



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

TEMA:

**DISEÑO DE UN CENTRO MÉDICO PARA LA REALIZACIÓN DE
PROCEDIMIENTOS ESTÉTICOS AMBULATORIOS EN LA ZONA NORTE DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTOR:

DR. HUGO JAVIER BARCIA VARAS

Previa a la obtención del título de:

Magister en Gerencia en Servicios de la Salud

TUTORA:

Econ. María del Carmen Lapo, Mgs

Guayaquil, Ecuador

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO**

MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Doctor Hugo Javier Barcia Varas, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Gerencia en Servicios de la Salud.

DIRECTORA DE TESIS

Econ. María del Carmen Lapo, Mgs.

REVISOR(ES)

Ing. Elsie Zerda Barreno

Econ. Glenda Gutiérrez Candela

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo, MGS

Guayaquil, a los 6 días del mes de Enero del 2016.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO**

MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Hugo Javier Barcia Varas

DECLARO QUE:

La tesis: **Diseño de un centro médico para la realización de procedimientos estéticos ambulatorios en la zona norte de la ciudad de Guayaquil**, previa a la obtención del **Grado Académico de Magister en Gerencia en Servicios de la Salud**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 6 días del mes de Enero del 2016.

EL AUTOR

HUGO JAVIER BARCIA VARAS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Hugo Javier Barcia Varas**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución de la tesis, titulada: **Diseño de un centro médico para la realización de procedimientos estéticos ambulatorios en la zona norte de la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 6 días del mes de Enero del 2016.

EL AUTOR:

Dr. Hugo Javier Barcia Varas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

INFORME URKUND

← → ↻ <https://secure.orkund.com/view/15020518-836208-974906#DcQ7DoMwEEXRvbi+iuZ5GH/YsksBUJcQEOJ2HtyinOn40rzW8jQ/4wcTShQQRU11MkiwtntiUgN0hXWM/x3ds67I90mw> ☰

URKUND

Document [TESINAUCSG VERSION FINAL 6-URK.doc](#) (D14983947)
Submitted 2015-07-29 12:11 (-05:00)
Submitted by drhugobarciavaras@gmail.com
Receiver maria.lapo.ucsg@analysis.orkund.com
Message [orkund 4 - Dr. Barcia](#) [Show full message](#)
4% of this approx. 34 pages long document consists of text present in 1 sources.

List of sources

- [TESINAUCSG VERSION FINAL 6-URK.doc](#)
- [BUENA FE_orkund.doc](#)
- [Villon Ana.docx](#)
- [Villon Ana.docx](#)
- [TESIS FINAL HOSPITAL BUENA FE CORREGIDA Nuevos formatos.final.doc](#)
- [PROYECTO ING. ROSITA PALLAROSO.docx](#)
- [BUENA FE_orkund.pdf](#)
- [BUENA FE_FINAL2015.pdf](#)
- Sources not used

0 Warnings Reset Export Share ?

93% Active | Urkund's archive: UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO / PROYECTO ING. ROSITA PALLAROSO.docx 93%

y ética.

Precisamente la ética, respecto de las organizaciones, busca proporcionarles un fin social. Éste se compone de dos tipos de bienes: internos y externos. Los bienes internos son la actividad de la organización propiamente dicha es decir, la satisfacción de necesidades básicas. Los bienes externos son los comunes a todas las organizaciones: prestigio, dinero y poder.

Una organización ética debe siempre buscar el equilibrio de manera adecuada en ambos tipos de bienes. Por eso se dice que una organización puede actuar en varios niveles: si le da más importancia a los bienes externos que a los internos, entonces decimos que esa organización actúa de manera irresponsable, por ejemplo: cuando busca vender sus servicios o productos sin ofrecer la calidad ni las garantías necesarias para su aprovechamiento. La mayoría de las empresas a veces solo actúa con obligación social, es decir, cumpliendo solamente las normas impuestas por el Estado, siendo que las normas a veces no son suficientes para realizar acciones responsables.

Las empresas pueden tomar varios tipos de decisiones que coinciden con estos niveles como se indicó más arriba, y destaca que la mejor decisión que puede tomar una empresa es la pro-actividad.

Es aquí cuando encontramos el enlace con la ética, ya que las organizaciones proactivas se anticipan a las demandas de la sociedad, ven más alto y actúan ofreciendo cantidad y confianza, invirtiendo recursos en sus bienes internos. Las utilidades luego son un resultado necesario, debido a que la sociedad legitima este tipo de organizaciones. Confía en ellas y consume sus productos

o servicios.

Muchos ejemplos de empresas que dicen actuar de manera responsable, en realidad no han cumplido con los niveles de expansión ética en ellas. Estos niveles son los grupos de interés vinculados a la organización y que varios autores coinciden en clasificarlos en el ámbito interno y en el ámbito externo. A veces sus acciones no contemplan los grupos de interés internos y externos a ellas; así, pueden pregonar normas de calidad, ayudar a la comunidad, pero no cumplen con sus

Documento protegido y confidencial. El autor de este documento pidió proteger su documento y dejó su contenido confidencial para las comparaciones con otros documentos procedentes de otras universidades. En respeto de la voluntad del autor, no se puede visualizar el contenido de esta fuente. Solo indicamos el autor, su procedencia y el % de similitud.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a la Universidad Católica, a la cual considero mi segundo hogar y en donde me formé como Doctor en Medicina, regresando años después como Catedrático y ahora terminando con éxito mi Maestría. Este proyecto de investigación se basó en el análisis de las diferentes opciones de tratamiento existentes en Guayaquil a la fecha actual, por eso agradezco también a las personas que de manera desinteresada colaboraron en la aportación de datos, elaboración de las encuestas y por supuesto a la guía que mis profesores de la Maestría nos dieron desde el primer día. Quiero hacer un especial agradecimiento a la Economista María del Carmen Lapo por haberme ayudado en varias ocasiones dándome las guías necesarias para poder llevar a cabo el presente trabajo.

Una mención especial y merecida para mi esposa e hijos, por su apoyo y comprensión en aquellas horas de estudio y posterior trabajo para elaboración del proyecto actual.

HUGO JAVIER BARCIA VARAS

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi esposa Clarita; a mis hijos Doménica, Xavier Andrés y María Belén (†) Barcia Roca; a mis padres Hugo Enrique y Sonia Varas de Barcia.

HUGO JAVIER BARCIA VARAS

INDICE GENERAL

INTRODUCCION.....	1
Antecedentes	2
Problema de la investigación.....	2
Justificación.....	4
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	7
1.1.1. Estructura básica funcional de un centro médico.	7
1.2. Centro Médico de Estética	9
1.2.1 Medicina Estética	11
1.2.2. Los campos de la Medicina Estética	13
1.3 Teorías aplicables a la administración de Centros Médicos	16
1.3.1. Diseño organizacional.....	16
1.3.2. Responsabilidad social y ética.....	17
1.3.3. Marketing	18
1.3.4. La Organización	19
1.3.5. El Proceso Administrativo	20
1.4. La calidad en la prestación de servicios médicos privados	21
1.4.1 El consumidor en los servicios de salud.....	22
1.5 Los servicios de salud y las influencias sociales.....	23
1.6. Mercadotecnia de servicios de salud.	24
1.6.1. Estrategia de servicios en el sector salud privado	25
1.6.2. Identificación de clientes y desarrollo de relaciones de marketing.....	25

1.6.3. Motivos que influyen en la decisión de compra de un servicio	26
1.7 Ciudad de los servicios médicos	27
1.8 La calidad asistencial, el costo, el valor y el beneficio	27
1.9 Los ocho principios de la gestión de calidad.....	28
CAPITULO II	34
MARCO METODOLOGICO	34
2.2 Diseño del muestreo y mercado meta.	34
2.4.1. Instrumento de Investigación	36
2.4.2 Encuesta	36
2.4.4 Definición de Variables.....	37
2.4.5. Población y muestra	37
2.4.6. Resultados obtenidos de las encuestas	39
CAPITULO III:	50
PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRESA PARA EL CENTRO MEDICO	
ESTETICO AMBULATORIO	50
3.2 Base filosófica de la empresa	50
3.2.1 Calidad del Servicio	50
3.2.2 Visión y Misión de la Empresa	51
3.2.3 Política y Valores de la empresa	51
3.2.4 Análisis FODA.....	53
3.3 Determinación de la localización más adecuada.....	55
3.4. Aspectos para la localización	56
3.6 Diseño funcional del centro médico.....	58
3.5.1. División funcional por áreas	58
3.5.2. Requerimientos de recursos humanos – área administrativa	59

3.5.3. Requerimientos de recursos humanos – área médica y paramédica	60
3.5.4. Cartera de servicios médicos	63
3.5.5. Equipamiento del Centro Médico	64
CAPITULO IV	66
FACTIBILIDAD ECONOMICA Y FISICA	66
4.1 Estudio Financiero.....	66
4.1.1 Plan de Inversiones.....	66
4.1.2 Plan de Financiamiento	71
4.1.3 Presupuesto de Ingreso Mensuales.....	71
4.1.4 Presupuesto de Costos	72
4.1.5 Depreciación y amortización.....	72
4.1.6. Principales Estados Financieros.....	73
4.2 Evaluación financiera	74
4.2.2 Análisis Financiero.....	74
4.2.3 Punto de equilibrio	74
4.3. Análisis de sensibilidad.....	75
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	80

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Variables de investigación	37
Tabla No. 2 Análisis FODA	53
Tabla No. 3 Factores de localización	55
Tabla No. 4 Categorías del factor según el sector	56
Tabla No. 5 Activos fijos de ensamblaje.....	67
Tabla No. 6 Personal médico y administrativo	67
Tabla No. 7 Costos directos	69
Tabla No. 8 Obtención del capital de trabajo.....	70
Tabla No. 9 Resumen de costos directos e indirectos	70
Tabla No. 10 Estimación de ventas	71
Tabla No. 11 Depreciación y amortización.....	72
Tabla No. 12 Financiamiento	73
Tabla No. 13 Índices financieros.....	74
Tabla No. 14 Punto de equilibrio	75
Tabla No. 15 Ratios financieros.....	75
Tabla No. 16 Escenario optimista	76
Tabla No. 17 Escenario pesimista.....	76

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura funcional de una organización general	8
Figura 2 Resultado de Encuesta 1	40
Figura 3 Resultados de Encuesta 2.....	41
Figura 4 Resultado de Encuesta 3	42
Figura 5 Resultado de Encuesta 4	43
Figura 6 Resultado de encuesta 5	44
Figura 7 Resultado de Encuesta 6	45
Figura 8 Resultados de Encuesta 7.....	45
Figura 9 Resultados de Encuesta 8.....	46
Figura 10 Resultados de Encuesta 9.....	47
Figura 11 Resultados de Encuesta 10.....	48
Figura 12 División médica administrativa.	60
Figura 13 Servicios profesionales	63

INDICE DE APÈNDICES

APENDICE 1 Acuerdo Ministerial # 00000318.....	84
APENDICE 2 Modelo de encuesta utilizada.....	91
APENDICE 3 Planos estructurales del Centro Médico.....	92
APENDICE 4 Amortización del préstamo.....	94
APENDICE 5 Balance General.....	95
APENDICE 6 Estado de resultados, pérdidas y ganancias.....	96
APENDICE 7 Proyección de costos y gastos mensuales.....	97

RESUMEN

Desde hace unos 20 años atrás, una nueva rama y especialidad de la Medicina conocida como Medicina Estética ha venido presentando un sinnúmero de tratamientos y servicios encaminados a ofrecer a la población general procedimientos ambulatorios de resultados rápidos y agradables para los pacientes. El alcance de dichos tratamientos va dirigido a todos los estratos sociales ya que el desarrollo de los mismos involucra el someterse a esquemas de tratamientos accesibles y a costos razonables con resultados que fácilmente se comparan y en algunos casos superan, los obtenidos en procedimientos quirúrgicos afines. Por eso y en vista de la popularidad creciente de dichos servicios, es que en algunos casos, estos son ofertados por personas sin experiencia y locaciones adecuadas que puedan ofrecerle al paciente la seguridad necesaria respectiva. En vista de aquello el presente proyecto de investigación tiene como finalidad diseñar la construcción de un Centro Médico para procedimientos estéticos ambulatorios en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

Durante el desarrollo de la investigación se realizarán encuestas a personas tomadas al azar que vivan en la zona norte de Guayaquil que contestarán preguntas sobre ubicación, servicios, procedimientos a ofrecer, aspectos socioculturales, entre otras. Se diseñara un plano gerencial y administrativo sobre la cual funcionará la empresa que manejará al Centro Médico; además, se realizará un análisis económico que permita analizar probables gastos e ingresos, tiempo de retorno de la inversión y otros costos que pueda generar el Centro Médico de tal manera que se pueda determinar la viabilidad del proyecto.

Palabras Claves:

Medicina Estética, procedimientos ambulatorios, empresa, inversión

ABSTRACT

For about 20 years ago, a new branch and specialty of medicine known as Aesthetic Medicine has been presenting a number of treatments and services aimed at providing the general population outpatient procedures fast and pleasant outcomes for patients. The scope of such treatments is aimed at all social strata and that their development involves schemes undergo treatments available at reasonable costs with easily compare results and in some cases exceed those obtained in similar surgical procedures.

Therefore, in view of the growing popularity of these services it is that in some cases these are offered by people without experience and appropriate locations that can offer the necessary security the respective patient. Given that this research project aims to design the construction of a medical center outpatient aesthetic procedures in the north of the city of Guayaquil.

During the course of research surveys will be conducted at random people living in the north of Guayaquil to answer questions about location, facilities, procedures to offer, sociocultural aspects, among others. A managerial and administrative level on which the company will manage the Medical Center work will be designed; in addition, an economic analysis to analyze probable expenses and income, time of return on investment and other costs that may arise Medical Center so that you can determine the viability of the project will start.

Keywords:

Aesthetic medicine, outpatient procedures, company, investment

INTRODUCCION

El incremento de las demandas de los servicios de Salud en todas sus áreas, incluyendo las de los procedimientos estéticos, en el país ha generado tanto interés que hasta hoy se puede hablar de competitividad en esta área de la salud, ya que su demanda no solo es por motivos de cuidado y belleza corporal, esta se realiza más comúnmente por aquellos inesteticismos que han dejado huellas o marcas en los pacientes, en los cuales para mejorar su calidad de vida, se torna inminente su práctica.

Se ha generado mucho interés a través del tiempo y el incremento de su demanda ha adherido el valor respectivo, al servicio estético, que se merece; esto se debe principalmente a dos razones: La búsqueda constante por parte del cliente o paciente de nuevas alternativas para el mejoramiento de su salud estética facial o corporal y las estrategias de diferenciación que llevan las instituciones dedicadas a la salud estética con el objetivo de ofrecer un servicio de calidad y generar preferencias en el mercado.

Partiendo de este punto, este proyecto de investigación tiene como finalidad fundamental la creación de un Centro Médico que funcione como una empresa, con sus diferentes niveles de accionar administrativo y profesional médico y paramédico; para lo cual, en los diferentes capítulos que tiene este proyecto haremos un análisis de lo que constituye una empresa, sus diferentes niveles de organización y acción; luego, procederemos a establecer datos estadísticos provenientes de diferentes encuestas con tópicos asociados a la creación, uso y valor que se le dará al Centro Médico, también estableciendo la factibilidad de su ubicación al norte de la ciudad de Guayaquil como área de privilegio; procederemos a establecer la factibilidad empresarial y administrativa con los análisis respectivos del FODA entre otros; por último se presentará el análisis económico del proyecto y su eventual viabilidad como proyecto a desarrollar.

Antecedentes

En la actualidad es de suma importancia supervisar los productos y servicios que se ofrecen en centros médicos o spa's autocalificados como estéticos, ya que las personas buscando mejorar su estilo y calidad de vida se someten a "procedimientos" sin contar con el personal y una locación debidamente calificada. Y es por esto que poco a poco las instituciones de salud se ven en la necesidad de implementar esta especialidad médica dentro de los diferentes centros médicos, clínicas u hospitales.

Basado en lo anteriormente expuesto se puede encontrar una visión del abanico de posibilidades que abarca la Medicina Estética y su relación con diferentes especialidades médicas, lo cual agrega valor al mercado de procedimientos estéticos ambulatorios con la creación de un centro médico para estos fines en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

Problema de la investigación

La idea de llevar a cabo este proyecto surge de la necesidad que existe en la zona y más bien dentro del sector norte de la ciudad de Guayaquil el servicio de un centro médico de estética, completando así una variedad de servicios de médicos profesionales afines a ésta área que le puedan brindar un servicio de calidad a los pacientes.

Pero, qué beneficio podría encontrar un paciente al crearse un centro médico de éstas características? La idea no es ubicar a la estética como único protagonista de ésta obra, sino, ofrecerle al paciente otras especialidades médicas afines a la estética que le permitan al paciente optar por un servicio médico especializado. El servicio a ofrecer va relacionado a dos grandes especialidades médicas como son la Medicina Interna y la Cirugía General tanto en el área Plástica como Bariátrica; dentro de la Medicina Interna, se contará con el apoyo de especialistas en Cardiología, Nutrición, Endocrinología, Psicología Clínica y Medicina General.

Cómo incide en nuestra sociedad la creación de un centro médico de éstas características? En los últimos 7 años, y patrocinados en gran parte por el Gobierno Nacional, se ha podido ver un ligero auge en la creación de nuevos centros médicos, que a pesar de que no llegan a cubrir totalmente la demanda de servicios que requieren los ciudadanos ecuatorianos, han llegado a crear convenios con el Ministerio de Salud Pública del Ecuador (MSP) o con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para poder atender a la mayor cantidad de pacientes; de hecho, si revisamos la estadística que refleja la página web del MSP podemos ver que en lo que va del año, se han llegado a atender 249.433 personas en centros médicos de segundo nivel, tal como el que queremos diseñar y poner en funcionamiento. El centro médico proyectado no será exclusivo o limitado hacia las especialidades antes señaladas, ya que si bien es cierto, los procedimientos estéticos son el foco principal de nuestro servicio, la presencia de otras especialidades nos permitirá contribuir atendiendo a pacientes derivados de otras instituciones o sectores como el MSP o IESS. El Gobierno Nacional, a través del Plan Nacional del Buen Vivir, establece el Sistema Nacional de Salud para “el desarrollo, protección y recuperación de capacidades y potencialidades bajo los principios de bioética, suficiencia e interculturalidad, con enfoque de género y generacional”, incluyendo los servicios de promoción, prevención y atención integral.

Es decir, lo que buscamos es presentar servicios especializados que puedan contribuir al mantenimiento de la salud no solo de guayaquileños sino también de los ciudadanos ecuatorianos que busquen nuestra ayuda profesional, enmarcados en los lineamientos antes señalados por el Plan Nacional del Buen Vivir. Al ser una empresa privada requiere de un exhaustivo análisis en vista de la inversión a realizar, de tal forma que pueda contribuir al cuidado y fomento de la salud. La salud se plantea como un instrumento para alcanzar el Buen Vivir, mediante la profundización de esfuerzos en políticas de prevención y en la generación de un ambiente saludable. (www.controlsanitario.gob.ec, 2015) Nuestra variable

independiente será la falta de centro médicos especializados, capaces de brindar servicios médicos de calidad afines a la estética y otras especialidades. La dependientes será la falta de este tipo de centros, sumado al desconocimiento de las bondades de la Medicina Estética como tal y la presencia de “centros médicos” no autorizados. Al ser una empresa privada la que vamos a crear, se requiere de un exhaustivo análisis en vista de la inversión a realizar, de tal forma que pueda contribuir al cuidado y fomento de la salud.

Justificación

La relevancia de este estudio radica en la necesidad de ofrecer servicios médicos éticos y de calidad a los pacientes que buscan procedimientos ambulatorios de tipo estéticos, pero también y con justo derecho, a aquellos pacientes que buscan asistencia médica en general y de especialidades, que serán a su vez, los beneficiarios directos de dichos servicios.

La Constitución de nuestro País en su artículo 66, establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios”. Por eso es importante diseñar un modelo empresarial viable que permita respaldar el proyecto del centro médico a crear, a beneficio de los pacientes brindando servicios, calidad de atención y profesionalismo.

En la ciudad de Guayaquil, existen muchos centros que se autocalifican como especializados en estética, que brindan servicios muy parecidos a los que se quiere implementar en el centro médico de procedimientos ambulatorios de estética; sin embargo estos servicios brindados no tienen técnicas innovadoras ni tampoco el lugar es el adecuado para realizarlos y en la mayoría de casos, no son profesionales quienes los realizan; los gabinetes o salones de belleza funcionan en locales que son arrendados la gran mayoría de ellos y dichos “servicios” los brindan personas que tal vez tienen algún título o

reconocimiento ó, han obtenido su título artesanal en la rama de la belleza, pero, no son Médicos; esto sumado a que se han reportado lesiones graves en dichas personas e incluso la muerte en otras, nos habla de lo muy ligero y grave que resulta este punto señalado que no es tratado con la reglamentación respectiva. Entonces, los beneficiarios en forma directa serán los habitantes que tienen alguna necesidad de procedimientos estéticos como también aquellos que tengan afecciones en su salud general y que buscan mejorar su calidad de vida. Los beneficiarios indirectos serán el grupo profesional que está a cargo del centro, como médicos estéticos, cirujanos plásticos, odontólogos entre otros profesionales relacionados o afines y por supuesto, la plana administrativa.

Objetivo General

El presente proyecto tiene como finalidad diseñar un modelo empresarial que permita crear un centro médico para la realización de procedimientos estéticos ambulatorios y que brinde además, atención médica general y especializada para beneficio de los ciudadanos de Guayaquil y del Ecuador.

Objetivos Específicos

- Documentar los procedimientos estéticos ambulatorios en los servicios de salud privados ya que esto nos permitirá colocar la base de los servicios a ofertar.
- Analizar y proyectar las necesidades de los potenciales pacientes, para así lograr establecer el número y tipo de servicios que se van a ofertar del Centro Médico
- Diseñar un modelo de empresa para el centro de procedimientos estéticos ambulatorios que respalde tanto los servicios a ofertar como también el buen

desarrollo administrativo del mismo tomando en cuenta los lineamientos planteados en el Plan Nacional del Buen Vivir y del Sistema Nacional de Salud.

- Establecer la factibilidad para la creación del centro de procedimientos estéticos ambulatorios, la cual se realizará luego de un análisis financiero prolijo proyectado de ingresos y egresos, que respalde la viabilidad económica del proyecto.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

El Centro Médico es una unidad operacional de consulta externa, que dispone de los medios necesarios para producir acciones de salud integral y está asignada a ofrecer servicios de especialidades médicas. También ofrecerá atención tanto a la persona sana como a la persona enferma pudiendo ser ésta de manera ambulatoria, por hospitalización o domiciliaria. A continuación, analizaremos el concepto de Centro Médico y sus particularidades.

1.1 Centro Médico

Microsoft Encarta (2009), describe al “Centro médico, es el establecimiento sanitario generalmente privado, donde se diagnostica y trata la enfermedad de un paciente, que puede estar ingresado o ser atendido en forma ambulatoria”. Los Centros Médicos, son los establecimientos en donde se practica la medicina general o tradicional, son netamente lugares privados, en donde sus costos pueden ser elevados pues por lo general son de especialidades y en donde el servicio es eficiente y eficaz, debido al menor número de pacientes.

En nuestro país y con el ánimo de conformar un Sistema Nacional de Salud fuerte y eficaz se expidió un Acuerdo Ministerial, el 00000318, con el cual se homologan los diferentes establecimientos de salud por niveles de atención, complejidad y categoría. Es así, que en base a esta clasificación, podemos considerar que nuestro Centro Médico a diseñar, será un centro categorizado como de segundo nivel de atención, de primer nivel de complejidad, será un centro de especialidades tipo II-2. (Ver Apéndice # 1)

1.1.1. Estructura básica funcional de un centro médico.

Las estructuras funcionales no son exclusivas de los negocios, los miembros de los diferentes departamentos son capaces de compartir diferentes destrezas técnicas, intereses y por supuesto, diferentes responsabilidades. El punto clave es que los miembros de cada

función trabajen adecuadamente dentro de sus áreas de habilidad. Las desventajas potenciales o barreras funcionales se refieren a la falta de comunicación, coordinación y solución de problemas en las diferentes funciones. (Inec, 2008)

A continuación, en la figura 1, la estructura funcional de una organización administrativa – gerencial médica y sus distintos departamentos.

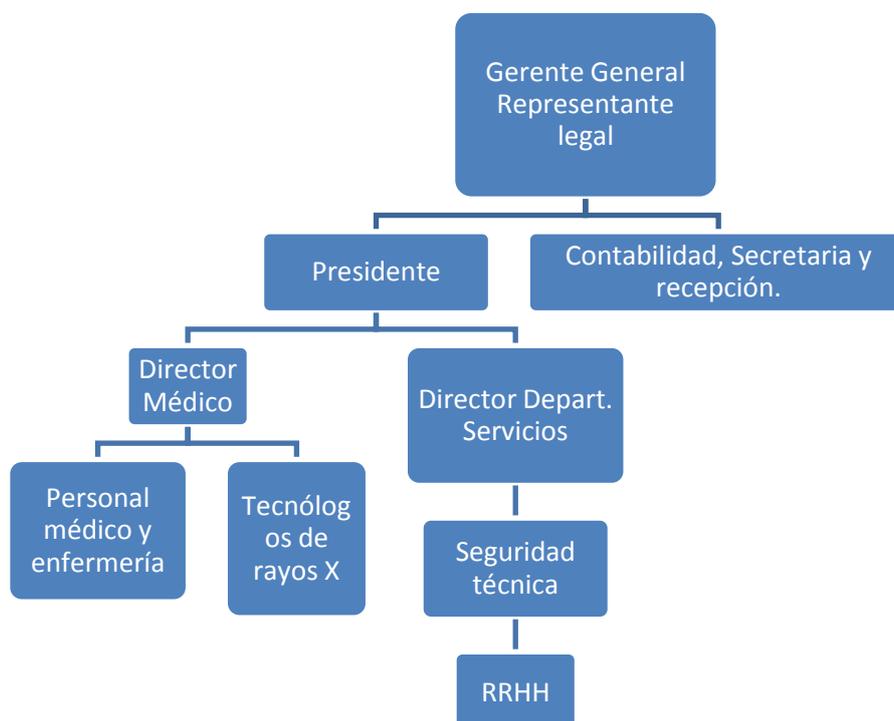


Figura 1 Estructura funcional de una organización general

El Director Médico será quien coordine y pueda establecer las diferentes normas de calidad y funcionalidad sobre la cual se brindará atención a los usuarios de consulta externa, además, de mantener permanente comunicación con el Departamento de Diagnóstico y va a dirigir un comité de Bioseguridad que a su vez es conformado por la reunión de todos los jefes departamentales. (Reyes, 2007)

Cada departamento tendrá un jefe responsable de su área y deberá reunirse de manera periódica con el gerente para presentar un informe el cual contará con un jefe médico responsable. (Schermerhorn, 2008)

La Bioseguridad es el término empleado para poder definir todas las normas del comportamiento funcional y preventivo del Hospital, en lo que se refiere a riesgos de los departamentos o áreas y su funcionamiento no será limitado al personal que labora en la entidad sino también a sus visitantes. (Matagon, 2009) En cuanto a medios diagnósticos y de apoyo, siempre existirá un Jefe encargado del manejo de atención general al público. El departamento administrativo, como consta en el figura 1, está el administrador propiamente dicho, contador y la secretaria, y llevan el control de asistencia, estadística, contabilidad, control del personal de servicio y mantenimiento. El comité de servicios establecerá normas de seguridad e integridad tanto del personal como también de los usuarios, evitando que sucedan actos desagradables en contra de los pacientes propiciados tal vez por una mala o inoportuna conducta de los empleados o profesionales; también se realizará continuamente simulacros de evacuación en caso de contingencias como desastres o incendios. (Figura 1)

Este comité de servicios también elaborará normas estrictas de ética y responsabilidad de parte del personal y de los profesionales, estableciendo las respectivas sanciones de acuerdo a cada caso en particular. Además elaborará un programa de mantenimiento del material de uso médico y equipos de uso tecnológico. A su vez integrará el comité de la calidad de atención y nombrará a los responsables de cada proceso. (Atbrecht, 2008)

1.2. Centro Médico de Estética

Los Centros médicos de procedimientos estéticos son lugares en donde brindan un servicio de estética o que simplemente levantan la autoestima de las personas por medio de tratamientos de belleza, terapias, masajes, etc., así como también por medio de cirugías

estéticas o plásticas, en pro del mejoramiento de aspectos físicos y psicológicos de los pacientes.

La estética como rama de la medicina deberá ser considerada como lo dice Theodor Adorno, quien afirma: “Estética, rama de la filosofía (también denominada filosofía o teoría del arte) relacionada con la esencia y la percepción de la belleza y la fealdad”. La estética también se plantea si existe diferencia entre lo feo y lo sublime. (Adorno, 2008)

La Estética, si bien no tiene normas estrictas y universales, va formando criterios o pautas en cuanto a la belleza y de forma consecuente, también al arte; diferentes y particulares en cada sociedad, la estética intenta producir, imponiendo modas, estilos, y por lo tanto, también formas de pensar, en las cuales se promueve la monotonía e igualdad de las grandes masas.

Los griegos definían la estética como lo relacionado a la sensación y a la percepción. La estética sería una filosofía a pesar de su profundo estudio era más bien considerada como habilidades y no ciencias. La Estética encuentra su lugar como ciencia cuando se hace necesario, como ciencia en desarrollo, debido a la mayor cantidad de conocimientos. Un seguidor de Descartes, Alexander Baumgarten considera que para el siglo XVIII, la estética si cumplía con los criterios de ciencia. Esto es, una idea clara y distinta. (Adorno, 2008) El concepto de estética lo centra Baumgarten en el respeto a las formas; tomó la palabra estética del griego Aisthesis para designarla como la ciencia del conocimiento de la sensación perceptual. El término estética se extiende entonces a ciencia que trata de evaluar la sensación humana de lo que se percibe. La estética se comporta como una ciencia exacta pues se desarrolla a partir de conceptos científicos y no científicos lo cual no permite definiciones precisas. En el campo conceptual es la apreciación del arte en el contexto de lo ya conocido y

expresado. En el lado no científico tendrá que ver con la inmediata intuición sentida por el observador.

1.2.1 Medicina Estética

La medicina busca el tratamiento y prevención de cualquier mal que aqueje la salud del ser humano y usa la palabra estética para convertirse en una rama de la medicina tradicional que busca esencialmente curar los defectos estéticos.

Se utiliza el término “estético” para indicar la belleza del procedimiento a realizar, la búsqueda de la perfección en el tratamiento y sobre sus posibilidades de conseguir resultados con menor posibilidad de lesionar. Se descarta entonces el procedimiento quirúrgico invasivo por su riesgo y se apoya constantemente en el desarrollo tecnológico para conceptualizarse como especialización médica en el mundo. (Adorno, 2008)

La Medicina Estética es una actividad médica especializada que reúne los tres criterios que definen una especialidad médica: objetivo unificado, existencia de una base científica y técnica, y demanda social.

- Objetivo: restauración, mantenimiento y promoción de la estética, la salud y el bienestar.
- Cuerpo de doctrina sólido, refrendado por la existencia de tratados, monografías y revistas dedicados exclusivamente a temas de Medicina Estética. Así como formación universitaria específica y diplomas de capacitación expedidos por los Colegios de Médicos.
- Demanda social: la respuesta a esta demanda (inherente a la mejora del nivel de bienestar social) queda reflejada en el gran número de médicos, que ejercen la actividad, así como por la existencia de sociedades profesionales de Medicina Estética

nacionales e internacionales, que realizan Congresos, Reuniones y actividades científicas específicas. (Seme-sociedad española de medicina estética, 2015)

La Medicina Estética comenzó a organizarse internacionalmente con la constitución, de la Sociedad Francesa de Medicina Estética, cuyo promotor y primer presidente fue el Dr. Jean Jacques Legrand. Seguidamente fueron fundándose diversas sociedades nacionales, entre ellas, la Sociedad Española de Medicina Estética (SEME) en 1984. Pronto se estableció la Unión Internacional de Sociedades de Medicina Estética (UIME), que agrupa las sociedades nacionales reconocidas, y que hoy integra las sociedades nacionales de Medicina Estética de 28 países: Argelia, Argentina, Bélgica, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Colombia, Chile, China, Ecuador, España, Estados Unidos, Francia, Georgia, Italia, Kazajistán, Marruecos, Méjico, Polonia, Puerto Rico, Rusia, Rumanía, Sudáfrica, Suiza, Turquía, Ucrania, Uruguay y Venezuela.

Casi todas organizan un congreso anual, y muchas de ellas jornadas o reuniones periódicas. En la actualidad se realiza un congreso europeo y panamericano cada dos años y uno mundial cada cuatro. En 2013 Bélgica reconoció la medicina estética como especialidad médica a nivel mundial. En Ecuador dicho reconocimiento sigue siendo de carácter societario más no académico y por eso no es reconocida abiertamente como especialidad médica. (seme-sociedad española de medicina estética, 2015) En la actualidad se realizan congresos y/o seminarios para actualizar conocimientos relacionados en ésta especialidad, pero no tiene el respaldo como especialidad reconocida y eso en cierta forma, ha permitido que se formen centros al margen de la ley que ofrecen servicios médicos estéticos sin un profesional que lo respalde en el ámbito médico.

1.2.2. Los campos de la Medicina Estética

Los tratamientos que abarcan los procedimientos de la Medicina Estética podrían clasificarse entre faciales y corporales.

En el grupo de los procedimientos faciales podemos señalar:

- Botox (el más común de todos): aplicación de una toxina bacteriana modificada para generar un efecto de rejuvenecimiento facial y tensión a nivel de frente sobretodo.
- Bioplastias o procedimientos de relleno facial autólogo y heterólogo: aplicación de materiales que pueden durar 6 meses o más, obtenidos del propio cuerpo o sintéticos con seguridad comprobada. (Micheels, 2009)
- Hilos Tensores o Mini Lifting: hilos de polipropileno y de doble hilera de anclaje lo cual permite que se fijen correctamente a las estructuras del tejido subcutáneo y generar tensión o efecto lifting.
- Mesoterapia Facial: Mesolift, Mesoglow y Lipodisolución: procedimientos ambulatorios donde se aplican antioxidantes, vitaminas, relajantes y reductores de grasa localizada, lo cual permite dar un aspecto relajado y rejuvenecido al rostro incluso reduciendo la tan conocida papada. (Miller, 2009)

Entre los procedimientos corporales más comunes podemos señalar:

- Mesoterapia corporal: procedimiento que abarca la aplicación de sustancias alopáticas para la reducción de medidas corporales.
- Lipodisolución: tratamiento que involucra la aplicación de lipolíticos profundos a una distancia de 12 a 16mm en la piel, para provocar reducción de

grasa localizada en partes pequeñas del cuerpo. (Dos Santos Pimentel, Lipoplastia, 2010)

- Carboxiterapia: procedimiento que involucra el uso médico del CO₂ (dióxido de carbono) para una vez introducido generar un efecto químico tipo Bohr, convirtiéndose en oxígeno y provocando lipólisis. (Dos Santos Pimentel, 2010)
- Hidrolipoclasia: técnica que involucra la administración de cloruro de sodio a nivel subcutáneo para desprender los cúmulos de grasa y empujarlos para arriba, para recibir la aplicación de ondas de calor y cavitación de un ultrasonido de 3 mgH. (Dos Santos Pimentel, Hidrolipoclasia, 2010)
- M.E.L.A. (mini extracción lipídica ambulatoria) ó Mini Lipo: procedimiento ambulatorio que involucra la aplicación de una variedad anestésica modificada de Klein, para proceder por medio de una cánula al vacío, a extraer en diferentes zonas grasas localizadas en un volumen que no puede superar los 2 litros y medio.
- Hilos Tensores Glúteos ó Implantes: procedimiento que se realiza utilizando hilos de polipropileno especiales con doble hilera de espículas para esta zona, lo cual ayuda a elevar y tonificar los glúteos de los pacientes.
- Depilación por Luz Intensa Pulsada (IPL en inglés): procedimiento que involucra el uso de una variedad de láser que aplicado a diferentes longitudes de onda permite lograr efectos despigmentantes y depilatorios permanentes en diferentes partes del cuerpo.

- Escleroterapia: procedimiento que involucra la aplicación de un medicamento a nivel de los vasos sanguíneos patológicos y pequeños llamados Arañas Vasculares, para generar su obliteración y cierre, con la respectiva cura del padecimiento varicoso.
- El manejo integral del paciente con sobrepeso y obesidad, es otro de los grandes targets que se manejan en nuestros centros e incluye la cooperación de prestadores en el área Nutricional, Cardiología, Endocrinología, entre otros.

¿Qué es un procedimiento mínimamente invasivo y ambulatorio?

Los procedimientos mínimamente invasivos y ambulatorios son todos aquellos que se llevan a cabo sin internación; pueden implicar el uso de anestésicos generales, locales o regionales; Hoy en día estos tratamientos se llevan a cabo sobre todo con anestesia local y sin internación ya que no requieren cuidados especiales y el paciente podrá retronar a su entorno regular casi de inmediato.

Muchos son los factores que nos han llevado a encaminarnos cada vez con mayor énfasis a los procedimientos de tipo ambulatorio, entre los que podemos señalar: la disminución de costos hospitalarios, el elevado grado de ocupación hospitalaria causando merma en la calidad de la atención de aquellos pacientes que sí amerita estar hospitalizados, la disminución de infecciones que pudieran presentarse por el propio ambiente hospitalario y por supuesto, la comodidad del propio paciente que de manera innegable se sentirá mejor atendido en su casa.

Por eso podemos señalar un grupo de procedimientos plásticos, algunos clásicos, que vamos a ofrecer en el centro médico a diseñar e implementar, sin temor a no generar interés en los eventuales usuarios:

- **Liposucción:** Es uno de los procedimientos más antiguos que se realizan en el campo de la cirugía estética o plástica; se lo practica principalmente desde el punto de vista estético aunque también se lo puede referir en casos clínicos puntuales más no como una cura para la obesidad o sobrepeso. Mediante esta técnica se puede aspirar grasa de distintas partes del cuerpo: muslos, brazo, abdomen alto o bajo, tobillos, caderas, además, hoy en día ya se la puede realizar con anestesia local regional lo cual evita los efectos adversos de los anestésicos convencionales y las recuperaciones largas y tediosas.
- **Rinoplastia:** Esta intervención quirúrgica cambia la forma, el tamaño y en general la apariencia de la nariz. Esta cirugía busca que la nariz luzca natural y sea armónica con las características de la cara, mejorando la estética facial. La rinoplastia es la cirugía más exigente que realizan los cirujanos plásticos y también en la que se ven más resultados indeseables.
- **Blefaroplastia:** Con el paso del tiempo los párpados superiores se hinchan y caen sobre los ojos mientras que en los párpados inferiores (aparecen bolsas o acumulaciones de grasa). Esta técnica quirúrgica está dirigida a eliminar el exceso de piel y las acumulaciones de grasa que son visibles externamente y que dan la impresión de ojos caídos.

1.3 Teorías aplicables a la administración de Centros Médicos

1.3.1. Diseño organizacional.

El diseño organizacional es un proceso, donde los Gerentes toman decisiones, donde los miembros de una organización ponen en práctica las estrategias. El diseño organizacional hace que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos; hacia el interior de su organización y hacia el exterior de su organización. Los conocimientos del diseño organizacional han ido

evolucionando. Al principio los procesos del diseño organizacional giraban en torno al funcionamiento interno de una organización. Las cuatro piedras angulares para el diseño de la organización son: La división del trabajo, la departamentalización, la jerarquía y la coordinación. Todas tienen una larga tradición en la historia del ejercicio de la administración. (Hopson, 2007)

1.3.2. Responsabilidad social y ética.

Precisamente la ética, respecto de las organizaciones, busca proporcionarles un fin social. Éste se compone de dos tipos de bienes: internos y externos. Los bienes internos son la actividad de la organización propiamente dicha es decir, la satisfacción de necesidades básicas. Los bienes externos son los comunes a todas las organizaciones: prestigio, dinero y poder. Una organización ética debe siempre buscar el equilibrio de manera adecuada en ambos tipos de bienes.

Por eso se dice que una organización puede actuar en varios niveles: si le da más importancia a los bienes externos que a los internos, entonces decimos que esa organización actúa de manera irresponsable, por ejemplo: cuando busca vender sus servicios o productos sin ofrecer la calidad ni las garantías necesarias para su aprovechamiento. La mayoría de las empresas a veces solo actúa con obligación social, es decir, cumpliendo solamente las normas impuestas por el Estado, siendo que las normas a veces no son suficientes para realizar acciones responsables.

Las empresas pueden tomar varios tipos de decisiones que coinciden con estos niveles como se indicó más arriba, y destaca que la mejor decisión que puede tomar una empresa es la pro-actividad. Es aquí cuando encontramos el enlace con la ética, ya que las organizaciones proactivas se anticipan a las demandas de la sociedad, ven más alto y actúan ofreciendo cantidad y confianza, invirtiendo recursos en sus bienes internos. Las utilidades luego son un

resultado necesario, debido a que la sociedad legitima este tipo de organizaciones. Confía en ellas y consume sus productos o servicios.

Muchos ejemplos de empresas que dicen actuar de manera responsable, en realidad no han cumplido con los niveles de expansión ética en ellas. Estos niveles son los grupos de interés vinculados a la organización y que varios autores coinciden en clasificarlos en el ámbito interno y en el ámbito externo. A veces sus acciones no contemplan los grupos de interés internos y externos a ellas; así, pueden pregonar normas de calidad, ayudar a la comunidad, pero no cumplen con sus trabajadores.

1.3.3. Marketing

Desde que el hombre existe se han producido numerosas relaciones de intercambio, desde las más simples como el trueque hasta las más complejas que existen hoy en día. Pero al mismo tiempo que evolucionaban estas relaciones, el término marketing también lo hacía. A finales de la década de los 70, el marketing estaba relacionado con las empresas de modo que su definición se limitaba a las relaciones de intercambio que se producían en el mercado. (Kotter, 2007)

Es decir, se limitaba a la idea de las transacciones de productos o servicios. A principios de 1969, Kotter y Levy proponen una nueva corriente de pensamiento que pretendía ampliar el marco de acción del marketing a todo tipo de organizaciones, con fines o no de lucro. De modo que el término marketing necesitaba un cambio. Lo que trataban de proponer es que el marketing no solo se limitara a las transacciones de tipo comercial, es decir, al intercambio de productos o servicios, sino que se incluyeran los intercambios de cualquier entidad de valor, tales como los sentimientos, las ideas, etc.

Pero ha sido en los últimos años cuando ha surgido una nueva idea, la preocupación por el bienestar social, de modo que la nueva definición de marketing actualmente es: un

mecanismo económico y social a través del cual los individuos ven satisfechos sus necesidades y deseos, a través de la creación y el intercambio de productos u otras entidades de valor.

El marketing interviene como herramienta de aplicación en la creación de centros médicos porque es un elemento fundamental de la relación de intercambio para satisfacer las necesidades de una población. El marketing trata de satisfacer las necesidades y deseos de los particulares y los grupos. Las necesidades expresan estados de carencia y los deseos son formas de satisfacer dichas necesidades. Las necesidades son limitadas y son innatas al ser humano, mientras que los deseos son limitados y vienen condicionados por la cultura. (Korzenny, 2008)

La demanda es un término relacionado con los dos anteriores y es el deseo de adquirir un bien determinado para el que se posee un nivel adquisitivo suficiente. El marketing puede influir de forma directa sobre la demanda y los deseos, pero no sobre las necesidades que son innatas a la condición humana.

La definición de marketing está relacionada con el intercambio no sólo de productos sino de cualquier entidad de valor, productos materiales, servicios como los de medicina estética, es una idea, una actividad. La utilidad no es más que una medida de la satisfacción. (Lovelock, 2007)

1.3.4. La Organización

Según CHIAVENATO, indica que: Es el establecimiento de la estructura formal de la autoridad, que integre, defina y coordine las subdivisiones de trabajo, en pos del objetivo buscado (CHIAVENATO, 2010). Una organización es un sistema ordenado que ayuda a una administración adecuada de los recursos, todo esto mediante la emisión de reglas y normas que permitan alcanzar los objetivos planteados.

Según Chiavenato: Una organización sólo existe cuando dos o más personas se juntan para cooperar entre sí y alcanzar objetivos comunes, que no pueden lograrse mediante iniciativa individual. (CHIAVENATO, Innovaciones de la Administración, 2010)

Considerando esta aclaración, se entiende el porqué de la finalidad de los centros médicos ambulatorios que va a ser el brindar servicios de bienestar a la comunidad, se realiza con el trabajo conjunto del equipo profesional y especializado para satisfacer la demanda de los servicios de salud de la demanda poblacional o del grupo en donde se enfoca dicha prestación de servicios.

1.3.5. El Proceso Administrativo

La administración es la principal actividad que marca una diferencia en el grado en que las organizaciones les sirven a las personas. El éxito que puede tener una organización al alcanzar sus objetivos y también al satisfacer sus obligaciones sociales depende, en gran medida, de sus Gerentes. El proceso de administración se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa y dirigir y contratar sus actividades.

El proceso administrativo está integrado por los siguientes elementos: Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control. Reyes, considera que todo proceso administrativo, por referirse a la actuación de la vida social, es de suyo único, forma un continuo inseparable en el que cada parte, cada acto, cada etapa, tiene que estar indisolublemente unidos con los demás, y que, además, se dan de suyos simultáneamente. (Reyes, 2007)

Muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

La administración es una de las actividades más importantes que realiza el hombre. Desde que nuestros antepasados empezaron a agruparse para cumplir propósitos que no podían lograr individualmente, en esta forma de administración nace como base y parte esencial para garantizar la coordinación de los esfuerzos individuales. A medida que fueron creciendo estos grupos dieron lugar en la sociedad a la aparición de los líderes o administradores de dichos grupos que se volvían más importantes. La administración adquiere relevancia cuándo no sólo la utilizan los grupos más grandes sino que está presente para impulsar a un grupo pequeño; simplifica el trabajo para establecer principios, políticas, para lograr mayor rapidez y efectividad en las actividades a realizar.

El proceso administrativo es la conjunción dinámica de funciones y elementos que permite al responsable de una unidad administrativa (cualquiera que ésta sea y de cualquier nivel), desarrollar adecuadamente sus tareas. Este proceso está integrado armónicamente por una serie de etapas, de pasos que se deben dar, los mismos que, aunque están secuencialmente claros, en la realidad formulan interrogantes constantemente. En toda institución es necesaria la administración porque sin ella la gente procedería por cuenta propia y trabajaría sin objetivos. (Hall, 1973)

1.4. La calidad en la prestación de servicios médicos privados

Los diferentes criterios sobre el desarrollo de los programas de salud tanto públicos como privados establecen una diferencia sustancial y que radica en que la empresa de salud privada busca la prestación de servicios priorizando la satisfacción general de los clientes. Si bien es cierto, que la formación base del médico y del personal que labora con él no siempre contempla ese punto como prioritario, será entonces la organización que representa a ese servicio el cual se encargue de fomentar la atención y mantener la calidad de dichos servicios a sus clientes para así satisfacer sus requerimientos.

Entonces la calidad del servicio a prestar siempre implicará una preocupación ya que el prestador del servicio, dentro del trabajo colectivo de fomentar por diferentes vías o formas el derecho a enorgullecerse de su trabajo para que el paciente pueda asumir su derecho de opinar e incluso optar por tratamientos alternativos o complementarios y tomar una decisión sobre lo necesario para su salud. Dentro de una organización de salud, la cantidad del servicio prestado no podrá jamás medirse por pruebas de laboratorio, ni por ninguna otra similar. Cuando la atención médica se convierte en un producto, la cantidad y calidad del mismo dependerá de la interacción entre el prestador y el cliente o usuario.

1.4.1 El consumidor en los servicios de salud

Un consumidor es toda persona natural e incluso jurídica que puede contratar, adquirir, utilizar o disfrutar un bien o servirse de un producto determinado, para lograr la respectiva satisfacción final del servicio a contratar. Esta entidad natural o jurídica, tendrá deberes y derechos, más que nada, cuando hablamos de un servicio de salud por sobre todas las cosas. El consumidor tiene derecho a:

- Tener acceso a variadas presentaciones, así como buen precio y calidad de un bien o servicio a adquirir.
- Buscar los medios para proteger su vida, salud e integridad cuando opta por un servicio determinado.

Son deberes del consumidor:

- El autocuidado, que consiste en propender por el bienestar de mi integridad física y mental, evitando riesgos para la salud.
- Tratar de adquirir la mayor información posible sobre propiedades, características o especificaciones y los costos sobre el bien o bienes ofertados,

así como también, poder asegurarnos de la calidad y garantías ofertadas para la contratación.

- Verificar los aspectos técnicos para una buena manipulación y manejo del producto o bien a conseguir.
- Ejercer sus derechos dentro de la norma o mecanismos puestos por la ley, evitando realizar denuncias temerarias que puedan ocasionar algún tipo de daño o perjuicio.
- Celebrar todas las transacciones de bienes ó compras de servicios dentro del mercado ecuatoriano o externo.

1.5 Los servicios de salud y las influencias sociales

A lo largo de la historia, los servicios médico hospitalarios han sido sometidos a fuertes influencias más que nada de tipo social, atendiendo las costumbres, creencias y cultura de las diferentes épocas que han evolucionado a la par del desarrollo del ser humano.

Al respecto, Toro nos plantea que desde el punto de vista organizacional, el desarrollo de los servicios ofertados ha evolucionado de diferentes formas: En la primera etapa, se encuentra la magia en la práctica. En la época egipcia o babilónica, los tratamientos ofertados se basaban en la aplicación de la magia, en la que obtener salud era un milagro y donde la purificación del ser humano era lo prioritario y la enfermedad era vista como un castigo incluso de índole social.

Luego pasamos a la etapa del cristianismo, donde el objetivo era impulsar atenciones y curaciones basado en influencias espirituales. A partir del siglo XVIII, se comenzó a ver una mayor administración estatal por parte del Estado dando prioridad a la tecnología y avances de la ciencia.

Por último, la participación económica de ciertos grupos siempre estará inmersa en el desarrollo de los servicios de salud, de hecho, en Ecuador ha tomado un auge relativo porque el nivel de inversión del Estado ha sido mayor, al punto que hoy en día se proyectan grandes edificaciones con la más alta tecnología.

1.6. Mercadotecnia de servicios de salud.

El poder evaluar un servicio por parte de clientes es algo difícil, ya que no es un bien que tenga atributos definidos y establecidos. Más bien, se pone de relieve la experiencia, el buen manejo y trato personal, es decir, cualidades valoradas después de haber consumido o prestado el servicio, esto, en relación a los clientes por supuesto.

Es muy importante, según lo afirmado por Lovelock, que la estructura gerencial pueda pensar en los procesos y en las diferentes situaciones que pueden aquejar a los clientes, y eso podrá ayudarnos a reconocer los beneficios extras que se pueden derivar del producto recibido. (Arellano, 2008)

Toro, en cambio, denota la presencia de una gran influencia de tipo neoliberal que también afecta al sector de la salud. En este punto podemos señalar dos elementos frecuentes o constantes: uno, el mercado como base o elemento de desarrollo económico y social, y dos, la primacía que ejerce el sector privado sobre el público. (Pimentel, 2010)

En este punto de vista se procede a destacar a la economía, poniendo al ser humano a un lado, como el propósito básico de toda organización que presta servicios de salud, constituyendo una amenaza a los objetivos principales de éstas instituciones. La salud pasará entonces a ser vista como una gran fábrica o industria de ideas y propósitos, capaces de recibir capital privado para ver proyectos desde fuera y dentro de una empresa y a la vista del público en general.

1.6.1. Estrategia de servicios en el sector salud privado

La estrategia formulada para vender un servicio deberá contemplar una orientación del esfuerzo de los involucrados en el proceso; también, hacia los beneficios de los enfermos y poder así identificar el valor del bien o servicio que se va a ofrecer logrando así captar la más alta percepción por parte de los clientes, sobre recibir un servicio con un elevado nivel de calidad estableciendo una clara diferenciación con las otras alternativas que pueden existir en el medio, y así, buscaremos la permanencia en sus mentes de necesidades futuras, y así podremos obtener éxito tanto en lo económico como en lo social.

En la programación de estos servicios habrá que hacer una diferenciación importante entre los servicios principales y los adicionales, los cuales ofrecen apoyo y agregan un alto valor a los contratos. Se puede apreciar como un servicio médico en el área de salud: el tratamiento clínico o la intervención quirúrgica lo cual se convierte en el servicio principal; sin embargo, existen los servicios secundarios ó adicionales que van a sumar comodidad y seguridad durante su internación, tales como: las instalaciones limpias y bien cuidadas / equipadas, el servicio telefónico, un buen televisor pantalla plana, la refrigeradora pequeña, la cama plegable para el acompañante lo cual resulta en elementos de alta importancia ante los ojos del cliente, dándole un alto valor de apoyo en base al servicio por el cual acude a nuestro Centro. La atención y preocupación por el cliente como fuente de satisfacción ante una labor bien hecha, es muy importante. Los pacientes requieren sentirse atendidos, bien tratados y escuchados, comprendidos y respetados, así contribuiremos a lograr la mejoría en su salud. (Arellano, 2008) (Pimentel, 2010)

1.6.2. Identificación de clientes y desarrollo de relaciones de marketing

Los consumidores se enfrentan a diario a la difícil situación de tener que tomar decisiones que abarcan una selección y/o adquisición de bienes o servicios, sometiéndose a cuestionar y responder preguntas sobre el qué, cómo y cuánto en referencia a lo que se

pretende adquirir. Las personas encargadas de la llamada inteligencia de mercado se dedican a investigar las razones por las cuales se realizan las compras para saber el por qué, dónde, en qué cantidad, tratando de justificar el deseo de adquirir uno u otro bien; sin embargo, no es fácil conocer la razón por la cual se desarrolla la conducta de compra del consumidor. Altbrecht refiere que si un personal se presta para brindar algún tipo de servicio de la salud, este deberá ser capaz de mantener la atención necesaria sobre las necesidades ó requerimientos del cliente; en los problemas de salud y requerimientos de las personas, que tengan un muy alto nivel de sensibilidad y atención, creando un favorable ambiente que influya en el hecho de que dicho paciente sienta que se está muy pendiente de cubrir sus necesidades partiendo de su buena atención, competencia, buen trato y puntualidad, y poder así cubrir todos sus requerimientos. (Horovitz, 2009)

1.6.3. Motivos que influyen en la decisión de compra de un servicio

Existen diferentes tipos de modelos o patrones que intentan explicar de alguna manera el comportamiento del consumidor previo a la toma de alguna decisión. Algunos de ellos se focalizan de manera especial sobre la forma como los consumidores de tipo individual alcanzan a llegar a elecciones de marcas, otros nos enseñarán una atención particular hacia múltiples factores que presentarán una especial atención a los factores que van a influenciar cualquier contribución de la familia a una decisión de compra; el llamado servicio de hotelería hospitalaria es muy apetecido el día de hoy, en todos los estratos económicos, aunque estos difieren enormemente en los sus precios lo cual se convierte en una debilidad. Tal vez un porcentaje no muy representativo lo perciben como muy bueno por desconocimiento en su real utilidad, pero, siempre podremos ver a los clientes confiar en el centro médico u hospital al cual acuden a solicitar servicios. (Garcia, 2009) (Varo, 2007)

1.7 Ciudad de los servicios médicos

Es importante tener en cuenta, que ante un modelo industrializado de calidad, el cliente siempre será el juez o voto dirimente, y dicha calidad, como lo comenta Toro, será una respuesta a deseos, expectativas y por supuesto, necesidad, para lograr así alcanzar la satisfacción, confianza y fidelidad sobre su servicio necesitado. (Pimentel, 2010)

Es de extrema importancia tener muy en cuenta la satisfacción del cliente interno, es decir, el constituido por el personal que ofrece y da el servicio, ya que de ésta manera se podrán sacar los mejores esfuerzos para lograr la satisfacción del cliente exterior.

Entonces es prioritario asegurar el hecho de que cada paciente pueda recibir el abanico de servicios diagnósticos y terapéuticos más adecuado, donde la atención sanitaria óptima sea el resultado de una buena implementación de un servicio de alta calidad, teniendo en cuenta todos los factores y elementos, los conocimientos del paciente y del servicio médico, y así poder lograr el mejor índice de eficiencia y calidad. (Pimentel, 2010) (Vuori, 2006)

Antiguamente, la gestión de control de calidad se regía al cumplimiento de las normas y reglamentos establecidos desde la Gerencia respectiva; hoy en día esa gestión se maneja muy apegada a los deseos y anhelos de nuestros clientes para poder recibir atención de calidad.

1.8 La calidad asistencial, el costo, el valor y el beneficio

Kotler y Armstrong refieren que los clientes a veces no juzgan los valores y los costos de un producto de manera objetiva, sino según el valor pactado. De hecho, Vuori consideró que el costo y la calidad están íntimamente relacionados, dando lugar a una U invertida. Al empezar el esfuerzo para lograr el mejoramiento de la calidad, los costos de dichos programas eran más económicos, pero el costo marginal aumentaría gradualmente,

hasta lograr un nivel de crecimiento, dando lugar incluso, a una disminución de la calidad. (David, La matriz Foda, 2008)

Vuori estableció unas probables causa de ésta disminución: La comunicación ineficiente o mínima y la cooperación entre los profesionales, las iatrogenias asociadas; la estrategia del marketing se enfocará en las mejoras que se puedan aplicar al producto de forma con relativa frecuencia para que los clientes no juzguen los valores y los costos de manera precisa ni objetiva. Pueden actuar de manera individual, lo cual implica hablar con el sujeto en su hogar u oficina, etc. La forma que adoptan nos lleva a que los consumidores prefieren productos que estén al alcance, disponibles y son muy costeables. Los clientes no suelen juzgar los valores y costos del producto de manera precisa u objetiva. De la misma forma, cuando el médico decide aplicar múltiples estudios diagnósticos, eso podría implicar una mayor estancia hospitalaria, exámenes de laboratorio re-confirmatorios para un diagnóstico ya establecido; eso va a implicar que ciertos costos que no agregan valor a la calidad del servicio, sino que además colocan al paciente frente a potenciales riesgos perjudiciales para su salud y como causa adicional, van a acrecentar los costos. (David, La Visión versus la Misión., 2008) (David, La matriz Foda, 2008)

1.9 Los ocho principios de la gestión de calidad

1. Enfoque en el cliente:

En la actualidad, las empresas u organizaciones dedicadas a la prestación de servicios de la salud, se comprometen a entender las necesidades actuales y futuras de sus pacientes, en una constante lucha por superar sus diferentes expectativas. El cliente no será sólo un consumidor, sino también un usuario tanto de productos como de servicios. El trabajo irá centrado en lograr el mejor manejo de las necesidades de los pacientes, deberá ser evaluado de manera periódica para lograr así identificar las oportunidades e incluso riesgos.

2. Liderazgo:

Los principales directivos de una empresa se encargan de organizar coherentemente los objetivos de la organización; tendrán que crear una excelente atmósfera interna lo cual logrará que los empleados se comprometan con los objetivos de la empresa. El lograr estos objetivos va a permitir que se tomen en cuenta la necesidad de los involucrados para lograr formalizar una visión clara con objetivos que satisfagan a todos.

3. Compromiso de las personas:

Los empleados tendrán que comprender que jugaran un rol importante en la organización y que están involucrados en el proceso de establecer objetivos y elementos de motivación para sí mismos. Todas sus habilidades deberán ser objeto de valoración regular y siempre acudir a diferentes tipos de capacitación. Por otro lado, es importante permitirles que se puedan autoevaluar como también revisar la de sus superiores por su relación laboral.

4. Enfoque del proceso:

Los resultados eficaces se dan cuando las acciones y recursos son administrados de una manera uniforme. Por ende, las actividades para lograr el resultado tendrán que presentarse como procesos; el poder reconocer dichas actividades es más fácil cuando se comprometen todas las partes involucradas.

5. Enfoque del sistema de administración:

Una de las formas en que las organizaciones puedan mejora e incrementar su eficacia es saber comprender y administrar los procesos. La idea de este principio es radica en entender que el acto de estructurar y documentar claramente un acciona esto va a contribuir con los objetivos de la organización y permiten mejorar su efectividad y eficacia.

Esto debe llevar a la formalización de un sistema de gestión de calidad claramente documentado, el cual permitirá capacitar o informar a los participantes necesarios de una manera puede ser esencial para asegurar que todos cumplan con este paso.

6. Mejoras continuas:

La mejora continúa con la implementación de nuevas técnicas y formas de manejo con los clientes será un factor de permanente preocupación para una empresa; hay que controlar los procesos y analizarlos de manera cíclica.

7. Enfoque de toma de decisiones basado en hechos:

Las decisiones eficaces se apoyan en el análisis de datos e información tangible. Esto implica en saber realizar un análisis detallado que consiste en tomar decisiones basadas en la información basada por la experiencia y la intuición. Esto contribuirá de tal forma que las personas podrán conocer la forma en que se podrán tomar las decisiones.

8. Relaciones con proveedores de beneficio mutuo:

La empresa y sus proveedores serán independientes pero mantienen entre sí una relación de beneficio mutuo, que permita conciliar logros dentro de un tiempo determinado. Por esto, una organización debe comprender los intereses o inquietudes de sus socios, el saber definir sus obligaciones dentro del contrato y evaluar regularmente su desenvolvimiento. Cuando este principio se aplica de manera adecuada, una organización ó empresa podrá mejorar notablemente su relación con los proveedores con respecto al tiempo convenido y por el costo total.

1.10 Marco legal

Todo negocio planificado a laborar en la ciudad de Guayaquil o en cualquier lugar del Ecuador, debe cumplir con un sinnúmero de requisitos legales que son normativas, en

relación al campo de la salud ciudadana, elaboradas e impuestas por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA- y que son respaldadas por ciertas normativas reflejadas en la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Salud. La Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 359, manifiesta que “El sistema nacional de salud comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos, acciones y actores en salud; abarcará todas las dimensiones del derecho a la salud; garantizará la promoción, prevención, recuperación y rehabilitación en todos los niveles; y propiciará la participación ciudadana y el control social”. (www.controlsanitario.gob.ec, 2015) Según la Ley Orgánica de la Salud, en su artículo 130, refiere que “los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario”. (subsecretaría de control y aplicaciones nucleares, 2013) Los permisos de funcionamiento son normativas que se aplican a diferentes tipos de establecimiento y no están limitados al sector de la salud sino también a nivel municipal. En ambos casos su renovación es de carácter anual y su costo no representa valores imposibles de cubrir, pero son normativas que habrá que seguir. De hecho, nuestro proyecto será producto de la construcción de una edificación, por lo cual, implica la necesidad de solicitar el respectivo permiso de obra física al municipio como también se deberá presentar el proyecto al MSP (Ministerio de Salud Pública) para que este pueda avalar lo planificado y otorgue el visto bueno para proseguir con la obra. El permiso del cuerpo de bomberos se ha convertido en los últimos años en un requisito indispensable para mantener y proseguir con la edificación de una obra física e incluso es un requisito de renovación anual que hay que cubrir para poder optar por la renovación del permiso de salud y municipios. Una vez realizado estos primeros pasos, podremos seguir preparando la base legal de compañía para conseguir nuestro registro único de contribuyentes (RUC) lo cual nos permitirá facturar de la manera correcta. Un permiso

adicional que se tendrá que solicitar obligatoriamente, será el dirigido a la Subsecretaría de Control y Aplicaciones Nucleares – SCAN -, para poder tener y maniobrar un equipo portátil de rayos x en el Centro Médico a construir.- Normalmente éstas dependencias estatales como el MSP, ARCSA y SCAN, se manejan con formularios que se los puede obtener a través del internet lo cual hace más fácil realizar dichos procesos.

El Centro Médico como tal, estará representado por un empresa legalmente constituida y registrada en la Superintendencia de Compañías del Ecuador.- Estará legalmente representada por su Gerente General y tendrá un Presidente que será el segundo al mando; estos cargos serán manejados por los dos principales accionistas y su cargo tendrá una duración de 5 años renovables si el resto de la plana directiva así lo dispone. El organigrama de la empresa y sus accionistas lo podemos revisar en la figura 1.

En resumen, en el trayecto de este capítulo hemos realizado unas cuantas revisiones inherentes a diferentes conceptos. Uno de ellos, es la definición de Centro Médico según la tabla del Sistema Nacional de Salud vigente la cual califica a las diferentes Instituciones según el rango de especialidades, niveles de atención y complejidad. Nuestro Centro médico es un centro de Especialidades tipo II-2, segundo nivel de atención y primer nivel de complejidad.- Lo cual, permite y obliga a cada miembro de una Institución de salud laborar dentro de sus respectivas áreas y con sus respectivas responsabilidades. Así mismo realizamos un análisis esquemático de la forma como podríamos constituirse el Centro Médico, estableciendo las necesidades de departamentos administrativos de diferente nivel y sus respectivos directores. Se estableció el concepto de Estética así como también presenté un detalle de los procedimientos estéticos ambulatorios faciales, corporales y los que se enmarcan dentro de las cirugías menores y mayores ambulatorias, los cuales ponen por delante las grandes ventajas existentes frente a un centro de gran jerarquía, disminuyendo

costos hospitalarios, grados de ocupación, y probables infecciones todo en pro de la comodidad del paciente.

También se analizó lo que viene a definirse como diseño organizacional del Centro Médico, estableciendo los parámetros de responsabilidad social y ética, y colocando al marketing como una gran herramienta de ayuda hoy en día.

El tipo de servicio a prestar a nuestros eventuales clientes/pacientes deberá estar orientado siempre a la correcta utilización de los servicios médicos prestados, valorando su presencia y enfatizando en su derecho como consumidor a acceder libremente a bienes y servicios de calidad tomando en cuenta el liderazgo de la empresa, su enfoque y compromiso con los clientes/pacientes, además de estar comprometido con la mejora continua de los servicios prestados. Se procedió finalmente a presentar el marco legal referente previo a la construcción y puesta en funcionamiento del Centro Médico y de la empresa que lo representará.

CAPITULO II

MARCO METODOLOGICO

En este capítulo, se procederá a realizar una investigación de campo que ayudará a determinar el número de personas que estarían en condiciones de visitar y adquirir los servicios del Centro Médico Estético, así como también, la frecuencia con que acudirían por los tratamientos que brindará el Centro como son los servicios de: tratamientos estéticos ambulatorios, Nutrición, Cirugía plástica y Cosmetología, entre otras, mediante un previo diagnóstico por los profesionales de cada una de las especialidades, que están a cargo de cada servicio.

2.1 Identificación del servicio.

Los servicios de salud en medicina estética, serán servicios que van a requerir la intervención de un profesional de la medicina graduado y titulado, para lo cual se realizaran procedimientos con fines claramente establecidos y probados a nivel mundial. La medicina estética es una nueva especialidad de técnicas y procedimientos que combina diversas áreas como dermatología y cirugía plástica. Cabe destacar que la belleza exterior comienza por el bienestar interior, que conjuga en el brillo del pelo, la suavidad del cutis, en el cual intervienen factores como el cuidado exterior, la alimentación, la dieta, el estado de ánimo, la autoestima que tenga de sí mismo el individuo. Cada vez vemos más especialistas en estos tratamientos que han sabido interpretar este mensaje y se han especializado en la belleza, partiendo del cuidado integral de la persona.

2.2 Diseño del muestreo y mercado meta.

Se realizó la determinación de la muestra y se efectuó un tipo de investigación descriptiva, sobre realidades y hechos presentes, el diseño de la investigación no

experimental, y de tipo longitudinal, es decir de la misma población en diferentes momentos. El diseño del marco de muestra será de tipo cualitativo y cuantitativo. Hay la creencia de que ambos enfoques utilizados en conjunto van a enriquecer la investigación que realizamos; los dos enfoques tienen 5 fases:

- 1.- Llevan a cabo observaciones y evolución de fenómenos.
- 2.- Establecen supuestos como resultados de la observación y evaluación realizadas.
- 3.-Prueban y demuestran, el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamentación.
- 4.- Revisan estas suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o análisis.
- 5.-Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar, y/o fundamentar las suposiciones e incluso generar otras.

La recolección y análisis de datos permitirá contestar preguntas de investigación y realizar un conteo estadístico numérico, y así se podrá lograr el enfoque cuantitativo de nuestro trabajo. El enfoque cualitativo versará en un estudio de recolección de datos sin presentar descripciones y observaciones a las preguntas e hipótesis.

Para el trabajo en la zona norte de la Ciudad de Guayaquil, se realizó una investigación con el más alto grado de interpretación que será dirigido a preguntar a los potenciales pacientes como pregunta de entrada: qué piensan de los servicios de salud del sector? Algunos de estos servicios se los realizarán mediante sesiones, las mismas que con previa cita y dependiendo del servicio requerido por los pacientes, se les recomendará el tratamiento sin olvidar que estos servicios son recomendados para mayores de 18 años sin importar género; para el pago de estos servicios se brindará alternativas ya sea en efectivo y/o tarjetas de crédito y plan acumulativo.

Según datos obtenidos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el último censo poblacional, hemos dirigido nuestro mercado meta mayormente a pacientes de género femenino (total 1.192.694 mujeres) sin ser excluyentes con los hombres (total 1.158.221 hombres), ya que son las que están en capacidad de adquirir nuestro producto con mayor frecuencia e interés. Se procedió a realizar el modelo de encuesta con preguntas que fueron aplicadas en sitios considerados estratégicos por el alto movimiento de personas a toda hora(área de centros comerciales en la ciudadela Kennedy; sector bancario de la Kennedy Norte en la avenida Francisco de Orellana; en la zona bancaria de la Alborada en la Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur y en el sector conocido como la Garzota, específicamente en la zona circundante a sus centros comerciales) en la zona urbana norte de la ciudad de Guayaquil. El obtener información de diferentes personas nos permite obtener un abanico de posibilidades lo suficientemente amplio como para obtener información suficiente sobre gustos y preferencias, algo que pesa bastante al momento de elegir un Centro buscando un tratamiento. Es decir nuestro mercado meta será aquel paciente de 18 años o más que busque una atención de calidad, que resida dentro de las áreas especificadas anteriormente y que esté dispuesto y deseoso, de recibir servicios de calidad. (www.negociosgt.com, 2014)

2.4.1. Instrumento de Investigación

Para conocer y establecer las necesidades, situaciones del centro de médico de procedimientos estéticos, se procedió a realizar una investigación descriptiva y exploratoria con el objetivo de recopilar información preliminar que ayudará a definir los problemas y a sugerir soluciones.

2.4.2 Encuesta

En el Apéndice 002 se muestra el modelo de la encuesta realizada a los usuarios que habitan por los alrededores de la Kennedy Norte y cercanos al centro médico.

2.4.4 Definición de Variables

En todo proceso de investigación es necesario identificar las variables que forman parte de la encuesta; en este caso se utiliza variables cualitativas y cuantitativas tal como se resume en la tabla siguiente:

Tabla No. 1 Variables de investigación

VARIABLES	TIPO
Calidad de servicio	Cualitativa
Cantidad de personal	Cuantitativa
Cantidad de prestaciones	Cuantitativa
Infraestructura adecuada	Cualitativa

1.- Calidad de servicio.- en esta variable se evalúa la percepción que tiene el usuario al trato que recibe por parte del personal del centro médico.

2.- Cantidad de personal.- en esta variable se evalúa la cobertura de profesionales para cada área de acuerdo a los servicios que ofrece el Centro y la demanda latente.

3.- Cantidad de prestaciones.- en esta variable se evalúa las prestaciones y demandas existentes en la comunidad.

4.- Infraestructura adecuada.- en esta variable se evalúa la funcionalidad. Del espacio físico con que cuenta el centro de médico para la prestación de los servicios.

2.4.5. Población y muestra

Población.- El universo de la investigación está conformado por la población de las ciudadelas:

- Cdla. Kennedy Norte
- Cdla. Kennedy

- Cdla. Alborada

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo, esta población está segmentada por los niveles de ingreso económico medio, medio alto y alto. La población que será tomada en cuenta como rango, será menor a 100.000 habitantes, es decir un universo de tipo finito, y utilizaremos la sgte fórmula para el cálculo de nuestra muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot Np \cdot P \cdot (1-P)}{(Np-1) \cdot K^2 + z^2 \cdot P \cdot (1-P)}$$

n: es el tamaño de la muestra de la población.

Np: Tamaño de la población objeto de estudio, en este caso sería 79.000 habitantes, número escogido debido a la distritalización que ocurrió después del último censo registrado por el INEC..

K: Es el error de la muestra o máxima diferencia que estamos dispuestos a admitir entre la población de muestra y la proporción poblacional al nivel de confianza que en este caso se ha fijado en 0,05%.

Z: Número de unidades de desviación típica en una distribución normal que va a producir un nivel de confianza que en este caso sería 95% Z, va ser igual a 1,96.

P: Es la proporción de individuos de la población que cumpla con una determinada característica.

1-P: Es la probabilidad de que un individuo de la población que no cumplan con la característica determinada en nuestra investigación.

Solución de la ecuación para obtener las encuestas a realizar:

$$(1,96)^2 \cdot (79.000) (0,5) (1-0,5)$$

$$n = \frac{\dots}{\dots}$$

$$(79.000-1) \cdot (0.05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (1-0,5)$$

$$n = 382(\text{personas})$$

El diseño de investigación será no experimental, es decir no manipula deliberadamente las variables estudiadas, pero sí observan fenómenos tal y como se dan en su contexto actual y en diferentes momentos. El procedimiento del muestreo será no probabilística, pues decido de manera aleatoria o consciente que elementos voy a incluir.

Las técnicas de recolección de datos serán con los cuestionarios y vamos a registrar los datos en forma mecánica. Utilizaremos el modo de encuestas con un cuestionario impreso para obtener respuestas y que el consultado llenará por sí mismo y sin que intervenga el investigador. Se registrarán los datos en forma manual.

El tipo de preguntas serán abiertas es decir la encuestada contesta con sus propias palabras y que no sugiera respuestas. Luego establecemos el análisis para formar grupos o categorías lógicas y útiles (es decir clasificarlas) con vistas a formar tablas y gráficos.

Las técnicas utilizadas en esta tesis fueron: la entrevista, la encuesta y la lluvia de ideas para así poder conocer la calidad de atención que ofrece este centro en el sector de la Kennedy.

2.4.6. Resultados obtenidos de las encuestas

En la encuesta realizada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, se obtuvo información de diferentes personas la cual que fue debidamente codificada e ingresada a una base de datos utilizando el paquete estadístico SPSS versión 19.0 para su procesamiento. El análisis estadístico se hizo describiendo cada variable de estudio, determinando sus

frecuencias y luego se estableció una relación de variables utilizando el estadístico de Chi2 con una relación de dependencia significativa cuando el valor de p es <0.05 . El Chi2 (Chi cuadrado) nos permite determinar si existe una relación entre dos variables categóricas. Es necesario resaltar que esta prueba nos indica si existe o no una relación entre las variables, pero no indica el grado o el tipo de relación; es decir, no indica el porcentaje de influencia de una variable sobre la otra o la variable que causa la influencia. (SPSS FREE, 2015)

Pregunta N° 1

1.- ¿Es usted o ha sido Ud, cliente de un Centro Médico Estético?

SI	69%
NO	17%
NS-NR	14%

Fuente: Encuestas aplicadas

En el ítem 1, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 69%, si han acudido a un centro médico estético; el 17% no; el 14% era indiferente, sobre si es o no un cliente de un centro médico estético. En este último punto, es muy común encontrar personas que prefieren omitir una asistencia habitual o eventual a dichos centros y dicha reacción o contestación fue de la mano con las características propias de nuestra población.

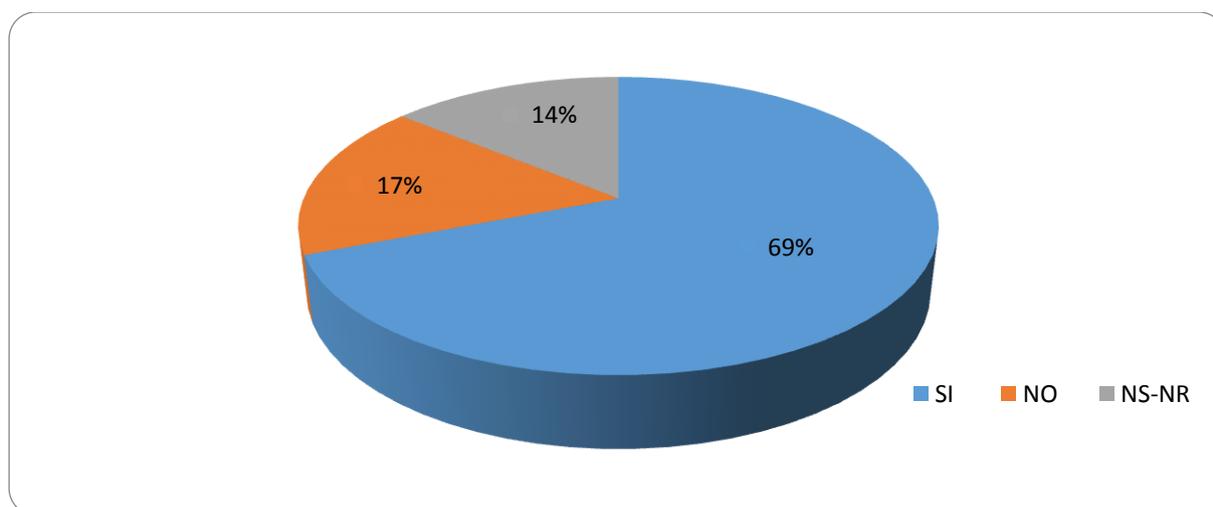


Figura 2 Resultado de Encuesta 1

Pregunta N° 2

2.- Que significa para Ud un Centro Médico Estético?

Un hospital	9%
Un centro médico pequeño	40%
Un hospital del día	8%
No tiene idea de que es un centro médico estético ambulatorio	19%
Otros	24%

Fuentes: Encuestas aplicadas

En el ítem 2, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 9%, consideran que es un hospital; el 40% piensan en un centro médico pequeño; el 8% piensan en un hospital del día; el 19% no tienen una idea clara de lo que es un centro médico estético ambulatorio y el 24% respondieron otro tipo de apreciaciones sobre el tema.. En este caso, no hay una adecuada información general sobre lo que es un centro médico, su capacidad y sus rangos de acción. El objetivo aquí, será de promover la imagen de un lugar donde, si bien es cierto primará lo estético, se brindará también medicina integral en varios aspectos.

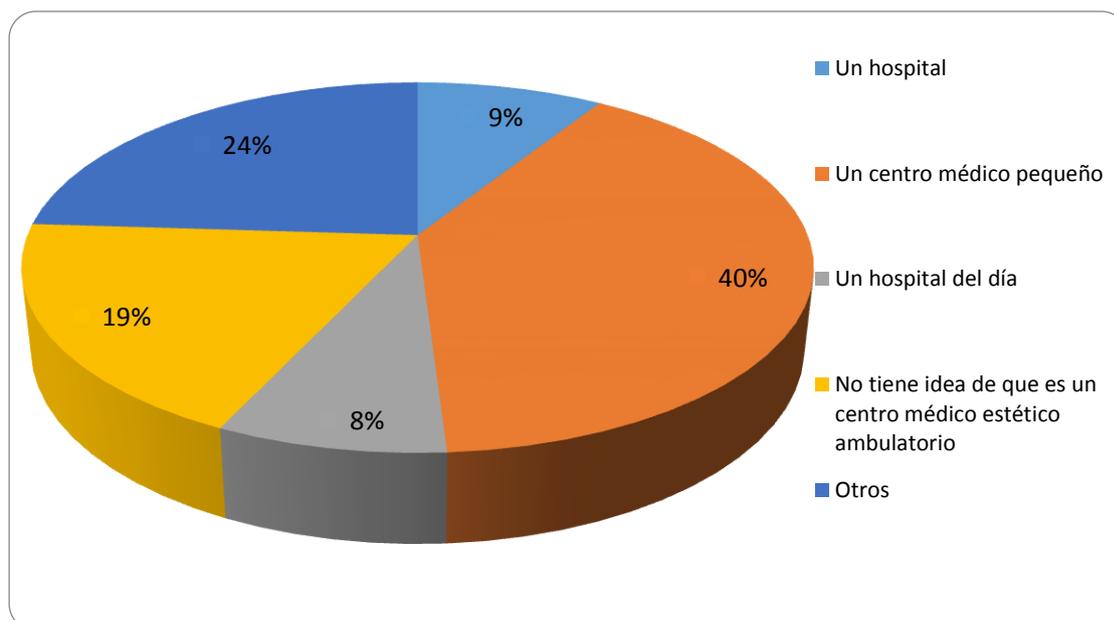


Figura 3 Resultados de Encuesta 2

Pregunta N° 3

3.- ¿Usted acudiría a un Centro Médico Estético?

SI	51%
NO	30%
NS-NR	19%

Fuentes: Encuestas aplicadas

En el ítem 3, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 51%, si visitarían un centro médico estético; el 30% no; el 19% era indiferente, sobre si es o no un cliente de un centro médico estético. Las respuestas a ésta pregunta en realidad van de una manera general tratando de crear curiosidad entre los eventuales pacientes o encuestados sobre los servicios que se piensan ofrecer.

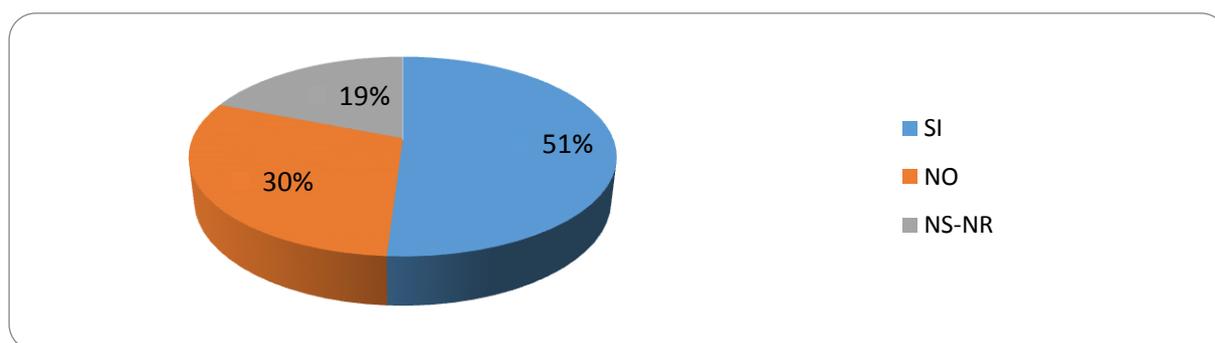


Figura 4 Resultado de Encuesta 3

Pregunta N° 4

4.- ¿Cómo cree Ud que serían las tarifas por servicios en el Centro Médico Estético?

Altas	17%
Bajas	52%
Muy Bajas	16%
NS-NR	15%

Fuentes: Encuestas aplicadas

En el ítem 4, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 17%, si pagarían tarifas altas de un centro médico estético en esta zona; el 52% serian tarifas bajas; el 16% muy bajas y 15% le era indiferente, sobre las tarifas de un centro médico estético. Esta pregunta trata de darnos una idea de cómo ubica la gente común a un centro de ésta categoría en cuanto a costos. Hoy en día, estos centros médicos estéticos ofrecen sus diferentes gamas de servicio a precios muy accesibles, con planes de financiamiento diferentes y al alcance de todos los estratos.

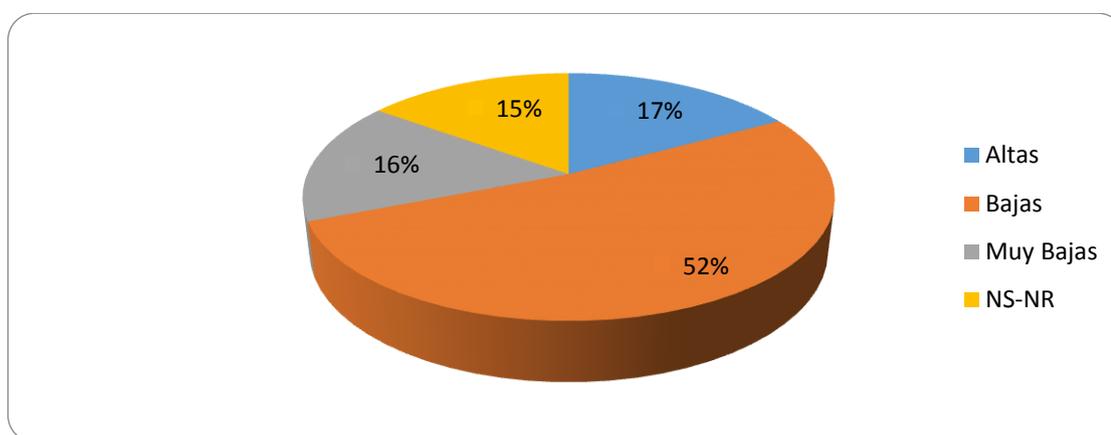


Figura 5 Resultado de Encuesta 4

Pregunta N° 5

5.-¿Considera usted que existiría alguna dificultad para solicitar una consulta?

SI	22%
NO	74%
NS-NR	4%

Fuentes: Encuestas aplicadas

En el ítem 5, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 22%, si sobre la dificultad de separar citas en un centro médico estético; el 74% no; el 4% era indiferente, porque sería privado el centro médico estético. La concepción sobre la dificultad de poder separar una cita es relativa, ya que normalmente se ofrecen paquetes bajo el sistema de todo

incluido lo cual facilita la organización y realización de uno o varios tratamientos para el esquema de citas pre-fijadas.

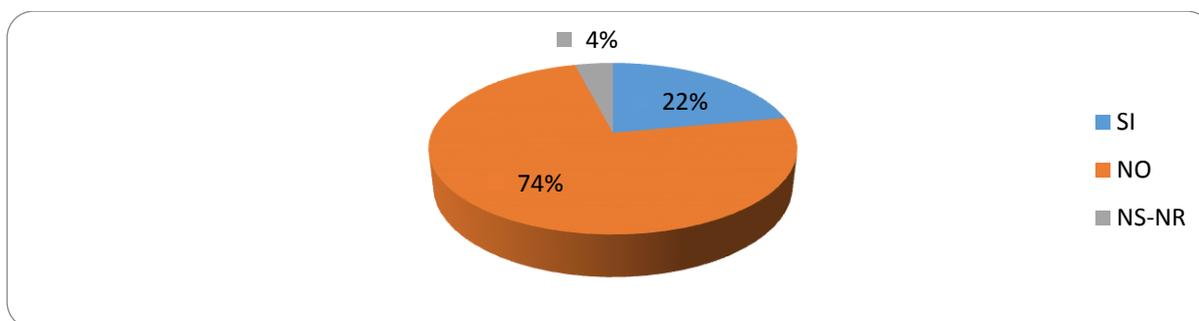


Figura 6 Resultado de encuesta 5

Pregunta N° 6

6.- ¿Para usted la atención prestada por el personal médico y paramédico del Centro Médico, debería ser?

Muy agradable	67%
Agradable	21%
Poco agradable	7%
Nada agradable	5%

Fuentes: Encuestas aplicadas

En el ítem 6, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 67%, atención del personal profesional del Centro Médico Estético debe ser muy agradable; el 21% agradable; el 7% poco agradable y el 5 % nada agradable. El personal que labora en una empresa como ésta, debe ser entrenado en cuanto a calidez y calidad de atención. La atención al clientes es primordial para el desarrollo de nuestro centro médico, ya que su forma de ser y don de colaboración serán puestas a prueba cada día con la visita subsecuente de pacientes más exigentes.

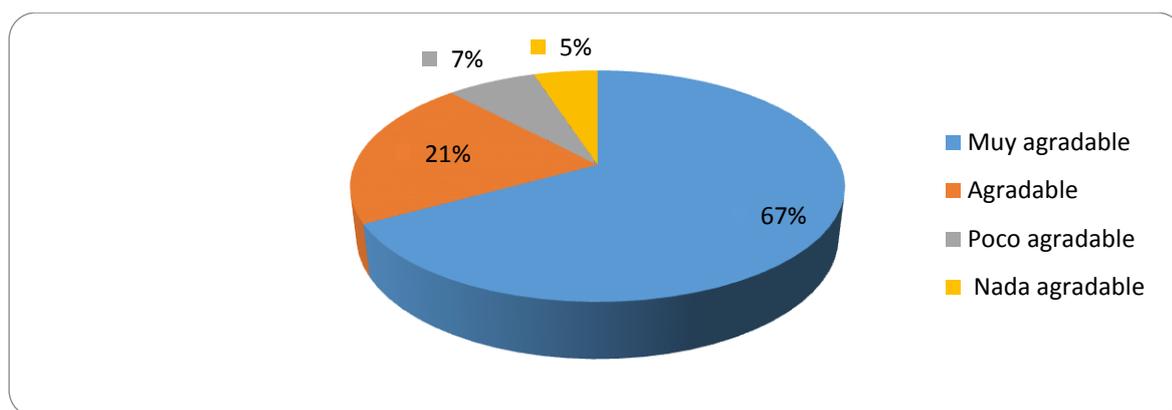


Figura 7 Resultado de Encuesta 6

Pregunta N° 7

7.- ¿ Para usted, el centro médico estético ambulatorio debería brindar los siguientes servicios:

Procedimientos estéticos, laboratorio clínico y medicina en general	47%
Solo procedimientos estéticos quirúrgicos, ambulatorios y hospitalización	26%
Procedimientos estéticos ambulatorios, ciertos quirúrgicos y medicina en general	27%

Fuentes: Encuestas aplicadas

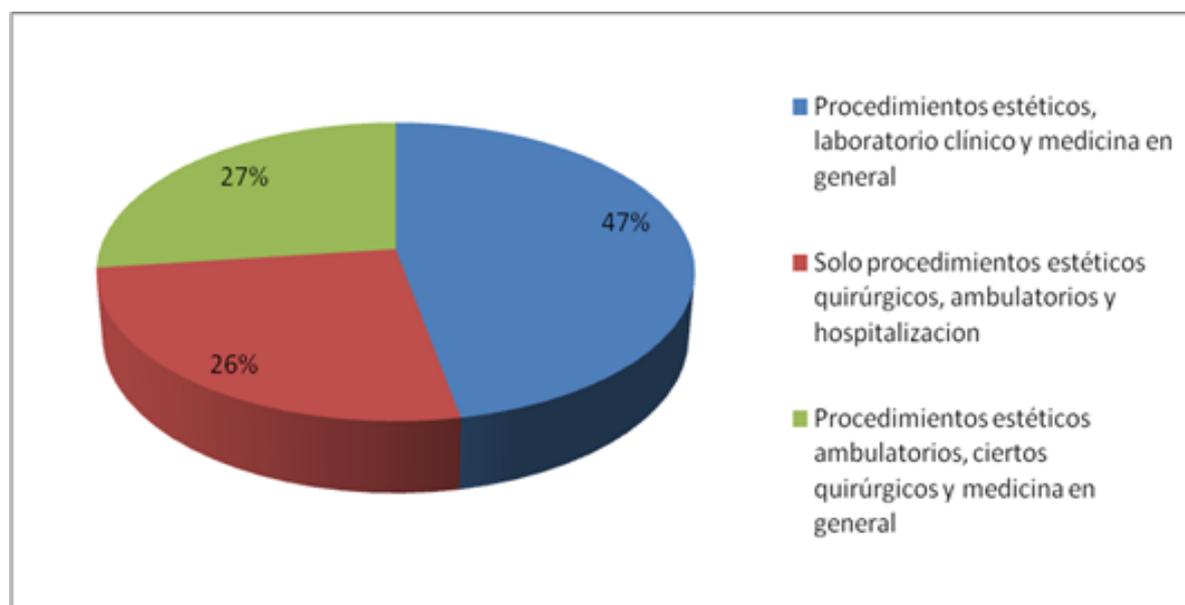


Figura 8 Resultados de Encuesta 7

En el ítem 7, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 47%, sobre los Procedimientos estéticos, laboratorio clínico y medicina en general; el 26% Solo procedimientos estéticos quirúrgicos, ambulatorios y hospitalización; el 27 % Procedimientos estéticos ambulatorios, ciertos quirúrgicos y medicina en general, del Centro Médico Estético. Las respuestas de la presente encuesta reflejan la necesidad de que nuestro Centro Médico sea integral, es decir, priorizamos lo estético o plástico, pero no dejamos de lado la Medicina en general. Por eso nuestros servicios serán completos, con atención médica general y de especialidades y nuestro servicio de laboratorio y quirófanos bien preparados para cualquier adversidad y necesidad.

Pregunta N° 8

8.- ¿Qué aspectos considera prudentes y necesarios en la presentación y/o vestimenta de los empleados del Centro Médico Estético?

Pulcritud, haciendo ímpetu en los detalles, utilizando sus uniformes característicos	65%
El uso del mandil sobre todas las cosas	13%
Es una institución médica que sabrá poner sus lineamientos en cuanto a vestimenta	22%

Fuentes: Encuesta aplicada

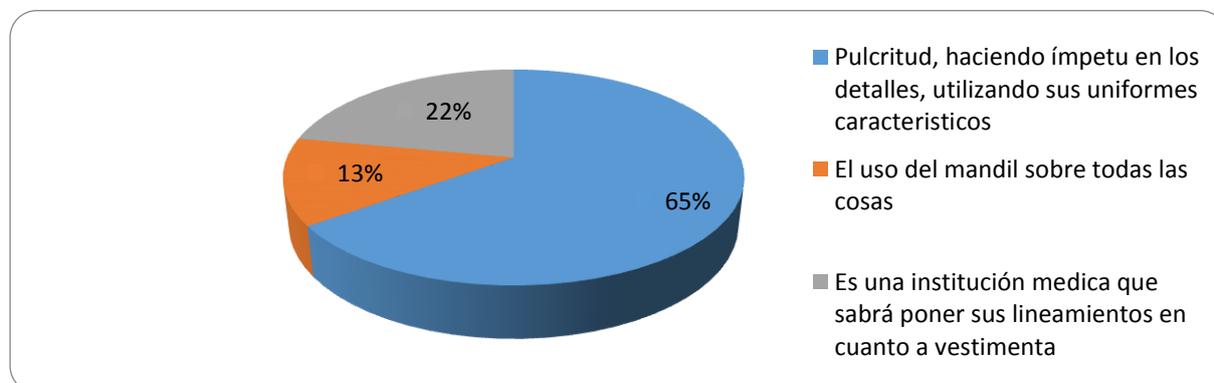


Figura 9 Resultados de Encuesta 8

En el ítem 8, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 65% haciendo énfasis en la pulcritud y buen uso de sus uniformes; 22% opina que la institución como tal de poner sus lineamientos respectivos debido a la naturaleza del lugar y el 13% el simple uso de un mandil. Sin desmerecer nuestro trabajo, este ítem es hasta cierto punto lógico. Ningún trabajo que tenga relación con el área médica puede carecer de limpieza y pulcritud. Nuestro Centro tendrá su identidad propia y por ende su personal acudirá a sus labores respectivas portando sus uniformes respectivos y con el más alto orden y pulcritud.

Pregunta N° 9

9.- ¿En cuanto a higiene, las instalaciones y adecuaciones Centro Médico Estético tienen que ser?

Muy impecables, priorizando detalles estéticos y ambiente	45%
Impecables, pero limitados al uso diario del mismo sin mayor impetu	16%
Como todas las instituciones de salud	39%

Fuentes: Encuestas aplicadas

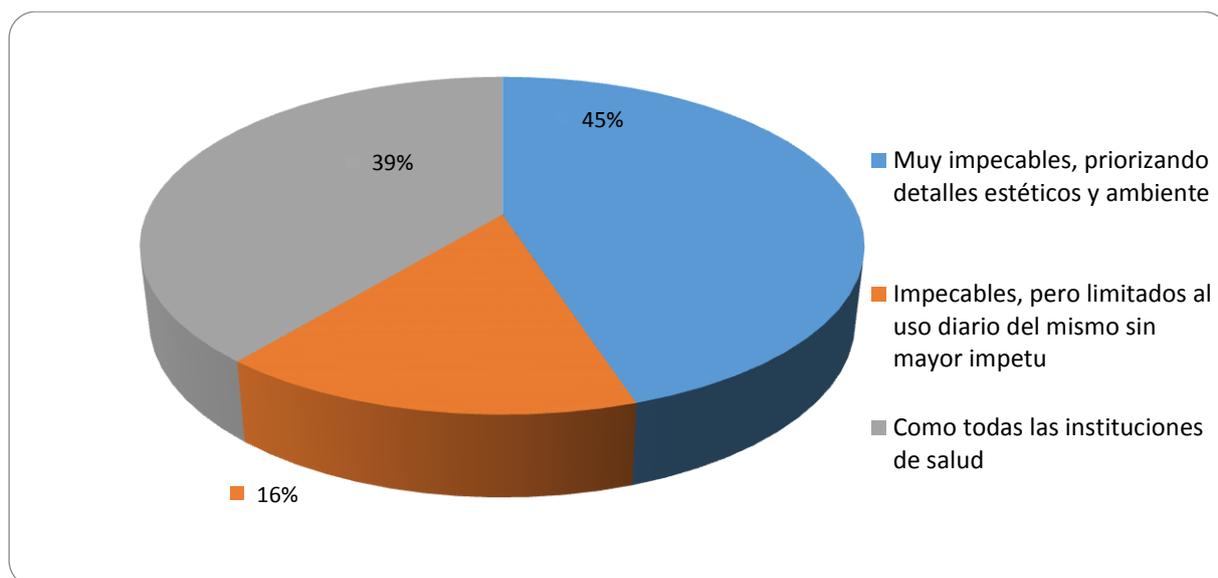


Figura 10 Resultados de Encuesta 9

En el ítem 9, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 45%, solicito priorización de la estética y los detalles; un 39% se refirió a mantener el estilo de las Instituciones salud en general; 16% limitados al uso diario e impecable, pero sin mayor observación. Creo que la respuesta otorgada por el 45% de los encuestados más las puntualizaciones que hice en la anterior encuesta, no necesitan de mayor análisis.

Pregunta N° 10

10.- ¿Qué clase de servicios le gustaría recibir en el Centro Médico Estético?

Tratamientos corporales	43%
Tratamientos Faciales	14%
Cosmetológicos	22%
Tratamientos quirúrgicos	6%

Fuentes: Encuestas aplicadas

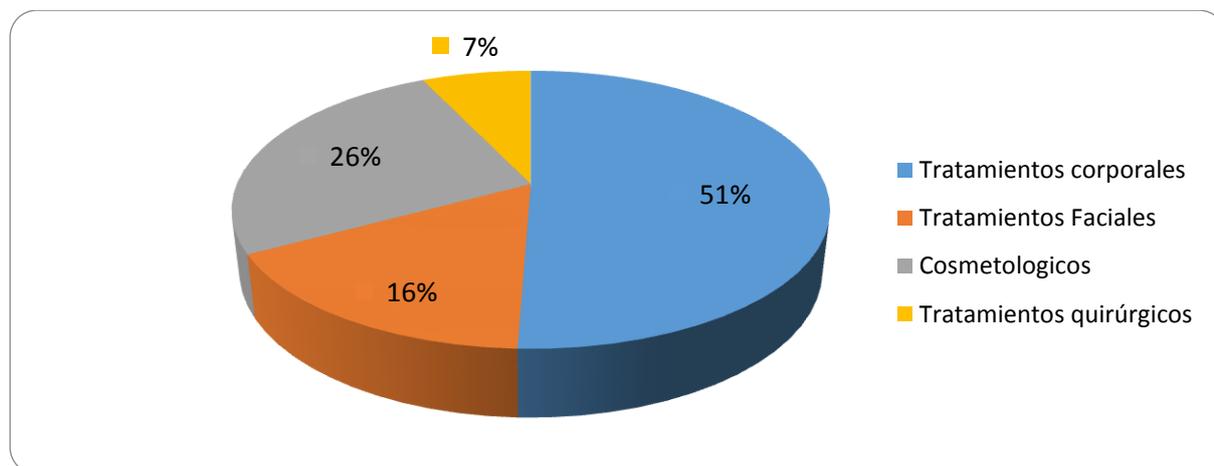


Figura 11 Resultados de Encuesta 10

En el ítem 10, los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 43% solicito tratamientos corporales, el 22% de tipo cosmetológico, el 14% solicito tratamientos faciales y apenas un 6% tratamientos quirúrgicos. En el mundo de la estética, la mayoría de los tratamientos solicitados involucran procedimientos corporales, ya que ellos son los que más demuestran cambios luego de una terapia determinada. Luego, los tratamientos o

cosmetológicos abarcan el segundo lugar, aunque estos implican un mayor número de visitas por parte de los pacientes, siguen siendo muy apetecidos.

En resumen, luego de haber realizado los respectivos análisis a través del modo de encuestas, se puede señalar que hoy en día la gente ve con mucha importancia no sólo el cuidado de su personalidad frente al mundo exterior, sino también, el aspecto físico en lo que se refiere a cuidar a la persona en todo su ser; y esto viene desde edades muy tempranas en la juventud a las cuales no podemos empujar a dichos cuidados porque las consecuencias podría ser diferentes y complicadas. Según las encuestas realizadas, las personas que buscan estos servicios suelen ser de estratos económicos medios hacia arriba y aún así buscan todas las formas de ahorro posibles para poder entrar a estos tratamientos y/o procedimientos; es por eso que la encuesta fue de un manejo con lenguaje fácil y sencillo, que no sugirió respuesta alguna y que incluso el mismo entrevistado podía aportar con ideas.

La mayoría de los encuestados ya había asistido a un Centro Médico Estético previamente, sea a una reconocido y creado con todas las formalidades del caso ó a uno que no funcionaba acorde a la ley en diferentes aspectos y a pesar de las deficiencias que presentan esos lugares en cuanto a servicio e infraestructura, siguen siendo visitados por muchas personas; supieron determinar como buscar tarifas económicas con ofertas al alcance y servicios diversos sobre todo a nivel corporal en un ambiente que no siempre presentaba pulcritud y atención agradable. Además, un buen grupo de los entrevistados señalo que una atención eficiente se complementaría con la reunión de otras especialidades como las que se proponen en el presente proyecto.

En base a estos deseos y en vista que según las encuestas, el proyecto contaría con un respaldo de tanto hombres como mujeres, consideramos viable proseguir con el desarrollo de la base legal de la empresa que lo respaldará, su ubicación final y su cartera de servicios.

CAPITULO III:

PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRESA PARA EL CENTRO MEDICO ESTETICO AMBULATORIO

Dentro de la propuesta inicial del presente trabajo se plantea la posibilidad de la creación de un Centro de Procedimientos Estéticos en la ciudad de Guayaquil. Al transcurrir los dos primeros capítulos, se ha realizado un análisis de diferentes procedimientos que se piensan ofertar, basados en los aspectos socioculturales y económicos de la ciudad, entre los gustos y preferencias de los potenciales usuarios; además se ha podido constatar los resultados de las diferentes encuestas elaboradas para captar las ideas y percepciones de los potenciales clientes. Se procederá a plantear un modelo de empresa que nos permita administrar de manera óptima el Centro Médico a crear, tomando en cuenta los diferentes aspectos básicos como son el aspecto legal, de rentas y luego un análisis administrativo proyectado basándonos en el sistema FODA. El objetivo específico del presente capítulo será establecer el marco administrativo funcional y estructural del Centro Médico Ambulatorio.

3.2 Base filosófica de la empresa

3.2.1 Calidad del Servicio

El centro médico, desde sus inicios deberá cumplir con una notable función de tipo social, contribuyendo a ofrecer a la comunidad un servicio sin especulación, es una unidad operacional) de consulta externa, que dispone de los medios necesarios para producir acciones de salud integral y está asignada a ofrecer servicios de especialidades médicas. Se ofrecerá atención tanto a la persona sana como a la enferma, pudiendo ser ésta ambulatoria y de hospitalización por corta estancia (max. 2 días). Se procurará tener personal con sensibilidad humana y calidad técnica operativa, además de tecnología de punta, modernas y prácticas instalaciones. Se tendrá una estructura administrativa eficaz que genere confianza, satisfacción y seguridad a nuestros clientes externos e internos y el bienestar a los empleados

por formar parte de esta estructura médica. La decisión de plasmar una idea que redunde en beneficio social, nos anima a procurar un ambiente de trabajo que nos motive y nos lleve a cumplir las metas propuestas.

En atención primaria de salud siempre se debe diseñar y establecer un sistema de salud pensando más en la demanda que en la oferta de servicios. El usuario es el factor más importante en un servicio de salud, es el cliente/ paciente/usuario, sin él no tendría razón de ser la unidad de atención. Por lo que el servicio debe ser enfocado a comprender y satisfacer las necesidades y demandas de salud de la población a través de diseñar y establecer políticas y estrategias encaminadas a satisfacer las expectativas del usuario.

3.2.2 Visión y Misión de la Empresa

La Misión de la empresa será la siguiente:

Somos una empresa de salud, dedicada al cuidado integral de nuestros pacientes y sobre todo, al cuidado estético facial y corporal de los mismos, proponiendo el manejo adecuado y ético de nuestros tratamientos basándonos en nuestra experiencia profesional como también por el debido respaldo tecnológico que presentan nuestros Centros Médicos.

La Visión de la empresa será:

Convertirse a mediano tiempo, en la Empresa de Salud más importante del área norte de la Ciudad de Guayaquil en lo que se refiere a tratamientos de salud integral y estética, promoviendo la excelencia en el trato y manejo adecuado de nuestros pacientes, ofreciéndoles siempre servicios que van acorde con los avances médicos y tecnológicos en el mundo actual.

3.2.3 Política y Valores de la empresa

Los valores son los pilares fundamentales sobre los cuales nuestra empresa genera su visión y misión, lo cual puede ayudar a elevar aún más la rentabilidad que se espera ofrecer

gracias al convencimiento de que se está avanzando bajo pasos firmes. Los principales valores a resaltar serían:

- **Disciplina:** Mantener un constante orden y disciplina para poder conseguir alcanzar nuestros objetivos, ya que se convierte en nuestra principal carta de presentación; la puntualidad, respeto y organización permitirá ofrecer la mejor carta de presentación para los clientes y así posicionar la empresa en el mercado.
- **Pro-actividad:** esta cualidad permite estar un paso más delante de nuestros objetivos inmediatos. La capacidad de resolver los problemas y avanzar utilizando nuestra intuición y nuestros conocimientos, nos llevará a presentar soluciones rápidas y eficaces a cualquier inconveniente.
- **Perseverancia:** el constante deseo de mejorar y perfeccionar, nos dará la mejor carta de presentación ante los pacientes, al reflejar todo el ímpetu que tenemos en la consecución de nuestros objetivos con los pacientes. No damos cabida a la negatividad sino siempre positivos en pro del bienestar de todos.
- **Responsabilidad y Honestidad:** siempre existirán lineamientos y reglas por responder, y que tanto el personal médico como paramédico, deberá cumplir a cabalidad así como también la honestidad por sobre todo acto o proceder, ya que en el camino se hallan vidas de personas por las cuales debemos siempre mejorarnos.

Las políticas de nuestra empresa van dirigidas al respaldo de que unos de los tratamientos o procedimientos que se van a ofertar:

- Ofrecer un servicio capacitado y actualizado con los más altos estándares pero sobre todo, específico para cada paciente

- Mantener las instalaciones en perfecto estado, priorizando la limpieza y pulcritud, aplicando normas de higiene específicas para cada espacio y cumpliendo los horarios respectivos.
- Alcanzar el más alto nivel de puntualidad, creando y manejando una adecuada agenda de los pacientes para que puedan asistir a sus tratamientos y hacerles los seguimientos respectivos.
- Manejar una tabla de costos y servicios para que los pacientes/clientes puedan ver que hay opciones de diferentes maneras pensando en ellos.
- Todos los empleados y profesionales adjuntos mantendrán su respectiva indumentaria inherente a las funciones que desarrollan, la misma que será proveída por la empresa y su uso será a diario.

Se reconocerá el esfuerzo de cada miembro del personal paramédico y administrativo ofreciéndoles capacitación permanente y la probabilidad de escalar puestos dentro de la empresa. (28)

3.2.4 Análisis FODA

El siguiente es el análisis FODA como empresa tomando en cuenta los factores internos y externos que podrían llegar a afectarnos (ver tabla12):

Tabla No. 2 Análisis FODA

Factores	Internos	<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
	⇒	1.Equipo médico especializado 2.Instalaciones nuevas y con tecnología de punta 3.Disponibilidad de atención, incluso las 24hrs 4.Farmacia equipada para	1.Staff médico dirigido a un grupo de pacientes sectorizado 2. Eventual subutilización de las instalaciones por desconocimiento de la población sobre los servicios prestados.

<p style="text-align: center;"></p> <p>Factores Externos</p>	<p>atender todas las necesidades de los médicos y pacientes</p> <p>5. Su ubicación geográfica lo cual permite accesibilidad desde diferentes puntos de la ciudad.</p>	<p>3. Tratamientos con costos fijos, modificables sólo en épocas promocionales.</p>
<p><u>Oportunidades</u></p> <p>1.El respaldo profesional que daría cada médico gracias a su hoja de vida</p> <p>2.Una excelente campaña de marketing a través de medios visuales o impresos o por difusión en redes sociales</p> <p>3. La facilidad para acceder al Centro Médico desde diferentes puntos de la ciudad.</p> <p>4.Facilidad para obtener resultados fáciles y eficaces con los tratamientos impartidos</p>	<p><u>ESTRATEGIAS – FO</u></p> <p>1. Mantener a profesionales que tengan entrenamiento exclusivo de cuarto nivel y certificado.</p> <p>2.Proveer de toda la información mínima posible sobre las ventajas del Centro Médico y sus tratamientos a cualquier medio que lo requiera</p> <p>3. Mantener siempre informado al público en general sobre la ubicación de nuestro centro médico y las facilidades para llegar al mismo.</p>	<p><u>ESTRATEGIAS – DO</u></p> <p>1.Promover por difusión de diferentes medios las diferentes áreas y tratamientos que tiene el Centro Médico a la población en general</p> <p>2.Generar y brindar información a los usuarios sobre los servicios o especialidades médicas respaldadas por la farmacia institucional</p> <p>3. Informar que los costos generados por los tratamientos se enmarcan dentro de los valores usualmente cobrados por uno o varios procedimientos similares en diferentes del País y el Mundo, y que nuestra función es brindar calidad, eficacia y profesionalismo.</p>
<p><u>Amenazas</u></p> <p>1. Creencia de la población circundante acerca de lo inalcanzable de los tratamientos.</p> <p>2. Auge de centros estéticos o spa's clandestinos que ofrecen productos a menor costo y sin respaldo legal alguno.</p>	<p><u>ESTRATEGIAS – FA</u></p> <p>1.Promover y difundir a la población que el Centro Médico ha sido elaborado para el manejo de pacientes por parte de profesionales con experiencia en sus habilidades respectivas</p> <p>2.Remarcar por medio de los diferentes medios publicitarios</p>	<p><u>ESTRATEGIAS – DA</u></p> <p>1. Buena campaña de información para demostrar que el centro es accesible a toda la población.</p> <p>2. Remarcar el buen uso de la farmacia para consumo de los pacientes ambulatorios mediatos e inmediatos.</p> <p>3. Presentar al paciente siempre las facilidades de pago para sus</p>

3. El tipo de publicidad que podría existir generando una impresión elitista al proyecto	que nuestros servicios son serios y no basados en rumores o técnicas inadecuadas 3. Explicar a la población que tendremos costos accesibles para todos los estratos de tal forma que puedan acceder y disfrutar de un eficaz manejo médico y estético	tratamientos y demostrar que hay flexibilidad para poder lograr los beneficios anhelados pero también deberá existir compromiso mutuo en razón al pago respectivo.
--	--	--

3.3 Determinación de la localización más adecuada

A fin de determinar la mejor ubicación del proyecto, procederemos a aplicar los siguientes factores influyentes en la ubicación del mismo (ver tabla 13):

Tabla No. 3 Factores de localización

FACTORES DE LOCALIZACIÓN METODO CUALITATIVO POR PUNTOS	
FACTORES IMPRESCINDIBLES	70%
Disponibilidad de empresas compradoras y clientes	15%
Facilidad de vías de acceso	10%
Existencia de locales comerciales y de arriendo	14%
Abastecimiento de servicios básicos (luz, agua, teléfono)	12%
Disponibilidad de transporte	19%
FACTORES IMPORTANTES	19%
Seguridad policial	5%
Proximidad a las vías principales	8%
Disponibilidad de medios de comunicación	6%
FACTORES ADICIONALES	11%
Costo de arriendos adecuados	4%
Calidad de proveedores	3%
Disponibilidad de mobiliario y equipo	4%
TOTAL	100%

Se escogieron tres sitios para ser evaluados a través de un sistema de puntaje (ver tabla 14) cuya valoración por sector fue dada de 1 a 10 y se estableció una calificación, cuyos resultados indicaron que la zona más conveniente de acuerdo a dichos resultados, para poder

ubicar las instalaciones del centro médico es en el sector de oficinas establecido a nivel de la ciudadela Kennedy Norte (eje Av. Francisco de Orellana), el cual gracias a los nuevos proyectos se ha extendido hacia el noroeste por la Av. Juan Tanca Marengo.

Tabla 4 Categorías del factor según el sector

Categoría del factor	Peso	Kennedy Norte		Kennedy		Alborada	
		Calif. .	Calif. Pond.	Calif. .	Calif. Pond	Calif. .	Calif. Pond
Factores imprescindibles	70%	43	5,96	34	4,65	36	4,97
Disponibilidad de empresas							
compradoras y/o clientes	14%	9	1,26	7	0,98	7	0,98
Facilidad de vías de acceso	10%	9	0,9	7	0,7	8	0,8
Existencia de locales para comprar	15%	8	1,2	5	0,75	6	0,9
Servicios básicos	12%	9	1,08	9	1,08	8	0,96
Transportación	19%	8	1,52	6	1,14	7	1,33
Factores importantes	19%	27	1,71	22	1,39	25	1,58
Seguridad policial	8%	9	0,72	7	0,56	8	0,64
Proximidad a vías principales	5%	9	0,45	7	0,35	8	0,4
Disponibilidad de comunicación	6%	9	0,54	8	0,48	9	0,54
Factores adicionales	11%	26	0,95	21	0,77	23	0,84
Costo de solares adecuados	4%	8	0,32	7	0,27	8	0,32
Calidad de proveedores	3%	9	0,25	7	0,2	8	0,24
Disponibilidad de mobiliario y equipo.	4%	8	0,3	7	0,28	7	0,28
TOTAL	100%		8,54		6,81		7,39

3.4. Aspectos para la localización

Entre los aspectos generales para localizar y equipar las instalaciones de nuestro centro médico, se podrá señalar a los siguientes:

El lugar donde se va a desarrollar el centro médico cuenta con los servicios básicos requeridos para poner en marcha este proyecto. En cuanto a obras de infraestructura generales, cuenta con alcantarillado, agua potable, luz eléctrica; entre otras. Internamente, contará con áreas subdivididas acorde a las necesidades y requerimientos por parte de los médicos para beneficio de sus pacientes: consultorios y quirófanos equipados, climatizados, amplios y con la más alta tecnología de soporte para su funcionamiento.

En cuanto a vías de acceso del centro médico: contará con vías de primer orden, cuyas vías de acceso se desprenden desde el norte y sur, cuyos canales de comunicación son apropiados por cuanto se interceptan en el centro de la ciudad de Guayaquil. En lo que se refiere a la movilización, el sector cuenta con el servicio de buses directos apocas pasos del centro médico.

Por ser un sector comercial, existe gran afluencia de gente de todas partes que acuden no solo en calidad de compradores, sino también de demandantes de trabajo, por lo cual existe un contingente humano que posee experiencia en relación a ventas sobre todo en cualquier índole social y que estará disponible para brindar toda la asistencia necesaria antes, durante y al termino de los tratamientos.

3.5 Posicionamiento

La metodología de trabajo para poder ubicar al Centro Médico en nuestra sociedad implicará la puesta en marcha de una cadena de promociones las cuales deberán ser difundidas a través de los principales canales usados hoy en día, tales como, redes sociales y correos electrónicos. Se deberá utilizar una propaganda vistosa, demostrativa y vendedora; que no sea vulgar a la simple vista pero que sepa explotar nuestros valores, nuestra política institucional y por qué no, nuestra visión y misión. También se explotará nuestra imagen a través de vallas publicitarias durante 6 meses las cuales serán ubicadas en sectores aledaños

ya previamente señalados en el ítem 2.2 del presente trabajo. La publicidad por televisión no sería descartada pero la podríamos poner dentro de una tercera fase de promoción.

3.6 Diseño funcional del centro médico

Como ya mencioné al inicio del presente trabajo, el Ministerio de Salud Pública del Ecuador elaboró un acuerdo ministerial, el número 00000318 (ver en el anexo 1), el cual realiza una categorización de los diferentes tipos de Centros o Unidades de salud que existen en nuestro país estableciendo los tipos de atención, nivel de complejidad y características en base al tipo de especialidades que se pueden ofrecer. En base a este acuerdo, nuestro Centro Médico se ubica dentro del segundo nivel de atención, con primer nivel de complejidad y será un centro de especialidades tipo II-2. Será un centro de salud con personería jurídica definida y con Director Médico responsable legalmente registrado.

3.5.1. División funcional por áreas

El Centro Médico para procedimientos estéticos ambulatorios está diseñado en una estructura de dos plantas, las cuales estarán dispuestas de la siguiente manera y que se la podrá observar en el plano adjunto en el apéndice 3:

- Planta baja: con 3 consultorios equipados para la atención de pacientes de las diferentes ramas que laborarán en el equipo multi-profesional; un ascensor para traslado de los pacientes operados o que pasan a ser atendidos en las especialidades de la planta alta; una amplia sala de espera y un solárium para que los familiares de los operados u hospitalizados puedan descansar más amablemente; dos quirófanos con área de preparación y de recuperación post-cirugía; estación de enfermería; vestidor y baño general para los pacientes o visitante que acuden al centro médico.

- Planta alta: contiene 4 consultorios equipados para la atención de las especialidades anexas, amplia zona de espera para los pacientes tanto los que vienen a recibir atención como los familiares o visitas de los hospitalizados; dos baños generales para el público general, 3 cuartos equipados con su baño respectivo y creados para una corta estancia, máximo un día o dos. Las oficinas administrativas estarán en ésta planta.

3.5.2. Requerimientos de recursos humanos – área administrativa

1. Director Médico Administrativo: con experiencia mínima de 3 años en el área de Gerencia en Salud, laborará exclusivamente para el puesto que se le ofrece y no podrá cubrir en sus funciones a ningún médico del grupo. Sus funciones serán las relacionadas y exclusivas a: planificación, control administrativo y médico, contacto con los pacientes y manejo de conflictos; además, recursos humanos y manejo de proveedores. Su horario de trabajo será de 10 hrs de lunes a viernes y 4 hrs los sábados.
2. Asistentes de la dirección: personal masculino o femenino con experiencia previa de 1 año en cargos similares. El perfil implica amplios conocimientos del idioma inglés, manejo absoluto de programas de computación, estarán a cargo del soporte al área administrativa y contable, para lo cual estarán al conocimiento de todos los requerimientos en dichas áreas. Se requiere de dos empleados en este puesto para laborar 8 hrs de lunes a viernes y 4 hrs los sábados. (en este caso se turnarán), tendrán contacto directo con proveedores para planificar pagos y cobros. Del contacto con los pacientes y manejo de conflictos se encargará el Director Médico.
3. Recepción: personal femenino, que manejará dos idiomas, excelente presencia y experiencia previa 1 año mínimo en cargo igual o similar. Se encargará de brindar información pormenorizada sobre la cartera de servicios, formas de pago para los

tratamientos y organización de horarios para las consultas externas. Laborará 10 hrs de lunes a viernes y 4hrs el sábado en horario alternado con la Cajera/o.

4. Contador / CPA: personal calificado en el área contable, que tenga experiencia mínima en negocios similares de 2 años. Se encargará del manejo de toda la contabilidad del negocio, es decir, pago proveedores, cuadrar la caja diaria, entre otras funciones. Laborará 6hrs diarias, lunes a viernes.
5. Cajera/o: personal masculino o femenino que se encargará de cobrar los ingresos diarios del centro médico como también entregar los pagos respectivos a proveedores. Estará en contacto directo trabajando con el CPA y el Director Médico. Laborará 10 hrs de lunes a viernes y 4 hrs el sábado en horario alternando con la recepcionista.

A continuación la siguiente figura ilustrará de manera más práctica a la división administrativa:



Figura 12 División médica administrativa.

3.5.3. Requerimientos de recursos humanos – área médica y paramédica

Los recursos en el área médica y paramédica, serán los sgtes:

1. Médico Internista (1): laborará 8hrs, sobre todo para manejo de pacientes con problemas metabólicos y sus complicaciones
2. Endocrinólogo (1): laborará 4hrs, lunes – miércoles – viernes, atendiendo casos especialmente relacionados con Obesidad, Síndrome Metabólico y patologías Tiroideas.
3. Médicos Estéticos (2): cada uno laborará 6 hrs de lunes a viernes y alternaran el sábado por 4hrs. Estos médicos deberán presentar los documentos habilitantes como tal, es decir, lo que certifique la experiencia respectiva y con el aval o reconocimiento de cualquiera de las Sociedades de Medicina Estética que operan en el País, ya que en la actualidad ésta especialidad no está avalada en el País por el Ministerio de Salud.
4. Cirujanos Plásticos (2): cada uno laborará 8hrs pero no podrá hacer más de 2 cirugías diarias. Uno laborará lunes-miércoles-viernes y el otro martes-jueves- sábado. Cabe señalar que la modalidad de nuestro Centro, es el de una Clínica Abierta por lo cual solo Cirujanos certificados podrán ingresar a prestar sus servicios en nuestros quirófanos. Dichos cirujanos, incluso los nuestros, deberán tener una experiencia certificada con el título como corresponde y registrado por el Senescyt.
5. Nutricionistas: serán 2, laborarán en horario de 8hrs entre la mañana y tarde respectivamente, de lunes a viernes. Se encargarán de la evaluación y tratamiento pre y post operatorio de los pacientes, además de atender a pacientes de manera ambulatoria. Deberán ser Doctoras en Nutricion o Licenciadas en Nutrición, Dietética y Estética.
6. Dermatología: será una plaza, que laborará de lunes a viernes, 4hrs por la tarde. Deberá ser certificada con especialidad por el Senescyt.

7. Flebólogo / Cirujano Vascular: uno solo, con especialidad certificada por el Senescyt, su atención será lunes, miércoles y viernes, por 4hrs cada día.
8. Cosmetólogas / Esteticistas: laborarán 10hrs cada una, de lunes a viernes y los sábados se alternarán para cumplir con 6 hrs. Deberán ser certificadas por Universidad o Centro de Estudios Estéticos certificado, con experiencia mínima de 3 años en el campo cosmetológico y aparatología médico estética.
9. Médicos Generales: se requerirá sólo 1. Servirá para realizar las evaluaciones prequirúrgicas y como soporte a los demás médicos. Se contempla que como será una clínica abierta y de especialidades, en un futuro de mediano plazo se pueda realizar un convenio de prestación de servicios con instituciones públicas o privadas como el IESS o compañías de salud privada, entonces, ahí podríamos contemplar la posibilidad de aumentar el requerimiento de esta rama médica a razón de 1 o 2 profesionales más.
10. Cirujano General: serán 2, para efectos de realizar cirugías de corta duración y de alta al finalizar el día, como por ejemplo apendicectomías, colecistectomías, entre otras. Laborará bajo opción de 8hrs tres veces por semana lunes-miércoles y viernes, para que así puedan proceder con las cirugías los martes, jueves y sábado. En este caso se alternarán los días. Sus cirugías se realizarán en nuestros quirófanos fuera de su horario de trabajo y máximo dos procedimientos por día. En caso de realizar procedimientos laparoscópicos de tipo bariátrico, solo se podrá realizar un procedimiento por día.
11. Anestesiólogo: profesional especializado con el título respectivo, cubrirá todos los procedimientos programados y serán dos, cada uno cubrirá 6 hrs.
12. Psicóloga/o: serán dos, cada una/o laborará en horarios de 6 hrs, programados de lunes a viernes. Deberán ser certificados, se encargarán de la preparación de los pacientes

para procedimientos quirúrgicos, como también al manejo clínico patológico de pacientes.

13. Psiquiatra: será uno y solo laborará dos veces por semana. Su función va dirigida al manejo clínico de los pacientes que lo requieran o sean referidos.

A continuación, la siguiente gráfica podrá ilustrar mejor como será dividido el área de servicios profesionales:

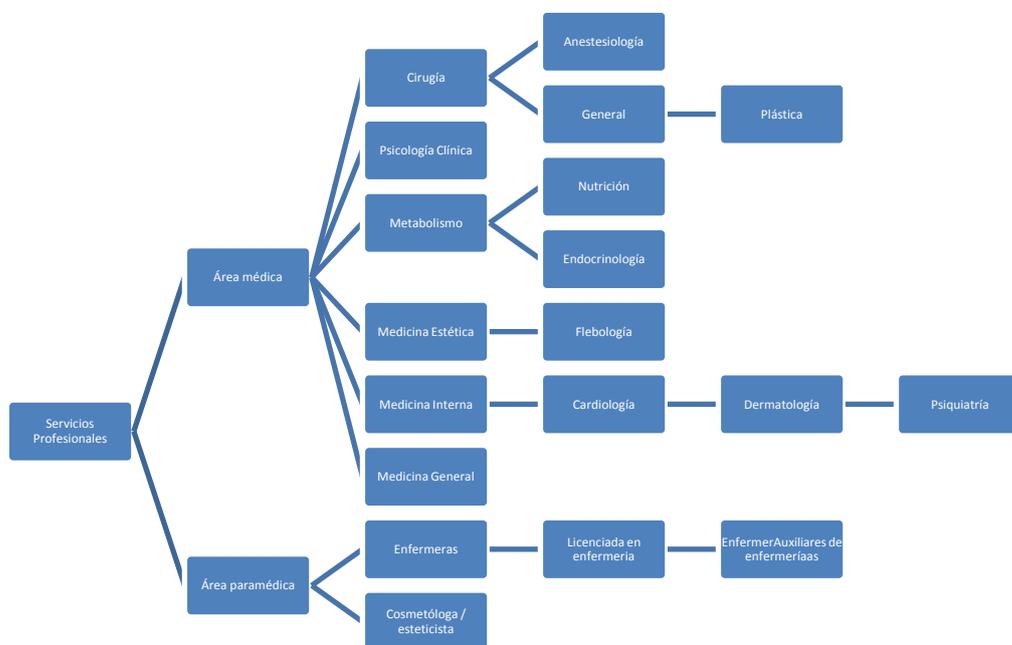


Figura 13 Servicios profesionales

3.5.4. Cartera de servicios médicos

La cartera de servicios médicos a ofrecer abarca tanto el área clínica como quirúrgica para una institución de ésta índole y abarca todas las especialidades señaladas en la figura 16.

El área Médico Estética se encargará de brindar tratamientos ambulatorios como Mesoterapia, Carboxiterapia, Hidrolipoclasia, manejo del paciente con sobrepeso u obesidad, M.E.L.A (mini extracción lipídica ambulatoria – mini lipo) a nivel corporal; y a nivel facial,

la aplicación de Bioimplantes, Botox, Mini-liftings, Mesoterapia / Carboxiterapia para técnicas de Rejuvenecimiento y reducción de partes específicas localizadas. Estará complementada con el manejo Cosmético en lo que se refiere a masajes, drenajes linfáticos, limpiezas faciales, entre otros. (14, 21, 24)

3.5.5. Equipamiento del Centro Médico

En relación a los servicios que se ofertarán, procedo a puntualizar el equipamiento de cada área:

- Quirófanos: cada uno portará con su equipo de anestesia, monitor multi-parámetros y equipo de imágenes para operaciones laparoscópicas, además, del respectivo sistema individual de aire acondicionado, oxigenación y ozonificación. Se conseguirá un equipo desfibrilador para emergencias que será uno solo para ambos espacios. El área de recuperación tendrá dos camas separadas con su respectivo monitor multi-parámetros.
- Consultorios: cada consultorio tendrá su escritorio con tres sillas más, el respectivo chaislong médico, su báscula y su equipo diagnóstico de apoyo. Fuera de esto, el consultorio de Psicología / Psiquiatría tendrá un diván que es una camilla especial para ésta profesión. El consultorio de Cardiología tendrá un electrocardiógrafo y el de Dermatología un equipo de Luz de Wood y un cauterizador.
- Área Médico Estética: cada consultorio tendrá el equipamiento antes señalado, pero se adicionará, un Ultrasonido de 3 y uno de 50 mgH; un equipo de Carboxiterapia y un equipo de luz intensa pulsada será utilizado de una manera programada por ambos especialistas. Las sustancias a aplicar como Botox, Bioimplantes o Mesoterapia, serán manejadas por el área de enfermería bajo petición programada en los planes a los que el paciente opte por participar.

En resumen, en el presente capítulo se ha propuesto la estructura funcional de nuestra empresa por medio del establecimiento de nuestra respectiva Misión y Visión; analizamos nuestras fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades para sentar una base estratégica de trabajo al promover nuestros servicios a la par de considerarnos un centro médico con función social que atenderá tanto al paciente sano como al enfermo. Como empresa se llevarán por delante valores tales como puntualidad, respeto y organización; seremos pro-activos y perseverantes en nuestras decisiones y planes a ofrecer, los cuales serán atendidos siempre con responsabilidad y honestidad para beneficio de los clientes y pacientes.

CAPITULO IV

FACTIBILIDAD ECONOMICA Y FISICA

A continuación, una vez establecida la norma administrativa y operativa del centro médico – empresa, se procederá a detallar las normas económicas y financieras que permitirán confirmar la viabilidad del proyecto mediante un análisis de costos directos e indirectos, gastos fijos, depreciaciones y amortizaciones; además, se realizarán los cálculos del Valor Actual Neto (VAN) y del punto de equilibrio para tener una apreciación del tiempo que tomará recuperar la inversión y los eventuales márgenes de ganancia respectivo.

4.1 Estudio Financiero

4.1.1 Plan de Inversiones

Es el instrumento presupuestario en el cual se consignan los proyectos de obras públicas, cuyo contenido aprueba la Corporación para ser ejecutados en el ejercicio presupuestario. Este plan detalla específicamente los proyectos, fases y períodos de ejecución. La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de acuerdo a una programación establecida.

- **Ubicación del centro médico**

El terreno será comprado en la zona más conveniente que ya fue establecida previamente en el capítulo anterior, esto es, en el sector de las oficinas en el área de la ciudadela Kennedy Norte (eje Av. Francisco de Orellana), el cual genera una ubicación viable gracias a los nuevos proyectos que se han extendido hacia el noroeste por la Av. Juan Tanca Marengo.

En la zona donde se localizará el Centro Médico - empresa, se procederá a la construcción de un local de aproximadamente 400mts cuadrados, donde podremos dar paso al

desarrollo del proyecto a gusto de los inversionistas. El lugar será construido con fondos de capital propio y también un préstamo realizado con alguna institución bancaria o el BIESS (Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).

▪ **Máquinas, equipos y herramientas**

Descritos en el capítulo técnico, El plan de inversión y ubicación analiza los factores de ubicación, describe los aspectos más destacados del inmovilizado material e inmaterial y los cuantifica. Revisemos la inversión de los siguientes activos fijos y de los salarios proyectados para el personal:

Tabla 5 Activos fijos de ensamblaje

Activos Fijos	\$ 390.000,00
Muebles y Enseres Médicos	\$ 12.000,00
Equipos de Oficina	\$ 3.500,00
Construcción del local	\$ 250.000,00
Equipos de quirófano	\$ 120.000,00
Equipos de Computación	\$ 4.500,00

Tabla 6 Personal médico y administrativo

Desglose Sueldos	AÑO 1
Director Médico	
Administrativo	\$ 4.000
Psicólogo/a (1)	\$ 900
Cosmetólogas (2)	\$ 1.500
Médicos Generales (2)	\$ 3.600
Médico Internista (1)	\$ 2.000
Endocrinólogo (1)	\$ 1.000
Cardiólogo (1)	\$ 1.000
Psiquiatra (1)	\$ 900
Anestesiólogo (1)	\$ 1.000
Cirujano General (1)	\$ 1.000
Cirujano Plástico (2)	\$ 3.000
Dermatología (1)	\$ 900
Flebología (1)	\$ 900
Jefa de Enfermeras	\$ 1.000
Enfermeras-4	\$ 2.000

Nutricionista	\$	800
Médicos Estéticos (2)	\$	3.600
Asistentes de Dirección (2)	\$	1.000
Recepcionista (1)	\$	500
Contador/Cpa (1)	\$	700
Cajero/a (1)	\$	500
Personal de limpieza (2)	\$	800
Total mensual	\$	25.940

- **Activo diferido**

Son aquellos gastos realizados por los que se recibirá un servicio, ya sea en el ejercicio en curso o en ejercicios futuros.

Según nuestra ley para constituir una empresa por medio de un abogado (oficina jurídica), que haga todos los trámites tendrá un costo desde diferentes ángulos para la empresa. Este trámite, según un bufete de abogados en Guayaquil, tendría un costo aproximado de US\$ 1.300 (+/- \$ 200.00).

Toda la promoción previa a la apertura implicará la impresión de hojas volantes, folletos, trípticos, publicación en vallas publicitarias (incluyendo una en el local de la empresa) y en las principales revistas de consumo común, además de cuñas radiales, todo por un costo promedio de US\$ 8,000 (de acuerdo a una agencia de publicidad en Guayaquil), el cual será un gasto revertido con las buenas promociones y que se proyecta recuperar dentro de 6 meses aproximadamente.

La capacitación del personal técnico dependerá del número de horas y del tipo de capacitación que requieran; el personal deberá reconocer las herramientas necesarias para poder convencer al usuario potencial sobre las bondades y ventajas que están recibiendo, pese al costo (precio) del servicio recibido y de los planes que se lleguen a ofertar. A continuación, resumimos lo expuesto en el siguiente cuadro:

Tabla No. 7 Costos directos

Costos Directos	\$ 271.180,00
Sueldos	\$ 13.180,00
Publicidad pre- apertura	\$ 8.000,00
Construcción del Centro (incluye jornaleros)	\$ 250.000,00

El cuadro anterior refiere los activos fijos y diferidos programados al inicio, ante el cual hay que calcular un 5% para efectos de imprevistos, ya que esto ayudará a proteger la inversión inicial.

▪ **Determinación del Capital de trabajo**

El realizar una buena inversión es básico para el éxito o fracaso de un negocio, ya que esto se constituye como el primer capital de trabajo. El proyecto contempla la realización de una buena inversión en todos los activos fijos y diferidos necesarios para poder funcionar de la manera correcta y proyectada. pero, hay que contemplar que la inversión del capital será necesaria para lograr evitar eventuales desfases de la caja, caso contrario, se podría fracasar. Existen tres métodos para calcular el capital de trabajo, pero para nuestro trabajo usaremos el déficit máximo acumulado.

En este caso se elabora un presupuesto de caja donde detallamos por un período de 12 meses, una estimación de los ingresos y egresos de la caja con carácter mensual. Lo primero que se hará, será el delinear los ingresos mensuales versus las ventas que se proyectan alcanzar por la ejecución del proyecto y tomando en cuenta las políticas de crédito, que en nuestro caso, se habrán programado basándonos en los resultados de los encuestados en la ciudad de Guayaquil. Al obtener las ventas mensuales netas obtenidas en el proyecto podremos elaborar la proyección de costos y gastos mensuales.

Dentro del proceso de la empresa la inversión inicial para comenzar las operaciones de la empresa estará alrededor de los \$ 280.000, ya que eso incluye la compra del terreno,

construcción y equipamiento básico. El capital de trabajo mensual del proyecto será de \$ 15.000 aproximadamente.

Tabla No. 8 Obtención del capital de trabajo

Precio promedio ponderado de la hora	\$ 28	
Política de Cobranzas	50%	Contado
	50%	Saldo a 30 días
Política de Producción	No Aplica	
Gastos Variables de Ventas	1%	Comisión sobre ventas
Gastos de Ventas Fijos al mes (Sueldos)	\$ 8.650	Desde Enero
Gastos de Mercadeo	\$ 100	Desde Enero
Gastos Administrativos	\$ 1.000	Desde Enero
Costos Producción Fijos	No Aplica	
Costos Unitarios Promedio	No Aplica	

Al cierre de las operaciones económicas se concluye que las necesidades de efectivo se encuentran en un rango entre los US\$ 250.000 a 280.000, lo que constituye el capital de trabajo inicial. Considerando, tanto la inversión en activos de todo tipo (construcción del local, adecuación de equipos, muebles y enseres) y el capital de trabajo.

Tabla No. 9 Resumen de costos directos e indirectos

	TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	\$ 66.000	\$ 120.480	\$ 148.248	\$ 175.541	\$ 249.822
COSTOS INDIRECTOS	\$ 5.262	\$ 31.350	\$ 43.608	\$ 62.800	\$ 82.630
TOTALES	\$ 71.862	\$ 151.830	\$ 191.856	\$ 238.341	\$ 332.452

Los costos indirectos son relativamente bajos.

4.1.2 Plan de Financiamiento

La propuesta del proyecto será financiado en un 50% con capital propio de inversión y el resto, será en base a préstamo financiado por un banco o por el IESS.

4.1.3 Presupuesto de Ingreso Mensuales

Lo definimos como la entrada de recursos por la generación de ingresos en base a las consultas médicas de los doctores del centro médico y todo lo referente a las terapias de bajar de peso, tratamientos estéticos ambulatorios y procedimientos quirúrgicos. Las consultas, los tratamientos estéticos ambulatorios localizados y las cirugías ambulatorias irán como ingreso neto para el Centro. En el caso de los cirujanos, plásticos o generales, ellos además de su sueldo recibirán una comisión que irá entre el 10 y 15% por paciente operado y facturado.

Tabla No. 10 Estimación de ventas

Detalle	Proyección en Ventas				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de horas	14	17	21	26	39
Total Horas Objetivo					
Empresas y Negocios del Sector	5440	7000	8960	11200	18760
Precio x Hora	\$ 25	\$ 30	\$ 30	\$ 35	\$ 35
Total	\$ 136.000	\$ 210.000	\$ 268.800	\$392000	\$ 656.600

Tal como pudimos observar en los prospectos de ingresos mensuales, existirá el llamado ingreso por ventas recuperables lo cual nos ayudará a obtener capital de trabajo, ya que es efectivo circulante mensual. Esto se logrará a mediano y largo plazo gracias a la publicidad y promoción de la empresa y del Centro Médico al cual representará. Se consideraran solo las ventas o ingresos netos para el desarrollo del respectivo Flujo de Caja. (ver tabla 19 – apéndice 8)

4.1.4 Presupuesto de Costos

El Presupuesto de Costo de Ventas presenta una visión completa de todo el proceso presupuestario descrito hasta este punto, partiendo de las materias primas, el Centro Medico está planteado como la expresión cuantitativa de un plan de acción y un costo primo (Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto). Cada consulta o tratamiento generará un llamado costo de prestación de servicio, el cual ya está contemplado en los cuadros anteriores.

4.1.5 Depreciación y amortización

Según nuestras leyes ecuatorianas, se debe contemplar la depreciación de los activos fijos y la amortización de los diferidos, de acuerdo a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno establecida por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Tabla No. 11 Depreciación y amortización

DEPRECIACIONES			
Descripción	Costo	Años	Deprec. Anual
Equipos de computación	\$ 4.500,00	3	\$ 1.500,00
Muebles y enseres	\$ 12.000,00	10	\$ 1.200,00
Eq. de oficina	\$ 3.500,00	10	\$ 350,00

DETALLE DE DEPRECIACION ACUMULADA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 1.500,00	\$ 1.500,01	\$ 1.500,02		
\$ 1.200,00	\$ 1.200,01	\$ 1.200,02	\$ 1.200,00	\$ 1.200,01
\$ 350,00	\$ 350,01	\$ 350,02	\$ 350,00	\$ 350,01
\$ 3.050,00	\$ 3.050,01	\$ 3.050,02	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00
\$ 3.050,01	\$ 6.100,00	\$ 9.150,00	\$ 10.700,00	\$ 12.250,00

Fuente: SRI

Por lo explicado previamente, podemos establecer un Presupuesto de Costos y Gastos anuales para el presente proyecto, cuya vida útil se encuentra estimada en cinco años aproximadamente. La obra civil es una inversión por lo tanto es un activo de la empresa y como activo fijo es sujeto a depreciación. (Ver tabla 15 – apéndice 4)

Tabla No. 12 Financiamiento

<i>Activos fijos</i>	\$ 390.000,00	<i>Valor capital propio</i>	\$ 300.000,00
		<i>Valor monto</i>	
<i>Capital de trabajo</i>	\$ 60.000,00	<i>financiado</i>	\$ 200.000,00
<i>Inversión</i>	\$ 500.000,00	<i>Tasa interés</i>	14%
<i>Capital propio</i>	60%	<i>Plazo</i>	5 años
<i>Financiamiento</i>	40%	<i>Cuota</i>	\$ 4.854,70

4.1.6. Principales Estados Financieros

- **Estado de Resultado pro-forma**

Los estados financieros pro-forma son estados financieros proyectados. Dicho de otra forma son el estado de resultados y balance “presupuestados”. Se presenta un estado de resultados sin tomar en cuenta el nivel de inflación, sin financiamientos y con una reserva ligada al crecimiento poblacional de la ciudad de Guayaquil, el cual está calculado en aproximadamente un 1.02%, durante los cinco años de vida útil del proyecto. (Tabla 22 – anexo 6 // tabla 23 – anexo 7)

- **Flujo de Caja**

El flujo de caja indica los valores en referencia a flujos de entrada y salida de efectivo en un periodo dado. De esta forma, se calculará el valor de desecho como:

$$VD = \frac{FC_n - D}{i}$$

Donde FCn es el flujo de un año normal (por lo general se elige el penúltimo año de evaluación), D la depreciación anual e i la tasa de ganancia exigida al proyecto. (Tabla 23 – apéndice 7)

4.2 Evaluación financiera

4.2.2 Análisis Financiero

Tabla No. 13 Índices financieros

<i>VALOR PRESENTE DE FLUJO</i>	\$ 285.659,82	Tasa de descuento - valor de flujo neto
<i>TASA DE DESCUENTO</i>	24%	De acuerdo a la tasa de financiamiento
<i>VAN</i>	\$ 260.744,82	Es un valor positivo
<i>TIR</i>	128.34%	> costo oportunidad
<i>INDICE DE RENTABILIDAD</i>	11,47	Se aprueba si es mayor a 1
<i>RENDIMIENTO REAL</i>	1047%	es mayor a la tasa de descuento
<i>PAYBACK</i>	1 año 6 meses 22 días	Tiempo en que se recupera la inversión

4.2.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero. Por debajo de ese punto dejará el umbral de las pérdidas y empezaremos a ver las utilidades. El punto de equilibrio se lo obtiene de la siguiente manera:

$$PE = \frac{Cf}{(P - Cv)}$$

Cf Costo y gastos fijos

P Nivel de ventas

Cv Costo y gastos variables

P – Cv Margen de contribución

Tabla No. 14 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Ventas en USD</i>	\$ 152.320	\$ 245.000	\$ 313.600	\$ 392.000	\$ 656.600
<i>Ventas (unidad de servicio)</i>	5440	7000	8960	11200	18760
<i>Costos directos</i>	\$ 66.600	\$ 120.480	\$ 148.248	\$ 175.540	\$ 249.822
<i>Costos indirectos</i>	\$ 5.261	\$ 31.350	\$ 43.608	\$ 62.800	\$ 82.630
PTO EQUILIBRIO EN USD	\$ 9.349	\$ 61.682	\$ 82.705	\$ 113.728	\$ 133.377
PTO. EQUILIBRIO %	6%	25%	26%	29%	20%
PTO. EQUILIBRIO UNIDADES	334	1762	2363	3249	3811

- Ventas mínimas en USD para que la utilidad operativa sea 0 = \$ 48.092
- Ventas mínimas en % para que la utilidad operativa sea 0 = 13%
- Ventas mínimas en unidades horas para que la utilidad operativa sea 0 = 1.884 horas

Tabla No. 15 Ratios financieros

VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$	\$		\$	
Ventas en USD	152.320,00	245.000,00	\$ 313.600,00	392.000,00	\$ 656.600,00
Gastos financieros	\$ 2.063,21	\$ 1.737,34	\$ 1.372,92	\$ 965,39	\$ 509,65
Gastos de personal	\$ 58.661,67	\$ 115.350,00	\$ 143.928,00	\$ 180.040,00	\$ 266.041,24
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	40%	48%	46%	46%	41%

4.3. Análisis de sensibilidad

Tabla No. 16 Escenario optimista

Diferencia en utilidad neta	\$ 5.683	\$ 8.256	\$ 10.963	\$ 14.351	\$ 57.202
INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ORIGINAL	\$ 419	\$ 58.567	\$ 77.388	\$ 97.905	\$ 210.786
FLUJO DE CAJA OPTIMISTA	\$ 6.102	\$ 66.822	\$ 88.351	\$ 112.257	\$ 267.988

	Original	Optimista
VAN	\$ 260.744	\$ 347.063,59
TIR	128%	162%

Tabla No. 17 Escenario pesimista

Diferencia en utilidad neta	\$ 5.683	\$ 8.256	\$ 10.963	\$ 14.351	\$ 57.202
INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ORIGINAL	\$ 419	\$ 58.567	\$ 77.388	\$ 97.905	\$ 210.786
FLUJO DE CAJA PESIMISTA	\$ 3.392	\$ 32.257	\$ 43.877	\$ 56.114	\$ 145.212

	Original	Pesimista
VAN	\$ 260.744	\$ 347.063
TIR	128%	105%

Luego de todos los análisis financieros realizados en capítulos anteriores, podemos concluir lo sgte:

- **Calificación del Mercado.-** El análisis FODA del mercado indica que se tiene un Riesgo Medio Bajo, equivalente a una calificación de B+, con puntaje 3.

- Utilidad Neta (+) en c/año es:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$49.954,00	\$58.598,00	\$77.784,00	\$100.208,00	\$213.544,00

- Flujos Netos (+) en c/año (Capacidad de Pago).

RAZON	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Neto	\$ 419	\$ 58,567	\$ 77,389	\$ 97,906	\$ 210,786

- Se aprecia un incremento del patrimonio cada año del proyecto.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PATRIMONIO	\$57.428,31	\$116.026,01	\$193.809,49	\$294.018,23	\$507.562,12

- Payback del proyecto es (1) año 6 (SEIS) meses.

La VAN es de \$ 260.744,82. Es decir se puede verificar que el proyecto es rentable hasta en circunstancias muy diferentes a lo esperado, y se dice esto por cuanto la probabilidad de que el VAN del proyecto sea igual o menor a cero es del 1.20%, lo cual quiere indicar que existe un 98.80% de posibilidades que el proyecto tenga alta rentabilidad para los promotores del mismo.

- El punto de Equilibrio en dólares es:

EN US\$	\$ 113.728,59
En %	29%

- El índice de Liquidez es **5,51** en el segundo año para castigarlo
- El indicativo Dupont es del **109%**, lo que permite determinar que el proyecto es eficiente con los activos.
- El Margen neto de utilidad es del **29%** lo que nos permite determinar que un 28% de nuestra inversión es utilidad neta, es un margen muy alentador.

En resumen, el proyecto es financieramente viable desde diferentes ópticas y eso es algo muy bueno ya que no permitirá diseñar y crear un centro médico a la altura del pueblo guayaquileño, que le pueda brindar seguridad, actitud ética y profesional, con profesionales calificados en un ambiente apto y creado especialmente para sus visitantes. El “payback” de la inversión se podrá ver a un plazo relativamente corto, lo cual, le proporciona mayor seguridad a la inversión inicial ya que es un poco alta, pero el beneficio definitivamente, lo vale.

CONCLUSIONES

Realizando los estudios pertinentes de factibilidad para la creación de este negocio, la conclusión a la que llega es que es muy factible realizarlo debido a que en Guayaquil las empresas que dan este tipo de asesoría o servicios no presenta un soporte médico de fondo salvo meros aspectos administrativos los cuales no generan peso alguno al momento de escoger el tipo de servicio adecuado. Por eso se revisaron todas las variables posibles, en base a la elaboración de una matriz FODA lo cual nos ha permitido ver todos los detalles que pueden fortalecer hasta amenazar la creación del proyecto. También es verdad que no se tienen competencias directas especializadas en este campo y ha sido posible comprobar en el ámbito financiero y comercial que es sustentable el proyecto y que se lo puede tener en un corto plazo.

Se ha podido concluir que la sociedad estaría dispuesta a recibir una atención personalizada dentro del área de la Medicina Estética, tanto por parte de hombres y mujeres que buscarían realizarse tratamientos, así como también se ha logrado establecer por encuestas los tipos o características de los servicios y beneficios que la población de pacientes, desearía recibir. La ubicación mejor determinada, tal cual fue propuesto, es en la Kennedy Norte.

La creación de este proyecto está sustentado con los índices mostrados que lo hacen factible poder ponerlo en marcha, dando una liquidez incluso una utilidad en un corto plazo considerando que es una empresa nueva, por lo que, viéndolo técnica y financieramente es totalmente factible poder ponerlo en marcha. Se concluye que el proyecto es perfectamente viable económicamente, rentable a corto plazo y generando un atractivo valor de patrimonio en una proyección a 5 años con una utilidad neta igual creciente durante ese mismo periodo de observación.

RECOMENDACIONES

El proyecto va a crecer a corto plazo así que deberá ser objeto de un rápido análisis de expansión en relación a otros y/o diferentes servicios médicos que pueda ofrecer tales como nuevos procedimientos o la atención de nuevas especialidades médicas. Considerar la posibilidad de eventuales sucursales sería un punto a revisar, pero no antes de un mínimo de 3 años, tiempo por el cual se podrá ver un incremento interesante de patrimonio que permitiría optar por esa opción. El establecimiento de una eventual sucursal sería el segundo paso a seguir una vez instalados en el mercado, en un largo plazo.

No descuidar la propaganda como medio de difusión de los servicios que se ofrecen en las instalaciones, para eso se podrá utilizar de manera preferente más no exclusiva, las redes sociales y por supuesto, medios de difusión masiva como los periódicos, pero, en este punto buscando promocionar las bondades del centro en las revistas dominicales que le proporcionan más tiempo al lector para revisar con detalle estos ítems. La difusión por radio es muy buena para temporadas específicas y en cuanto a la televisión, habría que manejarlo en base a la demanda, es decir, si la demanda lo requiere se podrá considerar ver los mecanismos para realizar dos o tres entrevistas sobre temas variados inherentes a los servicios que prestamos en nuestro centro médico estético ya que está comprobado que la televisión en estos casos tiene una ayuda limitada al no permitir por costos operativos dejar rendir una entrevista o reportaje en relación a temas médicos o en caso, de medicina estética.

Mantener el buen orden y aseo de las dependencias del Centro ya que la imagen dentro y fuera del ámbito donde se desarrolla nuestra actividad es un fuerte elemento de apoyo y desarrollo para este negocio. Es imperativo que la imagen corporativa que se quiere ofrecer, sea de manera permanente y no temporal de tal forma que nuestra clientela empiece a identificarse con la misma, a gustarle y también a promocionarla.

La empresa que respaldará ésta inversión deberá mantenerse apegada a las reglamentaciones que los diferentes códigos laborales y salud vigentes, exigen. Esto permitirá que los empleados puedan desarrollar sus actividades de manera normal, así como también, nuestros profesionales podrán desarrollar sus habilidades y destrezas de la mejor manera, para beneficio de sus pacientes.

Se tendrá siempre una promoción para nuestros pacientes – clientes, de tal manera que podamos sellar aún más su interés perenne a visitarnos. Nuestros servicios clínicos estarán prestos a generar recomendaciones para poder realizar los seguimientos respectivos y darle la tranquilidad a nuestros pacientes, que velamos y nos preocupamos por ellos, siempre!

BIBLIOGRAFIA

Adorno. (2008). Teoría estética.

Arellano. (2008). *Comportamiento del consumidor y marketing. Aplicaciones prácticas para Latinoamérica*. México: Harta, S.A.

Atbrecht. (2008). *La revolución del servicio*. Colombia: Editores Ltda.

Chiavenato. (2010). *Innovaciones de la administración*. Mcgraw Hill.

Chiavenato. (2010). *Innovaciones en la administración*. Mcgraw Hill.

David. (2008). La matriz Foda. *Conceptos de administración estratégica* (págs. 221-224). Pearson.

David. (2008). La visión versus la misión, *Conceptos de administración estratégica* (págs. 59-65). Pearson.

Dos santos pimentel, A. (2010). Carboxiterapia. *Cirugía estética en el consultorio* (págs. 169-241). Amolca.

Dos santos pimentel, A. (2010). Hidrolipoclasia. *Cirugía estética en el consultorio* (págs. 251-256). Amolca.

Dos santos pimentel, A. (2010). Lipoplastia. *Cirugía estética en el consultorio* (págs. 21-34). Amolca.

Garcia. (2009). *Manual práctico de medicina estética*. World congress.

Hall, R. (1973). *Organizaciones: estructura y proceso*. Madrid: Prentice Hall.

Hopson, B. (2007). *12 pasos para el éxito brindando servicio*. Buenos Aires-Argentina: Macchi.

Horovitz. (2009). *La calidad del servicio: a la conquista del cliente*. Colombia: Mcgraw Hill.

Inec. (2008). Cuentas satélites de salud. Pág 162.

John, S. (2008). *Administración*. Reino Unido: Limusa.

Korzenny. (2008). *Hispanic Marketing*. Butterworth-Heinemann.

- Kotter, P. Y. (2007). *Fundamentos de mercadotecnia*. México: Prentice Halt Hispanoamericana.
- Lovelock, C. (2007). *Mercadotecnia de servicios*. México: Prentice Halt Hispanoamericana.
- Matagon. (2009). *Administración*.
- Micheels, P. (2009). Fillers Faciales. *Manual práctico de Medicina Estética* (Págs. 29-61).
World Congress.
- Miller, B. Y. (2009). Mesoterapia Estética. *Manual práctico de Medicina Estética* (Pág. 255).
World Congress.
- Pimentel, D. S. (2010). Hidrolipoclasia. *Cirugía estética en consultorio* (Págs. 309-315).
Amolca.
- Reyes. (2007). *Procesos Administrativos*.
- Schemerhorm. (2008). *Administración*. Reino Unido: Limusa.
- Silva, Y. (2012). Calidad de los servicios privados de salud. *Scielo*, 12.
- Varo. (2007). *Gestión estratégica de la calidad de los servicios sanitarios*. Madrid: Díaz De Santos.
- Vuori. (2006). *El control de calidad en los servicios sanitarios. Concepto y Metodología*.
Barcelona: Masson.
- (www.negociosgt.com, 2014)
- (www.controlsanitario.gob.ec, 2015)

APENDICE 1: Acuerdo Ministerial # 00000318

AMBULATORIO

- 1 Consultorio de Especialidad(es) Clínico-Quirúrgicas
- 2 Centro de Especialidades.
- 3 Centro Clínico-Quirúrgico Ambulatorio (Hospital del Día)

HOSPITALARIO

- 5 Hospital Básico.
- 6 Hospital General.

Los establecimientos podrán contar con el apoyo de unidades móviles quirúrgicas y de especialidad, que presten servicios programados e itinerantes; su misión es extender la cobertura de atención a comunidades distantes y zonas donde no existan servicios de salud.

DEFINICIONES DEL II NIVEL DE ATENCIÓN

El II Nivel de Atención comprende todas las acciones y servicios de atención ambulatoria especializada y aquellos que requieran hospitalización. Constituye el escalón de referencia inmediata del I Nivel de Atención. Se desarrollan modalidades de atención no basadas exclusivamente en la cama hospitalaria, tales como la cirugía ambulatoria, el hospital del día. (Centro clínico quirúrgico ambulatorio).

AMBULATORIO

1 Consultorio de Especialidad(es) Clínico-Quirúrgicas

Es un establecimiento de salud independiente cuya asistencia está dada por un profesional de la salud legalmente registrado, de las especialidades y subespecialidades reconocidas por la ley.

2 Centro de Especialidades

Es un establecimiento de salud con personería jurídica y Director Médico responsable legalmente registrado que presta atención de consulta externa en las especialidades básicas y subespecialidades reconocidas por la ley, con apoyo básico.

3 Centro Clínico-Quirúrgico Ambulatorio (Hospital del Día)

Es un establecimiento, ambulatorio de servicios programados, de diagnóstico y/o tratamiento clínico o quirúrgico utilizando tecnología apropiada. Dispone de camillas y camas de recuperación para una estancia menor a 24 horas. Cuenta con, las especialidades y subespecialidades reconocidas por la ley, farmacia institucional para el establecimiento público y farmacia interna para el establecimiento privado con un stock de medicamentos autorizados. Dispone de servicios de: Consulta externa, centro quirúrgico, emergencia y enfermería; puede contar con los servicios de apoyo de: nutrición, psicología, laboratorio clínico e imagen. Las camas de este centro no son hospitalarias.

HOSPITALARIO

5 Hospital Básico.

Es un establecimiento de salud que brinda atención Clínico - Quirúrgica y cuenta con los servicios de: Consulta Externa, Emergencia, Hospitalización Clínica, Hospitalización Quirúrgica, Medicina Transfusional, farmacia institucional y

problemas de salud de corta estancia. Es la puerta de entrada obligatoria al sistema nacional de salud.

El I Nivel de atención define los siguientes tipos de establecimientos:

1.1 Puesto de Salud

Es un establecimiento de salud del sector público, que presta servicios de promoción y prevención de la salud, actividades de participación comunitaria y primeros auxilios; su población asignada o adscrita es de menos de 1000 habitantes; cumple con las normas de atención del MSP, cuenta con botiquín e informa mensualmente de sus actividades al nivel correspondiente. Es la unidad de máxima desconcentración, atendida por un auxiliar de enfermería o técnico superior en enfermería; está ubicado en la zona rural de amplia dispersión poblacional con horario de trabajo de 8 horas.

1.2 Consultorio General

Es un establecimiento de salud que presta atenciones de diagnóstico y/o tratamiento tanto en Medicina General y Odontología general y odontología integral, cumple con las normas de atención del MSP.

1.3 Centro de Salud Rural

Es un establecimiento de salud del sector público que cubre una población de 2000 a 6000 habitantes asignados o adscritos, ubicados en el sector rural y su horario es de 8 horas. Presta servicios de prevención, promoción, recuperación de la salud, cuidados paliativos, atención médica y de emergencia, atención odontológica, enfermería y actividades de participación comunitaria; tiene botiquín, cumple con las normas de atención del MSP.

1.4 Centro de Salud Urbano

Es un establecimiento de salud del sector público que atiende a una población de 2000 a 10000 habitantes, asignados o adscritos, ubicado en el sector urbano, su horario de atención es de 8 horas, presta servicios de prevención, promoción, recuperación de la salud, rehabilitación y cuidados paliativos, atención médica y de emergencia, atención odontológica, enfermería y actividades de participación comunitaria; tiene farmacia institucional; cumple con las normas de atención del MSP.

1.5 Centro de Salud de 12 horas urbano

Es un establecimiento de salud del sector público que tiene una población asignada de 10.000 a 50.000 habitantes, asignados o adscritos, con horario de atención de 12 horas, que brinda acciones de salud de promoción, prevención, recuperación de la salud, rehabilitación y cuidados paliativos y atención de emergencia; a través de los servicios de Medicina General y de especialidades básicas, Odontología, Psicología y Enfermería, puede disponer de servicios de apoyo en nutrición y trabajo social. Dispone de Servicios Auxiliares de Diagnóstico en laboratorio clínico, radiología básica, y opcionalmente audiometría; Farmacia institucional; promueve acciones de salud pública y participación social; cumple con las normas y programas de atención del MSP. Atiende referencia y contrarreferencias.

1.6 Centro de Salud Urbano de 24 horas

Es un establecimiento de salud del sector público que realiza acciones de promoción, prevención, recuperación de la salud, rehabilitación y cuidados paliativos, a través de los servicios de Medicina General y de especialidades básicas, Odontología, Psicología, Enfermería, Maternidad de corta estancia y Emergencia; dispone de Servicios Auxiliares de Diagnóstico en Laboratorio Clínico, Imagenología básica, opcionalmente Audiometría, farmacia institucional; promueve acciones de Salud Pública y Participación Social; cumple con las normas y programas de atención del MSP.

Inicio

Acuerdo 00000318 Expídese la tipología para homologar los establecimientos de salud por niveles de atención del Sistema Nacional de Salud.

Consideraciones

2

Acuerda:

Expedir la tipología para homologar los establecimientos de salud por niveles de atención del Sistema Nacional de Salud.

Los establecimientos de servicios de salud, se clasifican por nivel de atención y de acuerdo a su capacidad resolutoria en:

Primer nivel de atención.

Segundo nivel de atención.

Tercer nivel de atención.

Además existirá un sistema nacional de atención de emergencia.

NIVELES DE ATENCIÓN, NIVELES DE COMPLEJIDAD, CATEGORÍA Y NOMBRES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE SALUD			
Niveles de atención	Niveles de Complejidad	Categoría de establecimientos de salud	Nombre
Primer nivel de atención	1º nivel	I-1	Puesto de salud
	2º nivel	I-2	Consultorio general
	3º nivel	I-3	Centro de salud rural
	4º nivel	I-4	Centro de salud urbano
	5º nivel	I-5	Centro de salud de 12 horas
	6º nivel	I-6	Centro de salud de 24 horas
Segundo nivel de atención	1º nivel	II- 1	Consultorio de especialidad(es) clínico - quirúrgico
		II-2	Centro de especialidades
	2º nivel	II-3	Centro clínico- quirúrgico ambulatorio (Hospital del Día)
	3º nivel	II-4	Hospital Básico

tercer nivel de atención	2° nivel	III-2	Hospital especializado
	3° nivel	III-3	Hospital de especialidades

Servicios de apoyo

Apoyo diagnóstico transversal a los niveles de atención

Establecimiento	Característica	Categoría de establecimientos de salud
Laboratorio	Laboratorio general	L-1
	Laboratorio clínico de especialidades de mediana complejidad	L-2
	Laboratorio de alta complejidad	L-3

Establecimiento	Característica	Categoría de establecimientos de salud
Imagen	Establecimiento de imágenes básico	i-1
	Establecimiento de imagen con intervencionismo diagnóstico especializado	i-2
	Laboratorio de alta complejidad	i-3

Establecimiento	Característica	Categoría de establecimientos de salud
Laboratorio Fisiológico - Dinámico	Cardiovasculares	f-1
	Músculos esqueléticos	f-2
	Neurofisiológico	f-3
	Metabólico	f-4

I NIVEL DE ATENCIÓN

El I Nivel de Atención se clasifica en los siguientes tipos de establecimientos:

- 1.1 Puesto De Salud
- 1.2 Consultorio General
- 1.3 Centro de Salud rural
- 1.4 Centro de salud urbano
- 1.5 Centro de Salud Urbano de 12 horas
- 1.6 Centro de Salud Urbano de 24 horas

Estos establecimientos podrán contar con el apoyo de unidades móviles de medicina general y odontología, que prestarán servicios programados e itinerantes; su misión es extender la cobertura de atención a comunidades distantes y en lugares donde no existan servicios de salud.

DEFINICIONES DE I NIVEL DE ATENCIÓN

1.3 Hospital de Especialidades:

establecimiento de salud de la más alta complejidad, que provee atención ambulatoria en consulta externa, urgencia y hospitalización en las especialidades y subespecialidades de la medicina, farmacia, institución pública y farmacia interna para el establecimiento privado. Destinado a brindar atención quirúrgica en las diferentes patologías y servicios.

Atiende a la población del país a través del sistema de referencia y contrarreferencia; su ámbito de acción es nacional o regional.

Disposiciones

Generales:

Consideraciones generales

PRIMERA.- En todos los establecimientos de salud se aplicará la estrategia de atención primaria de salud acorde a las necesidades de la población.

SEGUNDA.- La atención en cuidados paliativos es integral y se brindará en los tres niveles de atención.

TERCERA.- El sector salud representado por el Ministerio de Salud Pública, promoverá la investigación científica y su integración con la actividad asistencial y docente en todas las unidades de salud que conforman el Sistema Nacional de Salud, y orientará al abordaje de los problemas de salud prioritarios.

CUARTA.- El flujo del usuario se regirá estrictamente según la normativa del Sistema de Referencia y Contrarreferencia emitida por el Ministerio de Salud Pública.

QUINTA.- La operativización de este acuerdo se complementará mediante el Acuerdo de Licenciamiento de Servicios de Salud.

SEXTA.- El Marco jurídico de aplicación de este acuerdo es de todo el sector salud vigente en la República del Ecuador.

SÉPTIMA.- Las farmacias de venta al público serán consideradas como establecimientos que se someten al Reglamento de control y funcionamiento de los establecimientos farmacéuticos y el Reglamento de funcionamiento para farmacias y botiquines.

Firmas

Anexos

Glosario:

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Nivel de Atención: Conjunto de establecimientos de salud organizados bajo un marco jurídico, legal y normativo; con niveles de complejidad necesaria para resolver con eficacia y eficiencia las necesidades de salud de la población.

Nivel de Complejidad: Es el grado de diferenciación y desarrollo de los servicios de salud, en relación con la atención al que corresponde, alcanzado mediante la especialización y tecnificación de sus recursos.

itología, Laboratorio clínico, Imagen. Efectúa acciones de fomento, protección y recuperación de la salud, servicio de enfermería, resuelve las referencias de las unidades de menor complejidad y direcciona la contención.

Hospital General.

Establecimiento de salud que brinda atención clínico - quirúrgica y ambulatoria en consulta externa, hospitalizados intensivos, cuidados intermedios y emergencias; con especialidades básicas y subespecialidades reconocidas por la ley.

Además de los servicios de apoyo diagnóstico y tratamiento (Laboratorio Clínico, Imagenología, Anatomía patológica, Nutrición y Dietética, Medicina Física y Rehabilitación), farmacia institucional para el establecimiento público y farmacia interna para el establecimiento privado de Diálisis, Medicina Transfusional, Trabajo Social, Unidad de Trauma, Atención Básica de Quemados.

Resuelve las referencias recibidas de las unidades de menor complejidad y direcciona la contrarreferencia.

NIVEL DE ATENCION

Nivel de Atención se clasifica en los siguientes tipos de establecimientos:

Ambulatorio

Centro especializado.

Hospitalario

! Hospital Especializado.

! Hospital de Especialidades.

DEFINICIONES DEL III NIVEL DE ATENCIÓN

Responde a los establecimientos que prestan servicios ambulatorios y hospitalarios de especialidad y especializados, los centros hospitalarios son de referencia nacional; resuelve los problemas de salud de alta complejidad, tiene recursos de tecnología de punta, intervención quirúrgica de alta severidad, realiza transplantes intensivos, cuenta con subespecialidades reconocidas por la ley; se incluyen los siguientes

AMBULATORIO

1 Centro Especializado

Establecimiento de salud, con personería jurídica legalmente registrado, bajo la responsabilidad de un médico especialista o sub-especialista, con o sin hospitalización, que presta servicios de apoyo diagnóstico, terapéutico o rehabilitación en una especialidad definida como: Centros de Hemodiálisis, Radioterapia Externa y Fisiología.

HOSPITALARIO

! Hospital Especializado

Establecimiento de salud de alta complejidad, que provee atención ambulatoria en consulta externa, emergencias hospitalaria de una determinada especialidad y/o subespecialidad, farmacia institucional para el establecimiento

AMBULATORIO

- 1 Consultorio de Especialidad(es) Clínico-Quirúrgicas
- 2 Centro de Especialidades.
- 3 Centro Clínico-Quirúrgico Ambulatorio (Hospital del Día)

HOSPITALARIO

- 5 Hospital Básico.
- 6 Hospital General.

Los establecimientos podrán contar con el apoyo de unidades móviles quirúrgicas y de especialidad, que presten servicios programados e itinerantes; su misión es extender la cobertura de atención a comunidades distantes y zonas donde no existan servicios de salud.

DEFINICIONES DEL II NIVEL DE ATENCIÓN

El II Nivel de Atención comprende todas las acciones y servicios de atención ambulatoria especializada y aquellos que requieran hospitalización. Constituye el escalón de referencia inmediata del I Nivel de Atención. Se desarrollan modalidades de atención no basadas exclusivamente en la cama hospitalaria, tales como la cirugía ambulatoria, el hospital del día. (Centro clínico quirúrgico ambulatorio).

AMBULATORIO

1 Consultorio de Especialidad(es) Clínico-Quirúrgicas

Es un establecimiento de salud independiente cuya asistencia está dada por un profesional de la salud legalmente registrado, de las especialidades y subespecialidades reconocidas por la ley.

2 Centro de Especialidades

Es un establecimiento de salud con personería jurídica y Director Médico responsable legalmente registrado que presta atención de consulta externa en las especialidades básicas y subespecialidades reconocidas por la ley, con servicios de apoyo básico.

3 Centro Clínico-Quirúrgico Ambulatorio (Hospital del Día)

Es un establecimiento, ambulatorio de servicios programados, de diagnóstico y/o tratamiento clínico o quirúrgico utilizando tecnología apropiada. Dispone de camillas y camas de recuperación para una estancia menor a 24 horas. Cuenta con, las especialidades y subespecialidades reconocidas por la ley, farmacia institucional para el establecimiento público y farmacia interna para el establecimiento privado con un stock de medicamentos autorizados. Dispone de servicios de: Consulta externa, centro quirúrgico, emergencia y enfermería; puede contar con los servicios de apoyo de: nutrición, psicología, laboratorio clínico e imagen. Las camas de este centro no son fijas.

HOSPITALARIO

5 Hospital Básico.

Es un establecimiento de salud que brinda atención Clínico - Quirúrgica y cuenta con los servicios de: Consulta Externa, Emergencia, Hospitalización Clínica, Hospitalización Quirúrgica, Medicina Transfusional, farmacia institucional y

APENDICE 2: Modelo de encuesta utilizada

DISEÑO DE UN CENTRO MÉDICO PARA LA REALIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS ESTÉTICOS AMBULATORIOS EN LA ZONA NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

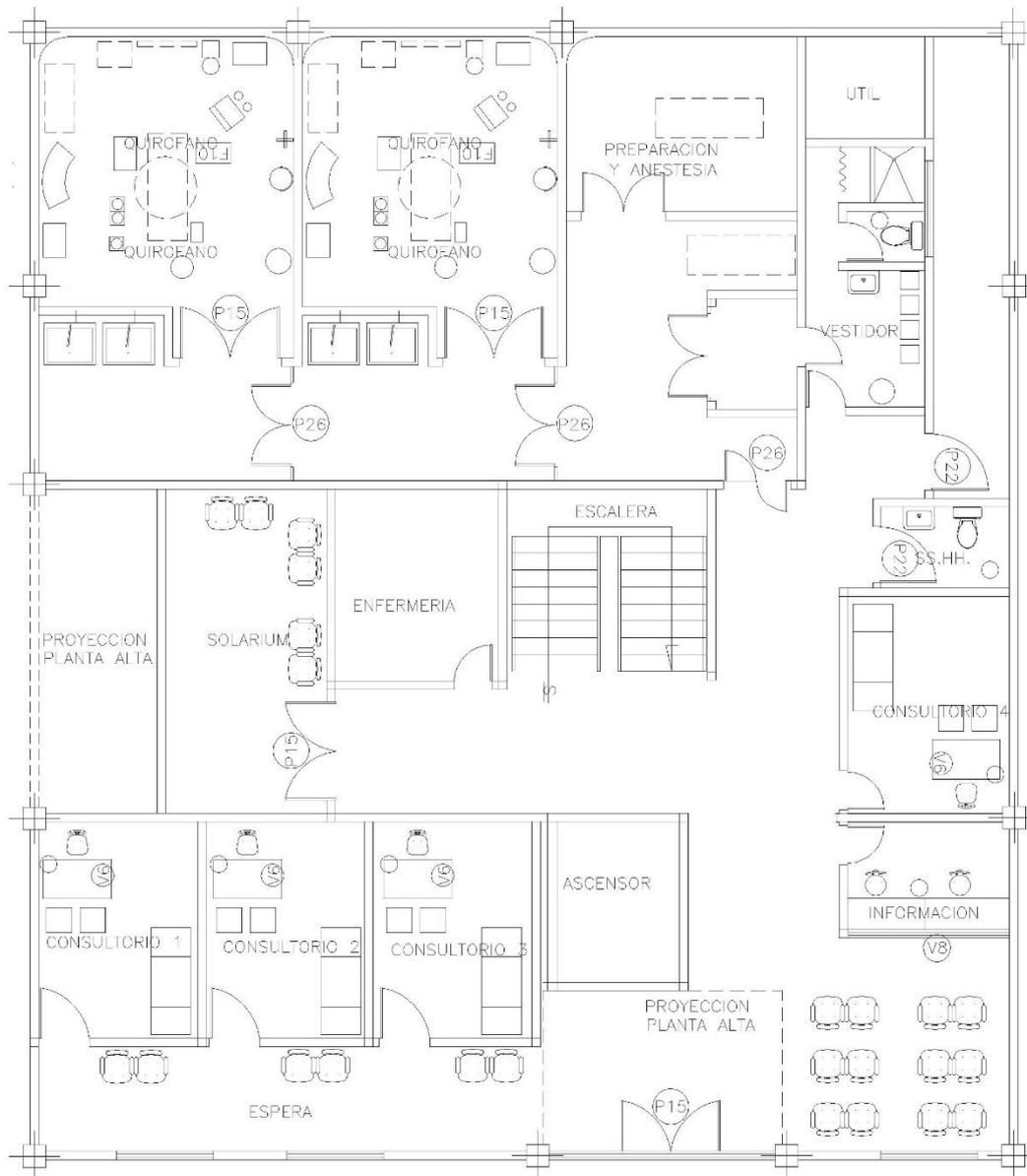
(ESTA PREGUNTA ES DE SELECCIÓN Y SI SU RESPUESTA ES NO, POR FAVOR NO SEGUIR CON LA ENCUESTA GRACIAS)

(MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE USTED CREA INDICADA)

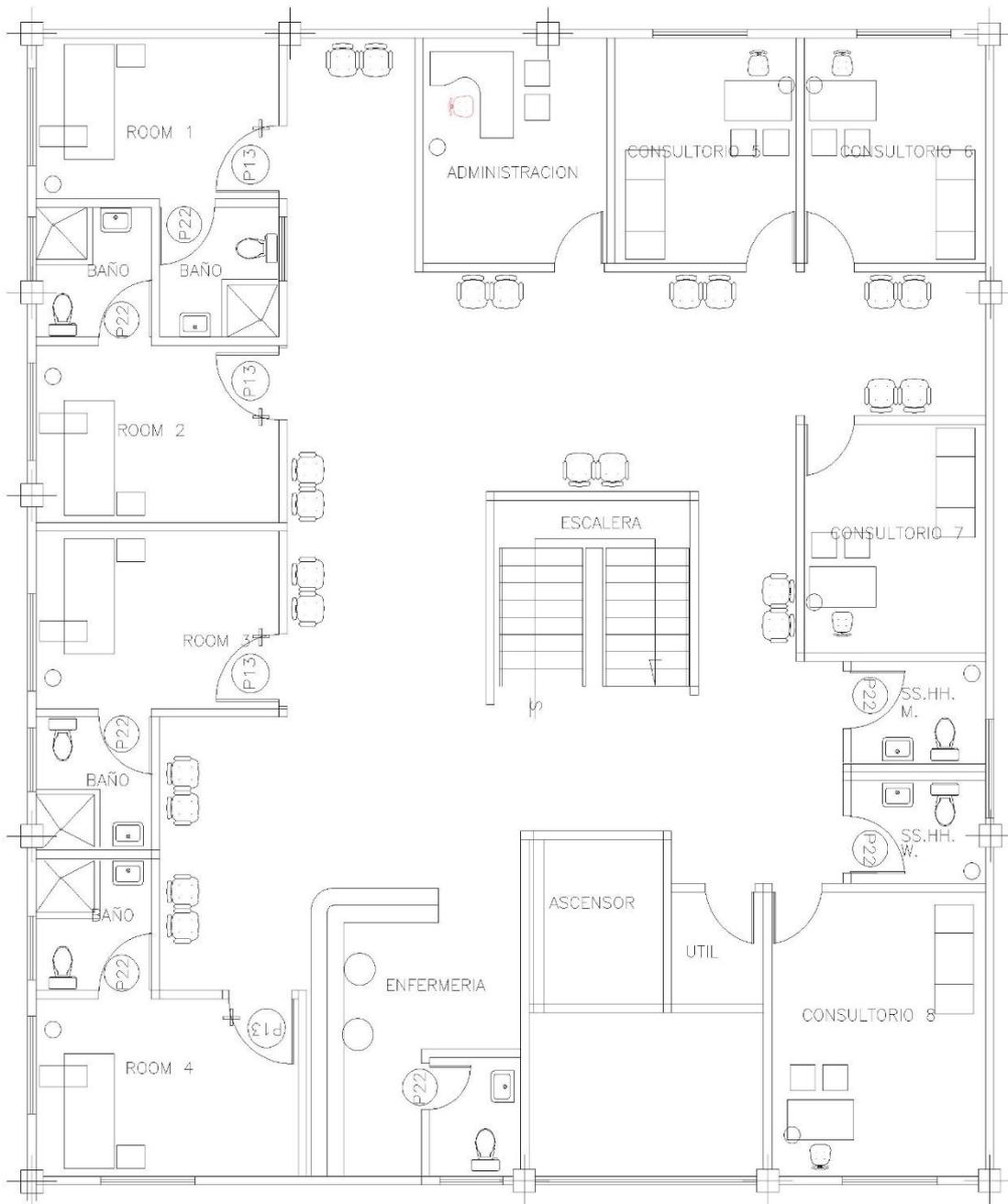
- 1. Es Ud o ha sido Ud, cliente de un centro médico estético?**
 - a. Si ()
 - b. No ()
- 2. Qué significa para Ud, un centro médico estético ambulatorio?**
 - a. un hospital () c. Un Hospital del día()
 - b. un centro médico pequeño () d. No lo sabe ()
- 3. Ud visitaría un centro médico estético?**
 - a. Si ()
 - b. No ()
- 4. Como serían las tarifas del Centro Médico Estético?**
 - a. Altas ()
 - b. Bajas ()
 - c. Muy bajas ()
 - d. No lo sabe ()
- 5. Cree Ud que encontraría alguna dificultad para solicitar una cita?**
 - a. Si ()
 - b. No ()
- 6. Cómo considera usted que debería ser la atención del personal de recepción de un Centro Médico Estético?**
 - a. Muy agradable ()
 - b. Agradable ()
 - c. Poco agradable ()
 - d. Nada agradable ()
- 7. Para Ud, las instalaciones de un centro medico estético ambulatorio podrían brindar?**
 - a. Procedimientos estéticos, laboratorio clínico y medicina en general ()
 - b. Sólo procedimientos estéticos quirúrgicos, ambulatorios y hospitalización ()
 - c. Procedimientos estéticos ambulatorios, alguno quirúrgico y medicina en general ()
- 8. Cómo considera Ud que debería ser la presentación de los empleados del Centro Médico Estético?**
 - a. Pulcritud haciendo énfasis en los detalles ()
 - b. El uso del mandil sobre todas las cosas ()
 - c. Es una Institución Médica que sabrá poner sus lineamientos en cuanto a vestimenta ()
- 9. ¿En cuánto a higiene, para usted las instalaciones Centro Médico Estético tiene que ser?**
 - a. Muy impecables ()
 - b. Impecables ()
 - c. Como todas las instituciones de salud ()
- 10. ¿Que clase de servicios le gustaría recibir en el Centro Médico Estético?**
 - a. tratamientos corporales ()
 - b. tratamientos Faciales ()
 - c. Cosmetologicos ()
 - d. tratamientos quirúrgicos ()

APENDICE 3: Planos estructurales del Centro Médico

3.1 Planta inferior



3.2: Planta superior del Centro Médico



APENDICE 4**Tabla 15** Amortización del préstamo

monto	200000					
tasa	14%					
periodo	5					
periodo	saldo inicial	interés	pago	abono capital	saldo final	pago mensual
0	200000				200000	
1	200000	28000	58256,7	30256,7	169743,3	4854,7
2	169743,3	23764,1	58256,7	34492,6	135250,6	4854,7
3	135250,6	18935,1	58256,7	39321,6	95929,0	4854,7
4	95929,0	13430,1	58256,7	44826,6	51102,4	4854,7
5	51102,4	7154,3	58256,7	51102,4	0	4854,7

APENDICE 5: Balance General

	BALANCE GENERAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos corrientes	\$5.334	\$63.901,46	\$141.290,45	\$239.196,38	\$449.982
Caja- bancos	\$419,22	\$58.986,46	\$136.375,45	\$234.281,38	\$445.067
Capital de trabajo	\$4.915,00	\$4.915,00	\$4.915,00	\$4.915,00	\$4.915,00
Activos Fijos Netos	\$16.950	\$13.900,00	\$10.850,00	\$9.300,00	\$7.750,00
Activos fijos	\$20.000	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00
Depreciación acumulada	\$3.050,00	\$6.100,00	\$9.150,00	\$10.700,00	\$12.250,00
Total activos	\$22.284	\$77.801,46	\$152.140,45	\$248.496,38	\$457.732
Total pasivos	\$14.685	\$11.605,44	\$8.160,56	\$4.308,15	\$0,00
Patrimonio	\$57.428	\$116.026,01	\$193.809,89	\$294.018,23	\$507.562
Aporte futura capitalización	\$7.474	\$7.474,50	\$7.474,50	\$7.474,50	\$7.474,50
Utilidad del ejercicio	\$49.953	\$58.597,70	\$77.783,87	\$100.208,34	\$213.544
Utilidades retenidas		\$49.953,81	\$108.551,51	\$186.335,39	\$286.543
Total pasivo + patrimonio	\$72.114	\$127.631,46	\$201.970,45	\$298.326,38	\$507.562

APENDICE 6**Tabla 22:** Estado de resultados, pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS y GANANCIAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTALES
Ventas	\$ 152.320,00	\$ 245.000,00	\$ 313.600,00	\$ 392.000,00	\$ 656.600,00	\$ 1.759.520,00
Costos directos	\$ 66.600,00	\$ 120.480,00	\$ 148.248,00	\$ 175.541,00	\$ 249.822,00	
Utilidad bruta	\$ 85.720,00	\$ 124.520,00	\$ 165.352,00	\$ 216.459,00	\$ 406.778,00	
COSTOS INDIRECTOS						
Gastos administrativos	\$ 2.400,00	\$ 31.200,00	\$ 31.200,00	\$ 39.600,00	\$ 45.600,00	
Gastos de marketing	\$ 1.200,00	\$ 2.160,00	\$ 3.000,00	\$ 3.600,00	\$ 4.200,00	
Gastos de ventas	\$ 1.662,00	\$ 7.350,00	\$ 9.408,00	\$ 19.600,00	\$ 32.830,00	
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 80.458,00	\$ 93.170,00	\$ 121.744,00	\$ 153.659,00	\$ 324.148,00	
Depreciaciones	\$ 3.050,00	\$ 3.050,00	\$ 3.050,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	
Intereses calculados, amortizacion	\$ 2.063,00	\$ 1.737,00	\$ 1.373,00	\$ 965,00	\$ 510,00	
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	\$ 75.345,00	\$ 88.383,00	\$ 117.321,00	\$ 151.144,00	\$ 322.088,00	
Impuesto a la renta	\$ 16.576,00	\$ 19.444,00	\$ 25.811,00	\$ 33.252,00	\$ 70.859,00	
Utilidades a los trabajadores	\$ 8.815,00	\$ 10.341,00	\$ 13.727,00	\$ 17.684,00	\$ 37.684,00	
Imp. Renta y utilidades	\$ 25.391,00	\$ 29.785,00	\$ 39.537,00	\$ 50.935,00	\$ 108.544,00	
Utilidad Neta	\$ 49.954,00	\$ 58.598,00	\$ 77.784,00	\$ 100.208,00	\$ 213.544,00	\$ 500.088,00
	0,33	0,24	0,25	0,26	0,33	

APENDICE 7**Tabla 23** Proyección de costos y gastos mensuales

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 152.320	\$ 245.000	\$ 313.600	\$ 392.000	\$ 656.600
Costos directos	\$ 66.600	\$ 120.480	\$ 148.248	\$ 175.541	\$ 249.822
Costos indirectos	\$ 5.262	\$ 31.350	\$ 43.608	\$ 62.800	\$ 82.630
Flujo operativo	\$ 80.458	\$ 93.170	\$ 121.744	\$ 153.659	\$ 324.148
Ingresos no operativos	\$ 24.915				
Crédito	\$ 17.441				
Aporte propio	\$ 7.475				
Egresos no operativos	\$ 55.124	\$ 34.603	\$ 44.355	\$ 55.753	\$ 113.362
Inversión inicial	\$ 24.915				
Activos fijos	\$ 20.000				
Capital de trabajo	\$ 4.915				
Pago de dividendos	\$ 4.818	\$ 4.818	\$ 4.818	\$ 4.818	\$ 4.818
Impuesto y Utilidad de trabajadores	\$ 25.391	\$ 29.785	\$ 39.537	\$ 50.935	\$ 108.544
Flujo no operativo	\$ 80.039	\$ 34.603	\$ 44.355	\$ 55.753	\$ 113.362
Flujo neto	\$ 419	\$ 58.567	\$ 77.389	\$ 97.906	\$ 210.786
Flujo acumulado	\$ 419	\$ 58.986	\$ 136.375	\$ 234.281	\$ 445.068



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Barcia Varas Hugo Javier, con C.C: # 0910743954 autor(a) del trabajo de titulación: Diseño de un centro médico para la realización de procedimientos estéticos ambulatorios en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, previo a la obtención del grado de **MAGISTER EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, Enero 6 del 2016.

f. 

Nombre: BARCIA VARAS HUGO JAVIER
C.C: 091074395



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Diseño de un centro médico para la realización de procedimientos estéticos ambulatorios en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Barcia Varas Hugo Javier		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Elsie Zerda Barreno Econ. Glenda Gutiérrez Canela Econ. María del Carmen Lapo (Tutora)		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Gerencia en Servicios de la Salud		
GRADO OBTENIDO:	Magister en Gerencia en Servicios de la Salud		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Este dato será colocado por la maestría	No. DE PÁGINAS:	112
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración y planificación de centros médicos		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Medicina Estética, procedimientos ambulatorios, empresa, inversión		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Desde hace unos 20 años atrás, una nueva rama y especialidad de la Medicina conocida como Medicina Estética ha venido presentando un sinnúmero de tratamientos y servicios encaminados a ofrecer a la población general procedimientos ambulatorios de resultados rápidos y agradables para los pacientes. El alcance de dichos tratamientos va dirigido a todos los estratos sociales ya que el desarrollo de los mismos involucra el someterse a esquemas de tratamientos accesibles y a costos razonables con resultados que fácilmente se comparan y en algunos casos superan, los obtenidos en procedimientos quirúrgicos afines. Por eso y en vista de la popularidad creciente de dichos servicios, es que en algunos casos, estos son ofertados por personas sin experiencia y locaciones adecuadas que puedan ofrecerle al paciente la seguridad necesaria respectiva. En vista de aquello el presente proyecto de investigación tiene como finalidad diseñar la construcción de un Centro Médico para procedimientos estéticos ambulatorios en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Durante el desarrollo de la investigación se realizarán encuestas a personas tomadas al azar que vivan en la zona norte de Guayaquil que contestarán preguntas sobre ubicación, servicios, procedimientos</p>			



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

a ofrecer, aspectos socioculturales, entre otras. Se diseñará un plano gerencial y administrativo sobre la cual funcionará la empresa que manejará al Centro Médico; además, se realizará un análisis económico que permita analizar probables gastos e ingresos, tiempo de retorno de la inversión y otros costos que pueda generar el Centro Médico de tal manera que se pueda determinar la viabilidad del proyecto.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2109077 / 0989996116	E-mail:drhugobarciavaras@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Lapo Maza, María del Carmen	
	Teléfono: +593-9-42206950 / 0999617854	
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	