



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Tema:

**PROPUESTA DE MARKETING PARA EL INCREMENTO
DE PACIENTES EN CONSULTORIO MÉDICO
“GENERAL GONZALÉZ” DEL CANTÓN
GUAYAQUIL**

Autora:

Alcívar Chica Marisol Erika

Tutor:

Dr. C. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2018



DEDICATORIA

Este proyecto va dirigido en primer lugar a Dios y a mis padres Marisol Chica y Rodolfo Alcívar que me ha permitido cumplir hoy un sueño más, que poco a poco he podido llegar a una etapa de mi vida profesional de mi carrera con mucho amor, cariño y esfuerzo quienes a largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional en todo momento.

Marisol Erika Alcívar Chica



AGRADECIMIENTO

El presente trabajo va dirigido con gratitud para los distinguidos docentes del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano por haberme compartidos sus conocimientos a largo de mi carrera que, con nobleza y entusiasmo, me han dado las pautas para mi formación profesional.

Marisol Erika Alcívar Chica



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de marketing para el incremento de pacientes en consultorio médico “General González” del cantón Guayaquil y problema de investigación: ¿Cómo contribuir a establecer estrategias de marketing para incrementar el número de pacientes del consultorio médico “General González” ubicado en la ciudad de Guayaquil en el año 2018?** presentado por **Alcívar Chica Marisol Erika** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Alcívar Chica Marisol Erika

Tutor:

Dr. C. Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Marisol Erika Alcívar Chica en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de marketing para el incremento de paciente en consultorio médico “General González” del cantón Guayaquil , de la modalidad de Presencial Tecnología en Administración de Empresas realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de : Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Marisol Erika Alcívar Chica

No. de cédula: 0951965698

Marisol Alcivar
Firma

Dr. Juan Domingo Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL



Factura: 001-003-000010244



20190901007D00205



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901007D00205

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA , comparece(n) MARISOL ERIKA ALCIVAR CHICA portador(a) de CÉDULA 0951965698 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en BALZAR, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN DE LA SEÑORITA MARISOL ERIKA ALCIVAR CHICA, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 12 DE MARZO DEL 2019, (11:36).

Marisol Alcivar
MARISOL ERIKA ALCIVAR CHICA
CÉDULA: 0951965698



NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS
NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACION Y CEDULACION

CÉDULA DE CIUDADANIA N. 095196569-8

APellidos y Nombres
ALCIVAR CHICA MARISOL ERIKA

LUGAR DE NACIMIENTO
QUAYAS
QUAYAQUIL
BOLIVAR ISAGRARIO

FECHA DE NACIMIENTO 1998-01-05
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO F
ESTADO CIVIL SOLTERA




INSTRUCCION BACHILLERATO PROFESION / OCUPACION ESTUDIANTE

APellidos y Nombres del Padre
ALCIVAR ALCIVAR RODOLFO REINALDO

APellidos y Nombres de la Madre
CHICA PERALTA FLORENCIA MARISOL

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION
QUAYAQUIL
2014-01-28

FECHA DE EXPIRACION
2024-01-28

Director General: *Marisol Alcivar*





CERTIFICADO DE VOTACIÓN 4 DE FEBRERO 2018

001 JUNTA N.º

001 - 136 NÚMERO

0951965698 CÉDULA

ALCIVAR CHICA MARISOL ERIKA
APellidos y Nombres

QUAYAS PROVINCIA CIRCUNSCRIPCIÓN:

QUAYAQUIL CANTÓN ZONA: 18

TARQUI PARROQUIA




REFERENDUM Y CONSULTA POPULAR 2018

CIUDADANA (O)

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL REFERENDUM Y CONSULTA POPULAR 2018

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRABAJOS PÚBLICOS Y PRIVADOS

Marisol Alcivar

F. PRESIDENCIAL DE LA JRV

**DOY FE QUE ES FIEL
COPIA DEL ORIGINAL**
Dr. Jaime Pazmiño Palacios, MSc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Marisol Alcivar

Número único de identificación: 0951965698

Nombres del ciudadano: ALCIVAR CHICA MARISOL ERIKA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 5 DE ENERO DE 1996

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: ALCIVAR ALCIVAR RODOLFO REINALDO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: CHICA PERALTA FLORENCIA MARISOL

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 28 DE ENERO DE 2014

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 12 DE MARZO DE 2019

Emisor: PAULINA VICTORIA PAZMIÑO JORDAN - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 - GUAYAS -
GUAYAQUIL

N° de certificado: 195-205-24627



195-205-24627

Ldo. Vicente Taiano G.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

Nombre y Apellido del Colaborador

CEGESCYT

Firma

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Propuesta de Marketing para el Incremento de Pacientes en Consultorio Médico “General González” del Cantón Guayaquil

Autora: Alcívar Chica Marisol Erika

Tutor: Dr. C. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo desarrollar un plan de marketing para incrementar el número de pacientes en el consultorio médico donde se realizó un amplio análisis del entorno para aumentar sus estrategias de su imagen comercial en el mercado ya que el consultorio médico “General González”, es dedicada a la atención del paciente con el fin de mejorar sus servicios a través de la implementación de nuevos procedimientos en el mercado. El propósito del trabajo de investigación es mejorar sus estrategias o ideas para mantener los ingresos y éxito del consultorio médico para llegar a ser una mejor opción dentro de la ciudad de Guayaquil. Este proyecto se utilizaron los métodos descriptivo y cualitativo porque se relacionan directamente en obtener respuestas o recopilar información del problema de investigación y las técnicas que se aplicaron fueron observación, guía, encuesta, cuestionario las que van a ayudar que este proyecto sea un éxito. Los resultados que vamos a alcanzar con la propuesta de mejora donde se aplicó un plan de marketing que permitió identificar las necesidades de los pacientes y afectaciones que nos ayudó a mejorar la protección, control, cuidado al paciente donde se sienta satisfecho con la atención adecuada en el consultorio médico “General González”.

Plan de Marketing

Incrementar

Número

Pacientes

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Propuesta de Marketing para el Incremento de Pacientes en Consultorio
Médico “General González” del Cantón Guayaquil

Autora: Alcívar Chica Marisol Erika

Tutor: Dr. C. Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

The main objective of this research work is to develop a marketing plan to increase the number of patients in the medical office where a broad analysis of the environment was carried out in order to increase its strategies of its commercial image in the market since the medical office “General González”, is dedicated to patient care in order to improve their services through the implementation of new procedures in the market. The purpose of the research work is to improve their strategies or ideas to maintain the income and success of the medical office for arrive to make a better option within the city of Guayaquil. This project used descriptive and qualitative methods because they are directly related to obtaining answers or collecting information about the research problem and the techniques that were applied were observation, guidance, survey questionnaire, which will help make this project a success. The results that we are going to achieve with the improvement proposal where a marketing plan was applied that allowed us to identify the needs of patients and affectations that helped us to improve the protection, control, patient care where you feel comfortable with the adequate attention in the office “General González” doctor.

Plan de Marketing

Increase

Number

Patients

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	xiii
CAPÍTULO I.....	14
EL PROBLEMA.....	14
Planteamiento del Problema.....	14
Ubicación del Problema en un Contexto.....	3
Situación Conflicto.....	4
Formulación del Problema.....	5
Delimitación del Problema.....	5
Variables de Investigación.....	5

Evaluación del Problema	5
Objetivos de la Investigación	6
Objetivos General.....	6
Objetivos Específicos	6
Justificación e Importancia	7
Tipos de Viabilidad	8
Viabilidad Técnica	8
Viabilidad Administrativa	8
Viabilidad Económica	8
Viabilidad Comercial.....	8
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO.....	10
Antecedentes Históricos	10
Antecedentes Referenciales.....	13
Fundamentación Legal	17
Variables de la Investigación	24
Variable Independiente:.....	24
Variable Dependiente:	24
Definiciones Conceptuales	24
CAPÍTULO III	26
MARCO METODOLOGÍA	26
Datos de la Empresa	26
Misión.....	26
Visión	26
Logo de la Empresa	27
Organigrama de la Empresa.....	27

Diseño de la Investigación	28
Tipos de Diseños.....	29
Población y Muestra	30
Población	30
Población Finita.....	30
Población Infinita	30
Muestra	31
Tipo de Muestra	31
Muestreo Probabilístico	31
Muestreo estratificado	31
Muestreo por Racismo	31
Técnicas e Instrumentos	32
Encuesta	33
CAPÍTULO IV.....	34
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	34
Plan de Mejora	44
Conclusiones.....	53
Recomendaciones.....	54
BIBLIOGRAFÍA.....	55
ANEXOS	68
Carta de Autorización de la Empresa	
Organigrama de la Empresa	
Logo de la Empresa	
Fotos de la Empresas	
Cuestionario de Encuesta	

ÍNDICE DE TABLAS

Contenidos:	Páginas:
Tabla 1 Enfrentamiento	17
Tabla 2 Observación.....	42
Tabla 3 Universo	43
Tabla 4 Muestra del Consultorio Médico.....	45
Tabla 5 Herramienta	45
Tabla 6 Existencia	47
Tabla 7 Cita Médica.....	48
Tabla 8 Enfermedad o Citas Médica	49
Tabla 9 Servicio de Salud	50
Tabla 10 Mala Atención	51
Tabla 11 Atención.....	52
Tabla 12 Costoso Accesible Económico	53
Tabla 13 Satisfactoria o Insatisfactoria	54
Tabla 14 Calificación	55
Tabla 15 Adecuado o Inadecuado	56
Tabla 16 Transformación de Pacientes.....	63



ÍNDICE DE GRÁFICO

Contenido:	Páginas:
Gráfico 1 Existencia.....	47
Gráfico 2 Cita Médica	48
Gráfico 3 Enfermedad o Citas Médica	49
Gráfico 4 Servicio de Salud	50
Gráfico 5 Mala Atención	51
Gráfico 6 Atención	52
Gráfico 7 Costoso Accesible Económico	53
Gráfico 8 Satisfactoria o Insatisfactoria.....	54
Gráfico 9 Calificación.....	55
Gráfico 10 Adecuado o Inadecuado.....	56

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En las últimas décadas en el ámbito general de los consultorios médicos de salud privados en Latinoamérica ha sido un crecimiento espectacular de un gran importancia a la hora que van desarrollar sus actividades en cada área de atención al paciente niños, adolescentes y adultos mayores, exámenes, cirugías y control de embarazos.

En sus primeros años su principal objetivo fue atender a millones de familias que no tengan recursos monetarios para acudir a un consultorio médico de salud.

El crecimiento del consultorio permite mejorar su proceso de atención del paciente que está estructurado de grande rasgo que se ha mantenido en esto últimos años.

Aplicar un plan de marketing que ayudará identificar las necesidades del cliente y la integración de todos sus esfuerzos y afectaciones.

Para seguir sirviendo a las necesidades de los pacientes así como enfrentar los cambios y retos.

Definir normas concretas en brindar una atención inmediata y procedimiento y dar una calidad de excelencia para paciente; se implementará estrategias de marketing para mejorar los procesos y aumentar los servicios.

Adonde se ayudó a muchas familias con diferentes tipos de enfermedades distinta de cada paciente que ingresaba al consultorio médico.

En la actualidad el consultorio médico se implementará una serie de técnica y estrategias para mejorar la atención de los clientes que ofrece nuestro servicio en el ámbito de la salud adonde se realizará estudios.

Generales que permitirá observar los procesos de regulación con los pacientes y obtener más ingresos en el consultorio médico.

Poder brindar una atención inmediata se considera las normas, técnicas o infraestructura adecuada del consultorio médico para darle la seguridad necesaria del paciente que permitirá el crecimiento del consultorio y el mejoramiento de la calidad a la hora de atender al cliente.

El consultorio médico “General González” tiene un proceso de mejorar atención al cliente que se ha generalizado y mantenido en estos últimos años adonde se aplicará un plan de marketing estratégico que permitirá identificar que los clientes o pacientes de acuerdo a sus necesidades y deseos, afectaciones de dará a conocer nuevos beneficios que podrían obtener o adquirir nuestros servicios que ofrecemos en el consultorio médico.

Adonde el éxito o fracaso del consultorio médico donde se deberá continuar con las necesidades de los pacientes así como enfrentar cambios en el consultorio.

La razón por el cual escogimos este tema adonde se decidió diseñar o desarrollar un plan de marketing estratégicos que se incrementará el número de pacientes adonde será aplicado en el consultorio médico “General González” se dará conocer nuestros servicios que ofrecemos y beneficio a los clientes.

Muchos doctores tienen la hipótesis ¿Cómo mejorar al paciente de manera estratégica?

Plan de marketing nos ayuda desarrollar estrategias para mejorar la publicidad e incrementar el número de clientes con facilidad de manera eficaz y productiva adonde se establecerá muchas ideas a la hora de realizar actividades para transmitir mejor atención en el consultorio médico.

Pacientes es parte fundamental del consultorio médico adonde tenemos que tratar y atender como nos gustaría ser tratado a la hora de recibir los servicios.

Adonde se realizará encuesta a la que nuestros pacientes terminen de recibir el servicio.

Ubicación del Problema en un Contexto

El consultorio médico “General González” se encuentra ubicado por la entrada de la ocho en la cooperativa nueva prosperina avenida de la cañas referencia a lado de la farmacia Emanuel cuenta con dos trabajadores y las actividades que realizan en el consultorio médico atención del pacientes niños, adolescentes y adultos mayores, exámenes, cirugías y control de embarazos.

El consultorio médico “General González” es una empresa con cuatro años en el mercado y no cuenta con una administración correcta y publicidad estratégicas que ha sido afectado con el tiempo en el consultorio por la deficiencia de atención a los pacientes y no otorga seguridad adecuada a los clientes.

Hace tres años ha tenido unos decrecientes por la deficiencia publicidad que se ha dado en el consultorio médico adonde no cumple con las meta que se establece a pesar de eso cuenta con todo lo necesario que se utiliza en el consultorio a la hora de atender al pacientes.

Debido a esto no hay una buena atención por parte de la enfermera hacia al pacientes cuando ellos se van a realizar exámenes, chequeos, cirugías atención médica.

Donde los médicos cumplen con su trabajos al momento de la atención del pacientes pero no le da una confianza adecuada a los pacientes.

Situación Conflicto

En la ciudad de Guayaquil se encuentra el consultorio “General González” ya que tiene varios años en el mercado que con la finalidad en brindar un servicio adecuado y responsable a los pacientes se ha visto afectado en esto últimos años por medio de sus ingresos que han disminuido por una mala atención a los pacientes que por falta de desconocimiento y nuevas estrategias para poder lograr una mejor opción dentro de la ciudad de Guayaquil.

Se implementará un plan de marketing para examinar cuales son las causa del consultorio por su deficiencias atención que está afectando los ingresos del consultorio médico “General González”, que se va realizar nuevas estrategias para alcanzar las metas y objetivos establecidos.

Para mejorar los ingresos adquiridos y reconocimiento en el consultorio médico y brindar un servicios de calidad.

Para resolver este problema vamos implementar estrategias para que no ayude a mejorar la mala atención al cliente.

Tabla 1

Enfrentamiento

Antecedentes	Consecuencias
Deficiencia de atención en los pacientes	Médicos
No cumple con las políticas	Empleados
Incumplen las metas establecidas	Desinterés

Elaborada por: Alcívar M. (2018)

Formulación del Problema

¿Cómo contribuir estrategias de marketing para incrementar el número de pacientes del consultorio médico “General González” ubicado en la ciudad de Guayaquil?

Delimitación del Problema

- **Campo** : Administración
- **Área** : Marketing
- **Aspectos:** Plan de marketing e incrementar el número de pacientes.
- **Tema** : Propuesta de marketing para el incrementar de pacientes en consultorio médico “General González” del cantón Guayaquil.

Variables de Investigación

- **Variable Independiente** : Plan de Marketing
- **Variable Dependiente** : Incrementar el número de pacientes.

Evaluación del Problema

Relevante

Desarrollar todas las actividades para la atención de los pacientes, realizar publicidad estratégica para incrementar el número de pacientes en el consultorio y llegar a la mente de los consumidores.

Claro

Se requiere aplicar un plan de marketing estratégico para incentivar a los empleados que se sienta motivado en el consultorio médico.

Concreto

La investigación tiene que ser idóneo para solucionar el problema del consultorio.

Viable

Establecer de manera clara y precisa del consultorio a la hora de la atención del paciente.

Conciso

Nos permite identificar las características del consultorio donde me ayudará a mejorar mi equipo de trabajo.

Coherente

Se aplicará nuevas estrategias en consultorio para mejorar la atención de los pacientes.

Objetivos de la Investigación

Objetivos General

Desarrollar un plan de marketing para el incremento de los pacientes en consultorio médico particular.

Objetivos Específicos

- Identificar teóricamente el plan de marketing e incremento de los pacientes.
- Diagnosticar la metodologías de investigación en el proceso planteado.
- Diseñar un plan de marketing en el consultorio de medicina particular.

Interrogantes de la Investigación

1. ¿Cómo se incrementará el número de pacientes en el consultorio médico?
2. ¿Qué técnica se aplicara para el proceso planteado de la investigación?
3. ¿Cómo se implementaría un plan de marketing en el consultorio médico?

Justificación e Importancia

La justificación de la investigación tiene como finalidad del proyecto porque nos ayudará a mejorar la estratégica publicitaria del consultorio médico y el posicionamiento en el mercado que se ha generado de su imagen comercial.

Se va incrementar el número de pacientes en el consultorio médico por medio de estrategias y ofreciendo un excelente servicio del cliente adonde ayudará obtener más publicidad.

Para ellos es necesario porque se innovará nuevas ideas para poder llegar a los consumidores por el cuál es necesario compromiso y responsabilidad para cumplir nuevos restos para obtener más pacientes en el consultorio médico.

Este proyecto se desarrolló porque existe deficiencias de atención hacia entre pacientes adónde debemos mejorar y darle una buena atención al momento de adquirir nuestro servicio en el consultorio médico.

Con este proyecto se espera beneficiar a los clientes del consultorio médico "General González" realizando el ajuste adecuados para el mejoramiento de la atención a los pacientes.

El plan de marketing está estructurado para el consultorio médico adonde se incrementara los ingresos del personal y se pondrán identificar cuáles son las necesidades de los pacientes y personal de trabajo para, mejorar sus estrategias en el consultorio médico.

Con este proyecto lograremos obtener buenos resultados y un personal altamente calificado que ofrecemos en nuestros servicios del consultorio médico con éxito y confianza para nuestros pacientes.

Aspecto que Justifican la Investigación

Conveniencia

Los médicos se sentirían en un ambiente laboral y a gusto donde se sentirán satisfecho al realizar sus trabajos.

Relevancia Social

Plan de marketing que se aplicará tanto a médicos como pacientes para incrementar el número de pacientes, mejorar las estrategias, toma de decisiones y aumentar la autoestima de nuestros trabajadores.

Valor teórico

El estudio del mercado que realizaremos nos ayudara obtener información para tratar de solucionarlo y dar ideas para mejorar los servicios que ofrecemos.

Utilidad Metodológica

Con la evolución que hemos realizados tendríamos resultados adónde se aplicará el plan de marketing en la empresa y trabajadores para ver el desempeño que tiene en el consultorio médico.

Tipos de Viabilidad

Viabilidad Técnica

El análisis de la investigación es viable técnicamente porque ofreceremos un excelente servicios para nuestros pacientes en el consultorio con una mejor atención y darle una seguridad adecuada a los pacientes a la hora de realizar una revisión o chequeo en el consultorio médico.

Con el propósito de la creación de un plan de marketing estratégicos para llegar a nuevos clientes al mercado y llegar a la mente de los consumidores del consultorio.

Viabilidad Administrativa

Consiste en buscar una persona que cumpla con las cualidades que estamos requiriendo en el consultorio para poder lograr nuestras metas establecidas y cumplir con todas sus obligaciones.

La investigación de administración es viable porque se realizará las confirmaciones de los pacientes cuando quieran adquirir sus consultas médicas y se realizara sus pagos correspondientes.

Viabilidad Económica

La investigación económica se implementará en el consultorio una buena atención y obtendremos buenos resultados para mejorar los ingresos económicos donde se realizaremos estudios en el mercado para que no afecten a largo plazo y tendríamos un excelente servicios.

Viabilidad Comercial

La investigación comercial es analizar el mercado adonde nos ayudara establecer si hay un creciente o decreciente en el consultorio médico para implementar estrategias y mejorar.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

(Lewis , Elisa; Terán, José; Martin , Jorge;, s.f.)La clínica SF (San Fernando) de la ciudad de Panamá es fundada en el año (1949) que es se dedica ofrecer servicios a la comunidad en primera calidad donde los médicos Panameño de la dan oportunidad de ejercer un retorno mejor moderno y seguro.

Es primer hospital privado del mundo de la República en Panamá, donde ofrece servicios clínicos, tiene diferentes campos de actividades como: profesionalismo, confianza y servicio requerido para su comodidad y bienestar tiene como más de 600 profesionales en diferentes especialidades de la clínica San Fernando.

Tienes más de 66 años en el mercados de muchas experiencias y líder en la mejor asistencia hospitalarias en el área de la clínica por medios de sus medios profesionales de salud y pacientes que adquieren el servicio médico.

En el año 2014 se logró ser la primera institución hospitalaria de las clínicas panameñas que se posiciono en los mejores del mundo del hospital en la ciudad de Panamá.

Las diversidades se garantizan la disponibilidad del intercambio de la mejor experiencia y el conocimiento para brindar una buena atención adecuada hacia los pacientes.

La región certificó que sus servicios cumplen con todas las normas y cualidades con lo más altos estándares internacionales de mejor calidad y seguridad.

(Pedro, 1937) La clínica SM (Santa María) se reunieron con varios grupos médicos y empresarios para realizar un proyecto donde se refería a realizar una clínica privada mediante a eso se realizó un préstamo bancario “Banco Chile”, para poder concretar la compra del terreno adonde se va a realizar actualmente la clínica privada en su ubicación.

En el año 1937 se inició la construcción y los estilos que se van a adquirir de la clínica se establecieron los diseños por medio de un plano que elaboró el arquitecto Eduardo Costabal y Andrés Grafulic para la elaboración de la clínica y sus actividades.

El 16 de octubre del año 1939 la clínica SM (Santa María) se inauguró con la presencia del presidente de la República, Don Pedro Aguirre Cerda, quienes acudieron a la inauguración de la clínica fueron personas importantes y nos calificaron en un palacio de la medicina.

La primera enfermera con título universitario ingresó a la clínica Santa María con la mejor atención y médicos auxiliares de enfermería.

Exitosamente y aceptación de la clínica en la sociedad chilena se trabajó con una alta demanda por atención a los pacientes, que obligó ampliar su planta física donde se inauguró en el año 1954 del edificio anexo, la capilla, el auditorio e incremento el número de pabellones que se realizó.

Poniendo un énfasis en la excelencia de los médicos que la clínica Santa María se otorgó a todos sus pacientes y el acceso a la más avanzada tecnología que existe en el mundo.

Poniendo un énfasis en la excelencia médica que la Clínica Santa María otorga a todos sus pacientes y el acceso a la más avanzada tecnología que existe en el mundo.

De manera general, médicos, otros profesionales y empleados, pensando ser una nueva sociedad, en Banmedica S.A.

Inauguración del edificio que permitió posesionarse en el mercado con unos de los centros clínicos privados de salud más utilizados y modernos del país

Desde sus inicios de la Clínica Santa María ha tenido el carácter de instituciones abiertas, de los servicios público y privado.

Todos los médicos en manera general tiene un propósito a la hora de otorgarle una atención adecuada del paciente y sus cuidados con el esfuerzo por la excelencia y calidad.

Se desarrolló una atención personalizada y acorde con la actividad científico y tecnológico.

La culminación del proyecto en los últimos años fue anhelado por cumplir un sueño en realidad.

Se realizaron ventas de acciones de la caja bancaria en el marco de capitalismo en popular del público general.

El propósito de la fuerte inversión que se estableció permitió a duplicar su capacidad y tamaño, totalidad de 37.753 m², 200 camas, 75 consultas médicas, 500 estacionamientos, 4 niveles de subterráneos y ocho pisos de alturas, sus infraestructura dotada de más actual de la tecnología en materia de seguridad.

Este proyecto permitió mejorar la calidad de atención a través del trato que ofrece la clínica Santa María donde se incorporó de lo más altos estándares de salud médica, tecnología y hotelería.

Se realizó una nueva construcción de acceso por la Av. Bellavista 0415, comenzó sus operaciones en marzo 2009.

Cuenta con cinco subterráneo y ocho pisos sobre nivel, más un helipuerto que se estableció.

Este nuevo edificio se realizó en la clínica santa maría se totaliza en 85.000 m2 actualmente en su infraestructura.

Además se conoce que tiene más de ochos ascensores para público y privados se concentra en su totalidad de las atenciones ambulatoria, un innovador de piso e cirugía plásticas y medicina estética, más capacidades como laboratorio, kinesiología, unidades de pacientes crítico Adulto, Pediátrico y piso de hospitalización.

Antecedentes Referenciales

Como plantea **(Brito Vera , 2015)** en su trabajo de titulación “Plan Publicitario del consultorio Odontológico “CARLA BRITO”, ubicado en la Cdla Jaime Roldós Aguilera Mz12 v22” realizado en la universidad: Guayaquil en la Facultad de comunicación social carrera de publicitaria y mercadotecnia.

El trabajo del proyecto de la investigación del proyecto se incrementará un plan publicitario de estrategias que nos permite detectar la falta de publicidad que existe en el centro de Odontológico “ Carla Brito” en la ciudad de Guayaquil con el fin de incrementar nuevas ideas con un plan publicitario de estrategias que nos ayude ser reconocidos nacional e internacionalmente en el mercado por medio de un plan publicitario que sea bien ejecutada para realizarlo en diferentes actividades en muchos sectores de Guayaquil y llegar ser el mejor consultorio odontólogo ya que no se ha implementado un plan publicitario por medio de este proyecto se estableció el plan publicitario estratégico donde me aporta con información para mi proyecto de investigación.

Es definitivamente, que en este proyecto de investigación indica que, tiene muchas relaciones a mi proyecto que estoy realizando por medio de Estrategia y un plan publicitario, nos ayudara mejorar la atención adecuada en el consultorio e incrementar los ingresos establecidos, realizando

Actividades para ser un consultorio muy reconocido a nivel nacional e internacional.

Según **(Gómez Campuzano & Sánchez Pastuisaca, 2015)** en su trabajo de titulación “Plan de Marketing Estratégico para posicionar la marca de la empresa UNIcasa (Constructora- Inmobiliaria), en la ciudad de Guayaquil”, realizado en la universidad: Politécnica Salesiana Ecuador.

El problema de la investigación nace en diseñar un plan de marketing estratégico para posicionarse en el mercado de la empresa UNIcasa en la ciudad de Guayaquil el problema surge por una baja participación de mercado y escaso de posicionamiento en el mercado porque ha existido una mala planificación en la UNIcasa (Constructora-Inmobiliaria) adonde se diseñara un plan de marketing estratégico que ayude a mejorar los problema que están afectando en la empresa lo interno y externo y que mejores los ingresos de la empresa UNIcasa (Constructora-Inmobiliaria) donde se realizas observaciones que por medios de encuestas que se les realizo a los empleados y clientes de la empresa para mejorar la planificación dentro de la ciudad de Guayaquil.

En conclusión del tema planteado se basa en incrementar el número de pacientes donde se implementó un plan de marketing para mejorar la calidad del consultorio para posesionarse en el mercado a nivel nacional e internacional para obtener más ingreso y mejorar la calidad la atención de los pacientes por medios de estrategias de manera competitiva obtendremos más ingresos en el consultorio médico.

Según **(Véliz Franco, 2012)** en su trabajo de titulación “Implementación del diseño de un centro médico de especialidades en la provincias de Santa Elena”, realizado en la universidad: católica de Santiago de Guayaquil.

El problema de la investigación es realizar un estudio que se enfoque por medio de un análisis cualitativo de acuerdo a sus necesidades de su demanda y oferta en el mercado por medio de su atención medica de acuerdo a sus especialidades de manera ambulatoria que se realizó

mediantes consultas internas y externas e atención de emergencia que se lo realizo en la provincias de Santa Elena y se desarrollara todas sus actividades establecidas que cuentas con una inmensa población y muestra de hombres y mujeres para tener más información a la pesca y turismo.

En conclusión se realizará nuevas estrategias en consultorio adonde se implementará un plan de marketing para mejorar la atención del paciente.

Acoplarnos a nuevas normas que se establecerá en el consultorio médico para obtener nuevos ingresos.

Incrementar ideas para consultorio médico y tener los recursos adecuados para realizar todas sus actividades a la hora de atender a los pacientes de acuerdo a su especialidad.

Según **(Garces Pacheco, 2013)** en su trabajo de titulación “Plan estratégico de mercadeo para los servicios de salud de clínica “D´ASIS” periodo 2010-2011” realizado en la universidad de Guayaquil en la facultad de ciencias y médicas

El problema de la investigación de la Clínica “D´ASIS” es ofrece un servicio de atención médica eficaz para los pacientes de calidad, idóneo y seguridad donde se propuso un plan estratégico de mercadeo en el servicio de salud basado en la siguiente línea que se determinó a la oferta del servicio de acuerdo con sus necesidades se identificó la demanda, se analizó los diseños del plan estratégico y mercadeo se interpretaron los resultados en las cuales se obtuvieron datos muy importantes del registro de la

Población, morbilidad, edad, sexo, datos socio-económico para tomar decisiones adecuada y realizar estudios para su aceptación en el mercado.

El entorno tiene diferentes estándares de calidad y atención personalizada y estrategias y el sector geográfico se define por familias de clases media que no tiene un grado a instituciones de salud pública y privada.

En conclusión del tema planteado se basa en el número de clientes que se incrementará por medio de un plan de marketing estratégicos que nos ayudara en proponiendo generar más ingreso en el consultorio médico

General González”, realizando muchas actividades y aumentaremos diferentes estrategias para mejorar la calidad del consultorio médico.

Según **(Buendia Pizarro, 2011)** en su trabajo de titulación “Plan de marketing para promocionar la clínica odontológica de la universidad católica de Santiago de Guayaquil en la clase social de bajos recursos económico” realizado en la universidad católica de Santiago en la facultad de ciencias médicas.

El problema de investigación de la clínica odontológica que carece de muchas amenazas de y competencia como por ejemplo la universidad estatal que tienes centro de salud privados solo para los estudiantes y eso nos perjudica a nosotros adonde se tomara en cuenta que se incrementara estrategias de marketing para seguir y se realizaron encuesta para obtener información para mejorar y corregir y realizar se ofrecerá una excelente calidad de primera clases y satisfacer las necesidades y no habrá ningún tipo de discriminación hacia los estudiantes.

En conclusión del tema planteado se basa en mejorar el ambiente del consultorio médico por su propuesta de un plan de marketing se relaciona mucho y me ayuda a obtener información para mi proyecto para mejorar e incrementar los clientes que adquieren los servicio que ofrece el consultorio médico.

Según **(Armijos Carvajal, 2012)** en su trabajo de titulación “Plan de negocios para la creación de una microempresa distribuidora de insumo médico nanreh” realizado en la universidad central del Ecuador.

El problema de la investigación es la creación de un plan de negocios para la microempresa de insumos medico nanreh que se encuentra ubicado en la ciudad de Ecuador ya que tiene una cantidad grandes para la comercialización de los insumos de las distribuidora que se dirige a los médicos de centro de salud para su estabilidad y crecimiento para mejorar los producto de calidad se obtuvo un excelente resultados.

En conclusión del tema planteado que cuenta con excelente producto de calidad en la distribuidora y un personal capacitado que con el tiempo va a ir mejorado y así mismo se relaciona con mi tema del proyecto que estoy realizando porque es de mucha ayuda un plan de negocios para tener más ideas.

Fundamentación Legal

Constitución de la República en el Ecuador (2008)

En el (Art. 32 constitución de la República del Ecuador, 2008) menciona que “La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir (Art.32 Constitución de la República del Ecuador, 2008) El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional” (Pág. 29).

Art.45 (Art. 45 Constitución de la República del Ecuador, 2008) “Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizara la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción. Las niñas,

niños y adolescentes tienen derechos a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar. El Estado garantizará su libertad de expresión y asociación, el funcionamiento libre de los consejos estudiantiles y demás formas asociativas” (pág. 34-35).

Art.2 (Art.2 Reglamento a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de la Salud, 2013) “ De la determinación de prestaciones del Plan Integral de Salud.- Una vez definidos los contenidos del Plan Integral, el Pleno del Consejo Nacional revisará cada dos años, las acciones y prestaciones personales y colectivas de salud que el sistema procura ofrecer a la población. La definición de acciones y prestaciones buscará lograr la equidad y la universalidad, para lo cual el Pleno del Consejo analizará las necesidades epidemiológicas de la población y las determinantes sociales de salud y calidad de vida, considerando la realidad nacional, provincial y cantonal de salud. Así mismo, establecerá metas cuantitativas y cualitativas para la superación de la exclusión social en salud, manteniendo un criterio de lo máximo posible, buscando mejorar el costo - efectividad de las acciones de salud y definiendo taxativamente los recursos existentes” (Pág.1-2).

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas. Múltiples espacios de diálogo destacan la importancia de uso del espacio público y el fortalecimiento de la interculturalidad; así como los servicios sociales tales como la salud y la educación. Uno de los servicios

sociales más importantes y prioritarios es el agua, el acceso y la calidad de este recurso para el consumo humano, los servicios de saneamiento y, por supuesto, para la producción y sistema de riesgo.

La ciudadanía hace hincapié en el acceso a los servicios básico y el disfrute de un hábitat seguro, que supone los espacios públicos, de recreación, vías movilidad, transporte sostenibles y calidad ambiental, así como a facilidades e incentivos a través de créditos y bonos para la adquisición de viviendas social; pero también señala la importancia del adecuado uso del suelo y el control de construcciones. (pág. 53)

Política

1.5 Fortalecer el sistema de inclusión y equidad social, protección integral, protección especial, atención integral y el sistema de cuidados durante el ciclo de vida de las personas, con énfasis en los grupos de atención prioritaria, considerando los contextos territoriales y la diversidad sociocultural.

1.6 Garantizar el derecho de la salud, la educación y al cuidado integral durante el ciclo de vida bajo criterios de accesibilidad, calidad y pertinencia territorial y cultural.

1.7 Garantizar el acceso el trabajo digno y la seguridad social de todas las personas.

1.8 Garantizar el acceso una vivienda adecuada y digna, con pertinencia cultural y a un entorno seguro, que incluya la provisión y calidad de los bienes y servicios públicos vinculados al hábitat: suelo energía movilidad, transporte, agua y saneamiento, calidad ambiental, espacio público seguro y recreación (pág. 58)

Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones

Las mesas de dialogo alrededor de la agenda del sector externo han hecho particulares aportes referencias al fortalecimiento de una diplomacia verde, que luche contra el cambio climático y que exija respeto a la naturaleza.

Protección y el cuidado de las reservas naturales y los ecosistemas frágiles y amenazados, es un tema de preocupación en las diferentes mesas. Se destaca, incluso, que frente a aquellas consecuencias ambientales que son productos de la intervención del ser humano, es necesario un marco de bioética, bioeconomía y bioconocimiento para el desarrollo; es decir, la investigación y generación de conocimiento de los recursos del Ecuador.(pág. 64)

Plan Toda una Vida

A lo largo del ciclo de vida, los seres humanos presentan requerimientos especiales bajo condiciones específicas. Un enfoque que tome en cuenta las necesidades particulares de cada etapa del ciclo permite al Estados garantizar los derechos de manera efectiva y oportuna, bajo consideraciones de pertinencia territorial, disponibilidad, accesibilidad, calidad y adaptabilidad, orientando sus intervenciones en la población desde la gestación, primera infancia, niñez, adolescencia, juventud, adultez y adultez mayor, es decir, brindado una vida digna y una muerte digna.

El plan Toda una Vida apuesta por el fortalecimiento y la institucionalizados para políticas públicas y servicios que respondan a derechos fundamentales de las personas, en particular de los grupos de atención prioritaria y en situación de vulnerabilidad, con miras a la eliminación gradual de las desigualdades sociales innecesarias, injustas y evitables, enfrentando las causas estructurales para alcanzar una sociedad más igualitaria. El cumplimiento de este objetivo se conseguirá mediante las acciones coordinadas entre los diferentes niveles de gobiernos, y mediante la corresponsabilidad de la familia, la sociedad y la comunidad en general. (pag.67)

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico –con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios–; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

Sobre la contratación de bienes y servicios, hubo recurrentes propuestas para que esta sea desarrollada de manera más inclusiva; es decir, favoreciendo la producción nacional, la mano de obra local, la producción de la zona, con especial énfasis en los sectores sociales más vulnerables de la sociedad y la economía.

Asimismo, se ha destacado la importancia de fortalecer la asociatividad y los circuitos alternativos de cooperatividad, el comercio ético y justo, y la priorización de la Economía Popular y Solidaria. (pág. 80)

Ley Orgánica del Sistema Nacional de Salud Ley (No.2002-80)

Capítulo I

Definición, Ámbito de Aplicación, Finalidad, Principios y Objetivos

Art. 1.- Objeto y Ámbito de la Ley. - La presente Ley tiene por objeto establecer los principios y normas generales para la organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Salud que regirá en todo el territorio nacional.

Art. 2.- Finalidad y Constitución del Sistema. - El Sistema Nacional de Salud tiene por finalidad mejorar el nivel de salud y vida de la población ecuatoriana y hacer efectivo el ejercicio del derecho a la salud. Estará constituido por las entidades públicas, privadas, autónomas y comunitarias del sector salud, que se articulan funcionamiento sobre la base de principios, políticas, objetivos y normas comunes.

. 3.- Objetivos. - El Sistema Nacional de Salud cumplirá los siguientes objetivos:

1. Garantizar el acceso equitativo y universal a servicios de atención integral de salud, a través del funcionamiento de una red de servicios de gestión desconcentrada y descentralizada.

2. Proteger integralmente a las personas de los riesgos y daños a la salud; al medio ambiente de su deterioro o alteración.

3. Generar entornos, estilos y condiciones de vida saludables.

4. Promover, la coordinación, la complementación y el desarrollo de las instituciones del sector.

5. Incorporar la participación ciudadana en la planificación y veeduría en todos los niveles y ámbitos de acción del Sistema Nacional de Salud.

Art. 4.- Principios. - El Sistema Nacional de Salud, se regirá por los siguientes principios.

1. Equidad. - Garantizar a toda la población el acceso a servicios de calidad, de acuerdo a sus necesidades, eliminando las disparidades evitables e injustas como las concernientes al género y a lo generacional.

2. Calidad. - Buscar la efectividad de las acciones, la atención con calidez y la satisfacción de los usuarios.

3. Eficiencia. - Optimizar el rendimiento de los recursos disponibles y en una forma social y epidemiológicamente adecuada.

4. Participación. - Promover que el ejercicio ciudadano contribuya en la toma de decisiones y en el control social de las acciones y servicios de salud.

5. Pluralidad. - Respetar las necesidades y aspiraciones diferenciadas de los grupos sociales y propiciar su interrelación con una visión pluricultural.

6. Solidaridad. - Satisfacer las necesidades de salud de la población más vulnerable, con el esfuerzo y cooperación de la sociedad en su conjunto.

7. Universalidad. - Extender la cobertura de los beneficios del Sistema, a toda la población en el territorio nacional.

8. Descentralización. - Cumplir los mandatos constitucionales que consagren el sistema descentralizado del país.

9. Autonomía. - Acatar la que corresponda a las autonomías de las instituciones que forman el Sistema.

Capítulo II

Del Plan Integral de Salud

Art. 5.- Para el cumplimiento de los objetivos propuestos, el Sistema Nacional de Salud implementará el Plan Integral de Salud, el mismo que garantizado por el Estado, como estrategia de Protección Social en Salud, será accesible y de cobertura obligatoria para toda la población, por medio de la red pública y privada de proveedores y mantendrá un enfoque pluricultural.

Este plan contemplará:

1. Un conjunto de prestaciones personales de prevención, detección, diagnóstico, recuperación y rehabilitación de la salud. Este incluye la provisión de los servicios y de los medicamentos e insumos necesarios en los diferentes niveles de complejidad del Sistema, para resolver problemas de salud de la población conforme al perfil epidemiológico nacional, regional y local.

2. Acciones de prevención y control de los riesgos y daños a la salud colectiva, especialmente relacionados con el ambiente natural y social.

3. Acciones de promoción de la salud, destinadas a mantener y desarrollar condiciones y estilos de vida saludables, individuales y colectivas y que son de índole intersectorial.

Variables de la Investigación

Variable Independiente:

Plan de Marketing

El plan de marketing es una herramienta que permite a una organización hacer un análisis de su situación actual para conocer con certeza sus principales debilidades y fortaleza, al igual que las oportunidades y amenazas del entorno. (Hoyos Ballesteros, 2013, pág. 3)

Variable Dependiente:

Incrementar el número de pacientes

Incrementar el número de pacientes es la que obtendremos por medios de investigación o encuestas que se realizara para obtener información necesaria que se maneja en su respectivo lugar para establecer ideas para el uso del mismo.

Definiciones Conceptuales

Plan: planear significa otear el futuro con la esperanza de dispar la incertidumbre de lo que podrá suceder. (Torrés Hernández, 2014, pág. 7)

Marketing: se encarga de estudiar cómo se inician, estimulan, facilitan desarrollan relaciones rentables de valor que buscan satisfacer las necesidades mejor que la competencia y permiten captar mayor de los clientes. (Millan Campos, y otros, 2013, pág. 15)

Incrementar: del conocimiento por parte de los profesionales de la salud en habilidades para el trato y comunicación con la población inmigrantes. (López Fernández & Expósito Gázquez, 2016, pág. 178)

Numero: los números son y han sido un elemento fundamental en el desarrollo de un pensamiento lógico-matemático en los primeros años de escolarización. (Carillo Yáñez, y otros, 2016, pág. 3)

Pacientes: es un instrumento terapéutico que el medico ha de usar siempre en beneficio de paciente. (López Gómez , 2013, pág. 182)

Estrategia: define la seguridad nacional como la acción del Estado dirigida a proteger la libertad y el bienestar de sus ciudadanos, a garantizar la defensa y sus principios y valores constitucionales. (Sánchez Diez, 2013, pág. 200)

Informativos: se trata de proporcionar información que permitá tomar decisiones y constituye un nexo de unión entre la empresa y el mercado. (Merino Sanz, Pintado Blanco, Sánchez Herrera, GRande, & Grande Esteban, 2015, pág. 17)

Dicotómicas: son aquellas en las que la persona entrevistada tiene que contestar a una de dos respuesta (normalmente sí o no). Sirven para clasificar a los entrevistados en dos grupos, en función de una determinada variable. (Martínez Candil, 2015, pág. 145)

Sistemático: utilizá un metodo científico aplicando una metodología rigurosa, planificada, organizada en funcion de unos objetivos claros y bien definidos y con sistemas de control pertinentes. (Merino Sanz, Pintado Blanco, &, Sánchez Herrera, 2015, pág. 17)

Medología: es una investigación de carácter descriptivo y concluyente que abarca aspectos cuantitativos y cualitativos. (Hernández Sánchez & Sánchez Gárcias, 2018, pág. 14)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGÍA

Datos de la Empresa

Nombre de la Empresa: Consultorio Medico

Nombre de Comercial: Emanuel

Fecha de Constitución: 10 de Junio del 2011

Registro Único de Contribuyente: 0602573495001

Objeto Social: Medicina General (Niños, Adolescente, Adultos Mayores, Control de Embarazo y Cirugías)

El consultorio médico Emanuel se encuentra ubicado por la entrada de la ocho en la cooperativa nueva prosperina avenida de la cañas referencia a lado de la farmacia Emanuel cuenta con dos trabajadores y las actividades que se realizan en el consultorio médico es atención del pacientes niño, adolescentes y adultos mayores, exámenes, cirugías y control de embarazos

Misión

Crear medico profesionales para el beneficios de nuestro pacientes dándole una atención médica adecuada, con una máxima calidad, innovadora, respeto, confianza y eficaz.

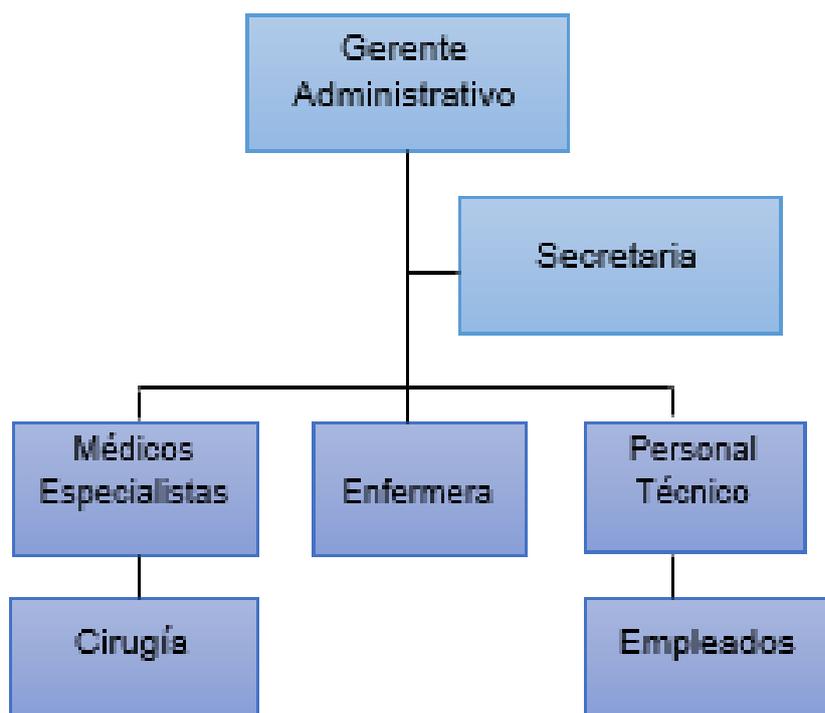
Visión

Ser una empresa de salud líder en el mercado donde vamos ofrecer nuestro servicio al cliente se garantizar la seguridad de sus pacientes y su alta calidad en la atención a los pacientes que nos permitirán ser el centro de referencia a nivel internacional.

Logo de la Empresa



Organigrama de la Empresa



Descripción de Actividades de los Colaboradores

Secretaria: Guiar y dar información a los cliente.

Medico Profesionales: Son los encargados de cada área que les otorgue.

Cirugía: Operaciones o diagnóstico.

Enfermeras: Brindar atención adecuada de los clientes.

Personal Técnico: Limpiezas en el consultorio médico.

Diseño de la Investigación

Según Borda Perez, (2013) menciona “La investigación se desarrolla mediante un proceso y parte de la identificación de un área temática en la cual se desea dar respuesta a un problema por ta fin se diseña o planificar un proyecto de investigación, que comienza por planear de manera precisa y concisa el problema y de soportarlo en terminos de justificacion, objetivos, proposito, marco teorico e hipotesis” (pag 16).

Es una investigación donde se aplica muchos métodos de investigación para obtener resultados o conocimientos sobre el proyecto que estamos realizando.

Para este proyecto de diseño en investigación se va a utilizar el diseño descriptivo para recopilar información y detallar ideas necesarias así se describirá las variables involucrada en el área de marketing y se incluye el diseño cualitativo y cuantitativo que es una herramienta útil para mejorar las política y procesos que incremente el número de clientes que ofrece el consultorio médico “General González”.

Diseño Documental

Realizar actividades o datos más comunes es decir donde podemos se obtendrá registrados datos de otros investigadores de fuentes de documentales en análisis crítico.

Tipos de Diseños

Determinar esto tipos de diseños que nos ayuda observar las técnicas y procedimientos con los datos obtenidos:

Tabla 2

Observación

Explorativa	Explicativo	Descriptivo	Correlacional
La investigación explorativa examina un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes. (Hernández Sánchez & Sánchez García, 2018, pág. 165)	Tiene como objetivo la explicación de los fenómenos y el estudio de sus relaciones, para conocer su estructura y los factores que intervienen en la dinámica de aquellos. (Srdornil, 2013, pág. 80)	La investigación descriptiva que permite describir las características de una población o del tema a estudiar e intenta dar respuesta a interrogantes como quien, que, cuando y como. (Merino Sanz, & varios, 2018, pág. 20)	Es el tipo de investigación que mide la intensidad en la relación entre dos elementos o variables. (Martinez Candil, ignacio;, 2015, pág. 19)

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Para desarrollar el presente trabajo se usara la investigación explorativa y descriptivo porque se relacionan directamente con el problema de la investigación.

Población y Muestra

Población

“Es un conjunto de medidas o el recuento de todos los elementos que presentan una característica común definidas por el observador”. (Alvarado , 2014, pág. 72).

Es la cantidad de seres vivos que se pueden realizar con diferente tipo de característica.

Población Finita

“Una población finita cuando la población tiene un tamaño establecido y limitado, esto es existe un número denotado por N que indica cuantos elementos conforman la población” (Moroy Garcías, 2015, pág. 186).

Es decir con una cierta cantidad de población se establece.

Población Infinita

“La población infinita a aquella cuyo tamaño es indefinidamente grande o, a pesar de ser conocidos, no es posible su consideración total debido a su magnitud”(Martínez, 2015, pág. 168).

Cuando la población tiene una cantidad elevada de objetos o elementos que es imposible de contar.

La población que se va a utilizar en esta investigación es finita porque contiene 32 personas.

Tabla 3

Universo

Población	Cantidad
Médico General	1
Enfermera	1
Pacientes Frecuentes	30
Total	32

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Muestra

Según (Dueñas Noruegas, 2015) “Se define muestra como un subconjunto a la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, y que fundamentalmente sea representativa de ella”. (pág. 102)

Tipo de Muestra

Muestreo Probabilístico

Según (Hernández , Fernandez , & Baptista , 2014) manifestó “El muestreo probabilístico todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definidos las características de la población y el tamaño de la muestra y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis” (pág. 176).

Muestreo estratificado

Muestreo estratificado en ocasiones el interés del investigador es comparar sus resultados entre segmentos, grupos o nichos de la población, porque así lo señala el planteamiento del problema. (Hernández , Fernández , & Baptista, Metodología de la Investigación, 2014, pág. 180)

Muestreo por Racismo

El muestreo por racismo implica diferenciar entre la unidad de análisis y la unidad muestral (Hernández , Fernández , & Baptista, Metodología de la Investigación, 2014, pág. 182).

Tabla 4

Muestra del Consultorio Médico

Población	Cantidad
Médico General	1
Enfermera	1
Pacientes Frecuentes	30
Total	32

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Para este proyecto no es necesarios extraer ningún tipo de muestra porque la población del consultorio médico es pequeña y por lo tanto podemos trabajar sin ningún tipo de problema.

Técnicas e Instrumentos

Tabla 5

Herramienta

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario Matriz

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Encuesta

Según Quispe & Sánchez , (2011) “La encuesta es una técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionario y entrevista de manera verbal o escrita que se hace una población, esta generalmente se hace a un grupo de personas y pocas veces a un solo individuo, el propósito es de obtener información mediante el acopio de datos cuyo análisis e interpretación permite tener una idea de la realidad para seguir hipótesis y poder dirigir las fases de investigación.”

La investigación que se realizara en muchos lugares desarrollando un cuestionario para realizarles a multitudes de personas para obtener información y pruebas.

Procedimiento de la investigación

Tema: Propuesta de marketing para el incremento de pacientes en consultorio médico “General González” del cantón Guayaquil.

Objetivos: mejorar la calidad de atención entre pacientes y doctores para incrementar el número de clientes en el consultorio médico.

Instrucciones de la Encuesta

- No es necesario indicar sus datos puede ser anónimo.
- Las respuestas son anónima y confidenciales.
- Obtener información de lo que se va a mejorar en el consultorio médico.

Se realizó 10 preguntas para obtener información por medio de este cuestionario para obtener resultados del paciente correspondiente de cada paciente del consultorio médico “General González”.

CAPÍTULO IV

ÁNALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas e instrumentos

Encuesta

1. ¿Cómo usted se enteró de la existencia del consultorio médico “General González”?

Tabla 6

Existencia

Opción	Cantidad	Porcentaje
Boca a Boca	27	27%
Recomendaciones	73	73%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 1

Existencia



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis e Interpretación

Se puede observar que los clientes se han enterado que existe el consultorio médico por las medios de recomendaciones ya que tiene el 73 % y el de boca a boca solo tiene el 27%.

2. ¿Tuvo inconveniente al momento de obtener una cita médica en el consultorio?

Tabla 7

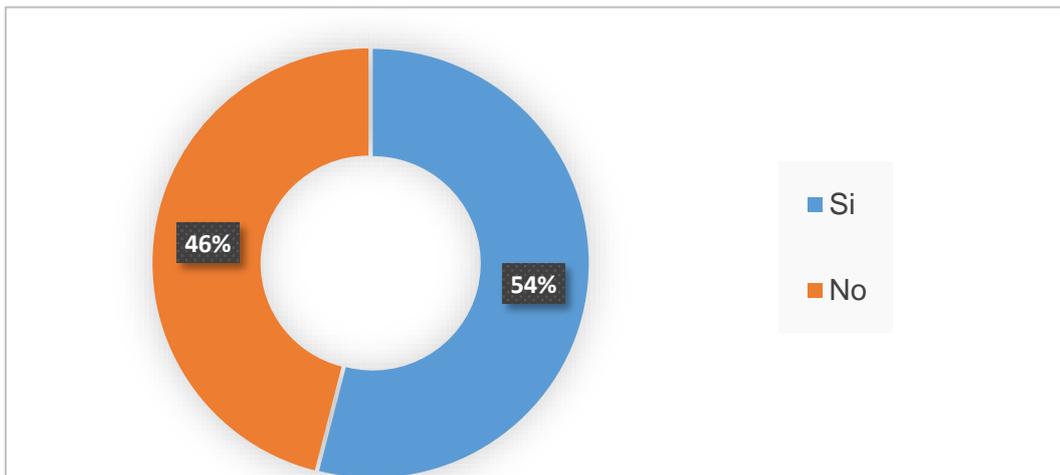
Cita Médica

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	46	46%
No	54	54%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 2

Cita Médica



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis e Interpretación

Claramente se observa que el consultorio médico esta inadecuado que lo pacientes no se siente seguros ya que tiene el 58% y el adecuado tiene el 42%.

3. ¿Con que usted más frecuencia va al consultorio médico por: enfermedad o citas medica?

Tabla 8

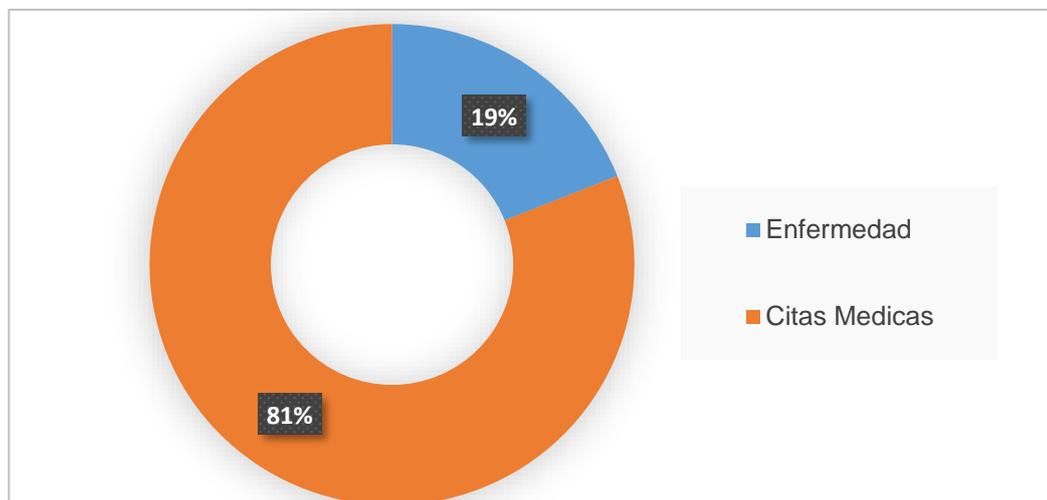
Enfermedad o Citas Médica

Opción	Cantidad	Porcentaje
Enfermedad	19	19%
Citas Medicas	81	81%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 3

Enfermedad o Citas Médica



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis e Interpretación

Se puede observar que los pacientes asisten más al consultorio médico por citas médicas ya que tiene el 81% lo contrario por enfermedad porque tiene el 19% nos quiere decir que no asisten.

4. ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de salud que ofrece el consultorio médico?

Tabla 9

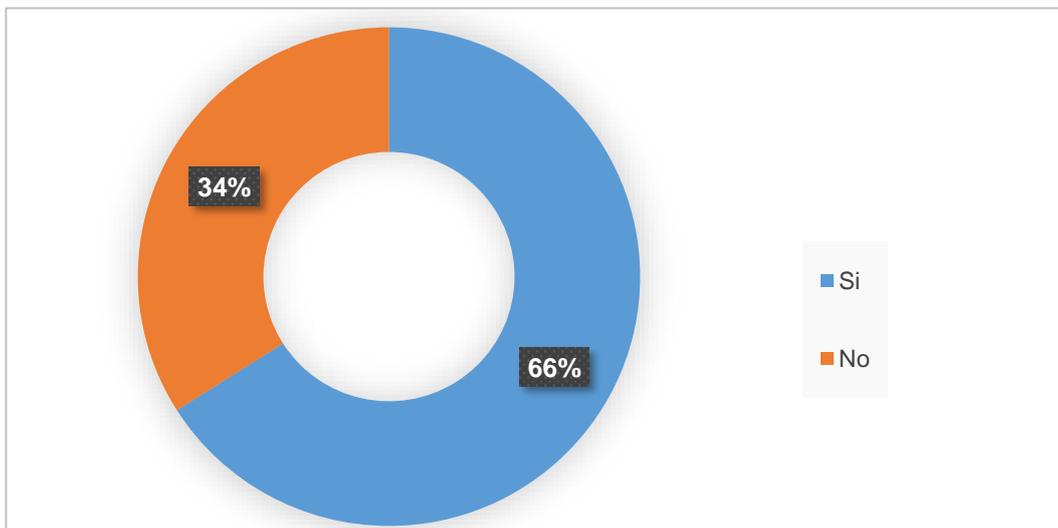
Servicio de Salud

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	66	66%
No	34	34%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 4

Servicio de Salud



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis e Interpretación

Es evidente que los pacientes del consultorio médico si adquieren el servicio diariamente ya que tiene el 66% lo contrario al que no adquieren el servicio que ofrece el consultorio porque tiene el 34%.

5. ¿Has recibido falta de atención por parte del personal del consultorio médico “General González”?

Tabla 10

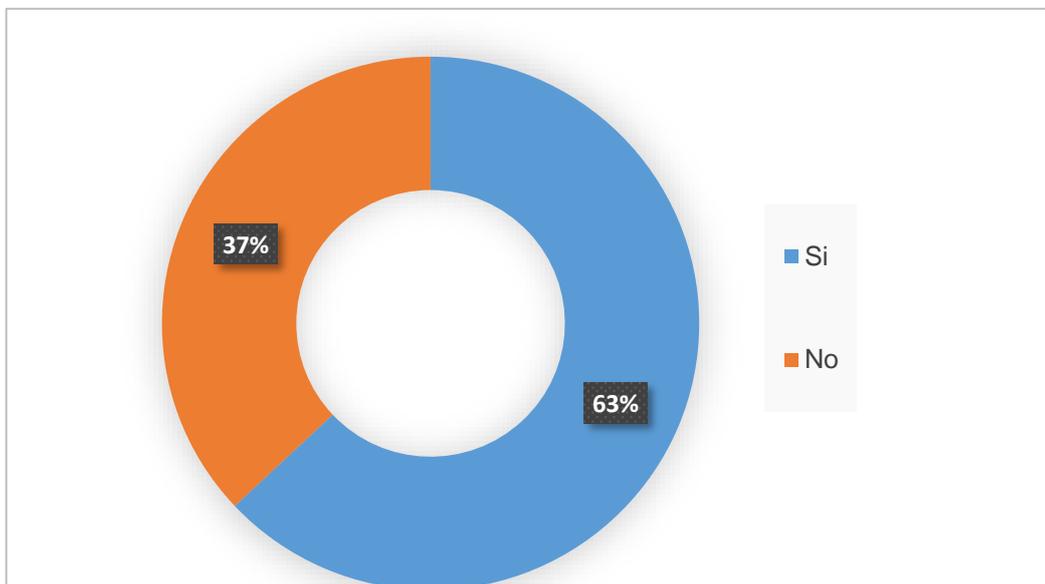
Falta Atención

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	63	63%
No	37	37%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 5

Falta Atención



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis e Interpretación

Claramente se observa que hay una mala atención por parte de la enfermera así los pacientes ya que tiene el 63% adonde tenemos que mejorar lo contrario de que no hay una mala atención ya que tiene el 37%.

6. ¿En caso de enfermedad usted se atendería en el consultorio médico "General González"?

Tabla 11

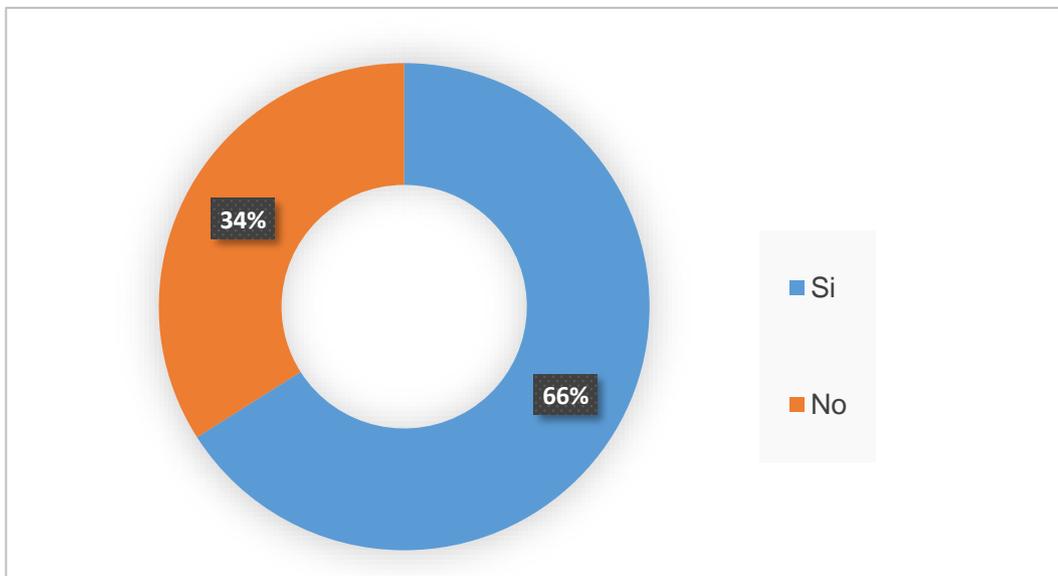
Atención

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	66	66%
No	34	34%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 6

Atención



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis e Interpretación

Se puede observar que los pacientes si se harán atender en el consultorio médico en cualquier momento que sienta un síntoma ya que tiene el 66% lo contrario ya que tiene el 34% que no se harán atender en el consultorio médico.

7. ¿Usted considera que los costos por los servicios médico del consultorio son: costoso, accesible, económico?

Tabla 12

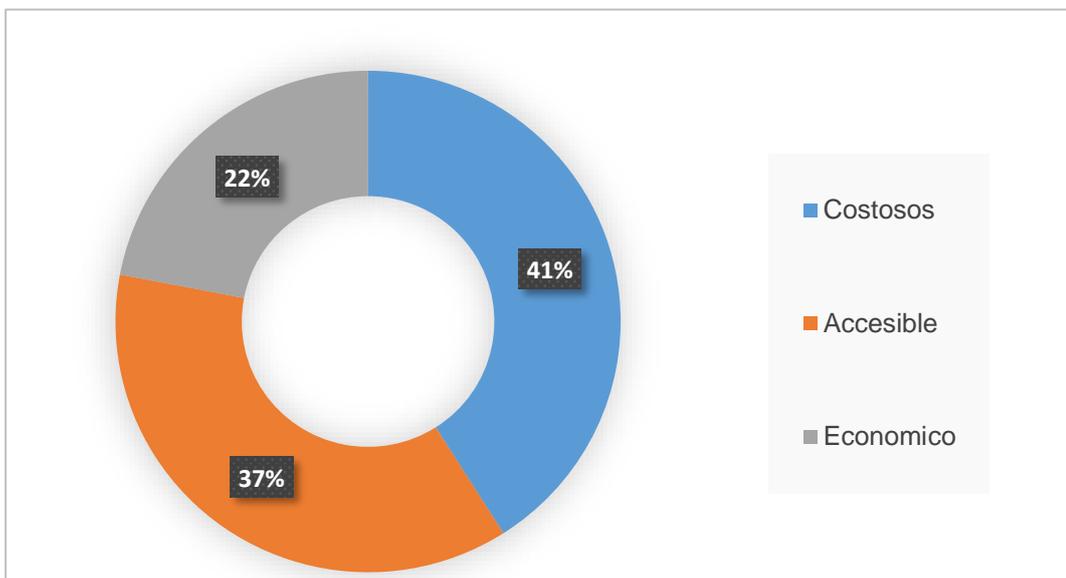
Costoso Accesible Económico

Opción	Cantidad	Porcentaje
Costosos	41	41%
Accesible	37	37%
Económico	22	22%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 7

Costoso Accesible Económico



Elaborado por: Alcívar. (2018)

Análisis e Interpretación

Es evidentes que los costos del consultorio médico son muy costoso ya que perjudica para que no haya muchos clientes porque tiene el 41% lo contrario de los precios que son accesibles y económico.

8. ¿Su necesidad como paciente es satisfactoria o insatisfactoria en el consultorio médico?

Tabla 13

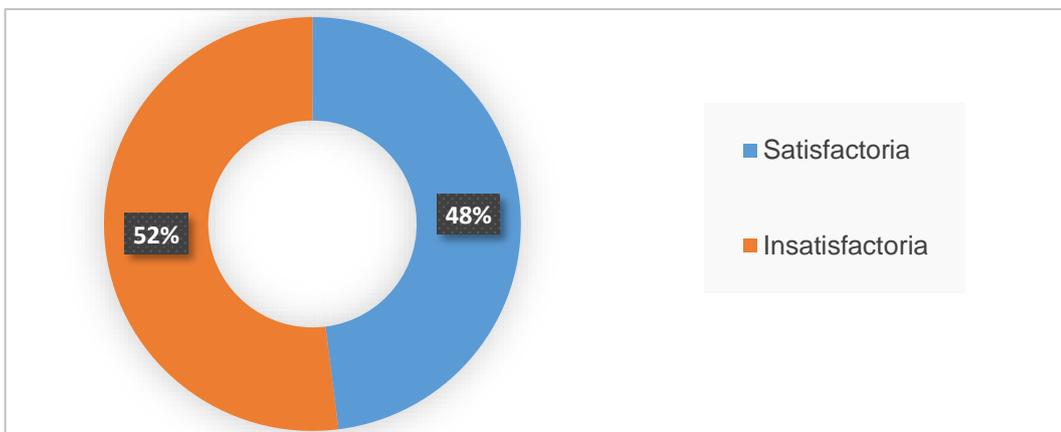
Satisfactoria o Insatisfactoria

Opción	Cantidad	Porcentaje
Satisfactoria	48	48%
Insatisfactoria	52	52%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 8

Satisfactoria o Insatisfactoria



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis e Interpretación

Claramente se puede observar que los cliente tiene una problema no satisfacen las necesidades de los pacientes ya que tiene un 52% que no cumplen con satisfacer las necesidades a lo contrario es su satisfactoria es de 48%.

9. ¿Cómo califica usted la atención del consultorio médico?

Tabla 14

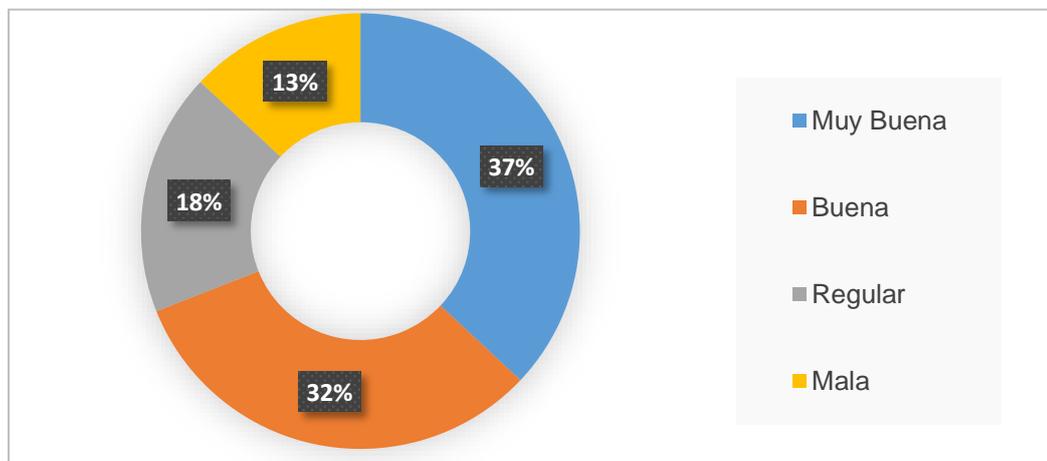
Calificación

Opción	Cantidad	Porcentaje
Muy Buena	37	37%
Buena	32	32%
Regular	18	18%
Mala	13	13%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 9

Calificación



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis de Interpretación

Se puede observar que el consultorio médico trata de cumplir con las normas que se establecen ya que no cumple con todas las necesidades que el paciente requiere se establecerá una mejor calidad de ofrecer el servicio.

10. ¿Cómo piensa usted que se encuentre la infraestructura de las instalaciones del consultorio médico es: adecuado o inadecuado?

Tabla 15

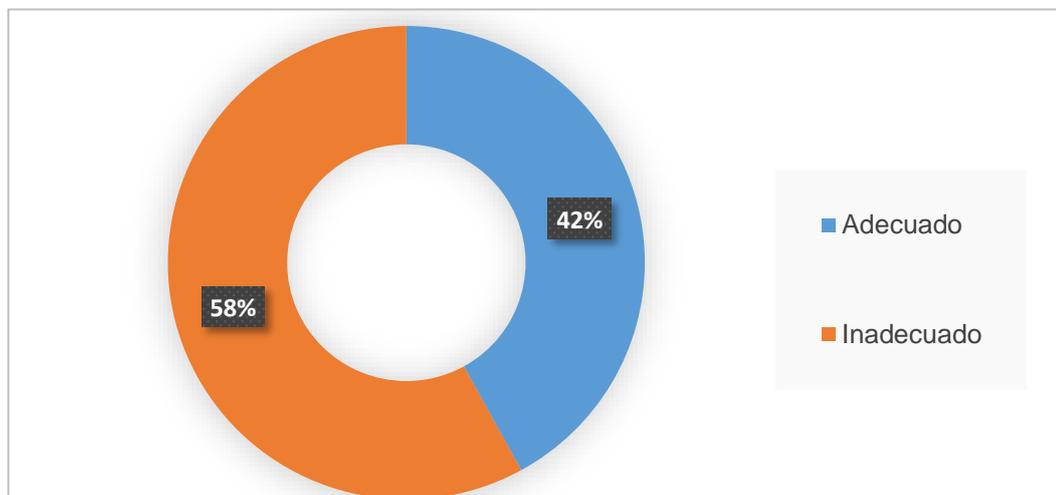
Adecuado o Inadecuado

Opción	Cantidad	Porcentaje
Adecuado	42	42%
Inadecuado	58	58%

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Gráfico 10

Adecuado o Inadecuado



Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Análisis e Interpretación

Se puede observar que el consultorio médico tiene malas instalaciones ya que no cumplen con la seguridad de los clientes ya que tiene el 58% a lo contrario que el 42% que son adecuados.

Plan de Mejora

Plan de marketing consultorio médico “General González”

Análisis de la situación

Empresas marca y posición

El consultorio médico “General González” esta posesionado en el mercado más de ocho años se dedica al servicios de la salud médica en medicina general para niños jóvenes, adolescentes y adultos mayores dentro de la ciudad de Guayaquil y llevando una atención inmediata a los pacientes ofrece una atención a toda hora con el fin de llegar a sus clientes brindándole una excelente atención cuenta con dos comparticiones con una sala de espera y la atención del pacientes para satisfacer las necesidades de sus pacientes.

Análisis externo

En esta fase se analizará los aspectos externos de los pacientes del consultorio “General González.”.

Análisis del mercado

El análisis del mercado se incrementará en características de su tamaño y el número de pacientes que ayude a identificar ideas para mejorar el mercado.

➤ Tamaño del mercado

El tamaño del mercado se encuentra ubicado en la ciudad de Guayaquil.

➤ Segmentación del mercado

La segmentación de mercados está dirigido a niños, adolescentes y adultos mayores que se enfoca en ofrecer un servicio de salud de calidad a los clientes.

➤ **Necesidades**

Debido a su mala estructura del consultorio médico los pacientes se vieron en la necesidad de buscar nuevos consultorios médicos particulares ya que no cuenta con la seguridad adecuada de sus clientes al recibir una atención en el establecimiento por parte de los médicos y la infraestructura porque hay veces que no se cuenta con el lugar adecuado y también con los recursos necesarios que por el momento se buscará estrategias y opciones que exista en el mercado.

➤ **Tendencias**

Los consultorios médicos particulares están constantemente haciendo muchos cambios e innovando ya que cuenta con promociones de consultas, cirugías, chequeos médicos, redes sociales, tratamientos personalizados, con equipos de primer nivel, precios acordes de los servicios, con estructuras adecuadas, con farmacias ya que ayuda a mejorar sus servicios de salud.

Posicionamiento y situación

El consultorio médico cuenta con recomendaciones boca a boca de sus pacientes que asisten a recibir la atención médica que ofrece el consultorio.

Análisis Interno y Externo

Análisis de FODA

Se evaluará la situación interna y externa actual del consultorio médico donde se realizará un análisis que permita identificar mediante sus fortalezas y oportunidades, se describirá en sus debilidades y amenazas la mejora del consultorio.

Fortalezas

- Horarios de atención accesibles.
- Satisfacer las necesidades de los pacientes.

- Salas de espera a comodidad de los pacientes.
- Precios accesibles del consultorio médico.
- Atención adecuada hacia los pacientes.

Oportunidad

- Nuevos equipos tecnológicos para el consultorio médico.
- Implementar nuevas estrategias para llegar a más clientes.
- Contar redes sociales.
- Realizar promociones en general.
- Contar con más personal para el consultorio médico.

Debilidades

- Falta de publicidad del consultorio médico.
- No contar con excelente especialista a la hora de realizarse un chequeo médico.
- Deficiencia de promociones para los pacientes.
- No contar con una página web.
- Ausencia de personal de limpieza en el consultorio médico.
- No contar con las instalaciones adecuadas.

Amenazas

- Competencia de muchos consultorios médico.
- No contar con los equipos adecuados en el consultorio médico.
- Situación económica del consultorio médico.

Posicionamiento Actual

La encuesta que se realizó en el consultorio médico “General González” se pudo observar que cuenta con el respaldo de los pacientes que adquieren el servicio de salud ya que satisface sus necesidades, precios accesibles, que ofrece el consultorio médico.

El consultorio médico “General González” se fundó para brindar un servicio de primera calidad con las necesidades de los pacientes y recursos

Adecuados con el fin de cuidar a niños, adolescentes, adultos mayores ya que ha tenido muchas recomendaciones hacia nuevos clientes.

Se observó que hay otros consultorios médicos que ofrecen lo mismos servicios de salud y horario de atención a toda hora pero su ubicación es muy alejada a la nuestra.

Productos

El consultorio médico “General González” ofrece una excelente calidad de servicios con diferente tipo de atención médico para niños, adolescentes y adultos, mayores, exámenes, cirugías y control de embarazos.

Marca

El consultorio médico durante años ha sido reconocido por su nombre “Emanuel” así se ha mantenido su logo hace muchos años en el servicio de la salud.



Elaborado por: Consultorio Médico

Puntos Críticos

➤ **Objetivos de Ingresos**

Para que el consultorio médico pueda incrementar su número de pacientes se debe realizar estrategias para beneficios de los clientes ya que ellos son la prioridad del consultorio.

➤ **Beneficios**

Entre los beneficios que busca es tener más personal en el consultorio médico ya que ayudará a aumentar los clientes de manera general es importante también tener la infraestructura del consultorio en buen estado para dar seguridad adecuada para no dar una desconfianza y no asistan nuevos clientes y dar unos servicios de calidad.

Claves para el éxito

- Generar confianza hacia los pacientes.
- Incrementar poco a poco la tecnología del consultorio médico.
- Realizar publicidad por redes sociales para llegar a muchos clientes.
- Escuchar las quejas y las necesidades de los clientes para seguir mejorando.
- Realizar constantemente charlas y capacitaciones tanto como pacientes y doctores del consultorio médico.

Misión y objetivos

Misión

Ser uno de los mejores consultorios médicos de excelente calidad, precios accesibles para el público y una infraestructura adecuada que exista en el mercado de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos de marketing

- Tener más interacción en el mercado.
- Incrementar el número de pacientes en el consultorio médico.
- Crear redes sociales para atraer muchos clientes.

- Implementar nuevas estrategias para mejorar la atención al paciente.
- Ofrecer un servicio de calidad.

Objetivos económicos

- Generar más ingresos en el consultorio médico.
- Tener personal para mejorar la atención de los pacientes y así llegar a ellos.
- Reducir costos innecesarios.

Estratégicas de Marketing

Valor diferencial

En brindar servicios de calidad para la de salud para niños adolescentes, adultos mayores para ayudarlo a mejorar y tener una mejor calidad de vida sana.

Los beneficios para los clientes

- Ofrecer un excelente servicios y un trato amable a los pacientes.
- Promociones de consultas médicas en el consultorio.
- Sala de espera amplia y cómoda para los clientes.
- Tener la infraestructura del consultorio médico en buen estado.
- Motivación del personal para dar un servicio de calidad.
- Bajo costo de consultas médicas y chequeos.

Estrategias del producto

- A los pacientes darle un buen ambiente agradable a la hora de recibir su atención médica.
- Más de dos pacientes familiares que reciban atención médica del consultorio van a tener un descuento exclusivo por la compras de sus medicinas.

- Pacientes familiares que tengas más de cuatro niños y se realicen chequeo médico van a tener descuento al realizarse los exámenes.

La transformación de los pacientes en los últimos años.

Tabla 16

Transformación de Pacientes

Años	Pacientes	Costo
2012	110	\$ 3,20
2013	95	\$ 3,20
2014	79	\$ 4,50
2015	57	\$ 4,50
2016	46	\$ 4,50
2017	33	\$ 6,45
2018	25	\$ 6,45

Elaborado por: Alcívar, M. (2018)

Esto valores son los que se han utilizado en estos últimos años en el consultorio médico.

Estrategias de desarrollo

Marketing mix

Política de productos y servicios

El consultorio médico “General González” es un servicio para niños, adolescentes, adultos mayores, control de embarazos y cirugías que ofrece a sus pacientes una excelente calidad de atención ayudándolos con tratamiento, chequeos y exámenes que se realicen en el consultorio para,

Que tenga un buena salud y que sigas con sus consultas para que eviten cualquier tipo de enfermedad y ver unos buenos resultados de mejoría inmediata y beneficios para los clientes.

Política de precios descuento y condiciones

El consultorio médico está comprometido a tener unos precios accesibles para todos los clientes que puedan recibir los servicios y darle una seguridad adecuada hacia el paciente y una mejor relación entre pacientes y doctores.

El consultorio va a realizar mejorar sus instalaciones para darle seguridad para que los clientes tengan una mejor apreciación de su infraestructura y también va realizar descuentos actuales para sus pacientes.

Política de distribución

La política de las distribuciones del producto se realizará la construcción de la sala de espera de los pacientes para que sea más amplio el lugar donde ellos puedan espera su turno con un ambiente agradable y cordial también se innovará el uso de la tecnología para los clientes, se les dará a conocer por redes sociales y diariamente todas las actividades que se va a realizar en el consultorio médico para que ellos tengan conocimiento de lo que se va a subir en las redes sociales.

Plan de acción

Punto clave

➤ Control

Llevar a cabo un control de los pacientes y médicos que permita dar capacitaciones mejorar su atención para satisfacer su necesidad; también los ingresos que se dan en el consultorio que se va llevar a cabo constantemente y durante todo el año también se implementó estrategias

Para incrementar el número de los pacientes diariamente así obtendré más ingresos y así observar si el plan de marketing está funcionando correctamente.

➤ **Organización**

Los empleados del consultorio médicos deben ser responsables con sus trabajos y estar comprometidos para ofrecer un buen servicio a los pacientes desde que ingrese y hasta que salgan del consultorio médico; las infraestructura del consultorio médico, deben de estar totalmente adecuadas para brindar una seguridad a los pacientes y ayudar a los empleados con motivación para que se sientan satisfechos en su lugar de trabajo.

Conclusiones

- Se detectó que no existe un incremento en el número de los pacientes que no asistan en el consultorio médico.
- Se determinó que se realizó un diagnóstico de la metodología de investigación adecuado en el proceso planteado.
- Se diseñó un plan de marketing en el consultorio médico para mejorar.
- Las instalaciones del consultorio no están adecuadas, por lo tanto se crea una desconfianza y no asisten nuevos clientes.
- Se pudo identificar la falta de escasez de personal que ayude en la atención al público.
- No hay personal de limpieza del consultorio para que los clientes tenga una mejor apreciación de la atención.
- No cumplen con las necesidades de los pacientes.
- No sienten seguridad al adquirir el servicio.

Recomendaciones

- Crear una página web para que los clientes obtengas su cita médica.
- Realizar cambios en la estructura del consultorio para que los pacientes sienta una seguridad adecuada.
- Atender las necesidades de los pacientes para que puedan mejorar su servicio en el consultorio médico.
- Tener una secretaria para ayudarle con información al cliente a la hora de realizar un chequeo en el consultorio.
- Mejorar el servicio que ofrece el consultorio médico “General González”, mediante promociones para satisfacer a los pacientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado , V. (2014). Probabilidad y Estadística. Azcapotzalco: Editorial Patria.
- Armijos Carvajal, H. P. (2012). Plan de Negocios para la Creacion de una Microempresa Distribuidora de Insumos Medicos Nanreh. Sangolquí: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/503/1/T-UCE-0003-12.pdf>
- Art. 32 constitución de la República del Ecuador. (2008). Salud. Montecriste: Registro oficial No. 449. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>
- Art. 45 Constitución de la República del Ecuador. (2008). Niñas, Niños y Adolescentes. Montecriste: Registro Oficial No. 449. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>
- Art.2 Reglamento a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de la Salud. (2013). Plan Integral de Salud. Registro Oficial No. 449. Obtenido de http://www.donaciontrasplante.gob.ec/indot/lotaip/mayo_2015/a2/Reglamento%20Ley%20Organica%20del%20Sistema%20Nacional%20de%20Salud.pdf
- Art.32 Constitución de la República del Ecuador. (2008). Seccion Septima Salud. Montecristi: Registro oficial No. 449. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>
- Borda Perez, M. (2013). Proceso de Investigacion Vsion General de su Desarrollo. Colombia: Editorial Universidad del Norte.
- Brito Vera , C. (2015). Plan Publicitario del consultorio Odontológico "Carla Brito" ubicado en la cdla Jaime Roldos Aguilera Mz 12v22. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación.

- Buendia Pizarro, W. X. (2011). Plan de Marketing para Promocionar la Clínica Odontológica de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en la Clase Social de Bajos Recursos Económico. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago Facultad de Ciencias Médica. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/845/1/T-UCSG-PRE-MED-ODON-7.pdf>
- Carillo Yáñez, J., Contreras González, L., Climent Rodríguez, N., Montes Navarro, M., Escudero Ávila, D., & Flores Medrano, E. (2016). Didáctica de las Matemáticas para Maestros de Educación Primero. España: Universidad Paraninfo.
- Diez, I. E. (2013). ESTRATEGIAS DE SEGURIDAD NACIONAL. SALAMANCA.
- Dueñas Noruegas, J. (2015). Planificación de la Investigación de Mercados. España: Elearning S.A.
- Fernandez, F. j. (2016). ADMINISTRACION SANITARIA Y TRABAJO INTERDISCIPLINAR. almeria: ACCI.
- Garces Pacheco, L. (2013). Plan Estratégico de Mercadeo para los Servicio de Salud de Clínica "D´ASIS" periodo 2010-2011. Guayaquil: Universidad de Guayaquil en la Facultad de Ciencias y Médicas. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9861/1/TESIS%20FINA L.pdf>
- Gómez Campuzano, D., & Sánchez Pastuisaca, r. (2015). Plan de Marketing Estratégico para posicionar la marca de la empresa UNIcasa. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9916/1/UPS-GT000928.pdf>

Gómez, m. i. (2013). *ética en psiquiatría, psicoanálisis y psicoterapia*.

ESTADOS UNIDOS: ISBN.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Santa fe: MCGRAW-HILL.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Santa fe: MCGRAW-HILL.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Santa fe: MCGRAW-HILL.

Hernández Sánchez, B., & Sánchez García, J. C. (2018). *Educación, Desarrollo e Innovación Social: Claves para una mejor Sociedad*. Cuenca.

Hoyos Ballesteros, R. (2013). *Plan de marketing diseño implementación y control*. bogota: ecoe. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=oMC4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Plan+de+marketing++2013&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj55TgopjfAhUN1lkKHaPODr0Q6AEILTAB#v=onepage&q=Plan%20de%20marketing%20%202013&f=false>

Hoyos, R. (2013). *Plan de marketing, diseño implementación y control*. Bogotá, Colombia: ECOE.

Lewis, Elisa; Terán, José; Martín, Jorge;. (s.f.). *Clinica Hospital San Fernando*. Obtenido de *Clinica Hospital San Fernando*: Recuperado: <http://www.hospitalsanfernando.com/www/es/quienes-somos>

López Fernández, F. F., & Expósito Gázquez, A. (2016). *Administración Sanitaria y Trabajo Interdisciplinar*. Almería: Universidad de Almería Plan propio de Investigación. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=foAqDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ADMINISTRACION+SANITARIA+Y+TRABAJO+INTERDISCIPLINAR&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_gvrNo7ngAhXsuFk

KHVeaAxUQ6AEIKDAA#v=onepage&q=ADMINISTRACION%20SANITARIA%20Y%20TRABAJO%20INTERDISCIPLINAR&f

López Gómez , M. I. (2013). Ética en Psiquiatría, Psicoanálisi y Psicoterapia. Estados Unidos: Palibrio.

Martínez Candil, I. (2015). Diseño de Encuestas y Cuestionarios de Investigación. España: Elearning S.L.

Martinez Candil, ignacio;. (2015). Programación del Trabajo de campo de la Investigación. Madrid: Editorial ELEARNING S.L.

Merino Sanz, M. J., Pintado Blanco, T., Sánchez Herrera, J., & Grande Esteban, I. (2015). Introducción a la Investigación del Mercados. España: Business & Marketing School Esic.

Merino Sanz, M. J., Pintado Blanco, T., Sánchez Herrera, J., & Grande Esteban, I. (2018). Introducción a la Investigación del Mercados. Madrid: Business Marketing School.

Merino Sanz, M. J., Pintado Blanco, T., Sánchez Herrera, J., GRande, & Grande Esteban, I. (2015). Instroducción a la Investigación de mercados. España: Business & Marketing School.

Millan Campos, Á., Molina Collado, A., Lorenzo Romero, C., Días Sánchez, E., Blázquez Resino, J. J., Cordente Rodríguez, M., & Gómez Borja, M. Á. (2013). Fundamentos de Marketing. Madrid: Business & Marketing School Esic.

Moroy Garcías, F. (2015). Comercialización de Oferta de Pasteleria. España: Editorial ELEARNING S.L.

Pedro, A. C. (1937). Clinica santa maria. Obtenido de Clinica santa maria: recuperado:<https://www.clinicasantamaria.cl/la-clinica/historia>

Quispe, D., & Sánchez , G. (2011). Encuesta y entrevista de investigación científica. Revista de actualización clínica-online, 490.

Sánchez Diez, I. E. (2013). La Estrategia de Seguridad Nacional 2013 y las Reformas Legislativas en Materia de Seguridad de la x Legislatura. Su contribución a la adopción de una nueva Concepción de seguridad en España. Salamanca: Ediccciones Universidad de Salamanca. Srdornil, D. (2013). Diccionario-Glosario de Metodología de la Investigación Social. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Talaya, Á. E. (2013). Fundamentos de Marketing. Madrid: ESIC Editorial, 2013. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=_cJy8_SogTUC&printsec=frontcover&dq=libro+talaya+2013+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjRvPWD7u3fAhWHk1kKHRgOCu0Q6AEIKjAA#v=onepage&q=libro%20talaya%202013%20marketing&f=false

Torrés Hernández, Z. (2014). Administración Estratégica. Mexico: Instituto Politécnico Nacional Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=NNThBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+plan+del+2014+autor+torres&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZ5s-k1e3fAhVkvFkKHTXTDRoQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>

Torres, Z. h. (2014). ADMINISTRACION ESTRATEGICA. MEXICO: JAVIER ENRIQUE CALLEJES. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=NNThBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+plan+del+2014+autor+torres&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZ5s-k1e3fAhVkvFkKHTXTDRoQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>

Véliz Franco, L. D. (2012). Implementacion del Diseño de un Centro Médico de Especialidades en la Provincias de Santa Elena. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/538/1/T-UCSG-POS-MGSS-15.pdf>

Yañez, J. c. (2016). DIDACTICA DE LA MATEMATICAS PARA MAESTRO DE EDUCACION PRIMARIA. ESPAÑA: S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=GxJMDwAAQBAJ&pg=PA56&dq=numero+significado++2014&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwilmNyl9u3fAhXi01kKHaYoCBQQ6AEINzAD#v=onepage&q=numero%20significado%20%202014&f=false>

ANEXOS

Carta de Autorización de la Empresa

CONSULTORIO DE MÉDICO "GENERAL INMANUEL"

Guayaquil 17 de octubre del 2018

CERTIFICACIÓN

La Doctora del consultorio de médico "GENERAL INMANUEL" Autoriza a la Srta. ALCIVAR CHICA MARISOL ERIKA con C.I # 0951965698, a que realice su proyecto de investigación (TESIS) para obtención de su título de TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Con la Propuesta de Marketing para el Incremento de Pacientes en Consultorio Médico "General González" del Cantón Guayaquil.

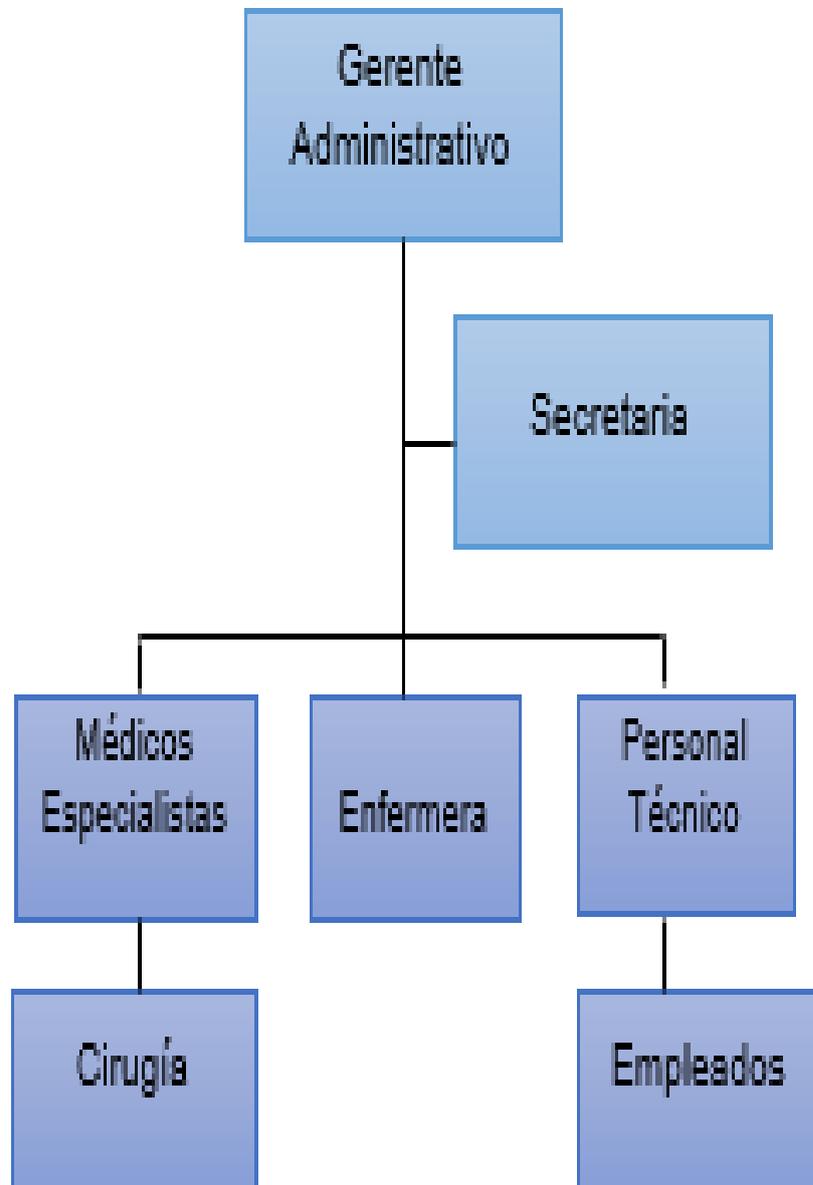
CONSULTORIO MÉDICO "GENERAL INMANUEL"
Dra. Blanca Padilla Bonilla
MÉDICO CIRUJANO
Calle 1 Pólvora 2483 B 5454
NUEVA PROSPERIDAD
Mx. 794 Sub. 5



Dra. Blanca Padilla Bonilla

DOCTORA GENERAL

Organigrama de la Empresa



Logo de la Empresa



Fotos de la Empresas



Foto 1

Atención que se brinda en el consultorio

Nota: Autora Alcívar, M. (2018)



Foto 2

Consultorio Medico

Nota: Autora Alcívar, M. (2018)



Foto 3

Atención del cliente

Nota: Autora Alcívar, M. (2018)



Foto 4

Sala de Espera

Nota: Autora Alcívar, M. (2018)

Cuestionario de Encuesta
Encuesta

- ¿Cómo usted se enteró de la existencia del consultorio médico “General González”?

Boca a Boca

Recomendaciones

- ¿Tuvo inconveniente al momento de obtener una cita médica en el consultorio?

Si

No

- ¿Con que usted más frecuencia va al consultorio médico por: enfermedad o citas medica?

Enfermedad

Citas Médica

- ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de salud que ofrece el consultorio médico?

Si

No

- ¿Has recibido mala atención por parte del personal del consultorio médico “General González”?

Si

No

- ¿En caso de enfermedad usted se atendería en el consultorio médico “General González”?

Si

No

- ¿Usted considera que los costos por los servicios médicos del consultorio son: costoso, accesible, económico?

Costoso

Accesible

Económico

- ¿Su necesidad como paciente es satisfactoria o insatisfactoria en el consultorio médico?

Satisfactoria

Insatisfactoria

- ¿Cómo califica usted la atención del consultorio médico?

Muy Buena

Buena

Regular

Mala

- ¿Cómo piensa usted que se encuentre la infraestructura de las instalaciones del consultorio médico es: adecuado o inadecuado?

Adecuado

Inadecuado

Encuesta Finalizada

Muchas gracias por su atención y colaboración con la encuesta.

Marisol Alcívar

0951965698

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de marketing para el incremento de pacientes en consultorio médico "General González" del cantón Guayaquil y problema de investigación: ¿Cómo contribuir a establecer estrategias de marketing para incrementar el número de pacientes del consultorio médico "General González" ubicado en la ciudad de Guayaquil en el año 2018?** presentado por **Alcívar Chica Marisol Erika** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:

Alcívar Chica Marisol Erika

Marisol Alcívar

Tutor:

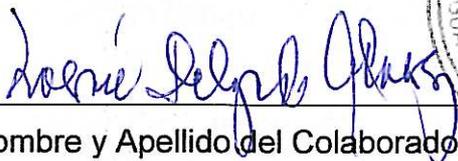
Dr. C. Simón Alberto Illescas Prieto

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**



Nombre y Apellido del Colaborador

CEGESCYT





Firma