

Universidad Siglo 21



MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA
APERTURA DE UNA CLINICA
ODONTOLOGICA EN EL BARRIO
ITUZAINGÓ- CÓRDOBA.**

Por

Jorge Rubén Rocca

Legajo: VMBA00040

DNI: 17.348/.629

Director de Tesis: **Leonel Menna**

Córdoba, Argentina

Enero 2024

ÍNDICE

ÍNDICE	1
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
2. SISTEMAS DE OBJETIVOS	4
2.1 Objetivo General	4
2.2 Objetivos Específicos	4
3. JUSTIFICACION	4
4. MARCO TEÓRICO	6
Definición de plan de negocio	6
Etapas del plan de negocio	7
1. Análisis e investigación de mercado:	7
2. Estudio legal:	11
3. Estudio técnico:	11
4. Estudio administrativo:	13
5. Estudio de impactos ambientales y sociales (EIAS):	13
6. Estudio financiero:	13
Plan de negocio y plan financiero	16
Actividad odontológica	17
5. METODOLOGÍA	21
Tipo de estudio y diseño	21
Participantes	22
Instrumentos	22
Análisis de datos	24
6. RESULTADOS OBTENIDOS	26
6.1 Datos demográficos:	26
6.1.1 Edad:	26
6.1.2 Género:	27
6.1.3 Ocupación:	28
6.1.4 Conciencia y necesidad de servicios odontológicos:	29
6.1.5 Frecuencia de visitada a dentista en los últimos dos años	30
6.1.6 Motivos de búsqueda de servicios odontológicos en el pasado	31
6.1.7 Acceso a servicios odontológicos:	32

6.1.8 Mejoras y necesidades adicionales:	39
6.1.9 Información adicional:	55
7. PLAN DE NEGOCIOS.....	58
7.1 Descripción del emprendimiento	58
7.1.2 Planeación estratégica: misión, visión y valores	62
Misión	62
Visión.....	62
Valores.....	62
7.2 Análisis del Macroentorno	64
7.2.1 Análisis PESTEL.....	64
7.2.2 Análisis del Microentorno	75
7.2.3 Análisis FODA	75
7.2.4 Las 5 fuerzas de PORTER.....	79
7.3 Modelo CANVAS para el negocio de servicios odontológicos.....	96
7.4 Estrategia comercial	98
7.5 Estrategia de producción	102
7.6 Estrategia de RRHH	103
7.7 Plan económico y financiero	105
7.7.1 Análisis del mercado objetivo	105
7.8 Análisis y evaluación	112
8. CONCLUSIONES	113
9. REFERENCIAS.....	116
10. ANEXOS	119

INDICE TABLAS Y FIGURAS

Figura 6.1 -Edad	16
Figura 6.2 - Género	17
Figura 6.3 - Ocupación	18
Figura 6.4 - Necesidad servicios odontológicos	19
Figura 6.5 - Frecuencia visita Dentista	20
Figura 6.6 - Motivos búsqueda servicios odontológicos en el pasado	21
Figura 6.7 - Disponibilidad de clínicas	22
Figura 6.8 - Dificultad para encontrar clínicas	23
Figura 6.9 - Factores para la elección de clínica	24
Figura 6.10 - Barreras de acceso a los servicios odontológicos	25
Figura 6.11 - Dificultades de acceso a seguros dentales o cobertura de servicios	26
Figura 6.12 - Barreras de información o educación para acceder a los servicios	27
Figura 6.13 - Mejoras Esperadas	29
Figura 6.14 - Percepción necesidad de servicios adicionales	30
Figura 6.15 Satisfacción general de los residentes.....	42
Figura 6.16 Facilidad de acceso a servicios odontológicos en la zona.....	43
Figura 6.17 Evaluación de la calidad de los servicios odontológicos en la zona.....	44
Figura 6.18 Asequibilidad de los precios de los servicios odontológicos en la zona.....	45
Figura 6.19 Tiempo de espera para conseguir un turno en clínicas odontológicas en la zona.....	46
Figura 6.20 Satisfacción con el tiempo de espera para conseguir un turno en clínicas odontológicas en la zona	47
Figura 6.21 Influencia de la publicidad en la elección de una nueva clínica odontológica.....	49
Figura 6.22 Impacto de las recomendaciones de amigos o familiares en la elección de una clínica odontológica.....	50
Figura 6.23 Preferencias en cuanto a la relación entre calidad y precio en servicios odontológicos.....	51
Figura 6.24 Preferencias de recepción de información acerca de la apertura y promociones anticipadas de una nueva clínica odontológica.....	53
Figura 6.25 Preferencias de promociones antes de la apertura de una clínica odontológica.....	54
Tabla 7.1 - Análisis FODA	55

Tabla 7.2 - Escala y evaluaciones de las 5 fuerzas de Porter	56
Tabla 7.3 - Calificación de las fuerzas de Porter	57
Figura 7.1 - Diagrama Radial 5 Fuerzas de Porter	61

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Guía de preguntas entrevista a odontólogos.....	119
Anexo B. Guía de cuestionario	122
Anexo C. Respuestas entrevistas	128

RESUMEN

El presente plan de negocios tuvo como objetivo principal estudiar la viabilidad económica y financiera de una clínica odontológica que se establecerá en el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba en el año 2023. Para ello, se han planteado los siguientes objetivos: determinar las oportunidades del negocio para establecer cuál será el modelo de negocio y la estrategia de implementación. Desarrollar un estudio de mercado para analizar el sector de la salud bucal y la demanda del servicio. Realizar un estudio económico, para determinar los costos, inversiones necesarias y el estado de resultado proforma. Para lograr el éxito, se implementó una planificación estratégica sólida que definió la visión y misión de la clínica, se analizó el entorno y la competencia, establecieron objetivos específicos, se diseñó estrategias de marketing y ventas, se optimizó la gestión de recursos y se promovió la adaptabilidad frente a cambios en el entorno empresarial. El plan de negocios incluyó la segmentación del mercado, el desarrollo de servicios especializados, la flexibilidad en los precios, la adquisición de tecnología, la capacitación del personal y la posibilidad de expansión a futuro. Además, se ha contemplado un plan de contingencia para enfrentar situaciones inesperadas. En conclusión, el plan de negocios para la apertura de la clínica odontológica busca establecer un negocio exitoso, competitivo y sostenible en el tiempo. Con una estrategia bien definida, una gestión efectiva y la flexibilidad necesaria, se aspira a convertir a la clínica en un referente en la ciudad de Córdoba, brindando servicios de alta calidad y contribuyendo al bienestar y la salud dental de la comunidad.

Palabras clave: plan de negocios, clínica odontológica, viabilidad económica y financiera, planificación estratégica.

ABSTRACT

The present business plan had as its main objective to study the economic and financial viability of a dental clinic that will be established in the Ituzaingó neighborhood of the city of Córdoba in the year 2023. For this purpose, the following objectives were set: to determine business opportunities to establish the business model and implementation strategy, to conduct a market study to analyze the oral health sector and service demand, and to carry out an economic study to determine costs, necessary investments, and the pro forma income statement. To achieve success, a solid strategic planning was implemented, defining the clinic's vision and mission, analyzing the environment and competition, setting specific objectives, designing marketing and sales strategies, optimizing resource management, and promoting adaptability to changes in the business environment. The business plan included market segmentation, development of specialized services, pricing flexibility, technology acquisition, staff training, and potential expansion in the future. Additionally, a contingency plan has been considered to face unexpected situations. In conclusion, the business plan for the opening of the dental clinic aims to establish a successful, competitive, and sustainable business over time. With a well-defined strategy, effective management, and the necessary flexibility, the aspiration is to position the clinic as a benchmark in the city of Córdoba, providing high-quality services and contributing to the well-being and dental health of the community.

Keywords: business plan, dental clinic, economic and financial viability, strategic planning.

INTRODUCCIÓN

Dada la importancia de la salud bucal en el mundo actual se propone un proyecto de salud para ofrecer un modelo de negocio de atención odontológica integral a todas las familias del barrio de Ituzaingó de la ciudad de Córdoba. El proyecto se basará en un análisis sistematizado del negocio odontológico, la demanda potencial, los costos y las inversiones necesarias para evaluar su viabilidad técnica, legal, económica y financiera. El ejercicio profesional de la salud bucal se puede realizar de forma privada o pública, y requiere capacidad y capacitación constante, gerenciamiento idóneo, conformación de equipos de trabajo eficientes y la comprensión de las variables fundamentales de un centro odontológico en tiempos donde la economía, las preferencias de los consumidores y la vanguardia en la tecnología son clave para el éxito.

Además, se discute la importancia de eliminar la concepción de que el negocio se contraponen a toda ética y aceptar que la estrategia empresarial es esencial para el éxito del profesional odontólogo en un entorno cada vez más competitivo. El ejercicio privado se puede realizar en diferentes tipos de organizaciones, y está regido por el ministerio de salud a nivel nacional y por los colegios de odontólogos en cada provincia. También se discute la importancia de evaluar un plan de negocios vinculado a la creación de un centro odontológico, y cómo los estudios preliminares constituyen los cimientos de un emprendimiento, buscando establecer la viabilidad y los instrumentos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mundo actual, la importancia de la salud bucal no puede ser subestimada. En respuesta a esta necesidad, se propone un proyecto de salud que busca ofrecer un modelo de negocio de atención odontológica integral a todas las familias del barrio de Ituzaingó en la ciudad de Córdoba. Sin embargo, la realidad actual presenta una situación indeseada en la cual existe una creciente demanda de servicios ortodónticos que no está siendo adecuadamente satisfecha.

Este problema se manifiesta en varios aspectos. En primer lugar, la capacidad de atención es insuficiente para hacer frente a la demanda en constante aumento. Esto resulta en largas listas de espera y retrasos en los tratamientos, lo que afecta negativamente la salud bucal y el bienestar de los pacientes. Además, el acceso a servicios ortodónticos está limitado debido a la falta de profesionales especializados y clínicas dentales en el barrio. Esto crea barreras para recibir la atención necesaria y puede dar lugar a oportunidades perdidas para corregir problemas de alineación dental.

La falta de capacidad y acceso adecuados también tiene consecuencias en la salud bucal de las personas. Los problemas de alineación dental no abordados de manera oportuna y adecuada pueden resultar en complicaciones más graves, como dificultades en la masticación, problemas de habla y una mayor susceptibilidad a enfermedades periodontales. Además, la situación indeseada también se extiende a las barreras económicas que limitan la accesibilidad financiera a los servicios ortodónticos. Muchas personas pueden enfrentar dificultades para pagar los tratamientos necesarios, lo que perpetúa desigualdades en el acceso a la atención y agravamiento de las disparidades en la salud bucal en la comunidad.

Ante esta situación, es necesario abordar el problema de manera integral. Es fundamental aumentar la capacidad de atención mediante la incorporación de más profesionales especializados y la ampliación de las clínicas dentales en el barrio. Esto permitirá una mayor disponibilidad de servicios ortodónticos y reducirá los tiempos de espera para los pacientes. Además, se deben implementar estrategias para mejorar el acceso a los servicios, especialmente para aquellos que enfrentan barreras económicas. Esto puede incluir programas de asistencia financiera, opciones de pago flexibles y promoción de la cobertura de seguros dentales.

Al abordar estos desafíos, se podrán superar las limitaciones actuales y avanzar hacia una situación deseada en la cual todas las familias del barrio de Ituzaingó tengan acceso a una atención odontológica integral y de calidad. Esto contribuirá a mejorar la salud bucal y el bienestar general de la comunidad, al tiempo que se reducirán las desigualdades en la salud dental.

2. SISTEMAS DE OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

- Desarrollar un plan de negocios para la apertura de una clínica odontológica, determinando su viabilidad económica y financiera en el periodo 2023 en el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba.

2.2 Objetivos Específicos

- Determinar las oportunidades del negocio para establecer cuál será el modelo de negocio y la estrategia de implementación.
- Desarrollar un estudio de mercado para analizar el sector de la salud bucal y la demanda del servicio.
- Realizar un estudio económico, para determinar los costos, inversiones necesarias y el estado de resultado proforma.

3. JUSTIFICACION

La justificación de implementar un plan de negocios para la apertura de una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba, con el objetivo de determinar su viabilidad económica y financiera en el periodo 2023, se basa en varios factores clave.

En primer lugar, se ha observado una demanda constante de servicios odontológicos en el barrio en los últimos años. Esta demanda puede atribuirse a varios factores, como la creciente conciencia sobre la importancia de la salud bucal, el acceso a información y educación sobre tratamientos odontológicos, cambios en los estándares estéticos y un enfoque preventivo en la salud dental. Estos factores indican una oportunidad real para establecer una clínica odontológica que satisfaga las necesidades de la comunidad.

Además, el análisis de la viabilidad económica y financiera del proyecto es esencial para garantizar su éxito a largo plazo. La implementación de un plan de negocios permite evaluar la demanda potencial de servicios odontológicos en el barrio y estimar los ingresos proyectados. Asimismo, se analizan los costos asociados con la apertura y operación de la clínica, como el alquiler del local, la adquisición de equipos y suministros, los salarios del personal, los gastos administrativos y los costos de marketing. A través de este análisis, se puede determinar la rentabilidad del negocio y establecer estrategias financieras adecuadas.

Adicionalmente, la implementación de un plan de negocios brinda una estructura sólida para la gestión y administración de la clínica. Permite definir los objetivos del negocio, identificar las estrategias de marketing y promoción más efectivas, establecer políticas y procedimientos internos, así como evaluar y mitigar los riesgos potenciales. Esto proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas y optimizar la eficiencia operativa de la clínica. Es importante destacar que, al analizar la viabilidad económica y financiera, se deben considerar factores específicos del contexto local, como las características demográficas del barrio, la competencia existente y las regulaciones gubernamentales relacionadas con la prestación de servicios odontológicos.

4. MARCO TEÓRICO

Definición de plan de negocio

El proceso de creación de empresas según Uribe (2017) implica considerar una amplia gama de variables que afectan la estructuración y puesta en marcha de los negocios. Estas variables pueden ser de naturaleza técnica, administrativa, legal, financiera y económica, entre otras. Es esencial analizar estas variables de manera exhaustiva en el proceso de planificación empresarial para establecer empresas sostenibles a largo plazo y estar preparados para enfrentar los posibles cambios y tendencias del entorno.

En este contexto, es crucial contar con herramientas administrativas y de gestión que permitan consolidar los procesos de creación de empresas y poner en marcha los proyectos empresariales. Uno de los instrumentos más importantes en este sentido es el plan de negocio. Un plan de negocio se define como un documento escrito que evalúa la viabilidad comercial, técnica, jurídica, administrativa y financiera de un proyecto empresarial, y establece los mecanismos para su implementación. Este plan busca plasmar los objetivos, métodos, estrategias y acciones que la empresa llevará a cabo en el futuro, con el fin de identificar, describir y analizar su oportunidad, crecimiento y proyección manifiesta Uribe (2017).

Diversas definiciones coinciden en señalar menciona De Vicuña (2017) que un plan de negocio es un proceso que brinda al negocio una identidad y una vida propia. Es un procedimiento para articular de manera clara y precisa los propósitos, ideas, conceptos, formas operativas, resultados y visión del empresario sobre el proyecto. Además, el plan de negocio permite proyectar la empresa en el futuro, anticipar dificultades y buscar posibles soluciones. También se considera como un documento que identifica, describe y analiza la oportunidad de convertir una idea de inversión en un proyecto concreto, evaluando su viabilidad en términos de mercado, aspectos técnicos y financieros, y desarrollando las estrategias y procedimientos necesarios para su implementación.

El plan de negocio, por lo tanto, y siguiendo a Trujillo (2018) es una herramienta poderosa de planificación que ayuda a disminuir los riesgos al considerar elementos críticos y anticiparse a ellos. Permite asignar eficientemente los recursos, gracias a su capacidad para prever diferentes escenarios y dimensionar las ventajas o desventajas de las decisiones. Su elaboración implica responder preguntas clave sobre qué, cómo, dónde, para qué, por qué y cuándo, y proporciona una estructura profunda para el modelo de negocio del emprendedor. Entre los beneficios de realizar un plan de negocio se destacan los siguientes aspectos. En primer lugar, es un documento de planeación que consigna estrategias y tácticas para la creación de una nueva empresa. También facilita la toma de decisiones, ya que brinda información que permite tomar decisiones acertadas en beneficio del negocio. Ayuda a reducir los riesgos al tomar decisiones informadas y de mejor calidad. Además, establece una conexión entre la empresa y su entorno, permitiendo aprovechar oportunidades y detectar amenazas. Por último, sirve como punto de referencia para medir el desempeño de la empresa durante su implementación, al ofrecer proyecciones financieras, de gestión, sociales y legales que permiten visualizar el futuro de la empresa en el presente.

Etapas del plan de negocio

1. Análisis e investigación de mercado:

En esta etapa, se recopila y analiza información sobre el mercado en el que se va a operar. Se identifican los competidores directos e indirectos, se estudian las tendencias y el comportamiento del mercado, se evalúan las oportunidades y amenazas, y se investigan las necesidades y preferencias de los clientes. Además, se analizan los canales de distribución, los proveedores y los posibles socios estratégicos. Este componente proporciona una base sólida para la formulación de estrategias de marketing y ventas. Esta estrategia es un proceso esencial en la gestión empresarial que busca planificar y ejecutar actividades con el objetivo de promover los productos o servicios la empresa, para lograr maximizar su visibilidad en el mercado y alcanzar los objetivos de ventas. A partir de estas premisas es pertinente el desarrollo de estrategias efectivas que impulsen el crecimiento y el éxito del negocio a partir de los siguientes procedimientos:

1) Análisis de la situación

- Análisis del mercado: comprender las tendencias, segmentos de mercado, competidores y oportunidades que influyen en la estrategia de marketing y ventas.
- Análisis FODA: evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas internas y externas del negocio para identificar ventajas competitivas y áreas de mejora.
- Perfil del cliente ideal: definir claramente el perfil del cliente objetivo, incluyendo sus necesidades, deseos, comportamientos y características demográficas.

2) Análisis del negocio. Modelo CANVAS

Este modelo de análisis representa una herramienta de gestión estratégica utilizada para desarrollar nuevos modelos de negocio o documentar los existentes. Se trata de un gráfico visual que incorpora elementos descriptivos relativos a las propuestas de producto o valor de la empresa, su infraestructura, la base de clientes y aspectos financieros. Fundamentalmente, se inicia con descripciones formales del negocio que sirven como bloques de construcción para las actividades empresariales. Este modelo, compuesto por 9 componentes, se organiza en torno a las áreas de infraestructura, oferta, clientes y finanzas, permitiendo una representación visual completa de un negocio.

a) Infraestructura

I. Actividades clave: se refiere a las acciones fundamentales en la implementación de la propuesta de valor de una empresa.

II. Recursos clave: son los elementos esenciales necesarios para generar valor para el cliente.

III. Socios clave: implica establecer relaciones colaborativas entre compradores y proveedores, orientadas a optimizar las operaciones y mitigar los riesgos asociados al modelo de negocio.

b) Oferta

IV. Propuesta de valor: incluye los productos y servicios que una empresa proporciona para satisfacer las necesidades de sus clientes.

c) Clientes

V.Segmentos de clientes: consiste en la identificación de los clientes a los que la empresa busca atender, segmentándolos en base a diversas necesidades y atributos para asegurar la aplicación efectiva de la estrategia empresarial.

VI.Canales: representa el método mediante el cual se entrega la propuesta de valor a los clientes.

VII.Relaciones con los clientes: se refiere a la definición del tipo de relación que se busca establecer con los segmentos de clientes para garantizar la supervivencia y el éxito empresarial.

d) Finanzas

VIII.Estructura de costos: desglosa las principales erogaciones del negocio.

IX.Fuentes de ingresos: describe la manera en que la empresa genera ingresos en cada segmento de clientes.

3) Establecimiento de Objetivos

- Aplicar la metodología de objetivos SMART: definir objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo de tiempo determinado para orientar la estrategia de marketing y ventas.

- Métricas de desempeño: identificar indicadores clave de rendimiento para medir el progreso y el éxito de las estrategias implementadas.

4) Segmentación y Posicionamiento

- Segmentación de mercado: dividir el mercado en segmentos homogéneos según características y necesidades compartidas, lo que permitirá adaptar las estrategias a grupos específicos.

- Posicionamiento de marca: definir cómo se quiere que el público perciba la marca y diferenciarla de la competencia, resaltando valores únicos y propuestas de valor.

5) Estrategias de Marketing

- Las 4 P del marketing: diseñar estrategias para el producto, precio, distribución y promoción, optimizando la combinación de elementos que influyen en la decisión de compra.

- Marketing digital: incorporar estrategias en línea, como redes sociales, contenido y marketing de influencia, para aumentar la visibilidad y el compromiso en el mundo digital.
- Estrategia de contenido: desarrollar contenido relevante y valioso que resuelva las necesidades de los clientes y estableciendo el concepto de que la empresa tiene el dominio en su industria.
- 6) Estrategias de marketing de servicios
 - a) Posicionamiento de marca
- Diferenciación: destacar las características únicas que hacen que un servicio sea único.
- Personalización: adaptar los servicios a las necesidades individuales de los clientes.
- b) Gestión de la experiencia del cliente
 - Mapeo de experiencia: identificar todos los puntos de contacto del cliente y optimizar cada interacción.
 - Gestión de emociones: reconocer y gestionar las emociones del cliente durante toda la experiencia.
- c) Comunicación y promoción
 - Marketing relacional: construir relaciones a largo plazo con los clientes, centrándose en la confianza y la lealtad.
 - Comunicación efectiva: utilizar canales de comunicación adecuados para transmitir la propuesta de valor del servicio.
- 7) Estrategias de Ventas
 - Canales de distribución: se debe seleccionar los canales más adecuados para llegar a los clientes, ya sea a través de ventas directas, distribuidores, minoristas o comercio electrónico.
 - Fuerza de ventas: diseñar un equipo de ventas eficiente, proporcionando capacitación, recursos y herramientas para cerrar negociaciones exitosas.
 - Gestión de relaciones con el cliente: implementar sistemas para gestionar y mejorar la interacción con los clientes, manteniendo una comunicación efectiva a lo largo del ciclo de vida del cliente.

2. Estudio legal:

El estudio legal abarca todos los aspectos legales y normativos que afectan al negocio. Se investiga la forma jurídica más adecuada para la empresa (sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada, etc.), se revisan los requisitos legales para la constitución de la empresa, se identifican las regulaciones específicas de la industria y se consideran aspectos legales relacionados con el empleo, los impuestos y la protección de la propiedad intelectual. Este componente asegura que el negocio opere dentro del marco legal establecido y minimiza los riesgos legales.

3. Estudio técnico:

En el estudio técnico se definen los procesos y las actividades necesarias para producir o entregar el producto o servicio. Se determina la capacidad de producción, se seleccionan los métodos y tecnologías adecuados, se evalúan los recursos humanos y físicos necesarios, y se establecen los planes de control de calidad. Además, se consideran aspectos como la ubicación del negocio, los requerimientos de infraestructura y los proveedores de materias primas. Este componente asegura que la empresa tenga los recursos técnicos adecuados para operar eficientemente. Para asegurar la viabilidad y el éxito las etapas claves que deben ser cuidadosamente evaluados y planificados antes de la puesta en marcha de la operaciones se presentan a continuación:

1) Localización:

La elección de la ubicación adecuada es crucial para el éxito de cualquier negocio. Se deben considerar factores como la accesibilidad, la proximidad a proveedores y clientes, el flujo de tráfico, los costos de alquiler o compra de instalaciones y las regulaciones locales.

2) Procesos de producción o atención:

Este aspecto involucra el diseño detallado de los procesos de producción o atención al cliente. Se debe determinar la secuencia de actividades, los recursos necesarios, la logística de materias primas, de los productos terminados y la eficiencia operativa.

3) Organización administrativa:

La estructura organizativa debe definir claramente las responsabilidades y jerarquías dentro de la empresa. Se deben establecer roles, funciones y flujos de comunicación para garantizar una operación fluida y una toma de decisiones eficiente.

4) Controles de calidad y sanitarios:

La calidad del producto o servicio es crucial para la satisfacción del cliente y la reputación del negocio. Se deben implementar estándares de calidad, protocolos de control y sistemas de gestión para garantizar la consistencia y seguridad en los procesos de producción y/o de la prestación de los servicios.

5) Selección de tecnología y equipos:

La elección de la tecnología y los equipos adecuados impacta directamente en la eficiencia y la calidad. Se deben evaluar las opciones disponibles en el mercado, considerando factores como el rendimiento, la durabilidad, el costo de adquisición y el mantenimiento.

6) Mano de obra:

La selección y gestión del personal es esencial para el funcionamiento exitoso de la empresa. Se deben definir los perfiles de empleo, establecer procesos de reclutamiento y capacitación, así como políticas de remuneración y beneficios.

7) Proveedores:

La elección de proveedores confiables y de calidad es esencial para mantener una cadena de suministro eficiente. Se deben evaluar proveedores en función de la calidad de los productos o servicios ofrecidos, los plazos de entrega, la confiabilidad y los costos.

4. Estudio administrativo:

En el estudio administrativo se diseña la estructura organizativa de la empresa y se definen los roles y responsabilidades de los miembros del equipo. Se elabora una carta organizacional, se establecen los perfiles de los cargos, se desarrolla un plan de capacitación y se implementan estrategias motivacionales. Además, se consideran aspectos como las políticas y procedimientos internos, la cultura organizacional y las estrategias de retención de talento. Este componente asegura una gestión eficiente y efectiva de la empresa.

5. Estudio de impactos ambientales y sociales (EIAS):

El estudio de impactos ambientales y sociales evalúa los posibles efectos que el negocio pueda tener en el medio ambiente y en la sociedad. Se identifican los aspectos ambientales relevantes, se evalúan los impactos ambientales y se proponen medidas para minimizarlos o mitigarlos. Además, se consideran los impactos sociales, como el empleo generado, la contribución a la comunidad local y las prácticas de responsabilidad social empresarial. Este componente asegura que el negocio opere de manera sostenible y responsable.

6. Estudio financiero:

En el estudio financiero se realizan proyecciones financieras y se evalúa la viabilidad económica del negocio. Se estiman los costos de producción, los ingresos esperados, los flujos de efectivo y los indicadores financieros clave, como el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión (PRI). Además, se determina cómo se obtendrá el capital necesario para el inicio del negocio, ya sea a través de inversionistas, préstamos bancarios o fondos propios. Este componente asegura que el negocio sea financieramente sólido y rentable. Para el desarrollo y estudio financiero óptimo es apropiado seguir el procedimiento descrito a continuación, al seguir este marco conceptual, las empresas pueden realizar un análisis sólido de sus proyecciones financieras, costos y rentabilidad, lo que les permite tomar decisiones informadas y maximizar sus oportunidades de éxito en el mercado:

1) Proyección de los ingresos.

Estimar de manera objetiva los ingresos esperados es crucial. Esto implica analizar el mercado, la demanda potencial, los precios de venta y las estrategias de marketing. Las proyecciones deben ser fundamentadas y basarse en datos concretos.

2) Proyección de los costos variables y costos fijos.

Los costos variables están directamente relacionados con la producción o las ventas, mientras que los costos fijos permanecen constantes independientemente del nivel de actividad. Es importante calcular estos costos con precisión para entender el punto de equilibrio y determinar la rentabilidad del negocio.

3) Inversiones iniciales en activos fijos.

Calcular las inversiones necesarias en activos fijos, como maquinaria, equipos, infraestructura y otros activos tangibles. Estas inversiones son esenciales para iniciar y mantener las operaciones y deben estar alineadas con el plan de crecimiento.

4) Amortizaciones y depreciaciones.

Las amortizaciones se refieren a la distribución del costo de activos intangibles a lo largo del tiempo, mientras que las depreciaciones se aplican a activos fijos tangibles. Estos cálculos impactan en los costos y en la determinación de la utilidad neta.

5) Capital de trabajo.

Es necesario estimar el capital de trabajo requerido para mantener las operaciones diarias, incluyendo inventarios, cuentas por cobrar y cuentas por pagar. Mantener un capital de trabajo adecuado es crucial para evitar problemas de liquidez.

6) Costos del capital.

Calcular el costo del capital es fundamental para determinar el rendimiento mínimo requerido de la inversión. Esto involucra el costo de financiamiento (intereses) y el costo de capital propio (rentabilidad mínima esperada por los inversionistas). Para la determinación de dicha tasa de costo, es necesario determinar el costo de capital promedio ponderado o WACC como lo establecen sus siglas en inglés, este pondera el costo de los recursos en función de su composición porcentual y el tipo de recurso, en este caso, se tiene el aporte propio (K_e) y se tiene el financiamiento recibido (K_d). En la ecuación descripta a continuación se desarrolla el cálculo del WACC:

$$WACC = k_d * (1 - t) * \frac{\text{Deuda financiera}}{\text{Deuda financiera} + \text{Fondos propios}} + k_e$$

$$* \frac{\text{Fondos propios}}{\text{Deuda financiera} + \text{Fondos propios}}$$

Para la estimación del costo del aporte propio (K_e) se utilizará el modelo CAPM. El modelo CAPM busca determinar la rentabilidad esperada de un activo financiero en función del riesgo sistemático, siendo este riesgo el riesgo del mercado donde opera la empresa. La formulación del modelo CAPM para la obtención de K_e es la siguiente:

$$K_e = R_f + \text{beta} * (R_m - R_f) + \text{riesgo país}$$

7) Tasa de descuento, valor presente neto (VPN) y tasa interna de retorno (TIR).

La tasa de descuento se utiliza para determinar el valor presente de los flujos de efectivo futuros. El VAN es la diferencia entre los flujos de efectivo entrantes y salientes, descontados a la tasa adecuada. La TIR es la tasa que hace que el van sea igual a cero. Estas métricas ayudan a evaluar la rentabilidad y la viabilidad financiera del proyecto.

El método del valor presente neto consiste en sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial; este procedimiento equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento. Para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará por resultado que el valor presente neto sea mayor que cero. En la ecuación que se presenta a continuación se describe la fórmula del valor actual neto a utilizar:

$$VAN = \sum_1^t \frac{FC_t}{(1 + WACC)^t} - I$$

Plan de negocio y plan financiero

La planeación financiera es un proceso fundamental en la gestión empresarial considera Cadena Lozano (2016) especialmente en la creación de nuevos negocios. Permite traducir las políticas, prácticas y estrategias contempladas en el plan de negocios en términos financieros cuantitativos. A través de la modelación financiera, se pueden realizar proyecciones y estimaciones financieras, lo que brinda una base estratégica para la toma de decisiones adecuadas.

La planeación financiera no se limita solo a la generación de estados financieros como el estado de resultados, el balance general y el flujo de efectivo, sino que implica un conjunto de actividades que se desarrollan tanto a nivel estratégico como operativo. Su objetivo es transformar los planes estratégicos y operativos del negocio en términos financieros para proporcionar información que respalde las decisiones financieras y estratégicas afirma Cadena Lozano (2016).

Al integrar los componentes del plan de negocios, la planeación financiera permite una comprensión más profunda del proyecto empresarial. Permite estimar las condiciones futuras, cuantificar y evaluar los riesgos asociados, evaluar estrategias y establecer escenarios. Además, proporciona un fundamento estratégico para la creación de empresas sostenibles a largo plazo.

Algunas ventajas asociadas al uso de la planeación financiera son según Rodríguez Aranday (2018):

1. Flexibilidad: Se puede realizar en cualquier período de tiempo, lo que permite ajustar y adaptar el plan a medida que se obtiene nueva información.

2. Evaluación de resultados: Permite evaluar los resultados financieros del negocio al integrar todos los componentes del plan de negocios en términos financieros.

3. Utilidad interna y externa: Puede utilizarse tanto para fines internos, como la toma de decisiones internas de la empresa, como para fines externos, como negociaciones, inversiones o solicitud de créditos.

4. Vinculación con estrategias y políticas: Los resultados de la planeación financiera están estrechamente vinculados con las estrategias y políticas adoptadas para el proyecto de creación de empresa.

5. Definición de parámetros: Es importante tener claridad sobre los parámetros o variables que impactan los resultados, tanto internas como externas, ya que estos influyen en gran medida en la proyección financiera.

La planeación financiera tiene un carácter estratégico e integral en la creación de empresas, ya que proporciona una base para la toma de decisiones acertadas. Permite prever el comportamiento futuro del negocio y sus implicaciones económicas, contables y financieras. Es a través de la planeación financiera que se pueden materializar los efectos financieros de las decisiones estratégicas y operativas, tanto antes como durante y después de la puesta en marcha del proyecto empresarial.

Actividad odontológica

Según Nieto et al (2020) la salud bucodental juega un papel fundamental en el bienestar general de las personas, ya que afecta la capacidad de morder, masticar, hablar, sonreír y expresar emociones con confianza. Mantener una boca, dientes y encías sanos es esencial para una vida saludable y una buena calidad de vida. La salud bucodental no solo se limita a la apariencia estética de la sonrisa, sino que también refleja el estado de salud general de una persona, pudiendo indicar deficiencias nutricionales u otros problemas de salud.

Es fundamental adoptar hábitos de higiene bucodental desde temprana edad y realizar visitas regulares al odontólogo en cada etapa de la vida. Las bacterias presentes en la boca pueden causar problemas como caries, enfermedad periodontal y otras infecciones bucales comunes, tanto en niños como en adultos. Mientras que algunas de estas afecciones se pueden prevenir con una buena higiene oral, otras pueden ser más graves y requerir tratamientos más prolongados.

La actividad profesional odontológica desempeña un papel crucial en la salud y el bienestar de la sociedad. Los elementos esenciales de la actividad odontológica se especifican a continuación:

1) El servicio de salud bucodental.

El servicio de salud bucodental abarca un conjunto de prácticas y procedimientos destinados a mantener la salud oral, prevenir enfermedades y tratar afecciones relacionadas con la cavidad bucal. Los profesionales odontológicos desempeñan un papel fundamental en este servicio al brindar atención médica especializada.

2) La salud bucodental y sus patologías.

La salud bucodental se refiere al estado general de la cavidad oral, que incluye los dientes, las encías, los tejidos blandos y las estructuras asociadas. Mantener una buena salud bucodental es esencial para la calidad de vida, la alimentación adecuada y la salud general. Dentro de la actividad odontológica, es fundamental comprender y tratar diversas patologías bucodentales. Algunas de las más comunes incluyen:

- **Caries dental:** una enfermedad causada por la desmineralización del esmalte dental debido a la acción de bacterias y ácidos. La prevención y el tratamiento de las caries implican la eliminación del tejido afectado y la restauración de la estructura dental.
- **Gingivitis:** una inflamación de las encías causada por la acumulación de placa bacteriana. Se caracteriza por sangrado, enrojecimiento, dolor e hinchazón. Por lo general, está relacionada con una mala higiene bucal y puede progresar a periodontitis si no se trata adecuadamente. Entre el 50% y el 90% de los adultos presentan algún grado de gingivitis.
- **Periodontitis:** la periodontitis es una enfermedad crónica e inflamatoria que afecta las encías y el hueso alveolar que sostiene los dientes. Si la gingivitis no se trata, puede extenderse hacia el hueso y los tejidos de soporte, formando bolsas alrededor de los dientes y provocando la pérdida de hueso. Sin tratamiento, los dientes pueden aflojarse y eventualmente caerse. Aproximadamente entre el 8% y el 10% de los adultos sufren de periodontitis, siendo la principal causa de pérdida dental.

3) Descripción de los servicios odontológicos.

Los servicios odontológicos abarcan una amplia gama de tratamientos y procedimientos destinados a mantener y mejorar la salud bucodental. Algunos de los servicios comunes incluyen:

- Exámenes y diagnóstico: evaluación de la salud oral, detección de patologías y planificación del tratamiento adecuado.
- Limpieza dental: remoción de placa y cálculos dentales para prevenir enfermedades periodontales.
- Restauraciones dentales: tratamientos como obturaciones (empastes) y coronas para reparar dientes dañados.
- Endodoncia: tratamiento de canal para salvar dientes con infecciones o daño en el tejido pulpar.
- Extracciones: remoción de dientes dañados o afectados.
- Implantes dentales: reemplazo de dientes perdidos mediante la colocación de implantes en el hueso maxilar.
- Ortodoncia: corrección de maloclusiones y alineación de los dientes mediante dispositivos como brackets y alineadores invisibles.
- Cirugía oral: procedimientos como extracciones de terceros molares (muelas del juicio) y cirugía reconstructiva.

4) Marco legal y regulatorio

La ley N° 17.132 determina las normas para el ejercicio de la medicina, odontología y las actividad de colaboración de estas. En su artículo 2, se circunscribe el ejercicio de la odontología considerando que a través de la profesión se puede anunciar, prescribir, indicar o aplicar cualquier procedimiento directo o indirecto destinado al diagnóstico, pronóstico y/o tratamiento de las enfermedades buco-dentomaxilares de las personas y/o a la conservación, preservación o recuperación de la salud bucodental; también el asesoramiento público o privado y las pericias que practiquen los profesionales. Esta normativa de nivel nacional establece que el ejercicio de la odontología se autorizará a los dentistas, odontólogos y doctores en odontología, previa obtención de la matrícula profesional correspondiente. De esta forma, podrán ejercerla los que tengan título válido otorgado por universidad nacional o universidad privada y habilitado por el Estado Nacional.

- **Matriculación:** en la provincia de Córdoba el registro y matriculación de los odontólogos es regulado por el colegio de odontólogos de la provincia de Córdoba. El colegio de odontólogos tiene por función y deber, defender los derechos e intereses profesionales, gestionar la matrícula de los profesionales, asegurar el correcto y normal ejercicio de la profesión, reconocer como especialistas y autorizar a anunciarse como tales a aquellos profesionales que así lo soliciten y reúnan los requisitos que establece la reglamentación respectiva, certificando los títulos pertinentes, etc.

- **Habilitación de consultorios:** los consultorios odontológicos, para obtener su habilitación y funcionar como tales, deberán cumplir los requisitos generales y los requisitos específicos mínimos que establece la reglamentación del decreto 2148/02. El consultorio odontológico deberá tener una superficie mínima de seis metros cuadrados y contará con el siguiente equipamiento mínimo:

- a) Sillón dental con unidad de turbina, micromotor, torno, jeringa, suctor.
- b) Salivadera con circulación de agua y con desagüe conectado a la red pública.
- c) Sistema de esterilización el cual será centralizado en caso de tratarse de clínicas e institutos con prestaciones de tercer nivel de complejidad.
- d) Sistema de desinfección.
- e) Pileta o lavatorio instalados conectado a las redes correspondientes.
- f) Instalación eléctrica de acuerdo con normas vigentes de entes reguladores.
- g) Métodos idóneos de tratamiento del instrumental descartable y desechos patógenos en el ámbito de consultorio según normas.
- h) Sistema de iluminación dirigida.
- i) Variedad de instrumental mínimo necesario destinado al ejercicio de la profesión odontológica además del requerido para cada especialidad.
- j) Compresor protegido y aislado acústicamente.
- k) Aparato de RX a partir del segundo nivel de atención con la habilitación correspondiente de Radio física Sanitaria.
- l) Mobiliario y mesadas de terminaciones lavables en todas sus caras, aún las no visibles; lisos, que permitan su fácil limpieza. Cortinas lisas y lavables.

5. METODOLOGÍA

Tipo de estudio y diseño

El diseño metodológico de este trabajo será mixto, ya que como lo plantean Guelmes Valdés y Nieto Almeida (2015), el enfoque mixto de la investigación implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Para el desarrollo de este trabajo se utilizarán datos primarios que se obtendrán de las encuestas y secundarios, como libros, tesis, revistas, artículos de internet de planes de negocios y los relacionados con el tema del proyecto de negocio a desarrollar.

En el diseño de investigación para este proyecto, se utilizará un enfoque no experimental y transversal. Según Álvarez Risco (2020) el enfoque no experimental implica que no habrá manipulación de variables por parte del investigador, es decir, no se realizarán cambios intencionales en las condiciones o factores que se están estudiando. En cambio, se recopilarán datos observacionales de los odontólogos y ciudadanos del barrio Ituzaingó para analizar y evaluar la viabilidad económica y financiera de la apertura de una clínica odontológica.

El diseño transversal según Álvarez Risco (2020) implica que las variables serán medidas una sola vez en el tiempo. En este caso, se realizará una recopilación de datos en un momento específico para evaluar las percepciones, opiniones y necesidades actuales de los odontólogos y ciudadanos con relación a los servicios odontológicos en el barrio Ituzaingó.

El análisis de los datos recopilados permitirá obtener una visión general de la situación actual y determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto de apertura de la clínica odontológica. Es importante tener en cuenta que este diseño no experimental y transversal proporcionará una instantánea de la situación en el periodo de tiempo en el que se realice la investigación, pero no permitirá establecer relaciones causales entre las variables.

Participantes

La población de estudio son todos los habitantes de barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba. La muestra fue no probabilística por conveniencia que es un tipo de muestra en la que los individuos son seleccionados de manera no aleatoria y basándose en su disponibilidad o conveniencia para el investigador. En este tipo de muestra, los participantes son seleccionados debido a su fácil accesibilidad y conveniencia para el investigador, en lugar de seguir un procedimiento de selección aleatorio. El tamaño de la muestra en la etapa cuantitativa será de 500 ciudadanos del barrio Ituzaingó y en la etapa cualitativa de 4 odontólogos.

El presente estudio adoptó un enfoque no experimental y utilizó un método de muestreo por conveniencia para seleccionar la muestra. La población total consistió en 3848 individuos (INDEC, 2012). La selección de la muestra para este estudio se llevó a cabo mediante un enfoque de muestreo por conveniencia. Dado el alcance y los recursos de este proyecto, se optó por entrevistar a 500 habitantes del barrio Ituzaingó, Córdoba, utilizando cuestionarios. La elección de un muestreo por conveniencia se basó en la necesidad de recopilar datos de manera oportuna y eficiente. En lugar de seguir un método de muestreo aleatorio o estratificado, se seleccionaron participantes de manera no aleatoria en función de su disponibilidad y accesibilidad. Se realizaron encuestas a aquellos que estaban disponibles en el momento de la recopilación de datos, ya que se buscaba obtener información relevante de los residentes del barrio de manera práctica.

Instrumentos

Para llevar a cabo el relevamiento de información necesario para este proyecto, se utilizarán dos métodos principales: cuestionarios y entrevistas. Estos métodos permitirán recopilar datos directamente de los odontólogos y ciudadanos del barrio Ituzaingó, brindando información valiosa sobre sus percepciones, necesidades y expectativas en relación a los servicios odontológicos en la zona.

Los cuestionarios serán utilizados para recopilar datos cuantitativos de manera eficiente. Se diseñará un cuestionario estructurado que incluirá preguntas cerradas con opciones de respuesta predefinidas. Estas preguntas estarán diseñadas para obtener información sobre aspectos como la frecuencia de visita al dentista, los motivos de búsqueda de servicios odontológicos, la percepción de la disponibilidad y calidad de las clínicas en el barrio, entre otros aspectos relevantes para el estudio. Los cuestionarios se distribuirán a una muestra representativa de odontólogos y ciudadanos del barrio Ituzaingó, y las respuestas se analizarán cuantitativamente.

Las entrevistas, por otro lado, permitirán obtener información más detallada y enriquecedora a través de preguntas abiertas. Se llevarán a cabo entrevistas individuales o grupales con odontólogos y ciudadanos seleccionados de manera estratégica para representar diferentes perspectivas y experiencias. Las entrevistas se centrarán en temas como las necesidades y expectativas de los residentes en relación a los servicios odontológicos, las barreras o desafíos percibidos en el acceso a la atención dental, las sugerencias de mejora, entre otros temas relevantes. Las respuestas de las entrevistas serán analizadas cualitativamente, identificando patrones y tendencias emergentes.

Además de los métodos mencionados, se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva de la temática en cuestión. Esto implica consultar fuentes académicas, estudios previos, informes y literatura relevante sobre la apertura de clínicas odontológicas, la viabilidad económica y financiera de dichos proyectos, así como aspectos específicos relacionados con la gestión y administración de clínicas odontológicas. La revisión bibliográfica ayudará a fundamentar teóricamente la investigación, contextualizar los resultados y apoyar las conclusiones y recomendaciones finales.

La combinación de cuestionarios, entrevistas y revisión bibliográfica permitirá obtener una visión completa y enriquecedora de la viabilidad económica y financiera de la apertura de una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó, así como de las necesidades y expectativas de los odontólogos y ciudadanos involucrados.

Análisis de datos

El análisis de datos se llevará a través del análisis estadístico descriptivo. La estadística descriptiva constituye una rama dentro de la disciplina que se dedica a organizar, sintetizar y examinar un conjunto de datos mediante diversas técnicas y métodos. Los resultados obtenidos se limitan al propio conjunto de datos y no buscan trascender más allá. De manera descriptiva, esta herramienta brinda la capacidad de comprender cómo se presenta la realidad objeto de estudio (Silva, 1997).

El análisis de datos se llevará a cabo de la siguiente manera: se realizará una descripción de cada una de los cuestionarios y entrevista. Se sistematizará en tablas, de manera comparativa la información recibida de cada uno de los tópicos propuestos, de manera que se consideren los diferentes objetivos específicos planteados. Se analizará, la información sistematizada, comparando todos los casos y observando en cuáles se responde a la problemática planteada mediante tablas. Los datos recogidos de las encuestas se tabularán en planillas de cálculo de tipo Excel y se graficarán en forma de torta o de barras según se den la aparición de los datos, para que sean más evidentes de ser mostrados para obtener gráficos de porcentajes.

La ficha técnica metodológica que se presenta a continuación condensa los procedimientos, herramientas y criterios empleados en la recopilación y evaluación de datos. Este enfoque metodológico busca proporcionar una visión detallada y sistemática que sirva como base para la posterior interpretación de resultados y formulación de conclusiones. La utilización de esta ficha técnica garantiza la transparencia y reproducibilidad del estudio, fundamentando cada etapa del proceso investigativo.

Ficha Técnica

Tipo de investigación	Mixto
Alcance	Descriptivo
Diseño	No experimental y transversal
Población	500 ciudadanos de barrio Ituzaingó y 4 odontólogos
Muestra	No probabilística y por conveniencia
Técnica de recolección de datos	Cuestionarios Entrevistas Datos secundarios
Análisis de recolección de datos	Validación de los instrumentos Análisis estadístico descriptivo

Tabla 5.1 – Ficha Técnica

Nota: La ficha técnica refleja una investigación de alcance mixto (cualitativo y cuantitativo), descriptivo, no experimental y transversal. La población incluye 500 residentes de Ituzaingó y 4 odontólogos. La muestra, no probabilística y por conveniencia, se seleccionó intencionalmente. Se emplearon cuestionarios, entrevistas y datos secundarios como técnicas de recolección. La validación de instrumentos garantizó la confiabilidad. El análisis se basó en métodos estadísticos descriptivos para resumir la información obtenida. Fuente: elaboración propia (2023).

6. RESULTADOS OBTENIDOS

6.1 Datos demográficos:

6.1.1 Edad:

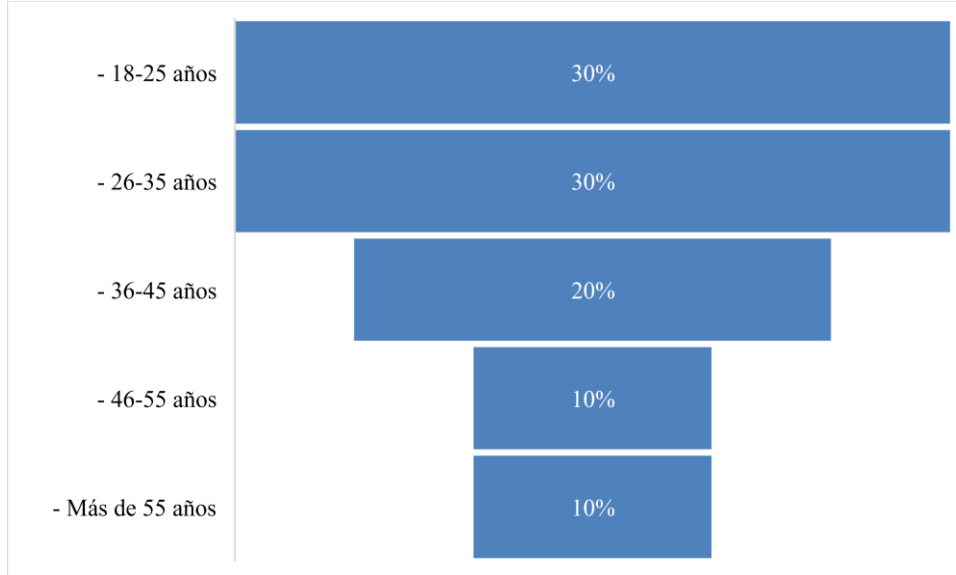


Figura 6.1 Edad

La interpretación de los datos sobre la distribución de edad de los encuestados es la siguiente:

- 18-25 años: El 30% de los encuestados pertenece a este grupo de edad. Esto indica que hay una representación significativa de adultos jóvenes en la muestra.

- 26-35 años: El 30% de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 26 a 35 años. Esto sugiere que hay una proporción similar de participantes en esta franja de edad en comparación con el grupo de 18 a 25 años.

- 36-45 años: El 20% de los encuestados está en el rango de edad de 36 a 45 años. Esto indica que hay una disminución en la participación de personas en esta franja de edad en comparación con los grupos más jóvenes.

- 46-55 años: El 10% de los encuestados pertenece al grupo de edad de 46 a 55 años. Esto muestra una representación menor en comparación con los grupos de edad más jóvenes.

- Más de 55 años: Otro 10% de los encuestados se encuentra en el grupo de edad de más de 55 años. Esto indica que hay una proporción similar de participantes en esta franja de edad en comparación con el grupo de 46 a 55 años.

En general, los datos sugieren que los adultos jóvenes (18-35 años) constituyen una parte significativa de la muestra, mientras que la representación de los grupos de edad más avanzada (36 años en adelante) es menor.

6.1.2 Género:

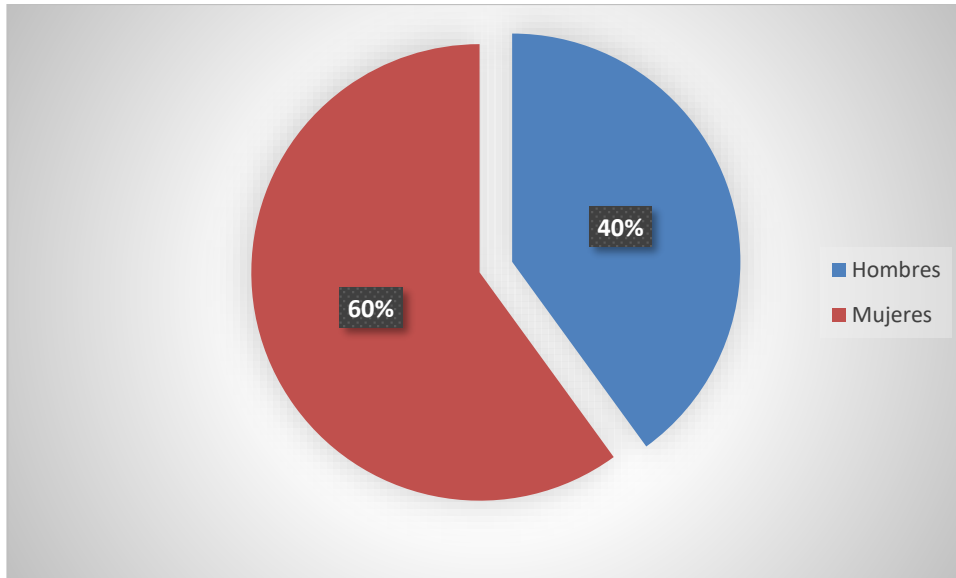


Figura 6.2 Género

La interpretación de los datos sobre la distribución de género de los encuestados es la siguiente:

- Hombres: El 40% de los encuestados son hombres. Esto indica que hay una representación significativa de hombres en la muestra.
- Mujeres: El 60% de los encuestados son mujeres. Esto muestra una proporción mayor de participantes femeninas en comparación con los hombres.

6.1.3 Ocupación:

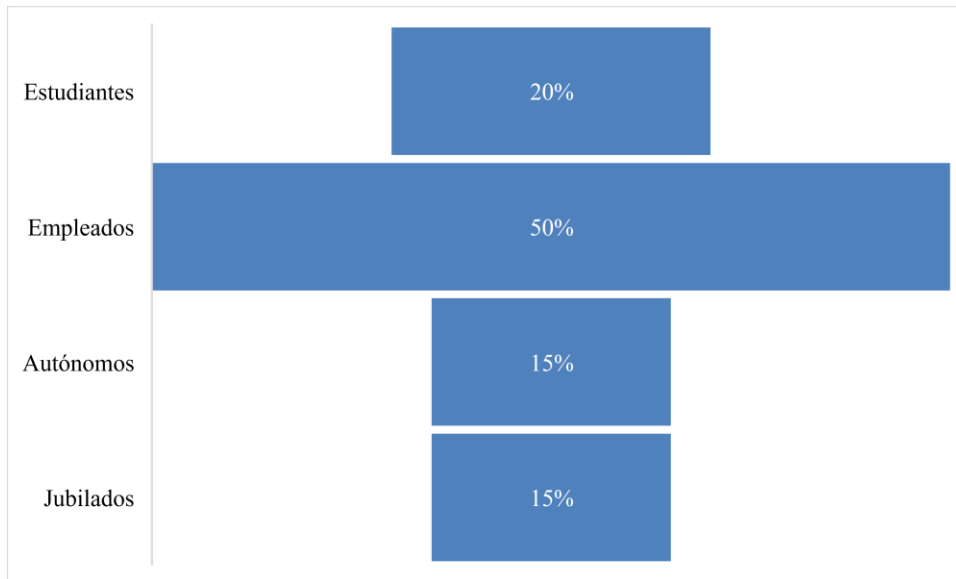


Figura 6.3 Ocupación

La interpretación de los datos sobre la distribución ocupacional de los encuestados es la siguiente:

- Estudiantes: El 20% de los encuestados son estudiantes. Esto indica que hay una proporción relativamente baja de estudiantes en la muestra.
- Empleados: El 50% de los encuestados son empleados. Esto muestra una representación significativa de trabajadores asalariados en la muestra.
- Autónomos: El 15% de los encuestados son trabajadores autónomos. Esto indica que hay una proporción menor de participantes que trabajan por cuenta propia en la muestra.
- Jubilados: Otro 15% de los encuestados son jubilados. Esto muestra una representación similar a la de los trabajadores autónomos en la muestra.

En general, los datos sugieren que la mayoría de los encuestados son empleados, seguidos por los jubilados y los autónomos. La proporción de estudiantes es relativamente baja en comparación con otros grupos ocupacionales. Esta distribución ocupacional puede ser relevante para comprender las necesidades y expectativas de diferentes segmentos de la población en relación a los servicios odontológicos en el barrio Ituzaingó. Por ejemplo, los empleados y los jubilados pueden tener diferentes demandas y prioridades en cuanto a los servicios y costos de atención dental.

6.1.4 Conciencia y necesidad de servicios odontológicos:

- ¿Está consciente de la importancia de la salud dental y la necesidad de servicios odontológicos regulares?

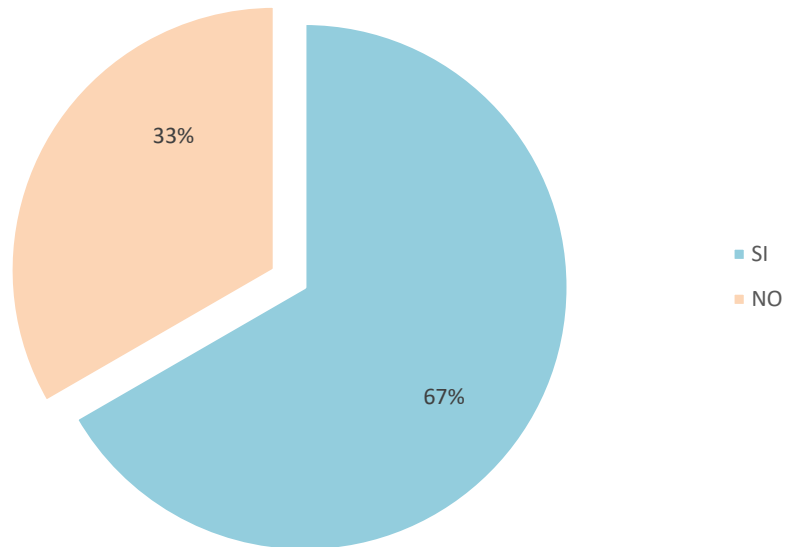


Figura 6.4 Necesidad servicios odontológicos

La interpretación de los datos sobre la conciencia de la importancia de la salud dental y la necesidad de servicios odontológicos regulares es la siguiente:

- Sí: El 67% de los encuestados está consciente de la importancia de la salud dental y la necesidad de servicios odontológicos regulares. Esto indica que la mayoría de los participantes reconocen la importancia de mantener una buena salud bucal y entender la necesidad de visitas periódicas al dentista.

- No: El 33% de los encuestados no está consciente de la importancia de la salud dental y la necesidad de servicios odontológicos regulares. Esto muestra que hay una proporción considerable de personas que no están completamente informadas o no consideran relevante la atención dental regular.

Estos resultados resaltan la importancia de la educación y concienciación sobre la salud bucal en la comunidad. Es fundamental promover la importancia de mantener una buena salud dental y fomentar el acceso a servicios odontológicos regulares para mejorar la salud bucal y prevenir problemas dentales a largo plazo. Estos datos pueden ayudar a enfocar las estrategias de comunicación y promoción de servicios odontológicos en el barrio Ituzaingó, dirigidas tanto a aquellos que ya están conscientes de la importancia de la salud dental como a aquellos que aún no lo están.

6.1.5 Frecuencia de visitada a dentista en los últimos dos años

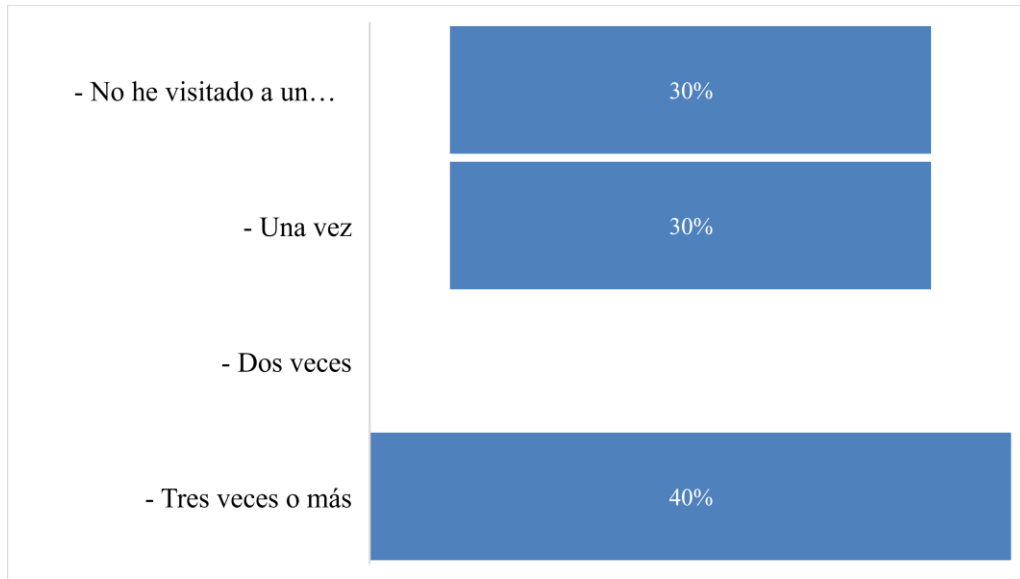


Figura 6.5 Frecuencia visita Dentista

La interpretación de los datos sobre la frecuencia de visitas al dentista en los últimos dos años es la siguiente:

- No he visitado a un dentista en los últimos dos años: El 30% de los encuestados indica que no ha visitado a un dentista en los últimos dos años. Esto sugiere que hay una proporción significativa de personas que no han buscado atención dental durante ese período de tiempo.

- Una vez: El 30% de los encuestados ha visitado a un dentista solo una vez en los últimos dos años. Esto muestra que una parte considerable de los participantes ha buscado atención dental en al menos una ocasión durante ese periodo.

- Tres veces o más: El 40% de los encuestados ha visitado a un dentista tres veces o más en los últimos dos años. Esto indica que una proporción considerable de los participantes ha buscado atención dental regularmente y ha realizado múltiples visitas al dentista durante ese periodo.

6.1.6 Motivos de búsqueda de servicios odontológicos en el pasado

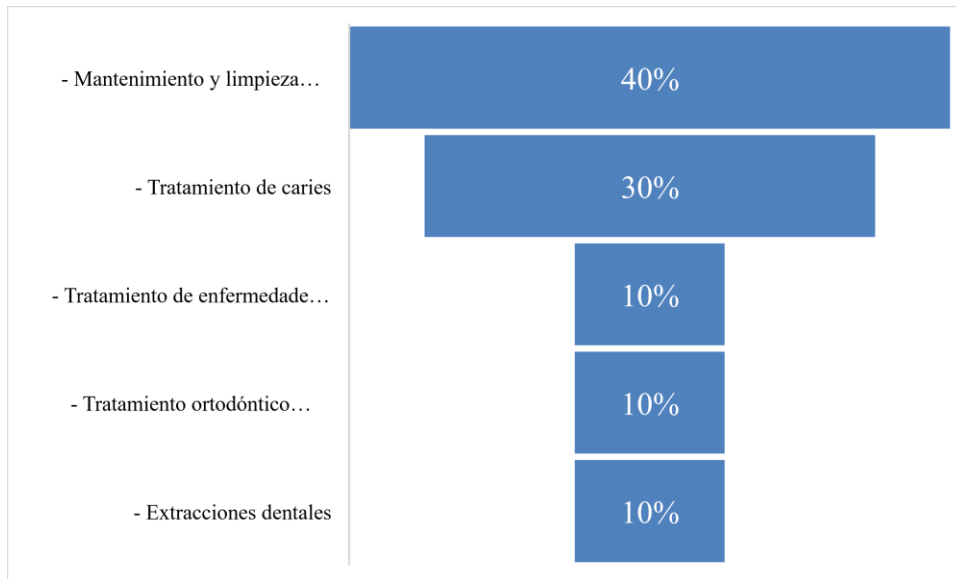


Figura 6.6 Motivos búsqueda servicios odontológicos en el pasado

La interpretación de los datos sobre el principal motivo por el que los encuestados han buscado servicios odontológicos en el pasado es la siguiente:

- Mantenimiento y limpieza dental regulares: El 40% de los encuestados indica que el motivo principal por el que han buscado servicios odontológicos en el pasado es para realizar mantenimiento y limpieza dental regulares. Esto sugiere que la mayoría de los participantes reconocen la importancia de la prevención y el cuidado continuo de su salud bucal.

- Tratamiento de caries: El 30% de los encuestados ha buscado servicios odontológicos principalmente para el tratamiento de caries. Esto indica que un porcentaje considerable de los participantes ha experimentado problemas de caries en el pasado y ha buscado atención dental para su tratamiento.

- Tratamiento de enfermedades de las encías: El 10% de los encuestados ha buscado servicios odontológicos principalmente para el tratamiento de enfermedades de las encías. Esto muestra que hay una proporción menor de participantes que han enfrentado problemas de salud de las encías y han buscado atención especializada.

- Tratamiento ortodóntico: Otro 10% de los encuestados ha buscado servicios odontológicos principalmente para recibir un tratamiento ortodóntico, como el uso de brackets o alineadores. Esto indica que una parte minoritaria de los participantes ha buscado corrección dental y alineación de sus dientes.

- Extracciones dentales: El 10% de los encuestados ha buscado servicios odontológicos principalmente para extracciones dentales. Esto sugiere que hay una proporción menor de participantes que han tenido que someterse a extracciones de dientes como parte de su atención dental.

Estos resultados proporcionan información sobre los problemas y necesidades dentales más comunes entre los encuestados. Esta información puede ser útil para enfocar los servicios y las estrategias de atención dental en el barrio Ituzaingó, brindando servicios de mantenimiento y limpieza regulares, así como tratamientos específicos para caries, enfermedades de las encías, ortodoncia y extracciones dentales.

6.1.7 Acceso a servicios odontológicos:

6.1.7.1 Disponibilidad de clínicas en el barrio para satisfacer la demanda

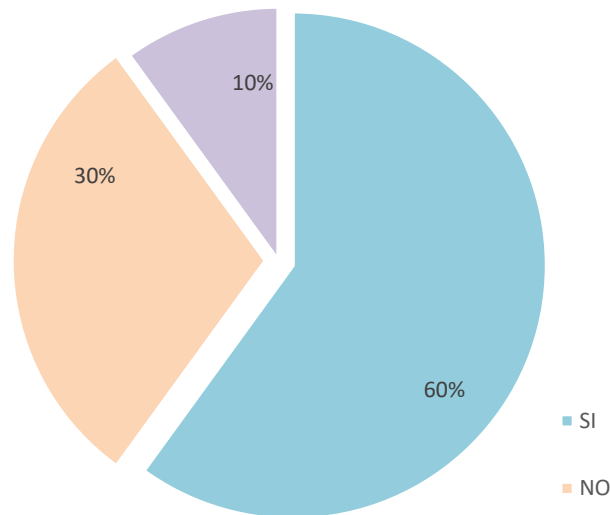


Figura 6.7 disponibilidad de clínicas

La interpretación de los datos sobre si hay suficientes clínicas odontológicas en el barrio Ituzaingó para satisfacer la demanda de los residentes es la siguiente:

- Sí: El 40% de los encuestados considera que hay suficientes clínicas odontológicas en el barrio Ituzaingó para satisfacer la demanda de los residentes. Esto indica que una proporción significativa de los participantes percibe que la oferta actual de clínicas odontológicas es adecuada.

- No: Otro 40% de los encuestados considera que no hay suficientes clínicas odontológicas en el barrio Ituzaingó para satisfacer la demanda de los residentes. Esto muestra que hay una proporción igualmente significativa de participantes que perciben que la oferta de servicios odontológicos es insuficiente.

- No estoy seguro/a: El 20% de los encuestados no está seguro o no puede emitir una opinión definitiva sobre si hay suficientes clínicas odontológicas en el barrio Ituzaingó. Esto indica que un porcentaje menor de participantes no tiene una postura clara sobre este tema.

Estos resultados sugieren que existe una percepción dividida entre los encuestados en cuanto a si la oferta de clínicas odontológicas en el barrio Ituzaingó es adecuada o insuficiente para satisfacer la demanda.

6.1.7.2 Dificultades para el acceso a las clínicas en el barrio

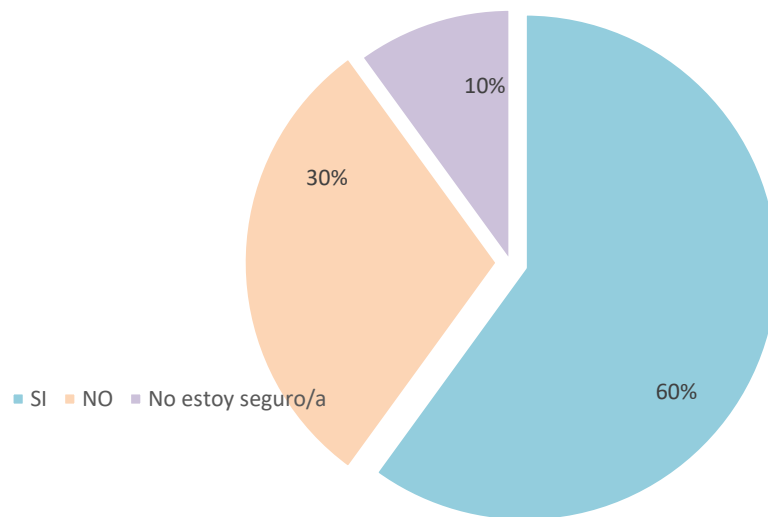


Figura 6.8 Dificultad para encontrar clínicas

La interpretación de los datos sobre si los encuestados han tenido dificultades para encontrar una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó cuando han necesitado servicios dentales es la siguiente:

- Sí: El 40% de los encuestados indica que ha tenido dificultades para encontrar una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó cuando ha necesitado servicios dentales. Esto sugiere que una proporción significativa de los participantes ha enfrentado dificultades para acceder a servicios dentales en la zona.

- No: Otro 40% de los encuestados indica que no ha tenido dificultades para encontrar una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó cuando ha necesitado servicios dentales. Esto muestra que una proporción igualmente significativa de los participantes no ha tenido problemas para encontrar atención dental en la zona.

- No he necesitado servicios dentales en el barrio Ituzaingó: El 20% de los encuestados indica que no ha necesitado servicios dentales en el barrio Ituzaingó, por lo que no ha tenido la experiencia de buscar una clínica odontológica en la zona.

Estos resultados indican que existe una división entre los encuestados en cuanto a si han enfrentado dificultades para encontrar una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó cuando han necesitado servicios dentales.

6.1.7.3 Factores para la elección de clínica

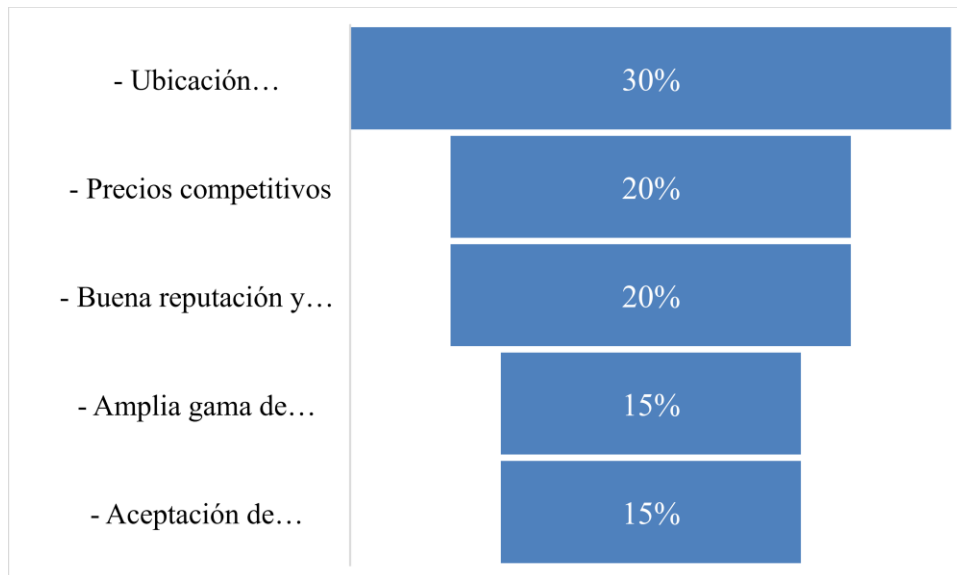


Figura 6.9 factores para la elección de clínica

La interpretación de los datos sobre los principales factores que los encuestados consideran al elegir una clínica odontológica es la siguiente:

- Ubicación conveniente: El 30% de los encuestados considera que la ubicación conveniente es un factor importante al elegir una clínica odontológica. Esto indica que una proporción significativa de los participantes valora la proximidad y facilidad de acceso a la clínica en relación con su ubicación geográfica.

- Precios competitivos: El 20% de los encuestados considera que los precios competitivos son un factor importante al elegir una clínica odontológica. Esto sugiere que una parte de los participantes se preocupa por el costo de los servicios y busca opciones que ofrezcan precios razonables y competitivos.

- Buena reputación y recomendaciones: Otro 20% de los encuestados considera que la buena reputación y las recomendaciones son un factor clave al elegir una clínica odontológica. Esto muestra que una parte de los participantes valora las opiniones y experiencias de otras personas para tomar decisiones informadas sobre la elección de una clínica.

- Amplia gama de servicios ofrecidos: El 15% de los encuestados considera que una amplia gama de servicios ofrecidos es un factor importante al elegir una clínica odontológica. Esto indica que algunos participantes buscan una clínica que ofrezca una variedad de servicios dentales para satisfacer sus necesidades de atención.

- Aceptación de seguros dentales: Otro 15% de los encuestados considera que la aceptación de seguros dentales es un factor relevante al elegir una clínica odontológica. Esto sugiere que una parte de los participantes valora la posibilidad de utilizar su seguro dental para cubrir los costos de los servicios.

- Estos resultados reflejan la diversidad de factores que los encuestados consideran al elegir una clínica odontológica. Estos factores incluyen la ubicación, los precios, la reputación, la disponibilidad de servicios y la aceptación de seguros dentales.

6.1.7.4 Barreras para acceder a servicios odontológicos:

- ¿Considera que los costos de los tratamientos dentales son accesibles para la mayoría de los residentes del barrio Ituzaingó?

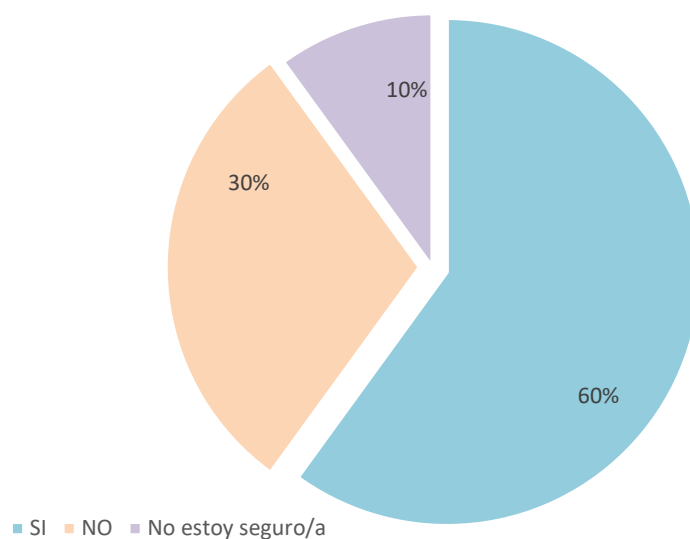


Figura 6.10 Barreras de acceso a los servicios odontológicos

La interpretación de los datos sobre si los costos de los tratamientos dentales son accesibles para la mayoría de los residentes del barrio Ituzaingó es la siguiente:

- Sí: El 20% de los encuestados considera que los costos de los tratamientos dentales son accesibles para la mayoría de los residentes del barrio Ituzaingó. Esto indica que una proporción minoritaria de los participantes percibe que los precios de los servicios dentales son razonables y asequibles para la mayoría de las personas en la comunidad.

- No: El 60% de los encuestados indica que los costos de los tratamientos dentales no son accesibles para la mayoría de los residentes del barrio Ituzaingó. Esto sugiere que una proporción significativa de los participantes considera que los precios de los servicios dentales son altos y pueden ser un obstáculo para acceder a la atención dental.

- No estoy seguro/a: El 20% de los encuestados no está seguro o no puede emitir una opinión definitiva sobre la accesibilidad de los costos de los tratamientos dentales para la mayoría de los residentes del barrio Ituzaingó.

Estos resultados muestran una preocupación predominante de los encuestados sobre la accesibilidad económica de los tratamientos dentales en el barrio Ituzaingó. Esto puede indicar la necesidad de políticas, programas o servicios que promuevan la accesibilidad financiera de los servicios dentales para garantizar que la comunidad pueda acceder a una atención adecuada.

6.1.7.5 Dificultades de acceso a seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos

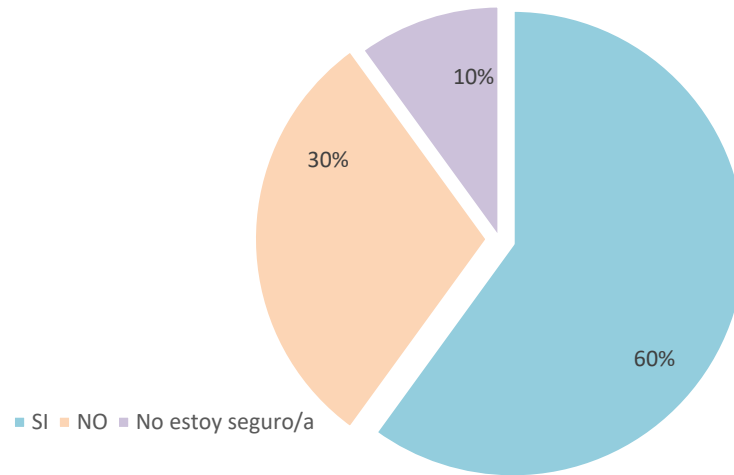


Figura 6.11 Dificultades de acceso a seguros dentales o cobertura de servicios

La interpretación de los datos sobre si los encuestados han experimentado dificultades para obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos es la siguiente:

- Sí: El 50% de los encuestados indica que ha experimentado dificultades para obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos. Esto sugiere que una proporción significativa de los participantes ha enfrentado obstáculos al tratar de obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos, lo cual puede limitar su acceso a la atención dental.

- No: El 30% de los encuestados indica que no ha experimentado dificultades para obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos. Esto muestra que una proporción menor de los participantes no ha enfrentado problemas al tratar de obtener este tipo de cobertura.

- No he intentado obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos: El 20% de los encuestados indica que no ha intentado obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos, por lo que no ha tenido la experiencia personal de enfrentar dificultades en este sentido.

Estos resultados revelan que una parte significativa de los encuestados ha enfrentado dificultades al intentar obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos, lo que puede tener un impacto en su acceso a la atención dental.

6.1.7.6 Barreras de información o educación para acceder a servicios odontológicos

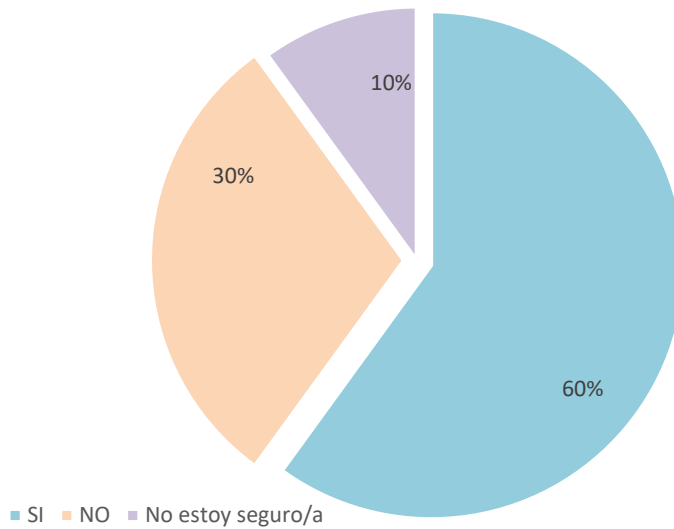


Figura 6.12 Barreras de información o educación para acceder a los servicios

La interpretación de los datos sobre si los encuestados creen que la falta de información o educación sobre la importancia de la salud dental es una barrera para acceder a servicios odontológicos es la siguiente:

- Sí: El 60% de los encuestados cree que la falta de información o educación sobre la importancia de la salud dental es una barrera para acceder a servicios odontológicos. Esto indica que una proporción significativa de los participantes percibe que la falta de conocimiento y conciencia sobre la importancia de la salud dental puede ser un obstáculo para buscar y acceder a servicios odontológicos.

- No: El 30% de los encuestados no considera que la falta de información o educación sobre la importancia de la salud dental sea una barrera para acceder a servicios odontológicos. Esto muestra que una proporción menor de los participantes no ve esta falta de conocimiento como un impedimento para buscar atención dental.

- No estoy seguro/a: El 10% de los encuestados no está seguro o no puede emitir una opinión definitiva sobre si la falta de información o educación sobre la importancia de la salud dental es una barrera para acceder a servicios odontológicos.

Estos resultados sugieren que la falta de información y educación sobre la importancia de la salud dental puede ser percibida por una mayoría de los encuestados como una barrera para acceder a servicios odontológicos. Esto indica la importancia de implementar estrategias educativas y de concienciación para mejorar el conocimiento de la comunidad sobre la salud dental y promover una mayor utilización de los servicios odontológicos en el barrio Ituzaingó.

6.1.8 Mejoras y necesidades adicionales:

6.1.8.1 Mejoras esperadas

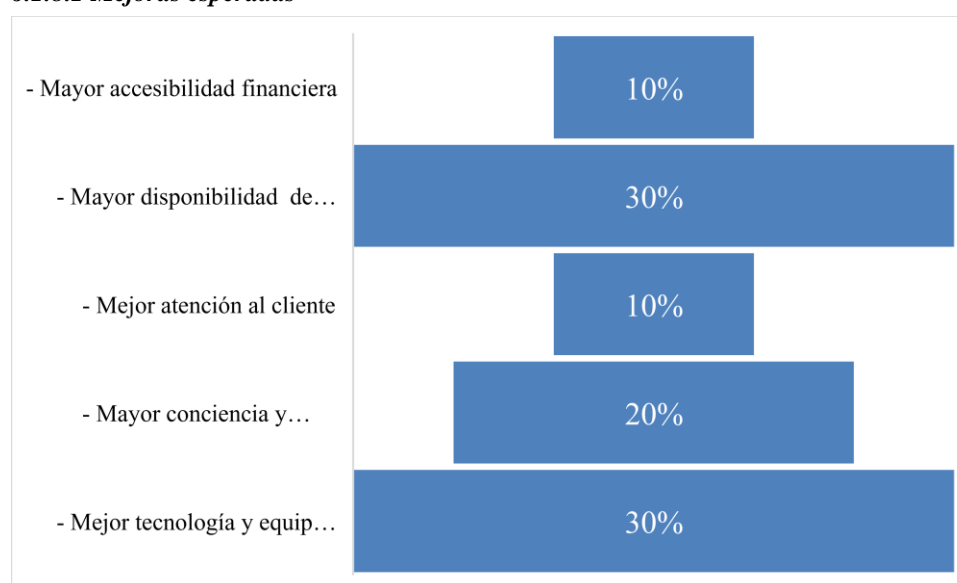


Figura 6.13 Mejoras Esperadas

La interpretación de los datos sobre las mejoras que los encuestados les gustaría ver en los servicios odontológicos ofrecidos en el barrio Ituzaingó es la siguiente:

- Mayor accesibilidad financiera: El 10% de los encuestados desea ver una mayor accesibilidad financiera en los servicios odontológicos. Esto indica que hay una preocupación por hacer que los servicios sean más asequibles y accesibles para la comunidad, posiblemente a través de precios más bajos, planes de pago flexibles u otras opciones financieras.

- Mayor disponibilidad de especialidades dentales: El 30% de los encuestados desea que haya una mayor disponibilidad de especialidades dentales en los servicios ofrecidos. Esto sugiere que existe una demanda por una gama más amplia de servicios especializados, lo que permitiría a los residentes acceder a tratamientos más específicos y avanzados en el barrio.
- Mejor atención al cliente: El 10% de los encuestados busca una mejora en la atención al cliente en los servicios odontológicos. Esto indica que se valora la calidad del servicio y la experiencia general del paciente, incluyendo la comunicación efectiva, el trato amable y la atención personalizada.
- Mayor conciencia y educación sobre la salud dental: El 20% de los encuestados desea ver una mayor conciencia y educación sobre la salud dental. Esto indica la importancia de promover la información y el conocimiento sobre la importancia de la salud dental y los cuidados preventivos, posiblemente a través de campañas educativas y programas comunitarios.
- Mejor tecnología y equipos dentales: El 30% de los encuestados espera una mejora en la tecnología y los equipos dentales utilizados en los servicios odontológicos. Esto sugiere que se valora la incorporación de avances tecnológicos que puedan mejorar la precisión, eficiencia y comodidad de los tratamientos dentales.

Estos resultados reflejan las áreas clave en las que los encuestados desean ver mejoras en los servicios odontológicos del barrio Ituzaingó. Estos hallazgos pueden ser útiles para los proveedores de servicios dentales al enfocar sus esfuerzos en mejorar la accesibilidad financiera, la disponibilidad de especialidades, la atención al cliente, la educación sobre la salud dental y la actualización tecnológica en sus clínicas.

6.1.8.2 Percepción de necesidad de servicios odontológicos especializados adicionales

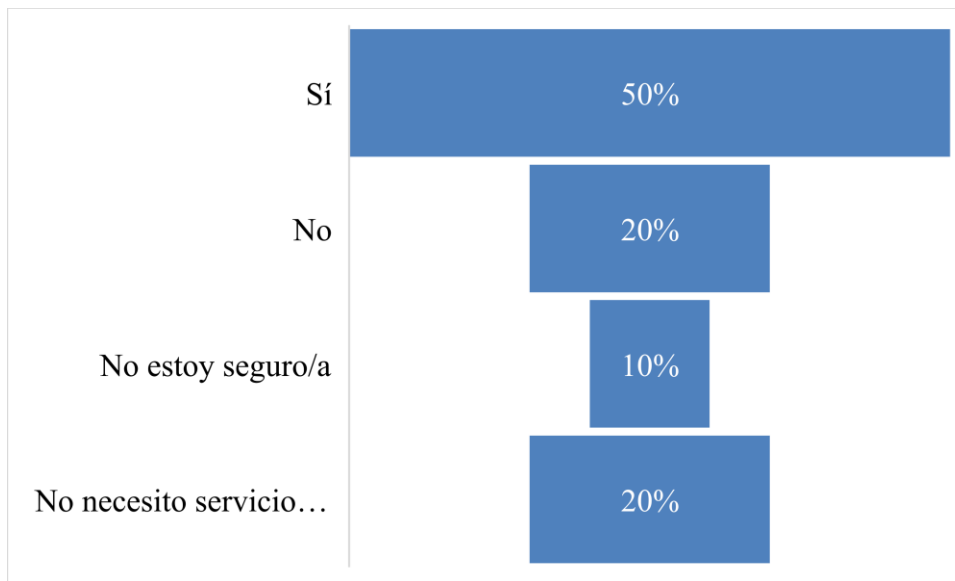


Figura 6.14 Percepción necesidad de servicios adicionales

La interpretación de los datos sobre si los encuestados creen que se necesitan servicios odontológicos especializados adicionales en el área es la siguiente:

- Sí: El 50% de los encuestados considera que se necesitan servicios odontológicos especializados adicionales en el área. Esto indica que una proporción significativa de los participantes percibe la necesidad de contar con una variedad más amplia de servicios especializados en odontología para cubrir las necesidades específicas de la comunidad.
- No: El 20% de los encuestados no considera que se necesiten servicios odontológicos especializados adicionales en el área. Esto muestra que una proporción menor de los participantes no ve la necesidad de contar con servicios especializados adicionales, lo que sugiere que podrían estar satisfechos con los servicios existentes.
- No estoy seguro/a: El 10% de los encuestados no está seguro o no puede emitir una opinión definitiva sobre si se necesitan servicios odontológicos especializados adicionales en el área.
- No necesito servicios odontológicos especializados: El 20% de los encuestados indica que no necesita servicios odontológicos especializados. Esto puede deberse a que no tienen necesidades particulares en cuanto a servicios especializados o porque están satisfechos con los servicios generales disponibles.

Estos resultados reflejan la percepción de los encuestados sobre la necesidad de servicios odontológicos especializados adicionales en el área. La mayoría de los encuestados considera que se requieren servicios especializados, lo que puede indicar una demanda insatisfecha en términos de tratamientos específicos.

6.1.8.3 Satisfacción general de los residentes con los servicios odontológicos disponibles en la zona.

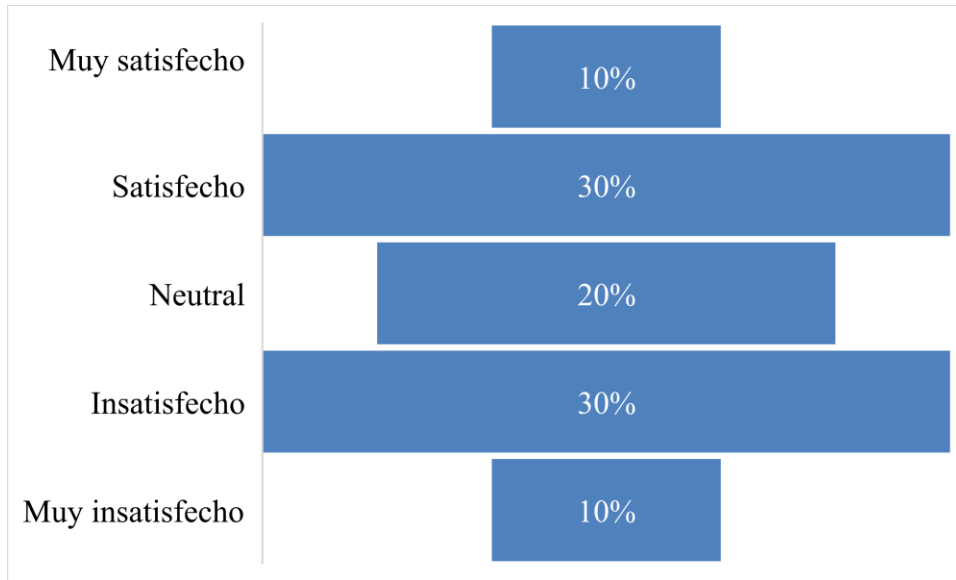


Figura 6.15 Satisfacción general de los residentes

Los resultados de la encuesta revelan una diversidad de opiniones con respecto a la satisfacción general de los residentes con los servicios odontológicos disponibles en la zona.

- Un 40% de los encuestados expresaron algún nivel de satisfacción, ya sea "Muy satisfecho" (10%) o "Satisfecho" (30%). Esta cifra indica una mayoría que experimenta niveles positivos de satisfacción con la oferta actual de servicios odontológicos.
- Por otro lado, un 20% de los encuestados se mostraron neutrales en su evaluación, sugiriendo una cierta indecisión u opiniones mixtas entre la población.
- Sin embargo, la presencia de un 40% de encuestados insatisfechos (30% "Insatisfecho" y 10% "Muy insatisfecho") destaca la existencia de áreas de mejora en la oferta actual de servicios odontológicos en la zona.

Estos resultados subrayan la importancia de una atención detallada a las áreas de insatisfacción, identificando oportunidades concretas para mejorar la oferta actual de servicios odontológicos en la zona.

6.1.8.4 Facilidad de acceso a servicios odontológicos en la zona

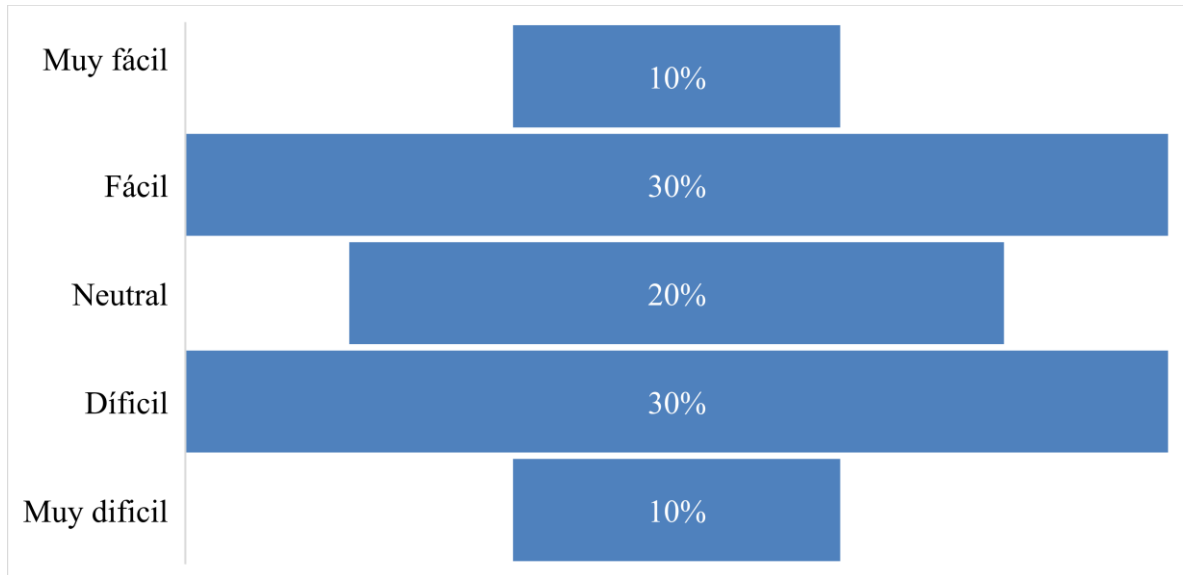


Figura 6.16 Facilidad de acceso a servicios odontológicos en la zona

Los resultados obtenidos al preguntar sobre la facilidad de acceso a servicios odontológicos en la zona revelan una percepción variada dentro de la comunidad.

- Un 40% de los encuestados encuentra el acceso a estos servicios muy fácil o fácil, indicando un nivel de satisfacción mayoritario con la accesibilidad actual.
- La presencia de un 20% de respuestas neutrales señala que existe un segmento significativo de la población que no tiene una percepción clara sobre la facilidad de acceso.
- Por otro lado, un 40% de los encuestados percibe el acceso a servicios odontológicos como difícil o muy difícil. Este hallazgo sugiere que hay desafíos sustanciales que enfrenta una parte de la población al intentar acceder a servicios odontológicos en la zona.

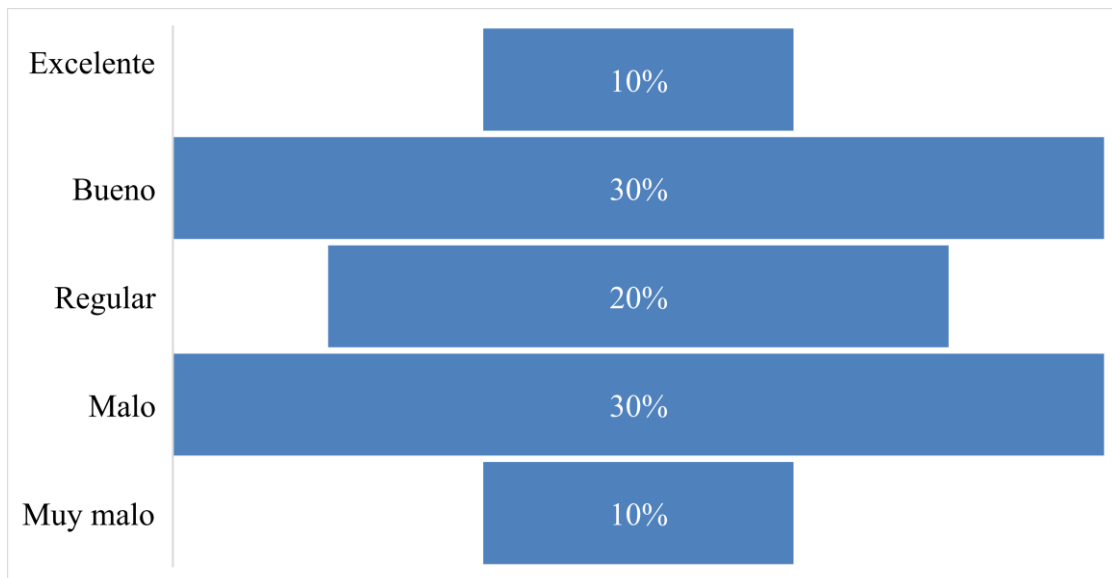
6.1.8.5 Evaluación de la calidad de los servicios odontológicos en la zona

Figura 6.17 Evaluación de la calidad de los servicios odontológicos en la zona

Al analizar las respuestas sobre la evaluación de la calidad de los servicios odontológicos en la zona se destacan diversas percepciones dentro de la comunidad.

- Excelente (10%): Un pequeño porcentaje calificó la calidad como "Excelente". Esto indica un segmento de la población altamente satisfecho con la calidad de los servicios odontológicos actuales en la zona.
- Bueno (30%): La mayoría de los encuestados, representando el 30%, calificó la calidad como "Bueno". Esto sugiere una percepción general positiva de la calidad de los servicios proporcionados.
- Regular (20%): Un 20% de respuestas calificaron la calidad como "Regular". Esta cifra podría indicar que hay un grupo significativo que percibe ciertas áreas de mejora en los servicios odontológicos actuales.
- Malo (30%): La calificación de "Malo" fue seleccionada por un 30% de los encuestados. Este hallazgo señala una proporción sustancial de la población insatisfecha con la calidad de los servicios odontológicos.
- Muy malo (10%): Un pequeño porcentaje, el 10%, calificó la calidad como "Muy malo", indicando un nivel de insatisfacción extremo.

Estos resultados resaltan la necesidad de una evaluación más detallada de las razones detrás de las respuestas negativas. La recopilación de comentarios adicionales permitirá identificar áreas específicas de preocupación y orientará estrategias para elevar la calidad de los servicios odontológicos en la zona. La atención a las experiencias individuales será fundamental para implementar mejoras que se alineen con las expectativas y necesidades de la comunidad.

6.1.8.6 Asequibilidad de los precios de los servicios odontológicos en la zona

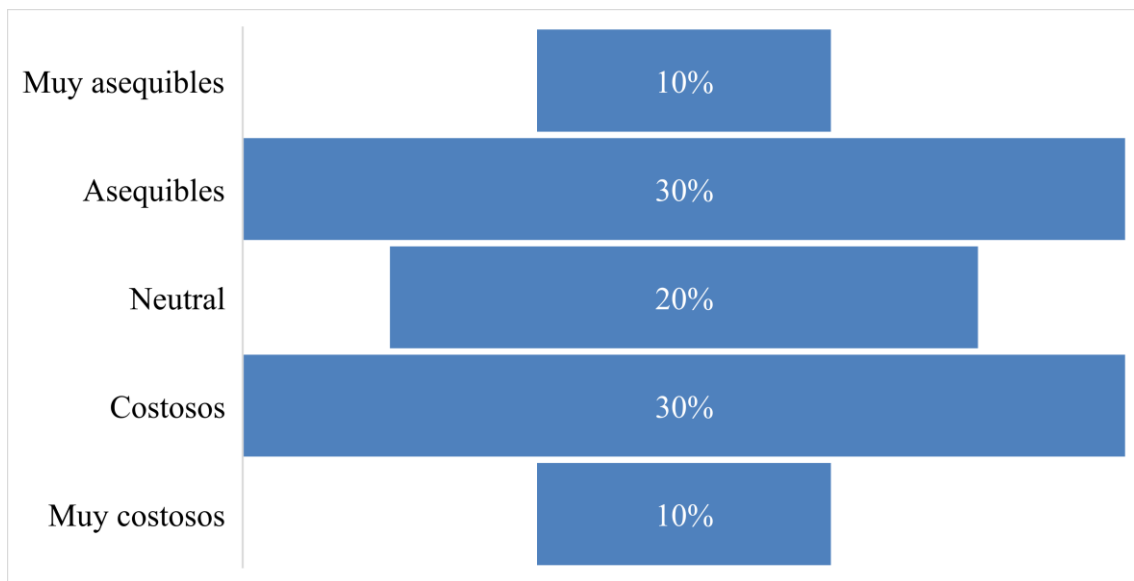


Figura 6.18 Asequibilidad de los precios de los servicios odontológicos en la zona

Al analizar las respuestas sobre la asequibilidad de los precios de los servicios odontológicos en la zona se revela una percepción variada en relación con la accesibilidad económica.

- Muy asequibles (10%): Un pequeño porcentaje considera que los precios son "Muy asequibles", indicando que hay un segmento de la población que encuentra los costos altamente accesibles.
- Asequibles (30%): La mayoría de los encuestados (30%) califica los precios como "Asequibles", sugiriendo una percepción general positiva sobre la asequibilidad de los servicios odontológicos en la zona.
- Neutral (20%): Un 20% de respuestas neutrales indica que existe una proporción significativa de la población que no tiene una opinión clara o no percibe problemas ni facilidades notables en cuanto a la asequibilidad de los precios.

- Costosos (30%): La calificación de "Costosos" fue seleccionada por el 30% de los encuestados, indicando que hay una parte sustancial de la población que percibe los precios como elevados.
- Muy costosos (10%): Un pequeño porcentaje (10%) calificó los precios como "Muy costosos", señalando que hay un segmento que considera los costos como inaccesibles.

6.1.8.7 Tiempo de espera para conseguir un turno en clínicas odontológicas en la zona

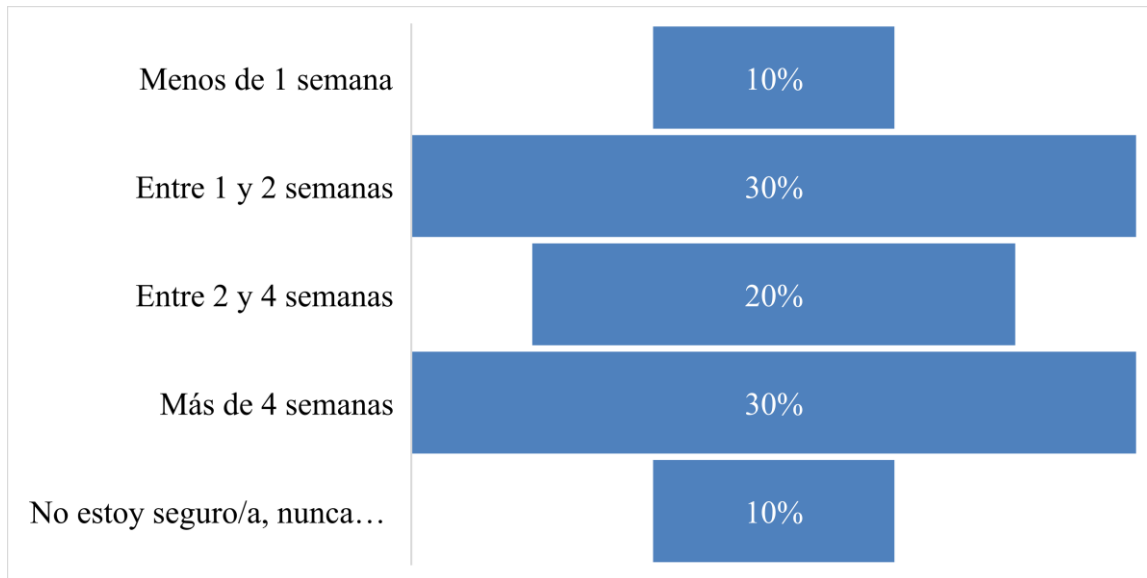


Figura 6.19 Tiempo de espera para conseguir un turno en clínicas odontológicas en la zona

El análisis de las respuestas sobre el tiempo de espera para conseguir un turno en clínicas odontológicas en la zona proporciona una visión detallada de las experiencias de la comunidad en cuanto a accesibilidad y demanda de servicios.

- Menos de 1 semana (10%): Un pequeño porcentaje experimenta un acceso rápido, consiguiendo turnos en menos de una semana. Esto indica una eficiencia en la gestión de citas para este grupo.
- Entre 1 y 2 semanas (30%): La mayoría de los encuestados (30%) espera entre 1 y 2 semanas para conseguir un turno. Este rango de espera podría considerarse razonable.

- Entre 2 y 4 semanas (20%): Un 20% de los encuestados espera entre 2 y 4 semanas, lo que podría indicar una demanda más alta o posiblemente limitaciones en la disponibilidad de citas.
- Más de 4 semanas (30%): Una proporción considerable (30%) experimenta tiempos de espera superiores a 4 semanas.
- No estoy seguro/a, nunca he tenido que esperar (10%): Un pequeño porcentaje (10%) nunca ha tenido que esperar para conseguir un turno. Esto podría indicar una experiencia positiva o que este grupo no ha requerido servicios con urgencia.

Estos resultados sugieren que existe una variabilidad significativa en los tiempos de espera, y la proporción considerable que espera más de 4 semanas destaca la importancia de evaluar y mejorar la gestión de citas para garantizar la accesibilidad a los servicios odontológicos en la zona.

6.1.8.8 Satisfacción con el tiempo de espera para conseguir un turno en clínicas odontológicas en la zona

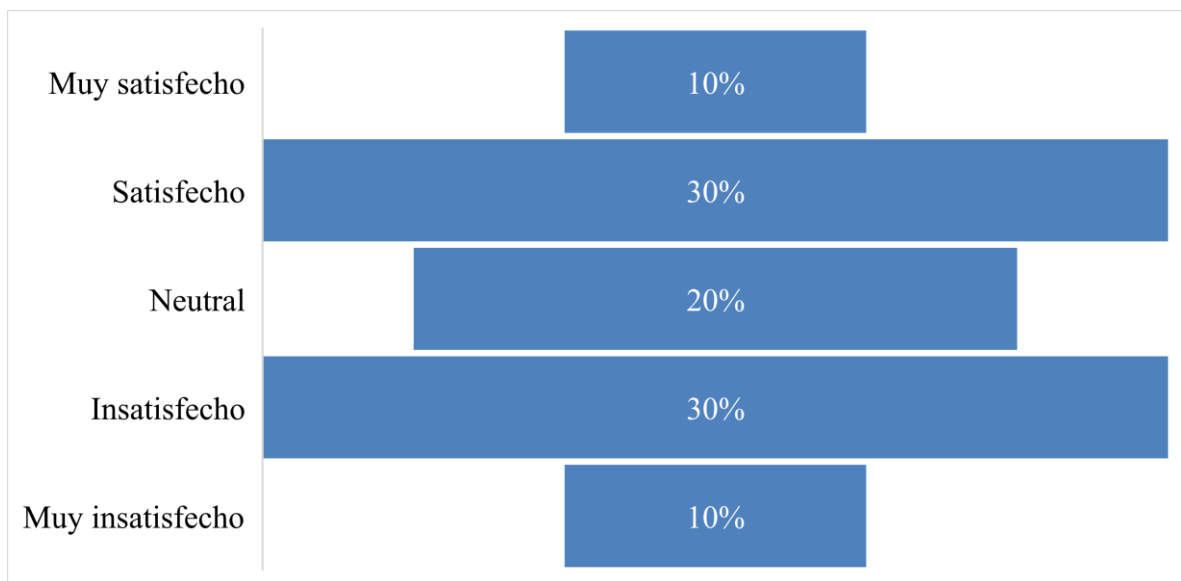


Figura 6.20 Satisfacción con el tiempo de espera para conseguir un turno en clínicas odontológicas en la zona

Al analizar las respuestas sobre la satisfacción con el tiempo de espera para conseguir un turno en clínicas odontológicas en la zona se obtiene una visión clara de cómo percibe la comunidad la gestión de citas en los servicios odontológicos actuales.

- Muy satisfecho (10%): Un pequeño porcentaje está muy satisfecho con el tiempo de espera para conseguir un turno. Esto indica que hay un segmento de la población que experimenta tiempos de espera que cumplen o superan sus expectativas.
- Satisfecho (30%): La mayoría de los encuestados (30%) se muestra satisfecha con el tiempo de espera para conseguir un turno. Este grupo percibe que la gestión de citas es adecuada y cumple con sus necesidades.
- Neutral (20%): Un 20% de respuestas neutrales indica que hay un segmento de la población que no tiene una opinión clara o no experimenta fuertes emociones en cuanto al tiempo de espera.
- Insatisfecho (30%): Un 30% de insatisfacción sugiere que hay un grupo significativo de personas que considera que el tiempo de espera no cumple con sus expectativas.
- Muy insatisfecho (10%): Un pequeño porcentaje está muy insatisfecho con el tiempo de espera. Este grupo experimenta niveles de insatisfacción extremos.

Estos resultados indican la necesidad de evaluar y posiblemente mejorar la eficiencia en la gestión de citas en las clínicas odontológicas de la zona. La atención a las experiencias individuales y la comprensión de las expectativas específicas de la comunidad en cuanto a los tiempos de espera serán esenciales para implementar mejoras significativas y garantizar la satisfacción general.

6.1.8.9 Influencia de la publicidad en la elección de una nueva clínica odontológica

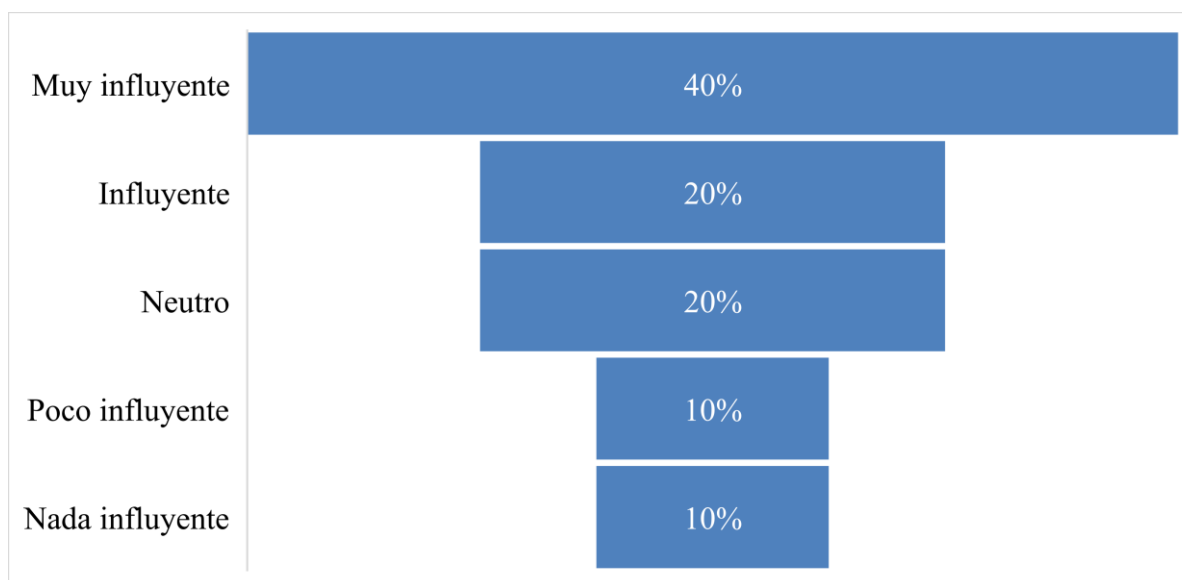


Figura 6.21 Influencia de la publicidad en la elección de una nueva clínica odontológica

Según las respuestas recabadas en la encuesta sobre la influencia de la publicidad en la elección de una nueva clínica odontológica, se destaca que:

- Un notorio 40% de los encuestados considera que la publicidad es muy influyente. Esta cifra refleja una marcada predisposición de la población a dejarse influenciar positivamente por las estrategias publicitarias al tomar decisiones sobre la elección de servicios odontológicos.
- Adicionalmente, cerca de 20% de los participantes indica que la publicidad tiene un nivel de influencia que podríamos calificar como influyente, sugiriendo que la mayoría de la población encuentra que las campañas publicitarias desempeñan un papel significativo en su proceso de toma de decisiones en cuanto a clínicas odontológicas.
- En contraste, un 20% de los encuestados se muestra neutral respecto a la influencia de la publicidad, indicando que, para este grupo, las estrategias publicitarias no tienen un peso destacado al elegir una nueva clínica odontológica.

- Sin embargo, es importante señalar que un 10% de los participantes considera que la publicidad es poco influyente en su decisión. Este grupo sugiere que, a pesar de las campañas publicitarias, otros factores tienen un peso mayor al seleccionar una clínica odontológica.
- Finalmente, un pequeño porcentaje, alrededor de 10%, indica que la publicidad es nada influyente. Estos resultados destacan la diversidad de percepciones en la población, lo que subraya la importancia de comprender las preferencias individuales al diseñar estrategias publicitarias para clínicas odontológicas.

6.1.8.10 Impacto de las recomendaciones de amigos o familiares en la elección de una clínica odontológica

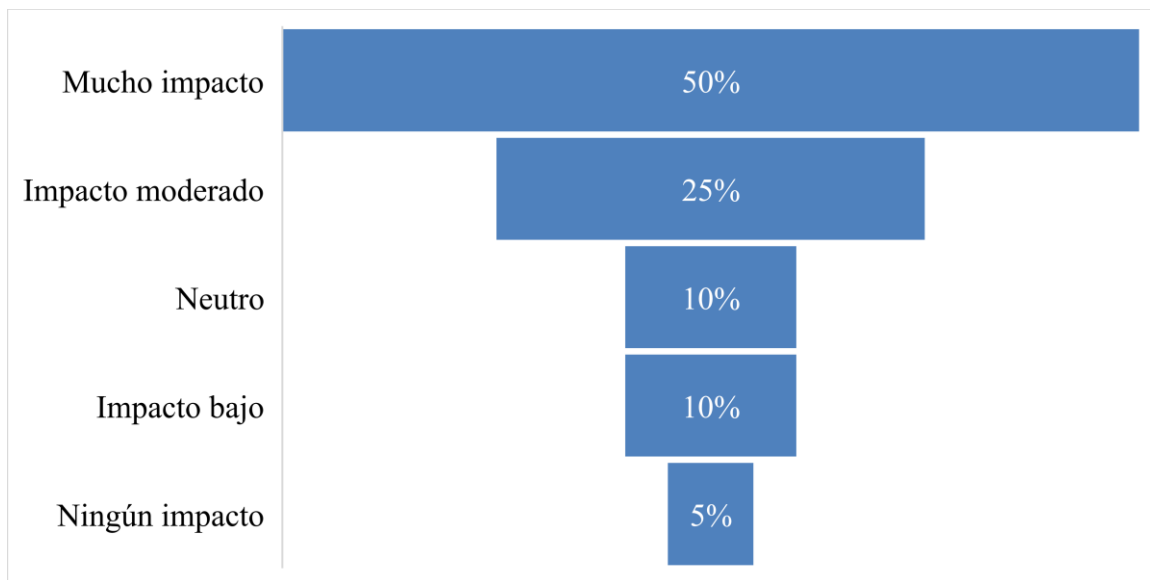


Figura 6.22 Impacto de las recomendaciones de amigos o familiares en la elección de una clínica odontológica

Según los resultados obtenidos en la encuesta acerca del impacto de las recomendaciones de amigos o familiares en la elección de una clínica odontológica, se destaca que:

- Un notable 50% de los encuestados afirma que las recomendaciones tienen un impacto significativo, describiéndolo como "mucho impacto". Esta respuesta refleja la fuerte influencia que tienen las experiencias compartidas por allegados en la toma de decisiones sobre servicios odontológicos.

- Por otro lado, cerca de 25% de los participantes indica que las recomendaciones tienen un impacto moderado en su elección. Este grupo reconoce la importancia de las opiniones de amigos o familiares, aunque no las considera como el factor determinante.
- Un 10% se muestra neutral en cuanto al impacto de las recomendaciones, indicando que, para este segmento de la población, las opiniones de amigos o familiares no pesan significativamente en su elección de clínica odontológica.
- Sin embargo, un 10% de los encuestados sostiene que las recomendaciones tienen un impacto bajo en su decisión, sugiriendo que, a pesar de las experiencias compartidas, otros factores son más determinantes al momento de elegir servicios odontológicos.
- Por último, un pequeño porcentaje, alrededor de 5%, indica que las recomendaciones no tienen ningún impacto en su decisión. Este grupo señala que otros aspectos son prioritarios al seleccionar una clínica odontológica.

6.1.8.11 Preferencias en cuanto a la relación entre calidad y precio en servicios odontológicos

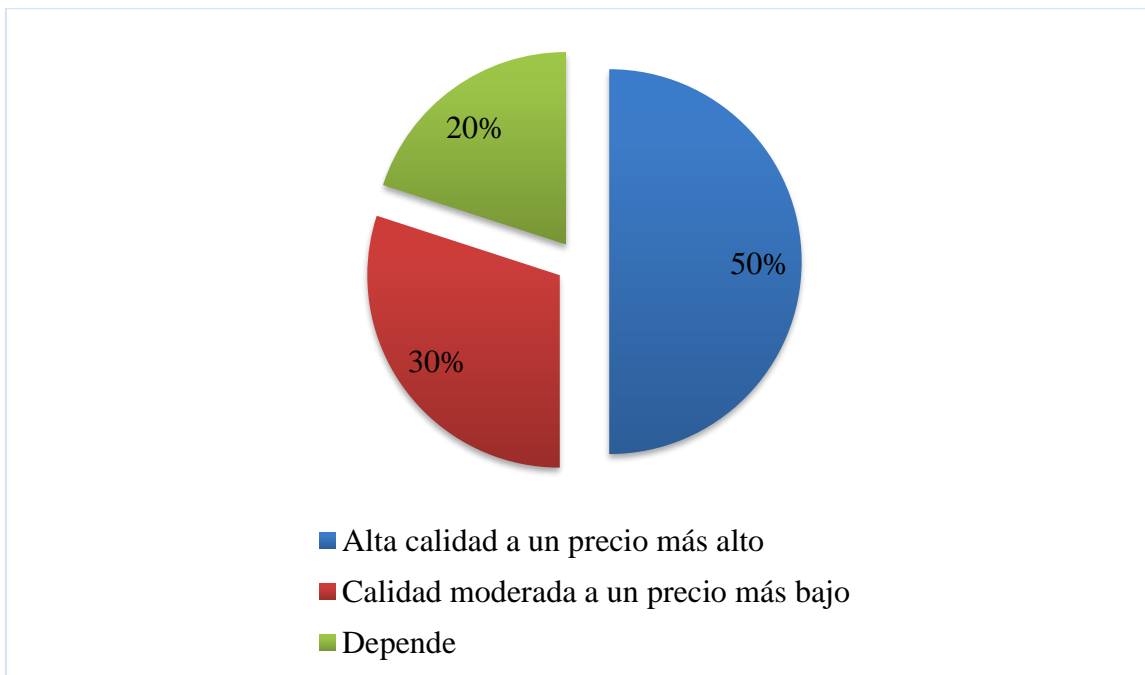


Figura 6.23 Preferencias en cuanto a la relación entre calidad y precio en servicios odontológicos.

Según las respuestas recopiladas en la encuesta sobre las preferencias en cuanto a la relación entre calidad y precio en servicios odontológicos, se observa que:

- La mayoría de los encuestados, con un significativo 50% expresan una clara preferencia por clínicas que ofrecen calidad moderada a un precio más bajo. Este hallazgo sugiere que, para la mayoría de la población, la relación costo-beneficio y la accesibilidad financiera son aspectos cruciales al elegir servicios odontológicos.
- En contraste, un 30% de los participantes indica que aún existe una proporción considerable que valora la alta calidad incluso a un precio más alto. Esto evidencia que hay un segmento significativo de la población dispuesto a invertir más en servicios odontológicos en busca de una experiencia de mayor excelencia.
- Además, un 20% de los encuestados sostiene que su elección dependería de circunstancias específicas. Este grupo refleja una flexibilidad en la toma de decisiones, donde otros factores como promociones, ubicación o recomendaciones podrían influir en la elección de una clínica odontológica. Esto destaca la importancia de considerar diversos elementos en la toma de decisiones de la población.

6.1.8.12 Preferencias de recepción de información acerca de la apertura y promociones anticipadas de una nueva clínica odontológica

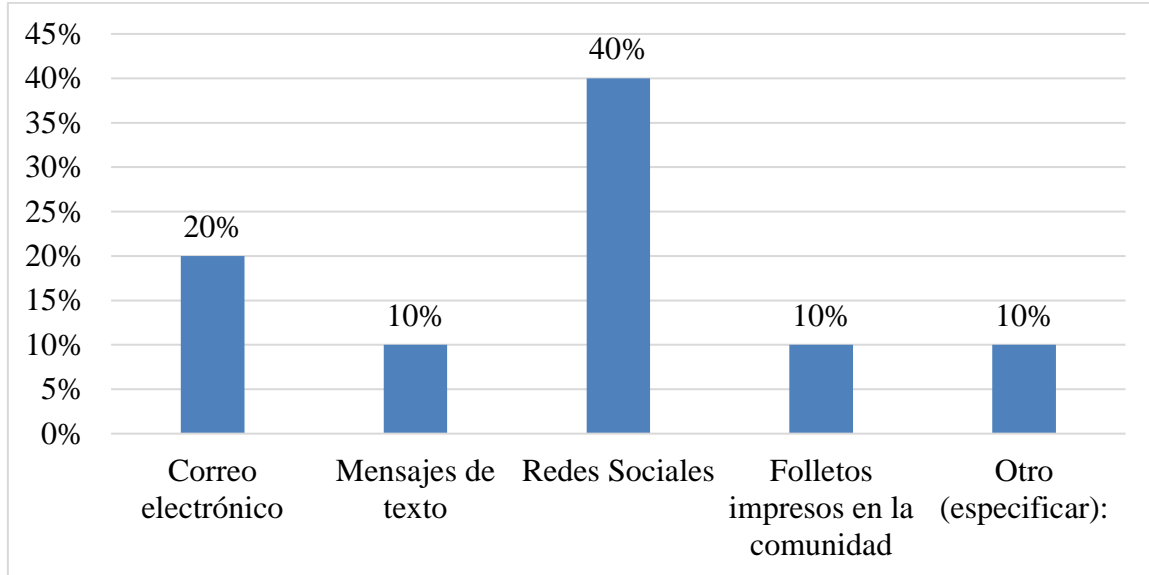


Figura 6.24 Preferencias de recepción de información acerca de la apertura y promociones anticipadas de una nueva clínica odontológica.

De acuerdo con las respuestas obtenidas en la encuesta sobre las preferencias de recepción de información acerca de la apertura y promociones anticipadas de una nueva clínica odontológica, se destaca que:

- Un substancial 40% de los encuestados prefiere recibir dicha información a través de las redes sociales. Esto indica que las plataformas sociales se han convertido en un canal dominante para comunicar novedades y ofertas en el ámbito odontológico, siendo preferidas por una parte significativa de la población.
- Asimismo, cerca de 20% de los participantes opta por recibir información a través de correo electrónico, sugiriendo que este método de comunicación directa sigue siendo efectivo y es bien recibido por una parte significativa de la población.
- Un 10% manifiesta preferir mensajes de texto como canal para recibir información sobre la apertura y promociones anticipadas. Este hallazgo indica que la comunicación directa a través de mensajes de texto también es valorada por una parte de la población.

- En contraste, un 10% de los encuestados prefiere la tradicional distribución de folletos impresos en la comunidad. Esta preferencia sugiere que, a pesar del auge de las tecnologías digitales, todavía existe una audiencia que valora la información tangible y local.
- Por último, un pequeño porcentaje, aproximadamente 10%, elige la opción "Otro" y especifica sus preferencias particulares: para aquellos que valoran la comunicación personalizada, las llamadas telefónicas directas podrían ser una opción relevante y aunque se mencionó la preferencia por folletos impresos, algunos participantes especificaron preferir anuncios en periódicos locales u otros medios impresos. Estas respuestas personalizadas pueden revelar nuevas oportunidades de comunicación que podrían ser exploradas por las clínicas odontológicas para maximizar su alcance.

6.1.8.13 Preferencias de promociones antes de la apertura de una clínica odontológica

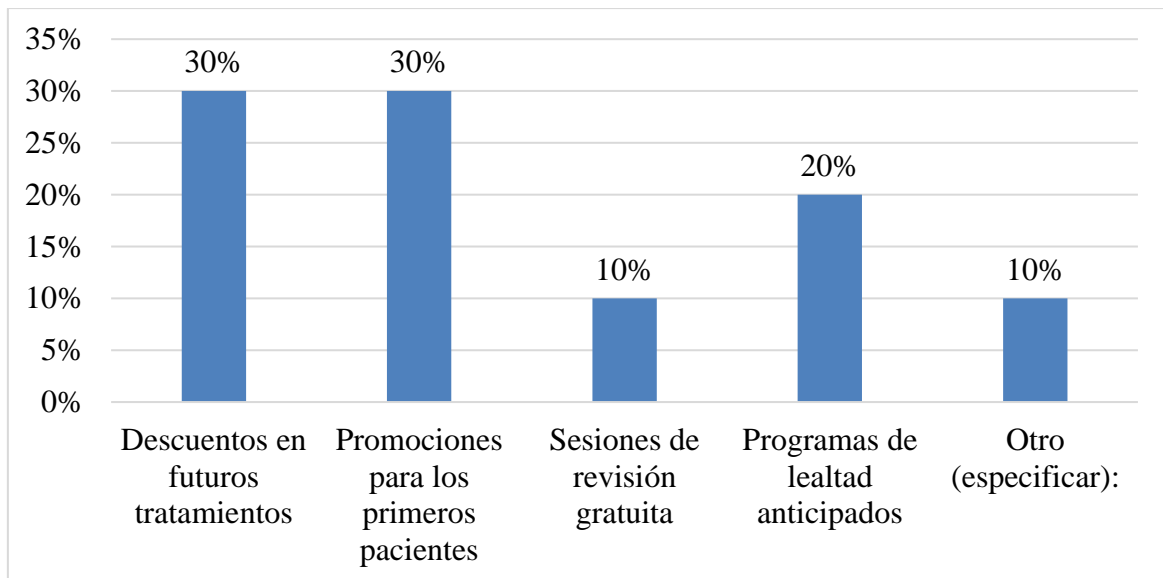


Figura 6.25 Preferencias de promociones antes de la apertura de una clínica odontológica

A partir en las respuestas recopiladas en la encuesta sobre las preferencias de promociones antes de la apertura de una clínica odontológica, se observa que:

- Un 30% de los encuestados muestra interés en descuentos en futuros tratamientos. Este resultado sugiere que la perspectiva de obtener beneficios económicos en tratamientos a largo plazo puede ser una estrategia efectiva para atraer la atención de la población.
- Además, aproximadamente 30% de los participantes encuentra atractivas las promociones dirigidas a los primeros pacientes. Esta preferencia indica que la exclusividad y la oportunidad de recibir servicios preferenciales pueden ser un incentivo eficaz para atraer clientes en la fase inicial de apertura de la clínica.
- Un 10% expresa interés en sesiones de revisión gratuita. Esta opción destaca la importancia que algunos individuos otorgan a la posibilidad de conocer los servicios de la clínica mediante experiencias prácticas antes de comprometerse con tratamientos pagos.
- Por otro lado, un 20% indica interés en programas de lealtad anticipados. Esto sugiere que la idea de obtener beneficios continuos y recompensas a largo plazo por su fidelidad podría ser un atractivo adicional para ciertos segmentos de la población.
- Finalmente, algunos encuestados, aproximadamente 10%, eligen la opción "Otro" y especifican sus preferencias particulares como descuentos para grupos familiares y descuento por referencia.

6.1.9 Información adicional:

1. "Sería genial contar con una clínica odontológica que ofrezca servicios especializados en ortodoncia, ya que muchos residentes necesitan ese tipo de tratamiento, pero tienen que desplazarse a otras áreas para obtenerlo".

2. "Me gustaría que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó brinden opciones de financiamiento o planes de pago flexibles, ya que algunos tratamientos pueden resultar costosos y no todos podemos pagarlos de una sola vez".

3. "Sería útil que las clínicas odontológicas inviertan más en tecnología y equipos modernos para ofrecer tratamientos más eficientes y cómodos para los pacientes".

4. "Considero importante que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó promuevan programas educativos sobre higiene dental y prevención de enfermedades bucales, especialmente dirigidos a los niños".

5. "Me gustaría ver un mayor enfoque en la atención al cliente y un trato más personalizado por parte de las clínicas odontológicas. A veces nos sentimos como números en lugar de pacientes".

6. "Sería genial si las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó ofrecieran servicios de emergencia dentales los fines de semana, ya que a veces surgen problemas inesperados y es difícil encontrar atención rápida fuera de los días laborables".

7. "Considero importante que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó cuenten con personal bilingüe o servicios de traducción, para poder atender a residentes que no hablan español de manera fluida".

8. "Sería beneficioso que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó ofrezcan horarios de atención extendidos, para que las personas que trabajan durante el día tengan la oportunidad de acudir a una cita sin tener que tomar tiempo libre".

9. "Me gustaría que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó implementaran medidas ecológicas, como el uso de materiales biodegradables y la reducción de desechos plásticos, para contribuir a un enfoque más sostenible".

10. "Sería útil que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó brinden opciones de educación financiera sobre cómo manejar los costos de los tratamientos dentales y el uso adecuado de los seguros de salud dental".

11. "Sería beneficioso que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó ofrezcan servicios de odontología pediátrica, ya que los niños necesitan una atención dental especializada y amigable".

12. "Me gustaría que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó brinden opciones de citas en línea, para facilitar la programación y reducir el tiempo de espera en la sala de espera".

13. "Sería genial si las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó trabajaran en colaboración con los colegios locales para brindar programas de educación dental en las escuelas".

14. "Considero importante que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó tengan un enfoque en la comodidad del paciente, proporcionando salas de espera acogedoras y equipadas con entretenimiento".

15. "Me gustaría ver una mayor variedad de opciones de pago, como planes de membresía o suscripciones mensuales, que ayuden a distribuir los costos de los tratamientos dentales a lo largo del tiempo".

16. "Sería útil que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó brinden servicios de teleodontología, que permitan consultas y seguimientos virtuales para casos que no requieran una visita física".

17. "Considero importante que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó ofrezcan programas de descuentos o promociones especiales para personas de la tercera edad, quienes pueden tener necesidades dentales específicas".

18. "Me gustaría que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó implementen un enfoque holístico, considerando la conexión entre la salud bucal y la salud general del paciente".

19. "Sería beneficioso que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó cuenten con un sistema de recordatorios automáticos para las citas, ya sea a través de mensajes de texto o correos electrónicos".

20. "Considero importante que las clínicas odontológicas del barrio Ituzaingó se mantengan actualizadas con los avances tecnológicos y los últimos tratamientos dentales para brindar una atención de calidad".

7. PLAN DE NEGOCIOS

7.1 Descripción del emprendimiento

El proyecto de la clínica odontológica surge en respuesta a la creciente demanda de servicios de salud bucal y reconociendo el potencial que ofrece este campo. La odontología es una profesión amplia que puede ejercerse de diversas formas, ya sea de manera autónoma en consultorios privados, en instituciones públicas como hospitales o en áreas especializadas como la odontología forense. En el caso de la clínica se enfoca en el ejercicio privado y se busca establecer un espacio donde los odontólogos profesionales matriculados puedan brindar servicios de calidad.

El ejercicio privado de la odontología es una práctica común, y muchos profesionales optan por trabajar en consultorios, centros odontológicos o clínicas privadas. Estas organizaciones pueden variar en su estructura, desde consultorios simples con una sola unidad dental hasta centros odontológicos más complejos con varias unidades dentales y tecnología avanzada. La elección de la organización depende de los objetivos del profesional y del tipo de servicios que deseen ofrecer.

En el caso de la clínica, se busca establecer una clínica moderna y sofisticada, con instalaciones adecuadas y equipamiento de última generación. El objetivo es brindar un servicio personalizado y de calidad, adaptado a las necesidades de los pacientes. Se contará con un equipo de odontólogos altamente capacitados y se priorizará la utilización de insumos de alta calidad para garantizar un trabajo eficiente y seguro.

La clínica odontológica ofrecerá una amplia gama de servicios para atender de manera integral a pacientes de todas las edades. Entre las prestaciones que se brindarán se encuentran:

- a) Odontología general para adultos: Se realizarán consultas de rutina, limpieza dental y tratamiento de caries utilizando materiales de composite o resina dental.
- b) Odontopediatría: Se brindará atención especializada a los niños, incluyendo consultas, higiene dental y tratamiento de caries con materiales de composite o resina dental.

- c) Endodoncia: Este tratamiento se enfoca en la extirpación de la pulpa dental y el posterior relleno y sellado de la cavidad pulpar con un material inerte. También conocido como tratamiento de conducto, tiene como objetivo preservar las piezas dentales dañadas para evitar su pérdida.
- d) Periodoncia: Se ofrecerá tratamiento para enfermedades periodontales, como la gingivitis y la periodontitis. La gingivitis afecta las encías y los tejidos blandos que protegen los dientes, mientras que la periodontitis provoca infecciones en el hueso que sostiene los dientes y otros tejidos como el ligamento periodontal y el cemento radicular. Dependiendo de la gravedad, el tratamiento puede ser no quirúrgico o requerir cirugía dental.
- e) Cirugía e implantes: Se realizarán cirugías ambulatorias e implantología dental, tanto bajo anestesia local como general, para solucionar problemas de extracción de piezas dentales y reemplazarlas con implantes.
- f) Estomatología: Se brindará atención y tratamiento a personas con lesiones y enfermedades bucales, incluyendo herpes, lesiones en la lengua, labios, y se ofrecerá prevención y control de cáncer bucal.
- g) Prótesis fijas y removibles: Se realizarán prótesis dentales tanto fijas como removibles, para reemplazar dientes ausentes y restaurar la funcionalidad y estética de la boca.
- h) Ortodoncia: Se ofrecerán tratamientos de ortodoncia tanto fija como removible, incluyendo el tratamiento de paladar fisurado. Se utilizarán alineadores invisibles y brackets para corregir la posición de los dientes y lograr una sonrisa más estética. También se ofrecerá ortopedia para el tratamiento de problemas de maloclusión y desarrollo maxilofacial.
- i) Estética dental: Se realizarán procedimientos de blanqueamiento dental para mejorar el aspecto estético de los dientes y lograr una sonrisa más brillante.
- j) Urgencias odontológicas: Se brindará atención y contención necesarias en situaciones de emergencia para solucionar problemas dentales de manera rápida y eficaz.

El Decreto 2148/02 establece los requisitos mínimos específicos para el funcionamiento de los Consultorios Odontológicos. Según el artículo 31°, para obtener la habilitación y operar como consultorio odontológico, se deben cumplir los requisitos generales y específicos mínimos establecidos en la reglamentación. Además, se menciona la necesidad de llevar un Libro Registro de Enfermedades Transmisibles e Historia Clínica Completa por paciente.

En el artículo 32° se especifica que el consultorio odontológico debe tener una superficie mínima de seis metros cuadrados, con un lado mínimo de dos metros. Si cuenta con equipo de rayos propio, se requerirá una superficie mayor. Además, se establece la necesidad de contar con una adecuada ventilación e iluminación natural, o en su defecto, sistemas artificiales instalados correctamente para asegurar la renovación del aire. Los muros deben ser lisos, lavables, sin molduras o salientes, y los pisos lavables, siendo los de madera plastificados. Asimismo, se menciona la necesidad de tener aislamiento acústico del exterior.

El artículo 33° menciona el equipamiento necesario para el consultorio odontológico, que incluye un sillón dental con unidad de turbina, micromotor, torno, jeringa y suctor. Además, se requiere una salivadera con circulación de agua y desagüe conectado a la red pública, sistema de esterilización (centralizado en caso de clínicas e institutos de tercer nivel de complejidad), sistema de desinfección, pileta o lavatorio conectado a las redes correspondientes, instalación eléctrica de acuerdo a las normas vigentes, métodos adecuados para el tratamiento de instrumental descartable y desechos patógenos, sistema de iluminación dirigida, variedad de instrumental mínimo necesario para el ejercicio de la odontología, compresor protegido y aislado acústicamente, aparato de radiografía a partir del segundo nivel de atención con la habilitación correspondiente, y mobiliario y mesadas lavables en todas sus caras, incluyendo cortinas lisas y lavables.

Para iniciar el trámite de matriculación en el Colegio Odontológico de Córdoba, se deben cumplir una serie de requisitos y presentar la documentación necesaria. A continuación, se detallan los pasos a seguir:

1. Obtener un Certificado Apto Psicológico, para lo cual se debe solicitar un turno con la Lic. Verónica Degenaro al número de teléfono indicado. Una vez realizado el trámite, se recibirá un correo electrónico con un enlace para acceder al formulario de inscripción en línea.

2. Completar el formulario de inscripción en línea, el cual otorgará acceso al “turnero” para solicitar citas.
3. Realizar el trámite de manera presencial, presentando los siguientes documentos:
 - Documento de Identidad (Libreta Cívica, Libreta de Enrolamiento o Documento único).
 - Fotocopia del DNI.
 - Diploma original de odontólogo. En caso de no haberlo recibido, se puede presentar un Certificado Provisorio Original emitido por el Rectorado.
 - Original y fotocopia del diploma, ambos legalizados por el Rectorado que expidió el título.
 - Certificado de Buena Conducta de la Policía de la Provincia de Córdoba o Certificado de Reincidencia emitido por el Registro Nacional de Reincidencia.
 - Certificado Analítico original.
 - Certificados de Antecedentes Disciplinarios y Libre Deuda, en caso de haber estado matriculado en otros Colegios Odontológicos o el Ministerio de Salud del país.
 - Constancia de CUIL.
4. Para consultas adicionales, se puede contactar por correo electrónico a matriculacion@colodontcba.org.ar.
5. Realizar el pago correspondiente de los derechos de inscripción, los cuales varían dependiendo del tiempo transcurrido desde la obtención del título. También se deberá abonar una cuota mensual.

Además, la Secretaría de Ambiente es la entidad encargada de aplicar la Ley de Residuos Peligrosos N° 8.973/03 y su Decreto Reglamentario 2.149/2003, los cuales se adhieren a la Ley Nacional N°24.051. La Dirección de Residuos Peligrosos, a su vez, tiene la responsabilidad de administrar y mantener actualizado el Registro de Generadores, Operadores y Transportistas de residuos peligrosos. Asimismo, se encarga de supervisar y controlar los movimientos y la gestión de estos residuos a través de procesos administrativos y operativos.

La emisión del Certificado Ambiental Anual es una de las tareas principales de esta dirección, ya que dicho certificado es requisito obligatorio para obtener la habilitación de industrias, transportes, plantas de tratamiento, disposición y otras actividades que generen u operen con residuos peligrosos. En cuanto al trámite digital, este consiste en la inscripción, renovación y/o modificación de datos en el Registro de Residuos Peligrosos. Todas las personas físicas o jurídicas que generen transporten, manipulen, traten y/o dispongan residuos peligrosos dentro del territorio provincial deben llevar a cabo este trámite para cumplir con las regulaciones correspondientes.

7.1.2 Planeación estratégica: misión, visión y valores

Definir la misión, visión y valores de una empresa resulta fundamental. Estos tres conceptos permiten definir la estructura y los objetivos de una empresa, así como su cultura, su papel en la sociedad y su forma de actuar ante cualquier decisión o problema. En definitiva, son los pilares sobre los que se sostiene una empresa y su estrategia de mercado.

Misión

Nuestra misión es ser un grupo de profesionales altamente capacitados y cualificados, enfocados en satisfacer las necesidades de nuestros pacientes y brindarles una experiencia única en cada visita. Nos basamos en el conocimiento y la constante actualización de nuestras habilidades, así como en principios éticos sólidos y la implementación de innovaciones tecnológicas. Nos esforzamos por mantener un ambiente cálido y acogedor, para que cada paciente se sienta cómodo y seguro en nuestro centro.

Visión

Nuestra visión es ser reconocidos como proveedores de servicios de salud bucal de excelencia. Nos enfocamos en la calidad de nuestro trabajo, el trato humano que brindamos y nuestro compromiso con la mejora continua. Buscamos ser líderes en nuestro campo, adaptándonos a los avances y cambios en la odontología, para ofrecer a nuestros pacientes los tratamientos más actualizados y efectivos.

Valores

En nuestro trabajo, nos regimos por una serie de valores fundamentales:

- Buscamos constantemente la excelencia y nos comprometemos a ofrecer servicios de calidad excepcional.
- Nuestros diagnósticos se basan en una ética rigurosa y en la honestidad con nuestros pacientes.
- Valoramos la formación continua y nos esforzamos por mantenernos actualizados en las últimas tendencias y avances en odontología.
- Fomentamos el trabajo en equipo y reconocemos la importancia de colaborar y compartir conocimientos para brindar una atención integral a nuestros pacientes.
- Nos mantenemos a la vanguardia de la innovación tecnológica, utilizando las herramientas más avanzadas para ofrecer tratamientos precisos y eficientes.
- Consideramos a cada persona de manera integral, atendiendo no solo a sus necesidades bucales, sino también a su bienestar general.
- Brindamos un trato humano y personalizado, demostrando empatía y respeto hacia nuestros pacientes en cada interacción.
- Nos comprometemos con la sociedad en la que nos encontramos, colaborando en acciones sociales y promoviendo la salud en nuestro barrio y comunidad.

7.2 Análisis del Macroentorno

7.2.1 Análisis PESTEL

Análisis político

La situación del contexto político en el año 2023 es de gran importancia y tiene impactos tanto positivos como negativos en el sector de la salud y en particular en las empresas del sector. En primer lugar, el factor más relevante en el contexto político es la proximidad de las elecciones presidenciales en el año 2023. Esto genera incertidumbre y especulaciones, ya que existe la posibilidad de un cambio de gobierno y nuevas políticas que podrían afectar a las empresas del sector de la salud. La perspectiva de un gobierno con bajas probabilidades de reelección puede generar aún más incertidumbre en el ambiente empresarial.

Por otro lado, las políticas implementadas por el gobierno actual afectaron negativamente a las empresas del sector de la salud, especialmente aquellas que dependen de contratos en dólares para la adquisición de insumos y materia prima (Eleisegui, 2022). El mercado cambiario y las políticas intervencionistas y restrictivas del gobierno agravan aún más esta situación, generando un alto riesgo de devaluación del peso y provocando incertidumbre en las obligaciones denominadas en moneda extranjera.

Otra política relevante en el contexto político es la monetaria y del comercio exterior. Actualmente, las políticas monetarias tienden a aumentar la base monetaria, lo que deteriora el poder adquisitivo del peso y afecta la economía en general. En cuanto al comercio exterior, se han implementado medidas como aumentos en las retenciones a los productos agropecuarios y más restricciones en el mercado cambiario, lo que genera dificultades en la balanza comercial. Además, las intervenciones en los precios de las prepagas por parte del gobierno también juegan un papel importante en el contexto político del sector de la salud. Estas intervenciones pueden afectar negativamente a las empresas del sector y reducir la demanda de servicios de salud en el año 2023.

En conclusión, el contexto político en el año 2023 presenta desafíos y riesgos para las empresas del sector de la salud. Las políticas restrictivas, las incertidumbres electorales y las intervenciones en los precios pueden afectar la estabilidad financiera de las organizaciones y la demanda de servicios de salud. Es fundamental que las empresas del sector estén preparadas para hacer frente a estos desafíos y adaptarse a las condiciones políticas cambiantes para garantizar su viabilidad económica y financiera.

Análisis económico

El contexto económico actual en Argentina tiene un impacto significativo en el sector de la salud, con una serie de efectos tanto cuantitativos como cualitativos. Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), la economía argentina ha experimentado una alta inflación en los últimos años, alcanzando una tasa interanual del 78,5% en el año 2022. Además, las proyecciones indican que la inflación continuará en aumento y se espera que supere el 100% en el año 2023 (Criales, 2023).

Este incremento en los niveles de inflación tiene consecuencias directas en las empresas del sector de la salud. Los costos operativos y de producción se ven afectados, ya que los precios de los insumos médicos, equipos y medicamentos se elevan rápidamente. Según estimaciones del sector, se estima que los costos han aumentado en un promedio del 50% en el último año según Unión Argentina de Salud (2022). El poder adquisitivo de los pacientes también se ve disminuido debido a la inflación. Con una inflación acumulada del 78,5% en el año 2022, las familias argentinas enfrentan una reducción en su capacidad de gasto en servicios de salud. Además, las empresas del sector de la salud se enfrentan a desafíos en términos de inversión. La incertidumbre económica y las políticas monetarias restrictivas han generado un clima de desconfianza entre los inversores, tanto nacionales como extranjeros.

Otro aspecto importante es el acceso a tecnología médica de vanguardia. Según la última Encuesta sobre Investigación y Desarrollo (I+D) del Sector Empresarial Argentino (ESID) realizada por la Dirección Nacional de Información Científica del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación (MINCyT), se ha registrado un importante crecimiento en la inversión en investigación clínica en Argentina en los últimos 5 años. De acuerdo con los datos recopilados, la inversión en investigación clínica ha aumentado un 130% durante este período, lo que representa un destacado impulso para el desarrollo científico y tecnológico del país.

Según los informes, durante el año 2021, las empresas dedicadas a investigación clínica invirtieron un total de 41.134 millones de pesos en actividades de I+D. Es importante destacar que los laboratorios de innovación farmacéutica nucleados en la Cámara Argentina de Especialidades Medicinales (CAEME) y la Cámara Argentina de Organizaciones de Investigación Clínica (CAOIC) concentraron el 92% de la inversión en I+D clínica, lo que representa el 44% de la inversión total en I+D de todo el sector empresarial, que ascendió a 93.557 millones de pesos. Estos resultados son altamente alentadores y posicionan a Argentina como un prometedor centro de investigación clínica en la región. La inversión en I+D clínica no solo impulsa el avance científico y tecnológico, sino que también tiene un impacto económico significativo en el país. Genera empleo calificado, atrae inversiones extranjeras y contribuye al desarrollo sostenido del trabajo formal en el sector.

El crecimiento en la inversión en investigación clínica también ha traído consigo un aumento en la cantidad de expertos dedicados a estas actividades. Según los datos recopilados, en los últimos años se ha duplicado la cantidad de especialistas en investigación clínica en Argentina, pasando de 1.800 a 4.182 profesionales dedicados a estas tareas. La inversión en investigación clínica es fundamental para el desarrollo de nuevos fármacos, tratamientos y tecnologías médicas. Además, contribuye a mejorar la calidad de vida de los pacientes y a reducir los índices de mortalidad en diversas patologías. La investigación clínica también reporta importantes ahorros para el sistema de salud público y privado, así como beneficios para la sociedad en general al promover una mejor salud y bienestar según informe Infobae (2023).

Por otro lado, según el Ministerio de Economía en su informe de cadena de valor de equipamientos médicos del año 2022 el sector de equipamiento médico en el año 2020 alcanzó su nivel más bajo y posteriormente experimentó una recuperación en 2021 como los segmentos destinados al mercado interno, como el equipamiento para ortodoncia y los productos ortopédicos. En conjunto, se registró una caída del 5,5% en el sector. Sin embargo, en el año 2021, con la reactivación de la actividad económica, el sector experimentó un crecimiento del 7,3%. Aunque se observa una recuperación en el nivel de actividad, la utilización de la capacidad instalada todavía se encuentra por debajo de los niveles de 2019. En los últimos cinco años, la utilización de la capacidad instalada promedió el 59%, lo que coloca al sector por encima de los niveles del sector metalúrgico, pero por debajo del promedio de la industria manufacturera en general. En cuanto a las inversiones en el sector, en los últimos seis años se han realizado anuncios de inversión con el objetivo de adquirir equipamiento y mobiliario hospitalario, ampliar la escala de producción y readaptar las líneas de producción, especialmente en el contexto de la pandemia. Durante el año 2020, los anuncios de inversión representaron el 45% del total de todo el período analizado, y el 12% de estos se destinaron a la producción de respiradores.

En conclusión, el contexto económico actual en Argentina presenta tanto desafíos como oportunidades para el sector de la salud. Por un lado, la alta inflación y la incertidumbre económica generan aumentos en los costos operativos y disminuyen el poder adquisitivo de los pacientes, lo que afecta la capacidad de las empresas de salud para brindar servicios de calidad y asequibles. Además, la falta de inversión y la desconfianza de los inversores pueden limitar el desarrollo y la innovación en el sector.

Sin embargo, también se observan aspectos positivos. Por un lado, se ha registrado un importante crecimiento en la inversión en investigación clínica en los últimos años, lo que impulsa el avance científico y tecnológico del país. La concentración de inversión en laboratorios de innovación farmacéutica y organizaciones de investigación clínica demuestra el potencial de Argentina como centro de investigación clínica en la región. Además, el aumento en la cantidad de especialistas dedicados a la investigación clínica es un indicador del crecimiento y desarrollo de este campo en el país. La inversión en investigación clínica no solo beneficia a los pacientes, mejorando la calidad de vida y reduciendo la mortalidad, sino que también genera empleo calificado y contribuye al desarrollo económico del país.

En el sector de equipamiento médico, si bien se ha experimentado una caída en la actividad durante el año 2020 debido a las restricciones del mercado interno, se observa una recuperación en 2021 con el crecimiento de la actividad económica. Aunque la capacidad instalada todavía se encuentra por debajo de los niveles anteriores a la pandemia, las inversiones realizadas en equipamiento y mobiliario hospitalario demuestran un compromiso con el desarrollo y la adaptación a las nuevas necesidades del sector.

Análisis social

La coyuntura social actual en Argentina presenta tanto aspectos positivos como negativos que tienen un impacto significativo en el sector de la salud. En primer lugar, es importante destacar la desigualdad estructural que se ha agudizado en los últimos años. Según datos del INDEC (2022), los índices de pobreza e indigencia son alarmantes, con un 37.3% y un 8.2% respectivamente. El incremento constante en los precios de los alimentos y bienes indispensables ha afectado los ingresos de las familias, con un aumento del 70.6% en el precio de la canasta básica alimentaria en el último año. Esto ha generado una mayor vulnerabilidad social y dificultades para acceder a servicios de salud de calidad.

En este sentido, la situación social plantea un riesgo moderado pero relevante para las empresas de salud. La crisis de desconfianza y la incertidumbre generalizada generan presiones sobre las empresas, tanto desde el gobierno como desde los trabajadores y profesionales. Las demandas de aumentos salariales y beneficios adicionales por parte de los empleados pueden afectar las condiciones comerciales y estructurales de las organizaciones de salud. Además, la retención y atracción de personal clave se vuelve crucial para el desempeño de las empresas, por lo que el riesgo social puede dificultar la contratación y generar demoras en la prestación de servicios en caso de reemplazo de personal.

Por otro lado, es importante reconocer los esfuerzos realizados por las empresas de salud para mitigar los impactos negativos del contexto social. Algunas organizaciones han implementado políticas de beneficios y aumentos salariales para mantener la satisfacción y retención de su personal, lo que contribuye a mantener la calidad de los servicios de salud. Además, se están llevando a cabo programas de responsabilidad social empresarial para brindar atención médica a comunidades vulnerables y promover el acceso equitativo a la salud.

Por ejemplo, el Grupo SanCor Salud ha demostrado su compromiso en brindar atención médica de calidad y ha trabajado arduamente para acompañar a sus prestadores y garantizar una cobertura adecuada para todos sus asociados. La compañía ha priorizado la salud en todas sus formas, comprendiendo que se trata de un equilibrio entre lo físico, lo mental y lo emocional. Además de la medicina prepaga, la compañía también se ha expandido a otros rubros, como la comercialización de seguros, una red de farmacias propias, servicios de turismo y el Centro Médico Vitus, especializado en diagnóstico y ubicado en la ciudad de Córdoba. Un aspecto destacado de SanCor Salud es su enfoque en la empatía y la comprensión. La empresa se destaca por su servicio cercano y su disposición para escuchar a sus clientes. Esta actitud ha sido fundamental para su éxito en un mercado competitivo y sensible como el de la salud. SanCor Salud se esfuerza por comprender el contexto económico, social y cultural actual, colaborando con el desarrollo de diversos sectores y afianzando su liderazgo incluso en contextos desafiantes (SanCor Salud, 2022).

También se debe mencionar el Programa Nacional Hay Equipo es una política pública que busca garantizar el acceso de niños beneficiarios de la Asignación Universal por Hijo a instituciones deportivas. A través de esta iniciativa, se fomenta la práctica de actividades deportivas, se realizan controles de salud y se promueve la salud integral de los jóvenes. Esto se lleva a cabo en combinación con los operativos Estar, que forman parte de la Estrategia Sanitaria Territorial Argentina. Estos operativos buscan acompañar los sistemas de salud locales y brindar acceso a la atención médica en diferentes regiones del país. Los equipos de salud móviles recorren las provincias para garantizar un acceso equitativo e igualitario a la salud de manera integral (Ministerio de Salud, 2023).

En conclusión, el contexto social en Argentina presenta desafíos significativos para el sector de la salud debido a la desigualdad estructural y las demandas salariales y sociales. Sin embargo, las empresas de salud están tomando medidas para mitigar los impactos negativos y promover la equidad en el acceso a los servicios de salud. Es necesario seguir trabajando en la mejora de las condiciones sociales y en la implementación de políticas que reduzcan la desigualdad y promuevan un entorno más favorable para el sector de la salud y el bienestar de la población en general.

Análisis tecnológico

En el contexto tecnológico actual en Argentina, es fundamental para las empresas de servicios de salud adoptar una política a largo plazo que busque maximizar el rendimiento de la empresa, minimizando los costos tecnológicos y reduciendo el impacto ambiental. Los rápidos cambios en las tecnologías y la creciente conciencia mundial sobre la conservación del medio ambiente son variables que afectan significativamente a las empresas del sector de la salud. Las inversiones en tecnología son indispensables para satisfacer la demanda, mejorar la calidad del servicio y reducir costos, pero también tienen un impacto directo en el medio ambiente. Por lo tanto, es fundamental realizar inversiones que prioricen la protección del medio ambiente y la seguridad de la salud, aunque esto pueda generar un impacto significativo en la estructura de costos de la empresa.

En el campo de la odontología, la tecnología desempeña un papel fundamental y se vislumbra un futuro prometedor. Según Jaramillo Holguín (2022) la nanotecnología aplicada a las ciencias odontológicas se considera uno de los proyectos más innovadores de los últimos años, con un gran potencial para revolucionar el diagnóstico y tratamiento de las enfermedades dentales. La nanotecnología ha permitido el desarrollo de materiales innovadores como nanopartículas, nanotubos y nanocompuestos, que se pueden aplicar directamente en la clínica dental y ofrecen diversas posibilidades en los procedimientos odontológicos. Es por eso que la capacitación y la adopción de nuevas tecnologías tienen un impacto significativo en los servicios que ofrece la empresa.

Por ejemplo, MABB, una empresa argentina fundada en 2006 e incubada en el Espacio de Innovación de la FAN (Fundación Argentina de Nanotecnología) lanzó los implantes dentales cerámicos Z7, desarrollados y producidos por MABB Biomaterial, representan una alternativa superior a los implantes convencionales hechos de aleaciones metálicas. Al utilizar materiales cerámicos, estos implantes no presentan riesgo de corrosión ni liberación de iones o partículas invasivas. Además de su biocompatibilidad, ofrecen una excelente osteointegración y adaptación a la encía, lo cual previene la retracción de las encías y reduce el riesgo de periimplantitis. Estos implantes están hechos de materiales 100% bioinertes y ofrecen beneficios estéticos, como una alta blancura y translucidez, evitando la aparición de sombras grises incluso en casos de encías delgadas o retraídas. La Zirconia, el material utilizado en los implantes ofrece una mayor seguridad biológica al ser aislante térmico y electromagnético, lo que evita alteraciones en las condiciones biológicas debido a cambios de temperatura y a las ondas electromagnéticas de 4G y 5G (Fundación Argentina de Nanotecnología, 2022).

En Argentina, las inversiones en tecnología de la salud continúan siendo una prioridad en el sector, con el objetivo de mejorar la calidad de los servicios y adaptarse a los avances tecnológicos. Al mismo tiempo, se debe tener en cuenta el desafío de equilibrar estas inversiones con la protección del medio ambiente y el impacto en los costos de la empresa. En definitiva, el análisis tecnológico en el sector de la salud muestra tanto oportunidades como desafíos, y la adopción de nuevas tecnologías seguirá siendo fundamental para brindar un mejor cuidado de la salud a los pacientes.

Análisis ecológico

El impacto medioambiental en el servicio de salud bucal es un aspecto crucial que requiere atención y acción por parte de los profesionales y las empresas del sector. El uso de plásticos y residuos patógenos en odontología plantea desafíos significativos en términos de manejo adecuado y costos asociados. Si bien el uso de plásticos en odontología ofrece ventajas en términos de estabilidad química y compatibilidad con el cuerpo humano, su lenta descomposición y los efectos negativos en el ecosistema son preocupantes. Según Federación Dental Mundial (2022) la salud bucodental tiene un impacto en el medio ambiente debido a diferentes factores, como la emisión de CO₂ relacionada con los desplazamientos y el transporte, la gestión inadecuada de los residuos, la falta de envases reciclables, la contribución al efecto invernadero a través de gases anestésicos como el óxido nitroso y el consumo excesivo de agua.

En este contexto, es fundamental implementar políticas ecológicas sostenibles en los servicios de salud bucal. Esto implica promover el uso racional de materiales plásticos, fomentar el reciclaje de desechos, buscar formas de ahorrar agua y energía, y optar por productos e insumos más sostenibles fabricados por empresas comprometidas con prácticas respetuosas con el medioambiente. Estas iniciativas son esenciales para mejorar las condiciones futuras y reducir el impacto negativo en el entorno.

Por ejemplo, en mayo del 2023 la Municipalidad de Córdoba adquirió de un equipo de rayos X rodante con un scanner o digitalizadora de placas que demuestra el compromiso con la implementación de tecnologías más avanzadas y amigables con el medio ambiente en el servicio de salud. Este equipo proporciona una serie de beneficios significativos en términos de eficiencia y sostenibilidad. En primer lugar, el uso de esta tecnología permite trabajar con imágenes digitales, lo que facilita el envío rápido y seguro de informes a diferentes centros de salud. Esto mejora la eficiencia y la velocidad en el proceso de diagnóstico, lo que a su vez contribuye a una atención médica más oportuna y efectiva para los pacientes (Gobierno de Córdoba, 2023).

Además, el enfoque en la salud y la seguridad se refleja en la elección de esta tecnología. Al eliminar la necesidad de utilizar líquidos tóxicos en el revelado de imágenes, se evitan los riesgos asociados con la manipulación de sustancias químicas peligrosas. Esto no solo beneficia a los profesionales de la salud, sino también al medio ambiente y a la comunidad en general al reducir la exposición a productos químicos nocivos. La perspectiva ecológica también se destaca con la implementación de un punto de reciclaje de cepillos de dientes usados en la casa central del Servicio de Odontología Municipal. Esta iniciativa demuestra un enfoque hacia la economía circular, donde los residuos se convierten en recursos y se les da una nueva vida. Al acopiar los cepillos de dientes usados, se promueve el reciclaje y se evita que estos productos terminen en vertederos, contribuyendo así a la reducción de residuos y al cuidado del medio ambiente (Gobierno de Córdoba, 2023).

Al adoptar medidas “eco-friendly”, los profesionales y las empresas del sector pueden contribuir activamente a la protección del medio ambiente y a la creación de un sistema de salud más sostenible. La reducción de plásticos de un solo uso, la implementación de técnicas de esterilización más eficientes que minimicen la generación de residuos patógenos, y la adopción de prácticas de manejo adecuado de desechos son algunos ejemplos de acciones que pueden marcar una diferencia significativa.

Además de los beneficios medioambientales, la implementación de políticas ecológicas en el sector de la salud bucal también puede generar beneficios económicos y mejorar la reputación de las empresas. Los consumidores están cada vez más conscientes de la importancia de la sostenibilidad y prefieren apoyar a empresas comprometidas con prácticas eco-friendly. Esto puede traducirse en un aumento en la demanda de servicios de salud bucal que se alineen con los valores medioambientales.

Sin embargo, es importante reconocer que la transición hacia prácticas más sostenibles puede implicar costos iniciales y desafíos logísticos. La adquisición de nuevos equipos o materiales más sostenibles puede requerir una inversión significativa, y puede ser necesario capacitar al personal en nuevas prácticas y protocolos. Además, el cumplimiento de las regulaciones medioambientales puede requerir cambios en los procesos de trabajo y el cumplimiento de normativas específicas.

En conclusión, el contexto tecnológico en el servicio de salud bucal presenta desafíos y oportunidades relacionados con el impacto medioambiental. La adopción de políticas ecológicas sostenibles es fundamental para mitigar los efectos negativos, promover un futuro más saludable y responsable con el medio ambiente, y responder a la demanda creciente de consumidores comprometidos con la sostenibilidad. Aunque puede implicar costos y desafíos iniciales, los beneficios a largo plazo, tanto en términos medioambientales como económicos, hacen que valga la pena el esfuerzo.

Análisis legal

El reconocimiento de las especialidades en el campo de la odontología en Argentina se encuentra regulado por las diferentes provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Cada provincia tiene la facultad de otorgar la matrícula profesional y la certificación de especialidad a través de los Colegios de Ley correspondientes. La Ley Nacional 17.132 regula el ejercicio profesional en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en algunas provincias que han adherido a esta norma. Además, cada provincia establece los requisitos y procedimientos para la obtención del certificado de especialista, el cual es requerido para formar parte de listas de prestadores y recibir aranceles diferenciados.

El Ministerio de Salud de la Nación (2023) reconoce especialidades para la medicina, odontología, enfermería y especialidades multiprofesionales. El mecanismo para el reconocimiento de nuevas especialidades involucra a la Comisión Asesora del Ejercicio de las Profesiones de Grado en Salud, creada por la Resolución MSAL N° 1105. Esta comisión tiene la función de establecer de manera armónica en todas las jurisdicciones del país las profesiones de grado universitario y sus especialidades, armonizar los criterios de reconocimiento y establecer mecanismos de validación periódica de las especialidades.

En la provincia de Córdoba, el ejercicio profesional en el campo de la odontología está regulado por la Ley 4.806. Esta ley establece que el Colegio de Odontólogos de la provincia es una persona jurídica encargada de promover el progreso de la profesión y resguardar las actividades relacionadas con la misma. El Colegio de Odontólogos de Córdoba cuenta con una asamblea general y un Consejo Directivo como órganos de gobierno. Para obtener la matrícula profesional, los odontólogos deben presentar el título otorgado por una universidad reconocida o aprobado por ellas de acuerdo con los requisitos establecidos.

La ley también establece el derecho de inscripción o reinscripción en la matrícula, el cual implica el pago de una tarifa establecida. Además, el Poder Ejecutivo tiene la facultad de intervenir en el Colegio de Odontólogos en caso de incumplimiento de sus funciones. El objetivo principal de esta ley es asegurar un eficaz resguardo de las actividades relacionadas con la odontología, así como promover el mejoramiento científico, técnico y cultural de la profesión en la provincia de Córdoba.

7.2.2 Análisis del Microentorno

A continuación, se llevará a cabo un análisis detallado del microentorno de la empresa, centrándonos en dos herramientas fundamentales: el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y las 5 fuerzas de Porter. Estas metodologías permitirán comprender en profundidad el entorno competitivo en el que la empresa opera y evaluar tanto sus factores internos como externos que pueden influir en su desempeño y éxito en el mercado.

7.2.3 Análisis FODA

El análisis FODA brindará una visión integral de las fortalezas y debilidades internas de la empresa, así como las oportunidades y amenazas externas que enfrenta. Mediante este enfoque, se identifican los aspectos positivos y negativos que pueden afectar su capacidad para competir y crecer en el mercado. Asimismo, el análisis FODA permitirá aprovechar las oportunidades identificadas y enfrentar las amenazas de manera efectiva, mejorando la toma de decisiones estratégicas.

Análisis FODA

Diagnóstico de Situación Actual	
Fortalezas	Debilidades
<p>Las instalaciones nuevas, modernas y equipadas con tecnología de punta brindan al centro odontológico una ventaja competitiva al ofrecer un entorno cómodo y actualizado para los pacientes. Estas instalaciones permiten realizar tratamientos dentales de alta calidad y precisión, lo que genera confianza y satisfacción en los pacientes.</p>	<p>La falta de reputación en comparación con otras clínicas puede ser una debilidad para el centro odontológico. La construcción de una sólida reputación lleva tiempo y esfuerzo, por lo que el centro debe centrarse en brindar servicios de alta calidad, establecer relaciones sólidas con los pacientes y obtener testimonios y recomendaciones positivas para superar esta debilidad.</p>
<p>Las instalaciones nuevas, modernas y equipadas con tecnología de punta brindan al centro odontológico una ventaja competitiva al ofrecer un entorno cómodo y actualizado para los pacientes. Estas instalaciones permiten realizar tratamientos dentales de alta calidad y precisión, lo que genera confianza y satisfacción en los pacientes.</p>	<p>El crecimiento de la demanda que podría generar la entrada de nuevos competidores es una preocupación para el centro odontológico. Para mantener su posición en el mercado, el centro debe diferenciarse y destacar a través de su calidad de servicio, tecnología avanzada y enfoque personalizado.</p>
<p>Los servicios adaptados a las necesidades de los pacientes son una ventaja significativa. El centro odontológico comprende que cada paciente es único y requiere un enfoque personalizado en su tratamiento dental. La capacidad de adaptar los servicios y tratamientos a las necesidades específicas de cada paciente permite ofrecer soluciones dentales efectivas y satisfactorias.</p>	

Fortalezas	
<p>La utilización de insumos de alta calidad garantiza la excelencia en el trabajo realizado. Al contar con materiales y productos de primera calidad, el centro odontológico puede ofrecer tratamientos dentales duraderos y efectivos. Esto genera confianza en los pacientes y contribuye a la reputación positiva del centro.</p>	
Oportunidades	Amenazas
<p>El incremento de la población residente en la zona representa una oportunidad para el centro odontológico. A medida que la población crece, existe un mayor potencial de captar nuevos pacientes y expandir la base de clientes</p>	<p>La inestabilidad política representa una amenaza para el centro odontológico, ya que los cambios en las políticas gubernamentales o la inestabilidad económica pueden afectar la demanda de servicios de salud en general.</p>
<p>La preocupación por la salud bucal y la apariencia física es una oportunidad importante. Cada vez más personas reconocen la importancia de mantener una buena salud oral y buscar servicios dentales para mejorar su apariencia. Esto crea una demanda creciente de servicios dentales y abre oportunidades para el centro odontológico.</p>	<p>La creación de grandes centros odontológicos por parte de competidores puede representar una amenaza, ya que estos pueden ofrecer una amplia gama de servicios y atraer a una base de clientes más amplia. El centro odontológico debe mantenerse actualizado en términos de tecnología, calidad de servicio y enfoque personalizado para competir eficazmente con estos grandes competidores.</p>

Oportunidades	Amenazas
<p>La carencia de centros odontológicos en el sector presenta una oportunidad para el centro. Al ser uno de los pocos proveedores de servicios dentales en la zona, el centro odontológico puede atraer a una base de clientes más amplia y capturar una cuota de mercado significativa.</p>	<p>La alta exposición al riesgo por las condiciones cambiantes de los clientes es una amenaza para el centro. La fluctuación en la situación económica de los pacientes puede afectar su capacidad para acceder a servicios dentales o limitar su disposición a realizar tratamientos. El centro debe estar preparado para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y ofrecer opciones de financiamiento o planes de pago flexibles.</p>
	<p>La inestabilidad política y el alto riesgo de devaluación monetaria representan amenazas adicionales. Los cambios en las políticas económicas y las fluctuaciones monetarias pueden afectar los costos operativos, la adquisición de insumos y la rentabilidad del centro odontológico.</p>
	<p>El aumento de la inflación, e incluso la posibilidad de una hiperinflación, puede afectar los costos operativos, los precios de los insumos y los ingresos del centro odontológico. Esto puede poner en riesgo la rentabilidad y la sostenibilidad a largo plazo del negocio. El centro debe estar preparado para gestionar eficazmente los efectos de la inflación y adaptar su estrategia financiera en consecuencia.</p>

Tabla 7.1 – Análisis FODA

Nota: El análisis FODA del Centro Odontológico revela una serie de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afectan su desempeño y potencial de crecimiento. Fuente: elaboración propia (2023).

En conclusión, el análisis FODA del Centro Odontológico revela una serie de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afectan su desempeño y potencial de crecimiento. Las fortalezas clave incluyen instalaciones modernas, personal capacitado y servicios adaptados a las necesidades de los pacientes. Además, la ubicación estratégica y el acceso fácil son ventajas competitivas. Por otro lado, se identificaron oportunidades como el aumento de la población interesada en la salud bucal y el apoyo fiscal del municipio. Sin embargo, es importante abordar las debilidades, como la falta de reputación y especialización en ciertas áreas de la odontología. Además, las amenazas como la inestabilidad política y la creciente competencia deben ser monitoreadas. En general, el Centro Odontológico tiene un potencial significativo, pero debe trabajar en mejorar su reputación, ampliar su oferta de servicios y adaptarse a los cambios del entorno.

7.2.4 Las 5 fuerzas de PORTER

Por otro lado, el modelo de las 5 fuerzas de Porter ayudará a comprender la dinámica competitiva de la industria en la que se encuentra la empresa. Esta metodología permitirá evaluar la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los proveedores y clientes, así como la presencia de productos sustitutos. Al analizar estas fuerzas, se obtendrá una visión clara de los factores clave que determinan la rentabilidad y sostenibilidad en el mercado, lo que permitirá desarrollar estrategias efectivas para enfrentar la competencia y mantener una posición sólida en la industria.

Para evaluar las fuerzas competitivas en la industria del servicio odontológico, se utilizó una escala de tres elementos: desfavorable, moderada y favorable. Cada elemento recibió una ponderación total de 10 puntos, distribuyéndolos equitativamente entre los tres elementos para garantizar que cada uno tuviera el mismo peso en la evaluación.

Escala y denominación de la evaluación de las 5 fuerzas de Porter

Escala	Resultado/Impacto
0 a 3,3	Desfavorable/Alto
3,4 a 6,6	Moderado
6,7 a 10	Favorable/Bajo

Tabla 7.1

Nota: La escala utilizada para medir las fuerzas competitivas en la industria del servicio odontológico se divide en tres categorías: desfavorable, moderada y favorable. Cada categoría tiene un rango de puntos asignados. Un resultado/impacto que cae dentro del rango de 0 a 3.3 se considera desfavorable y se asocia con un impacto alto en la competencia. Un resultado/impacto en el rango de 3.4 a 6.6 se clasifica como moderado, lo que indica una competencia de nivel intermedio. Por último, un resultado/impacto que cae en el rango de 6.7 a 10 se considera favorable y se asocia con un impacto bajo en la competencia. Esta escala proporciona una herramienta para evaluar rápidamente el nivel de competitividad en la industria odontológica y permite a las empresas tomar decisiones informadas basadas en el análisis de las fuerzas competitivas. **Fuente: Elaboración propia (2023).**

Amenaza de nuevos ingresantes

El riesgo de que entren nuevos competidores en la industria del servicio de salud bucal en la ciudad de Córdoba está determinado por las barreras de entrada. Estas barreras son los factores que dificultan o encarecen la entrada de nuevas empresas a la industria. En el caso de la ciudad de Córdoba, las barreras de entrada son relativamente bajas.

Una de las principales razones de esta baja barrera de entrada es el costo bajo de cambiar de los clientes. Los consultorios y empresas ya establecidos en el sector ofrecen productos y servicios a precios competitivos, logrando reducir costos y agregar un valor científico excepcional. Esto significa que los clientes tienen la libertad de elegir entre diferentes proveedores de servicios sin incurrir en costos adicionales de tiempo o dinero.

Sin embargo, es importante destacar que el ingreso de nuevos competidores puede afectar la rentabilidad de manera significativa. Esto se debe a que la competencia adicional podría provocar una disminución en los precios y los márgenes de ganancia para todas las empresas en el sector. Las barreras de entrada también pueden estar influenciadas por la estructura de cada competidor potencial. Aquellos que cuenten con recursos financieros, experiencia y conocimientos especializados tendrán una ventaja competitiva al ingresar al mercado. Además, la reputación y la lealtad de los clientes hacia las empresas ya establecidas pueden dificultar el ingreso de nuevos competidores.

Por lo tanto, aunque las barreras de entrada en la industria del servicio de salud bucal en la ciudad de Córdoba son relativamente bajas, la competencia adicional puede afectar la rentabilidad de las empresas existentes. Aquellos que deseen ingresar al mercado deberán tener en cuenta factores como la estructura de la empresa y la lealtad de los clientes hacia las marcas establecidas.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores en la industria del servicio de salud bucal en la ciudad de Córdoba es alto. Esto significa que los proveedores tienen un nivel significativo de influencia sobre los precios y la disponibilidad de insumos, lo cual tiene un impacto directo en los costos de la industria. Es importante destacar que gran parte de los insumos utilizados en esta industria están sujetos a precios en dólares estadounidenses, lo que aumenta la dependencia de los proveedores y la relación entre ellos y los costos.

Debido a esta situación, los proveedores pueden ejercer un control significativo sobre los costos de los insumos, lo que a su vez puede afectar la rentabilidad de las empresas del sector de salud bucal. Esto se debe a que los proveedores tienen la capacidad de establecer precios y condiciones de suministro que pueden ser difíciles de negociar o modificar por parte de las empresas. Entre los proveedores se mencionan: Grimberg Dental Córdoba, Odontopack, Bortoletto Dental.

En consecuencia, el poder de negociación de los proveedores representa una barrera alta para la industria, ya que su capacidad para influir en los costos de los insumos es significativa. Las empresas del sector deben buscar estrategias para gestionar esta relación y minimizar el impacto en sus costos operativos. Esto puede implicar la búsqueda de proveedores alternativos, la negociación de contratos favorables o la búsqueda de formas de reducir la dependencia de insumos sujetos a la volatilidad del tipo de cambio.

Por lo tanto, el poder de negociación de los proveedores en la industria del servicio de salud bucal en la ciudad de Córdoba es alto, lo que implica una barrera significativa en términos de control de costos para las empresas del sector. La gestión eficaz de esta relación es fundamental para mantener la rentabilidad y la competitividad en el mercado.

Poder de negociación de los clientes

En la ciudad de Córdoba, el poder de negociación de los clientes en la industria del servicio de salud bucal se considera moderado. Esto implica que los pacientes tienen una capacidad razonable para influir en los precios y exigir una calidad superior en los productos y servicios que reciben. Sin embargo, sus decisiones individuales no tienen un impacto significativo en las estructuras globales del mercado ni en las cadenas de suministro.

Si bien los pacientes pueden buscar opciones más económicas o demandar servicios de mayor calidad, sus acciones no suelen generar cambios drásticos en los precios establecidos por las empresas del sector de salud bucal en la ciudad. Esto se debe a que el mercado está compuesto por múltiples proveedores y la competencia entre ellos también juega un papel importante en la determinación de los precios.

Aunque los clientes pueden ejercer cierto poder de negociación al seleccionar entre diferentes proveedores y buscar opciones más convenientes, su influencia se ve limitada por la estructura del mercado y las condiciones establecidas por las empresas. Esto significa que las decisiones comerciales individuales de los pacientes no tienen un impacto directo en los precios, ya que no generan cambios significativos en la oferta y la demanda del mercado.

Por lo tanto, el poder de negociación de los clientes en la industria del servicio de salud bucal en la ciudad de Córdoba se considera moderado. Aunque los pacientes tienen la capacidad de buscar opciones más económicas o exigir una mayor calidad, sus acciones no tienen un impacto directo en los precios establecidos por las empresas. La competencia entre proveedores y la estructura del mercado también influyen en la determinación de los precios y las condiciones comerciales.

Rivalidad competitiva dentro de la industria

En la ciudad de Córdoba, la rivalidad en la industria del servicio odontológico es alta. Esto se debe a que la estructura competitiva del mercado no está concentrada, lo que significa que existen numerosas empresas y consultorios pequeños y medianos compitiendo entre sí. Además, la rivalidad competitiva a nivel provincial también se considera de alto nivel de influencia. Por ejemplo, se puede mencionar a Prosmile Odontología Integral, GM Odontología, Consultorio Odontológico del Sur, Centro de Estética Odontológica, Garden Centro Odontológico, Docta Dent.

Prosmile se destaca como un centro de rehabilitación líder en el ámbito odontológico, especializado en una amplia variedad de servicios que abarcan desde implantología oral y ortodoncia hasta tratamientos faciales. Ubicado estratégicamente en el dinámico barrio de Nueva Córdoba, en Córdoba Capital, Argentina, Prosmile se posiciona como una opción destacada para aquellos que buscan atención odontológica de alta calidad.

Características clave:

- **Especialización integral:** Prosmile se destaca por ofrecer un espectro completo de servicios odontológicos avanzados, lo que incluye cirugías dentales, ortodoncia, endodoncia y odontopediatría. Su enfoque integral permite abordar diversas necesidades y preocupaciones odontológicas, consolidándose como un centro de referencia para tratamientos especializados.
- **Experiencia profesional:** Respalados por más de 10 años de experiencia en odontología en la ciudad de Córdoba, Argentina, los dentistas de Prosmile aportan conocimientos sólidos y pericia en cada etapa del tratamiento. Esta trayectoria respalda su compromiso con la excelencia profesional y refuerza la confianza de los pacientes en la calidad de la atención recibida.
- **Trabajo colaborativo:** Prosmile opera en colaboración con diversas instituciones tanto del ámbito público como privado, a nivel provincial y nacional. Esta asociación estratégica no solo resalta su compromiso con la eficacia de los tratamientos, sino que también asegura un enfoque integral y respaldado por la colaboración con otras entidades del sector de la salud.
- **Presencia online:** La presencia en línea de Prosmile a través de su página web facilita a los pacientes acceder a información relevante sobre sus servicios, ubicación y profesionales. Esta accesibilidad demuestra una orientación hacia la comodidad y la transparencia en la comunicación con sus pacientes.

Docta Dent se presenta como una clínica odontológica con una sólida trayectoria y una oferta de servicios integral, ubicada estratégicamente en Nueva Córdoba. Con un enfoque centrado en la comodidad y el bienestar de los pacientes, Docta Dent ha diseñado sus instalaciones para crear un ambiente acogedor y familiar.

Características clave:

- **Infraestructura moderna:** La clínica cuenta con tres consultorios, un laboratorio odontológico y salas de espera diseñadas para brindar comodidad a los pacientes. Equipadas con TV, aire acondicionado y áreas específicas para niños, las salas de espera ofrecen un ambiente agradable para largas estancias.
- **Tecnología avanzada:** Docta Dent destaca por la integración de tecnología de vanguardia en sus consultorios, garantizando la última tecnología y seguridad en los tratamientos. La presencia de un laboratorio de imágenes propio y un protesista en el equipo resalta el compromiso con la eficacia y la calidad.
- **Experiencia y tradición:** Con 25 años de experiencia, Docta Dent se presenta como un referente confiable en servicios odontológicos. La clínica enfatiza la entrega y el compromiso con cada paciente, respaldando su lema de ser "la garantía de un servicio profesional de excelencia".
- **Variedad de servicios:** La clínica ofrece una amplia gama de servicios, desde implantes dentales y prótesis hasta ortodoncia, estética dental y odontopediatría. El enfoque en la odontopediatría refleja el compromiso con el cuidado dental desde una edad temprana.
- **Proximidad y accesibilidad:** La ubicación estratégica en Nueva Córdoba facilita el acceso a los servicios de Docta Dent. Además, la clínica mantiene una presencia en línea a través de su página web, brindando información detallada sobre sus servicios y facilitando el contacto con los profesionales.

CEO, Centro de Estética Odontológica, es un establecimiento ubicado en barrio San Martín y ha estado sirviendo a la comunidad desde su creación en 2014. Aunque no cuenta con una presencia en línea a través de un sitio web actualizado, tiene una presencia en la red social Facebook.

Características Clave:

- **Enfocado en estética odontológica:** CEO se especializa en servicios de estética dental, ofreciendo una gama de tratamientos diseñados para mejorar la apariencia y salud bucal de sus pacientes. Este enfoque puede atraer a aquellos que buscan mejorar la estética de su sonrisa.

- **Ubicación estratégica:** La ubicación en el barrio San Martín ofrece conveniencia a los residentes locales y aquellos que buscan servicios odontológicos en la zona. La proximidad puede ser un factor clave para atraer a la clientela local.
- **Establecimiento con trayectoria:** Fundado en 2014, CEO ha acumulado siete años de experiencia en el campo odontológico. Este tiempo en el mercado puede ser un testimonio de su compromiso continuo con la calidad y la atención al paciente.

Desafíos:

- **Ausencia de sitio web activo:** La falta de un sitio web actualizado podría limitar la visibilidad y accesibilidad de la clínica en línea, donde muchos pacientes buscan información antes de tomar decisiones sobre servicios de salud.
- **Necesidad de actualizar redes sociales:** La no actualización del perfil de Facebook podría afectar la percepción de la clínica. Mantener una presencia activa en redes sociales es crucial para la comunicación efectiva y la conexión con la audiencia en línea.

Garden Centro Odontológico se presenta como el centro de odontología más completo de la provincia de Córdoba, comprometido con el cuidado integral de la salud bucal. Con una infraestructura respaldada por más de 90 profesionales altamente capacitados y 60 colaboradores, Garden Centro Odontológico se destaca como un referente en el ámbito odontológico.

Características clave:

- **Amplitud y complejidad:** Con más de 50 consultorios, laboratorios de esterilización y salas de RX, Garden Centro Odontológico ofrece un entorno amplio y complejo para brindar atención integral. Su quirófano está diseñado para llevar a cabo cirugías de alta complejidad, demostrando un enfoque completo en la salud bucal.
- **Multiespacio ambiente:** El centro cuenta con cuatro salas de espera para adultos y una para niños, proporcionando un ambiente cómodo y acogedor para los pacientes. Este enfoque en el confort se extiende a una sala de usos múltiples apta para workshops y cursos de capacitación.

- **Tecnología de última generación:** Garden Centro Odontológico destaca su compromiso con la tecnología de última generación, asegurando que los pacientes reciban tratamientos avanzados y precisos. La presencia de escaneos 3D refuerza este enfoque en la innovación.
- **Servicios diversificados:** Desde diagnósticos y prótesis dentales hasta ortodoncia, Garden Centro Odontológico ofrece una amplia gama de servicios. Esto incluye odontopediatría, endodoncia, y una guardia odontológica, mostrando una atención completa para todas las edades y necesidades.
- **Convenios y tienda Web:** Garden Centro Odontológico establece convenios con Obras Sociales y Prepagas para facilitar el acceso a sus servicios. Además, su tienda web ofrece una variedad de productos relacionados con la salud bucal, proporcionando a los pacientes opciones para el cuidado en casa.

GM Odontología se erige como un referente en el barrio Los Eucaliptus, con 25 años de trayectoria ofreciendo una experiencia odontológica cálida y profesional. Ubicado en un entorno confortable, el centro se destaca por su compromiso con la atención de calidad y la estética odontológica.

Características clave:

- **25 años de experiencia:** La trayectoria de 25 años de GM Odontología refleja un compromiso sostenido con la salud bucal y la satisfacción del paciente. Esta experiencia puede inspirar confianza y seguridad en aquellos que buscan servicios odontológicos de calidad.
- **Entorno cálido y confortable:** Con cuatro consultorios y una sala de radiología, GM Odontología ofrece un entorno acogedor que cumple estrictamente con las normas de bioseguridad actuales. La creación de un espacio lumínico y confortable en la recepción contribuye a generar una experiencia positiva para los pacientes.
- **Sistema de turnos efectivo:** GM Odontología se preocupa por la eficiencia en el servicio al contar con un sistema de turnos diseñado para minimizar la espera, con una espera máxima de 30 minutos por paciente. El personal amable y tolerante contribuye a una experiencia general positiva.

- Enfoque en la odontología preventiva: Reconociendo la importancia de la prevención, GM Odontología destaca su servicio de odontología preventiva para asegurar la comodidad y salud dental de los pacientes, influyendo positivamente en su personalidad y vida social.
- Amplia gama de servicios: Desde prótesis, implantes y blanqueamiento hasta bichectomía, ortodoncia y tratamiento de conducto, GM Odontología ofrece una variedad de servicios odontológicos para abordar diversas necesidades y preferencias de los pacientes.
- Tecnología de última generación: Equipado con instrumental y sistemas de última generación, GM Odontología se destaca por su compromiso con la innovación y la excelencia en los procedimientos y tratamientos que ofrece.

Consultorio Odontológico del Sur

Consultorio Odontológico del Sur se presenta como un centro estético y odontológico comprometido en proporcionar la mejor atención a sus pacientes. Aunque actualmente no cuenta con una presencia en línea a través de un sitio web, su dedicación a ofrecer servicios de calidad destaca como un elemento central de su propuesta.

Características clave:

- Enfoque estético y odontológico: Consultorio Odontológico del Sur se posiciona como un espacio integral que abarca tanto la estética como la odontología. Esta combinación sugiere una atención holística a la salud y bienestar de los pacientes, incorporando tanto la belleza como la funcionalidad dental en sus servicios.
- Profesionales de la salud: La promesa de la mejor atención, proporcionada por profesionales de la salud, enfatiza el compromiso de Consultorio Odontológico del Sur con la calidad y la experiencia de sus servicios. La disposición de los profesionales a brindar un servicio adaptado a las necesidades individuales refleja una atención personalizada.
- Ubicación en barrio Ferreyra: La ubicación en el barrio Ferreyra puede ser un punto estratégico para atraer a residentes locales y aquellos que buscan servicios estéticos y odontológicos en la zona.
-

Desafío:

- Ausencia de página web: La falta de una presencia en línea, especialmente un sitio web, puede limitar la visibilidad y accesibilidad de Innova Center en el mundo digital, donde muchos pacientes buscan información antes de tomar decisiones de salud.

La rivalidad entre las empresas establecidas en el sector se basa en diferentes factores, como la tecnología utilizada en los servicios ofrecidos y los gastos en publicidad y promoción, entre otros. Estas empresas compiten agresivamente para ganar participación de mercado y atraer a los pacientes.

La estructura de costos de las empresas odontológicas en Córdoba también juega un papel importante en la rivalidad. En este sector, no hay costos fijos significativos que actúen como barreras para ingresar al mercado, lo que facilita la entrada de nuevos competidores y aumenta la competencia existente. Como resultado, la rivalidad en el sector se intensifica, lo que lleva a una disminución de la rentabilidad a medida que los costos aumentan y los precios de los servicios tienden a disminuir.

Por lo tanto, en la ciudad de Córdoba, la rivalidad en la industria del servicio odontológico se considera alta debido a la estructura competitiva fragmentada y a la intensa competencia entre las empresas y consultorios. La falta de barreras significativas para la entrada y la presión en los costos contribuyen a esta rivalidad, lo que puede afectar la rentabilidad de las empresas del sector.

En la siguiente sección, se presenta el análisis estratégico de la investigación, enfocado en la elaboración de las Matrices EFE (Evaluación de Factores Externos) y EFI (Evaluación de Factores Internos). Estas matrices constituyen herramientas esenciales para evaluar la posición competitiva y la eficiencia interna y externa de los consultorios odontológicos bajo estudio. La Matriz EFE se centrará en identificar y ponderar los factores externos clave que afectan a los consultorios, proporcionando una visión integral de las oportunidades y amenazas en el entorno. Por otro lado, la Matriz EFI se enfocará en evaluar los factores internos, destacando las fortalezas y debilidades de cada consultorio.

Matriz EFE

Factores externos	Peso	Prosmile Odontología Integral	Docta Dent	Garden Centro Odontológico	GM Odontología	Consultorio Odontológico del Sur
Oportunidades (O)						
Tecnologías emergentes en odontología	0.10	4	3	4	3	3
Tendencias de mercado en salud bucal	0.08	4	4	4	3	3
Estrategias de marketing digital	0.08	3	3	4	3	2
Colaboraciones con instituciones	0.06	3	4	4	3	2
Amenazas (A)						
Competencia en el mercado local	0.10	3	3	2	3	2
Cambios en la demanda de servicios	0.08	3	3	2	3	2
Avances tecnológicos en competidores	0.06	3	2	3	2	3
Presencia online limitada	0.08	2	2	2	1	1
Total Ponderado	1.00	3.33	3.22	3.11	2.56	2.33

Tabla 6.4

Nota: Prosmile Odontología Integral y Docta Dent tienen una puntuación superior, destacándose por aprovechar oportunidades y abordar amenazas. Garden Centro Odontológico también tiene un rendimiento sólido, pero podría mejorar en la presencia online. GM Odontología y Consultorio Odontológico del Sur tienen áreas para mejorar, especialmente en la adaptación a cambios en la demanda y la competencia. Fuente: Elaboración propia (2023).

Matriz EFI

Factores Internos	Peso	Prosmile Odontología Integral	Docta Dent	Garden Centro Odontológico	GM Odontología	Consultorio Odontológico del Sur
Fortalezas (F)						
Experiencia y especialización	0.12	4	4	4	3	3
Infraestructura y equipamiento	0.10	3	3	4	3	2
Servicios diversificados	0.10	4	4	4	3	3
Sistemas de turnos efectivos	0.08	3	4	3	4	3
Debilidades (D)						
Presencia online limitada	0.10	2	2	2	1	1
Dependencia de una ubicación	0.08	3	3	3	2	2
Limitación en servicios	0.10	3	3	3	2	2
Total Ponderado	1.00	3.33	3.44	3.56	2.67	2.33

Tabla 6.5

Nota: Garden Centro Odontológico lidera en fortalezas internas, seguido por Docta Dent y Prosmile Odontología Integral. GM Odontología y Consultorio Odontológico del Sur tienen áreas para mejorar, especialmente en la presencia online y la diversificación de servicios internos. Fuente: Elaboración propia (2023).

Según los análisis realizados, se ha evaluado el impacto de las cinco fuerzas de Porter en la industria de la salud bucal. En la tabla 6, se muestra la calificación asignada a cada una de estas fuerzas, dividiéndolas en categorías de "favorable", "moderado" y "desfavorable" así como en la figura 1.

Calificación de las 5 fuerzas de Porter

	Calificación	Favorable	Moderado	Desfavorable
Amenaza de nuevos integrantes	1,0			x
Poder de negociación de los proveedores	2,0			x
Poder de negociación de los clientes/pacientes	5,0		x	
Amenaza de productos/servicios sustitutos	9,0	x		
Rivalidad competitiva dentro de la industria de la salud bucal	2,0			x

Tabla 6.6

Nota: La tabla muestra la calificación de las cinco fuerzas de Porter en la industria de la salud bucal. Se destaca la importancia de considerar tanto los aspectos favorables como los desfavorables en el entorno competitivo. Estos resultados proporcionan una visión general del panorama competitivo y las presiones externas a las que se enfrenta la industria. Fuente: Elaboración propia (2023).

Diagrama radial 5 fuerzas de Porter

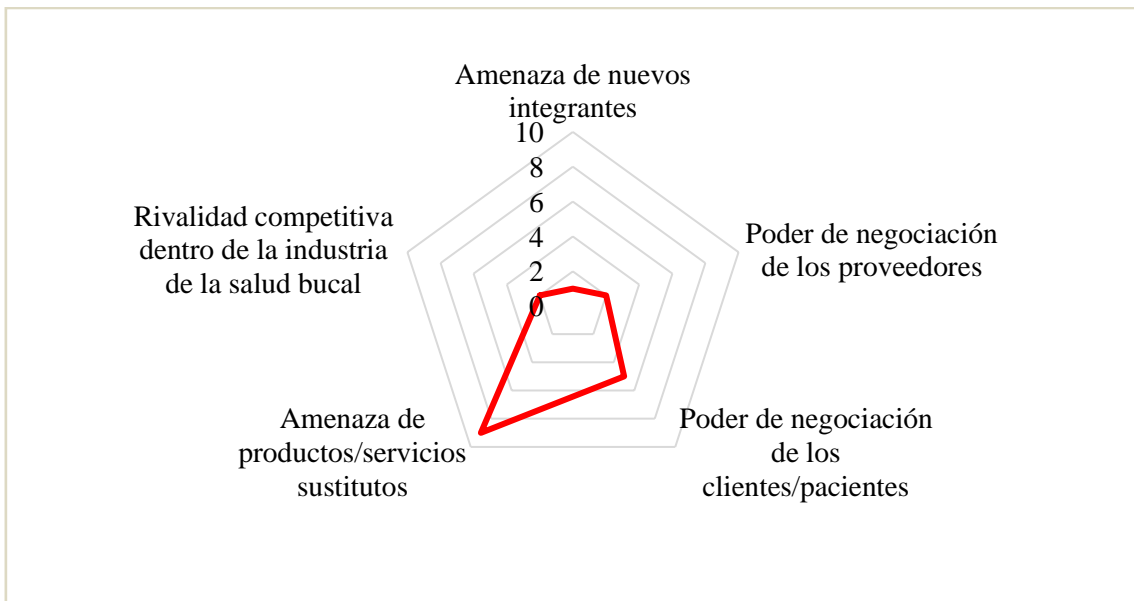


Figura 7.1

Nota: La ilustración radial muestra las cinco fuerzas de Porter que influyen en la industria de la salud bucal. Cada una de estas fuerzas representa un aspecto clave que determina el nivel de competencia y el entorno en el que operan las empresas del sector. Fuente: elaboración propia (2023)

En cuanto a la amenaza de nuevos integrantes, se le ha asignado una calificación de 1,0, lo que indica que esta fuerza es favorable para la industria. Esto significa que existen barreras significativas que dificultan la entrada de nuevos competidores. Por otro lado, el poder de negociación de los proveedores ha sido calificado con un puntaje de 2,0, lo que implica una evaluación moderada. En este caso, los proveedores tienen cierta influencia en los precios y las cantidades de insumos, lo que puede afectar los costos de la industria.

En cuanto al poder de negociación de los clientes o pacientes, se ha asignado una calificación de 5,0, lo que indica que esta fuerza es desfavorable. Esto significa que los clientes tienen una capacidad significativa para negociar precios más bajos o una mayor calidad de servicio, lo que puede afectar los márgenes de ganancia de las empresas del sector. La amenaza de productos o servicios sustitutos ha sido calificada con una puntuación de 9,0, lo que indica una situación desfavorable para la industria. Esto significa que existen numerosas alternativas o sustitutos disponibles para los servicios de salud bucal, lo que puede poner en riesgo la demanda y la rentabilidad de las empresas del sector.

Por último, la rivalidad competitiva dentro de la industria de la salud bucal ha sido calificada con un puntaje de 2,0, lo que implica una evaluación moderada. Esto indica que existe competencia entre las empresas establecidas en el sector, pero no a niveles extremos que afecten gravemente la rentabilidad. En conclusión, el análisis de las cinco fuerzas de Porter revela un panorama mixto para la industria de la salud bucal en cuanto a su competitividad y las presiones externas. La presencia de barreras para la entrada de nuevos competidores, el poder de negociación moderado de los proveedores y la rivalidad competitiva moderada son aspectos favorables para la industria. Sin embargo, el poder de negociación de los clientes y la amenaza de productos sustitutos representan desafíos significativos que deben ser abordados por las empresas del sector para mantener su rentabilidad y competitividad.

Benchmarking de Clínicas Odontológicas

El benchmarking es un proceso que implica comparar y medir el rendimiento de una organización con el de otras para identificar oportunidades de mejora. En este caso, vamos a realizar un benchmarking utilizando Barrio Ferreyra como referencia para evaluar el mercado de servicios odontológicos en comparación con la clínica odontológica en Barrio Ituzaingó.

Barrio Ferreyra se encuentra en la porción sudeste de la ciudad de Córdoba, al sur de la Ruta Nacional 9 (Av. Amadeo Sabattini) y de la Av. Gral. Manuel Savio (Camino Interfábricas). Este barrio, considerado el más antiguo en la zona periférica del sudeste, se caracteriza por su extenso parque industrial. Según datos del INDEC de 2012, la población de Barrio Ferreyra se estima en 3613 habitantes.

	Presencia online	Experiencia	Infraestructura y equipamiento	Servicios	Sistema de turnos	Tecnologías Emergentes en Odontología	Precio
Consultorio Odontológico del Sur Barrio Ferreyra	1	3	2	2	2	2	2

Tabla 6.7

Nota: Referencias: 3 (excelente); 2 (intermedio); 1 (malo). Fuente: elaboración propia (2023)

Al analizar el Consultorio Odontológico del Sur en Barrio Ferreyra es posible identificar áreas de mejora y oportunidades para implementar prácticas exitosas.

Presencia online (1): Observando la limitada presencia online del Consultorio Odontológico del Sur, se considera fortalecer la estrategia digital y participación en redes sociales para mejorar la visibilidad de la nueva clínica en línea.

Experiencia (3): Aunque el Consultorio Odontológico del Sur tiene una puntuación decente en experiencia, se deberá destacar aún más la experiencia en la nueva clínica para construir confianza y credibilidad entre los pacientes.

Infraestructura y equipamiento (2): Si bien el Consultorio Odontológico del Sur obtuvo una puntuación moderada en infraestructura, existen oportunidades para mejorar o actualizar el equipamiento e instalaciones para ofrecer una experiencia más cómoda y moderna. Una de las áreas clave para mejorar es la actualización tecnológica. La incorporación de tecnologías de vanguardia en el equipamiento odontológico no solo optimizará la eficiencia en los procedimientos, sino que también posicionará la clínica como un referente en la adopción de prácticas innovadoras.

Además, se sugiere considerar una revisión en la ambientación y comodidad de la clínica. La modernización de la decoración y la mejora de las comodidades en las áreas de espera y consulta pueden contribuir significativamente a la percepción de bienestar de los pacientes.

La posibilidad de ampliar la gama de servicios ofrecidos también se destaca como una oportunidad estratégica. La introducción de servicios complementarios que aprovechen una infraestructura mejorada podría diversificar la oferta y satisfacer aún más las necesidades de la comunidad.

La disposición de espacios ergonómicos es otro aspecto para considerar. Una distribución eficiente y cómoda de las áreas de trabajo puede mejorar tanto la eficacia operativa como la experiencia del paciente durante las consultas.

Asimismo, se sugiere la capacitación del personal para garantizar que estén familiarizados y competentes en el manejo de cualquier nuevo equipamiento que se incorpore. Esto asegura un rendimiento óptimo y la aplicación adecuada de las mejores prácticas.

Finalmente, la consideración de prácticas que fomenten la sostenibilidad ambiental. La adopción de tecnologías más eficientes desde el punto de vista energético y prácticas ecológicas en la gestión de residuos puede contribuir tanto a la eficiencia operativa como a la responsabilidad ambiental.

Servicios (2): Al analizar los servicios ofrecidos por el Consultorio Odontológico del Sur, se considera la posibilidad de diversificar la oferta y resaltar aspectos específicos que permitan diferenciar positivamente de la competencia. Ejemplo: posibilidad de establecer colaboraciones con profesionales de la salud afines, como pediatras, para ofrecer un enfoque holístico a la salud y bienestar general.

Sistema de Turnos (2): El Consultorio Odontológico del Sur tiene oportunidades para mejorar su sistema de turnos. Una de las recomendaciones clave es la introducción de una plataforma de citas en línea, que permitiría a los pacientes agendar sus consultas de manera rápida y sencilla desde la comodidad de sus hogares. Esta innovación no solo simplificaría el proceso para los pacientes, sino que también agilizaría la administración interna de citas.

Además, se sugiere la incorporación de recordatorios automáticos a través de correo electrónico o mensajes de texto para reducir la tasa de ausencias y mejorar la eficiencia en la gestión de citas. La flexibilización de las opciones de programación, con la inclusión de turnos de tarde o fines de semana, también se presenta como una estrategia efectiva para adaptarse a las diversas agendas de los pacientes, brindándoles mayor accesibilidad y comodidad.

Con el objetivo de minimizar el tiempo de espera en la sala de espera, se propone una coordinación más eficiente de los turnos. Asimismo, la implementación de un sistema de reservas para casos de emergencias dentales garantizará un acceso rápido a la atención necesaria en situaciones urgentes.

La retroalimentación constante de los pacientes sobre su experiencia con el sistema de turnos será fundamental para realizar ajustes continuos y adaptar el sistema según las expectativas de la comunidad. Por último, la integración efectiva de la plataforma de citas en línea con el sistema interno de gestión de turnos asegurará una operación fluida y sin inconvenientes.

Tecnologías emergentes en odontología (2): El Consultorio Odontológico del Sur muestra oportunidades para adoptar tecnologías emergentes. Entre las tecnologías emergentes que se podría considerar se encuentran los escáneres intraorales de última generación, que permiten obtener imágenes detalladas de la cavidad oral de manera rápida y sin molestias. La integración de estas herramientas no solo mejoraría la precisión en los diagnósticos, sino que también optimizaría el proceso de planificación de tratamientos.

Asimismo, la adopción de sistemas de radiografía digital ofrecería beneficios significativos, reduciendo la exposición a la radiación y permitiendo una visualización más rápida de las imágenes radiográficas. Esta tecnología no solo respalda una práctica más segura, sino que también agiliza la interpretación de resultados para una toma de decisiones más eficiente.

La implementación de software de gestión odontológica, que incluya historias clínicas electrónicas y sistemas de recordatorios automatizados, contribuirá a una administración más eficaz de la información del paciente y optimizará la comunicación interna.

Precio (2): Considerando la puntuación de precio del Consultorio Odontológico del Sur, se evaluarán estrategias de precios competitivas o la posibilidad de implementar ofertas y descuentos para atraer a nuevos pacientes y fidelizar a los existentes.

7.3 Modelo CANVAS para el negocio de servicios odontológicos

El modelo CANVAS proporciona una visión integral del negocio odontológico, desde las actividades esenciales hasta la relación con los clientes y las fuentes de ingresos. Adaptar y ajustar estos elementos según las necesidades específicas del negocio y del mercado será clave para el éxito a largo plazo.

- a) Infraestructura
 - 1. Actividades clave:
 - Tratamientos preventivos y correctivos
 - Cirugías dentales
 - Servicios de ortodoncia
 - 2. Recursos clave:
 - Personal odontológico calificado (odontólogos, higienistas, asistentes)
 - Equipamiento dental moderno
 - Tecnología de registro y seguimiento de pacientes
 - Instalaciones confortables y acogedoras
 - 3. Socios clave:
 - Proveedores de equipos y suministros dentales
 - Asociaciones con empresas de seguros de salud dental
 - Colaboración con laboratorios de prótesis dentales
- b) Oferta
 - 4. Propuesta de valor:
 - Servicios odontológicos de alta calidad
 - Enfoque en la prevención y bienestar dental
 - Trato personalizado y atención al cliente

- Uso de tecnologías innovadoras en tratamientos
- c) Clientes
- 5. Segmentos de clientes:
 - Niños y adolescentes
 - Adultos y jóvenes
 - Personas mayores
- 6. Canales:
 - Consultas presenciales en el consultorio
 - Sitio web para programar citas y obtener información
 - Campañas de marketing en redes sociales
 - Colaboraciones con centros de atención médica
- 7. Relaciones con los clientes:
 - Atención personalizada durante las consultas
 - Programas de fidelización para pacientes regulares
 - Respuestas rápidas a consultas y seguimiento post-tratamiento
- e) Finanzas
- 8. Estructura de costos:
 - Salarios del personal profesional y administrativo
 - Equipamiento y mantenimiento de la clínica
 - Gastos de marketing y publicidad
 - Costos de suministros y materiales odontológicos
- 9. Fuentes de ingresos:
 - Honorarios por servicios odontológicos
 - Pagos directos y acuerdos con compañías de obras sociales

7.4 Estrategia comercial

El enfoque que se aplicará consistirá en una estrategia de diferenciación que se basará en ofrecer un servicio personalizado, donde se enfatice la calidad y calidez humana. El enfoque estará fundado en la integridad del vínculo de confianza entre los pacientes y la clínica. La clave consistirá en ofrecer un servicio personalizado, especializado y ético en un entorno cómodo, brindando a los pacientes una experiencia única. Se brindará educación sobre la importancia de la higiene bucal, resaltando los beneficios que conlleva, y se explicarán los procedimientos de manera didáctica, utilizando un lenguaje accesible para que los pacientes puedan comprender y aprender.

Las acciones que se llevarán a cabo son las siguientes:

1. Sitio web y redes sociales
 - a) Contenido educativo y promocional: se aplicará una estrategia de contenidos, se publicará artículos, videos o infografías que aborden temas de salud bucal, cuidados preventivos y novedades en odontología. a través de publicación de artículos informativos en el blog de la clínica y se crearán videos cortos para mostrar el proceso de algunos tratamientos. El sitio web brindará información clara sobre los servicios ofrecidos y un formulario de contacto para solicitar citas. La redes sociales tendrán como meta compartir consejos de salud bucal, promociones especiales y generar interacción con los seguidores. Esto ayudará a posicionar la clínica como una fuente confiable de información
 - b) Testimonios de pacientes: se incorpora testimonios visuales y escritos de pacientes satisfechos para reforzar la confianza. Puedes incluir antes y después de tratamientos, destacando las experiencias positivas.
2. Relación con pacientes
 - a) Programa de fidelización: se implementa un programa de fidelización que recompense a los pacientes leales. El sistema incluirá descuentos en tratamientos futuros, servicios adicionales gratuitos o regalos especiales para pacientes recurrentes.
 - b) Encuestas de satisfacción: se realizará encuestas periódicas para evaluar la satisfacción del paciente y recopilar comentarios. Se utilizará esta retroalimentación para realizar mejoras continuas en los servicios. Se empleará WhatsApp como sistema de contacto y seguimiento de pacientes para enviar recordatorios de citas y revisiones periódicas.

3. Alianzas comerciales.

a) Alianzas con obras sociales y prepagas: se establecerá alianzas estratégicas con empresas vinculadas a medicina prepaga y obras sociales para ofrecer paquetes especiales o descuentos a sus afiliados. Esto promoverá el interés y el ingreso de nuevos pacientes y fortalecerá la red de clientes.

b) Colaboración con empresas y profesionales locales: se desarrollará alianzas de colaboración con empresas y profesionales locales para ofrecer beneficios mutuos. Este enfoque incluye una sinergia con peluquerías y gimnasios que compartan valores similares de calidad y atención al cliente. Se establecerá una alianza con un pediatra local para referir pacientes y ofrecer paquetes especiales para el cuidado dental infantil.

4. Participación social.

a) Eventos comunitarios: se patrocinará y participará en eventos comunitarios para aumentar la visibilidad y mostrar el compromiso social de la clínica. Se ofrecerá revisiones dentales gratuitas, charlas educativas o patrocinio de eventos relacionados con la salud.

b) Programas de responsabilidad social empresarial (RSE): se desarrollará programas de RSE que aborden temas de salud bucal en la comunidad. Se realizará campañas de donación de cepillos de dientes y visitas a escuelas y jardín de infantes para educación dental.

5. Control y feedback.

a) Herramientas de feedback en tiempo real: implementación de herramientas de feedback en tiempo real en el sitio web y después de cada visita para capturar comentarios instantáneos y abordar cualquier problema de manera proactiva.

b) Análisis de datos: se realizará un seguimiento regular de los indicadores clave de rendimiento (número de nuevos pacientes, tasa de retención y satisfacción del cliente). Esta información se utilizará para realizar ajustes en la estrategia, como realizar cambios en las promociones o mejorar la experiencia del paciente en la clínica.

En la tabla que se presenta a continuación se describe las actividades y costos del plan comercial para los primeros cinco años proyectados.

Actividades y costos del plan comercial

Concepto	Descripción	Costo
1.Sitio web y redes sociales		
a) Contenido educativo y promocional	Estrategia de contenidos. Marketing digital y publicidad online. Servicio de Social Media Management y Community Management. Empresa: Cerro Agencia. El costo representa el total anual. Se aplicará en los años 1 a 5.	\$241.884
b) Testimonios de pacientes	Servicio de Branding y desarrollo de identidad digital. Empresa Cerro Agencia. El costo representa el total anual. Se aplicará en el año 1.	\$145.858
2. Relación con pacientes		
a) Programa de fidelización	El sistema incluirá descuentos en tratamientos futuros, servicios adicionales gratuitos o regalos especiales para pacientes recurrentes. El programa se aplicará los dos primeros años y consistirá en el otorgamiento de un servicio anual de blanqueamiento y limpieza para pacientes que hayan recibido más de cuatro tratamientos en el año calendario. Se considera que el 5% de pacientes asistirá cuatro veces o más, el cual, representa aproximadamente 90 pacientes. El costo representa el total anual. Se aplicará en los años 1 y 2.	\$1.217.310
b) Encuestas de satisfacción	Gestión de reputación online a través de WhatsApp. Se realizará 10 encuestas de satisfacción de pacientes aleatorios. Empresa: Cerro Agencia. El costo representa el total anual. Se aplicará en los años 1 a 5.	\$120.000
3. Alianzas comerciales		
a) Alianzas con obras sociales y prepagas	Teniendo en consideración que el centro odontológico se encuentra en cercanía al parque industrial Ferreyra y, considerando que FIAT e IVECO son dos de las empresas con mayor cantidad de colaboradores, además de tener en cuenta que la residencia de los trabajadores en áreas contiguas como barrio Ituzaingó y otros barrios periféricos es significativa, se considera apropiado unirse a la cartilla de prestadores médicos de la obra social Medifé. Cabe destacar que ambas empresas han seleccionado a Medifé como la obra social para brindar cobertura a sus empleados. Se aplicará en los años 1 a 5.	-

b) Colaboración con empresas y profesionales locales	Se desarrollará alianzas de colaboración con empresas y profesionales locales para ofrecer beneficios mutuos. Para los primeros 5 años de proyección se concretará un acuerdo con el gimnasio Stylo Gym de barrio Ituzaingó. El plan consistirá en otorgar a los clientes del gimnasio un 10% de descuento en consultas, prevención y operatoria. El gimnasio cuenta con 200 alumnos en promedio inscriptos mensualmente, donde la salud física y bucal representa una alianza clave. Se estima que el 10% del alumnado asistirá al consultorio de manera mensual representando el 12,5% de la capacidad mensual del consultorio. El costo representa el total anual. Se aplicará en los años 1 y 2.	\$231.883
4. Participación social		
a) Eventos comunitarios	Durante los meses de marzo, junio y octubre se realizará un programa junto con el club deportivo de barrio Ituzaingó CIBI que se aplicará cada primer sábado de dichos meses y consistirá en la revisión y control preventivo gratuito de los niños de la escuela infantil de fútbol de la institución. La actividad se llevará a cabo de 9hs a 12hs. Se estima que se atenderá aproximadamente 12 niños por cada mes. El costo representa el total anual. Se aplicará en los años 1 y 2.	\$250.987
b) Programas de responsabilidad social empresarial (RSE)	Se realizará campañas de donación de cepillos de dientes y visitas a escuelas para educación dental. El programa consistirá en la visita a la escuela primaria Ejército Argentino de barrio Ituzaingó, se realizará 1 visita mensual por grado contemplando 6 visitas en el semestre. La escuela cuenta con 6 grado y 2 divisiones por cada uno. El programa tendrá vigencia el primer y tercer año de proyecciones solamente. Aproximadamente la escuela primaria cuenta con 360 alumnos y se entregará 1 cepillo de diente de manera gratuita en cada charla de educación bucal, la cual, tendrá una duración de 30 minutos. El costo representa el total anual. Se aplicará en los años 1 y 2.	\$144.000
5. Control y feedback		
a) Herramientas de feedback en tiempo real	Implementación de herramientas de feedback en tiempo real en el sitio web para abordar cualquier problema de manera proactiva. Se aplicará en los años 1 a 5.	-
b) Análisis de datos	Se realizará un seguimiento semanal de los indicadores clave de rendimiento a saber: número de nuevos pacientes, tasa de retención y satisfacción del cliente. Se aplicará en los años 1 a 5.	-

Tabla 7.4.

Nota: la tabla describe las actividades y costos del plan comercial para los primeros cinco años que se proyectan. En el año 1 el costo total es de \$2.351.923; año 2 \$2.206.065; año 3 \$361.884; año 4 \$361.884 y año 5 \$361.884.

7.5 Estrategia de producción

A continuación, se presenta un diagrama de proceso del servicio odontológico:

1. **Recepción del paciente:** El paciente llega a la clínica odontológica y se registra en el sistema. Se solicitan sus datos personales y se le asigna un número de expediente.
2. **Historia clínica:** El odontólogo recopila información relevante sobre el paciente, como antecedentes médicos, historial dental y cualquier otra información relevante para el tratamiento. Se completa la historia clínica del paciente.
3. **Examen inicial:** El odontólogo realiza un examen oral completo del paciente, que incluye la revisión de los dientes, las encías, la mandíbula y otras estructuras bucales. Se pueden tomar radiografías u otras imágenes necesarias para evaluar la condición dental del paciente.
4. **Diagnóstico y plan de tratamiento:** En base al examen inicial y la información recopilada, el odontólogo realiza un diagnóstico y desarrolla un plan de tratamiento personalizado para el paciente. Se discuten las opciones de tratamiento y se establecen las prioridades.
5. **Tratamiento dental:** Se lleva a cabo el tratamiento dental planificado, que puede incluir procedimientos como limpieza dental, obturaciones, endodoncias, extracciones, colocación de prótesis, ortodoncia, entre otros. El odontólogo utiliza herramientas y equipos dentales adecuados para realizar cada procedimiento.
6. **Educación y consejos de cuidado bucal:** Durante y después del tratamiento, el odontólogo brinda educación al paciente sobre la importancia del cuidado bucal adecuado. Se ofrecen consejos sobre cepillado, uso de hilo dental, enjuague bucal y otros hábitos saludables para mantener una buena salud bucodental.
7. **Programación de citas de seguimiento:** Se programan citas de seguimiento para el paciente, según sea necesario. Estas citas pueden ser para realizar controles regulares, ajustes de ortodoncia, cambios de prótesis u otros procedimientos adicionales.

8. Facturación y pago: Al finalizar cada sesión de tratamiento, se genera una factura que detalla los servicios prestados. El paciente realiza el pago correspondiente, ya sea en efectivo, con tarjeta de crédito u otros métodos de pago aceptados por la clínica.

7.6 Estrategia de RRHH

En el presente plan de negocios, se presenta un ambicioso proyecto para establecer una clínica odontológica moderna y de vanguardia, comprometida con la excelencia en la atención dental y el bienestar de los pacientes. Con el objetivo de alcanzar el éxito y la eficiencia en dicha operación, se ha diseñado una estrategia integral de recursos humanos que garantice un equipo altamente calificado y comprometido con la visión.

La clínica odontológica contará con un organigrama sólido y eficiente, diseñado para asegurar una gestión transparente y una comunicación efectiva entre todos los miembros del equipo. El organigrama se estructurará de la siguiente manera:

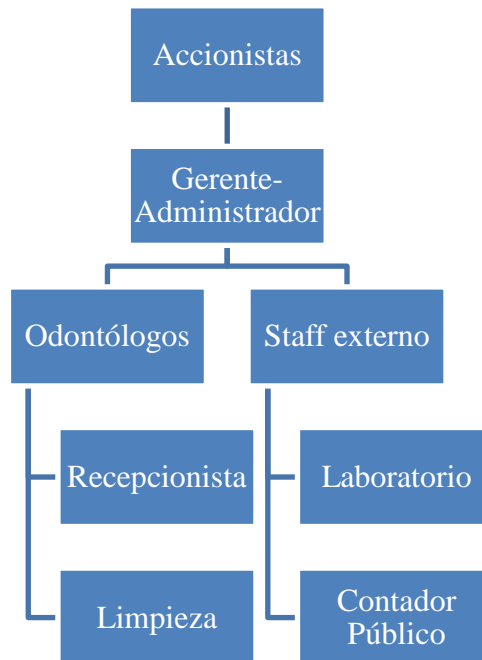


Figura 7.5

1. Gerente: El gerente será el responsable de liderar y supervisar todas las operaciones de la clínica odontológica. Su función principal será garantizar el buen funcionamiento y la eficiencia de la clínica. Se encargará de la contratación, formación y evaluación del personal, así como de la implementación de políticas y procedimientos para optimizar el rendimiento de la clínica.

2. Odontólogos: El equipo de odontólogos es el núcleo de la clínica, ya que son quienes brindarán los servicios odontológicos a los pacientes. Su selección será fundamental para asegurar la calidad de la atención. La estrategia debe incluir la contratación de profesionales altamente calificados y con experiencia en diferentes áreas de la odontología para ofrecer una gama completa de servicios.

3. Staff Externo: Puede ser necesario contratar personal externo, como especialistas en determinados tratamientos o terapias. Esto permitirá a la clínica ofrecer una amplia variedad de servicios especializados sin tener que emplear a tiempo completo a todos los especialistas. La estrategia de recursos humanos deberá incluir la búsqueda y selección de estos especialistas externos, así como la definición de acuerdos y contratos para su colaboración.

4. Recepcionista: El equipo de recepcionistas será el primer punto de contacto con los pacientes. Su papel es vital para proporcionar un excelente servicio al cliente, gestionar citas, responder preguntas y brindar información sobre los tratamientos. La estrategia debe enfocarse en la capacitación de recepcionistas amables, proactivos y eficientes para mejorar la satisfacción del paciente y fomentar la fidelidad.

5. Laboratorio: La clínica cuenta con un laboratorio interno para la fabricación de prótesis dentales u otros dispositivos, por lo que es necesario contar con personal especializado en laboratorio dental. Esta estrategia incluirá la contratación de técnicos de laboratorio capacitados y la adquisición de equipos y materiales de alta calidad para garantizar la precisión y calidad de los productos.

6. Limpieza: El personal de limpieza será responsable de mantener las áreas de trabajo y las instalaciones limpias y ordenadas, lo que contribuirá a crear un ambiente agradable y seguro tanto para el personal como para los pacientes. La estrategia de recursos humanos debe centrarse en la selección de personal confiable y comprometido con los estándares de higiene de la clínica.

7. Contador Público: Aunque no esté directamente relacionado con la atención médica, contar con un contador público en el equipo es fundamental para llevar una gestión financiera adecuada, mantener registros precisos y cumplir con las obligaciones fiscales. La estrategia debe incluir la contratación de un contador público con experiencia en el sector de la salud para asegurar una gestión financiera sólida y cumplir con los requisitos legales.

7.7 Plan económico y financiero

7.7.1 Análisis del mercado objetivo

El mercado objetivo abarcará una población de adultos, adolescentes y niños correspondientes al Barrio Ituzaingó y otros barrios aledaños. Barrio Ituzaingó es un barrio de la periferia de Córdoba Capital. Se encuentra ubicado en la zona sudeste y es el barrio más oriental de la ciudad, tiene una superficie 0,48Km² y actualmente tiene una población de 3.848 habitantes. En la tabla de a continuación se resume las características más relevantes del mercado objetivo.

Características del mercado objetivo

Ituzaingó	3.848
Betania	1.306
Almirante Brown	1.057
Ituzaingó anexo	5.291
Los Eucaliptus	1.818
Ferreyra	3.613
Nicolas Avellaneda	1.845
Los Sauces	1.798
San Javier	987
San Lorenzo	2.087
Total Barrio Ituzaingó y zonas aledañas	23.650
% de odontólogos sobre población analizada	0,021%
Relación odontólogos por habitante (aprox. 1:4730)	4.730
% de odontólogos sobre población según Federación Dental Internacional ideal	0,091%
Cobertura de salud (por obra social, prepaga o estatal)	69%

Tabla 7.7

Nota: La tabla describe la población de los barrios que serán objeto de análisis de mercado. Además del barrio objetivo que es Ituzaingó, se describen otros barrios aledaños. Por último, se expone la relación de odontólogos sobre la cantidad de población y la cobertura de salud en la provincia de Córdoba, la cual muestra que el 69% de los ciudadanos en Córdoba Capital tienen cobertura de salud por obra social, prepaga o estatal.

Las situación actual del mercado objetivo señala que la oferta de servicios odontológicos prestados por consultorios privados y públicos es de 5 profesionales odontólogos. Esto desarrollan sus actividades de manera independiente en consultorios privados. A partir de los análisis realizados, en las tablas que se presenta a continuación se desarrolla una serie de premisas y una síntesis de la situación actual.

Capacidad de atención del consultorio odontológico

Cantidad de odontólogos	1
Tiempo promedio por paciente (min)	60
Horario de atención (hs por día)	8
Cantidad de servicios prestados por paciente en 60 min	1
Cantidad de servicios prestados por paciente por día	8
Cantidad de servicios prestados por paciente por mes	160

Tabla 7.7.1

Nota: En la tabla precedente se expone la capacidad de atención del consultorio odontológico que será analizado. Se estipula que la atención del profesional por paciente involucra en promedio 60 minutos. Además, se considera una jornada laboral de 8 horas por día.

Situación actual de la oferta y demanda del servicio odontológico

Cantidad de odontólogos	5
Oferta de atención odontológica mensual actual	800
Demanda de atención odontológica mensual actual (Ituzaingó) se considera que el 30% de la población busca atención odontología en su barrio	1.154
Demanda de atención odontológica mensual actual (Ituzaingó y zona) se considera que el 30% de la población busca atención odontológica en su barrio o zona aledaña	7.095
Demanda mensual insatisfecha considerando solo Barrio Ituzaingó	354
Demanda mensual insatisfecha considerando Barrio Ituzaingó y zonas aledañas	5.941

Tabla 7.7.2

Nota: En la tabla anterior se exhibe la situación actual de la oferta mensual de servicios odontológicos; además, la demanda actual de servicios odontológicos considerando que aproximadamente un 30% de la población objetivos demanda el servicio.

De acuerdo con el análisis del mercado objetivo, el barrio Ituzaingó representa 3.848 habitantes potenciales y 23.650 habitantes considerando además los barrios aledaños. Además, de esos valores el 69% tiene algún sistema de atención de salud privada y un 31% asiste al servicio de salud pública. Por lo tanto, la probabilidad de la demanda del servicio odontológico privado cada 30 días es igual a 1.154 personas para barrio Ituzaingó y 7.095 personas para las zonas aledañas y barrio Ituzaingó.

Por otro lado, la cantidad de odontólogos en función a la población es un parámetro del servicio profesional para comprender la oferta. Según la Federación Dental Internacional, la relación aceptable es de 1 odontólogo cada 1100 habitantes, es decir, una relación del 0,09%. En el mercado objetivo bajo análisis, el estudio arroja un valor de 0,021%, muy por debajo de los parámetros de la federación lo cual indica que mercado bajo estudio tiene una demanda insatisfecha de los servicios odontológicos.

7.7.2 Previsión de ingresos

Para el desarrollo de los análisis se consideró sintetizar los diferentes tipos de prestaciones odontológicas en un grupo que se estimó de mayor relevancia. Además, para minimizar la complejidad en las proyecciones de flujos de fondos, se decidió que cada tipo de prestación este asociada a un porcentaje de participación respecto al total de ingresos probables. De esta forma, los ingreso por cada tipo de prestación tendrá un peso relativo y logrando de dicha forma acercarse a la realidad los máximo posible.

Precio de las diferentes prestaciones odontológicas

Tipo de prestación realizada	Total aranceles	% de participación anual que representa cada servicio
Consulta		35,0%
Examen - Diagnóstico - Fichado y Plan de Tratamiento.	6.971,88	11,7%
Consulta de Urgencia + RX	15.569,09	11,7%
Consulta Periódica Preventiva	6.971,88	11,7%
Operatoria		20,0%
Restauración Simple de piezas dentarias	12.136,14	5,0%
Restauración Compuesta de piezas dentarias.	17.086,21	5,0%
Blanqueamiento interno (por elemento)	31.189,78	5,0%
Blanqueamiento ambulatorio	55.344,3	5,0%
Endodoncia		10,0%
Tratamiento Pulpar de 1 Conducto. + RX	32.831,09	5,0%
Tratamiento Pulpar de 2 Conductos + RX	42.093,13	5,0%
Prótesis		10,0%
Incrustación Cavidad Simple	48.142,06	1,4%
Incrustación Cavidad Compuesta.	68.836,18	1,4%
Corona en Acrílico	50.268,02	1,4%
Perno Muñon Simple.	42.684,58	1,4%
Perno Muñon Seccionado	54.762,48	1,4%
Corona de zirconio	96.862,58	1,4%
Prótesis Completa Acrílico Superior o Inferior.	134.319,6	1,4%

Prevención		5,0%
Consulta Preventiva y de Relevamiento	6.871,88	2,5%
Topicación con Fluor por Tratamiento.	10.361,95	2,5%
Periodoncia		5,0%
Consulta periodontal - Diagnóstico - Pronóstico.	9.768,53	2,5%
Tratamiento de gingivitis marginal crónica (ambas arcadas)	20.415,18	2,5%
Radiología		10,0%
Radiografía Periapical.	3.613,75	5,0%
Radiografía Oclusal.	3.613,75	5,0%
Cirugías		5,0%
Extracción dentaria simple.	13.611,47	2,5%
Plástica de Comunicación Bucosinusal Inmediata a la Exodoncia	17.825,47	2,5%

Tabla 7.7.3

Nota: En la tabla anterior se desarrolla el precio que tiene cada prestación odontológica por paciente y su peso relativo en el ingreso total anual.

7.7.3 Estructura de costos

La estructura de costos del negocio odontológico se divide en costos fijos, variables y honorarios profesionales. Los costos fijos son las erogaciones que se generan en la atención odontológica y que permanecen inalterables en forma mensual, independientemente de la práctica que se realice. En este rubro se incluye alquiler o amortización del local, sueldos, leyes sociales y aguinaldo, amortización del equipamiento, electricidad, gas, teléfonos, capacitación, amortizaciones etc. Los costos variables corresponden a los materiales o instrumentos (insumos utilizados para la realización de una práctica en particular) y que sus características se consumen en el propio acto. Los honorarios corresponden a los estipulados como mínimos y propuestos por el Colegio de Odontólogos de la Provincia de Córdoba para el mes de Julio 2023.

Estructura de costos y gastos

Tipo de prestación realizada	Costo fijo	Costo variable	Costo Total	Honorarios
Consulta				
Examen - Diagnóstico - Fichado y Plan de Tratamiento.	2.415,57	978,60	3.394,17	3.577,71
Consulta de Urgencia + RX	4.831,15	3.682,51	8.513,66	7.055,43
Consulta Periódica Preventiva	2.415,57	978,60	3.394,17	3.577,71
Operatoria				
Restauración Simple de piezas dentarias	3.623,36	3.346,21	6.969,57	5.166,57

Restauración Compuesta de piezas dentarias.	4.831,15	5.399,63	10.230,78	6.855,43
Blanqueamiento interno (por elemento)	9.662,29	3.863,38	13.525,67	17.664,11
Blanqueamiento ambulatorio	1.207,79	18.908,29	20.116,08	35.228,22
Endodoncia				
Tratamiento Pulpar de 1 Conducto. + RX	8.454,51	9.314,64	17.769,15	15.061,94
Tratamiento Pulpar de 2 Conductos + RX	10.870,08	11.770,08	22.640,16	19.452,97
Prótesis				
Incrustación Cavidad Simple	11.337,21	7.919,62	19.256,82	28.885,24
Incrustación Cavidad Compuesta.	16.210,57	11.323,91	27.534,47	41.301,71
Corona en Acrílico	11.837,86	8.269,35	20.107,21	30.160,81
Perno Muñon Simple.	10.052,00	7.021,83	17.073,83	25.610,75
Perno Muñon Seccionado	12.896,28	9.008,71	21.904,99	32.857,49
Corona de zirconio	22.810,64	15.934,39	38.745,03	58.117,55
Prótesis Completa Acrílico Superior o Inferior.	31.631,57	22.096,27	53.727,84	80.591,76
Prevención				
Consulta Preventiva y de Relevamiento	2.415,57	978,60	3.394,17	3.477,71
Topicación con Fluor por Tratamiento.	3.623,36	1.572,02	5.195,38	5.166,57
Periodoncia				
Consulta periodontal - Diagnóstico - Pronóstico.	3.623,36	978,60	4.601,96	5.166,57
Tratamiento de gingivitis marginal crónica (ambas arcadas)	7.246,72	2.935,32	10.182,04	10.233,14
Radiología				
Radiografía Periapical.	1.207,79	617,10	1.824,89	1.788,86
Radiografía Oclusal.	1.207,79	617,10	1.824,89	1.788,86
Cirugías				
Extracción dentaria simple.	3.623,36	3.301,57	6.924,93	6.686,54
Plástica de Comunicación Bucosinusal Inmediata a la Exodoncia	4.831,15	4.112,27	8.943,42	8.882,05

Tabla 7.7.4

Nota: en la tabla anterior se exhibe los costos y gastos de un consultorio odontológico, por tipo de prestación.

7.7.4 Plan de inversión

Las inversiones iniciales previas a la puesta en marcha comprenden cuatro categorías descriptas en la tabla de a continuación. Las descripciones en detalle de cada partida se exponen en el anexo D.

Inversiones iniciales

Instrumental profesional	571.900,53
Equipamiento profesional	4.376.900,00
Refacciones y adaptación local comercial (materiales más mano de obra)	1.210.000,00
Otros equipos y mobiliario	938.310,15
Total	7.097.110,68

Tabla 7.7.5

Nota: En la tabla anterior se muestra el total de inversiones requeridas para poder dar inicio al plan de negocio.

7.7.5 Amortizaciones y depreciaciones

Amortizaciones y depreciaciones

Concepto amortizaciones	Costo	Vida útil	Amortización anual
Instrumental profesional	571.900,53	5	114.380,11
Equipamiento profesional	4.376.900,00	10	437.690,00
Otros equipos y mobiliario	938.310,15	5	187.662,03
Total			739.732,14
Concepto depreciaciones (Gastos de organización y preoperativos)	Costo	Vida útil	Depreciación anual
Refacciones y adaptación local comercial (materiales + mano de obra)	1.210.000,00	5	242.000,00
Total			242.000,00

Tabla 7.7.6

Nota: En la tabla anterior se desarrolla el valor de las depreciaciones y amortizaciones anuales

7.7.6 Flujos de efectivos proyectados

A partir del estudio de la demanda y oferta, junto a los parámetros de la estructura inversiones y costos se desarrolla en la ilustración de a continuación el flujo de fondos proyectados para un periodo de análisis de 5 años. Para las previsiones se consideró que el consultorio odontológico trabajara con una atención de pacientes equivalente al 80%, 90%, 95%, 100% y 100% para los años 2024, 2025, 2026, 2027 y 2028 respectivamente.

Flujos de fondos proyectados

Año	0	2024	2025	2026	2027	2028
ingreso contado		10.697.462,62	12.034.645,45	12.703.236,87	13.371.828,28	13.371.828,28
ingreso cobro obra social		19.749.602,75	26.168.223,65	27.896.313,89	29.377.534,10	29.624.404,13
Total ingresos		30.447.065,38	38.202.869,10	40.599.550,76	42.749.362,38	42.996.232,41
costos variables		7.468.172,02	8.401.693,52	8.868.454,27	9.335.215,02	9.335.215,02
gastos fijos		10.773.540,81	11.680.384,92	10.362.553,99	10.888.905,05	10.888.905,05
amortizaciones y depreciaciones		981.732,14	981.732,14	981.732,14	981.732,14	981.732,14
IIBB (0%)		-	-	-	-	-
Interés		-	-	-	-	-
Total egresos		19.223.444,96	21.063.810,57	20.212.740,40	21.205.852,20	21.205.852,20
Flujo de caja bruto		11.223.620,41	17.139.058,53	20.386.810,36	21.543.510,17	21.790.380,21
IIGG (30%)		3.367.086,12	5.141.717,56	6.116.043,11	6.463.053,05	6.537.114,06
amortizaciones y depreciaciones		981.732,14	981.732,14	981.732,14	981.732,14	981.732,14
Valor de desecho						2.188.450,00
Capital de trabajo	-865.387,71					
Inversión inicial	-7.097.110,68					
Deuda	-					
Amortización deuda		-	-	-	-	-
Flujo de caja neto	-7.962.498,39	8.838.266,43	12.979.073,11	15.252.499,38	16.062.189,26	18.423.448,28
Flujo de caja neto acumulado	-7.962.498,39	875.768,04	13.854.841,15	29.107.340,53	45.169.529,79	63.592.978,07

Tabla 7.7.7

Nota: En la tabla anterior se desarrolla la proyecciones de los flujos de fondos para un periodo de 5 años. Además, en la fila de costos fijos se incluyó los costos del plan de marketing de acuerdo con la tabla 7.4.

7.8 Análisis y evaluación

El análisis de evaluación económica tiene como punto de partida la determinación de una tasa de descuento para calcular el valor actual de todos los flujos de fondos. Dicha tasa se deriva a partir de la ponderación entre el costo del capital propio y el de la deuda. Esta tasa se denomina WACC. Por otro lado, la tasa del costo de capital propio es obtenido a partir del modelo CAMP.

En conclusión, llevar a cabo el proyecto del centro odontológico es viable de realizar con un VAN de \$ 309.865,69 y una TIR de 137%.

VAN y TIR

Tasa de descuento (WACC)	132%
VAN	309.865,69
TIR	137%

Tabla 7.7.8

Nota: En la tabla anterior se exhibe los resultado de la evolución financiera del plan de negocio para un periodo de 5 años.

8. CONCLUSIONES

La planificación estratégica juega un rol crucial en el desarrollo del plan de negocios de la apertura de una clínica odontológica ya que proporciona las herramientas y enfoques necesarios para tomar decisiones informadas y crear una estrategia sólida que permita alcanzar los objetivos y asegurar el éxito sostenible en el mercado de la salud bucal. La planificación estratégica se convierte en el cimiento sobre el cual se construye y desarrolla todo el proyecto, permitiendo enfrentar los retos con confianza y aprovechar las oportunidades de manera efectiva. Así, la clínica estará posicionada para ofrecer servicios de alta calidad, satisfaciendo las necesidades de los pacientes y generando un impacto positivo en la comunidad, lo que a su vez contribuirá a su éxito y crecimiento a largo plazo.

En el presente estudio, se ha analizado detalladamente el plan de negocios para la apertura de una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba, con el objetivo general de determinar su viabilidad económica y financiera en el periodo 2023. Para ello, se plantearon objetivos específicos que permitieron profundizar en distintos aspectos clave del proyecto.

Durante el desarrollo de este estudio, existieron ciertas limitaciones que es importante mencionar. En primer lugar, el acceso a información precisa y actualizada sobre el mercado odontológico y la demanda del servicio en la zona de Ituzaingó puede haber sido un desafío. Además, la naturaleza predictiva de algunos análisis económicos y financieros implica cierto grado de incertidumbre y la posibilidad de variaciones en el comportamiento del mercado y los costos en el futuro.

A pesar de las limitaciones mencionadas, se ha logrado obtener resultados significativos que contribuyen a la toma de decisiones informadas para el establecimiento de la clínica odontológica. Los objetivos específicos permitieron definir el modelo de negocio y la estrategia de implementación más adecuados para aprovechar las oportunidades del mercado identificadas. Asimismo, el estudio de mercado proporcionó una visión clara de la demanda y las necesidades de los potenciales clientes en el área, mientras que el análisis económico ayudó a determinar los costos, las inversiones requeridas y proyectar los resultados financieros esperados.

El presente estudio brinda una sólida base para la toma de decisiones empresariales en cuanto a la apertura de la clínica odontológica en el barrio Ituzaingó. Los resultados obtenidos permiten tener una visión realista de las oportunidades y desafíos que el negocio enfrentará en el mercado de la salud bucal en Córdoba. El enfoque estratégico definido a partir de este estudio garantiza que la clínica estará posicionada para ofrecer servicios de alta calidad, satisfaciendo las necesidades de los pacientes y generando un impacto positivo en la comunidad.

La puesta en marcha del modelo brinda algunas reflexiones que resultan de gran relevancia al considerar reiniciar el proceso:

1. Segmentación del mercado: si durante el estudio de mercado se identifican segmentos de clientes adicionales o nichos específicos con necesidades particulares, se puede ajustar la propuesta de valor y los servicios ofrecidos para abordar estas oportunidades.
2. Estrategia de marketing: si se descubre que ciertas estrategias de marketing son más efectivas para atraer y retener clientes, se pueden ajustar los planes de promoción y publicidad para enfocarse en esas áreas de manera más eficiente.
3. Ampliación de servicios: si la investigación de mercado revela una alta demanda para servicios adicionales que inicialmente no fueron considerados, se podría evaluar la posibilidad de ampliar la oferta de tratamientos y procedimientos para satisfacer las necesidades de un segmento más amplio de clientes.
4. Ajuste de precios: basado en el análisis económico y la competencia, se podría considerar ajustar los precios de los servicios para mantener una oferta competitiva sin sacrificar la rentabilidad del negocio.
5. Adquisición de equipos o tecnología: si se identifican avances tecnológicos en el sector odontológico que podrían mejorar la calidad de los servicios o aumentar la eficiencia operativa, se podría considerar la adquisición de equipos o tecnología actualizada.
6. Plan de capacitación: si se identifican áreas de mejora en las habilidades del equipo o se requieren nuevas competencias para ofrecer servicios especializados, se podría implementar un plan de capacitación para el personal.

7. Estrategia de expansión: si durante el desarrollo del plan de negocios se identifican oportunidades para expandirse a otros barrios o ciudades, se podría incluir una estrategia de crecimiento a largo plazo en el plan, con objetivos específicos y un plan de acción detallado.

8. Alianzas estratégicas: si se encuentran posibles sinergias u oportunidades de colaboración con otras empresas o profesionales del sector, se podría considerar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas para fortalecer la posición de la clínica en el mercado.

9. Plan de contingencia: es importante incluir un plan de contingencia en caso de que surjan situaciones inesperadas o cambios significativos en el entorno empresarial. Esto permitirá estar preparados para afrontar cualquier eventualidad y minimizar los impactos negativos en el negocio.

10. Evaluación y seguimiento: es fundamental establecer indicadores clave de rendimiento para evaluar el desempeño del negocio y realizar un seguimiento periódico de los resultados obtenidos en comparación con los objetivos establecidos. Si se detectan desviaciones significativas, se pueden realizar ajustes en la estrategia para mantener el rumbo hacia el éxito.

Se concluye que la apertura de una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó presenta grandes oportunidades de crecimiento, siempre y cuando se implemente una estrategia bien fundamentada y se tenga en cuenta la viabilidad económica y financiera del proyecto. Los beneficios potenciales de esta iniciativa no solo se reflejan en la posibilidad de establecer un negocio exitoso, sino también en el aporte al bienestar y la salud dental de la población local. Es esencial seguir evaluando y ajustando el plan de negocios conforme avance el proyecto y se tengan en cuenta las condiciones cambiantes del mercado y la industria. Con un enfoque sólido y una gestión efectiva, esta clínica odontológica tiene el potencial de convertirse en un referente en la ciudad de Córdoba y contribuir al cuidado dental de la comunidad.

9. REFERENCIAS

Álvarez-Risco, A. (2020). Antecedentes de investigación. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10819>

Cadena Lozano, J. B. (2016). *Gestión del pronóstico estratégico: Una herramienta de planificación en las empresas*. Colombia: CESA, Colegio de Estudios Superiores de Administración.

Criales, J.P. (2023). Argentina comienza 2023 al borde del 100% de inflación interanual. <https://elpais.com/argentina/2023-02-14/argentina-comienza-2023-al-borde-del-100-de-inflacion-interanual.html>

Decreto 2148. (2002). <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-2148-2002-79034/texto#:~:text=Decreto%202148%2F2002%20Texto%20completo%20PODER%20EJECUTIVO%20NACIONAL%20%28P.E.N.%29,Jefes%20de%20Estado%20Mayo%20r%20%28CONSEJEM%29.%20Bs.%20As.%2C%2025%2F10%2F2002>

De Vicuña, J. M. S. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. Esic Editorial.

Eleisegui, P. (2022). Escasez de importados: se disparó el faltante en salud y al problema del café se suman chorizos y bondiolas. <https://www.iprofesional.com/negocios/366749-escasez-de-importados-crece-el-faltante-en-salud-y-alimentos>

Federación Dental Mundial. (2022). Hacia una salud bucodental sostenible para el planeta. <https://la.dental-tribune.com/news/hacia-una-salud-bucodental-sostenible-para-el-planeta/>

Fundación Argentina de Nanotecnología. (2021). MABB lanza al mercado sus implantes dentales libres de metal. <https://www.fan.org.ar/noticias/mabb-lanza-al-mercado-sus-implantes-dentales-libres-de-metal/>

Gobierno de Córdoba. (2023). Comenzará a funcionar el Primer Servicio Municipal Odontológico de Urgencias 24 hs del país. <https://cordoba.gob.ar/comenzo-a-funcionar-el-primer-servicio-municipal-odontologico-de-urgencias-24-hs-del-pais/>

Guelmes Valdés, E. L., y Nieto Almeida, L. E. (2015). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(1), 23-29. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000100004

INDEC. (2012). Censo nacional de población, hogares y viviendas 2010 : censo del Bicentenario : resultados definitivos, Serie B n° 2. - 1a ed. - Buenos Aires : Instituto Nacional de Estadística y Censos. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/censo2010_tomo2.pdf

INDEC. (2022). Índice de precios al consumidor (IPC). https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_09_221BCA18CD32.pdf

INDEC. (2022). Condiciones de vida. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_03_22F5E124A94B.pdf

INFOBAE. (2023). Argentina se posiciona como líder en investigación clínica y duplica la cantidad de expertos en 5 años. <https://www.infobae.com/salud/ciencia/2023/04/06/argentina-se-posiciona-como-lider-en-investigacion-clinica-y-duplica-la-cantidad-de-expertos-en-5-anos/>

Ministerio de Economía. (2022). Informes de cadena de valor. Equipamiento médico. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/equipamiento_medico-2022_-_version_web.pdf

Ministerio de Salud. (2023). Regulación del ejercicio profesional. <https://www.argentina.gob.ar/salud/oferhus/formacion/regulacion-ejercicio-profesional>

Jaramillo Holguín, M. (2022). *De que manera incide el sector de la nanomedicina en el progreso de las cirugías invasivas y el uso de píldoras: Proyecto de Grado* (Doctoral dissertation, Medellín: Marymount School Medellín). https://library.marymount.edu.co/bitstream/handle/4444.1/658/MANUELA_JARAMILLO_HOLGUIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio de Salud. (2023). En Villa Soldati, Vizzotti acompañó una jornada del programa Hay Equipo. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/en-villa-soldati-vizzotti-acompano-una-jornada-del-programa-hay-equipo>

Ministerio de Salud. (2023). Colegio: Odontólogos Jurisdicción Organización. <http://leg.msal.gov.ar/atlas/docs/ODONTOLOGOS.pdf>

Nieto Cruz, M.E.; Fuente Hernández, J.D.L, Sifuentes Valenzuela, M.C. (2020). *La salud pública en la odontología: Teoría y práctica*. México: UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.

Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión.: Una propuesta metodológica*. México: IMCP.

SanCor Salud. (2022). SanCor Salud apuesta a adaptarse al contexto y escuchar las necesidades. <https://www.lavoz.com.ar/espacio-publicidad/sancor-salud-apuesta-a-adaptarse-al-contexto-y-escuchar-las-necesidades/>

Silva, L.C. (1997). Cultura estadística e investigación científica en el campo de la salud: una mirada crítica. Madrid: Díaz de Santos.

Trujillo, R. R. R. (2018). *Planificación estratégica*. Clube de Autores.

Unión Argentina de Salud. (2022). Se acelera el aumento de precios de los medicamentos: advierten por subas “alarmantes” en insumos de internación y drogas de alto costo. <https://uas.com.ar/se-acelera-el-aumento-de-precios-de-los-medicamentos-advierten-por-subas-alarmantes-en-insumos-de-internacion-y-drogas-de-alto-costo/>

Uribe, J. A. F. (2017). *Proyectos de inversión para las PYME*. Ecoe Ediciones.

10. ANEXOS

Anexo A: Guía de preguntas entrevista a odontólogos

Estimados, mi nombre es XXX y actualmente estoy realizando una Maestría en Administración de Empresas en la Universidad Siglo 21. Como parte de mi programa de estudios, estoy llevando a cabo una investigación sobre la viabilidad económica y financiera de la apertura de una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba. Para poder recopilar datos relevantes y completos, me gustaría solicitar su consentimiento para realizar entrevistas y encuestas a los odontólogos y ciudadanos del barrio Ituzaingó. Estas entrevistas y encuestas tienen como objetivo obtener información valiosa sobre la demanda de servicios odontológicos, la competencia en la zona, los aspectos económicos y financieros, así como las necesidades y expectativas de los residentes con relación a la atención dental.

Sus respuestas y opiniones son de vital importancia para el desarrollo de mi investigación y para garantizar que los resultados sean representativos de la comunidad local. Todas las respuestas serán tratadas de manera confidencial y los datos se utilizarán exclusivamente con fines académicos. Si usted está de acuerdo en participar en esta investigación y compartir su perspectiva, le agradecería que otorgue su consentimiento al responder a las preguntas o al proporcionar su firma en el formulario adjunto. Tenga en cuenta que su participación en la investigación es voluntaria y puede retirar su consentimiento en cualquier momento sin consecuencias negativas.

Agradezco sinceramente su tiempo y participación. Si tiene alguna pregunta o inquietud adicional, no dude en comunicarse conmigo a través de los medios de contacto proporcionados.

Atentamente,

Experiencia y antecedentes:

1. ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo como odontólogo/a y cuál es su especialización, si aplica?
2. ¿Ha tenido experiencia previa en la apertura o gestión de una clínica odontológica?
3. ¿Podría compartir algunos logros o hitos importantes en su carrera profesional como odontólogo/a?

Demanda y competencia:

4. ¿Cómo percibe la demanda de servicios odontológicos en el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba? ¿Ha notado algún cambio o tendencia en los últimos años?
5. ¿Cuántas clínicas odontológicas existen actualmente en el área? ¿Cuáles considera que son sus fortalezas y debilidades en términos de servicios ofrecidos?

Aspectos económicos y financieros:

6. ¿Cuáles son los costos y gastos más relevantes al abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba?
7. ¿Cuál es su perspectiva sobre la viabilidad económica y financiera de una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó en el periodo 2023?
8. ¿Cuáles son los indicadores financieros clave que debe considerar al evaluar la viabilidad de una clínica odontológica?

Recursos necesarios y equipo médico:

9. ¿Cuáles son los recursos físicos necesarios para establecer y operar una clínica odontológica en Córdoba? (instalaciones, equipos médicos, suministros, etc.)
10. ¿Existen proveedores de equipos médicos y suministros dentales confiables en la región? ¿Cuáles recomendaría?

Estrategia de marketing y adquisición de pacientes:

11. ¿Cuáles son las estrategias de marketing más efectivas para atraer y retener pacientes en la industria odontológica?
12. ¿Qué considera importante en términos de presencia en línea y marketing digital para promocionar una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó?

Aspectos legales y regulatorios:

13. ¿Cuáles son los requisitos legales y regulatorios que se deben cumplir para abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba?
14. ¿Ha experimentado algún desafío legal o regulatorio en su práctica como odontólogo/a en la ciudad?

Consejos y recomendaciones:

15. ¿Qué consejos y recomendaciones daría para desarrollar un plan de negocios exitoso para una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó?
16. ¿Hay algún aspecto clave que debería considerarse al evaluar la viabilidad económica y financiera de un proyecto de esta naturaleza?

Anexo B. Guía de cuestionario

1. Datos demográficos:

- Edad:

- Menos de 18 años
- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-55 años
- Más de 55 años

- Género:

- Masculino
- Femenino
- No binario
- Prefiero no decirlo

- Ocupación:

2. Conciencia y necesidad de servicios odontológicos:

- ¿Está consciente de la importancia de la salud dental y la necesidad de servicios odontológicos regulares?

- Sí
- No

- ¿Con qué frecuencia ha visitado a un dentista en los últimos dos años?

- No he visitado a un dentista en los últimos dos años
- Una vez
- Dos veces
- Tres veces o más

- ¿Cuál es el principal motivo por el que ha buscado servicios odontológicos en el pasado?

- Mantenimiento y limpieza dental regulares
- Tratamiento de caries
- Tratamiento de enfermedades de las encías
- Tratamiento ortodóntico (brackets, alineadores, etc.)

- Extracciones dentales
- Otro (especificar): _____

3. Acceso a servicios odontológicos:

- ¿Hay suficientes clínicas odontológicas en el barrio Ituzaingó para satisfacer la demanda de los residentes?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

- ¿Ha tenido dificultades para encontrar una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó cuando ha necesitado servicios dentales?

- Sí
- No
- No he necesitado servicios dentales en el barrio Ituzaingó

- ¿Cuáles son los principales factores que considera al elegir una clínica odontológica?

- Ubicación conveniente
- Precios competitivos
- Buena reputación y recomendaciones
- Amplia gama de servicios ofrecidos
- Aceptación de seguros dentales
- Otro (especificar): _____

4. Barreras para acceder a servicios odontológicos:

- ¿Considera que los costos de los tratamientos dentales son accesibles para la mayoría de los residentes del barrio Ituzaingó?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

- ¿Ha experimentado dificultades para obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos?
 - Sí
 - No
 - No he intentado obtener seguros dentales o cobertura de servicios odontológicos
- ¿Cree que la falta de información o educación sobre la importancia de la salud dental es una barrera para acceder a servicios odontológicos?
 - Sí
 - No
 - No estoy seguro/a
- 5. Mejoras y necesidades adicionales:
 - ¿Qué mejoras le gustaría ver en los servicios odontológicos ofrecidos en el barrio Ituzaingó?
 - Mayor accesibilidad financiera
 - Mayor disponibilidad de especialidades dentales
 - Mejor atención al cliente
 - Mayor conciencia y educación sobre la salud dental
 - Mejor tecnología y equipos dentales
 - Otro (especificar): _____
 - ¿Cree que se necesitan servicios odontológicos especializados adicionales en el área?
 - Sí
 - No
 - No estoy seguro/a
 - No necesito servicios odontológicos especializados
 - ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción general con los servicios odontológicos actualmente disponibles en la zona?
 - Muy satisfecho
 - Satisfecho
 - Neutral
 - Insatisfecho
 - Muy insatisfecho

- ¿Cómo calificaría la facilidad de acceso a servicios odontológicos en la zona?
 - Muy fácil
 - Fácil
 - Neutral
 - Difícil
 - Muy difícil
- ¿Cómo evaluaría la calidad de los servicios odontológicos que ha recibido en la zona?
 - Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
 - Muy malo
- ¿Cómo calificaría la asequibilidad de los precios de los servicios odontológicos en la zona?
 - Muy asequibles
 - Asequibles
 - Neutral
 - Costosos
 - Muy costosos
- ¿Cuánto tiempo ha tenido que esperar habitualmente para conseguir un turno en una clínica odontológica en la zona?
 - Menos de 1 semana
 - Entre 1 y 2 semanas
 - Entre 2 y 4 semanas
 - Más de 4 semanas
 - No estoy seguro/a, nunca he tenido que esperar
- ¿Está satisfecho/a con el tiempo que debe esperar para conseguir un turno en las clínicas odontológicas actuales?
 - Muy satisfecho
 - Satisfecho
 - Neutral

- Insatisfecho
- Muy insatisfecho
- ¿Cuán influyente es la publicidad en su decisión de asistir una nueva clínica odontológica?
 - Muy influyente
 - Influyente
 - Neutro
 - Poco influyente
 - Nada influyente
- ¿Cuánto impactan las recomendaciones de amigos o familiares en su decisión de elegir una clínica odontológica?
 - Mucho impacto
 - Impacto moderado
 - Neutro
 - Impacto bajo
 - Ningún impacto
- ¿Preferiría una clínica que ofrezca alta calidad a un precio más alto o una con calidad moderada a un precio más bajo?
 - Alta calidad a un precio más alto
 - Calidad moderada a un precio más bajo
 - Depende
- ¿Cómo preferiría recibir información sobre la apertura y promociones anticipadas de una nueva clínica odontológica?
 - Correo electrónico
 - Mensajes de texto
 - Redes Sociales
 - Folletos impresos en la comunidad
 - Otro (especificar):
- ¿Qué tipo de promociones le serían más atractivas antes de la apertura de la clínica odontológica?
 - Descuentos en futuros tratamientos
 - Promociones para los primeros pacientes
 - Sesiones de revisión gratuita

- Programas de lealtad anticipados
- Otro (especificar):

6. Información adicional:

- ¿Tiene algún comentario o información adicional que desee compartir sobre los servicios odontológicos en el barrio Ituzaingó?

Anexo C. Respuestas entrevistas

Odontólogo I

1. Llevo ejerciendo como odontólogo/a durante 10 años y me especializo en odontología general y estética.
2. Hace cinco años, tuve la oportunidad de emprender el desafío de abrir mi propia clínica odontológica en un barrio privado de la ciudad. Durante todo el proceso, desde la concepción de la idea hasta la ejecución y la gestión diaria, adquirí valiosas experiencias y conocimientos que me han permitido comprender los desafíos y las oportunidades que implica este tipo de proyecto. En la etapa inicial, fue fundamental realizar un análisis exhaustivo del mercado local y evaluar la viabilidad económica y financiera del proyecto. Esto implicó estudiar la demografía del área, investigar la competencia existente y proyectar la demanda de servicios odontológicos en función de las necesidades de la comunidad. Además, realicé un estudio de costos detallado, considerando los gastos de alquiler, la adquisición de equipos, los salarios del personal y otros gastos operativos.

Una vez que se completó la fase de planificación, me enfoqué en la implementación de estrategias de marketing efectivas para promover la clínica y atraer a los pacientes. Utilicé diversos enfoques, como la creación de una identidad de marca sólida, la participación en eventos comunitarios, la publicidad en medios locales y la optimización de la presencia en línea. Estas estrategias permitieron generar conciencia sobre la clínica y establecer una reputación positiva en el área.

En cuanto a la gestión diaria de la clínica, me aseguré de brindar un servicio de calidad y personalizado a cada paciente. Contraté a un equipo de profesionales altamente capacitados y comprometidos con la excelencia en la atención al paciente. Además, implementé un sistema eficiente de gestión de citas y registros para garantizar una experiencia fluida y satisfactoria para todos los pacientes.

Durante mi tiempo al frente de la clínica, logramos construir una base de pacientes leales y satisfechos, lo que resultó en un crecimiento constante de la práctica. Me enorgullece haber podido brindar atención odontológica de calidad a la comunidad y ser reconocido como un proveedor confiable y confiable en el área.

Considerando mi experiencia previa en la apertura y gestión de una clínica odontológica exitosa, estoy seguro de que puedo aportar valiosos conocimientos y perspectivas al estudio del plan de negocios para la clínica odontológica en el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba. Estoy entusiasmado por la oportunidad de colaborar en este proyecto y contribuir al análisis de su viabilidad económica y financiera.

3. Algunos de mis logros destacados incluyen la implementación de programas de educación dental comunitaria y la obtención de certificaciones en técnicas de vanguardia en odontología estética.

Demanda y competencia:

4. Percibo una creciente demanda de servicios odontológicos en el barrio Ituzaingó en los últimos años, especialmente en áreas como blanqueamiento dental y ortodoncia.
5. Actualmente, hay aproximadamente 5 clínicas odontológicas en el área. Las fortalezas de algunas de estas clínicas incluyen su enfoque en odontología pediátrica y su reputación en el trato amable con los pacientes. Sin embargo, se observa una necesidad de mayor disponibilidad de servicios especializados, como implantología dental.

Aspectos económicos y financieros:

6. Los costos y gastos más relevantes al abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba incluyen el alquiler del espacio, la adquisición de equipos médicos de alta calidad y los gastos de personal y suministros. El costo del alquiler dependerá del tamaño y la ubicación de la clínica. En promedio, el alquiler mensual de un espacio adecuado para una clínica odontológica puede oscilar entre \$80,000 y \$150,000.

La inversión en equipos médicos de alta calidad es esencial para brindar servicios odontológicos efectivos. Algunos ejemplos de equipos necesarios incluyen unidades dentales, equipos de radiografía digital, autoclaves, equipos de esterilización y equipos de diagnóstico. El costo total de estos equipos puede variar entre \$2000000,000 y \$6,000,000 dependiendo de la marca y la calidad de los equipos seleccionados.

Los gastos de personal incluyen los salarios y beneficios de los profesionales de la salud, como odontólogos, higienistas y asistentes dentales. Además, puede ser necesario contratar personal administrativo y de recepción. Los costos de personal pueden variar según el número de empleados y las tarifas salariales, pero un estimado promedio mensual podría rondar los \$200,000 a \$300,000.

Los suministros dentales, como materiales de restauración, desinfectantes, guantes, máscaras, instrumental quirúrgico, entre otros, son necesarios para la operación diaria de la clínica. Los gastos mensuales en suministros pueden estimarse en alrededor de \$20,000 a \$40,000.

7. En cuanto a la viabilidad económica y financiera de una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó en el periodo 2023, es importante realizar un análisis detallado de los costos y los ingresos esperados para determinar la rentabilidad potencial del proyecto.

Recursos necesarios y equipo médico:

8. Para establecer y operar una clínica odontológica en Córdoba, se necesitan instalaciones adecuadas con consultorios, áreas de esterilización y recepción para pacientes.
9. Existen proveedores confiables de equipos médicos y suministros dentales en la región que pueden ofrecer equipos de rayos X, unidades dentales, instrumental y materiales de calidad.

Estrategia de marketing y adquisición de pacientes:

10. Las estrategias de marketing más efectivas en la industria odontológica incluyen el establecimiento de una buena reputación mediante la prestación de servicios de calidad, la participación en eventos comunitarios y la colaboración con médicos generales para referencias.
11. En términos de presencia en línea, es importante tener un sitio web profesional, mantener una sólida presencia en las redes sociales y fomentar las reseñas positivas de los pacientes satisfechos.

Aspectos legales y regulatorios:

12. Los requisitos legales y regulatorios para abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba incluyen la obtención de licencias y permisos municipales, el cumplimiento de las regulaciones de bioseguridad y la contratación de personal debidamente registrado. Por ejemplo: Decreto 2148/02 donde constan los requisitos mínimos específicos para el funcionamiento del Consultorio Odontológico; Ley de Residuos Peligrosos N° 8.973/03 y su Decreto Reglamentario 2.149/2003 de adhesión a la Ley Nacional N°24.051. Ley 6222, RM 15/09, DR 33/08.

Consejos y recomendaciones:

13. Es fundamental realizar un estudio de mercado exhaustivo para comprender la demanda y la competencia en el barrio Ituzaingó antes de abrir una clínica odontológica.
14. Recomiendo establecer alianzas estratégicas con otros profesionales de la salud y crear programas de fidelización de pacientes para aumentar la retención y la satisfacción del cliente.
15. Al evaluar la viabilidad económica y financiera, es importante tener en cuenta los posibles riesgos y contar con un plan de contingencia para afrontar situaciones adversas.

Odontólogo II

Experiencia y antecedentes:

1. Cuento con 15 años de experiencia como odontólogo/a y me especializo en ortodoncia.
2. Aunque no he tenido experiencia previa en la apertura o gestión de una clínica odontológica, he trabajado en diferentes clínicas y he adquirido conocimientos sólidos sobre la atención al paciente y las necesidades del mercado.

Demanda y competencia:

3. En el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba, se ha observado una demanda constante de servicios odontológicos en los últimos años. Sin embargo, un aspecto destacado es el crecimiento en la búsqueda de tratamientos ortodónticos tanto en niños como en adultos. Esto puede atribuirse a varios factores: Conciencia creciente sobre la importancia de la salud bucal: Las personas están cada vez más conscientes de la importancia de mantener una buena salud bucal y la influencia que tiene en su bienestar general. La ortodoncia se ha convertido en una opción popular para corregir problemas de alineación dental y lograr una sonrisa estética y funcional.

Mejor acceso a información y educación: Con el avance de la tecnología y el fácil acceso a internet, las personas tienen más información disponible sobre los diferentes tratamientos odontológicos, incluyendo la ortodoncia. Esto ha llevado a una mayor comprensión de los beneficios y opciones disponibles, lo que ha aumentado la demanda de estos servicios en la comunidad.

Cambios en los estándares estéticos: La sociedad actual valora cada vez más una sonrisa estéticamente agradable. Muchas personas desean corregir problemas como dientes torcidos, apiñados o mal posicionados para mejorar su apariencia y aumentar su confianza. La ortodoncia se ha vuelto una solución atractiva y viable para lograr una sonrisa más atractiva.

Enfoque preventivo en la salud dental: Existe un creciente enfoque en la prevención de problemas dentales desde una edad temprana. Los padres están más dispuestos a buscar tratamientos ortodónticos para sus hijos a una edad temprana, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de servicios ortodónticos pediátricos.

4. Actualmente, existen alrededor de 4 clínicas odontológicas en el área. Cada una de ellas tiene sus propias fortalezas, como enfoques especializados en odontología restauradora o estética. Sin embargo, se ha identificado una necesidad de servicios de ortodoncia más accesibles y personalizados.

Aspectos económicos y financieros:

5. Los costos y gastos más relevantes al abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba incluyen el alquiler del espacio, la adquisición de equipos de ortodoncia y otros materiales especializados, así como los costos de personal y marketing.
6. La viabilidad económica y financiera de una clínica odontológica en el barrio Ituzaingó en el periodo 2023 dependerá de varios factores, como la demanda de servicios de ortodoncia, la eficiencia operativa y la capacidad para atraer y retener pacientes.

Recursos necesarios y equipo médico:

7. Para establecer y operar una clínica odontológica enfocada en ortodoncia en Córdoba, es esencial contar con un espacio adecuado que cumpla con los requisitos específicos para este tipo de práctica. 1. Consultorios: Será necesario contar con consultorios que cumplan con los estándares de calidad y confort para brindar un entorno óptimo tanto para los pacientes como para el personal. Cada consultorio debe estar equipado con sillas dentales adecuadas, unidades de rayos X, equipos de diagnóstico y otros dispositivos necesarios para llevar a cabo los tratamientos de ortodoncia de manera eficiente.

2. Áreas de esterilización: Las áreas de esterilización son cruciales para garantizar la seguridad y la higiene en la clínica. Deben estar equipadas con autoclaves, sistemas de esterilización de instrumentos, suministros desechables y protocolos adecuados para el manejo y la esterilización de equipos y utensilios. 3. Recepción y sala de espera: La recepción es el punto de entrada para los pacientes y es importante contar con un espacio acogedor y funcional. Esto incluye un área de recepción con personal de atención al cliente, sistemas de registro y programación de citas, y una sala de espera cómoda y bien diseñada donde los pacientes puedan esperar su turno de manera confortable. 4. Áreas administrativas: Además de los espacios clínicos, se requerirán áreas administrativas para llevar a cabo tareas de gestión y administración de la clínica. Esto puede incluir una oficina para la administración, almacenamiento de registros y archivos, y áreas dedicadas para el personal administrativo. Es importante tener en cuenta que el diseño y la distribución del espacio de la clínica deben estar en consonancia con las regulaciones y normativas de seguridad y accesibilidad establecidas por las autoridades sanitarias. También se deben considerar aspectos como la comodidad de los pacientes, la privacidad y la facilidad de movimiento dentro de la clínica. Al planificar y diseñar el espacio de una clínica odontológica enfocada en ortodoncia, se recomienda consultar a expertos en diseño de interiores especializados en entornos de atención médica para garantizar un diseño funcional, eficiente y atractivo que se ajuste a las necesidades de los pacientes y el personal.

8. En cuanto al equipamiento, será necesario contar con equipos de ortodoncia de calidad, como brackets, arcos y otros dispositivos necesarios para llevar a cabo los tratamientos.

Estrategia de marketing y adquisición de pacientes:

9. En la industria odontológica, las estrategias de marketing efectivas incluyen establecer una sólida presencia en línea, participar en eventos locales y establecer colaboraciones con otros profesionales de la salud.

10. En el caso de una clínica odontológica enfocada en ortodoncia, es importante dirigir los esfuerzos de marketing hacia la educación de los pacientes sobre los beneficios de los tratamientos ortodónticos y destacar la experiencia y conocimientos del equipo en este campo.

Aspectos legales y regulatorios:

11. Antes de abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba, es esencial cumplir con los requisitos legales y regulatorios establecidos por las autoridades locales, como obtener las licencias y permisos necesarios y cumplir con las normativas de bioseguridad. Los requisitos legales y regulatorios para abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba pueden variar y es importante asegurarse de cumplir con todas las normativas aplicables. Debes obtener los permisos y licencias necesarios del municipio o autoridad local correspondiente para operar legalmente tu clínica. Esto puede incluir la obtención de una licencia comercial y la presentación de documentación adicional requerida. Es necesario registrarse y obtener la habilitación sanitaria correspondiente para la clínica. Esto implica cumplir con las regulaciones de bioseguridad y demostrar que las instalaciones, equipos y procesos cumplen con los estándares de higiene y seguridad establecidos. Todos los odontólogos que trabajarán en la clínica deben estar debidamente registrados y contar con licencia para ejercer la profesión. Es fundamental cumplir con las normas de bioseguridad establecidas para la práctica odontológica. Esto incluye el manejo adecuado de desechos biológicos, la esterilización y desinfección de equipos, la utilización de barreras de protección como guantes y mascarillas, entre otros. Debes asegurarte de cumplir con las regulaciones laborales vigentes, como la contratación adecuada del personal, el registro ante la seguridad social y el cumplimiento de las leyes laborales en términos de salarios, horarios de trabajo y derechos del personal. Es importante consultar con un asesor legal o especialista en regulaciones sanitarias para obtener información precisa y actualizada sobre los requisitos específicos para abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba.

Cada jurisdicción puede tener regulaciones específicas que deben cumplirse para garantizar el cumplimiento legal y la seguridad de los pacientes.

Consejos y recomendaciones:

12. Al desarrollar un plan de negocios para una clínica odontológica enfocada en ortodoncia, recomendaría realizar un análisis detallado de mercado y evaluar la demanda de servicios de ortodoncia en el barrio Ituzaingó.
13. Es fundamental establecer una relación de confianza con los pacientes y brindar un servicio personalizado y de calidad para fomentar la fidelización y el boca a boca positivo. También recomendaría mantenerse actualizado con las últimas técnicas y avances en ortodoncia y considerar la posibilidad de ofrecer opciones de financiamiento o seguros dentales para facilitar el acceso a los tratamientos. Considerando la demanda constante de servicios odontológicos y la necesidad de servicios de ortodoncia más accesibles en el barrio Ituzaingó, la apertura de una clínica odontológica enfocada en ortodoncia podría ser una oportunidad prometedora para satisfacer las necesidades de la comunidad y lograr el éxito empresarial.

Odontólogo III

Experiencia y antecedentes:

1. Cuento con 12 años de experiencia como odontólogo/a, especializándome en periodoncia y cirugía oral.
2. Durante mi trayectoria profesional, he realizado numerosos procedimientos de cirugía oral y he tratado con éxito casos complejos de enfermedades periodontales.

Demanda y competencia:

3. La demanda de servicios odontológicos en el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba ha ido en aumento en los últimos años. Específicamente, he notado un incremento en la demanda de tratamientos de implantes dentales y cirugía de encías.
4. Actualmente, existen aproximadamente 6 clínicas odontológicas en el área. Algunas de ellas se especializan en odontología estética, mientras que otras se enfocan en odontopediatría. Sin embargo, ninguna de ellas ofrece servicios de periodoncia y cirugía oral de manera integral y especializada.

Aspectos económicos y financieros:

5. Al abrir y operar una clínica odontológica especializada en periodoncia y cirugía oral en Córdoba, los costos y gastos más relevantes incluirían la adquisición de equipos especializados, como microscopios quirúrgicos y sistemas de implantes, así como los gastos de personal altamente capacitado.
6. En cuanto a la viabilidad económica y financiera, es crucial considerar el potencial de ingresos generados por procedimientos especializados, como la cirugía de injerto óseo o la colocación de implantes, y evaluar los costos operativos y los flujos de efectivo esperados.

Recursos necesarios y equipo médico:

7. Para establecer y operar una clínica odontológica especializada en periodoncia y cirugía oral, se necesitará un espacio adecuado con consultorios equipados con tecnología avanzada, como tomografía computarizada dental y equipos de esterilización de última generación.

8. Además, se requerirá personal altamente capacitado en periodoncia y cirugía oral, así como asistentes especializados en estos campos.

Estrategia de marketing y adquisición de pacientes:

9. Una estrategia de marketing efectiva para una clínica odontológica especializada en periodoncia y cirugía oral es establecer una reputación sólida en el campo. Esto se puede lograr a través de la participación en conferencias y cursos de actualización, la publicación de artículos en revistas especializadas y el fomento de referencias de otros profesionales de la salud.
10. Es importante destacar los casos exitosos que has tratado en el pasado y compartir testimonios de pacientes satisfechos que han experimentado una mejora significativa en su salud bucal y calidad de vida después de recibir tratamiento especializado.

Aspectos legales y regulatorios:

11. Antes de iniciar la apertura y operación de una clínica odontológica enfocada en periodoncia y cirugía oral en Córdoba, es imprescindible cumplir con todas las normativas legales y requisitos regulatorios establecidos por las autoridades de salud. Esto implica obtener las licencias y permisos necesarios para operar legalmente y garantizar el cumplimiento de las regulaciones vigentes. Es fundamental cumplir con los requisitos establecidos por las autoridades sanitarias. Esto puede incluir la presentación de documentación y la realización de trámites administrativos para obtener la autorización correspondiente para operar como una clínica odontológica. Además, es importante asegurarse de cumplir con las regulaciones de bioseguridad y estándares de higiene establecidos para garantizar la seguridad tanto del personal como de los pacientes. Esto implica seguir protocolos adecuados de esterilización, desinfección y manejo de desechos, así como mantener un entorno limpio y seguro en todas las áreas de la clínica.
Asimismo, es esencial contratar al personal de manera legal y asegurarse de que todos los profesionales de la salud estén debidamente registrados y cumplan con los requisitos de licencia y formación profesional exigidos.

Consejos y recomendaciones:

12. Al desarrollar un plan de negocios para una clínica odontológica especializada en periodoncia y cirugía oral, te recomendaría identificar y segmentar adecuadamente tu mercado objetivo. Esto te permitirá enfocar tus esfuerzos de marketing y adaptar tus servicios para satisfacer las necesidades específicas de los pacientes. Además, considera establecer alianzas estratégicas con otros especialistas, como implantólogos o endodoncistas, para brindar un enfoque multidisciplinario y completo a los pacientes que requieren tratamientos complejos.

Odontólogo IV

Por supuesto, aquí tienes otra respuesta más extensa y detallada de otro odontólogo:

Experiencia y antecedentes:

1. Llevo ejerciendo como odontólogo/a durante los últimos 20 años, y me he especializado en odontología estética y rehabilitación oral.
2. A lo largo de mi carrera, he adquirido una amplia experiencia en la realización de procedimientos de carillas dentales, blanqueamiento dental, implantes y prótesis dentales. Además, he tenido el privilegio de ayudar a cientos de pacientes a recuperar su sonrisa y mejorar su autoestima.

Demanda y competencia:

3. En el barrio Ituzaingó de la ciudad de Córdoba, he percibido un aumento significativo en la demanda de servicios odontológicos en los últimos años. Los pacientes cada vez son más conscientes de la importancia de la estética dental y buscan soluciones para mejorar su sonrisa.
4. Actualmente, existen alrededor de 4 clínicas odontológicas en la zona, y cada una de ellas tiene sus fortalezas y debilidades. Algunas se especializan en ortodoncia, mientras que otras en odontopediatría. Sin embargo, no todas ofrecen servicios de rehabilitación oral integral que aborden tanto la estética como la función dental.

Aspectos económicos y financieros:

5. Al abrir y operar una clínica odontológica de enfoque estético y rehabilitación oral en el barrio Ituzaingó, es importante considerar los costos y gastos asociados. Estos pueden incluir el alquiler o compra de un espacio adecuado, la adquisición de equipos de alta tecnología, los honorarios del personal capacitado y los gastos de marketing.
6. En cuanto a la viabilidad económica y financiera, es esencial realizar un análisis detallado de los ingresos proyectados y los costos operativos, así como evaluar la capacidad de captar y retener pacientes en un mercado competitivo.

Recursos necesarios y equipo médico:

7. Para establecer y operar una clínica odontológica especializada en estética y rehabilitación oral, se necesitará un espacio físico que ofrezca un ambiente cómodo y acogedor para los pacientes. Esto puede incluir áreas de recepción, consultorios equipados con tecnología avanzada y una sala de espera atractiva.
8. En cuanto al equipo médico, es esencial contar con tecnología de vanguardia, como sistemas de radiografía digital, cámaras intraorales y equipos de blanqueamiento dental. Además, se requerirá un equipo de profesionales altamente capacitados en odontología estética y rehabilitación oral.

Estrategia de marketing y adquisición de pacientes:

9. En la industria odontológica, el marketing desempeña un papel fundamental para atraer y retener pacientes.
 1. Presencia en línea: En la era digital actual, tener una sólida presencia en línea es esencial. Crea un sitio web profesional y optimizado para los motores de búsqueda, donde puedas destacar los servicios que ofrecen, el equipo médico y la experiencia de la clínica. Asegúrate de incluir información de contacto y testimonios de clientes satisfechos. También considera tener presencia en redes sociales relevantes, como Facebook e Instagram, para compartir contenido útil y atractivo, y mantener una comunicación cercana con tus seguidores.
 2. Optimización de motores de búsqueda (SEO): Para asegurar que tu clínica aparezca en los resultados de búsqueda de Google y otros motores de búsqueda, es importante implementar estrategias de SEO. Investiga palabras clave relevantes para tu nicho y utilízalas en el contenido de tu sitio web y en tus publicaciones en redes sociales. También es recomendable obtener enlaces de calidad hacia tu sitio web desde otros sitios confiables para mejorar tu posicionamiento en los motores de búsqueda.
 3. Participación en eventos locales: Participar en eventos locales, como ferias de salud, exposiciones o conferencias, te brinda la oportunidad de promocionar tu clínica y establecer contacto directo con posibles pacientes. Considera ofrecer charlas educativas sobre temas de interés relacionados con la salud bucal y la ortodoncia.

Esto te ayudará a generar confianza y a establecer tu clínica como un referente en el área. 4. Colaboraciones con profesionales de la salud: Establecer relaciones colaborativas con otros profesionales de la salud en la comunidad puede ser beneficioso para ambas partes. Puedes acordar referencias mutuas, donde recomiendes a tus pacientes a otros especialistas médicos y ellos hagan lo mismo contigo. Esto ampliará tu red de contactos y te permitirá llegar a un público más amplio. 5. Programas de recomendaciones y referencias: Implementar un programa de recomendaciones o referencias es una excelente manera de aprovechar la satisfacción de tus pacientes actuales. Ofrece incentivos, como descuentos o regalos, a los pacientes que recomienden tu clínica a sus familiares y amigos. Esto puede generar un flujo constante de nuevos pacientes y fortalecer la reputación de tu clínica.

10. Es recomendable invertir en una presencia en línea sólida, con un sitio web informativo y atractivo que muestre casos de éxito, testimonios de pacientes satisfechos y la experiencia del equipo de profesionales. Además, se pueden implementar estrategias de marketing digital, como campañas en redes sociales y publicidad dirigida, para atraer a potenciales pacientes interesados en mejorar su sonrisa.

Aspectos legales y regulatorios:

11. Los requisitos legales y regulatorios para abrir y operar una clínica odontológica en Córdoba son los siguientes: El Decreto 2148/02 establece los requisitos mínimos específicos para el funcionamiento del Consultorio Odontológico en Córdoba. Este decreto regula aspectos relacionados con las instalaciones físicas, equipamiento necesario, condiciones de higiene y seguridad, y la capacitación del personal. Al cumplir con estos requisitos, se asegura que el consultorio cumpla con los estándares adecuados para brindar servicios odontológicos de calidad.

La Ley de Residuos Peligrosos N° 8.973/03 y su Decreto Reglamentario 2.149/2003 son normativas relacionadas con la gestión y tratamiento de residuos peligrosos generados en actividades de salud, incluyendo los consultorios odontológicos. Estas leyes establecen los procedimientos y requisitos para la correcta manipulación, almacenamiento, transporte y disposición final de los residuos peligrosos, garantizando la protección del medio ambiente y la salud pública. La Ley 6222, RM 15/09 y DR 33/08 son normativas adicionales relevantes para la apertura y operación de una clínica odontológica en Córdoba.

Consejos y recomendaciones:

12. Al desarrollar un plan de negocios para una clínica odontológica especializada en estética y rehabilitación oral, es fundamental realizar un estudio de mercado detallado para identificar las necesidades y preferencias de los potenciales pacientes en el barrio Ituzaingó. Además, se recomienda establecer alianzas estratégicas con otros profesionales de la salud, como dermatólogos o cirujanos plásticos, para ofrecer servicios complementarios y brindar a los pacientes una experiencia integral de cuidado estético.

Anexo D. Inversiones iniciales

Instrumental profesional:	Cantidad	\$ unitario	\$ total
Abreboca	1	3.233,76	3.233,76
Algodonero	1	2.704,08	2.704,08
Amalgamador	1	50.145,73	50.145,73
Anteojos protector de lámpara	1	4.969,00	4.969,00
Arco de YOUNG	1	1.193,91	1.193,91
Arenador BIO ART	1	24.511,47	24.511,47
Articulador BIO ART mod. 4000	1	55.308,41	55.308,41
Atacador conos de gutapercha	1	418,11	418,11
Atacador Hidróxido de Ca fraguable simple	1	529,14	529,14
Atacador guta de frente y de lado	1	654,20	654,20
Atacador para amalgama	1	638,51	638,51
Atacador para cemento	1	559,59	559,59
Atacador para composite	1	7.422,54	7.422,54
Bandeja de acero lisa o acanalada	1	1.055,71	1.055,71
Bruñidor simple	1	730,40	730,40
Cadena p/ babero metálica	1	492,25	492,25
Caja metálica para cirugía 25x12x6	1	5.588,07	5.588,07
Caja para endodoncia grande	1	7.892,73	7.892,73
Calibre de metales	1	3.762,09	3.762,09
Clamps HU FRIEDY	1	2.606,50	2.606,50
Contraángulo COXO 1:1	1	37.506,66	37.506,66
Cubeta p/ impresión acero inox.	1	752,10	752,10
Cucharas para pulpa doble	1	1.602,62	1.602,62
Cucharitas de dentina PANORAMA	1	5.857,80	5.857,80
Cureta de cirugía LUCAS BELKYS	1	10.724,57	10.724,57
Delantal plomado con cuello	1	42.223,73	42.223,73
Escoplo recto	1	1.702,84	1.702,84
Espaciador de conductos imp. DELTAJET	1	3.265,70	3.265,70
Espátula de FREERE	1	853,20	853,20
Espátula LE CRON con cucharita	1	416,18	416,18
Espátula para cemento simple	1	688,89	688,89
Espátula plástica para ionómero y composite	1	280,10	280,10
Espátula para silicona	1	308,42	308,42
Espejo para fotografía	1	3.786,43	3.786,43
Explorador nº 23	1	4.561,38	4.561,38
Explorador endodóntico AMERICAN EAGLE	1	4.506,54	4.506,54
Extractor de corona	1	13.345,98	13.345,98

Fresero metálico PERFEX x 50 fresas perfor.	1	1.631,87	1.631,87
Jeringa CARPULE BELKYS	1	6.897,49	6.897,49
Juego de elevadores HU-FRIEDY x 10	1	104.291,87	104.291,87
Lima para hueso nacional	1	7.612,90	7.612,90
Lupa vincha GALILEO	1	17.007,96	17.007,96
Mandril metálico p/ CA NAT	1	1.303,05	1.303,05
Martillo de cirugía	1	6.112,53	6.112,53
Periostótomo I.N.	1	10.570,04	10.570,04
Pieza de mano GACELA	1	29.563,59	29.563,59
Pinza gubia paquistaní PANORAMA / ECO	1	15.373,18	15.373,18
Pinza hemostática	1	961,73	961,73
Pinza KOCHER	1	1.292,96	1.292,96
Pinza para algodón TECNO / PANORAMA	1	3.529,81	3.529,81
Pinza PEAN	1	1.217,00	1.217,00
Pinza porta agujas BELKYS	1	4.980,01	4.980,01
Pinza porta clamps PANORAMA	1	3.357,69	3.357,69
Porta amalgama con punta de teflón	1	3.484,54	3.484,54
Porta matriz circular BELKYS	1	1.863,02	1.863,02
Regla de conductometría ANGELUS	1	2.418,21	2.418,21
Sonda periodontal milimetrada	1	5.653,99	5.653,99
Tijera para cirugía curva o recta	1	2.588,81	2.588,81
Torno de mano DRILLER EGEO	1	33.388,93	33.388,93
Total		-	571.900,53

Equipamiento profesional:	Cantidad	\$ unitario	\$ total
Sillón odontológico	1	1.980.000,00	1.980.000,00
Equipo radiografías	1	220.000,00	220.000,00
Gabinete de revelado	1	26.400,00	26.400,00
Estufa esterilización	1	132.000,00	132.000,00
Autoclave esterilización	1	550.000,00	550.000,00
Bomba de succión	1	550.000,00	550.000,00
Compresor	1	88.000,00	88.000,00
Termoformadora	1	165.000,00	165.000,00
Lampara led Woodpecker	1	38.500,00	38.500,00
Cavitador Woodpecker	1	148.500,00	148.500,00
Motor endodóntico Woodpecker	1	352.000,00	352.000,00
Turbina KMD con luz	1	55.000,00	55.000,00
Contra ángulo	1	16.500,00	16.500,00
Pieza de mano	1	22.000,00	22.000,00
Micromotor	1	33.000,00	33.000,00
Total			4.376.900,00

Refacciones y adaptación local comercial (materiales + mano de obra)	Cantidad	\$ unitario	\$ total
Pintura	1	440.000,00	440.000,00
Albañilería y mampostería	1	220.000,00	220.000,00
Electricidad	1	330.000,00	330.000,00
Plomería	1	220.000,00	220.000,00
Total			1.210.000,00

Otros equipos y mobiliario	Cantidad	\$ unitario	\$ total
aire acondicionado	2	128.626,08	257.252,16
heladera	1	122.951,40	122.951,40
Computadora de escritorio	1	171.501,44	171.501,44
Escritorio y mueble para computadora	1	47.289,00	47.289,00
Mueble con pileta MULTY-DENT 2 cuerpos melamina	1	128.116,15	128.116,15
Impresora láser monocromatica	1	148.500,00	148.500,00
Sillas	6	10.450,00	62.700,00
Total			938.310,15