominación que hace referencia a las medidas relativas sobre la calidad del material utilizado para la fabricación del imán, es decir que cuanto más alto sea el grado más fuerte será el imán.

Tabla N° 19 Flujo de caja

Flujo de caja económico	0	1	2	3	4	5
Ingresos netos		S/. 168,042	S/. 180,239	S/. 192,726	S/. 205,507	S/. 218,587
Costo operativo		S/. 37,200	S/. 39,370	S/. 38,130	S/. 38,130	S/. 39,370
Depreciación equipos		S/. 1,956	S/. 1,956	S/. 1,956	S/. 1,956	S/. 1,956
Depreciación construcciones		S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000
Gastos de ventas		S/. 27,540	S/. 27,540	S/. 5,940	S/. 5,940	S/. 5,940
Gastos administrativos		S/. 46,920	S/. 46,920	S/. 46,920	S/. 46,920	S/. 46,920
Amortización intangibles		S/. 452	S/. 452	S/. 452	S/. 452	S/. 452
Impuestos (RG)		S/. 47,052	S/. 50,467	S/. 53,963	S/. 57,542	S/. 61,204
Flujo operativo neto		S/. 4,922	S/. 11,534	S/. 43,364	S/. 52,567	S/. 60,744
Flujo de fondos generados		S/. 9,330	S/. 15,942	S/. 47,773	S/. 56,975	S/. 65,153
Flujo de caja	-S/. 64,242	S/. 8,846	S/. 15,453	S/. 47,276	S/. 56,472	S/. 104,325

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la tabla de flujo de caja, cabe mencionar que el monto obtenido de la diferencia entre los ingresos y los egresos equivale al total de S/.8,846 durante el primer año, y este se incrementa progresivamente hasta un total de S/.104,325 durante el año quinto año.

Tabla N° 20 Descripción de los costos operativos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor unitario	Cantidad	Meses
Biomagnetista	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 12,000	S/. 1,000.00	1	12
Masajista	S/. 20,400	S/. 20,400	S/. 20,400	S/. 20,400	S/. 20,400	S/. 850.00	2	12
Cremas y losiones de relajación	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 4,800	S/. 400.00	12	12
Uniformes para presentación personal	S/. 0	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 120	6	12
Iman neodimo grande	S/. 0	S/. 1,080	S/. 0	S/. 0	S/. 1,080	S/. 90	12	12
Iman neodimio pequeño	S/. 0	S/. 160	S/. 0	S/. 0	S/. 160	S/. 20	8	12
Guantes médicos	S/. 0	S/. 105	S/. 105	S/. 105	S/. 105	S/. 10.50	10	12
Mascarillas tapa boca	S/. 0	S/. 105	S/. 105	S/. 105	S/. 105	S/. 10.50	10	12
Total costos operativos	S/. 37,200	S/. 39,370	S/. 38,130	S/. 38,130	S/. 39,370			

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la tabla de descripción de los costos operativos, cabe resaltar que los sueldos asignados para el biomagnetista y masajista se encuentran dentro del promedio del mercado. En el caso de los materiales directos (imanes) que participan en la prestación del servicio, estos serán adquiridos durante el segundo y el quinto año, ya que poseen una vida útil y resistencia muy alta. El monto de los costos operativos equivale a un total de S/.37,200 durante el primer año y se incrementa a un total de S/.39,370 durante el quinto año.

Tabla N° 21 Descripción de los gastos de ventas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Precio unitario	Meses
Volantes publicitarios	S/. 900	S/. 900	S/. 900	S/. 900	S/. 900	S/. 75	12
Tarjetas de presentación	S/. 240	S/. 240	S/. 240	S/. 240	S/. 240	S/. 60	12
Anuncio televisivo de 20 segundos en programa de rating medio bajo	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 2,000	12
Anuncio televisivo de 10 segundos en horario entre 1:00 am y 06:00 am	S/. 0	S/. 0	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 200	12
Viaticos ejecutivo de ventas	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 200	12
Total gastos de ventas	S/. 27,540	S/. 27,540	S/. 5,940	S/. 5,940	S/. 5,940		

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la tabla de descripción de los gastos de ventas, cabe indicar que se está aplicando el uso de las estrategias defensivas que refieren a la contratación de los servicios de una televisora local, para la emisión de anuncios televisivos de 20 segundos de duración para los 2 primeros años, y para la emisión de anuncios televisivos de 10 segundos de duración para los 3 años restantes. Los gastos de ventas durante el primer año ascienden a un total equivalente de S/.27,540, y se reducen a un total equivalente de S/.5,940 durante el quinto equipo.

Tabla N° 22 Descripción de los gastos administrativos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor unitario	Meses
Administrador	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 1,200	12
Contador independiente	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 200	12
Ejecutivo de ventas	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 850	12
Recepcionista	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 850	12
Recibo de luz	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 150	12
Recibo de agua	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 720	S/. 150	12
Recibo telefónico móvil	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 50	12
Viaticos administrador	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 200	12
Enseres de oficina	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 200	12
Mantenimiento de local y equipos	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 150	12
Total gastos administrativos	S/. 46,920	S/. 46,920	S/. 46,920	S/. 46,920	S/. 46,920		

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la tabla de descripción de los gastos administrativos, cabe mencionar que los sueldos asignados para el administrador, recepcionista y ejecutivo de ventas se encuentran dentro del promedio del mercado; así mismo se establece que el sueldo mínimo corresponde a la remuneración mínima vital en vigencia. En el caso de los gastos administrativos, estos se mantienen constantes y suman un total de S/.46,920.

Tabla N° 23 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR	41%
VAN	S/.77,298

Fuente: Elaboración propia.

Habiendo elaborado ya el flujo de caja, podemos obtener información referente al Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). El Valor Actual Neto del presente plan de negocios, luego de descontar el monto de la inversión inicial, equivale a un total de S/.77,298.

Con respecto a la Tasa Interna de Retorno (TIR), el valor obtenido equivale a una tasa de 41%. Cabe resaltar que inicialmente el costo de oportunidad del capital (COK), es decir el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión disponible con igual grado de riesgo, equivale a una tasa de 13.50%; con lo cual la Tasa Interna de Retorno del proyecto es mucho rentable que otras opciones disponibles; lo cual demuestra la factibilidad de poder instalar un centro de terapia de biomagnetismo en la ciudad de Chiclayo.

Luego de haber calculado el VAN y TIR del proyecto, procedemos a la elaboración de los estados financieros; empezando inicialmente con el estado de ganancias y pérdidas (EGP):

Tabla N° 24 Estado de ganancias y pérdidas (EGP)

EGP	0	1	2	3	4	5
Ingresos netos		S/. 168,042	S/. 180,239	S/. 192,726	S/. 205,507	S/. 218,587
Costo de ventas		S/. 41,156	S/. 43,326	S/. 42,086	S/. 42,086	S/. 43,326
UB		S/. 126,886	S/. 136,913	S/. 150,640	S/. 163,421	S/. 175,261
Gastos de ventas		S/. 27,540	S/. 27,540	S/. 5,940	S/. 5,940	S/. 5,940
Gastos administrativos		S/. 47,372	S/. 47,372	S/. 47,372	S/. 47,372	S/. 47,372
UAI		S/. 51,973	S/. 62,001	S/. 97,328	S/. 110,108	S/. 121,949
Gastos financieros		S/. 3,212	S/. 2,686	S/. 2,107	S/. 1,471	S/. 770
UAI		S/. 48,761	S/. 59,315	S/. 95,220	S/. 108,638	S/. 121,179
Impuestos		S/. 47,052	S/. 50,467	S/. 53,963	S/. 57,542	S/. 61,204
Utilidad neta		S/. 1,709	S/. 8,848	S/. 41,257	S/. 51,096	S/. 59,974

Fuente: Elaboración propia.

El estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero que mide la utilidad neta obtenida luego de descontar de los ingresos, los costos de las ventas, los gastos financieros, administrativos, y de ventas, incluyendo los impuestos (tasa del 28% para el régimen general del impuesto a la renta durante los años 2015 y 2016). La utilidad neta obtenida por el proyecto durante el primer año equivale a S/.1,709 y se incrementa hasta un total de S/.59,974 durante el quinto año.

Posteriormente procedemos a la elaboración del estado de flujo de efectivo (EFE):

Tabla N° 25 Estado de flujo de efectivo (EFE)

EFE	0	1	2	3	4	5
Ingresos		S/. 168,041.60	S/. 180,239.44	S/. 192,726.03	S/. 205,506.81	S/. 218,587.32
Egresos		S/. 167,185.09	S/. 172,770.48	S/. 153,426.73	S/. 157,005.35	S/. 161,907.89
Costos operativos		S/. 37,200.00	S/. 39,370.00	S/. 38,130.00	S/. 38,130.00	S/. 39,370.00
Gastos de ventas		S/. 27,540.00	S/. 27,540.00	S/. 5,940.00	S/. 5,940.00	S/. 5,940.00
Gastos administrativos		S/. 46,920.00	S/. 46,920.00	S/. 46,920.00	S/. 46,920.00	S/. 46,920.00
Impuestos		S/. 47,051.65	S/. 50,467.04	S/. 53,963.29	S/. 57,541.91	S/. 61,204.45
Cuota deuda		S/. 8,473.44	S/. 8,473.44	S/. 8,473.44	S/. 8,473.44	S/. 8,473.44
Caja Período		S/. 856.51	S/. 7,468.96	S/. 39,299.30	S/. 48,501.46	S/. 56,679.43
Caja inicial	S/. 37,200.00	S/. 38,056.51	S/. 45,525.47	S/. 84,824.78	S/. 133,326.24	S/. 190,005.67
Caja final		S/. 38,056.51	S/. 45,525.47	S/. 84,824.78	S/. 133,326.24	S/. 190,005.67

Fuente: Elaboración propia.

El estado de flujo de efectivo, es un estado financiero que muestra los saldos de caja para todas las operaciones efectuadas al contado. Como se muestra en la tabla N°23, el proyecto arroja una caja positiva para cada periodo de tiempo, lo cual indica una buena perspectiva de liquidez a largo; adicionalmente este estado financiero nos indica que el modelo de negocio genera rendimientos en términos de caja disponible para el inversionista.

Finalmente procedemos a la elaboración del balance general (BG):

Tabla N° 26 Balance General (BG)

BG	0	1	2	3	4	5
Activo corriente	S/. 37,200.00	S/. 38,056.51	S/. 45,525.47	S/. 84,824.78	S/. 133,326.24	S/. 190,005.67
Caja	S/. 37,200.00	S/. 38,056.51	S/. 45,525.47	S/. 84,824.78	S/. 133,326.24	S/. 190,005.67
Activo No corriente	S/. 27,042.00	S/. 22,633.60	S/. 18,225.20	S/. 13,816.80	S/. 9,408.40	S/. 5,000.00
Equipos	S/. 9,780.00	S/. 9,780.00	S/. 9,780.00	S/. 9,780.00	S/. 9,780.00	S/. 9,780.00
Construcciones	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00
Terreno	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
Intangibles	S/. 2,262.00	S/. 2,262.00	S/. 2,262.00	S/. 2,262.00	S/. 2,262.00	S/. 2,262.00
Depreciaciones		-S/. 3,956.00	-S/. 7,912.00	-S/. 11,868.00	-S/. 15,824.00	-S/. 19,780.00
Amortizaciones		-S/. 452.40	-S/. 904.80	-S/. 1,357.20	-S/. 1,809.60	-S/. 2,262.00
Activo total	S/. 64,242.00	S/. 60,690.11	S/. 63,750.67	S/. 98,641.58	S/. 142,734.64	S/. 195,005.67
Pasivo corriente	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Pasivo No corriente	S/. 32,121.00	S/. 26,859.66	S/. 21,072.19	S/. 14,705.97	S/. 7,703.13	S/. 0.00
Deuda LP	S/. 32,121.00	S/. 26,859.66	S/. 21,072.19	S/. 14,705.97	S/. 7,703.13	S/. 0.00
Pasivo total	S/. 32,121.00	S/. 26,859.66	S/. 21,072.19	S/. 14,705.97	S/. 7,703.13	S/. 0.00
Patrimonio	S/. 32,121.00	S/. 33,830.45	S/. 42,678.48	S/. 83,935.61	S/. 135,031.52	S/. 195,005.67
Capital	S/. 32,121.00	S/. 32,121.00	S/. 32,121.00	S/. 32,121.00	S/. 32,121.00	S/. 32,121.00
UR		S/. 1,709.45	S/. 10,557.48	S/. 51,814.61	S/. 102,910.52	S/. 162,884.67
Pasivo y patrimonio	S/. 64,242.00	S/. 60,690.11	S/. 63,750.67	S/. 98,641.58	S/. 142,734.64	S/. 195,005.67

Fuente: Elaboración propia.

El balance general, es un estado financiero que muestra la composición de los activos y pasivos de la empresa durante un periodo de tiempo con el fin de poder determinar su patrimonio. En las cuenta del activo corriente del proyecto cabe resaltar que el modelo de negocio realiza su cobranza en efectivo, y por lo tanto no dispone de cuentas por cobrar.

En las cuentas del pasivo no corriente se dispone de una deuda de largo plazo, la cual será amortizada completamente al final del quinto año. En las cuentas del patrimonio, se refleja los aportes de los accionistas y principalmente la generación de retornos de la empresa, pues sus resultados acumulados crecen cada año.

Como parte final, de la evaluación económica y financiera del plan de negocios, procedemos a determinar el punto de equilibrio y el análisis de sensibilidad del proyecto.

Tabla N° 27 Punto de equilibrio

Pto Equilibrio	1	2	3	4	5
P eq Unid	1,240	1,233	853	838	831
P eq Soles	S/. 99,211	S/. 98,618	S/. 68,207	S/. 67,042	S/. 66,492
P eq / Ventas	59.04%	54.72%	35.39%	32.62%	30.42%

Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio, es aquel punto en la actividad económica de la empresa (volumen de ventas), en donde los ingresos obtenidos son iguales a sus costos; es decir es el punto donde la empresa no genera ni ganancias ni pérdidas.

El punto de equilibrio expresado en unidades del plan de negocio durante el primer año es de 1.240, y representa el 59.04% de las ventas netas obtenidas. Durante el quinto año el punto de equilibrio expresado en unidades disminuye a 831, y representa el 30.42% de las ventas netas.

Tabla N° 28 Análisis de sensibilidad

Celdas cambiantes	Esperado	Optimista	Pesimista
Precio	80	85	75
% crecimiento del mercado inicial	1.30%	2%	1%
Mercado meta	2,101	2,224	1,977
% Mercado meta	34%	36%	32%
% Crecimiento de mercado meta	2%	3%	1%
Costo operativo	El costo operativo no fluctua		
Celdas resultado			
VAN	S/. 77,296	S/. 164,887	S/. 784
TIR	41%	68%	14%

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de sensibilidad, es un término financiero utilizado por las empresas e inversionistas para evaluar el flujo de caja y el valor actual neto de un proyecto, mediante la modificación de ciertas variables como el precio, el porcentaje del mercado meta, el porcentaje de crecimiento del mercado, el porcentaje de crecimiento del mercado inicial y el costo operativo.

En el caso de nuestro proyecto de inversión, con relación a los costos operativos no ha sido posible modificar este variable, ya que su valor se constituye en base de la determinación de los costos de materiales dineros, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Con relación a la variable precio, se ha considerado conveniente que esta se incremente para el escenario optimista y se reduzca para el escenario pesimista en un porcentaje de 6.25%; en el caso de las otras variables estas fluctúan entre 1% y 2%.

En el escenario optimista se obtuvo que el Valor Actual Neto (VAN), luego de descontar el monto de la inversión inicial, equivale a un total de S/.164,887 y que la Tasa Interna de Retorno (TIR) equivale a una tasa de 68%.

En el escenario pesimista se obtuvo que el Valor Actual Neto (VAN), luego de descontar el monto de la inversión inicial, equivale a un total de S/.784 y que la Tasa Interna de Retorno (TIR) equivale a una tasa de 14%.

V. Conclusiones

En base a las oportunidades y amenazas que forman parte del modelo de negocio, se elige el enfoque de estrategias de coalición; y que en base a las fortalezas y debilidades que forman parte del modelo de negocio se elige el enfoque de estrategia competitiva defensiva.

El servicio de terapia basada en biomagnetismo, basándose en el modelo de la jerarquía de necesidades de Abraham Maslow, está enfocado en satisfacer las necesidades fisiológicas o de supervivencia; y tendrá un precio equivalente a 80 soles.

El mercado objetivo real del modelo de negocio en el departamento de Lambayeque, está compuesto por un total de 6,178 hogares que poseen las siguientes características: Población joven adulta en edades entre 30 a 59 años, que pertenezcan a los segmentos socio económicos A y B, y C; que poseen enfermedades complejas y que buscan un tratamiento alternativo a la medicina tradicional.

El modelo de negocio hará uso de un organigrama funcional, el cual está compuesto por las áreas de administración, salud y operaciones, y atención al cliente.

El modelo de negocio se constituirá como una persona jurídica bajo la modalidad de “Empresa individual de responsabilidad limitada - E.I.R.L” (D.L N°21621) acogida al régimen general del impuesto a la renta, con el fin de limitar la responsabilidad del propietario frente a las pérdidas que pueda obtener la empresa.

Los procesos operativos del modelo de negocio son el proceso de venta y el proceso de terapia de biomagnetismo.

El Valor Actual Neto (VAN) del modelo de negocio, luego de descontar el monto de la inversión inicial, equivale a un total de S/.77,298.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del modelo de negocio equivale a una tasa de 41%, que en comparación al costo de oportunidad del capital (13.50%), es mucho rentable que otras opciones disponibles; lo cual demuestra la factibilidad de poder instalar un centro de terapia de biomagnetismo en la ciudad de Chiclayo.

En el caso de afrontar un escenario pesimista, el plan de negocios sigue siendo viable, de modo que puede sostener la aparición de una competencia agresiva en el mercado.

VI. Recomendaciones

Se recomienda a los propietarios del negocio poder habilitar la modalidad de pagos a través del uso de dinero electrónico, ya que esta modalidad facilita la transferencia rápida y segura de dinero por parte de los pacientes y/o clientes.

Se recomienda a los propietarios del negocio poder optar por la tercerización de aquellos servicios que no estén ligados directamente a la prestación del servicio de terapia.

Se recomienda a los propietarios de negocio considerar brindar el servicio de terapia de biomagnetismo a domicilio, ya que es probable que en ciertas situaciones se trate con pacientes que tengan un grado de incapacidad para poder caminar.

VII. Lista de referencias

- Apeim (2015). Niveles Socioeconómicos 2015. Recuperado de, Apeim Web site: www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/.../APEIM-NSE-2015.ppt
- Apoyo Consultoría. (2012). Situación actual y perspectivas del Mercado de la salud. Lima. Página 29. Apoyo Consultoría (039533).
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: Editorial Mc Graw Hill, p.14.
- CENSI (s.f.). Perú: Medicina Alternativa y Complementaria. Recuperado de, INS Web site: http://www.ins.gob.pe/repositorioaps/0/7/jer/censi_prom_met/2015/brochure.pdf
- CCL: El sector mueve US\$8.000 millones anuales en el país. (2013). El Comercio. Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/ccl-sector-salud-mueve-us8000-millones-anuales-pais-noticia-1632027>
- De Habich: Estado invertirá S/. 8.400 millones en 170 hospitales. (2014). RPP Noticias. Recuperado de <http://rpp.pe/politica/actualidad/de-habich-estado-invertira-s-8400-millones-en-170-hospitales-noticia-736042>
- Escobar, A. (2003). Mundos y conocimientos de otro modo: El programa de investigación de modernidad/colonialidad latinoamericano. Bogotá. Página 51-86. Revista Tabula Rasa.
- Espichan, M. (2015). La reforma del sector salud en el Perú. Recuperado de, Universidad Privada del Norte Blog Web site: <http://blogs.upn.edu.pe/salud/2015/01/29/la-reforma-del-sector-salud-en-el-peru/>
- Fuller, N. (2004). *La interculturalidad. Una propuesta polémica*. Lima: Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica del Perú.
- Gil, A. (2004). Introducción al análisis financiero. Recuperado de, <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/342.pdf>
- INEI (s.f.) Incidencia de enfermedades o accidentes según características sociales y económicas. Recuperado de, INEI Web site: <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0033/c2.htm>

INEI (2007). Perfil Sociodemográfico del Perú. Recuperado de, INEI Web Site:
<http://censos.inei.gob.pe/censos2007/>

INEI (s.f.) Lambayeque: Indicadores demográficos, sociales, económicos y de gestión municipal. Recuperado de
<http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/INEI-Lambayeque-Indicadores.pdf>

OMS (1978b). Declaration of Alma Ata. Recuperado de World Health Organization Web site:
http://www.who.int/publications/almaata_declaration_en.pdf

OMS (1999). Consultation meeting on traditional medicine and modern medicine. Suiza: World Health Organization Press.

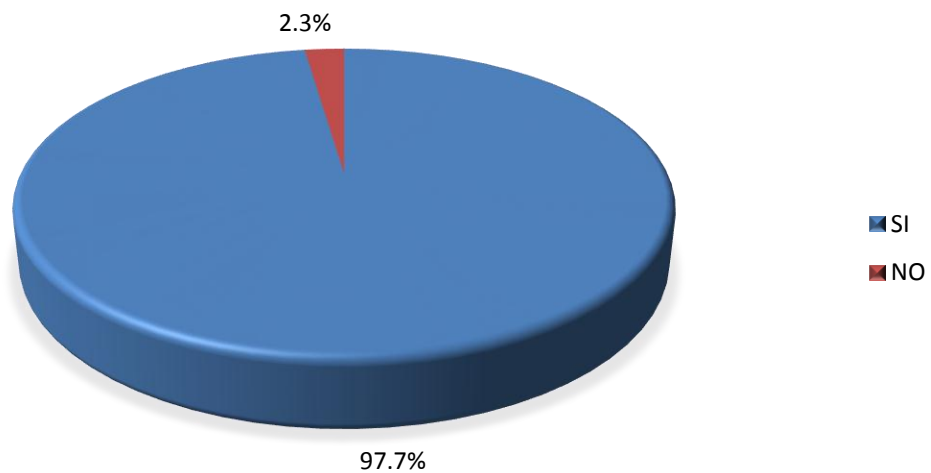
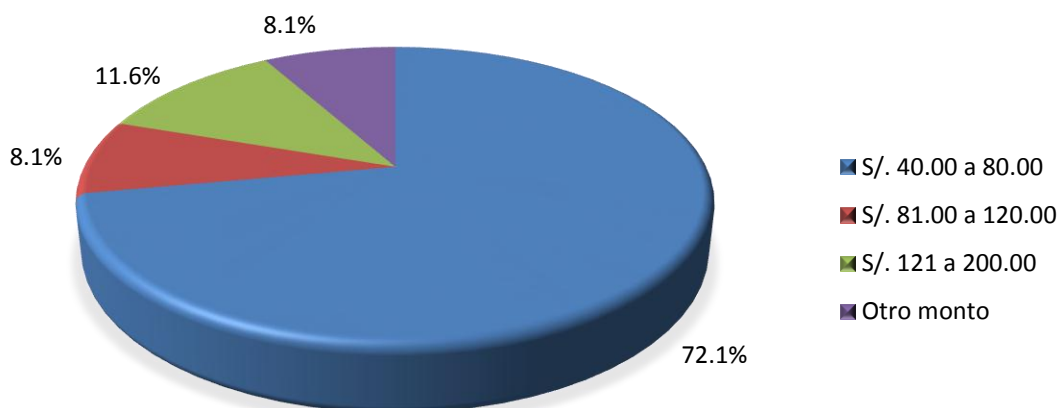
OMS (2002). Medicina Tradicional. Recuperado de INS Web site:
<http://www.ins.gob.pe/portal/jerarquia/7/53/medicina-tradicional/jer.53>

¿Qué retos tiene la ciencia para el 2015?. (2015). Publimetro. Recuperado de
<http://publimetro.pe/actualidad/noticia-que-retos-tiene-ciencia-2015-30422?ref=ecr>

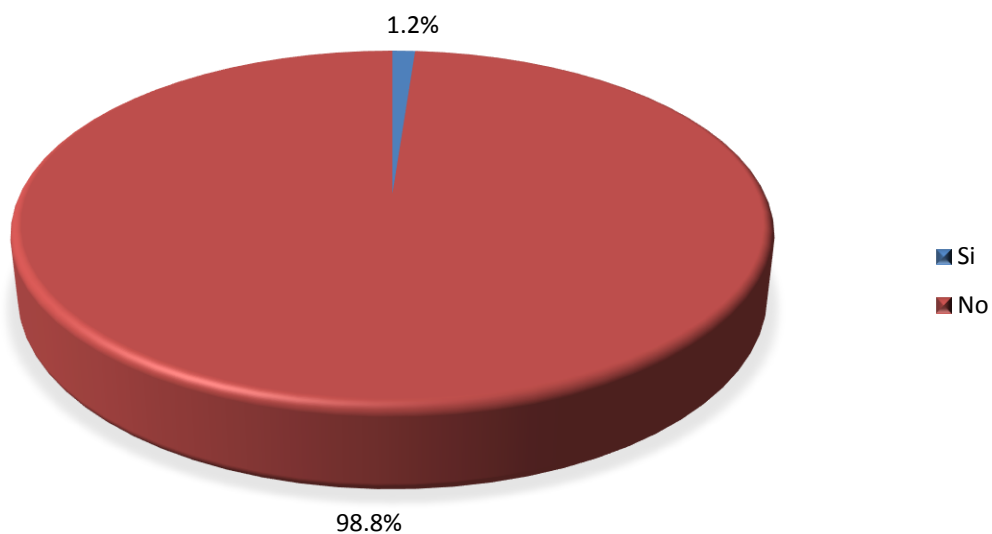
RAE (s.f.). Medicina Tradicional. Recuperado de, INS Web site:
<http://www.ins.gob.pe/portal/jerarquia/7/53/medicina-tradicional/jer.53>

Zulaga, G. (2009). Reflexiones para un dialogo entre los sistemas tradicionales de salud y la medicina occidental. Lima. Página 255-272. Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas – CBC

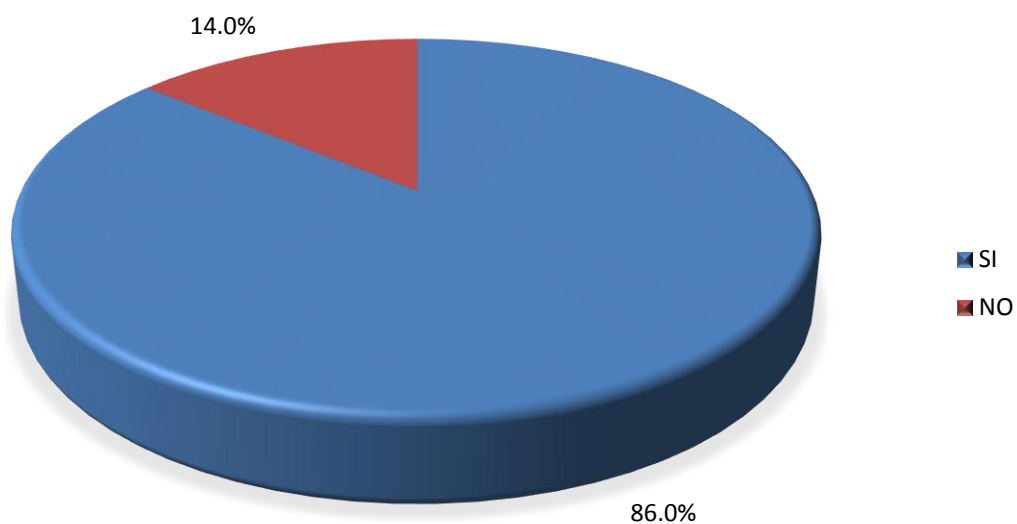
VIII. Anexos

**ANEXO 01:
RESULTADOS DE LA ENCUESTA****1. DISPOSICIÓN AL USO DE LA TERAPIA DE
BIOMAGNETISMO****2. ESTIMACIÓN DE RANGO DE PRECIO PARA LA
TERAPIA DE BIOMAGNETISMO**

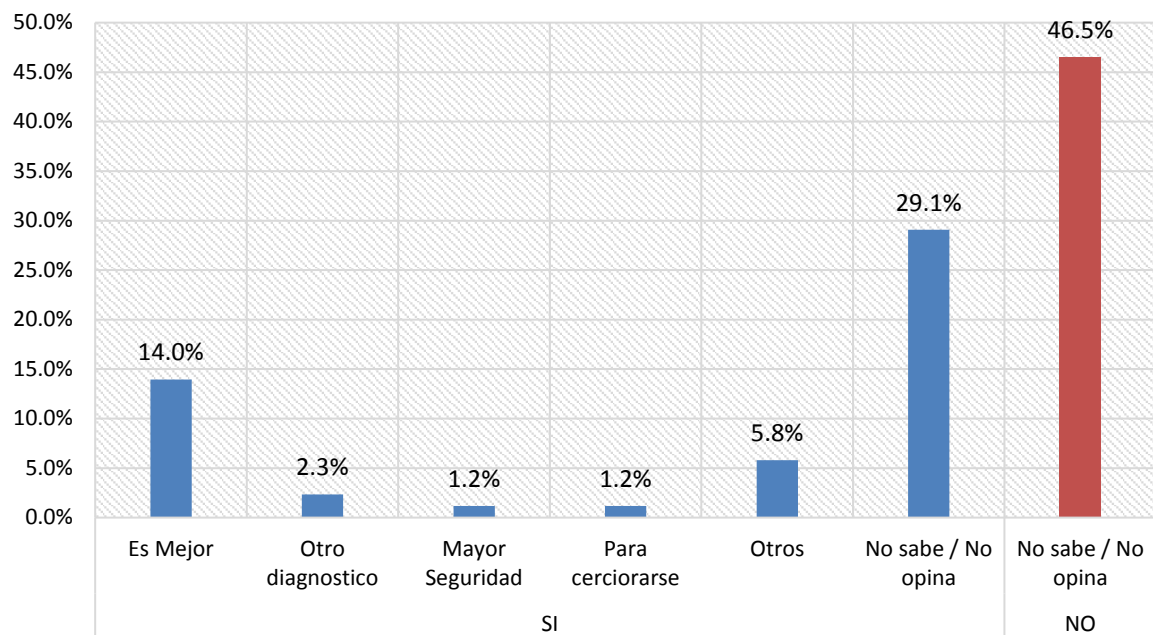
3. CONOCIMIENTO SOBRE SERVICIOS SIMILARES A LA TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



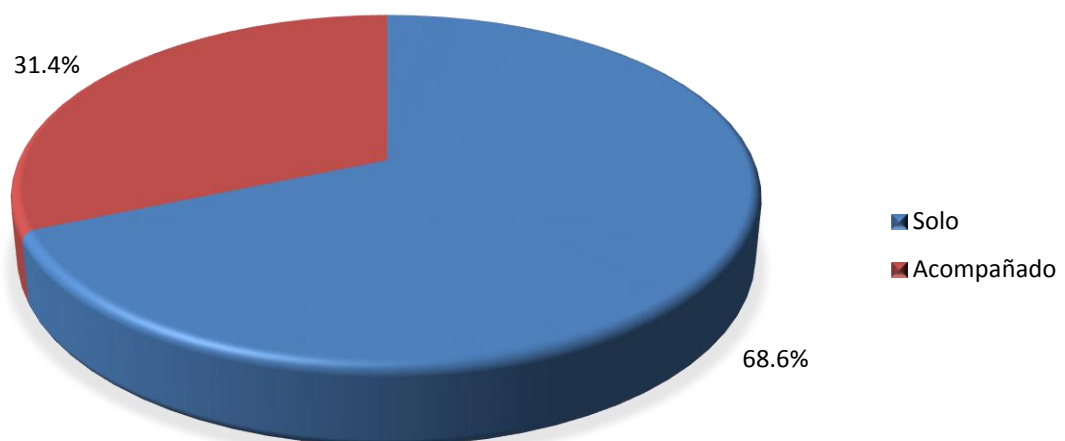
4. CONFIABILIDAD DEL SERVICIO DE TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



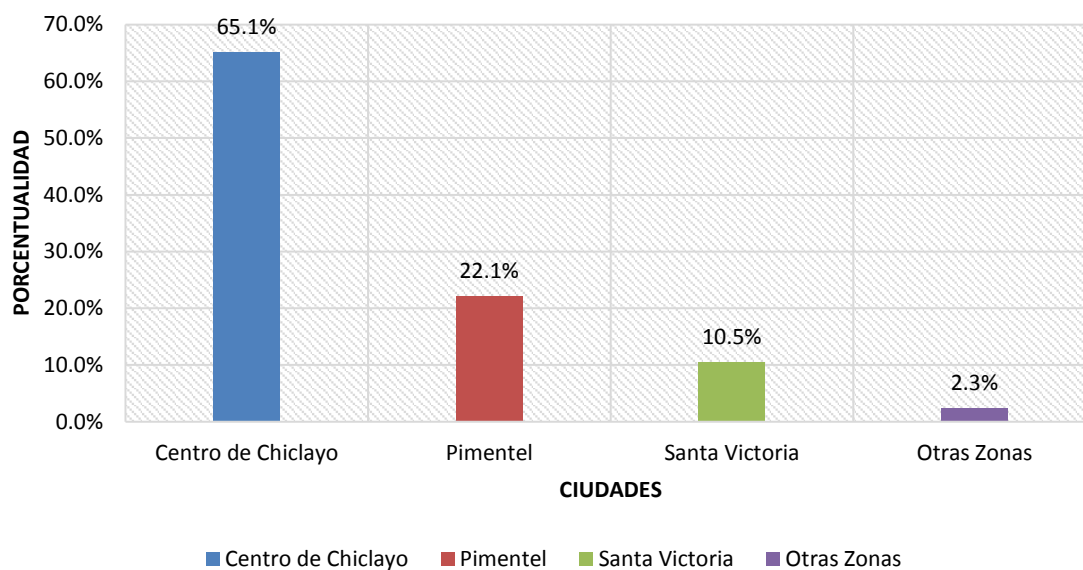
5. REQUERIMIENTO DE RECOMENDACIÓN MÉDICA PARA EL USO DE LA TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



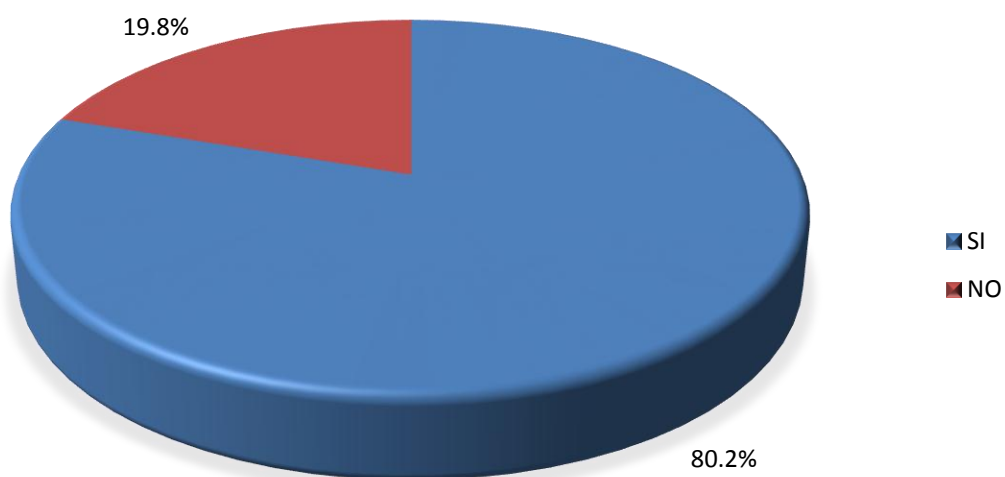
6. MODALIDAD DE ASISTENCIA AL SERVICIO DE TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



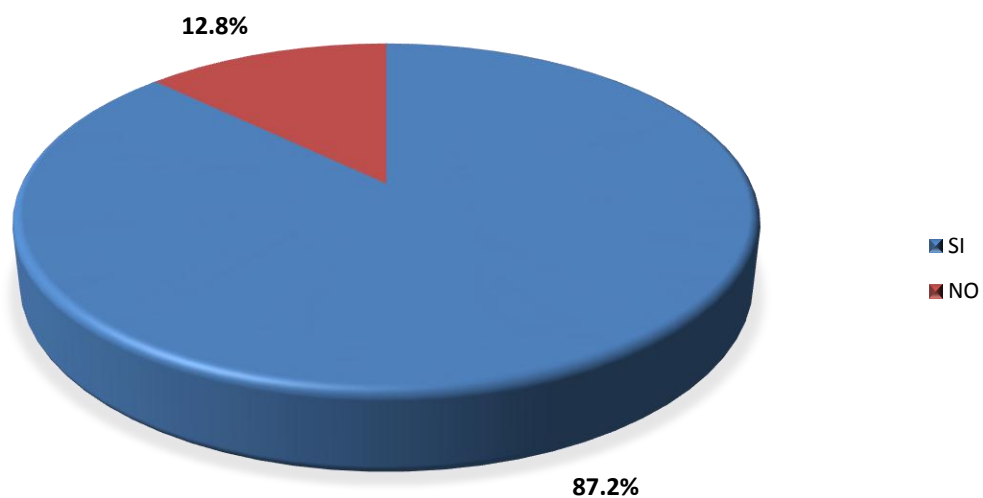
7. LUGAR DE PREFERENCIA PARA EL USO DE LA TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



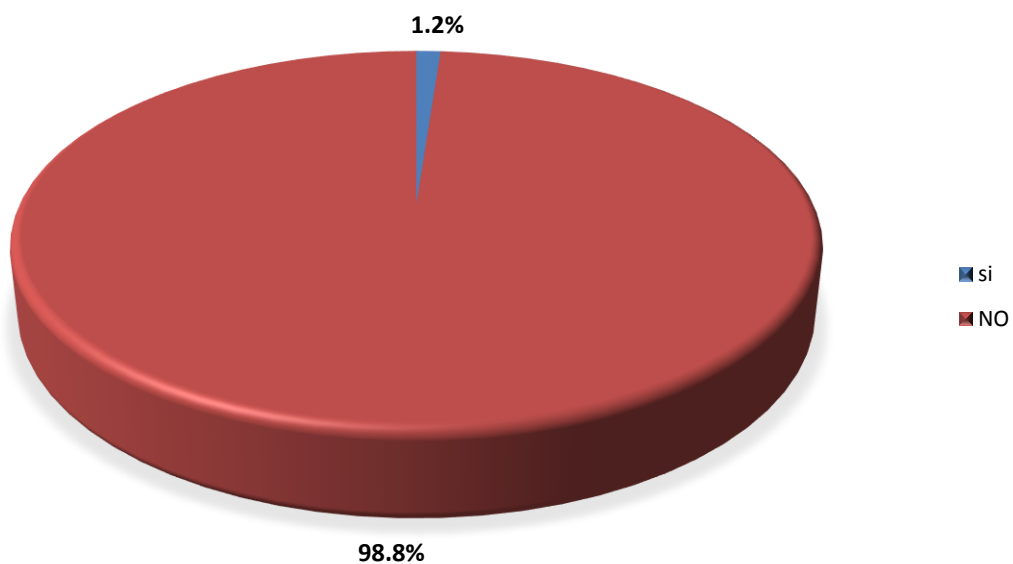
8. DISPOSICIÓN SOBRE EL USO DE LA TERAPIA DE BIOMAGNETISMO EN LA CIUDAD DE PIMENTEL



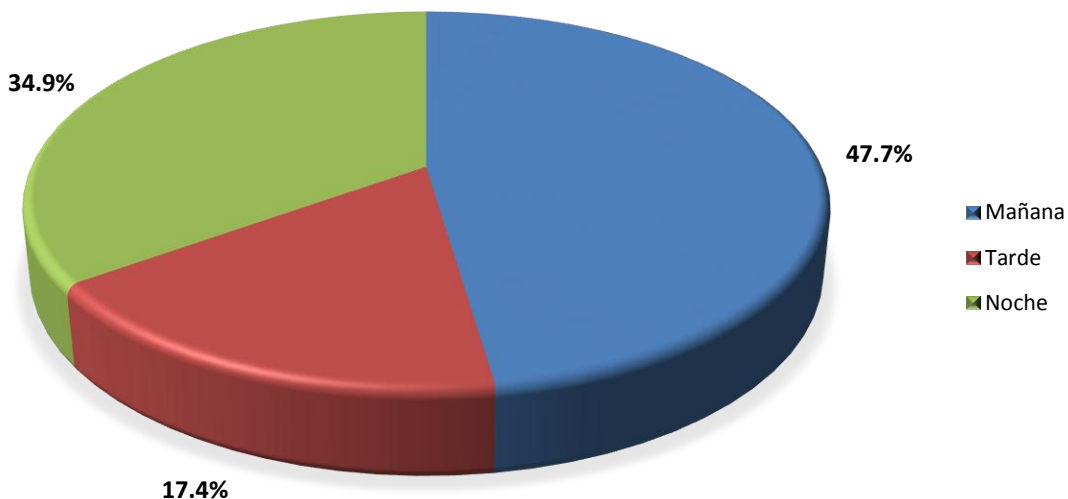
9. DISPOSICIÓN DEL USO DE CITAS MÉDICAS EN LA TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



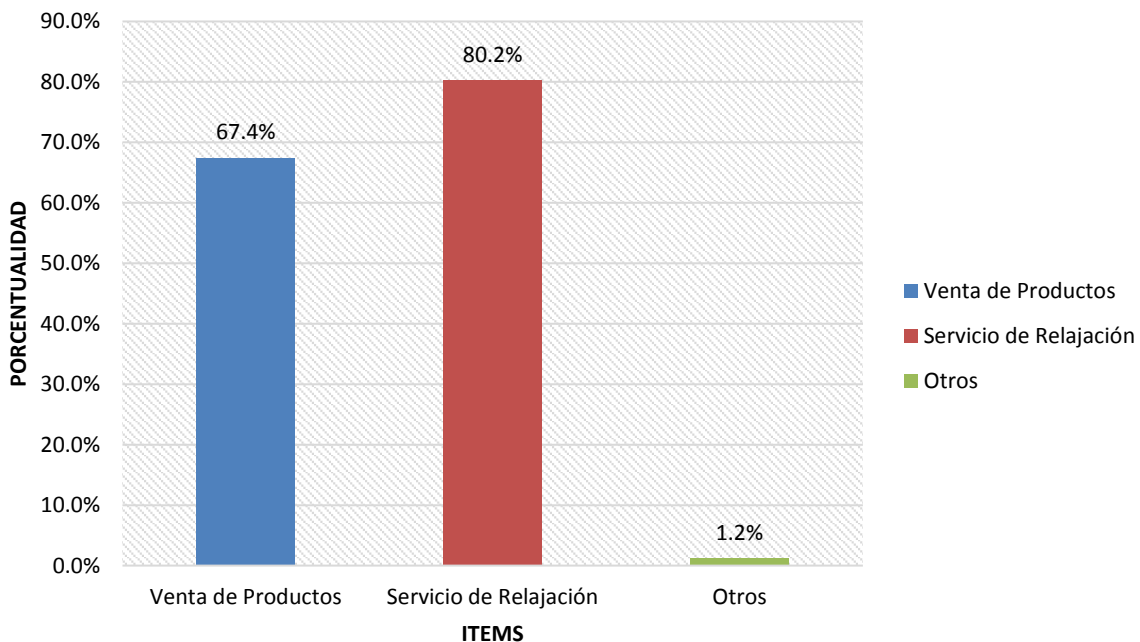
10. CONOCIMIENTO SOBRE LUGARES DONDE SE BRINDE UN SERVICIO SIMILAR A LA TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



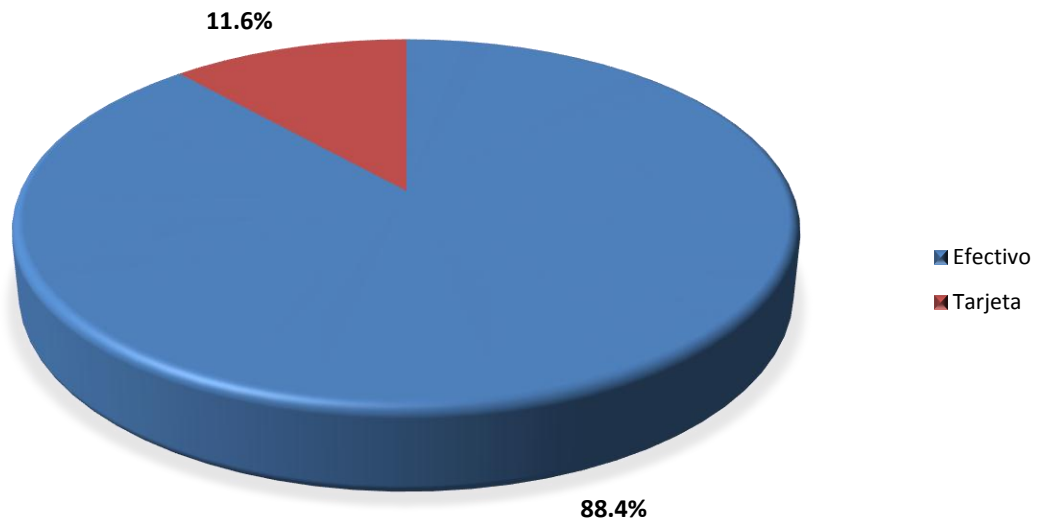
11. PREFERENCIA DE HORARIO PARA EL USO DE LA TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



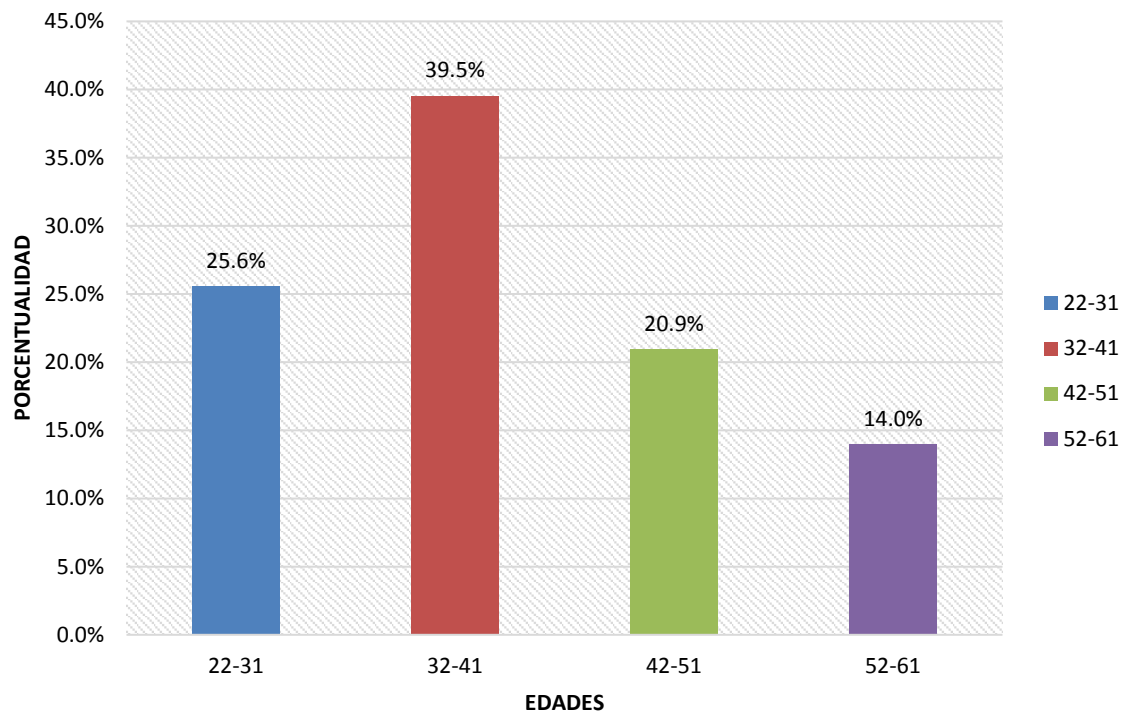
12. OPORTUNIDAD DE VENTA DE PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS



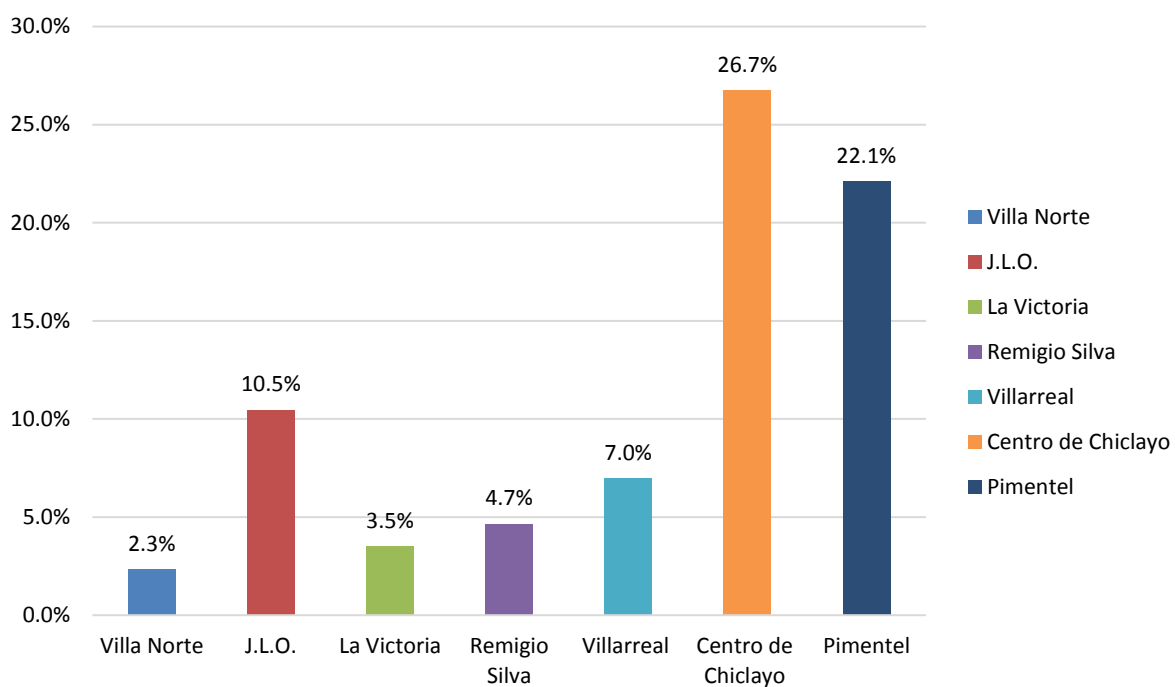
13. ELECCIÓN DE MODALIDAD DE PAGO PARA LA TERAPIA DE BIOMAGNETISMO



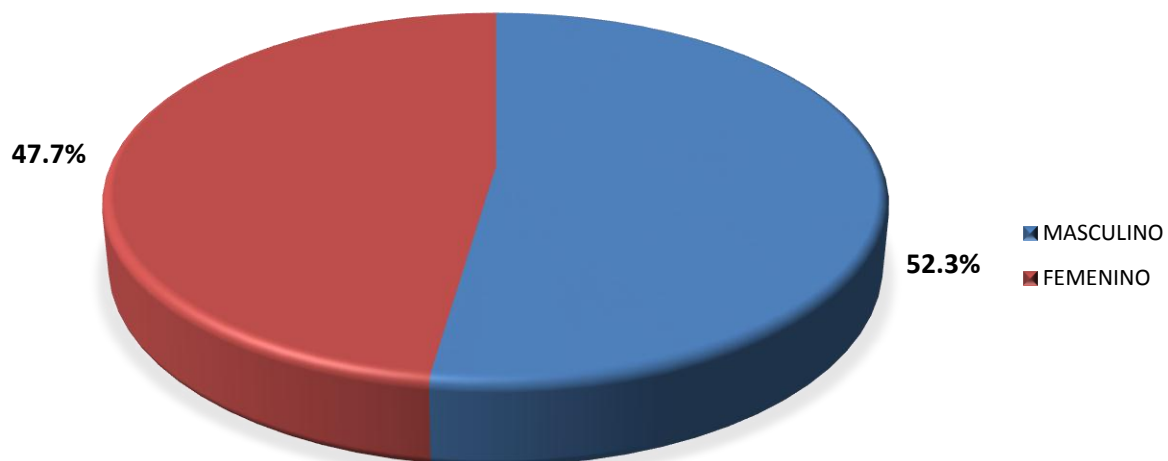
14. RANGO DE EDAD DE LOS ENCUESTADOS



15. LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS ENCUESTADOS



16. SEXO DE LOS ENCUESTADOS



ANEXO 02: LOGO DE LA EMPRESA**ANEXO 03: IMAN NEODIMIO**

ANEXO 04: VOLANTE PUBLICITARIO (PARTE 1)



allin Kawsay
Biomagnetismo y Masajes

+ ¡VIVIR BIEN!

EL BIOMAGNETISMO Como terapia alternativa, es una terapia que alivia, detiene o cura las diferentes enfermedades:

✓ Diabetes	✓ Anemia	✓ Hongos
✓ Cáncer	✓ Cirrosis	✓ Psoriasis
✓ Colesterol	✓ Infertilidad	✓ Caspa
✓ Migrañas	✓ Sida	✓ Vitiligo (se de tiene)
✓ Artritis	✓ Alergias	✓ Insomnio
✓ Acné	✓ Herpes	✓ Colon irritable

En que consiste este tratamiento

Es un tratamiento 100% natural

- * No implica riesgos.
- * No produce efectos secundarios.
- * No deja residuos químicos.
- * No es doloroso.
- * No existe ningún riesgo.
- * No se contrapone a la medicina tradicional.

ANEXO 05: VOLANTE PUBLICITARIO (PARTE II)

¿Que es el Biomagnetismo?

Es el uso de imanes que estabiliza el PH (Potencial de Hidrogeno) de nuestros órganos para el restablecimiento de la salud.

¿Que es el PH (Potencial de Hidrógeno)?

El PH es una medida de acidez o alcalinidad. Cuando el PH de algún órgano del cuerpo pierde el equilibrio, se producen las enfermedades. Si el PH es ácido (del 1 a 7) se desarrollan los virus, hongos; si es más alcalino (del 7 al 14) se desarrollan las bacterias o parasitos. Todos ellos son el origen o raíz de las distintas enfermedades.

¿Cómo es que actúan los imanes?

Cuando los gérmenes están bajo la influencia del magnetismo del imán, no resisten el impacto magnético y mueren, lo cual facilita la recuperación de enfermedades y dolencias en un gran porcentaje de casos.

