



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

UDLA

TEMA:

**PLAN DE GESTIÓN GERENCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
MARKETING DIGITAL EN EL CONSULTORIO DE DOCTORES BRITO DE
LA PARROQUIA JUNQUILLAL DEL CANTON SALITRE EN EL AÑO 2023-
2024**

PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE:

MAGISTER EN GERENCIA DE INSTITUCIONES DE SALUD

AUTOR:

DR. FERNANDO ANDRES BRITO LARA

QUITO

Contenido

RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
CAPITULO I.....	7
INTRODUCCION	7
ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE GESTION GERENCIAL	8
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA, FINANCIERA Y OPERATIVA.....	9
ANALISIS GEOESPACIAL y GEOPOLITICO	12
ANALISIS GEOPOLITICO.....	12
POBLACION ATENDIDA	12
IDENTIFICACION DEL OBJETO DE ESTUDIO, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD DE MEJORA	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
OBJETIVO GENERAL.....	14
OBJETIVO ESPECIFICOS	14
JUSTIFICACION DEL ESTUDIO.....	14
PROPUESTA Y JUSTIFICACION DE ALTERNATIVAS DE SOLUCION:.....	15
CAPITULO II.....	18
JUSTIFICACION Y APLICACIÓN DE METODOLOGIA A UTILIZAR	18
METODOLOGÍA:	18
Segmento de mercado.....	18
Muestra Cualitativa	18
Muestra cuantitativa.....	19
Resultados	19
Grupo focal	23

CAPÍTULO III	24
PROPUESTA DE SOLUCIÓN	24
PLANTAMIENTO ESTRATÉGICO	24
ANALISIS DEL ENTORNO SOCIAL:	24
Entorno social.....	24
Entorno político	25
Entorno económico	25
Entorno tecnológico.....	25
ANALISIS DE LA INDUSTRIA DE SERVICIOS DE SALUD (M. PORTER)....	25
Poder de negociación de los clientes.....	25
Poder de negociación de los proveedores	25
Amenaza de competidores entrantes.....	25
Amenaza de nuevos productos sustitutivos.....	26
Rivalidad entre competidores	26
DIMENSIONES DEL ENTORNO	26
ANALISIS FODA:	26
PLANIFICACION ESTRATEGICA	27
MISIÓN	27
VISIÓN	27
VALORES	28
OBJETIVO INSTITUCIONALES:	28
PRINCIPIOS ÉTICOS:	28
POLÍTICAS:	28
PLAN DE GESTION GERENCIAL	28
EXPOSICION DE PROPUESTA DE SOLUCION	28
MONITOREO DEL PLAN DE GESTION DE MARKETING	30
GESTION ADMINISTRATIVA	30
GESTION DE MARKETING	30

GESTION FINANCIERA	35
CAPÍTULO IV.....	37
EVALUACION E IMPLEMENTACION INTEGRAL DE GESTION GERENCIAL	37
LIMITACIONES Y/O RESTRICCIONES EN LA GESTION GERENCIAL	38
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	38
CONCLUSIONES.....	38
RECOMENDACIONES	39
Bibliografía.....	40
GLOSARIO	41

RESUMEN

El proyecto como tal describe y analiza un plan de gestión gerencial y diseño de varias estrategias de marketing en el consultorio de Doctores Brito de la Parroquia Junquillal del cantón Salitre en el año 2023 donde contemplan una historia de trayectoria ambigua y debido a los últimos cambios radicales a nivel mundial se ve forzado y obligado a la adaptación de estas pro-mejoras con el fin de fomentar solidez en el mercado de la salud brindando en dicho sector.

En él se muestra un análisis del macroentorno y microentorno, donde se realiza una revisión del estado del arte y el planteamiento del problema donde se identificó, que en la consulta existe una disminución de ventas de servicios de salud en los últimos años en el cual se realiza un análisis de la situación actual, con el fin de proyectar un estrategia en tiempo se procede a ejecutar un plan estratégico con ejecución de resultados a largo plazo posterior a la emisión del mismo que está, prorrogado en el año lectivo 2023 - 2024.

Siendo una entidad de salud pequeña busca fomentar oportunidades con un crecimiento potencial, sin embargo, se preside un plan estratégico de marketing por primera vez para esta entidad de salud con los recursos básicos.

ABSTRACT

The project as such describes and analyzes a management management plan and design of various marketing strategies in the Brito doctor's office of the Junquillal parish of the Salitre canton in the year 2023 where they contemplate an ambiguous trajectory history and due to the last radical changes At a global level, it is forced and forced to adapt these pro-improvements in order to promote solidity in the health market, providing in said sector.

It shows an analysis of the macroenvironment and microenvironment, where a review of the state of the art and the approach to the problem is carried out, where it was identified that in the consultation there is a decrease in sales of health services in recent years in which An analysis of the current situation is carried out, in order to project a strategy in time, a strategic plan is executed with the execution of long-term results after its issuance, which is extended in the 2023-2024 school year.

Being a small health entity, it seeks to promote opportunities with potential growth, however, a strategic marketing plan is presided over for the first time for this health entity with basic resources.

CAPITULO I

INTRODUCCION

La realización de este trabajo tiene como fin identificar estrategias en el campo profesional donde se realiza un estudio de mercado con el fin, de procrear estrategias con una tasa de éxito productivo o un servicio satisfactorio, que garantice la fidelidad y captación de usuario, haciendo que la marca por la que se trabaja se mantenga en el mercado. (Jurez Acosta, 2018)

Con el tiempo, el mundo ha cambiado y las estrategias de mercado se han transmitido de generación en generación. Los componentes de publicidad, venta personal, promoción, relaciones públicas y marketing directo son formas comprobadas de crear conversaciones productivas con los clientes de La Casa de Salud. (Faruk, 2021)

En la pandemia nació un nuevo mercado digital que en la actualidad tiene mucha solidez a través de los medios digitales por lo que se refleja muy importante en que las empresas que ya existían hágase la vinculación de ésta, donde se cree oportuno la conciencia sobre la salud. (Ravangar, 2020)

El marketing digital sin duda es la mejor alternativa hoy en día para mejorar estrategia de ventas en los sectores comerciales, a través de las interacciones sociales a nivel mundial se contemplan la promoción del servicio de venta, como una herramienta primordial en toda empresa. (Rengel, 2022)

El consultorio Doctores Brito de la Parroquia Junquillal del cantón Salitre, tiene 32 años de fundación. Dando atención médica integral y odontológica a todos los pacientes de la parroquia y a sus alrededores, por su magnífica trayectoria, hace partícipe de reconocimientos y posicionamiento en el mercado de la salud.

El presente proyecto se enfoca en dar mejorías con una gestión de estrategia de Marketing en el consultorio Doctores Brito, para promocionar la cartera de servicios que ofrece a la población en general, a su vez la captación, fidelización de los clientes, de esta manera tener una relación más sólida con los usuarios.

Para esto, se identifican los problemas dentro de la casa de salud, para posterior realizar una correcta planificación de marketing, pudiendo así obtener resultados más satisfactorios para el consultorio. (Vargas, 2015)

Por lo cual esta investigación está enfocada en el incremento de usuarios nuevos utilizando una estrategia de marketing para así mejorar el número de atenciones actual y fortalecer la posición del consultorio Doctores Brito.

ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE GESTION GERENCIAL

En la reseña historia al comienzo de los años 80 se conocía que la Parroquia Junquillal era un recinto aledaño al cantón Salitre, donde años más tarde por el crecimiento ponderado toma el nombre de Parroquia dictada por sus administraciones políticos. Siendo un foráneo galeno ruraleño en el año 1983 el Dr. Jorge Luis Brito Vélez, crea el consultorio Doctores Brito, como fundador de la casa de salud.

El consultorio Doctores Brito se encuentra posesionado en el mercado, para ofrecer servicios de medicina y odontología de calidad, cuenta con galenos de experiencia propiamente calificados, ha cumplido 40 años de servicios a la comunidad interrumpidamente. Al ofrecer dichos servicios se establece solo de atención primaria, por lo que se buscó un horario accesible a la población para prestar servicio de consulta externa.

Actualmente se cuenta con 1 solo establecimiento ubicado en la Parroquia Junquillal en el sector centro, frente a la toma de agua, siendo una ubicación estratégica. Haciendo mención en las instalaciones comprende un área de 20.000 m². Con separaciones de áreas para la atención oportuna, donde se cuenta con agua y luz las 24 horas de la semana, manteniendo cortes de luz ocasiones propios del sector. Local de hormigos techo, paredes y piso de cerámica, con puerta enrollable y rejas, con cámaras de seguridad externa.

	SEDE
AREA MÉDICA	1
AREA ODONTÓLOGICA	1
SALA DE ESPERA	1
CUARTO DE ESTERILIZACION	1
BAÑO	1
AREA DE DESECHOS	1

FUENTE: Lcdo. Fernando Brito Vélez/ encargado del establecimiento.

Realizado: autor

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA, FINANCIERA Y OPERATIVA

Al ser una casa de salud por una determinada población que atender, se establece un solo nivel jerárquico, por lo que las áreas de servicios de salud son autónomas en las decisiones con relación a Médico / Paciente u Odontólogo / Paciente, en cuanto a las áreas de salud, si se toma las decisiones, la regulación de las políticas y estatus del funcionamiento del establecimiento, y estos mismo hacen visible los protocolos de atención a los pacientes.

OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS

El consultorio Doctores Brito, siendo una casa de salud de primer nivel pone a su disposición su amplia cartera de servicios en la cual la dividimos en:

Medicina

Consulta externa; servicio ambulatorio que se presta a pacientes previa cita asignada y este puede tratar las siguientes:

Lesiones

Virus estacionales

Colesterol

Diabetes

Hipertensión

Anemia

Patologías pediátricas

Enfermedades infecciosas, autoinmunes, sistémicas o metabólicas

Patologías digestivas, cardiovasculares, respiratorias, reumáticas, inmunológicas, endocrinas, neurológicas, traumatológicas, tumorales, etc.

Detección de adicciones

Trastornos de la alimentación

Trastornos de la salud mental

Posible maltrato.

Laboratorio: servicios que está receptado por solicitud de un profesional de la salud para fines de diagnóstico con su respectiva lectura.

Imágenes de Diagnóstico: indicada con radiografías, ecografías para fines de diagnósticos oportunos a un tratamiento, que se requiera.

Odontología

Consulta general; Es una entrevista en compromiso de brindar salud a una causa o enfermedad, donde el perito del área escucha la redacción entrevistada y procede a brindar un criterio de diagnóstico, posterior a un plan de tratamiento oportuno a la necesidad.

Periodoncia; Es una rama de la odontología de primordial atención ya que previene lesiones y enfermedades sobre los tejidos blandos, brindando así salud a los tejidos duros subyacentes donde trabajan en conjunto.

Endodoncia; Es una rama de odontología enfocada en la parte interna de cada órgano dental, es de fundamental importancia ya que una dolencia en algún órgano, provocaría dolor o infección irrevocable y este sería el tratamiento de elección conocido como tratamiento de conducto, indicando que es muy amplia esta especialidad donde se requiere de mucha pericia para la realización de las prácticas en órganos dentales con más compromisos pulpares, ejemplos molares con varios conductos o curvaturas.

Cirugía: Es una rama de la odontología donde brinda atención oportuna a la extracción propiamente dicha de órganos dentales que se presten a la pésima presencia de salud dentro de la cavidad oral, en esta rama puede realizarse cirugías menores como extracciones desde un incisivo hasta un tercer molar, o ejemplos de odontomas, entre otras.

Rehabilitación oral; Esta es la rama de la odontología que involucra a la armonía dento-estética de la cavidad oral, indicando desde el problema de una caries hasta problemas pérdida del plano oclusal, oportuna es la palabra rehabilitación que indica arreglar todos los problemas bucodentales que no permiten tener una correcta salud y estética oral.

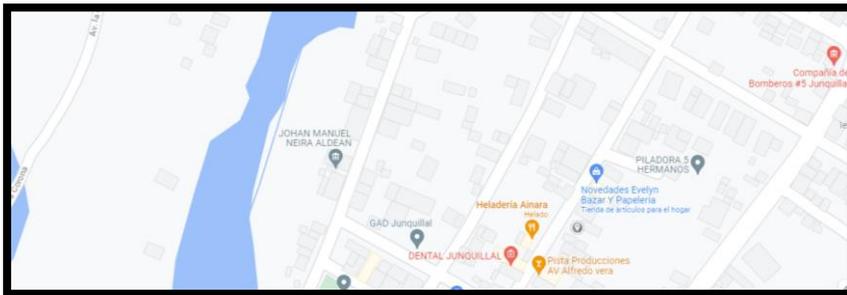
Odontopediatría; Es una rama de la odontología donde es indicada la atención a niños particularmente desde el punto de vista psicológico, se puede prestar atención desde los ceros años de edad, con servicios de odontología general.

Radiología oral; Es de carácter importante está rama fundamental para el diagnóstico de cualquier especialidad dentro de la odontología, previo a esto existe varios tipos de radiografías que se realizan como periapicales,

panorámica, cefalométricas, oclusales, senos paranales, carpal, ATM, anteroposterior.

ANALISIS GEOESPACIAL y GEOPOLITICO

El consultorio Doctores Brito está ubicado en la Parroquia Junquillal del cantón Salitre, sector centro frente a la toma de agua. Casa de la Sra. Emma Vera. Donde hace 20 años atrás todo era potrero lleno de vacas y caballos, común de la zona actualmente evoluciono esta zona haciéndose como principal para proveer el comercio. La Sra. Vera nacida y criada en la parroquia relata que su domicilio actual es ubicación de lo que era antiguamente hectáreas que pertenecían a sus padres, debido al deceso de los familiares y la oportuna colaboración de las autoridades locales promueven las vías de carreteras para facilitar el acceso ya que antiguamente se conocía solo camino vecinales que no pasaban de un metro de ancho. En coordinación realizan las primeras obras y posterior a esto se refleja los intereses de compra y venta de lotes, que en su tiempo fueron realizado como terrenos y formaron casas al pasar los años. Pero cada casa formaba un local, esta idea nació con el fin de crear un negocio en ese entonces y se vio reflejado como entradas económicas de personas con clase socioeconómica de carácter C-.



ANALISIS GEOPOLITICO

POBLACION ATENDIDA

El consultorio Doctores Brito, brinda atención integral a todos los grupos etarios, en los servicios de atención de primer nivel. Dicha atención se ve reflejada de

manera individual, familiares y corporativos. En esto da como resultado ingresos aproximados individuales de las áreas de \$600 a \$800 mensual.

NUMERO DE ATENCIONES POR AÑO	
NUMERO DE EGRESO POR AÑO MEDICINA	8.000
NUMERO DE EGRESO POR AÑO ODONTOLOGIA	4.000
EXAMENES DE IMÁGENES	1.800
PRUEBAS DE LABORATORIO	5.300

FUENTE: Dr. Jorge Luis Brito Vélez / Lic. Fernando Brito Vélez

Elaborado por autor

IDENTIFICACION DEL OBJETO DE ESTUDIO, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD DE MEJORA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad consultorio Doctores Brito, forma parte de una desvinculación social en los sitios de interacción web, actualmente, aun dispuesto que el consultorio se ha mantenido activo durante 40 años de atención permanente. Esto promueve a la preocupación de los trabajadores de esta casa de salud, por lo que se hace justo y necesario la implementación de las herramientas de marketing digital, con el fin de brindar información y comunicación rápida para poder cubrir las necesidades y deseos de los clientes a cambio de un servicio/beneficio. Puesto que el marketing ya se observaba en varias empresas de otras entidades lejos de la salud y actualmente se popularizó por la época de la pandemia aun ya finiquitado el COVID se mantiene el comercio digital promoviendo las ventas, ofertas y promociones de servicios de salud a la comunidad, esto da a implementar un plan estratégico de marketing para desarrollar estructuras que permitan obtener nueva clientela fidedigna y fortalecer las relaciones preexistentes con los usuarios previos.

OBJETIVO GENERAL

Plan de gestión gerencial para la implementación de marketing digital en el consultorio de Doctores Brito de la Parroquia Junquillal del cantón Salitre en el año 2023-2024

OBJETIVO ESPECIFICOS

Ejecutar un estudio del posicionamiento del consultorio Doctores Brito a la fecha del período lectivo 2023

Realizar una evaluación de años anteriores en el marketing del consultorio Doctores Brito antes del periodo 2022

Ejecutar resultados en los procesos y estrategias de marketing para el consultorio Doctores Brito posterior a la implementación de su plan en el año 2024

Defina el alcance de la gestión de marketing posterior a su ejecución en el consultorio de Doctores Brito en las diferentes estrategias planteadas para el año 2024

JUSTIFICACION DEL ESTUDIO

El consultorio Doctores Brito es el único consultorio sede, teniendo varios años en el mercado de la salud, brindando atención primaria de salud, hecho que lo ha posesionado en el mercado como mayor trayectoria interrumpida, dado que en la Parroquia Junquillal del cantón Salitre existen una altas competencias eventuales dentro del mercado de salud, con esto surge la necesidad de implementar y mejorar las estrategias de marketing, permitiendo que la población se mantenga siempre como la primera y mejor opción en acudir, que es el establecimiento de Doctores Brito, creando simpatía, confianza, fidelidad, con el fin de conseguir un refuerzo positivo para la casa de salud.

El presente estudio es de mucha importancia ya que las áreas de salud son autónomas y no se cuenta con una jerarquía máxima a la existente, por eso surge la necesidad de realizarlo por quienes ya existen creando un plan de

marketing, estructurándose en una amplia promoción de los servicios de salud a la comunidad y que permita a futura tener la creación de necesidades de implementar otras subáreas jerárquicas para un crecimiento potencial.

La iniciativa de las máximas autoridades de la casa de salud mantiene perspectivas positivas, para la creación presupuestaria y provisión de recursos en el proyecto de marketing, dicho esto ambas áreas contemplan la división presupuestaria para la elaboración del plan estratégico de marketing mix 4p del mercado: el servicio, el precio, la oferta, y la plaza. Con esto se buscará las estrategias para entender el problema de marketing del consultorio. (sanchez, 2019)

PROPUESTA Y JUSTIFICACION DE ALTERNATIVAS DE SOLUCION:

Propuesta de un plan de marketing para el consultorio Doctores Brito de la Parroquia Junquillal. Tabla.

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

ESCUELA DE NEGOCIOS

MAESTRIA EN GERENCIA DE INSTITUCIONES DE SALUD

PLAN DE GESTION GERENCIAL PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS DE SALUD EN UNA UNIDAD PRIVADA

MATRIZ DE EVALUACION DE ALTERNATIVAS DE SOLUCION

PROBLEMA	CAUSA	EFEECTO	DESAFIOS	ALTERNATIVAS DE SOLUCION	UNIDAD DE GESTION RESPONSABLE
Déficit gestión de marketing digital para la captación de nuevos clientes al consultorio Doctores Brito.	Falta de interés en marketing	Bajo incremento de usuarios	Incentivar a las máximas autoridades que conllevan este proyecto su importancia	Incentivar a las máximas autoridades que conllevan este proyecto sobre los beneficios	Gestión de marketing y financiera
	Falta de conocimiento de los servidores	Aumentos empíricos de servicios	Dar a conocer los beneficios de realizar marketing digital	Mantener marketing tradicional como base de socialización	Gestión de marketing
	Falta de procesos para un plan	Disminución de la oferta de la cartera de	Realizar un plan estratégico con las herramientas de	Elaboración de un plan formal de	Gestión de marketing

de estratégico de marketing	servicios que conlleve aun descenso de pacientes	mercado que permitan captar fidelizar a los clientes	estrategia en marketing	
Aumento de galenos eventuales	Disminución de galenos eventuales	Garantizar a la población que el establecimiento es su primera opción	Crear testimonios creyentes de tratamientos satisfactorios	Gestión de marketing

Nota:

Elaborado por la fuente: Od.

Fernando Brito

Fecha: 22/01/23

CAPITULO II

JUSTIFICACION Y APLICACIÓN DE METODOLOGIA A UTILIZAR

METODOLOGÍA:

Esta investigación es de tipo explicativa, con un diseño experimental, según la secuencia temporal es un estudio longitudinal, con una cronología de los hechos prospectivo con un enfoque cualitativo. Realizada en el consultorio Doctores Brito de la Parroquia Junquillal del cantón Salitre, en el año 2023, sobre la situación del consultorio en actualidad en competencia de gestiones de marketing observando los datos históricos y actuales.

Este tiene un enfoque explicativo donde busca los problemas históricos de la institución, para una promejera en el mercado del marketing, como son los usuarios, localización de medios publicitarios, buyer de personas, tiempo y espacio publicitario.

Para esto se ejecutará un análisis de entrevistas a las máximas autoridades del consultorio, como ha funcionado su marketing durante los años de apertura, luego se emplea la aplicación del sistema FODA para un diagnóstico de mercado y planificar cual sería la estrategia correcta.

Segmento de mercado

Según el INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, en cuanto al cantón Salitre mantiene en total 65,765 habitantes de los cuales mantiene 13,304 habitantes en la Parroquia Junquillal en el último censo. Teniendo criterios de exclusión e inclusión, los usuarios escogidos para este estudio se designan en grupos etarios de 18 a 35 años donde su población radica en 8.009 habitantes de la Parroquia Junquillal y del nivel socioeconómico C+ y C-, teniendo como referencia. (INEC, 2022)

Muestra Cualitativa

Se estable entrevista a grupos focales, que indican la variable universal para relacionarlos estrictamente con el estudio relacionado.

Muestra cuantitativa

Mediante el método aleatorio simple, se calculará el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Nivel de confianza $Z = 95\%$

Proporción de la población con la característica deseada $P = 0.6$

Proporción de la población con la característica no deseada $q = 0.6$

Margen de Error $e = 9\%$

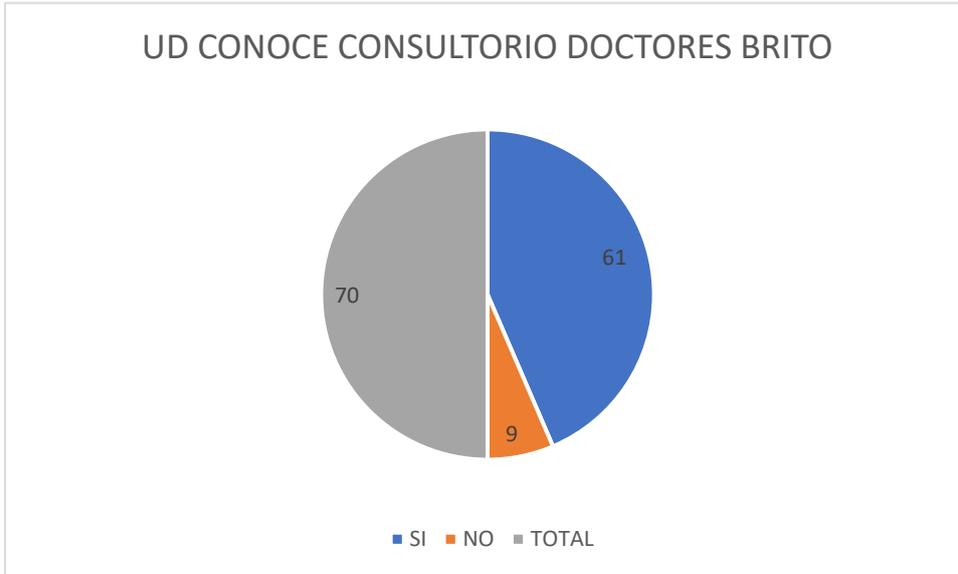
Tamaño de la muestra $n = 70$

Se realizó una encuesta a 70 personas con el fin de buscar información de calificación alta del consultorio doctores Brito, se utilizó el programa de Excel 2016 para la ejecución de los datos.

Resultados

Al haber realizado encuesta a 70 usuarios de la población de la Parroquia Junquillal. Según las encuestas se observa que el consultorio doctores Brito tiene un reconocimiento por su trayectoria con un 87,14%, favorable algo que lo hace una entidad sólida.

Tabla 1. Ud. Conoce consultorio Doctores Brito



Usuarios que han hecho uso del servicio de salud 14,28 lo cual no lo hace favorable, buscando más información realizamos una pregunta clave según su trayectoria indicando si han escuchado testimonios positivos de los doctores Brito tenemos un 68,57% de resultados, como ultimo fomentamos a la promoción y ofertas tenemos una tasa de 92,85% con aceptación. En cuanto a la calificación de la atención buena tiene un 58, 57% y muy buena un 28,71, regular tiene un 2,85, mala y muy mala 0%.

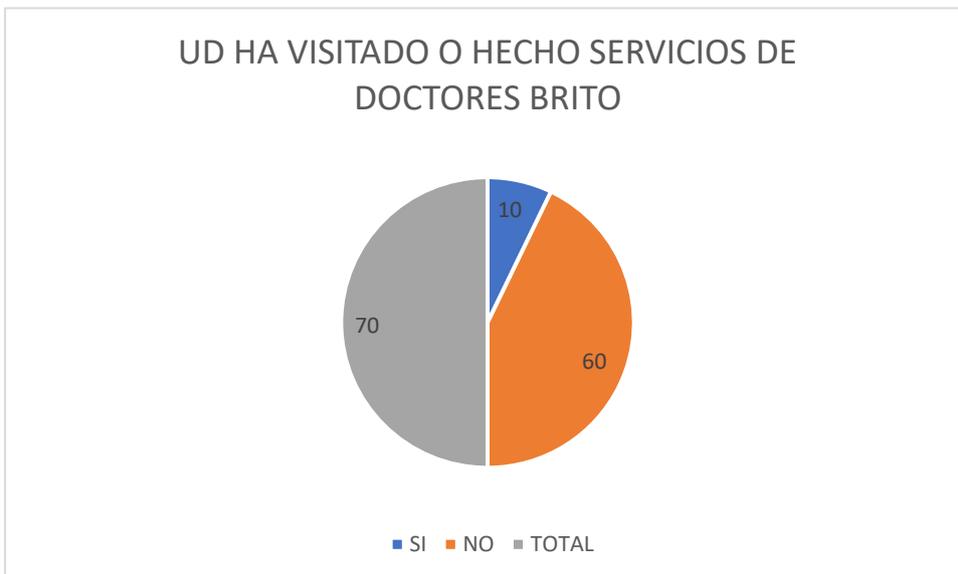


tabla 2. Ud. Ha visitado o hecho servicios de Doctores Brito

UD ESCUCHADO TESTIMONIOS POSITIVOS DE DOCTORES BRITO

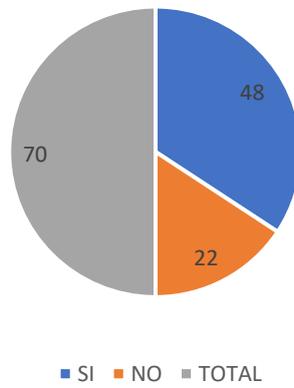


tabla 3. Ud. Ha escuchado testimonios positivos de Doctores Brito

LE GUSTARIA UD QUE DOCTORES BRITO REALICE PROMOCIONES DE SUS SERVICIOS

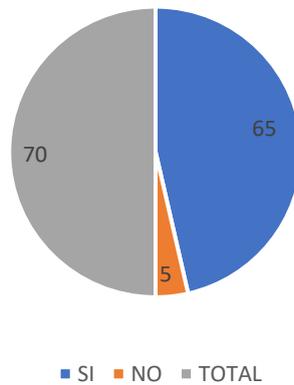


tabla 4. Le gustaría Ud. Que Doctores Brito realice promociones de sus servicios.

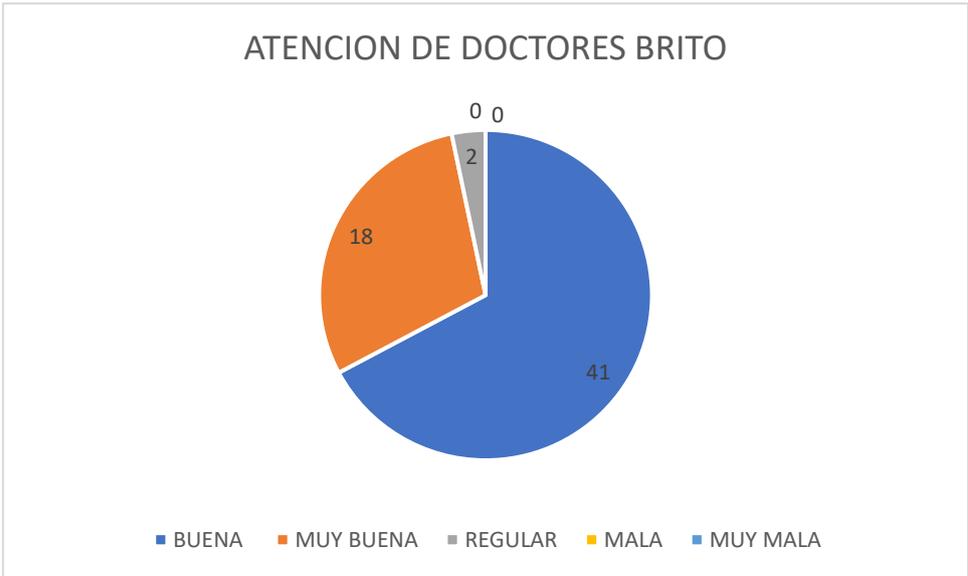


tabla 5. Atención de Doctores Brito

En el conocimiento de que consultorio doctores Brito forma parte de las redes sociales y se han sumado a ella con un si esta un 4,28% y con un no está 71,41% y no usa redes un 11,42. Mediante que el uso de volante física es nulo tanto en sí y no.



tabla 6. Ud sigue en redes sociales a el consultorio de Doctores Brito

Esta encuesta brinda un estudio simplificado de tener una buena aceptación por los años de trayectoria de la casa de salud, pero se observa un poco uso del

mismo mediante una interrogativa cual sería el no adquirir el servicio, mediante la encuesta se aspira a una aceptación favorable de ofertas y promociones, pero con un índice bajo de allegados a redes sociales por lo que se busca la forma de asociarlos.

Grupo focal

Se realiza una entrevista a quienes hacen participe de consultorio doctores Brito ya que son los que están a diario con la realidad de la casa de salud y en contacto con el usuario.

La atención brindada por los galenos es muy buena, cuenta con una comfortable infraestructura y dispositivos médicos de trabajo de considerables tecnologías. Mantiene un concepto de que los servicios brindados son los correctos siguiendo los lineamientos de protocolos de salud brindados en las escuelas de formación, se dispone la mejora en el aseguramiento de conocimiento transmitido a los usuarios para garantizar la información comfortable y satisfactoria al usuario sobre sus inquietudes, se refiere sobre la intervención de publicidad para actualizar los servicios ya que cuentan con una cartera de servicios empolvada significando que servicios que también prestan sea olvidados que los dan, en la casa de salud.

Además, se percibe un dinámico y comfortable ambiente, debido a que se toma la decisión de este plan de gestión se procede a la contratación de un servidor del área para que procese con los medios necesarios una correcta gestión, brindando todo el apoyo oportuno de investigación en cuanto a la historia. Se procede a la creación de un logo institucional con la creación de páginas en redes sociales, chat interactivo en la página oficiales, como el uso de WhatsApp, telegram, radio. Actualmente la página de Instagram mantiene una campaña que se llama "Sorteo de 3 Blanqueamiento Dentales" 509 seguidores favorable para el crecimiento en 3 semanas de apertura. Se suspende campañas por Radio por disminución de presupuesto.

Los usuarios prefieren promociones hoy en día, puesto que cumple con una correcta ubicación y trayectoria de experiencia clínica, brindando atención de los

servicios de salud con calidad y calidez, tan solo queda ofrecer promociones para la captación de más usuarios por ese medio.

Después del servicio de salud se brinda una encuesta, para obtención de la calificación del servicio de salud optando conocer la satisfacción del cliente. Se observa entidades pasajeras a ofrecer servicios de salud ya sea privados o públicos por lo que realizan campañas aleatorias con medios desconocidos, poniéndolos como competencia sin embargo abandonan el destino Junquillal una vez cumplido su tiempo de vida publicitaria.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE SOLUCIÓN

PLANTAMIENTO ESTRATÉGICO

ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL:

Mediante el análisis pestel se realiza al consultorio Doctores Brito en la práctica privada, para poder establecer el impacto socio económico y en el ámbito político y tecnológico cuál sería su macro impacto donde refleje información oportuna para crear ventajas competitivas. (Mercado, 2022)

Entorno social

Considerando que la Parroquia Junquillal tiene alrededor de 13,000 habitantes distribuidos en diferentes recintos en un perímetro de 35km², presentan dificultades para el acceso a el lugar de destino de la casa de saludo debido a los caminos vecinales con poco mantenimiento y el compromiso del rio pula con fenómenos naturales que se hacen oportuno en épocas del año, en Junquillal actualmente se encuentran con personas con alto rangos 18 a 40 años de edad, personas que se ubica como trabajadores lo que motiva al consultorio expandirse a esta población con su marca de salud. (INEC, 2010)

Entorno político

En base a la ley orgánica de salud artículo 1, en base a la ley que regula las empresas privadas de salud y medicina prepagada artículo 1-2. Permitiendo un funcionamiento oportuno por parte del ACCESS Agencia de Aseguramiento de la Calidad de los Servicios de Salud y Medicina Prepagada.

Entorno económico

Siendo una parroquia rural su auge principal, es la agricultura como actividad campesina siendo la principal fuente de ingreso económico, reactivando la economía en la parroquia.

Entorno tecnológico.

La ciencia avanza conjunto con la tecnología, mientras más años avanzan la tecnología da un gran avance oportuno en diferentes áreas, es cuestión de saberlo utilizar a bienestar general, visto que el campo de la salud se implementa nueva tecnología donde se reduce el tiempo del servicio y beneficia al costo/beneficio de la casa de salud.

ANALISIS DE LA INDUSTRIA DE SERVICIOS DE SALUD (M. PORTER)

Poder de negociación de los clientes

La clase económica C+ y C- tiene un elevado índice de negociación por lo que motiva a la discusión al establecer un negocio de salud, ya que todo se ve reflejado en su capacidad monetaria para poder elegir.

Poder de negociación de los proveedores

Los insumos que manejan la casa de salud son de origen nacional y extranjero debidamente con sus registros sanitarios, debido a la demanda de pedidos ya las casas comerciales tienen un convenio con esta casa de salud.

Amenaza de competidores entrantes

Existen una gran demanda de precios ofertados por servicios de baja calidad, y profesionales poco capacitados para resolver complicaciones, en cuanto al

departamento de odontología del consultorio suele ser cotidiano llegar procedimientos muy pobres lo que elimina la tasa de éxito de cada tratamiento.

Amenaza de nuevos productos sustitutos

La amenaza con mayor facilidad es el fácil acceso de viajar a la parte urbana donde existe más establecimiento de salud que pueden pernotar de los mismos servicios, siendo esto punto en contra por lo que mantiene un marketing atractivo por medios digitales que es la fuente de visualización actualmente.

Rivalidad entre competidores

El servicio de salud privado tiene a galenos disponer de los servicios en sus entidades como tal, para esto la OMS dispone que por cada 10.000 habitantes deberá haber 23 personal de salud de cada área, aunque existe tres galenos más en la parroquia que brindan sus servicios. (OMS, 2015)

En la Parroquia Junquillal, da figura de salud en binomio medicina / odontología, solo Doctores Brito, por lo que lo hace atractivo encontrar todo en un solo lugar, para comodidad del usuario, sin embargo cuesta con la competencia dividida por sectores de salud en odontología y medicina, por el lado de medicina, existen galenos inestables que brinda su cartera de servicios contemplando una cordialidad amistad profesional, y en lado odontología se conoce los odontólogos de la zona pero no comparten amistad profesional ni rivalidades que garanticen un mal ambiente laboral.

DIMENSIONES DEL ENTORNO

ANALISIS FODA:

Consultorio Doctores Brito posee cualidades positivas para un plan de gestión.

Los galenos del consultorio poseen una amplia experiencia y por su trayectoria ya son conocidos en el medio local. Teniendo en cuenta que se va gestionar por primera vez el plan de marketing digital se espera unos potenciales resultados óptimos para el beneficio de la casa de salud.

DEBILIDADES: infraestructura alquilada, ambiente no idóneo, servicios básicos, competencias de colegas, ofertas devaluadas al mercado global, población con captación de información básica.

FORTALEZAS: experiencia laboral, apellido con renombre de quienes ofrecen los servicios, criterios reales satisfactorios de pacientes atendidos en la ambigüedad, credibilidad, cumplimiento de servicios ofrecidos al usuario, ubicación estratégica.

AMENAZAS: promociones cohetes, consultorios ocasionales, subcentro de salud pública, servidores privados.

OPORTUNIDADES: mercado mal atendido por la competencia, servicios básicos ofrecidos por competencia, necesidades primarias y secundarias de salud sectorial.

PLANIFICACION ESTRATEGICA

MISIÓN

Establecer un concepto como entidad de salud multidisciplinario donde se es capaz de solventar las necesidades de atención primarias de salud. Priorizando lo siguiente:

Controlar problemas de salud presente en nuestros usuarios.

Educar los usuarios sobre la importancia de salud general

Capacitación permanente del desarrollo del avance científico.

VISIÓN

Consultorio Doctores Brito es una entidad de salud que brinda las primeras necesidades de atención primaria de salud al bienestar de la comunidad, tanto en el ámbito medico u odontólogos hacemos hincapié preferencial la salud ante todo es lo primero.

VALORES

Consultorio doctores Brito tiene como prioridad que sus pacientes tengan una atención medica odontológica asistida permanentemente dentro de su parroquia.

La colaboración oportuna de todos los subalternos que brindan su apoyo a la casa de salud.

Consultorio doctores Brito promueve a la cultura en salud conversando los principios éticos y sociales por el servicio de estas profesiones de la salud.

OBJETIVO INSTITUCIONALES:

Sembrar una entidad de salud autónoma con la credibilidad de los usuarios que facilitan el crecimiento potencial para que se ejecute una realidad.

PRINCIPIOS ÉTICOS:

Al ser miembro de salud se contemplan varios principios tanto médicos como odontológicos de manera que esta propuesto el trato igualitario, información sobre tratamientos, calidad en el servicio, confidencialidad y almacenamiento del historial clínico.

POLÍTICAS:

Define principios y objetivos en salud, siendo una macro-orientación que prioriza la exigibilidad del derecho a la salud.

PLAN DE GESTION GERENCIAL

EXPOSICION DE PROPUESTA DE SOLUCION

Este plan de gestión está enfocado en la búsqueda de actividades que ayuden a resolver problemas en la casa de salud evidenciados en los estudios, para esto está el siguiente esquema.

GESTION	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	TAREA	% TAREA APORTADA A LA ACTIVIDAD	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO
GESTION ADMINISTRATIVA	Creacion de un comité con las áreas oportunas.	formacion de politicas, para tener un enfoque localizado del marketing y no generalizado o arbitrario.	Realizar un programa y obtencion de aprobacion	12%	Cronograma de areas aprobadas
			Elaboracion de una esquema para llevar a cabo el proceso del marketing	88%	Ejecucion de lista de procesos y practicos en marketing.
	Establecer una calidad de sastifaccion de los usuarios	Emplear sistemas de evaluacion que permitan la deteccion temprana de incoformidades donde no se dejen bajar la sastifaccion del cliente	Realizar capacitacion al personal de la casa de salud en temas con atencion al usuario.	12%	Guia de puntos a seguir / guia de puntos previstos.
			Calificar las encuestas realizadas para medir la sastifaccion del usuario	88%	Encuestas llenas/ Encuestas necesitadas
GESTION MARKETING	Incorporar un plan de promocion de los servicios de salud que presta la casa	Campaña publicitaria con sorteo atrativos con el logo de la institucion. Evolucion y monitoreo de la campaña.	Elaboracion de un cronograma para aprobacion	50%	Crear programa de trabajo requerido y aprobado
			Realizar la campaña publicitaria por medios locales redes sociales, chat interactivos.	50%	Preguntas a los grupos etarios
	Dinifion de estrategia de marketing y ejecutar el mismo.fidelizar y posicionamiento de la marca es el objetivo	Estrategia de estudio de mercado, Estrategia de publicidad	Realizacion de encuesta del posicionamiento del consultorio despues de las campañas,	35%	Encuestas llenas/ Encuestas necesitadas
Crear una estrategia para el grupo de personas que se dirige la publicidad.			65%	Ubicar los grupos de edades atendidos en años anteriores con el año en ejecccion	
GESTION FINANCIERA	Establecer el costo/beneficio en las campañas publicitarias que se realice teniendo en cuenta competitividad y su financiacion.	Indicar como se estaria efectuando las campañas publicitarias por costo/beneficio	Estrategia financiera	40%	Indicar presupuesto que se necesita/ y el presupuesto aprobado
			Establecer el presupuesto del año en marketing	60%	Facturar el presupuesto real/ ejecccion el presupuesto previsto

MONITOREO DEL PLAN DE GESTION DE MARKETING

El monitoreo es el proceso continuo y sistemático mediante el cual se verifica la eficiencia y la eficacia de un proyecto mediante la identificación de sus logros y debilidades y, en consecuencia, se recomiendan medidas correctivas para optimizar los resultados esperados del proyecto.

DOCTORES BRITO	SITUACION	OBSERVACION
ENTIDAD:	PRIVADA	creada para prestacion de servicios de salud con fines de lucro.
NIVEL JERARQUICO:		Al ser un consultorio pequeño forma parte de una organización unanime.
PROPIETARIOS	Dr. Jorge Luis Brito V. Y Dr. Fernando Brito L.	
MEDICO	DR. JORGE LUIS BRITO VELEZ	
ODONTOLOGO	DR. FERNANDO BRITO LARA	
COOPERADORES	LCDO. FERNANDO BRITO V.	

GESTION ADMINISTRATIVA

Teniendo a los galenos como máxima autoridades jerárquicas del establecimiento brindan la oportuna administración individualizada de cada área de atención, poniendo como respaldo su sistema financiero para aprobar el proyecto y a su vez, colaborar en la gestión de este ya que con ellos son los contactos directos del usuario y dependerá mucho de la calificación optima. Por ello se llevará a cabo el proceso como tal en el 2023 a 2024.

Formando parte de la creación de los comités se dará a cabo establecer la calidad de satisfacción de atención a los usuarios, mediante encuestas.

GESTION DE MARKETING

El líder de marketing está en cargo de desarrollar las actividades planificadas para las estrategias del mercado como, promociones, ofertas, planes de descuento, planes corporativos, planes familiares, fechas conmemorativas, por

medios de difusión más usados en la actualidad como es: redes sociales, chat interactivo. Una vez socializado la participación de líder, sería monitorizado por las máximas autoridades del establecimiento, en encuestas donde se pueda medir la tasa de éxito del plan de gestión, de esta manera se ejecutará cada proceso coordinadamente para diagnosticar su impacto mensualmente.

Incorporación de un plan de promoción de los servicios de salud que presta la casa de salud:

Estrategia: Siendo las redes sociales en la actualidad líderes en el comercio, es justo apuntar en dirección a estas, de manera libre ocupando primero un puesto accesible con medios de difusión tu utilizando la siguiente reforma;

- A. Crear logotipo institucional, que permita reconocerse en el mercado local, como una marca establecida.
- B. Creación de medios digitales, con invitación a un grupo etario, promedio que manipule dichos medios de manera habitual. Con el objetivo de crear comentarios positivos entre visitantes.
- C. Creación de contenidos atractivo para la localidad, considerando el grupo etario elite, como difusor; ejemplo: recrear contenidos de Ortodoncia donde se pueda visualizar cambios significativos de un antes y después hablando propiamente del departamento de odontología.
- D. Buyer de persona, asociadas al consultorio de alguna manera comprometida por amistad interpersonal, política, profesional, comercial, permite informar sobre nuevos contenido e iniciar un dialogo representativo para la casa de salud, que promueva a difusión del mismo, por medio del departamento médico, conociendo más a la población, hace una cordial amistad que ha perdurado por años siendo un grupo de ocho integrantes que son recurrentes y a su vez son personas influyentes de alguna manera en la parroquia.
- E. Creación de Facebook, seria de considerable importancia por ser la segunda cadena de difusión de mensajería más importante a nivel local, para esto se pretende conocer a detalle la información de cada habitante como nombres y apellidos y relevancia de rangos de edades, para posterior a la creación de la página de Facebook hacer la cordial invitación a estos usuarios que sean seguidores. Motivando con sorteos de intereses ajenos. Teniendo en Facebook una plataforma llamada markeplace de manejo gratuito y local, está indicada para la promoción del servicio, claro está, que indica sus políticas de uso para transmitir de

alguna forma apoya a los micro emprendedores: (Los productos que se venden en Facebook, Instagram y WhatsApp deben cumplir nuestras Políticas de comercio. Paralelamente, los productos que se venden en Facebook deben cumplir sus Normas comunitarias, mientras que aquellos que se venden en Instagram deben cumplir las Normas comunitarias de esta otra plataforma. Por su parte, los vendedores y los compradores tienen la obligación de cumplir todas las leyes y normativas aplicables. El incumplimiento de nuestras políticas puede tener distintas consecuencias, entre otras, la eliminación de publicaciones y otro contenido, el rechazo de etiquetas de producto o la suspensión o retirada del acceso a algunos o todos los espacios o las funciones de comercio de Facebook, Instagram y WhatsApp. Si publicas contenido que infrinja nuestras políticas reiteradamente, es posible que tomemos medidas adicionales en tu cuenta. Nos reservamos el derecho de rechazar, aprobar o eliminar publicaciones por cualquier motivo en cualquier momento y según nuestro criterio exclusivo.)

- F. Crear una base de datos con registros de nombres y apellidos con números telefónicos en WhatsApp que permitan, la mensajería instantánea y facilidad de comunicación en la relación médico/ paciente, con el objetivo de una correcta interacción que fidelice al usuario a regresar al establecimiento.
- G. Instagram, siendo una plataforma de contenido de imagen es considerable para un grupo etario, que puede visualizar imágenes, videos de cortometrajes y fácil captación, donde se pueda evidenciar un antes y después de los profesionales que realicen un procedimiento.
- H. Habiendo una creación de contenido es importante quien recepta información y responde los mensajes solicitando información, porque es la captación a los futuros clientes, para estos la persona detrás de los medios debe ser disciplinado y capacitado de manera comercial y profesional.
- I. Propuesto los ítems anteriores se estable, el estudio medible de tasas de éxitos con fines de promejas, para los correctos resultados del plan de gestión de marketing digital.

Ejecución de estrategia

Sorteo de Blanqueamiento.- El campo de la odontología estética es un mercado actualmente muy atractivo según las tendencias actuales, una bonita sonrisa refleja belleza, con la oportuna colaboración del departamento de odontología de Doctores Brito se realiza el sorteo de 3 blanqueamiento dentales, en la plataforma de Instagram, como base donde se puede medir las visitas e interacciones de nuevos usuarios, con la colaboración de Google maps dentro de Instagram permitimos asociar el nombre de la parroquia que ya contaba con seguidores de esta forma se permite visualizar de manera loca, difundiendo verbalmente en la casa de salud, con la colaboración del grupo de buyer de personas, y la plataforma de Facebook con un en vivo, permite obtener una audiencia de seguidores importante, para el crecimiento potencial de la página y a su vez el crecimiento de contenido de los servicios que presta es primordial para la alimentación de una página donde pueda observarse que más puede ver, con gráficos siendo una población, que puede captar mensajes con gráficos reales, antes de disponer lenguaje técnico y de difícil comprensión.

GESTION FINANCIERA

la tabla de contenido es realizada con los lideres del establecimiento apoyado de lo requerido por el especialista de marketing comprendiendo que todo lo solicitado va a ser usado en un año aproximadamente, mediante este presupuesto se efectuara con el crecimiento potencial de nuevos usuarios a la casa de salud lo que demandaría éxito medible en el número de encuesta dentro de la atención egresada.

RECURSOS	TALENTO HUMANO	DESCRIPCIÓN	HORAS MES	MESES REQUERIDO	TOTAL HORAS PLAN	VALOR HORA	TOTAL
	Comité de implementación	Propietario	5	12	60	8	480
		Asistente	2	12	24	6	144
	Otros de apoyo	Especialista en Marketing	9	6	54	8	432
		Tercerización	1	6	6	1,5	9
	MATERIALES	DESCRIPCION	CANTIDAD MES	MESES REQUERIDO	TOTAL PLAN	VALOR UNITARIO	TOTAL
	Material de Oficina	Hojas de papel bond	600	12	7200	0,03	216
	Material de Oficina	Esferos	24	12	288	0,19	54,72
	Redes Sociales	Crear redes	4	12	48	3	144
	EQUIPAMIENTO	DESCRIPCION	CANTIDAD MES			VALOR UNITARIO	TOTAL
Material de Computo	laptop	2			520	1040	
Material de Computo	impresora	1			320	320	
Equipo electronico	android	2			280	560	
OTROS	DESCRIPCION	CANTIDAD MES			VALOR UNITARIO	TOTAL	
Imprevistos						380,56	
Total del presupuesto estimado para el desarrollo del plan de gestion gerencial						3,780,28	

Fuente: Od. Fernando Brito Lara

Autor: Od. Fernando Brito Lara

CAPÍTULO IV

EVALUACION E IMPLEMENTACION INTEGRAL DE GESTION GERENCIAL

Evaluar las propuestas establecidas durante el tiempo establecido en la estrategia de marketing para observar los resultados obtenido debe ser medible esta reacción por lo que se emplean medios para cuestionar el alcance del líder en base a lo establecido, para esto tenemos un punto de referencia de una estrategia de marketing mensual mientras que las evaluaciones a los usuarios y al establecimiento se ven de manera trimestral. Esto tendrá inicio en julio del 2023 a marzo del 2024.

Existe una gran importancia de evaluar para poder corregir errores que se presenten duran la ejecución del proyecto de marketing y permitir así repuntar como primera en mercado de la salud en todo contexto.

Para contemplar los resultados se sugiere una evaluación de los indicadores contemplados en el proyecto; los mismo que serán ejecutados como, asistencia del comité, integrantes, ejecución de cada acción, fortalecimiento de competencias, capacitaciones, rendimiento de trabajo mensual, metas.

Sin embargo, es idea semaforizar los indicadores en el resultado del rendimiento como está establecido en la siguiente tabla a continuación donde detalla el color rojo 0 a 49% demostrando así la poca cooperación o resultados del mismo. Seguido de un intervalo de 50 a 80% que demanda de más trabajo, y por último 81 a 100% entrando con un rango de éxito buscado en el proyecto.

COLOR	PORCENTAJE DE AVANCE
ROJO	0% - 49%
AMARILLO	50%- 80%
VERDE	81% - 100%

LIMITACIONES Y/O RESTRICCIONES EN LA GESTION GERENCIAL

- Establecer un dominio del mercado con precios sin prostitución profesional, brindando armonía en el ámbito comercial
- Restringir publicaciones de invitación por medios difusión de radio del consultorio, estableciendo solo publicidad gratuita que permita realce en la búsqueda de la marca.
- Debido al poco personal se debe limitar acceder a otros gastos hasta no establecer una mejoría estándar en el consultorio puesto que puede llevar a tomar otras acciones a nivel gerencial.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El consultorio doctores Brito actualmente basado en encuesta se demuestra que tiene una tasa de éxito de conocimiento rentable por lo que es oportuno brindar una categoría idónea de comercio digital estableciendo un marketing idóneo y establecido, sin embargo sus autoridades máxima al estar poco actualizado en el área del comercio entra una discusión de una rentabilidad estándar por lo que se sería rentable una ejecución de un departamento de marketing que conllevar al progreso transitorio y no temporal de los mismo.

Manteniéndose en el mercado duran 40 años permite ejercer seguridad mientras que por medio de los galenos es inestable la seguridad por los honorarios brindados contemplando que las ofertas no siempre se mostraran y el temor a

que la población solo acuda a medios de oferta y demande así la baja de honorarios dispuso los galenos, dicho esto se recomienda y se sugiere otro estudio oportuno para la mejorar de esas inquietudes o su vez establecer en una segunda transición la interrogante.

RECOMENDACIONES

Se recomienda establecer un proyecto de liderazgo de marketing por parte de los galenos brindando así una mejor empatía a sus usuarios que permitan el alcance inmediato de sus propias ideas. Fomentando así la necesidad de una apertura del departamento de marketing administrados por las máxima autoridades de la casa de salud doctores Brito.

Bibliografía

- Faruk, M. (2021). Cómo evolucionó el marketing digital con el tiempo: un análisis bibliométrico en la base de datos scopus. *Heliyon*, 7(12). doi:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08603>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2022). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Jurez Acosta, F. (2018). Principios de Marketing. *Universidad del Rosario*.
- Mercado, c. a. (5 de 1 de 2022). El analisis pestel. *UNO Sapiens Boletín Científico de la escuela Preparatoria*, 4(8).
- OMS. (2015). *Organizacion Mundial de la Salud*. Obtenido de https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10947:2015-pahowho-highlights-need-train-more-nursing-personnel&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0
- Ravangar, R. K. (2020). Cómo la combinación de marketing (7P) afecta la selección de un hospital por parte de los pacientes: experiencia de un país de bajos ingresos. *J. Egipto. Publico Salud*. doi:<https://doi.org/10.1186/s42506-020-00052-z>
- Rengel, M. (2022). Ventajas del Marketing Digital en el sector comercial de Ecuador, en tiempos de covid. *Espacios*, 43. doi: 10.48082/espacios-a22v43n03p05
- sanchez, p. d. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing*. Antequera, Málaga: IC.
- Vargas, A. (2015). *Marketing y plan de negocio de la microempresa (Vol. 1)*. Malaga, España: IC Editorial.

GLOSARIO

Marketing. - Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto. "los estudios de marketing son fundamentales para el lanzamiento comercial de un producto"

Gestión. - Acción o trámite que, junto con otros, se lleva a cabo para conseguir o resolver una cosa. "las autoridades continúan con las gestiones necesarias para conseguir repatriar al resto de ciudadanos retenidos". Conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa. "una buena gestión hace que las empresas funcionen"

Experiencia. - Conocimiento de algo, o habilidad para ello, que se adquiere al haberlo realizado, vivido, sentido o sufrido una o más veces. "todavía le falta experiencia, dentro de unos años tocará mejor" Conjunto de conocimientos que se adquieren en la vida o en un período determinado de ésta. "la experiencia me dice que no debo beber más de dos copas de vino porque me sienta mal" Circunstancia de tener este conocimiento. "este médico tiene mucha experiencia en casos de hepatitis" Suceso o hecho del que se obtiene este conocimiento. "un conocido biólogo vendrá a contarnos sus experiencias en la selva amazónica" Experimento o prueba hecha con rigor científico para determinar las cualidades y la eficacia de algo o verificar una hipótesis o principio. "pasará revista a diversas experiencias piloto puestas en marcha en varias áreas de la administración"

Socialización. - Acción de socializar o socializarse. "la socialización del niño necesita, para afianzarse, que este viva en su entorno familiar unas relaciones equilibradas y constructivas" Efecto de socializar o socializarse. "con la socialización de la medicina el acto médico ha perdido mucho de su antiguo significado"

Líder: Persona que encabeza y dirige un grupo o movimiento social, político, religioso, etc. "líder político" Persona o cosa que ocupa el primer lugar en una clasificación o competición. "el ciclista boliviano fue el líder durante tres etapas"

Facebook: Facebook es una red social pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más popular de todas las existentes en la actualidad con cerca 2.200 millones de usuarios activos cada mes.

WhatsApp: WhatsApp no es solo una aplicación de mensajería, pues permite otro tipo de comunicaciones interactivas. Una de las más importantes son los audios. Además de las fotos, vídeos, ubicación, documentos y contactos, WhatsApp permite enviar audios grabados instantáneamente entre los usuarios.

Instagram; ¿Qué es Instagram? Instagram es una red social principalmente visual, donde un usuario puede publicar fotos y videos de corta duración, aplicarles efectos y también interactuar con las publicaciones de otras personas, a través de comentarios y me gusta.

Buyer de persona: Un buyer persona es una representación ficticia del público objetivo de una empresa mediante la que podemos conocer con detalle a su audiencia para crear estrategias de marketing lo más orientadas posible a partir de sus necesidades.

Análisis de contenido; El análisis de contenidos es una herramienta de gran utilidad basada en el análisis y la interpretación de fuentes documentales y en identificar los códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido manifiesto, el contexto en el que surge y se desarrolla el mensaje, para descubrir y evidenciar sus contenidos

Anexos

Anexo 1. Acta de solicitud de permiso para realización del proyecto en la casa prestadora de servicios de salud privados.

Junquillal, 23 de noviembre del 2022

Dr. Jorge Luis Brito Vélez.

Fundador del Consultorio Medico / Odontologico "Doctores Brito de Junquillal"

Presente.-

Yo, Fernando Andrés Brito Lara, con C.I. 0931538649, odontólogo de esta casa de salud, solicito me conceda el permiso para recopilar información pertinente a mi proyecto de finalización de maestría: PLAN DE GESTIÓN GERENCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE MARKETING DIGITAL EN EL CONSULTORIO DE DOCTORES BRITO DE LA PARROQUIA JUNQUILLAL DEL CANTON SALITRE EN EL AÑO 2023-2024, así como para su adecuación e implementación, cabe recalcar que los datos serán usados con la mayor ética posible.

Agradeciendo de antemano la atención prestada a la presente.

Atentamente,


Dr. Fernando Brito Lara MSc.
ODONTOLOGO
C.I.: 0931538649
REG. SENESCYT: 1028-2021-2376345

Od. Fernando Brito Lara.

C.I. 0931538649

Anexo 2. Evidencia Fotográfica

Fotografía 1. Video de difusión del sorteo con tiempo de 26 segundos.



Fotografía 2: difusión del sorteo con un alcance en ese entonces de varios me gustas.



Fotografía 3. Estadística de la publicación del sorteo



Fotografía 4: estadística de la publicación.

