



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS.

**PLAN DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO
EN ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS.**

**PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS
NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA
"DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLORES DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO 2013.**

AUTOR: WILLIAM ALEXANDER CERÓN AGUILERA.

TUTOR: DRA. ESTELA MONTES.

QUITO, OCTUBRE 2013



Declaración de aprobación tutor y lector

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACION DE BOTICAS Y FARMACIAS

CERTIFICACIÓN

Por la presente, deixo constancia que he participado en la elaboración del proyecto de tesis presentado por la Sr. Cerón Aguilera William Alexander, para optar por el título profesional de Administrador de Boticas y Farmacias cuyo tema tentativo es **"PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013."** y en virtud, acepto asesorar al estudiante, en calidad de tutor, durante la etapa de desarrollo de la investigación hasta su presentación y sustentación

En la ciudad de Quito, al día 04 del mes de Abril de 2013

Dra. Estela Montes

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Cerón Aguilera William Alexander

CC: 1722337837

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Cerón Aguilera William Alexander alumno de la Escuela de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Cerón Aguilera William Alexander

CC:1722337837

AGRADECIMIENTO

Un fundamental agradecimiento a todos los profesores docentes que nos impartieron sus enseñanzas Gracias a la Dra. Estela Montes, por ser una guía muy fundamental y brindarme el valioso aporte profesional, técnico y humano en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera.



DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional
ya que ellos son mi apoyo fundamental para lograr mis objetivos,
también quisiera dedicar este pequeño paso en mi vida a las personas
que lamentablemente ya no están a mi lado,
pero conocían de mis objetivos a cumplirse.



Índice General

| | Pág. |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| CAPITULO I..... | 1 |
| 1.01 CONTEXTO | 1 |
| 1.02 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA: | ; ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO. |
| 1.03 OBJETIVO GENERAL: | ; ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO. |
| 1.04 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | ; ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO. |
| 1.05 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA..... | 2 |
| 1.06 DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL MATRIZ | 3 |
| CAPITULO II | 4 |
| 2.01 MAPEO DE INVOLUCRADOS | 5 |
| 2.02 MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS | 6 |
| CAPITULO III..... | 7 |
| 3.01 ÁRBOL DE PROBLEMAS..... | 7 |
| 3.02 ÁRBOL DE OBJETIVOS | 8 |
| CAPITULO IV | 9 |
| 4.01 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS..... | 9 |
| 4.01.1 Análisis de Matriz de Alternativas..... | 10 |
| 4.02 MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS..... | 11 |
| 4.02.1 Análisis del Impacto de los Objetivos | 12 |



| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 4.03 | DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS | 13 |
| 4.04 | MATRIZ DE MARCO LÓGICO | 14 |
| 4.05 | ANÁLISIS MATRIZ DE MARCO LÓGICO..... | 17 |
| CAPITULO V..... | | 19 |
| 5.01 | ANTECEDENTES..... | 19 |
| 5.01.1 | MEJORA DE PROYECTOS PEDAGÓGICOS Y PROMOCIÓN DE LA SALUD..... | 19 |
| 5.01.2 | PERFIL DEL EMPRESARIO | ¡Error! Marcador no definido. |
| 5.01.3 | PLAN DE MERCADEO | ¡Error! Marcador no definido. |
| 5.01.4 | CONFIGURACIÓN DEL PROYECTO EMPRESARIAL.... | ¡Error! Marcador no definido. |
| 5.01.5 | FACTOR TECNOLÓGICO | <i>¡Error! Marcador no definido.</i> |
| 5.02 | DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA. | 19 |
| 5.03 | FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA | 20 |
| CAPITULO VI..... | | 27 |
| 6.01 | RECURSOS | 28 |
| 6.02 | PRESUPUESTO | 29 |
| 6.03 | CRONOGRAMA..... | 31 |
| 6.04 | BIBLIOGRAFIA- NETGRAFIA..... | 34 |
| ANEXOS | | 36 |
| ENCUESTA..... | | 37 |
| PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE CUADROS ESTADÍSTICOS | | 40 |
| PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013. | | |



GLOSARIO DE TERMINOS..... 47

ÍNDICE DE TABLAS

| | Pág. |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Tabla 1: Análisis de fuerzas T | 4 |
| Tabla 2: Análisis de Involucrados..... | 6 |
| Tabla 3 Análisis de alternativas | 9 |
| Tabla 4 Impacto de Objetivos | 11 |
| Tabla 5 Marco lógico | 14 |
| Tabla 6 Indicadores | 15 |
| Tabla 7 Supuestos | 16 |
| Tabla 8 Presupuesto del proyecto | 17 |
| Tabla 9 Plan Operativo Anual (POA)..... | 27 |
| Tabla 10 Equipo de trabajo..... | 28 |
| Tabla 11 Suministros y materiales..... | 28 |
| Tabla 12 Gastos Personales | 29 |
| Tabla 13 Maquinaria y equipos..... | 30 |
| Tabla 14 Suministros y materiales | 30 |
| Tabla 15 Cronogramas de actividades | 33 |
| Tabla 16: Punto de vista del usuario sobre la tecnología que utilizan | 40 |
| Tabla 17: Motivos de asistencia del paciente | 41 |
| Tabla 18: Atención al público..... | 41 |
| Tabla 19: Servicios adicionales | 42 |
| Tabla 20: Tipos de convenios de la clínica..... | 43 |
| Tabla 21: Calidad de productos farmacéuticos | 44 |
| Tabla 22: Inversión en salud..... | 44 |
| Tabla 23: Formas de pago..... | 45 |

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.



Tabla 24: Opinión del paciente sobre la infraestructura de la clínica..... 46

INDICE DE GRÁFICAS

| | Pág. |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Gráfica 1 Diagrama de objetivos específicos..... | 2 |
| Gráfica 2: Esquema de Mapeo de Involucrados | 5 |
| Gráfica 3 Árbol de Problemas..... | 7 |
| Gráfica 4 Esquema de Objetivos..... | 8 |
| Gráfica 5 Diagrama de Estrategias | 13 |
| Gráfica 6 Plan de Marketing | 25 |
| Gráfica 7 Punto de vista del usuario sobre la tecnología que utilizan | 40 |
| Gráfica 8: Motivos de asistencia del paciente..... | 41 |
| Gráfica 9: Atención al público..... | 42 |
| Gráfica 10: Servicios adicionales..... | 42 |
| Gráfica 11: Tipos de convenios de la clínica | 43 |
| Gráfica 12: Calidad de productos farmacéuticos | 44 |
| Gráfica 13: Inversión en salud | 45 |
| Gráfica 14: Formas de pago..... | 45 |
| Gráfica 15: Opinión del paciente sobre la infraestructura de la clínica..... | 46 |
| Gráfica 16 Purificación de sangre..... | 50 |
| Gráfica 17 Pacientes en tratamiento | 50 |
| Gráfica 18 Mejorías en equipos de trabajo | 51 |
| Gráfica 19 Mejorías en esterilizantes..... | 51 |
| Gráfica 20 Nueva maquinaria de diálisis | 52 |
| Gráfica 21 Maquinaria obsoleta de trabajo..... | 52 |
| Gráfica 22 Pacientes en tratamiento | 53 |
| Gráfica 23 Ampliación de la sala de diálisis..... | 53 |

RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de cuidados está destinado al grupo de pacientes relacionados por “Insuficiencia Renal Crónica” en Tratamiento Renal Sustitutivo mediante Hemodiálisis.

Los servicios de salud y el avance tecnológico está en íntima y estrecha relación con el tratamiento diario de estos pacientes, por lo cual es imprescindible para el personal poseer un buen instrumento de trabajo con un amplio margen de variación en función de las necesidades que se registren, implementando tecnología de punta y reemplazando maquinaria obsoleta.

Creación de un plan de marketing aplicado a la clínica “Dialcentro” en el sector Villa flora distrito metropolitano de Quito 2013.

Se justifica la poca competencia en el mercado lo que brinda la oportunidad de plantear nuevas alternativas de crecimiento del centro médico con una excelente atención al cliente y con precios razonables esto se lograría implementar satisfactoriamente a través de un plan de promoción.

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA “DIALCENTROSUR” EN EL SECTOR VILLAFLORES, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

ABSTRACT

This care plan is intended to group related patients with "chronic renal failure" on renal replacement therapy by hemodialysis.

Health services and technological advancement is intimate and close relationship with the daily treatment of these patients, which is essential for staff to have a good working tool with a wide range of variation depending on the needs to register, implementing technology and replacing obsolete machinery. Creating a marketing plan applied to the clinic "Dialcentro" Villa flora sector Metropolitan District of Quito 2013. Is warranted little competition in the market which provides the opportunity to raise new growth alternatives medical center with excellent customer service and reasonable prices this would be achieved through the successful implementation of a marketing plan.

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

INTRODUCCIÓN

La importancia del presente proyecto tiene como objetivo principal, reemplazar maquinaria obsoleta de diálisis, además de poder brindar promociones alternas, este plan de cuidados está destinado al grupo de pacientes relacionados por “Insuficiencia Renal Crónica” en Tratamiento Renal Sustitutivo mediante Hemodiálisis.

Los beneficiarios en este caso serán los pacientes que tienen dicha enfermedad ya que con mejor maquinaria de trabajo se pretende mejorar la salud del paciente ya que también se está implementando mejoras en equipos quirúrgicos y fármacos.

Se justifica la poca competencia en el mercado lo que brinda la oportunidad de plantear nuevas alternativas de crecimiento del centro médico con una excelente atención al cliente y con precios razonables esto se lograría implementar satisfactoriamente.

CAPITULO I

1.01 CONTEXTO

El Centro Médico Dialcentro está formado por un grupo de médicos de distintas especialidades en el sur sector la Villa flora, con el propósito de otorgar atenciones de salud ambulatoria e integral en un solo lugar. Es así como dan paso a la creación del dicho centro de atención primordial de procedimientos diagnósticos en nefrología. En la actualidad cuenta con más de 60 profesionales de vasta trayectoria, entregando su experiencia a los pacientes.

El presente proyecto permitirá identificar las posibles causas y efectos que han venido presentándose para el incremento y fidelización de pacientes.

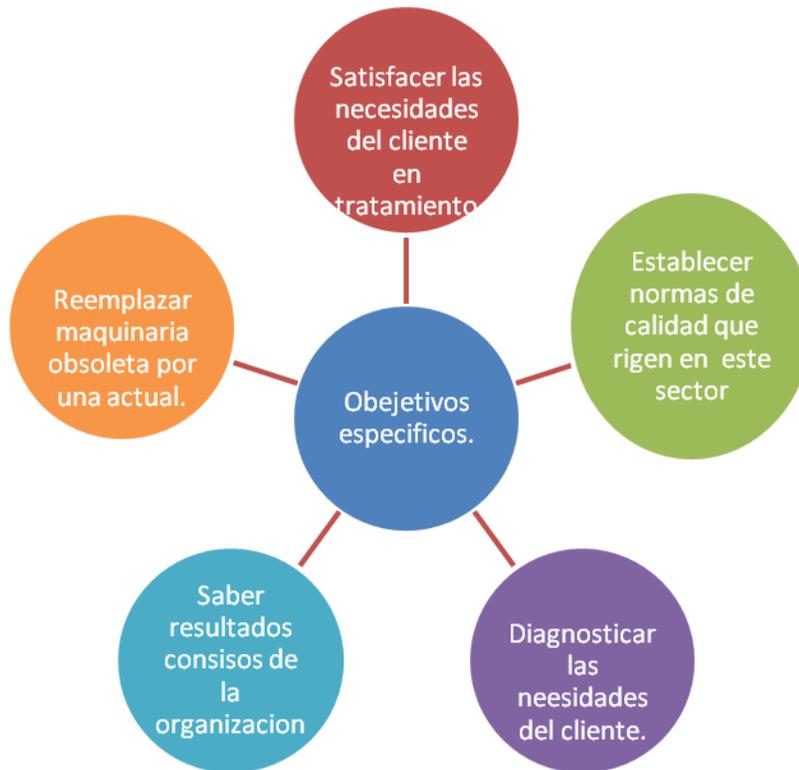
Al tratarse de un centro médico con especial atención a especialidades como es la nefrología se ha logrado constatar que la tecnología es causa o factor que permite no estar al mismo nivel de la competencia generando también una mala atención al cliente.

El establecimiento además no cuenta con personal capacitado para la buena atención al cliente, la cual genera insatisfacción en los usuarios y haciendo que las ventas disminuyan constantemente.

Debido a que el centro se encuentra en un sitio poco transitado, permite que los usuarios se pierdan y no encuentren el lugar de llegada. Por lo que vemos la necesidad de aplicar un plan de mercadeo estratégico, para ver beneficiados tanto al paciente como a la clínica.

No cuenta con un plan de promoción y marketing que permita ideas comerciales y de esta forma los clientes sean atraídos y satisfechos en sus necesidades de salud.

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.



Gráfica 1 Diagrama de objetivos específicos

1.02 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.

El Centro Médico y su creación tienen propósitos muy centrados principalmente en la salud, cuentan con planes de cuidados relacionados con pacientes de "Insuficiencia Renal Crónica" (IRC) en Tratamiento Renal Sustitutivo mediante Hemodiálisis.

La importancia de la investigación tiene como tarea fundamental plantear un plan de marketing que permita la mayor captación de clientes y la satisfacción de necesidades de los mismos, además de generar fuentes de empleo.

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

El paciente en tratamiento con Hemodiálisis, por su especial idiosincrasia, por el cambio de vida tan intenso, tanto en el aspecto físico como en el psíquico y social en el que se ve involucrado, necesita de unos cuidados muy específicos y en constante actualización y mejora.

1.03 DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL MATRIZ

Se han logrado identificar problemas como falta de publicidad y maquinaria de hemodiálisis que en pleno año 2013 ya no se deberían estar utilizando, además que se busca expender calidad en fármacos y mejoras internas dentro de la clínica por el bienestar de los pacientes, por lo que hemos visto conveniente que los servicios de salud y el avance tecnológico están en íntima y estrecha relación con el tratamiento diario de estos pacientes, por lo cual es imprescindible para el personal poseer un buen instrumento de trabajo con un amplio margen de variación en función de las necesidades que se registren, implementando tecnología de punta y reemplazando maquinaria obsoleta.

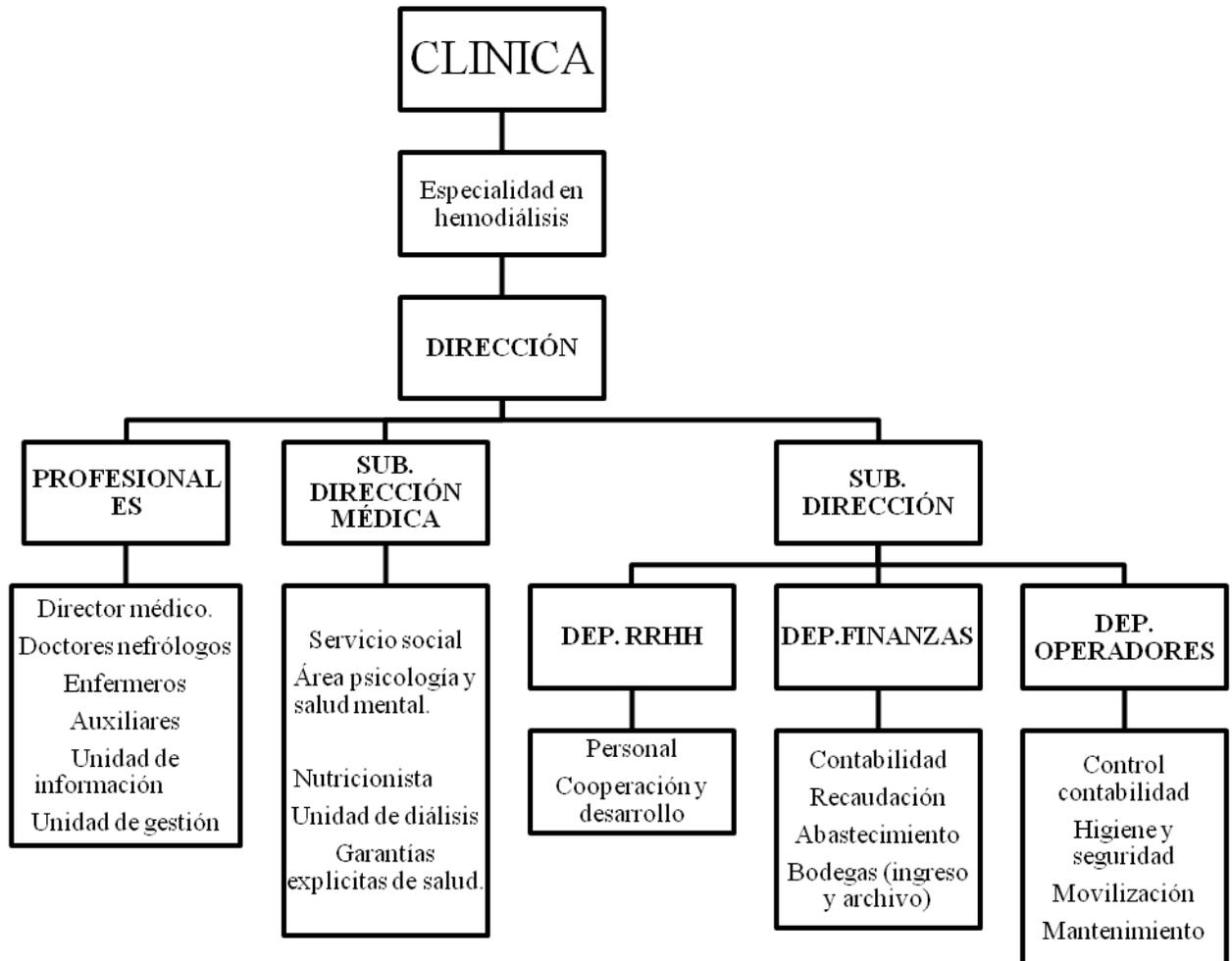
Se justifica la poca competencia en el mercado lo que brinda la oportunidad de plantear nuevas alternativas de crecimiento del centro médico con una excelente atención al cliente y con precios razonables esto se lograría implementar satisfactoriamente a través de un plan de promoción.

| ANÁLISIS DE FUERZAS T | | | | | |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Situación Empeorada | Situación Actual | | | | Situación Mejorada |
| Incremento de pacientes muertos por maquinaria obsoleta. | Paros respiratorios Calambres a todo el cuerpo Bajas de presión constante Desmayos | | | | -Pacientes sin problemas en su salud -Mejor tecnología en equipos para diálisis. |
| Fuerzas Impulsadas | I | PC | I | PC | Fuerzas Bloqueadoras |
| Ampliación de la sala de procedimientos | 3 | 4 | 4 | 4 | Falta de atención para los trabajadores |
| Nuevo personal. | 4 | 5 | 4 | 5 | No se acoplan a los nuevos procesos de trabajo |
| Trabajo realizado por procesos | 3 | 5 | 4 | 5 | Malos hábitos de trabajo |
| La clínica no es tan difundida en el mercado. | 3 | 4 | 4 | 3 | Falta de difusión de los medios de comunicación |
| Capacitación de trabajadores | 4 | 5 | 4 | 3 | Inadecuada aplicación de normas |
| Utilización de equipos y herramientas adecuados | 4 | 5 | 4 | 2 | Inadecuada práctica de trabajo |

Tabla 1: Análisis de fuerzas T

CAPITULO II

2.01 MAPEO DE INVOLUCRADOS



Gráfica 2: Esquema de Mapeo de Involucrados

2.02 MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS

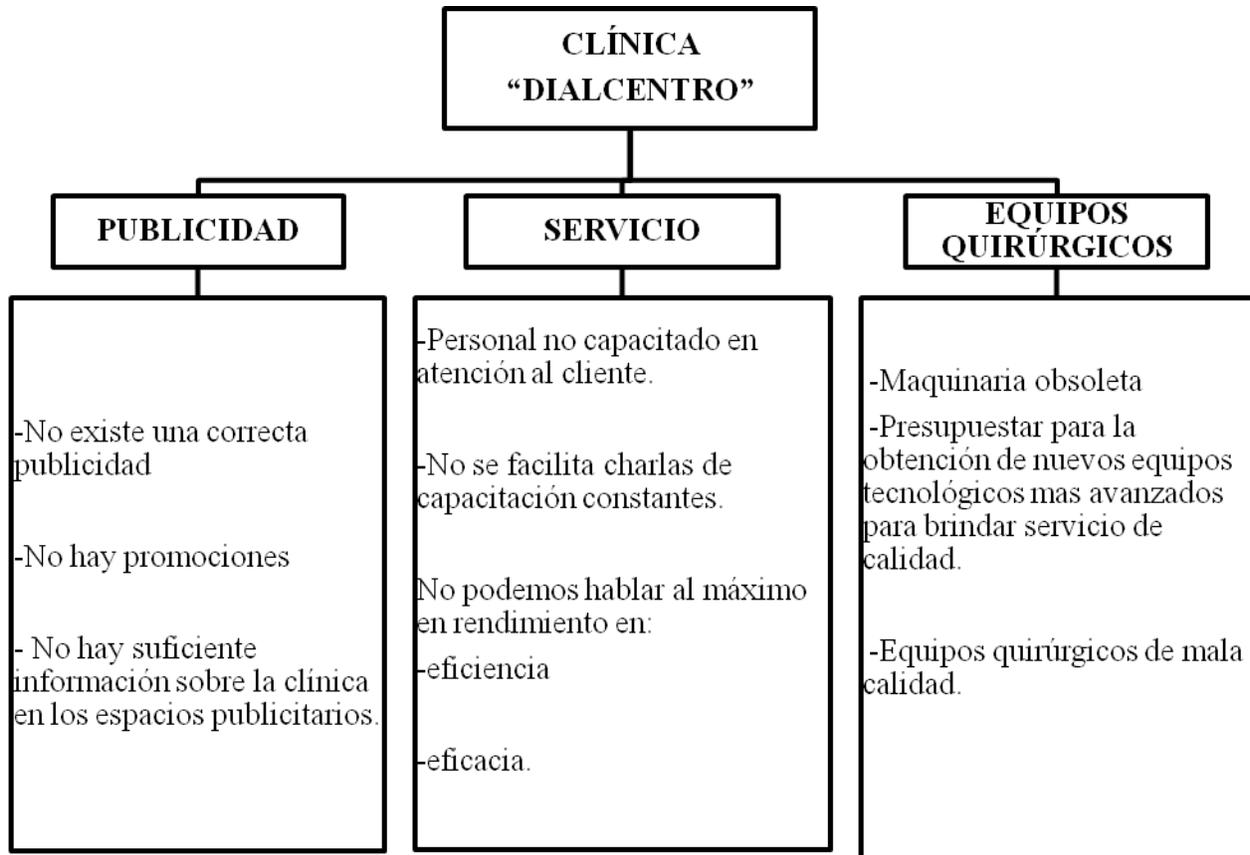
| ACTORES INVOLUCRADOS | INTERÉS SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL. | PROBLEMAS PERCIBIDOS | RECURSOS MANDATOS Y CAPACIDADES | INTERÉS SOBRE EL PROYERTO | CONFLICTOS POTENCIALES |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Profesionales -Director medico -nefrólogos -enfermeras -auxiliares -unidad de informática -unidad de gestión | Afluencia de pacientes. Equipos quirúrgicos Equipos quirúrgicos Equipos quirúrgicos | Publicidad, equipos quirúrgicos y servicios. | Área de contabilidad (PRESUPUESTO) | Publicidad, equipos quirúrgicos y servicios. | Área de contabilidad. (presupuesto en \$) |
| Sub. Dirección medica -área de psicología y Salud mental. -Serv.Social -nutricionista -unidad de diálisis -garantías explícitas de salud | Publicidad Publicidad Publicidad del centro. Publicidad Equipos quirúrgicos Publicidad | Publicidad, equipos quirúrgicos Publicidad. | Recurso financiero Recurso financiero | Publicidad, equipos quirúrgicos Publicidad. | Presupuesto Presupuesto |
| Sub dirección Dep.Recursos humanos. -personal -cooperación y desarrollo | Publicidad Publicidad | Publicidad y servicio | Recurso financiero | Publicidad y servicio | Presupuesto |
| Dep. Finanzas -control de contabilidad -higiene y seguridad -Movilización -mantenimiento | Publicidad Publicidad y servicio Publicidad y servicio Publicidad | | | | |

Tabla 2: Análisis de Involucrados

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLOA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

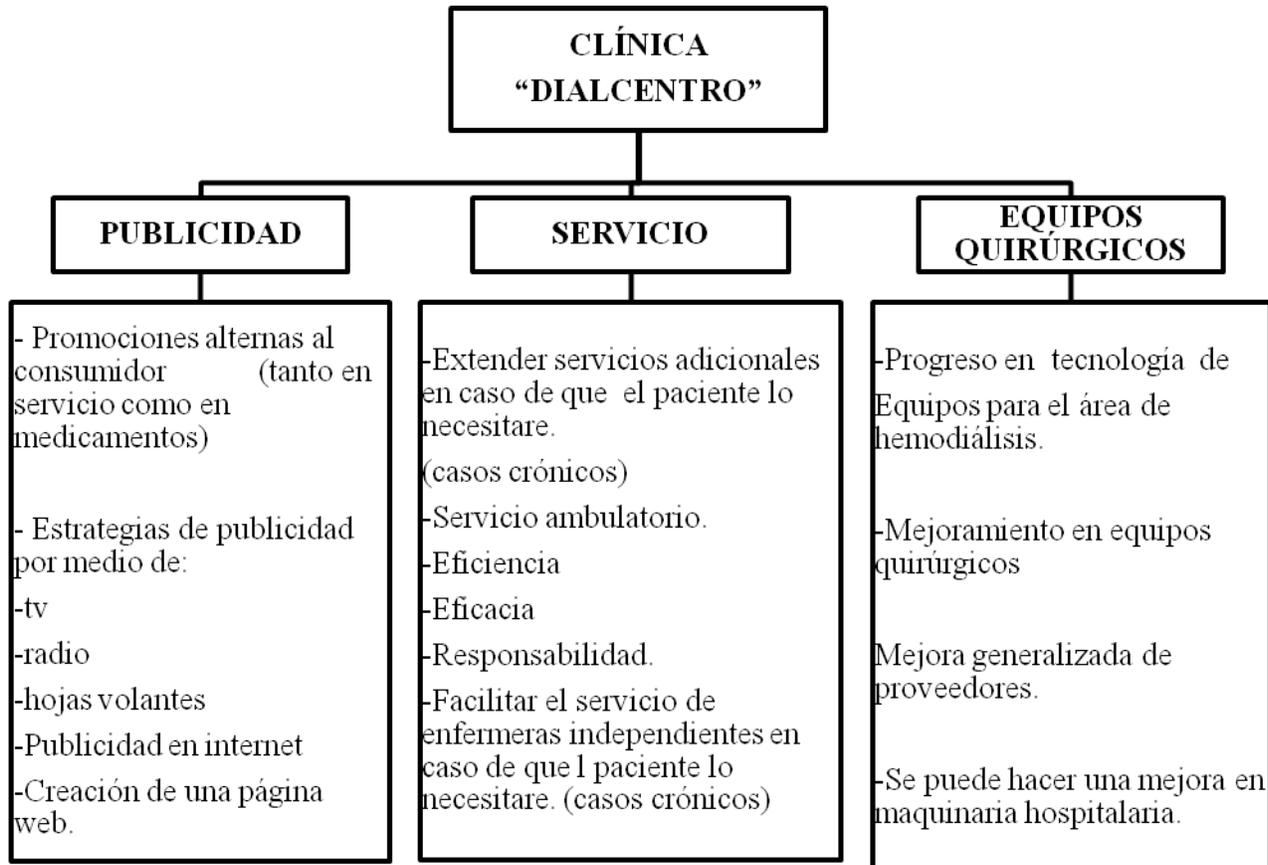
CAPITULO III

3.01 ÁRBOL DE PROBLEMAS



Gráfica 3Árbol de Problemas

3.02 ÁRBOL DE OBJETIVOS



Gráfica 4 Esquema de Objetivos

CAPITULO IV

4.01 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.

La siguiente matriz nos permitirá dar una categoría o un valor para demostrar el impacto que tiene la propuesta sobre el propósito planteado tanto en los aspectos técnicos, financieros y sociales.

| Objetivos | Impacto sobre el propósito | Factibilidad Técnica | Factibilidad financiera | Factibilidad social | Factibilidad política | total | Categorías |
|-------------------------------------|----------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|-------|------------|
| Promociones alternas | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 | media alta |
| Estrategias de publicidad | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 16 | media alta |
| Creación de una página web. | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 16 | media alta |
| Servicios adicionales (P. crónicos) | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 | media alta |
| Mejora en maquinaria hospitalaria | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 17 | media alta |
| Mejora en equipos quirúrgicos | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | alta |
| Mejora de proveedores | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 15 | media baja |
| Total | 25 | 28 | 20 | 21 | 23 | 117 | |

Tabla 3 Análisis de alternativas

4.01.1 Análisis de Matriz de Alternativas

El principal objetivo del presente proyecto es contribuir, con los pacientes en tratamiento de hemodiálisis por lo que tiene un gran impacto sobre el propósito de ayudar a los familiares con charlas motivacionales para que puedan brindar una vida de mayor calidad al paciente con esta enfermedad. De esta manera también colaboraremos con la sociedad fomentando el auto educación y mejorando su cultura; en los Centros de Salud, dentro de sus políticas está el educar a la comunidad en lo que respecta al cuidado y prevención de las enfermedades

En el aspecto económico habrá cierta dificultad para financiarlo, pero con el apoyo de los diferentes accionistas, se logrará continuar con esta labor, ya que dentro de sus políticas está el brindar un servicio de calidad a la población con esta enfermedad. Lo que se debe destacar de este proyecto es que se implementara mejor tecnología en el centro para brindar mejoras al paciente y obtener mejores resultados pero no debemos olvidar que no todos contamos con la misma capacidad económica, por lo que se plantean opciones alternas para pacientes en casos crónicos.

4.02 MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS.

| | <i>Factibilidad de Lograse</i> (Alta- Media Baja) (4 - 2 - 1) | <i>Impacto en Género</i> (Alta-Media-Baja) (4 - 2 - 1) | <i>Impacto Ambiental</i> (Alta-Media-Baja) (4 - 2 - 1) | <i>Relevancia</i> (Alta-Media-Baja) (4 - 2 - 1) | <i>Sostenibilidad</i> (Alta-Media-Baja) (4 - 2 - 1) | <i>Total</i> |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Objetivos | <i>Los beneficios son mayores que los costos</i> | <i>Incrementa la participación del paciente.</i> | <i>Favorece a la conservación del medio ambiente Contribuyendo a proteger el entorno.</i> | <i>Responde a las expectativas de los beneficiarios</i> | <i>Fortalece a la participación de los beneficiarios.</i> | 54 Puntos MEDIA ALTA |
| | <i>Cuenta con financiamiento</i> | <i>Incrementa el nivel educativo del paciente mediante charlas</i> | <i>Mejora el entorno social.</i> | <i>Es una prioridad sentida por los beneficiarios</i> | <i>Los accionistas de la empresa están en posibilidades de aportar con medios para el desarrollo del presente proyecto.</i> | |
| | <i>Es aceptable y conveniente para los beneficiarios</i> | <i>Fortalecimiento del paciente.</i> 17puntos | <i>Mejora el entorno cultural.(charlas educativas.)</i> | <i>Beneficia a grupos de mayor carencia de recursos</i> | | |
| | <i>Se cuenta con soporte político-institucional</i> | | <i>Protege el uso de los recursos.</i> <i>Favorece la educación ambiental.</i> 19 puntos | <i>Los beneficios son deseados por los pacientes.</i> 17 puntos | <i>Se puede conseguir financiamiento a futuro</i> 15 puntos | |
| | 12 | 12 | 8 | 10 | 12 | |

CATEGORIAS: 22 a 32 Baja

33 a 44 Media Baja

45 a 66 Media Alta

67 a 88 Alta

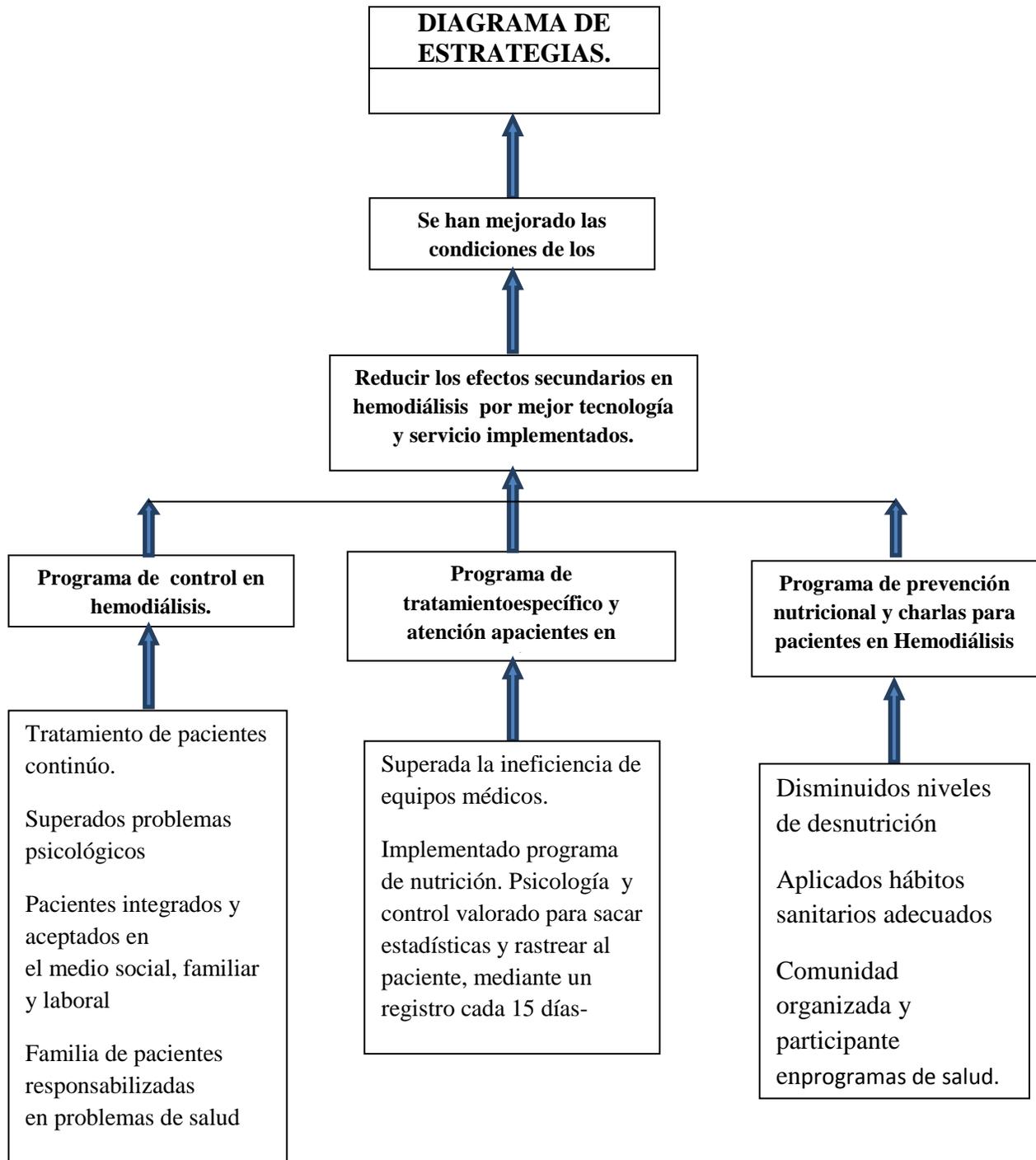
Tabla 4 Impacto de Objetivos

4.02.1 Análisis del Impacto de los Objetivos

Los objetivos propuestos en el presente proyecto nos permitirán alcanzar la meta, pero además causarán un gran impacto en la sociedad, al hablar de que se espera implementar tecnología de punta con lo cual hasta la actualidad la competencia no lo posee, se puede decir que existiría mejoras en salud por parte del paciente, además de recibir constantes capacitaciones, ya que puede ser audiovisual o charlas; además, no es demasiado el costo de estas herramientas de información, por lo que se las puede aplicar sin ningún problema.

Las actualizaciones que se realicen sobre este tema tienen gran relevancia, ya que es una prioridad de Familiares, Docentes y principalmente de los pacientes que se beneficien de este tipo de proyectos, que deben tener continuidad y compromiso para así fortalecer a la salud colectiva.

4.03 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS



Gráfica 5 Diagrama de Estrategias

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA “DIALCENTROSUR” EN EL SECTOR VILAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

4.04 MATRIZ DE MARCO LÓGICO.

La Matriz de Marco Lógico es una herramienta, que nos da la facilidad de comunicar los objetivos de un proyecto clara y comprensiblemente en un sólo marco.

| RESUMEN NARRATIVO | INDICADORES | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROPÓSITO DEL PROYECTO Se desea obtener mejoras positivas en el paciente. | <ul style="list-style-type: none"> - La tasa de accidentes disminuye. - Gracias a la implementación tecnológica de equipos hospitalarios se puede ver una gran mejoría en los pacientes. - La mejora en medicamentos contribuye con el bienestar del paciente. | <ul style="list-style-type: none"> - Estadísticas obtenidas del ministerio de salud. - Las estadísticas auditivas de la Compañía son notificadas al ministerio de salud pública. - Se puede comparar resultados obtenidos ente las entidades pública y privada. | |
| COMPONENTES DEL PROYECTO Menor riesgo en: <ul style="list-style-type: none"> - Infartos - Calambres - Hipertensión | <ul style="list-style-type: none"> - Las infracciones del reglamento de seguridad y salud disminuyen. | <ul style="list-style-type: none"> - Las estadísticas auditadas de la Compañía son notificadas en caso de existir alguna novedad. - Las estadísticas auditadas de la Compañía son notificadas al ministerio de salud pública. | <ul style="list-style-type: none"> - El precio relativo de insumos médicos se mantiene estable. - Los precios son controlados por el ministerio de salud pública. |
| ACTIVIDADES DEL PROYECTO Implica el uso de tiempo, recursos y esfuerzo para poder obtener mejores ingresos económicos, además de mejoras tecnológicas en beneficio de la sociedad. | PRESUPUESTO Costo de materiales y transporte. Costo de insumos. Asistencia técnica. Capacitación Equipos | MEDIO VERIFICACIÓN Verificación de seguimientos realizados por el personal médico a los pacientes en tratamiento. Comprobantes de compra. Contratos. Informes financieros. Estados de cuenta. | SUPUESTOS Familiares resagados recibir información sobre temas de salud. |

Tabla 5 Marco lógico

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Finalidad</p> <p>Sustituir maquinaria obsoleta por una más tecnológica y de mejor calidad</p> | <p>Indicadores</p> <p>El ingreso tributario proveniente de esta organización aumenta en \$ 15000 por año a partir del año 2011</p> |
| <p>Propósito</p> <p>Mejoras en maquinaria de trabajo.</p> | <p>Indicadores</p> <p>El número de pacientes que visita la clínica va en una tasa de incremento del 10% al año a partir del año 2010.</p> |
| <p>Componentes</p> <p>Mejora de maquinaria y proveedores farmacéuticos.</p> | <p>Indicadores</p> <p>Facilidad de proveedores con bajos precios.</p> |
| <p>Actividades</p> <p>Seleccionar la mejor oferta de equipos e implementos de diálisis.</p> | <p>Indicadores</p> <p>2009 ----- \$ 200.000 2010 ----- \$ 400.000 2011 ----- \$ 500.000 2012 ----- \$ 580.000</p> |

Tabla 6 Indicadores

| | |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Finalidad</p> | <p>Supuestos</p> <p>Existe posibilidad política y economía El tratamiento en hemodiálisis se expande de acuerdo a la demanda efectiva de usuarios.</p> |
| <p>Propósito</p> | <p>Supuestos</p> <p>Los medicamentos se mantienen a precios estables. Los precios y la economía de la empresa se mantienen estables</p> |
| <p>Componentes</p> | <p>Supuestos</p> <p>El ministerio de salud pública aprueba las mejorías en los centros de salud para el mejoramiento del paciente y la sociedad</p> |
| <p>Actividades</p> | <p>Supuestos</p> <p>El reemplazo de maquinaria obsoleta es adecuado La dirección médica está de acuerdo con el proyecto. Se aprueba el plan de apoyo a la salud por parte del ministerio de salud pública.</p> |

Tabla 7 Supuestos



| Cantidad | Detalle | Valor Unitario | Valor Total |
|----------|----------------------|----------------|--------------|
| 12 | Maquinas Diálizantes | \$ 1.200,00 | \$ 14.400,00 |
| 40 | EQ Venoclisis | \$ 60,00 | \$ 2.400,00 |
| 40 | Filtros | \$ 300,00 | \$ 12.000,00 |
| 60 | Soluciones Salinas | \$ 50,00 | \$ 3.000,00 |
| 60 | Ácidos | \$ 60,00 | \$ 3.600,00 |
| 60 | Aguas Destiladas | \$ 50,00 | \$ 3.000,00 |
| 200 | Guantes | \$ 20,00 | \$ 4.000,00 |
| 20 | EQ Quirúrgicos | \$ 350,00 | \$ 7.000,00 |
| 5 | EQ de catéter | \$ 250,00 | \$ 1.250,00 |
| | | Total | \$ 50.650,00 |

Tabla 8 Presupuesto del proyecto

4.05 Análisis matriz de marco lógico

Hemos llegado al punto de conclusión, que es la matriz de Marco Lógico, en donde se tomarán en consideración los siguientes temas; la finalidad del proyecto, indicadores, los medios de verificación y los supuestos que en nuestro proyecto han tenido relevancia.

Dentro de la finalidad tenemos lo que es el fin u objetivo general que nos indica que con la aplicación de la propuesta, se ha contribuido con información sobre pacientes que se encuentran cursando por tratamiento en hemodialisis. Para poder avalar esta información nos podemos dirigir a los registros de asistencia o de turnos asignados durante los últimos 6 meses del año 2013 y la verificación del seguimiento realizado por el personal médico a cada uno de los

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLORES, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

pacientes con este problema, por lo que podemos testificar que la información transmitida fue objetiva, entendible y aplicable.

Mediante estos componentes se ha podido notar claramente que existe un interés e incremento significativo en la participación por parte de los Familiares y el personal de apoyo del Centro médico "Dialcentro" para dar una ayuda constante y mejorar la calidad de vida de este tipo de pacientes permitiéndoles desarrollarse integralmente en un entorno seguro.

Realización de encuestas de la aplicación de la propuesta esto nos permite tener un registro estadístico veraz sobre cómo está funcionando nuestra propuesta.

Talleres de capacitación para Familiares del paciente continua y novedosa sobre salud. Es de suma importancia contar con estas capacitaciones, ya que los papás aprenderán nuevas metodologías y técnicas, las cuales deben ser aplicadas para estimular el desarrollo óptimo de nuestros pacientes.

CAPITULO V

5.01 ANTECEDENTES

5.01.1 MEJORA DE PROYECTOS PEDAGÓGICOS Y PROMOCIÓN DE LA SALUD.

José Manuel Ania Palacios

España 2007-2008. Salud para todos. Saitmassari. 2000

La Guía para el diseño y Pedagogía de Promoción de la Salud pretende ser un instrumento de orientaciones, o introducir propuestas de mejora en el proyecto en curso.

José Manuel Ania Palacios.

La promoción de la salud consiste en proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre la misma. Para alcanzar un estado adecuado de bienestar físico, mental y social un individuo o grupo debe ser capaz de identificar y realizar sus aspiraciones, de satisfacer sus necesidades y de cambiar o adaptarse al medio ambiente.

5.02 DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA O METODOLOGÍA.

El método que se propone como solución en este caso es investigación, desarrollo e innovación

I+D+I

-INVESTIGACION

- Identificar el problema tanto en las inconformidades del cliente y la organización y así poder

corregir ciertas falencias

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLORES, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

-Está encargada de estudiar los problemas del paciente y brindar las posibles soluciones

-DESARROLLO

Está basado de acuerdo a las necesidades del paciente.

-INNOVACION

De acuerdo al problema, solución se puede aportar con ideas que corroboren al desarrollo del presente proyecto y ponerlas de inmediato en aplicación.

-Mejoras tecnológicas

-Publicidad

-Servicio

-Mejor financiamiento para la clínica

-Mejor afluencia de pacientes.

5.03 FORMULACIÓN DEL PROCESO DE APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

PROPUESTA

Plan de marketing aplicado a la Clínica Dialcentro sur distrito metropolitano de Quito 2013.

Este proyecto en el aspecto social beneficiara a la población con grandes descuentos y gente con problemas renales ya que gracias a la tecnología implementada se espera mejoras en la salud

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORES, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

del paciente además de efectos secundarios a futuro, además de reducir la tasa de mortalidad anual.

En este proyecto se aplicó un plan de marketing estratégico ya que gracias a la encuesta aplicada a cada paciente se logró saber las necesidades de los mismos, en los cuales hemos obtenido los siguientes resultados de los cuales van a ser satisfechas las necesidades más prioritarias ,las cuales ya se han venido ejecutando desde el mes de septiembre.

Punto de vista del usuario sobre la tecnología que utilizan

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| BUENO | 43 | 31,15% |
| MALO | 95 | 68,84% |
| TOTAL | 138 | 100% |

Elaborado Por: William Cerón

: Motivos de asistencia del paciente hacia la clínica.

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| PRECIOS | 111 | 80,43% |
| ATENCION AL CLIENTE | 13 | 9,42% |
| INFRAESTRUCTURA | 14 | 10,14% |
| TOTAL | 138 | 100% |

Elaborado Por: William Cerón

: Atención al público

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| BUENA | 90 | 65,22% |
| MALO | 35 | 25,36% |
| REGULAR | 13 | 9,42% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: William Cerón

Que otros servicios cree usted que deberían implementarse

Tabla 9: Servicios adicionales

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|----------------|
| CHARLAS | 88 | 63,77% |
| NUTRICIONISTA | 30 | 21,74% |
| PSICOLOGO | 20 | 14,49% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Tabla 10: Tipos de convenios de la clínica

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|----------------|
| DESCUENTOS | 95 | 68,84% |
| RAPIDEZ | 18 | 13,04% |
| EFICACIA | 25 | 18,12% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Calidad de productos farmacéuticos

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|----------------|
| EXELENTE | 36 | 26,09% |
| MUY BUENA | 23 | 16,67% |
| BUENA | 52 | 37,68% |
| REGULAR | 22 | 15,94% |
| MALA | 5 | 3,62% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 6: Calidad de productos farmacéuticos

1. Cuanto invierte generalmente en su salud?

Inversión en la salud del paciente

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|----------------|
| \$200-400 | 4 | 2,90% |
| \$400-600 | 7 | 5,07% |
| \$600-800 | 52 | 37,68% |
| \$800-1000 | 47 | 34,06% |
| \$1000 O MAS, | 28 | 20,29% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Formas de pago

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|------------|----------------|
| EFFECTIVO | 73 | 52,90% |
| TARJETA DE CREDITO | 49 | 35,51% |
| CREDITO PERSONAL | 16 | 11,59% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Opinión del paciente sobre la infraestructura de la clínica

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|----------------|
| SI | 28 | 20,29% |
| NO | 57 | 41,30% |
| NUNCA | 27 | 19,57% |
| A VECES | 26 | 18,84% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

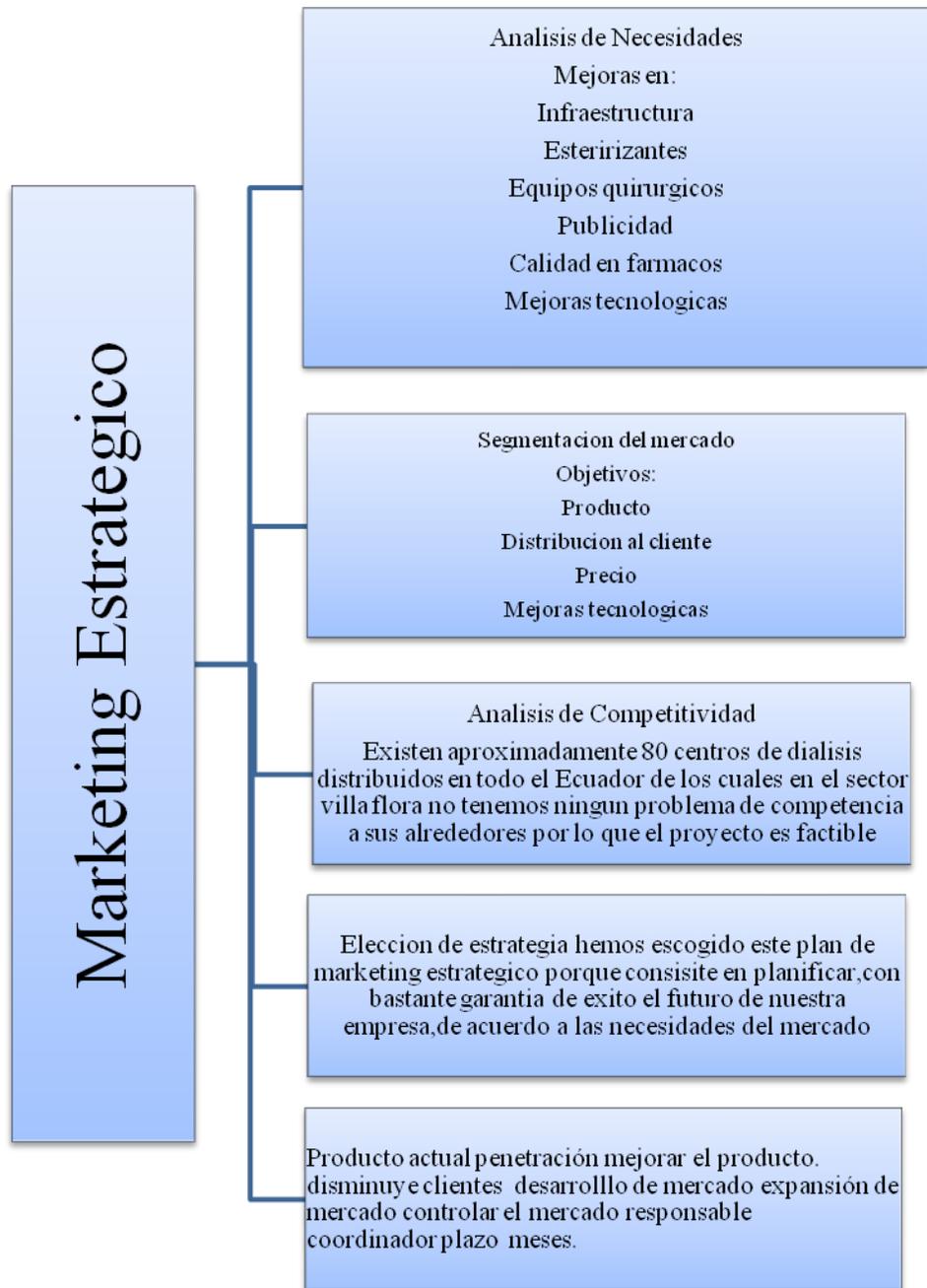
Los beneficios implementados los cuales solo al nosotros poseerlo, lo vamos a promocionar de diferentes maneras y de esta forma se espera posicionar de mejor manera en el mercado, atrayendo mayor número de clientes.

Gracias a las encuestas aplicadas a cada uno de los pacientes hemos llegado a la conclusión de que es lo que el paciente necesita como usuario permanente de la clínica de hemodiálisis, lo cual ya se ha ejecutado con éxito, porque la sala de procedimientos ya se amplió más para la comodidad y desenvolvimiento normal del paciente en tratamiento y los demás puntos por cumplirse están establecidos mediante fechas con el plan operativo anual (POA)

Como siguiente punto a cumplirse sería la mejora en proveedores, charlas actualizadas y descuentos para pacientes en tratamiento de hemodiálisis el 25 y 26 octubre del presente año.

En lo académico este proyecto va a servir de guía para futuras generaciones en el ITSCO ya que a futuro se seguirá aplicando este tipo de proyectos.

Lo que refiere al aspecto técnico de acuerdo a los conocimientos adquiridos en el ITSCO estamos en capacidad de ejercer y aplicar este proyecto de forma adecuada beneficiando tanto a la empresa como al usuario.



Gráfica 7 Plan de Marketing

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLOA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

Impacto:

Este proyecto está beneficiando a cientos de usuarios en tratamiento de hemodiálisis ya que gracias al marketing y a la promoción de los servicios de salud el proyecto está teniendo una buena acogida por parte del usuario, la innovación de la maquinaria es un punto clave ya que mediante estas estrategia estamos atrayendo clientela y a la vez haciéndonos conocer en el mercado por implementar tecnología de punta, la que otras empresas colegas no las poseen al momento.

| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | ACTIVIDADES PRINCIPALES | ACTIVIDADES CONCRETAS | CRONOGRAMA | | | | | RECURSOS | RESPONSABLES | EVALUACION | | |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------|-----|-----|-----------------------------------------|-----|----------------------|-------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--|
| | | | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | | | INDICADORES | MEDIOS DE VERIFICACION | |
| Aplicar mejor tecnología e instrumental de diálisis | Implementación de mejor maquinaria y abastecimiento de material quirúrgico con mejores proveedores | Mejorías en infraestructura. | 20 | | | | | HUMANOS | Director medico | Participación activa del instructor de charlas preventivas | Registro de actividades diarias de la clínica | |
| | | Mejoras en proveedores. | 25 | | | | | Director medico | José Luis Chonata | Participación colaborativa | Instrumentos de observación por parte del director medico | |
| | | Charlas actualizadas en hemodiálisis | 26 | | | | | Nefrólogos | | Prácticas colectivas | Encuesta | |
| | | Mejoras en farmacia | | 14 | | | | Enfermeras | | | Filmaciones | |
| | | Descuentos | | 18 | | | | Auxiliares | | | Prácticas | |
| | | Publicidad en la clínica | | | 15 | 10 | | MATERIALES | | | | |
| | | Calidad de productos farmacéuticos | | | | | 3 | Medios audiovisuales | | | | |
| | | | | | | Computadora | | | | | | |
| | | | | | | Fotocopias | | | | | | |
| | | | | | | Aula de clase | | | | | | |
| | | | | | | FINANCIEROS | | | | | | |
| | | | | | | Autogestión | | | | | | |
| | | | | | | Recursos financieros de los accionistas | | | | | | |

Tabla 11 Plan Operativo Anual (POA)

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

CAPITULO VI

6.01 RECURSOS

| Cantidad | Descripción |
|---------------|---------------------------------------------------------|
| 1 computadora | Pentium VI coreduoram 4gb 600gbmemoria interna |
| 1 impresora | Hp scanner |

Tabla 12 Equipo de trabajo

| | |
|-----------------|---------------------------------------------|
| 2 resmas | Papel bond 75 gramos |
| 1 grapadora | Grapas grandes azul |
| 1 caja de clips | Clips de acero |
| 2 cartuchos | Cartuchos grandes hp 1209 color y negro. |
| 2 anillados | Pastas verdes |
| 5 carpetas | Verdes de plástico |
| 1 flash memory | Kingston blanca 2gb |

Tabla 13 Suministros y materiales.

6.02 PRESUPUESTO

| | |
|--------------------------|--------------|
| INGRESOS | |
| Aporte personal \$320 | |
| EGRESOS | VALOR |
| Elaboración del proyecto | \$ 300 |
| Material de escritorio | \$20 |
| Material bibliográfico | \$50 |
| Copias | \$20 |
| Adquisición de equipos | \$100 |
| Gastos administrativos | \$50 |
| Transporte | \$30 |
| Imprevistos | \$40 |
| TOTAL: | \$610 |

Tabla 14 Gastos Personales

| Cantidad | Descripción | V. Unitario | V.Total |
|---------------|------------------------------------------------------|-------------|---------|
| 1 computadora | Pentium VI CoreduoRam 4gb 600gbmemoria interna | \$800 | \$800 |
| 1 impresora | Hp scanner | \$300 | \$300 |
| 1 cámara | Sony Andicam | \$600 | \$600 |

Tabla 15Maquinaria y equipos.

| | | | |
|--------------------|---------------------------------------------|---------|----------|
| 2 resmas | Papel bond 75 gramos | \$4.50 | \$9.00 |
| 1 grapadora | Grapas grandes azul | \$5.00 | \$5.00 |
| 1 caja de clips | Clips de acero | \$2.00 | \$2.00 |
| 2 cartuchos | Cartuchos grandes hp 1209 color y negro. | \$35.00 | \$70.00 |
| 2 anillados | Pastas verdes | \$1.50 | \$3.00 |
| 5 carpetas | Verdes de plástico | \$1.00 | \$5.00 |
| 1 flash memory | Kingston blanca 2gb | \$8.00 | \$8.00 |
| Valor parcial | | | \$1.802 |
| +10% d imprevistos | | | \$180 |
| Total | | | \$1..902 |

Tabla 16Suministros y materiales

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLOA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

Factibilidad:

En el ámbito administrativo vamos a poder ver que la empresa va empezar a obtener mas ingresos a nivel económico lo cual servirá para beneficio de la empresa ya que esta podrá seguir creciendo a futuro y se necesitara más inversión.

En lo legal se debe acatar las normas impuestas por el ministerio de salud pública ya que si no se cumplen cabalmente estas reglas se puede cerrar la clínica perjudicando tanto a los pacientes como a los dueños de la empresa.

En el ámbito técnico estamos para acatar este proyecto ya que existen recursos para la implementación de dichos cambios y mejoras tanto fuera como dentro de la empresa.

6.03 CRONOGRAMA

| CRONOGRAMA | Abril / Mayo | | | | Mayo / Junio | | | | Julio / Agosto | | | | Septiembre / Octubre | | | |
|----------------------------|--------------|--|--|--|--------------|--|--|--|----------------|--|--|--|----------------------|--|--|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Selección del tema. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Técnica de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Planteamiento del problema | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Contexto | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivos | | | | | | | | | | | | | | | | |



| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| propuesta | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recursos | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presupuesto | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cronograma | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Conclusiones | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recomendaciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Anexos | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aprobación del director del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión del lector | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de diapositivas | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sustentación del proyecto. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 17 Cronogramas de actividades

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

6.04 BIBLIOGRAFIA- NETGRAFIA

MEJORA DE PROYECTOS PEDAGÓGICOS Y PROMOCIÓN DE LA SALUD.

<http://books.google.com.ec/books?id=xcISMEaxlGc&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&source=bl&ots=dz4ESgrOS3&sig=Nak4AeyJ5oZxl-2SaolLlwq2uHY&hl=es&sa=X&ei=me07UKDaL42W8gS4l4HgBw&ved=0CFsQ6AEwBw#v=onepage&q&f=false>

PLAN DE MERCADEO

<http://books.google.com.ec/books?id=KIKDd10aSm8C&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&source=bl&ots=OWxP-HrsbJ&sig=7gWnZCszYIRACXnUpfTEEnNPk11I&hl=es&sa=X&ei=me07UKDaL42W8gS4l4HgBw&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=creacion%20de%20empresas&f=false>

FACTOR TECNOLÓGICO

<http://books.google.com.ec/books?id=KIKDd10aSm8C&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&source=bl&ots=OWxP-HrsbJ&sig=7gWnZCszYIRACXnUpfTEEnNPk11I&hl=es&sa=X&ei=me07UKDaL42W8gS4l4HgBw&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=creacion%20de%20empresas&f=false>

<http://books.google.com.ec/books?id=xcISMEaxlGc&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&source=bl&ots=dz4ESgrOS3&sig=Nak4AeyJ5oZxl-2SaolLlwq2uHY&hl=es&sa=X&ei=me07UKDaL42W8gS4l4HgBw&ved=0CFsQ6AEwBw#v=onepage&q&f=false>

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLOA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

<http://books.google.com.ec/books?id=xcISMEaxlcgC&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&source=bl&ots=dz4ESgrOS3&sig=Nak4AeyJ5oZxl-2SaolLlwq2uHY&hl=es&sa=X&ei=me07UKDaL42W8gS4l4HgBw&ved=0CFsQ6AEwBw#v=onepage&q=creacion%20de%20empresas&f=false>

<http://books.google.com.ec/books?id=xcISMEaxlcgC&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&source=bl&ots=dz4ESgrOS3&sig=Nak4AeyJ5oZxl-2SaolLlwq2uHY&hl=es&sa=X&ei=me07UKDaL42W8gS4l4HgBw&ved=0CFsQ6AEwBw#v=onepage&q=creacion%20de%20empresas&f=false>

<http://books.google.com.ec/books?id=KIKDd10aSm8C&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&source=bl&ots=OWxP-HrsbJ&sig=7gWnZCszYIRACXnUpfTE nNPk11I&hl=es&sa=X&ei=me07UKDaL42W8gS4l4HgBw&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=creacion%20de%20empresas&f=false>

<http://books.google.com.ec/books?id=KIKDd10aSm8C&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&source=bl&ots=OWxP-HrsbJ&sig=7gWnZCszYIRACXnUpfTE nNPk11I&hl=es&sa=X&ei=me07UKDaL42W8gS4l4HgBw&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=creacion%20de%20empresas&f=false>



ANEXOS

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

ENCUESTA

1. Desde su punto de vista como usuario cómo calificaría la tecnología que se está empleando en el centro de diálisis?

a) BUENO

b) MALO

2. Usted asiste a los centros de diálisis por:

a) PRECIOS

b) ATENCION AL CLIENTE

c) INFRAESTRUCTURA

3. Como considera Ud. La atención al público.

a) BUENA

b) MALA

c) REGULAR

4. Que otros servicios cree usted que deberían implementarse

a) CHARLAS

b) NUTRICIONISTA

c) PSICOLOGO



5. Estaría de acuerdo que se implemente un convenio entre pacientes frecuentes y el centro

- a) DESCUENTOS
- b) RAPIDEZ EN EL SERVICIO
- c) EFICACIA

6. La calidad de los productos fármacos que adquiere en el establecimiento es:

- a) EXCELENTE
- b) MUY BUENA
- c) BUENA
- d) REGULAR
- e) MALA

7. Cuanto invierte generalmente en su salud?

- \$200-400
- \$400-600
- \$600-800
- \$800-1000
- \$1000 ó más,



8. Los servicios que usted adquirió los paga en:

- a) EFECTIVO
- b) TARJETA DE CRÉDITO
- c) CRÉDITO PERSONAL

9. Como usuario se siente Ud. Forme con las instalaciones del centro de diálisis?

- a) SI
- b) NO
- c) NUNCA
- d) AVECES

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE CUADROS ESTADÍSTICOS

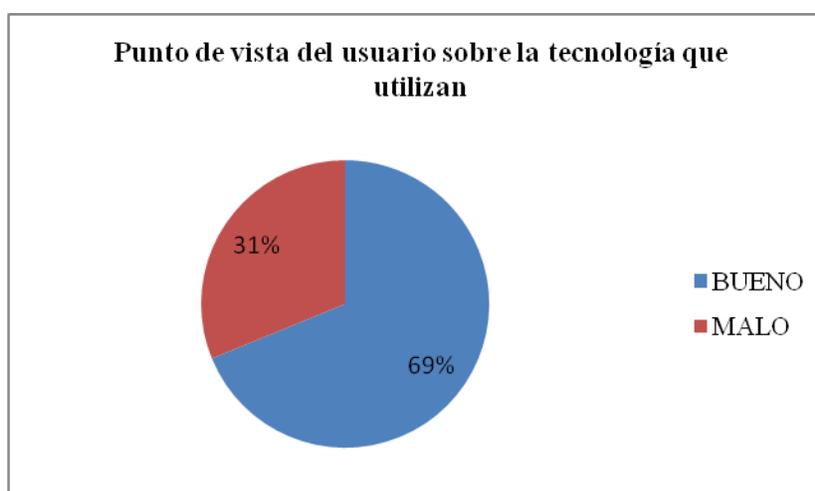
2. Desde su punto de vista como usuario cómo calificaría la tecnología que se está empleando en el centro de diálisis?

Tabla 18: Punto de vista del usuario sobre la tecnología que utilizan

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| BUENO | 43 | 31,15% |
| MALO | 95 | 68,84% |
| TOTAL | 138 | 100% |

Elaborado Por: William Cerón

Gráfica 8 Punto de vista del usuario sobre la tecnología que utilizan



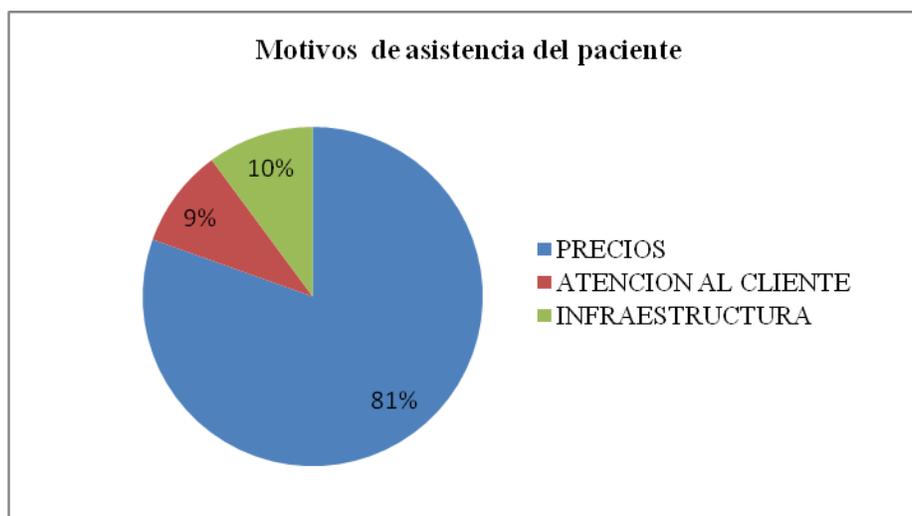
3. Usted asiste a los centros de diálisis por:

Tabla 19: Motivos de asistencia del paciente

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------|------------|-------------|
| PRECIOS | 111 | 80,43% |
| ATENCION AL CLIENTE | 13 | 9,42% |
| INFRAESTRUCTURA | 14 | 10,14% |
| TOTAL | 138 | 100% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 9: Motivos de asistencia del paciente



4. Como considera Ud. La atención al público.

Tabla 20: Atención al público

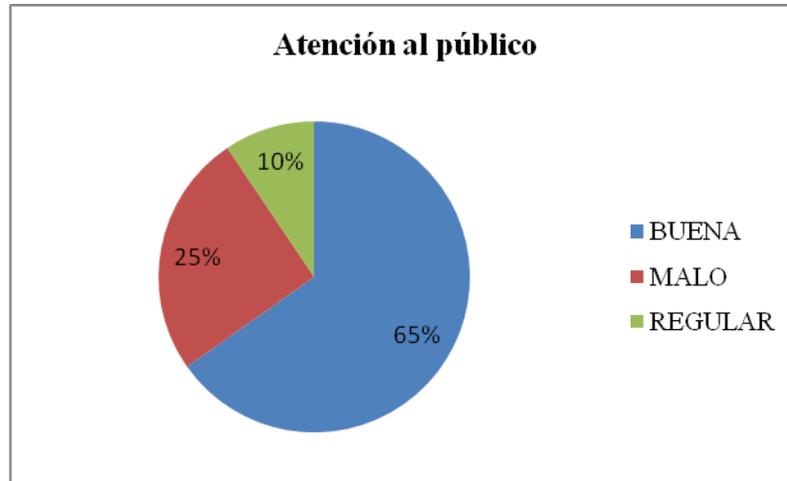
| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------|------------|------------|
| BUENA | 90 | 65,22% |
| MALO | 35 | 25,36% |
| REGULAR | 13 | 9,42% |

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

| | | |
|--------------|------------|----------------|
| TOTAL | 138 | 100,00% |
|--------------|------------|----------------|

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 10: Atención al público



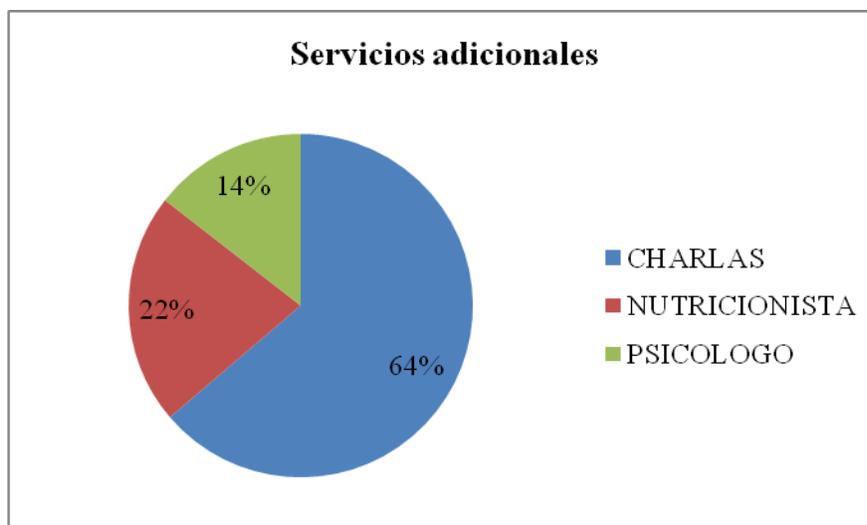
5. Que otros servicios cree usted que deberían implementarse

Tabla 21: Servicios adicionales

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|----------------|
| CHARLAS | 88 | 63,77% |
| NUTRICIONISTA | 30 | 21,74% |
| PSICOLOGO | 20 | 14,49% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 11: Servicios adicionales



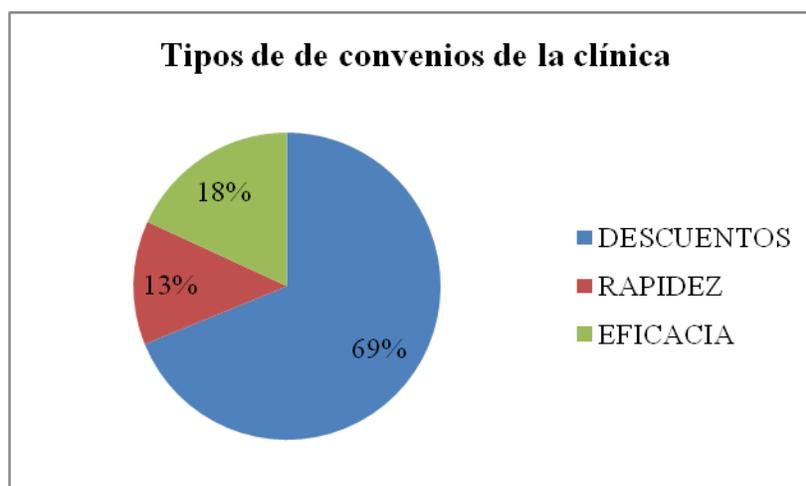
6. Estaría de acuerdo que se implemente un convenio entre pacientes frecuentes y el centro

Tabla 22: Tipos de convenios de la clínica

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|----------------|
| DESCUENTOS | 95 | 68,84% |
| RAPIDEZ | 18 | 13,04% |
| EFICACIA | 25 | 18,12% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 12: Tipos de convenios de la clínica



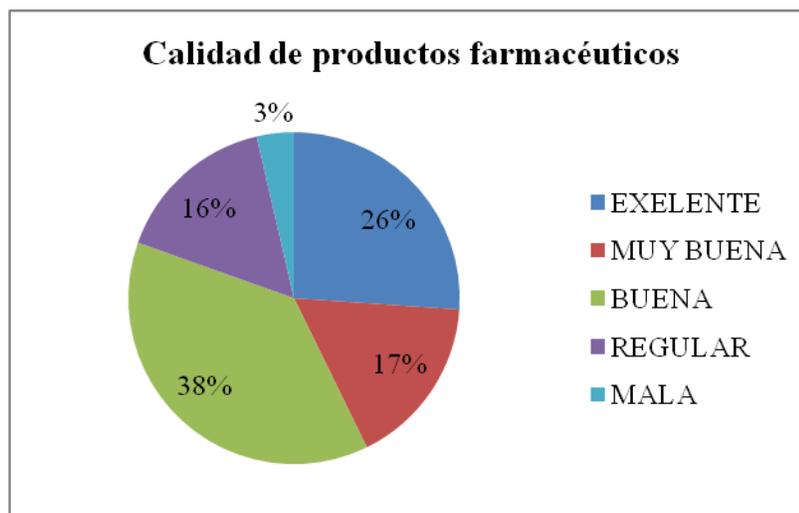
7. La calidad de los productos fármacos que adquiere en el establecimiento es:

Tabla 23: Calidad de productos farmacéuticos

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|----------------|
| EXELENTE | 36 | 26,09% |
| MUY BUENA | 23 | 16,67% |
| BUENA | 52 | 37,68% |
| REGULAR | 22 | 15,94% |
| MALA | 5 | 3,62% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 13: Calidad de productos farmacéuticos



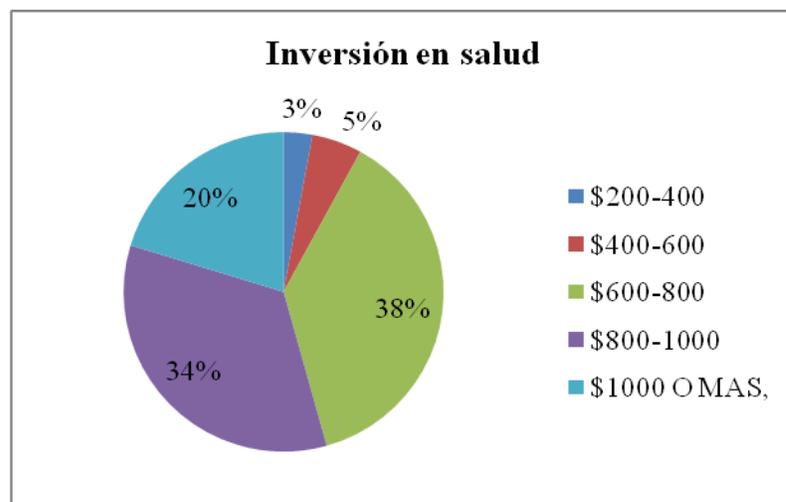
8. Cuanto invierte generalmente en su salud?

Tabla 24: Inversión en salud

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------|------------|----------------|
| \$200-400 | 4 | 2,90% |
| \$400-600 | 7 | 5,07% |
| \$600-800 | 52 | 37,68% |
| \$800-1000 | 47 | 34,06% |
| \$1000 O MAS, | 28 | 20,29% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 14: Inversión en salud



9. Los servicios que usted adquirió los paga en:

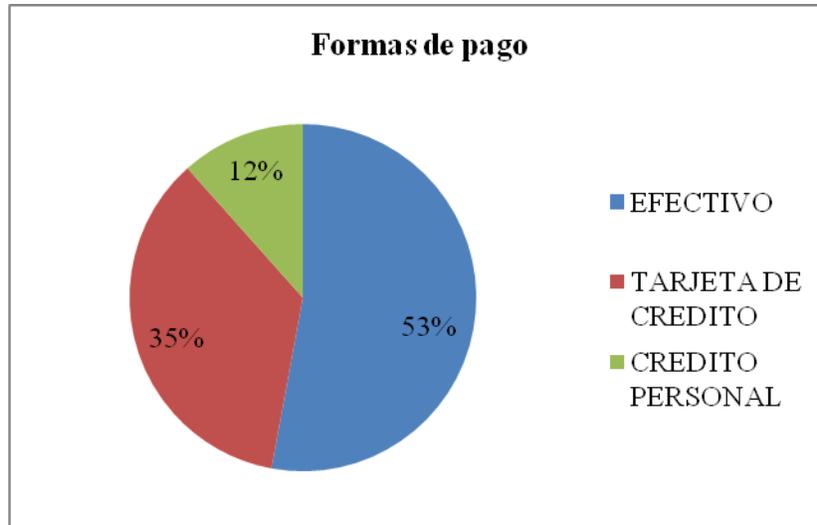
Tabla 25: Formas de pago

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|------------|----------------|
| EFFECTIVO | 73 | 52,90% |
| TARJETA DE CREDITO | 49 | 35,51% |
| CREDITO PERSONAL | 16 | 11,59% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 15: Formas de pago

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.



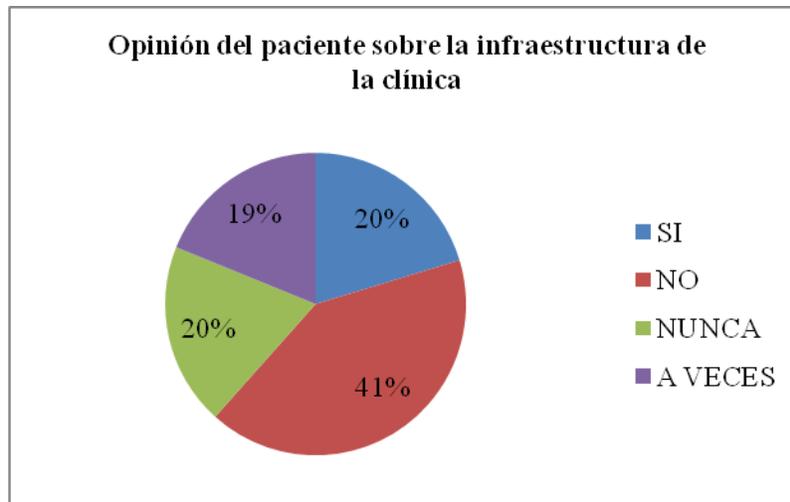
10. Como usuario se siente Ud. Forme con las instalaciones del centro de diálisis?

Tabla 26: Opinión del paciente sobre la infraestructura de la clínica

| RESPUESTAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|----------------|
| SI | 28 | 20,29% |
| NO | 57 | 41,30% |
| NUNCA | 27 | 19,57% |
| A VECES | 26 | 18,84% |
| TOTAL | 138 | 100,00% |

Elaborado Por: **William Cerón**

Gráfica 16: Opinión del paciente sobre la infraestructura de la clínica



GLOSARIO DE TERMINOS:

Bomba de sangre. Bomba de dos rodillos que actúan alternativamente en una semi-circunferencia para llevar la sangre del paciente al dializador.

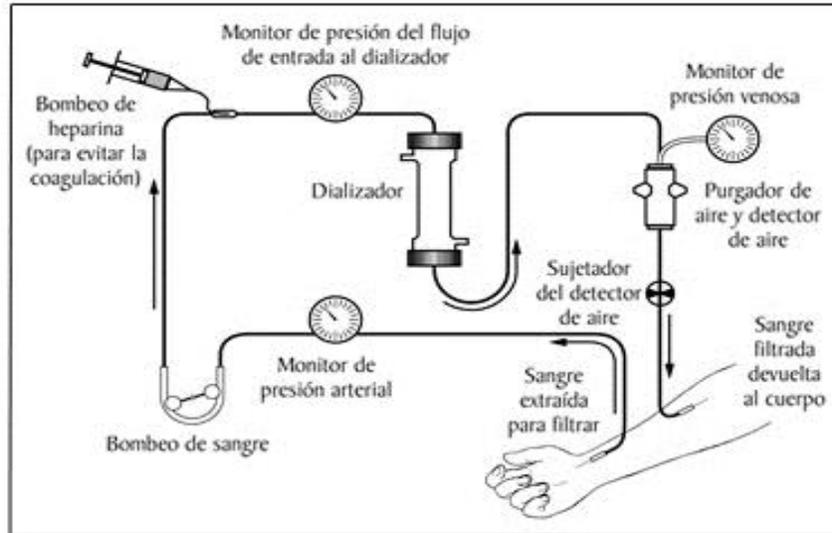
- Dializador o filtro. Es la cámara de soporte de la membrana semipermeable de diálisis, y donde se entrecruzan la sangre y el líquido de diálisis para producir las transferencias de solutos, electrolitos y agua.

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

- Diálisis (hemodiálisis). Es una técnica de depuración sanguínea extracorpórea que suplimenta parcialmente las funciones renales.
- Diálisis secuencial. Técnica utilizada para extraer al paciente una determinada cantidad de líquido con mejor tolerancia.
- FAVI (Fístula arterio-venosa interna). Es la unión quirúrgica de una vena y una arteria habitualmente en el antebrazo o en la flexura del codo, la cual logra una dilatación venosa importante que va a facilitar su punción para realizar una diálisis eficaz.
- Hemólisis. Complicación aguda que se puede producir durante la hemodiálisis por factores físicos, químicos o del propio paciente y que se manifiesta con dolor torácico y de espalda acompañado de disnea.
- Líquido de diálisis. Líquido compuesto por agua pura tratada en un 97%, y distintos solutos con una solución tampón que se va intercambiar con la sangre en el dializador.
- Monitor de hemodiálisis. Es la máquina que va controlar el dializador, el líquido de diálisis y la circulación extracorpórea de la sangre.
- Osteodistrofia renal. Es el conjunto de alteraciones óseas causadas por la IRCT.
- Peso seco. Es el peso del paciente al final de diálisis, cuando ya se ha extraído el exceso del peso corporal derivado de la acumulación de líquidos.
- Síndrome de desequilibrio dialítico. Síndrome que a veces aparece en las primeras sesiones de hemodiálisis caracterizado por cefalea o náuseas en su forma leve o desorientación, HTA, convulsiones y arritmias en su forma más grave.

- Ultrafiltración. Es el mecanismo del transporte del agua de una parte de la membrana (sangre) a la otra (líquido de diálisis). En los monitores actuales es programable y automática.

Gráfica 17 Purificación de sangre

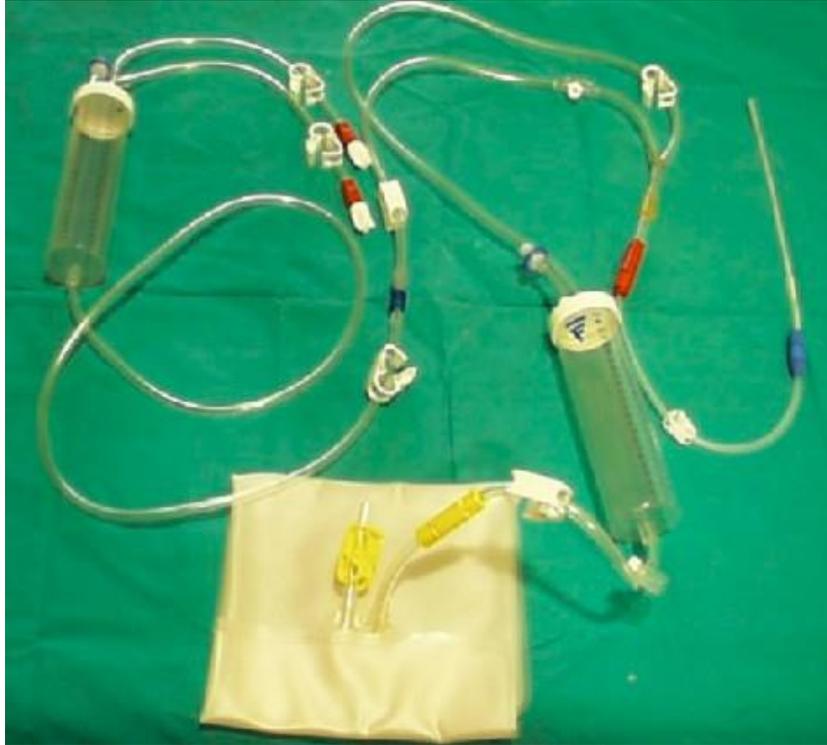


Gráfica 18 Pacientes en tratamiento



PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

Gráfica 19 Mejoras en equipos de trabajo

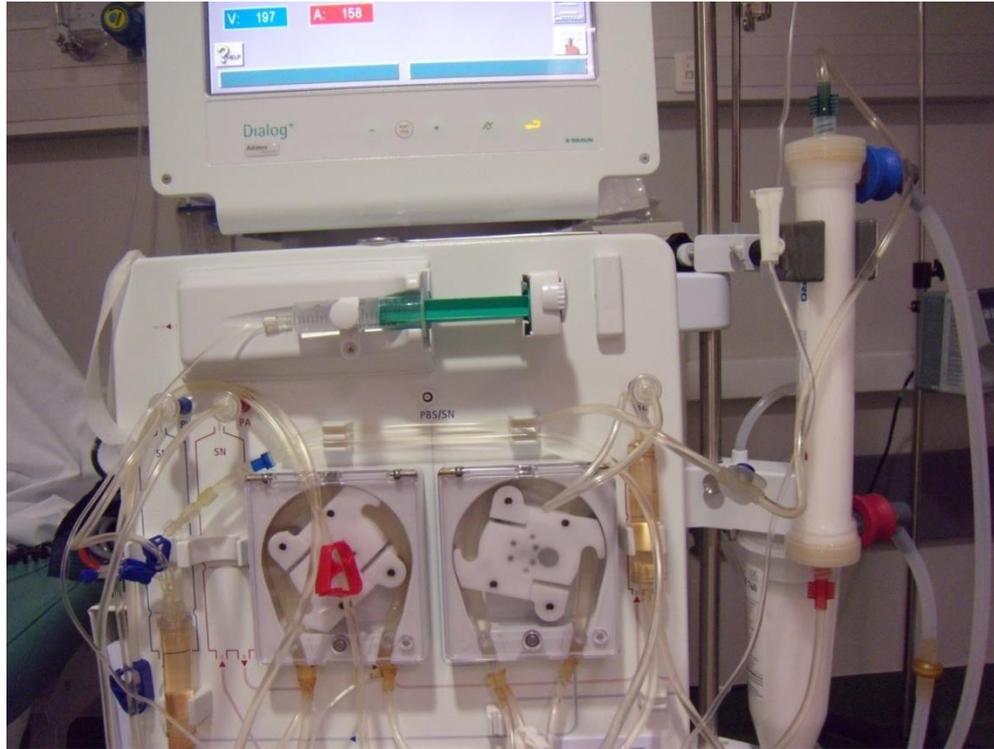


Gráfica 20 Mejoras en esterilizantes

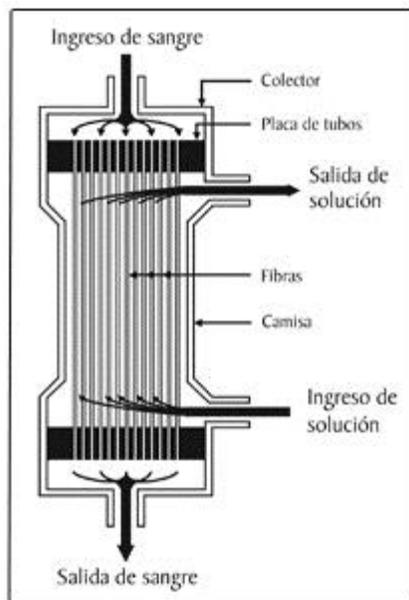


PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILLAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

Gráfica 21 Nueva maquinaria de diálisis



Gráfica 22 Maquinaria obsoleta de trabajo



PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLOA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.

Gráfica 23 Pacientes en tratamiento



Gráfica 24 Ampliación de la sala de diálisis



PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, PLAN DE MARKETING APLICADO A LA CLÍNICA "DIALCENTROSUR" EN EL SECTOR VILAFLORES DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.