

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS	Código	FO-SB-12/v0
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	Página	1/226

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE(S) : ANTHONY DELIUS APELLIDOS: PEDRAZA PÁEZ
 NOMBRE(S) : MAIGRET APELLIDOS: PEDRAZA PÁEZ

FACULTAD: CIENCIAS DE LA SALUD

PLAN DE ESTUDIOS: DE ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD

DIRECTOR:

NOMBRE(S): PEDRO OMAR APELLIDOS: PLATA ALBARRACÍN

TITULO DE TRABAJO (TESIS): ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA INCREMENTAR EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA BONILLA PEDRAZA BUCARAMANGA EN EL PERIODO DE MARZO A JULIO DE 2017

RESUMEN: Con el trabajo se logró aplicar la Matriz DOFA en la Clínica BONILLA PEDRAZA permitió reconocer que una de sus mayores Fortalezas es la Política de Calidad bien definida en cada uno de los procesos y procedimientos, así como la buena atención basada en principios de solidaridad, respeto y ética. El análisis de la Oferta determinó que la mayor parte de las personas que necesitan los servicios odontológicos tanto preventivos como curativos, son de la zona urbana y de sexo femenino. Es prioridad para la Clínica BONILLA PEDRAZA diseñar un Plan de Mercadeo y Publicidad que brinde herramientas publicitarias y de mercado para aumentar la cantidad de pacientes atendidos y por tanto obtener mayor productividad.

PALABRAS CLAVES: estrategia de mercadeo, fortaleza, debilidades, odontología, plan de mercadeo

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 226 PLANOS: ILUSTRACIONES: CD ROOM: 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA INCREMENTAR EL DESARROLLO COMERCIAL
DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA BONILLA PEDRAZA BUCARAMANGA EN EL
PERIODO DE MARZO A JULIO DE 2017

ANTHONY DELIUS PEDRAZA PÁEZ
MAIGRET PEDRAZA PÁEZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD
CREAD BUCARAMANGA
2017

ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA INCREMENTAR EL DESARROLLO COMERCIAL
DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA BONILLA PEDRAZA BUCARAMANGA EN EL
PERIODO DE MARZO A JULIO DE 2017

ANTHONY DELIUS PEDRAZA PÁEZ
MAIGRET PEDRAZA PÁEZ

Proyecto de grado como requisito para optar al título de Administrador de los Servicios de Salud

Director
PEDRO OMAR PLATA ALBARRACÍN
Magister Administración de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PLAN DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD
CREAD BUCARAMANGA
2017



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO

FECHA: AGOSTO 29 DE 2017
HORA: 4:00 P.M.
LUGAR: CREAD BUCARAMANGA
JURADOS: NUBIA ESPERNAZA PERICO TOSCANO
ARNULFO CORZO FARFAN
CLAUDIA PATRICIA MORENO PICO

TITULO DE LA TESIS: “ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA INCREMENTAR EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA CLINICA ODONTOLOGICA BONILLA PEDRAZA BUCARAMANGA EN EL PERIODO DE MARZO A JULIO DE 2017”

DIRECTOR: PEDRO OMAR PLATA ALBARRACIN C.C. 5.773.612 de Suratá

NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES:	CODIGO	NOTA	CALIFICACIÓN
<u>ANTHONY DELIUS PEDRAZA PAEZ</u>	790842	4.4	APROBADO
<u>MAIGRET PEDRAZA PAEZ</u>	790840	4.4	APROBADO

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD.

OBSERVACIONES:

FIRMA DE JURADOS:

Vo. Bo.

Coordinadora Cread Bucaramanga

Este trabajo está dedicado a mi hijo Alejandro Pedraza quien motiva mis metas y a mi Madre ,disposición y colaboración constante.

Nthony Deluis

Dedico este proyecto a mis hermosas hijas Giselle y Laura, su amor inspira y motiva mis acciones; a mi querido esposo Antonio amor y colaboración permanente ; a mis amados Padres, ángeles protectores en cada etapa de mi vida.

Maigret

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme llevar acabo este proyecto , a las Directivas y Docentes de la Seccional Bucaramanga por sus enseñanzas y guía en el proceso ; a mi familia por su respaldo ; a mi compañera y hermana Maigret por su apoyo incondicional y acompañamiento durante toda la carrera.

Nthony Deluis

Doy gracias a Dios , luz y fortaleza ; a Directivas de la Seccional Bucaramanga ,apoyo constante; a los apreciados Docentes, grandes orientadores; a mi querida familia, amor pleno; a mi hermano Anthony ,compañero, amigo ,gran experiencia obtener este logro juntos; a mi esposo Antonio, respaldo y ayuda incondicional.

Maigret

Contenido

	pág.
Introducción	18
1. Problema	21
1.1 Título	21
1.2 Planteamiento del problema	21
1.3 Formulación del problema	27
1.4 Justificación	27
1.5 Objetivos	30
1.5.1 Objetivo general	30
1.5.2 Objetivos específicos	30
1.6 Delimitaciones	31
1.6.1 Delimitación temporal	31
2. Marco referencial	32
2.1 Antecedentes	32
2.1.1 A Nivel Internacional	32
2.1.2 A Nivel Nacional	35
2.1.3 A Nivel Regional	36
2.2 Marco Teórico	37
2.3 Marco Contextual	68
2.4 Marco Conceptual	73
2.5 Marco Legal	75

3. Metodología	79
3.1 Tipo de investigación	79
3.1.1 Investigación exploratoria	79
3.2 Diseño de la investigación	80
3.3 Población y muestra	81
3.3.1 Población	81
3.3.2 Tamaño de la muestra	81
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	83
3.4.1 Técnicas	83
3.4.2 Instrumentos	84
3.5 Fuentes para la obtención de información	85
3.6 Procesamiento de la información	86
3.7 Interpretación de resultados	86
4. Resultados	87
4.1 Datos obtenidos en encuestas dirigidas a la competencia	87
4.2 Datos obtenidos en encuestas dirigidas a pacientes.	105
4.3 Datos obtenidos en encuestas dirigidas a clientes potenciales.	125
4.4 Entrevista dirigida a los propietarios	142
4.5 Resumen de resultados	143
4.5.1 Competencia	143
4.5.2 Pacientes	146
4.5.3 Clientes potenciales	149
4.5.4 Entrevista a los propietarios	151
5. Generalidades del “Plan de mercadeo y publicidad propuesto para la Clínica odontológica Bonilla Pedraza Bucaramanga”	154

5.1 Análisis situacional de la empresa	155
5.1.1 Análisis interno	155
5.1.2 Análisis externo.	157
5.2 . Objetivos de la propuesta	159
5.3 Análisis de la demanda y oferta.	160
5.3.1 Análisis de la demanda	160
5.3.2 Cálculo de mínimos cuadrados para proyecciones de la demanda de pacientes.	160
5.3.3 Análisis de la oferta	162
5.3.4 Segmentación	163
5.3.5 Posicionamiento	163
5.4 Diseño de estrategias de mercadeo y publicidad	164
5.4.1 Acciones para la diferenciación de los servicios que brinda la clínica odontológica Bonilla Pedraza Bucaramanga	164
5.5 Estrategias post venta de servicios odontológicos	170
5.6 Estrategia de recordatorio de citas.	171
5.7 Estrategia: el cumpleaños del día.	172
5.8 Estrategia recordación de marca	173
5.8.1 Política de precios basada en estimación de costos	177
5.9 Estimación de costos por procedimientos.	180
5.9.1 Terapia periodontal básica	180
5.9.2 Extracciones dentales	181
5.9.3 Resinas de fotocurado	182
5.9.4 Coronas metal-cerámica	183
5.10 Área de juegos infantiles en la sala de espera	184
5.11 Plan de promoción y publicidad.	185
5.11.1 Paquetes promocionales	185

5.11.2 Tarjeta de cliente frecuente	189
5.11.3 Artículos promocionales.	191
5.11.4 Convenios empresariales	191
5.11.5 Consultorio móvil de servicios odontológicos.	193
5.12 Plan de acción	195
5.12.1 Presupuesto mensual plan de mercadeo y publicidad	196
5.12.2 Medición y control.	196
5.12.3 Indicadores que miden la efectividad del mercadeo	198
5.12.4 Cronograma de actividades de mercadeo y publicidad	203
6. Conclusiones	204
7. Recomendaciones	206
Referencias Bibliográficas	208
Anexos	215