



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN GERENCIA DE INSTITUCIONES DE LA SALUD

TEMA:

Plan Gerencial para la Implementación del Centro Médico Estético Dra. Diana Rojas en la ciudad de Lago Agrio.

DOCENTE:

MBA. Galo Wenseslao Chávez Chimbo

AUTOR:

Md. Diana Stephania Rojas Castillo

2023

RESUMEN

Actualmente en la sociedad el aspecto físico, así como el verse y sentirse bien, hoy en día tiene un papel importante en la vida diaria. El envejecimiento de la piel es un proceso que comienza desde los 25 años debido a que el organismo disminuye su capacidad de autorrecuperación tisular, además que provoca por gravedad una pérdida de soporte y regresión del tejido celular subcutáneo y por gravedad flacidez de los tejidos de la cara.

Se implementará la apertura de un consultorio médico estético en la ciudad de Lago Agrio, debido que en la ciudad al momento no cuenta con profesionales médicos estéticos que permanezcan en la ciudad permanentemente o están realizando procedimientos médicos estéticos, personas no profesionales en el área. Para esta apertura del centro médico se implementará varias estrategias basadas en la gestión administrativa, financiera, tecnológica y política. Lo que no va a ayudar a tener un cronograma establecido, para implementar estrategias claves en la apertura del consultorio que se va a basar en un servicio de calidad y satisfacción del paciente.

Nuestro objetivo será educar a los pacientes en acudir a lugares certificados y con profesionales capacitados en el área y dar a conocer los servicios por plataformas digitales y medios locales.

Será una investigación descriptiva en la población de Lago Agrio, para ver los tratamientos médicos estéticos que buscan los pacientes y los costos a pagar.

Los resultados se verán a corto, mediano y largo plazo conforme se habilite el consultorio.

Conclusiones: La satisfacción del paciente va a ser primordial en la medicina estética, por lo que es necesario ofrecer servicios de calidad, calidez.

Palabras claves: Envejecimiento, rellenos dérmicos, medicina estética, consultorio médico, satisfacción.

ABSTRACT

In contemporary society, physical appearance as well as looking and feeling good, plays a significant role in daily life. The aging of the skin is a process that begins around the age of 25, as the body reduces its capacity for self-tissue recovery. Additionally, gravity causes a loss of support, subcutaneous tissue regression, and facial tissue sagging.

Aesthetic medical practice will be introduced in the city of Lago Agrio because the city currently lacks permanent aesthetic medical professionals, and non-professionals are performing aesthetic medical procedures. Various strategies will be implemented for the opening of the aesthetic medical center, focusing on administrative, financial, technological, and political management. This will help establish a schedule for implementing key strategies in the opening of the clinic, which will be based on providing quality service and patient satisfaction.

Our goal is to educate patients to seek certified and professionally trained professionals in the field and promote services through digital platforms and local media. A descriptive investigation will be conducted in the population of Lago Agrio to understand the aesthetic medical treatments sought by patients and the associated costs. The results will be observed in the short, medium, and long term as the clinic becomes operational.

Conclusions: Patient satisfaction is crucial in aesthetic medicine, emphasizing the need to provide quality and warm in services.

Keywords: Aging, dermal fillers, aesthetic medicine, medical clinic, satisfaction.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	I
ABSTRACT	II
TABLA DE CONTENIDO.....	III
INDICE DE TABLAS.....	V
INDICE DE FIGURAS.....	VI
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	2
ANÁLISIS AMBIENTAL SITUACIONAL	2
1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE GESTIÓN GERENCIAL.....	2
1.1. Estructura Administrativa	2
1.2. Financiera	2
1.3. Operativo.....	2
1.4. Oferta y Demanda de Servicios	3
2. OBJETO DEL PLAN DE GESTIÓN	7
2.1 Planteamiento del problema.....	7
2.2. Diseñe su árbol de problemas	9
2.3. Justificación del problema	10
2.1. Oportunidad de mejora.....	10
2.2. Objetivos del plan de gestión.....	10
CAPITULO II.....	14
3. DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	14
4. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	14
4.1. Análisis del Entorno Social.....	15
4.2. Análisis de la Industria de Servicios de Salud (M. Porter)	15
4.3. Análisis FODA.....	16
4.4. Cadena de Valor de la organización	18
4.5. Herramienta CAME	19
• Corregir.	19
• Afrontar.....	19
• Mantener.	20
• Explorar.....	20

CAPÍTULO III	21
5. DESARROLLO DEL PLAN DE GESTION GERENCIAL	21
6. CULTURAL ORGANIZACIONAL	22
6.1 Misión	22
6.2 Visión	22
6.3 Valores	23
6.4 Objetivos Institucionales	23
6.5 Principios Éticos	24
6.7 Políticas.....	24
7. FORMULACIÓN DEL PLAN GERENCIAL.	25
7.1 Gestión Administrativa	25
Gestión financiera y Económica	28
7.3 Gestión Técnica y Tecnología	31
7.4 Gestión política y social	34
CAPÍTULO IV.....	37
8. EVALUACIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN	37
8.1 Monitoreo del Plan	38
8.2 Evaluación del Plan	40
8.3 Limitaciones.....	40
CAPÍTULO V.....	42
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
9.1 Conclusiones.....	42
9.2 Recomendaciones.....	42
10. REFERENCIAS.....	43
ANEXOS.....	46
Anexo 1. Presupuesto.....	46
Anexo 2 Cronograma	47
Anexo 3 Registro Fotográfico	49

INDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	6
TABLA 2.....	12
TABLA 3.....	26
TABLA 4.....	27
TABLA 5.....	28
TABLA 6.....	29
TABLA 7.....	30
TABLA 8.....	31
TABLA 9.....	32
TABLA 10.....	33
TABLA 11.....	34
TABLA 12.....	35
TABLA 13.....	36
TABLA 14.....	38
TABLA 15.....	40

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	4
FIGURA 2	5
FIGURA 3	9

INTRODUCCIÓN

Actualmente en la sociedad el aspecto físico, así como el verse y sentirse bien, hoy en día tienen un papel importante en la vida diaria. La apariencia física y el tratar de retrasar el envejecimiento es un indicador de estatus, salud, felicidad, tranquilidad, calidad de vida, autoestima entre otras cualidades, esto es importantes en nuestra vida, ya que en la actualidad los procedimientos médicos estéticos están más aceptados en nuestra sociedad, además que nos podemos someter a estos procedimientos mínimamente invasivos sin tener que pasar por una cirugía y así evitar complicaciones mayores o periodos de recuperación prolongados, debido a que son cambios casi inmediatos y ambulatorios. (Aguilar, 2022).

Art. 32.- 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. 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. (Ecuador, 2018)

Los materiales de relleno son de gran ayuda para retrasar el envejecimiento, evitar la flacidez facial y pérdida de gravedad. Los materiales de relleno se inyectan por debajo de la piel. A los materiales de rellenos los vamos a dividir por su durabilidad: permanente y temporales y estos se van a subdividir en materiales de corta duración como el ácido hialurónico y larga duración como la hidroxiapatita cálcica. (Alicia, 2021) (Aguilar, 2022). Los rellenos dérmicos entre sus principales características está la biocompatibilidad y sus pocos efectos secundarios y complicaciones.

CAPITULO I

ANÁLISIS AMBIENTAL SITUACIONAL

1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE GESTIÓN GERENCIAL

La gestión gerencial se basa en llegar a los objetivos con los recursos básicos y de utilidad. Ya que se dan a conocer propuestas estrategias y políticas que son creadas por la parte gerencial a cargo del centro médico estético, para poder tener una medida general y así llegar a cumplir todo lo propuesto, necesario, factible y planteado desde el principio. En este paso el personal que cumple funciones administrativas va a llegar acuerdos para poder desarrollar las funciones. (antaconsulting, 2020).

1.1.Estructura Administrativa

El consultorio médico y estético es un consultorio privado que cuenta con financiamiento propio, al momento no presta servicios de salud a nivel público, ni privado va a ser autónomo.

La estructura administrativa se manejará por el gerente general y propietario de manera principal que va a liderar la toma de decisiones, para mejorar del servicio médico estético.

1.2.Financiera

La inversión sería mediante un crédito financiero, para poder adecuar el consultorio médico estético, que incluirá los activos y pasivos, insumos para poder tener un stock de tratamientos a ofrecer, además que esto se pagará mediante los procedimientos realizados.

1.3.Operativo

El personal operativo a cargo será, un asistente médico, el cual esté a cargo de agendar pacientes, se encargará de la agenda y mantener limpio el consultorio y el profesional

médico estético que será encargada de realizar las atenciones y procedimientos médicos y estéticos que se ofrecerán en el centro médico estético.

1.4.Oferta y Demanda de Servicios

Se ofertará medicina general, medicina estética que abarca las necesidades para el cuidado de la piel con procedimientos médicos estéticos mínimamente invasivo, de manera no quirúrgica por profesional calificado algunos tratamientos son: Limpiezas fáciles, cuidados de en la rutina de Skin care, procedimiento médicos estéticos mínimamente invasivos como son: Peeling superficiales e intermedios, microneedling, Toxina botulínica, plasma rico en plaquetas, despigmentaciones facial y corporal, reducción de medidas, rejuvenecimiento, bioestimuladores, rinodelación, perfilamiento y aumento de volumen de labios, marcación mandibular entre otros tratamientos.

La necesidad de crear un centro médico estético en Lago Agrio, se basa a que en la ciudad al momento no cuenta con médicos estéticos locales, solo acuden 1 vez o 2 veces al mes, además que se ve que hay muchos centro estéticos no médicos los cuales están realizando procedimiento no debido, por lo que se ha visto en la necesidad de abrir un centro médico estético que esté en funcionamiento los 7 días de la semana, para que la población tenga al alcance estos procedimientos, y evitar viajar o salir de la ciudad o a su vez esperar que un profesional acuda.

La atención será de lunes a domingo de 10am a 8pm con previa cita además de contar con accesibilidad a las citas y modalidades de pago con un buen trato médico e información adecuada.

1.4.1 Análisis geoespacial y geopolíticos

El centro médico estético estará situado, en el catón Lago Agrio provincia de Sucumbíos, que cuenta con una población aproximadamente de 120mil habitantes que se distribuyen en 8 parroquias: Dureno, el Eno, 10 de Agosto, Santa Cecilia, Jambelí, Pacayacu, General Farfán y Nueva Loja en donde estará ubicado el centro médico estético en el centro de la ciudad. (Sucumbíos, 2020).

Para acceder al centro médico estético se lo hace de la vía principal de la ciudad en la Av Quito y Pasaje Gonzanamá en el Hotel Oro Negro, el cual es un lugar reconocido en la ciudad y céntrico del mismo, de fácil acceso y que cuenta con parqueadero. (Negro, 2021).

Al momento no hay centros médicos estéticos, que se manejen de manera gerencial y con especialistas médicos estéticos, lamentablemente en el país sigue siendo una carrera no validada, por lo que se va a limitar de muchos tratamientos y además muchas profesiones como cosmetólogas o maquilladoras lo están realizando.

Figura 1

Mapa de la ubicación del Hotel Oro Negro



Nota. Adaptado de Plano del Hotel Oro Negro. Mapa que sitúa al Hotel Oro Negro desde su avenida principal Avenida Quito, donde va a estar ubicado del consultorio.

Elaborado por: Hotel Oro Negro

Figura 2

Mapa geopolítico del cantón Lago Agrio



Nota. Adaptado de SCRIBD. Mapa iterativo del cantón Lago Agrio donde se indica sus límites parroquiales, cantones y su ubicación geográfica. Elaborado por: Jon Logan

1.4.2 Oferta de Servicios

El centro médico estético estará distribuido en un espacio en el primer piso del Hotel Oro Negro en el cual está varios consultorios medios de manera privada de distintas áreas médicas. El consultorio se distribuirá con un espacio de sala de espera en donde contará con zona de bebidas debido a que algunos procedimientos pueden demoran, un lugar de recepción y agendamiento, un lugar de atención médica donde se realizará la evaluación e historia clínica con anamnesis, un lugar de procedimientos en donde se llevará acabo los tratamientos médicos estéticos en caso de ser necesario, además debe tener su respectivo baño.

La cartera de servicios cuenta con medicina general en atención primaria de salud y medicina estética en donde se tendrá una amplia cartera de servicios los cuales son Peeling superficiales e intermedios, microneedling, Toxina botulínica, plasma rico en plaquetas, despigmentaciones facial y corporal, reducción de medidas, rejuvenecimeinto,

bioestimuladores, rinomodelación, perfilamiento y aumento de volumen de labios, marcación mandibular entre otros.

Tabla 1

Cartera de servicios del Centro Médico Estético

Cartera de servicios

Medicina Estética

Limpiezas faciales

Microneedling

Rejuvenecimiento facial

Toxina Botulínica

Rellenos dérmicos

Armonización facial

Peeling

Reducción de medidas

Mesoterapia

Despigmentaciones

Bioestimuladores

Nota. Fuente: La cartera de servicios del Centro Médico Estético

Autor: Diana Stephania Rojas Castillo

1.4.3 Población atendida

La población atendida en el centro médico estético está abierta para el público en general sin distinción de género, debido a que se ofrecerá atención de medicina general y medicina estética en estos procedimientos si será restringida a mayores de 18 años o menos de 18 años se manejará previa valoración médica, consentimiento informado. Estará abierto y adaptado para atender paciente de ciudades cercanas

1.4.4 Demanda de servicios insatisfecha

El costo de los procedimientos médicos estéticos son de valores elevados por lo que por el momento se dificulta que sea accesible para toda la población, pese a las modalidades de pago que se ofrece, además que muchas personas van con muchas expectativas elevadas debido a la mala información que se adquiere de redes sociales o que existe personal no médico que está realizando algunos procedimientos sin los profesionales indicados.

2. OBJETO DEL PLAN DE GESTIÓN

2.1 Planteamiento del problema

Descripción del problema

La Organización Mundial de la Salud dice que la calidad asistencial es: “La medida en la cual los servicios de salud que se ofrecen a individuos y poblaciones de pacientes mejoran los resultados de salud deseados. Para lograr esto, la atención médica debe ser segura, efectiva, oportuna, eficiente, equitativa y centrada en las personas”. (Valencia, 2019)

Los servicios de salud de calidad según la OMS deben tener varios pilares que son: (Syed, 2023)

Seguro: Minimizar los daños a los pacientes.

Eficaz: Tratamientos con evidencia.

Oportuno: Que sea de fácil acceso en cuanto a turnos, citas, horarios, geográficos, económicos, culturales evitando así algún retraso o daño a terceros.

Centrado en las personas: facilitar atención que vea las preferencias, necesidades y valores individuales.

Equitativo: Servicios con iguales posibilidades a todos sin distinción de raza, género, etnia, situación geográfica o estatus económico.

Integrado: Generar atención con todos los servicios de salud.

Eficiente optimizar los recursos. (Syed, 2023)

Lamentablemente la medicina estética todavía no está validada como especialidad médica en algunos países como en el Ecuador o en España, por lo que se trabaja de manera solo de manera privada y no en ámbito del ministerio de salud pública, pese a que se realizan estudios académicos avalados, además que mejoran muchas asimetrías estéticas, entre otras cosas más. En mucho país ya es regularizada o al menos permiten en centro médicos estéticos que estén certificados con las normas de cada país, en el país lamentablemente no es permitido, más que sea abierto como consultorio medicina general o con un especialista de dermatología o cirugía plástica, con las cuales se está tratando de llegar acuerdos. (Luisa Barrera, 2022) (ACCES, 2023)

La publicidad es la manera de informar que está elaborada por una persona física, jurídica pública o privada, para una actividad en este caso de medicina estética y así dar a conocer al público lo que se trata de vender o enseñar con fines educativos. (Gómez)

El planner tiene que ver en la planificación eficaz, planeada y estratégica basada y guiada en las expectativas del cliente para poder lograr a través de su experiencia publicaciones exitosas, creativas y llegar al alcance de los clientes. (Guardia, 2009)

La publicidad ayuda al intercambio de información entre los que ven la publicidad por medio físico o digital el cual cada día está abarcando nuevos campos. Las estrategias que utilizan para crear, distribuir, promover los servicios prestados y sus precios y así llegar a los clientes de una manera más rápida e inmediata y alcance de todos. (Scatena, 2019)

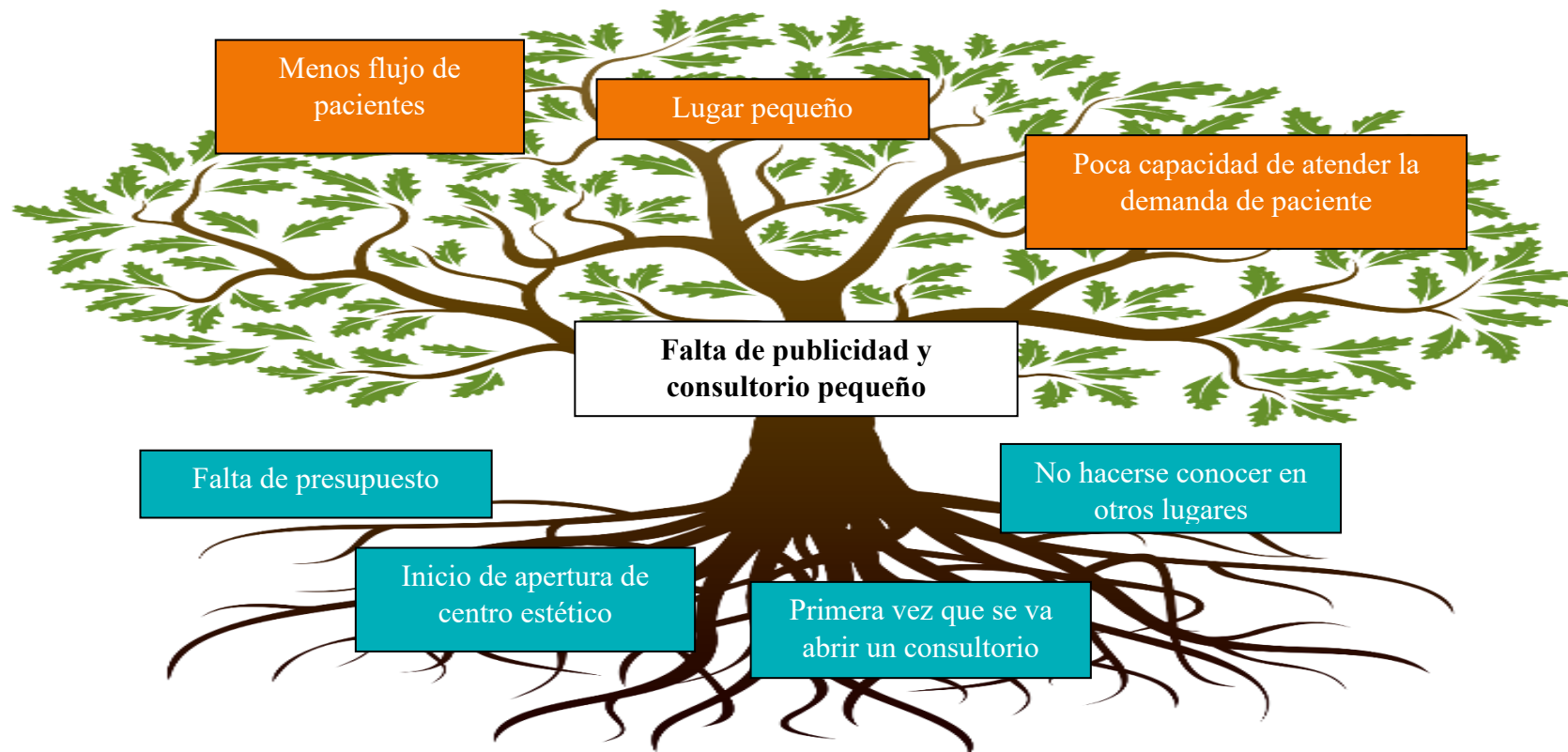
La manera digital está siendo la manera más común en comunicación, para los clientes, pacientes por lo que se ha convertido en una forma de información, de buscar contenido, comparar, relacionarse entre muchas cosas más. (Lozano, 2022)

Además, que la publicidad digital ayuda a promocionar la cartera de servicios ofrecidos, además que está al alcance de todos por su libre acceso y sin restricción, ahora con la ayuda de los correos electrónicos, se aprovecha para poder promociones por este medio difundiendo el mensaje, para que el mensaje se difunda a diferentes sitios. (Yalán, 2016)

2.2. Diseña su árbol de problemas

Figura 3

Árbol de problemas



Nota. Árbol de problemas del Centro Médico Estético

Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

2.3. Justificación del problema

Poca campaña publicitaria para el posicionamiento en el medio local, además que varios procedimientos están siendo realizado en centros estéticos no médicos, por lo que en el Ecuador los médicos estéticos no cuentan con el aval, para poder realizar tratamientos, pero algunos centros estéticos lo cuentan, por lo que tratamientos de costos de medios a elevados, además que en el país todavía no se encuentra regularizado la medicina estética y que estos procedimientos están siendo realizados en estéticas no médicas , el largo trámite para poder abrir el permiso de funcionamiento del Access. (QUITO Patente n° Ley 67, 2012) (ACCES, 2023)

Un médico estético es un profesional graduado en medicina con una formación en medicina estética, que está capacitado profesionalmente, para poder realizar procedimientos estéticos, además que debe estar capacitándose constantemente debido a que hay nuevos avances en la medicina estética nuevas técnicas, protocolos y materiales. (Estética, 2022)

2.1. Oportunidad de mejora

El centro estético médico al ser un centro que se va a especializar en realizar procedimientos médicos estéticos con profesionales capacitados se va a enfocar en dar a conocer la cartera de servicios, de igual manera capacitaciones constantes. En el ámbito de publicidad contratar a personal capacitado, para que pueda realizar las mismas y poder llegar a más personas y lugares. (Estética, 2022)

2.2. Objetivos del plan de gestión

Objetivo general

- Educar a los pacientes en acudir a lugares certificados y con profesionales capacitados en el área y dar a conocer los servicios prestados por medios digitales y redes sociales.

Objetivos específicos

- Establecer publicidad por medio de redes sociales de contenido médico estético
- Capacitar constantemente al personal a cargo del centro médico estético

2.3 Selección de alternativas de solución

Es necesario tener las alternativas de soluciones por parte del Centro Médico Estético, para que de esta forma se vea el mejor camino juntamente con las estrategias, seguir el cumplimiento de los objetivos, priorizando los problemas principales que se han descubierto y los que se verán en el proceso de la creación del consultorio.

Tabla 2

Matriz de evaluación y selección de alternativas

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE POSGRADOS

MAESTRIA EN GERENCIA DE INSTITUCIONES DE LA SALUD

“Apertura del Centro Médico Estético Dra. Diana Rojas en la ciudad de Lago Agrio, en el mes de febrero 2024”

MATRIZ DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

PROBLEMA	CAUSA	EFECTOS	DESAFIOS	ALTERNATIVAS SOLUCIONES	DE UNIDAD DE GESTIÓN RESPONSABLE
Falta de publicidad y promoción para la apertura del centro médico estético	Falta de presupuesto para pagar publicidad en redes sociales	Pocos pacientes	El publicar poco a poco uno mismo	Hacer una inversión extra en contenido y publicidad para captar pacientes	Gerencia General/ Administración financiera
	No hacerse conocer en otros lugares	Menos flujo de pacientes	Conocer las redes sociales	Aprender de redes sociales y el manejo de estas con fines de publicidad	Gerencia General

Limitada capacidad del consultorio	Inicio de apertura del centro médico estético	Lugar reducido no se ve bien estético	Buscar formas de ocupar los espacios vacíos y poder aprovechar estos	Aprovechar cada espacio del consultorio y sacar su máximo provecho de este	Gerencia General/ Administración financiera
	Primera vez que se va abrir un consultorio	Poca capacidad de demanda de paciente	Diseño de interiores con adornos y decoración adecuada en cada sitio	Adecuar un lugar adicional aparte del consultorio donde se pueda guardar insumos o aparatología	Gerencia

Nota. La publicidad en el ámbito de abarcar nuevos pacientes y un lugar amplio para implementar el consultorio.

Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo. Fecha: Octubre 2023.

CAPITULO II

3. DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL

Investigación descriptiva, es la que está encargada en ver claramente las características de la población, va a buscar el que y porque, buscando describir, explicar, observar a la población estudiada.

En esta investigación buscaría en la población de Lago Agrio ver el cuales son los tratamientos médicos estéticos que buscan los pacientes, los costos que están dispuestos a pagar, el tiempo estimado que esperan ver resultados son varias preguntas que se deberían hacer, para poder describir las necesidades de la población estudiada. (Meza, 2020).

La medicina estética está siendo una profesión que está en auge, pero lamentablemente varias personas no profesionales la están practicando y causando iatrogenias, estos métodos de investigación nos ayudan mediante la gestión organizacional, para poder tener mejorías en la organización en este caso en el consultorio y determinar su desarrollo, esto debe basarse en varios pilares como el clima organizacional, el comportamiento grupal, el sistema empresarial y el comportamiento individual, van ayudar en tener un mejor establecimiento con buenas estrategia. (Flores, 2023).

4. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

Se busca crear un consultorio médico estético el cual va a ser un espacio donde las personas puedan encontrar un lugar donde poder realizarse procedimiento médicos estéticos seguros con profesionales capacitados y materiales certificados, además que cada persona se sienta especial, consentida y salga satisfecha con los resultados obtenidos y que puedan replicar la experiencia obtenida.

4.1. Análisis del Entorno Social

Analizar el entorno social es esencial, para poder ver en qué tipo de población nos vamos a enfocar y llegar mediante los métodos de publicidad empleados, como interactuar con ellos y como cada factor va a influir en la acogida del centro médico estético.

Demografía. – ver las edades de pacientes que se va a atender; Genero ver que genero se abarca más y que tipo de procedimientos son preferidos dependiendo el tipo de género

Composición familiar. - en algunos casos si los tratamientos se realizan en familia, por diferente tipo de patología o genéticas

Nivel socioeconómico. – es muy importante y conocer la población que están abarcando de acuerdo con los costos de los tratamientos y ver a que población de acuerdo con la accesibilidad económica se va a llegar. (Chavez, 2023).

4.2. Análisis de la Industria de Servicios de Salud (M. Porter)

El análisis de la industria de servicios de salud basándose en las cinco fuerzas de Michael Porter, nos va a ayudar a ver la parte competitiva y las influencias del centro médico estético. (Olmos).

- **La amenaza de nuevos competidores:** Barrera de entrada: el cumplimiento de requisitos que son varios, los cuales se dificultan en sacarlos en cortos periodos de tiempo.
El nuevo centro médico estético debe cumplir con todos los requisitos y tenerlos listo, para que en el momento de la inspección no haya demoras para la apertura de este y poder abarcar más población basándose en calidad, servicio y profesionalismo en los tratamientos
- **Amenaza de productos sustitutos:** Son los centros tipo spa o peluquerías que están ofreciendo tratamientos médicos, por menores costos con mano de obra no calificada, debido a los costos de los tratamientos muchas personas buscan lugares más económicos.

Como estrategia sería hacer conocer lo importante de acudir a un profesional calificado en la rama que se va a realizar el procedimiento y evitar complicaciones, debido a que se está tratando a un paciente prácticamente sano.

- **Rivalidad entre competidores existentes:** La medicina estética se está posicionando de manera exponencial en el país e internacionalmente, pero lamentablemente muchos procedimientos están siendo realizado por profesionales no médico, ni estético, además que existe bastantes proveedores los cuales ofertan varios productos con diferentes precios, pero lo que debe resaltar es el profesionalismo, la calidad, accesibilidad a los procedimientos y el lograr llegar y cumplir expectativas del paciente
- **Poder de negociación de proveedores:** El encargado del centro médico estéticos debe saber negociar con las diferentes casas comerciales de los productos debido a que hay muchos en el mercado, conocer y trabajar con marcas con registro sanitario y validadas en el país, además el poder de trabajar con bueno profesionales y certificados.
- **Poder de negociación de clientes:** El centro médico estético debe tener la capacidad de negociar con los pacientes diferentes tipo de procedimientos además de escuchar sugerencias de cada paciente y así poder llegar a la satisfacción del paciente y tener una atención personalizada y de calidad profesional y humana

4.3. Análisis FODA

➤ Fortalezas

- Ubicación estratégica: Esta en el centro de la ciudad, con fácil accesibilidad peatonal y vial además de contar con parqueadero amplio.
- Profesionalismo: Es personal profesional médico y capacitado tanto profesional y gerencialmente

- Calidad: Profesionales con capacitaciones continuas, para trato de personal, atención al público con calidad de atención y satisfacción del paciente.
- Accesibilidad: Facilidad en formas de pago.

➤ Oportunidad

- Crecimiento: La medicina estética está en un auge en el cual se puede crecer como consultorio y poder llegar a otros lugares de la región Amazónica.
- Alianzas estratégicas: Llegar a tener colaboraciones de otros profesionales especializados en diferentes ramas, para mejora continua del paciente
- Satisfacción del paciente: Al cumplir las necesidades del paciente y llenar las expectativas con la calidad y atención adecuada se puede crecer como consultorio, porque la mejor propaganda es la recomendación de los pacientes.
- Autocuidado: Crecer no solo en ámbito físico del consultorio, sino en redes sociales promocionando el cuidado de la piel de forma médica, aclarando dudas y fomentando buenas prácticas médicas.

➤ Debilidades

- Capacidad del consultorio: consultorio con pequeña infraestructura
- Financiero: Poca capacidad financiera limitada debido a que es un negocio y recursos propios
- Competencia local: La Medicina Estética en el país todavía no está habilitada como especialidad, lo cual limita muchos tratamientos
- Búsqueda de especialistas: Al no poder estar habilitada la medicina estética en el país, es necesario buscar especialidades que permitan ejercer en el centro médico.

➤ Amenazas

- Reglamentos: Al haber varios reglamentos para habilitar el consultorio, se limita en poder abrir el consultorio en un tiempo adecuado

- Competencia: Lamentablemente no se puede ejercer como médico estético, pero permiten abrir a cosmetólogas centro de spas.
- Costos de procedimientos: Al ser una rama de medicina en la cual el paciente no está enfermo, se realizan procedimientos médicos estéticos de altos costos y puede ser que no crezca como negocio por los costos de tratamiento.
- Capacitaciones: Las capacitaciones e insumos médicos de medicina estéticas son costos, por lo que los costos en tratamientos son significativos y en centro de spa se manejan con costos más económicos.

4.4.Cadena de Valor de la organización

- **Gestión administrativa**

Personal capacitado en el área administrativa y gerencial, el cual va a estar encargado del área logística además de hacer cumplir los reglamentos, normas, deberes y derecho tanto del personal administrativo y operativo, para con esto el paciente tenga una experiencia satisfactoria y de calidad.

Debe tener una organización estructurada del centro médico con una buena planificación en las actividades con sus recursos humanos.

- **Gestión financiera y económica**

Está basada en la organización de los recursos financieros y económico del centro médico estéticos, saber cómo distribuir estos recursos en cada área, para con esto planificar y organizar el presupuesto y poder optimizar los mismos.

- **Gestión técnica y tecnológica**

Juntamente con las otras áreas de gestión llegar a gestionar la compra de nuevos equipos médicos estéticos, los cuales serán utilizados en el consultorio y gestionar los más necesario y que están en demanda de tratamientos. Además de gestionar tecnología informática avanzada para el uso de historias clínicas y poder tener una

mejor base de datos. Adicional la tarde técnica y tecnológica se va a encargar de la parte de publicidad y alcanzar sectores de demanda estratégicos.

- **Gestión política y social**

Cumplir con los reglamentos que estable el ministerio en la apertura de un consultorio médico, poder llegar a toda la comunidad por medio de las redes sociales con contenido médico educativo. Poder hacer convenios con instituciones del sector.

- **Gestión Gerencial de la Dirección**

En este caso la parte gerencial va a ser administrada por mi persona, la cual al momento está siendo capacitada en gerencia.

- **Gestión Estratégica de Marketing**

El contratar personal capacitado que ayude al marketing en la parte de redes sociales, debido a que es la plataforma que se difunde de manera viral, aprovechar los conocimientos y poderlos aplicar en las redes social con videos y pequeñas publicidades.

4.5. Herramienta CAME

- **Corregir.** La cultura de la población en buscar personal médico capacitado, para realizar estos procedimientos mínimamente invasivos y el poder llegar a todas las personas, para que busque su cuidado de la piel de la forma adecuada.
- **Afrontar.** Cambiar el pensamiento de muchas personas que el cuidado personal y sobre todo de la piel, no es importante, darles a conocer que todos tenemos las posibilidades de tener un buen cuidado de esta y poder ayudar a las personas de diferentes formas.

- **Mantener.** El amor al ser humano cumpliendo siempre los principios éticos. Hay que recordar que estamos tratando pacientes que buscan aliviar una necesidad, por el cual vamos a tener cuidado adecuado y cumplir estándares de calidad, sin olvidar que el espacio está diseñado para ayudar a los pacientes y además no olvidar lo invertido en el consultorio, para recuperar el mismo y tener una rentabilidad alta y con esto seguir ayudando.
- **Explorar.** Ver nuevos espacios en los cuales se puede promocionar el consultorio médico, así como poder llegar a lugar cercanos de la ciudad y que estemos al alcance de todos.

CAPÍTULO III

5. DESARROLLO DEL PLAN DE GESTION GERENCIAL

Gestión gerencial es importante para el mejor funcionamiento de una empresa o negocio. En donde se aplican diseños estratégicos por parte del gerente de la empresa o personal encargado. (Antaconsulting, 2020)

La gestión gerencial en las empresas o negocios está encargada de dar a conocer y mejorar la actitud de sus empleados con su trabajo, para así tener un mejor desempeño en sus funciones y con sus clientes, para poder lograr una satisfacción tanto del personal y del cliente. (Torres)

La gestión gerencial ejerce diversas funciones de planificar, organizar con funciones interpersonales además de tener un direccionamiento y control de los medios disponibles en la empresa tantos recursos humanos, físicos, tecnológicos, financieros. Trabajando conjuntamente entre todos para llegar a los objetivos, metas establecidas de la empresa. (Torres)

La planificación estratégica es el plan que une las metas principales juntamente con las políticas de la empresa u organización, para establecer las acciones a realizarse.

La planificación es parte principal, para las actividades que maneja las instituciones, además que cada funcionario debe tener capacitaciones constantes, para poder replicar a su personal a cargo. Así el personal va a mejorar en una calidad con buen desempeño de los profesionales, esto lleva a una adecuada relación de las metas y aspiraciones de cada empresa, con los recursos disponibles, pensando en un futuro prometedor, para tener una mejor calidad en los servicios de salud. (Miranda Quintero & Delgado)

La planificación estratégica que se va a llevar a cargo de centro médico estético va a ser de forma documentada, sistematizada y ordenada, para poder mejorar como empresa, ejecutando las acciones establecidas. Vamos a dividir en 3 plazos para poder cumplir cada proceso a corto, medio y largo plazo. En el plan a corto plazo se va a ejecutar la apertura adecuada y debido del consultorio médico y el diseño de este, con la cartera de servicio

disponible en un periodo de 1 mes aproximadamente con los permisos debido. A mediano plazo van a ser capacitaciones continuas, para poder aplicarlas en el consultorio y replicar al personal a cargo, con la mira de poder asociarse con personal estratégico ya que esto lleva al plan a largo plazo que es el crecer como consultorio médico estético y poder convertirse en centro de especialidades médicas donde se preste diferente cartera de servicios con múltiples profesionales de la salud en diferentes ramas y que se pueda complementar conjuntamente.

6. CULTURAL ORGANIZACIONAL

6.1 Misión

El centro médico estético como misión va a ser el referente en atención médica integral destacando en la medicina estética y bienestar de la población de Lago Agrio y sus alrededores, brindando servicios de alta calidad en un ambiente acogedor, para satisfacción del paciente. En el corto plazo, nos enfocamos en la apertura de nuestro centro médico estético, mientras que, a mediano plazo, buscamos la excelencia a través de la capacitación continua y la creación de alianzas estratégicas. A largo plazo, aspiramos a convertirnos en un centro de especializaciones médicas reconocido por su compromiso con la salud y la belleza, enfocado siempre en calidad y buen trato.

6.2 Visión

Ser al año 2024 reconocidos como un centro médico líder, donde la atención integral y el bienestar de nuestros pacientes sea primordial. Para alcanzar nuestra misión y visión, nuestro compromiso en el corto plazo será esforzarnos por establecernos como un centro confiable y accesible. A mediano plazo, nos capacitamos constantemente y creamos alianzas para ofrecer servicios de vanguardia. A largo plazo, aspiramos a ser un referente en el campo de las especializaciones médicas, contribuyendo al desarrollo sostenible de la salud y el bienestar de la comunidad.

6.3 Valores

- Integridad y ética: Actuar con integridad y ética en todo lo que hacemos. Mostrar transparencia y honestidad, para tener la confianza del paciente, desde la primera interacción hasta post tratamiento.
- Cuidado y empatía: Brindar el cuidado necesario a cada paciente, con la empatía que caracteriza el ser médico, para abordar las necesidades médicas y estéticas.
- Excelencia: Tener una buena atención al paciente desde que consulta un procedimiento hasta el final de este, además, de contar con productor certificados con el fin de superar las expectativas de este y que obtenga una satisfacción adecuada.
- Confidencialidad. El dar la confianza al paciente que cada procedimiento esta debida protegido sus datos, salvaguardando la privacidad del paciente. Garantizando un entorno seguro donde este sea un valor inquebrantable.
- Actualización constante: Aprendizaje continuo en esta rama es muy importante, para garantizar a los paciente beneficios de los tratamientos con nuevas técnicas y protocolos.

6.4 Objetivos Institucionales

- Establecer y operar el Centro Médico Estético en los tiempos establecidos, con los permisos y acreditaciones correspondientes, tener el consultorio equipado, para poder brindar atenciones médicas de calidad.
- Aumentar la demanda de pacientes, mediante marketing con las plataformas digitales por redes sociales y por medios locales, destacando las fortalezas de nuestro centro y como profesionales, asegurando a los pacientes una experiencia de calidad y calidez, la cual no va a definir.
- Garantizar personal capacitado y profesional lo cual hará que la calidad de servicio no disminuya esto garantiza una atención de calidad y en la capacidad de ofrecer servicios innovadores y seguros.

- Alcanzar equilibrio financiero, mediante un crédito bancario el cual se estimará liquidar en el primer año, mediante estrategias de marketing bien planificadas y búsqueda continua de eficiencias operativas, para maximizar la rentabilidad del centro médico.

6.5 Principios Éticos

- Beneficencia: Guía las acciones en el actuar siempre con el mejor interés del paciente. De manera positiva a su salud y en bienestar de este.
- No Maleficencia: Evitar cualquier acción que cause daño intensional al paciente.
- Justicia: En nuestro centro médico, los pacientes van a hacer tratados con equidad y justicia, todos los pacientes tienen derecho de recibir una atención de calidad.
- Autonomía: Respetar la capacidad de decisión del paciente, previo a la información adecuada y completa de cada procedimiento.

6.7 Políticas

- Política de atención al paciente: Ofrecer un buen trato al paciente desde la primera interacción hasta posterior al tratamiento, además de trabajar de manera personalizada con el paciente. Con estándares de calidad en cada procedimiento
- Política de cita y reserva: Establecer un programa para agendamientos de citas y minimizar los tiempos de espera, con políticas clara para reagendar y cancelar citas, para evitar contratiempos con el personal médico y sus pacientes.
- Política de pago y facturación: Accesibilidad en las modalidades de pago enfocados en la transparencia y claridad con su debida facturación.
- Política de calidad y seguridad: Garantizar estándares altos de calidad en todos nuestros servicios, con protocolos de seguridad, asegurando que cada procedimiento cumpla con los requisitos éticos y médicos correspondiente.

7. FORMULACIÓN DEL PLAN GERENCIAL.

7.1 Gestión Administrativa

Está enfocado en una organización estructurada con una buena planificación para hacer cumplir los reglamentos, normas, deberes y derechos del personal administrativo y operativo.

Estrategia a ejecutar: Desarrollar un plan para tener un sistema más eficiente basado en los conocimientos, experiencia, profesionalismo, calidad y buen trato con los pacientes.

Actividad Nr.1 Promocionar el consultorio médico estético y la marca

Descripción: Se realizará una campaña publicitaria semanas antes de la inauguración del centro médico estético con promociones por apertura.

Indicador: Profesionales médicos a cargo con cartera de servicios amplios con tiempos de espera cortos

Escenario Actual: Actualmente los profesionales médicos que realizan procedimientos estéticos no permanecen todo el mes en la ciudad, sino que viene una vez al mes.

Medio de Verificación: Los profesionales médicos que trabajan en medicina estética, vive fuera de la provincia, por lo que no son residentes locales.

Meta: El trabajar con profesionales médicos capacitados en medicina estética, permanencia durante todo el mes con el profesional médico estético, para cualquier atención.

Escenario Futuro: Con la debida publicidad de la apertura del centro médico estético y permanente de un profesional a cargo, se espera que haya una demanda buena pacientes, para poder llegar a diferentes partes de la provincia y ciudades aledañas. Además, que el profesional médico estará en constante capacitación continua, debido a que la medicina se actualiza cada día, siempre habrá un personal profesional a cargo.

Tabla 3

Actividad 1: “Promocionar el consultorio médico estético y la marca”

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Una campaña publicitaria previo a la inauguración.	La cartera de servicios.	Profesionales residentes y locales.	Permanencia durante todo el mes con el profesional.	Demanda buena pacientes.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por Diana Stephania Rojas Castillo

Actividad Nr.2 Dirigir al personal administrativo y operativo

Descripción: Se va a enfocar en el personal que labora en el centro médico estético asignándoles roles a cada uno, para poder tener una buena calidad en la atención y la satisfacción del paciente, en todos sus ámbitos.

Indicador: Nivel de satisfacción del personal y pacientes.

Escenario Actual: El nivel de satisfacción del personal influye en el trato a los pacientes, y con esto la satisfacción de estos, lo cual en muchas entidades no lo tienen como prioridad por lo que la calidad de atención baja y el rendimiento de los profesionales no es el mismo si no se tiene un buen ambiente laborar.

Medio de Verificación: Realizar encuestas de satisfacción de pacientes y del personal cada mes si fuera necesario, para buscar retroalimentaciones en mejoría de la atención y servicio.

Meta: Que el nivel de satisfacción y de calidad se mantenga sobre estándares altos, siempre con innovaciones en el consultorio y atención al cliente.

Escenario Futuro: Mejorando la satisfacción del personal y de los pacientes se va a tener un mejor ambiente laborar, ya que esto es base para el crecimiento del centro médico, y con una buena satisfacción del cliente se va a tener muy buenas recomendaciones por lo que la demanda de pacientes aumentará.

Tabla 4

Actividad 2: “Dirigir al personal administrativo y operativo”

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Personal que labora en el centro médico estético con roles a cada uno	Nivel de satisfacción del personal y pacientes.	El nivel de satisfacción del personal influye en el trato a los pacientes, y la satisfacción.	Que el nivel de satisfacción y de calidad se mantenga sobre estándares altos.	Buen ambiente laborar y una buena satisfacción del cliente.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

Actividad Nr.3 Cumplimiento de objetivos y cronograma de las actividades.

Descripción: Tener un control del cumplimiento de cada objetivo y llevar a cabo nuevas actividades, que sen objeto de retroalimentación y crecimiento en el centro médico estético.

Indicador: Marcar los objetivos y actividades realizadas.

Escenario Actual: El cumplir con los objetivos propuestos, nos va a ser crecer como negocio y llevar un cronograma de cada actividad en los tiempos establecido, hará que se tenga una mejor organización y se cumplirá con todo lo establecido.

Medio de Verificación: Tener una hoja de los objetivos cumplidos y de las actividades realizadas.

Meta: Ejecutar cada objetivo y cumplir con el cronograma establecido en los tiempos determinados.

Escenario Futuro: Que el centro médico estético cumpla con todos los objetivos y se mantengan siempre con buenos estándares de calidad y satisfacción, además que las actividades se cumplan en los tiempos determinados.

Tabla 5

Actividad 3: "Cumplimiento de objetivos y cronograma de las actividades."

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Control adecuado del cumplimiento de cada objetivo y llevar a cabo nuevas actividades.	Marcar los objetivos y actividades realizadas.	Tener una hoja de los objetivos cumplidos y de las actividades realizadas.	Ejecutar cada objetivo y cumplir con el cronograma establecido.	Cumplir con todos los objetivos y se mantengan siempre con buenos estándares de calidad y satisfacción.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

7.2. Gestión Financiera y Económica

Nos ayuda para administrar los recursos financieros en la creación del consultorio médico estética y su apertura con la optimización de los recursos económicos.

Actividad Nr.4 'Financiamiento adecuado'

Descripción: Para designar los recursos financieros adecuados en la apertura del centro médico estético. Lo que ayuda a garantizar el estado de financiamiento, sus gastos y poder optimizar los recursos económicos.

Indicador: Una contabilidad adecuada, debidamente registrada.

Escenario Actual: Al tener los recursos financieros y económicos limitados, no se abrirá por el momento toda la cartera de servicios esperados, por lo que se espera obtener financiamiento externo mediante crédito bancario.

Medio de Verificación: Registro adecuado mediante contabilidad.

Meta: Aumentar el presupuesto mediante crédito bancario y tratar de tener una buena demanda de paciente satisfecho, para poder para el crédito con el mismo consultorio aproximadamente en 12 meses.

Escenario Futuro: Al tener el consultorio equipado de manera adecuada y con productos en stock se puede tener una cartera de servicios abierta totalmente y equipada con mejor alcance en la población.

Tabla 6

Actividad 4: “Financiamiento adecuado”

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Para designar los recursos financieros adecuados en la apertura del centro médico estético.	Una contabilidad adecuada y debidamente registrada.	Registro adecuado mediante contabilidad.	Poder liquidar el crédito en el menor tiempo posible.	Tener el consultorio equipado y con productos en stock se puede tener una cartera de servicios amplia.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

Actividad Nr.5 Financiamiento de la publicidad y marca.

Descripción: Esto hará que el centro médico estético se haga conocer mediante publicidad en redes sociales y medios locales, con el objetivo de llegar a más población.

Indicador: Tener el presupuesto y personal capacitado para implementar publicidad

Escenario Actual: Al momento la publicidad es manejada por el mismo personas por cuestiones de logística y de financiamiento que por el momento no se cuenta.

Medio de Verificación: Con el personal adecuado, se verá el alcance que se tendrá la publicidad, para poder posicionar la marca y el centro médico, y así llegar a más lugares y personas.

Meta: Llegar a más personas en el menor tiempo posible con la publicidad adecuada, para poder crecer como centro médico estético además de que la publicidad será pagada

con ganancias del centro médico y al realizar buenos trabajos la publicidad será de boca en boca.

Escenario Futuro: Tener un alcance con la publicidad adecuada, para no solo llegar a la población de Lago Agrio, sino que se llegue a otros lados con recomendaciones de los mismos pacientes y así poder crecer como centro médico estético.

Tabla 7

Actividad 5: “Financiamiento de la publicidad y marca”.

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Conocerse mediante publicidad en redes sociales y medios locales.	Tener el presupuesto y personal capacitado.	Medir el alcance que se tendrá la publicidad, para poder posicionar la marca y el centro médico.	Llegar a más personas en el menor tiempo posible con la publicidad adecuada y crecer como centro médico.	Con la publicidad no solo llegar a la población de Lago Agrio, sino que se llegue a otros lados.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

Actividad Nr.6 Ver costos de los procedimientos médicos

Descripción: En esta actividad se evaluará cada costo de los procedimientos médicos estéticos en los que estará incluido los insumos, arreglo del consultorio y equipamiento de este.

Indicador: Precios adecuados para la población abarcada.

Escenario Actual: Por el momento que no se abierto el consultorio médico estético, se disponen precios accesibles con promociones frecuentes hasta la inauguración.

Medio de Verificación: Registro de cada gasto económico en los que están insumos, productos, capacitaciones, equipamientos.

Meta: Buscar proveedores certificados, para poder tener los mejores precios y productos del mercado local y así poder ser un centro de referencia, para estos procedimientos.

Escenario Futuro: Con el financiamiento adecuado poder tener los precios accesibles y justos, para el mercado local, y que los pacientes lleguen al mismo no solo por el precio de los procedimientos, sino por la calidad y calidez del personal a cargo.

Tabla 8

Actividad 6: “Ver costos de los procedimientos médicos”

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Cada costo de los procedimientos médicos estéticos en los que estará incluido los insumos, arreglo del consultorio y equipamiento.	Precios adecuados para la población abarcada.	Registro de cada gasto económico en los que están insumos, productos, capacitaciones, equipamientos.	Buscar proveedores certificados y tener los mejores precios y productos del mercado local.	Con el financiamiento adecuado poder tener los precios accesibles y justos, para el mercado local.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

7.3 Gestión Técnica y Tecnología

Está dirigida a la infraestructura y equipamiento del consultorio médico estético, su sistema operativo e informativo, que estén en demanda con los tratamientos médicos estéticos

Actividad Nr.7 Equipamiento médico estético

Descripción: El buen equipamiento médico estética, va a ayudar a que el consultorio crezca cada vez porque su cartera médica es mayor y que esté al alcance de la profesional capacidad, para aplicarlo.

Indicador: Tener el equipamiento necesario en el consultorio

Escenario Actual: Al momento el equipamiento médico estético es básico, porque todavía no se abre el consultorio, para poder promocionar su cartera de servicios.

Medio de Verificación: Cada equipo médico estético, debe ser manejado por el profesional adecuado, para mejor beneficio del paciente y renombre del consultorio.

Meta: Poder tener todo el equipamiento necesario y así lograr tener una cartera de servicios grande con varios tratamientos disponible, y que haya el personal indicado y adecuado, para utilizar estos equipos.

Escenario Futuro: Con adecuados equipamientos, se va a poder llegar a varios pacientes con diferente procedimientos médicos estéticos, y ser reconocidos por disponer de buen equipamiento.

Tabla 9

Actividad 7: “Equipamiento médico estético”.

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
El equipamiento va a hacer que el consultorio crezca y que esté al alcance de la profesional capacidad.	Tener el equipamiento necesario en el consultorio	Los equipos van a hacer por profesionales capacitados, para mejor beneficio del paciente.	Tener el equipamiento necesario y así lograr tener una cartera de servicios grande con el personal capacitado.	Llegar a varios pacientes con procedimientos médicos estéticos, y ser reconocidos por disponer de buen equipamiento.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

Actividad Nr.8 Stock de insumos médicos

Descripción: Contar con un stock amplio de insumos médicos, para poder realizar todos los procedimientos que se promocionan.

Indicador: Tener una lista de los insumos más utilizados en los tratamientos

Escenario Actual: El stock de insumos se va generando de acuerdo con la demanda semanal de pacientes.

Medio de Verificación: Llevar una lista de los procedimientos más utilizados cada mes.

Meta: Abastecerse de insumos necesarios cada mes

Escenario Futuro: Al tener un stock de insumos médicos, se podría hacer promociones mediante técnicas de marketing y abarcar a más lugares con nuestro centro médico.

Tabla 10

Actividad 8: “Stock de insumos médicos”.

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Tener un stock amplio de insumos médicos, para poder realizar procedimientos.	Tener una lista de los insumos más utilizados en los tratamientos.	Llevar una lista de los procedimientos más utilizados cada mes.	Abastecerse de insumos necesarios cada mes.	Con el stock promociones mediante técnicas de marketing y abarcar a más lugares.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

Actividad Nr.9 Potenciar el mercado y publicidad

Descripción: Visualizar la población en la que se quiere llegar, mediante técnicas y tecnologías adecuadas para promocionar la publicidad adecuada.

Indicador: Ver el alcance por el número de clientes nuevos y como llegaron con el centro.

Escenario Actual: El alcance de la población que se ha llegado al momento es de Lago Agrio, con la publicidad manejada por el propio personal.

Medio de Verificación: Registro de números de pacientes nuevos.

Meta: Alcanzar una nueva población mediante la publicidad y recomendaciones.

Escenario Futuro: Tener clientes que acudan permanentemente y que estos puedan recomendar a nuevos pacientes, para abarcar una población más extensa y crecer.

Tabla 11

Actividad 9: “Potenciar el mercado y publicidad”.

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Visualizar la población en la que se quiere llegar, mediante técnicas y tecnologías adecuadas.	Ver el alcance por el número de clientes nuevos y como llegaron con el centro	Registro de números de pacientes nuevos.	Alcanzar una nueva población mediante la publicidad y recomendaciones.	Tener clientes que acudan permanentemente y que estos puedan recomendar a nuevos pacientes, para abarcar una población más extensa y crecer.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

7.4 Gestión política y social

Actividad Nr.10 Cumplir con los reglamentos del Ministerio de Salud

Descripción: Esto va a hacer que el consultorio médico estético este debidamente habilitado, lo cual da confianza a los pacientes que buscan un servicio de calidad.

Indicador: Tener los certificados, títulos y permisos visibles.

Escenario Actual: Al momento se está gestionando los permisos debidamente que se requieren, para la apertura del centro médico estético

Medio de Verificación: Con estos permisos el funcionamiento en el establecimiento será más fácil ya accesible al personal que busca realizarse algún procedimiento.

Meta: Poder tener todos los requisitos que pide el MSP y no tener impedimento en la apertura del centro médico

Escenario Futuro: Con los permisos adecuados, poder abrir de manera pronta el centro médico estético, para pensar en convenios con otras instituciones.

Tabla 12

Actividad 10: “Cumplir con los reglamentos del Ministerio de Salud”.

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Consultorio médico estético este debidamente habilitado, lo cual da confianza que buscan servicio de calidad.	Tener los certificados, títulos y permisos visibles.	Permisos de funcionamiento en el establecimiento.	Poder tener todos los requisitos que pide el MSP y no tener impedimento en la apertura del centro médico	Con los permisos adecuados, poder abrir de manera pronta el centro médico estético.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

Actividad Nr.11 Campañas y capacitaciones sobre la importancia del cuidado de la piel.

Descripción: Nos va a ayudar a tener una mejor versión médica de cómo cuidar nuestra piel, con productos correcto y de una manera adecuada

Indicador: Las visualizaciones en los videos sobre la importancia del cuidado de la piel.

Escenario Actual: La población en general está muy desinformada por personas no profesionales que dan rutinas de cuidado de piel, lo cuales les causa daños.

Medio de Verificación: Contar las visualizaciones de los videos de cuidado de la piel.

Meta: Poder llegar a toda la población necesaria, para que se concienticen en el cuidado de la piel y busquen profesionales certificados.

Escenario Futuro: Ser un consultorio que va más allá de solo promocionar tratamientos médicos estéticos, sino también buenos hábitos, para el cuidado conjunto del cuerpo y la piel siendo tendencia en el medio local y en redes sociales.

Tabla 13

Actividad 11: “Campañas y capacitaciones sobre la importancia del cuidado de la piel”.

Descripción	Indicador	Medio Verificación	Meta	Escenario Futuro
Tener una mejor versión médica de cómo cuidar nuestra piel, con productos correcto y de una manera adecuada.	Las visualizaciones en los videos sobre la importancia del cuidado de la piel.	Contar las visualizaciones de los videos de cuidado de la piel.	Que la población se concientice en el cuidado de la piel y busquen profesionales médicos.	Promocionar también buenos hábitos, para el cuidado siendo tendencia en el medio.

Nota. Diagnostico FODA. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

CAPÍTULO IV

7. EVALUACIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN

La evaluación del plan de las actividades debe irse cumpliendo con la flexibilidad en los tiempos planteados hasta que se cuente con los recursos financieros. Además, que hace una retroalimentación objetiva sobre el proceso, hace que se optimicen los recursos, para mejorar en áreas estratégicas.

“Lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar. Lo que no se mejora, se degrada siempre” Lord Kevlin.

En la parte personal, la evaluación nos ayuda para el mejoramiento y desarrollo del centro médico, además, nos da una retroalimentación de capa proceso que se va realizando, para poder identificar fortalezas y oportunidades y mejor día a día en nuestro proyecto personal.

En la parte profesional nos ayuda para poder tomar decisiones acertadas, efectivas, eficientes para la organización y mejora en la atención y satisfacción del paciente.

8.1 Monitoreo del Plan

Tabla 14

“Monitoreo de las Actividades Planificadas”.

MONITOREO EVALUACION			MONITOREO				RESPONSABLE
AREA DE GESTION	ACTIVIDAD	MEDIO DE CONTROL	SEMANAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL	
Gestión administrativa	Promocionar el consultorio médico estético y la marca.	Lista de cartera de servicios.		X			Gerente, área administrativa
	Dirigir al personal administrativo y operativo	Capacitaciones y retroalimentaciones.		X			Gerente, área administrativa
	Cumplimiento de objetivos y cronograma de las actividades.	Seguimiento a los objetivos planteados.			X		Gerente, área administrativa
Gestión financiera y económica	Financiamiento adecuado.	Registro adecuado mediante contabilidad.		X			Financiero, Contador, Gerente

	Financiamiento de la publicidad y marca.	Encuesta se enteraron del centro.	X		Financiero, Contador, Gerente
	Ver costos de los procedimientos médicos.	Registro de cada gasto económico.	X		Financiero, Contador, Gerente
Gestión técnica y tecnológica	Equipamiento médico estético.	Capacitaciones al personal a cargo.		X	Gerente y departamento de mantenimiento
	Stock de insumos médicos	Lista de insumos más utilizados.	X		Gerente
	Potenciar el mercado y publicidad	Alcance visualizado con los pacientes.	X		Gerente y marketing
Gestión política y social	Cumplir con los reglamentos del Ministerio de Salud	Permisos de funcionamiento.			X Gerente
	Campañas y capacitaciones sobre el cuidado de la piel.	Campañas y capacitaciones cada 3 meses.		X	Gerente y marketing

Nota. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

8.2 Evaluación del Plan

La evaluación del plan se realiza de manera periódica, para ver los avances del cumplimiento de cada actividad, con el fin de mejorar. Se debe realizar con profesionales capacitados y con retroalimentación al personal a cargo. (Office).

En la evaluación interviene todos los apartados, para buscar viabilidad, eficacia, ver los riesgos y tener posibles soluciones dependiente de cada problema encontrado, para mejorar como consultorio médico. (Pérez, 2021).

La evaluación del plan no va a ayudar a ver el avance que se ha logrado en el tiempo que se puso de plazo, para ver si cumplieron las metas establecidas, si se utilizaron los recursos disponibles, se cumplieron los objetivos, ver si con todo lo planteado se debe mejorar, replantearse nuevamente si están en marcadores no satisfactorios.

Tabla 15

Nivel de cumplimiento de actividades

Significado	Nivel de Cumplimiento
Meta cumplida	Más del 75%
Meta parcialmente cumplida	51-75%
Meta incumplida	50% o menos

Nota. Elaborado por: Diana Stephania Rojas Castillo

8.3 Limitaciones

- 7 Regulaciones y permisos: tener en orden las regulaciones locales y permisos de licencias hábiles a la fecha
- 8 Título avalado por el Senescyt: Al no ser medicina estética un título registrado en el Senescyt, limita mucho algunos procedimientos.
- 9 Competencias del mercado local: La competencia en medicina estética, puede ser crucial porque algunos profesionales no médicos y no profesionales lo están realizando a costos menores, por lo que es primordial ofrecer servicios únicos y de alta calidad

- 10 Tendencias actuales: La medicina estética está en un avance permanente con nuevas técnicas en el medio, por lo que se necesita actualización constante.
- 11 Financiamiento: Los equipos médicos e insumos estéticos son costosos, de tal manera que se debe tener una buena gestión financiera y eficiente, para evaluar el retorno de la inversión.

CAPÍTULO V

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusiones

- La satisfacción del paciente va a ser primordial en la medicina estética, por lo que es necesario ofrecer servicios de calidad, calidez, para que el paciente tenga una experiencia positiva desde la primera consulta, seguimiento y posterior al tratamiento.
- La ética profesional y transparencia son primordiales en la medicina estética, nos ayuda en la comunicación clara de los riesgos y beneficios de cada procedimiento realizado.
- Al ser una rama que está en constante actualización, la adaptabilidad y capacidad de innovar será primordial, para marcar la diferencia como centro médico.

9.2 Recomendaciones

- El invertir en capacitaciones continuas del personal que labora en el centro médico estético, es un plus en el negocio.
- Desarrollar estrategias de marketing digital y físico, hará que la población conozca el consultorio, para atraer nuevos clientes.
- El establecer convenios estratégicos con otros profesionales de la salud en el campo de medicina estética, para poder ofrecer servicios complementarios en solo establecimiento.
- Priorizar la seguridad y calidad en cada procedimiento realizado, ayudará a que la confianza y lealtad de los pacientes permanezca y crezca.

9. REFERENCIAS

- ACCES. (26 de Abril de 2023). *Agencia de Aseguramiento de la Calidad de los Servicios de Salud y Medicina Prepagada - ACCESS*. Obtenido de DIRECCIÓN TÉCNICA DE HABILITACIÓN, CERTIFICACIÓN Y ACREDITACIÓN: <https://www.gob.ec/acess/tramites/emision-permiso-funcionamiento-establecimientos-prestan-servicios-salud-publicos-privados>
- Aguilar, C. I. (Julio de 2022). Rejuvenecimiento facial con materiales de rellenos. En *NPunto Volumen V. Número 52* (págs. 70-87). Alcalá: Rafael Ceballos Atienza .
- Alicia, T. C. (2021). Rejuvenecimiento facial por reposición volumétrica con sustancias de relleno. *Panorama Cuba y Salud 2021*, 87-95.
- antaconsulting. (22 de Julio de 2020). Obtenido de antaconsulting: <https://www.antaconsulting.es/blog/gestion-gerencial-2/>
- Antaconsulting. (22 de Julio de 2020). *Antaconsulting*. Obtenido de ¿En que consiste la gestión gerencial?: <https://www.antaconsulting.es/blog/gestion-gerencial-2/>
- Chavez, G. (2023). *Proyecto MGN*. Obtenido de Udla : <https://udla.brightspace.com/d2l/home/209422>
- Ecuador, A. N. (2018). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Eloy Alfaro.
- Estética, C. G. (25 de Enero de 2022). *Tratamientos Médico Estético Vs Estéticos*. Obtenido de Clínica Gaztambide Medicina Estética: <https://clinicagaztambide.es/2022/01/25/tratamientos-medico-estetico-vs-esticos/>
- Flores, M. (10 de Mayo de 2023). *¿Cómo hacer un diagnóstico del Desarrollo Organizacional?* Obtenido de Forward: <https://www.forwardcompany.com/post/c%C3%B3mo-hacer-un-diagn%C3%B3stico-del-desarrollo-organizacional#:~:text=El%20diagn%C3%B3stico%20organizacional%20contribuye%20como,y%20actitudes%20de%20los%20mismos.>
- Gómez, V. P. (s.f.). *La Medicina Estética. Un nuevo concepto para la Publicidad*. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito.

- Guardia, L. G. (2009). *El Planner, la clave de la publicidad eficaz, estrategia y orientador de creatividad*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Lozano, J. (2022). *EFEECTO DE LA MERCADOTECNIA DIGITAL EN LA ELECCIÓN DE UN PROVEEDOR DE SERVICIOS DE MEDICINA ESTÉTICA POR PARTE DE LOS VISITANTES A LA CIUDAD DE TIJUANA, B.C.* Tijuana: Universidad Autónoma de Baja California.
- Luisa Barrera, M. I. (2022). Cuatro de cada diez españoles recurren a la medicina estética a partir de los 26 años. *Sociedad Española de Medicina Estética*.
- Meza, A. (3 de Enero de 2020). *El Diagnóstico Organizacional: elementos, métodos y técnicas*. Obtenido de Mi Espacio: <https://www.infosol.com.mx/miespacio/el-diagnostico-organizacional-elementos-metodos-y-tecnicas/>
- Miranda Quintero, C., & Delgado, C. (s.f.). Strategic planning in health institutions . *Strategic planning in health institutions* . Revista de Información científica para la Dirección en Salud. INFODIR, Cuba.
- NACIONAL, E. C. (2012). *QUITO Patente n° Ley 67*.
- Negro, H. O. (2021). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/p/Hotel-Oro-Negro-Lago-Agrio-100063656014654/>
- Office, I. E. (s.f.). Desarrollo del plan de evaluación. *Directrices de evaluación de PNUD*. United Nations Development Programme.
- Olmos, L. (s.f.). ANÁLISIS ESTRATÉGICO PARA UNA EMPRESA DE SALUD. *ANÁLISIS ESTRATÉGICO PARA UNA EMPRESA DE SALUD*. Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena.
- Pérez, A. (29 de abril de 2021). *Business School*. Obtenido de La evaluación de un proyecto. Herramientas para evitar el fracaso: <https://www.obsbusiness.school/blog/la-evaluacion-de-un-proyecto-herramienta-clave-para-evitar-el-fracaso>
- Scatena, M. (2019). *Estrategia de expansión e innovación: conceptos claves para el crecimiento marcarío de "Dra Bugallo Medicina Estética & Láser"*. Buenos Aires: Universidad de San Andrés .
- Sucumbíos, G. A. (2020). *Cantón Lago Agrio*. Obtenido de https://www.sucumbios.gob.ec/?page_id=8681

- Syed, D. S. (2023). Calidad de la atención. *Organización Mundial de la Salud*.
- Torres, Z. A. (s.f.). Gestión gerencial para un ambiente laboral más humano en las organizaciones. *Gestión gerencial para un ambiente laboral más humano en las organizaciones*. Universidad Nacional de Colombia, Colombia.
- Valencia, U. I. (2019). Calidad asistencial, concepto y dimensiones. *Equipos de Expertos en Ciencias de la Salud*.
- Yalán, R. E. (2016). *PUBLICIDAD DIGITAL Y SU RELACION CON LA CAPTACIÓN DE CLIENTES DEL ÁREA DE MEDICINA ESTÉTICA DE LA CLÍNICA "MONTEVIE DE PUEBLO LIBRE-LIMA, AÑO 2016"*. Chincha, Ica: Universidad Autónoma de Ica.

ANEXOS

Anexo 1. Presupuesto

PRESUPUESTO:				
AREA DE GESTION	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DETALLE	TOTAL
Gestión administrativa	Promocionar el consultorio médico estético y la marca	Gerencia y área administrativa	Se realizará una campaña publicitaria semanas antes de la inauguración del centro médico estético con promociones por apertura.	\$50
	Dirigir al personal administrativo y operativo	Gerencia y área administrativa	Roles al personal, para poder tener una buena calidad en la atención y la satisfacción del paciente, en todos sus ámbitos	\$500
	Cumplimiento de objetivos y cronograma de las actividades	Gerencia y área administrativa	Tener un control del cumplimiento de cada objetivo y llevar a cabo nuevas actividades	\$0
Gestión financiera y económica	Financiamiento adecuado	Área de finanzas	Recursos financieros adecuados	\$1000
	Financiamiento de la publicidad y marca.	Área de finanzas	Hacer conocer mediante publicidad en redes sociales y medios locales.	\$100
	Ver costos de los procedimientos médicos	Área de finanzas	Costos de los procedimientos médicos estéticos.	\$50
	Equipamiento médico estético	Gerencia y mantenimiento	El buen equipamiento médico estética, va a ayudar a que el consultorio crezca.	\$2000

Gestión técnica y tecnológica	Stock de insumos médicos	Gerencia	Tener un stock amplio de insumos médicos, para poder realizar procedimientos	\$800
	Potenciar el mercado y publicidad	Gerencia y marketing	Visualizar la población en la que se quiere llegar, mediante técnicas y tecnologías adecuadas.	\$50
Gestión política y social	Cumplir con los reglamentos del Ministerio de Salud	Gerencia	Consultorio médico estético debidamente habilitado.	\$1000
	Campañas y capacitaciones sobre la importancia del cuidado de la piel.	Gerencia y marketing	Tener una mejor versión médica de cómo cuidar nuestra piel, con productos correcto y de una manera adecuada.	\$100
Total Presupuesto:				\$5650

Autor: Diana Stephania Rojas Castillo

Anexo 2 Cronograma

CRONOGRAMA			MESES											
AREA DE GESTION	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Gestión administrativa	Promocionar el consultorio médico estético y la marca	Gerencia y área administrativa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

	Dirigir al personal administrativo y operativo	Gerencia y área administrativa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Cumplimiento de objetivos y cronograma de las actividades	Gerencia y área administrativa	X		X		X		X		X		X	X	
Gestión financiera y económica	Financiamiento adecuado	Área de finanzas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Financiamiento de la publicidad y marca.	Área de finanzas	X		X		X		X		X		X	X	
	Ver costos de los procedimientos médicos	Área de finanzas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gestión técnica y tecnológica	Equipamiento médico estético	Gerencia	X		X		X		X		X				X
	Stock de insumos médicos	Gerencia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Potenciar el mercado y publicidad	Gerencia y marketing	X		X		X		X		X		X	X	
Gestión política y social	Cumplir con los reglamentos del Ministerio de Salud	Gerencia	X					X							
	Campañas y capacitaciones sobre la importancia del cuidado de la piel.	Gerencia y marketing	X			X			X				X		X

Autor: Diana Stephania Rojas Castillo

Anexo 3 Registro Fotográfico

Evolución del logo y marca personal



Fuente: Diana Stephania Rojas Castillo

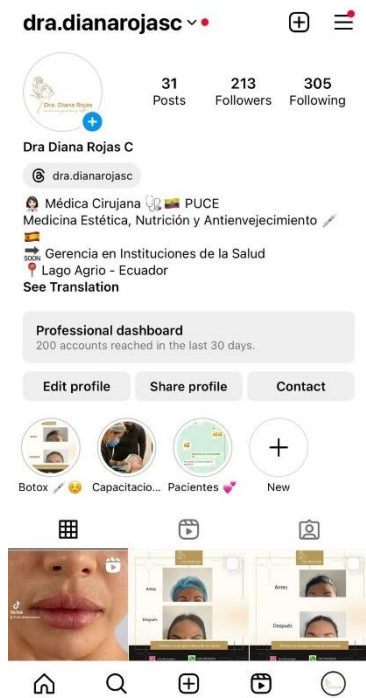
Autor: Daniel Cuartas



Fuente: Diana Stephania Rojas Castillo

Autor: Daniel Cuartas

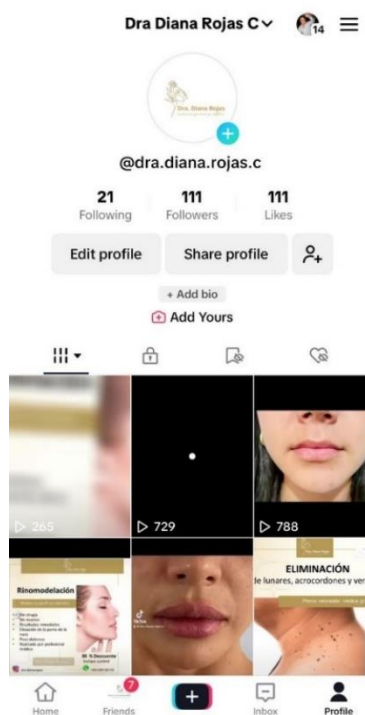
Redes sociales



Fuente: Instagram: @dra.dianarojasc
 Autor: Diana Stephania Rojas Castillo



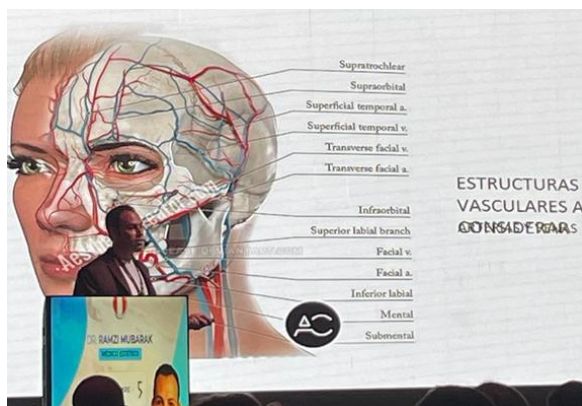
Fuente: Facebook Dra Diana Rojas C
 Autor: Diana Stephania Rojas Castillo



Fuente: Tik Tok @dra.diana.rojas.c
 Autor: Diana Stephania Rojas Castillo

Capacitaciones

Congreso de Medicina estética, dermatología y cirugía plástica - SWAM



Fuente: Congreso SWAM

Autor: Teguh Tanuwidjaja

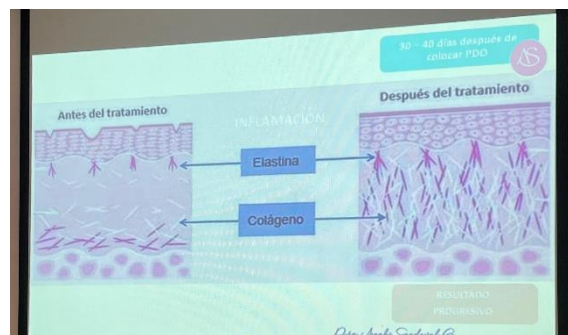
Clases de Maestría Medicina Estética



Fuente: Maestría Medicina Estética

Autor: Dr Reny Ventura

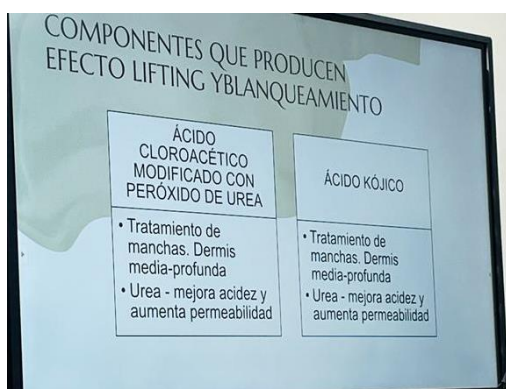
Clases Residencia de Armonización



Fuente: Residencia de Armonización

Autor: Dra Anahí Sandoval

Masterclass Ultrabiopiel



Fuente: Actualización de despigmentantes

Autor: Dra Rafaela Ricaurte

Masterclass Armonización facial



Fuente: Expo Belleza 2023

Autor: Dr Thales Wilson Cardoso

Prácticas



Autor: Diana Stephania Rojas Castillo



Autor: Diana Stephania Rojas Castillo



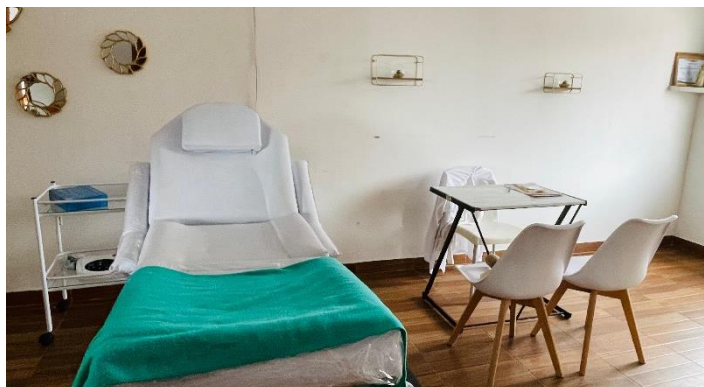
Autor: Diana Stephania Rojas Castillo



Autor: Diana Stephania Rojas Castillo

Equipamiento e insumos

Equipamiento del consultorio



Autor: Diana Stephania Rojas Castillo

Lugar donde se va a abrir el nuevo consultorio



Autor: Diana Stephania Rojas Castillo

Insumos



Autor: Diana Stephania Rojas Castillo