



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

**“DISEÑO, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PORTAL
WEB DE OFERTA DE SERVICIOS INTEGRALES UTILIZANDO
CMS JOOMLA Y VIRTUEMART PARA UN CENTRO DE SALUD
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Presentado por:

CLEOFÉ ANTONIO ASECIO VERA

DELIA CECIBEL QUINDE MOLINA

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO 2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente al Todopoderoso Dios, quien nos brinda de inteligencia y sabiduría para realizar de manera profesional este trabajo.

A mi madre y hermano, por el apoyo brindado en el transcurso de toda mi vida estudiantil, quienes han sido también el motor de esfuerzo para alcanzar la meta propuesta.

A nuestros amigos y compañeros, por la ayuda y apoyo cuando los necesitamos.

Cleofe Antonio Asencio Vera

A Dios.

Con todas sus bendiciones por haberme permitido llegar nuevamente hasta este punto para lograr este importante objetivo de culminar mi carrera.

A mis padres.

Por el apoyo constante, incondicional en todo momento, por sus consejos, sus valores, que me ha permitido ser una persona de bien.

Por los ejemplos de perseverancia siempre mostrando el camino correcto para salir adelante a pesar de las adversidades.

A mis hijos.

Hernán y Doménica mi motor motivacional para emprender nuevos objetivos.

A mis profesores y compañeros.

Por impulsar el aprendizaje y desarrollo de nuestra formación profesional.

Delia Cecibel Quinde Molina

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios Padre Todopoderoso, en gratificación a los talentos y sabiduría que nos ha dado.

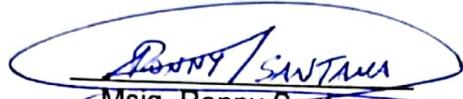
A nuestro padres, profesores, amigos y compañeros que siempre nos brindaron su apoyo en todo momento.

Cleofe Antonio Asencio Vera

Dedico el presente trabajo a Dios, y a todas las personas que han estado conmigo durante todo este proceso de aprendizaje.

Delia Cecibel Quinde Molina

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN


Msig. Ronny Santana

PROFESOR DE LA MATERIA DE GRADUACIÓN


Msig. Rayner Durango

PROFESOR DELEGADO DE LA UNIDAD ACADÉMICA

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido, hechos, ideas y doctrinas expuestas en este Informe me corresponde exclusivamente; y, el patrimonio intelectual de la misma, a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL"

(Reglamento de Graduación de la ESPOL).



.....
Cleofe Antonio Asencio Vera



.....
Delia Cecibel Quinde Molina

RESUMEN

Los portales web son muy utilizados en la actualidad, algunas diseñadas, desarrolladas e implementadas para un objetivo; dar a conocer los bienes, productos y servicios que una empresa o institución ofrece.

Por medio de la herramienta tecnología: JOOMLA, un sistema de gestor de contenidos (CMS), se implementará un portal web para ofertar los servicios médicos de la CLÍNICA SANTA GEMA, durante toda su permanencia en el mercado no ha contado con una, creen conveniente y necesario obtener este importante medio de comunicación virtual.

Con el portal web la clínica mostrará sus servicios esperando como resultado ser reconocida en toda la ciudad de Guayaquil, su objetivo es mejorar la atención al clientes, ser rentable y competitiva.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	V
DECLARACIÓN EXPRESA	VI
RESUMEN.....	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ABREVIATURAS Y SIMBOLOGÍA	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	XVII
1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Logo de la Clínica	4
1.3. Servicios.....	4
1.4. Descripción del problema	5
1.4.1. Objetivo General.....	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
1.4.3. Alcance del portal web.....	7
1.5. Justificación del desarrollo de la aplicación	7
1.6. Aspectos de la Tecnología CMS.....	8
1.6.1. Qué es CMS.....	8
1.6.2. Tipos de CMS.....	8
1.6.3. CMS relacionados con el proyecto	10

2.	ANÁLISIS Y LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.....	12
2.1.	Análisis y proceso de la información.....	12
2.2.	Análisis FODA	12
2.3.	Cadena de valor	15
2.4.	Cadena de valor de la Clínica Santa Gema	16
2.5.	Encuesta	17
2.6.	Análisis de la encuesta.....	23
2.7.	Estudio de mercado.....	24
3.	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL PORTAL WEB.....	25
3.1.	Justificación técnica.....	25
3.2.	Requisitos técnicos Joomla	25
3.3.	Diferencias entre componente, módulo y plugin en Joomla	26
3.3.1.	Componentes	27
3.3.2.	Módulos.....	28
3.3.3.	Plugins	29
3.4.	E-commerce	29
3.5.	Posicionamiento Web, SEO, SEM.....	30
3.6.	Componentes instalados	32
3.6.1.	VirtueMart 3.0.4 para Joomla 3.....	32
3.6.2.	PBBooking 2.4.0.10 Joomla 3.....	34
3.6.3.	Phoca Maps	37
3.6.4.	Flippingbook	39
3.6.5.	JEvents	41
3.6.6.	Kid Chat	44

3.6.7.	Advanced Google Analytics	46
3.7.	Caso de Uso General	50
3.7.1.	Caso de Uso – Clínica Santa Gema	51
3.7.2.	Caso de uso – Publicación de Servicios	51
3.7.3.	Caso de uso – Ingreso al Portal.....	52
3.7.4.	Caso de uso – Obtener un Servicio	53
3.7.5.	Caso de uso – Reservar Cita.....	53
3.7.6.	Caso de uso – Publicar Horarios de Citas Médicas	54
3.8.	Implementación	55
3.9.	Navegando por el Portal Web.....	56
3.9.1.	Inicio.....	56
3.9.2.	Servicios.....	58
3.9.3.	Reserva de Citas	59
3.9.4.	Ubícanos	62
3.9.5.	Galería	62
3.10.	Administrando Portal Web – Clínica Santa Gema.....	63
3.10.1.	Reservar de Citas en PBBOOKING MANAGER	63
3.10.2.	Modificación de Citas	71
3.10.3.	Crear o actualizar Catálogo de Servicios en VirtueMart	72
3.10.4.	Actualizar Imágenes en FlippingBook	75
3.10.5.	Servicio en Línea mediante KideChat	78
4.	CAPACITACIÓN Y PRUEBAS.....	79
4.1.	Capacitación al personal	79
4.2.	Objetivos de la capacitación	80

4.3. Lugar de la capacitación.....	80
4.4. Cronograma del proyecto y capacitación	80
4.5. Plan de Pruebas	81
4.5.1. Pruebas de Interfaces y Contenidos	81
4.5.2. Pruebas de Funcionalidad y Operaciones	82
4.5.3. Pruebas de Carga	82
4.5.4. Pruebas de Respaldo y Recuperación.....	82
4.5.5. Registro y Control de Pruebas.....	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS	87

ABREVIATURAS Y SIMBOLOGÍA

ABREVIATURAS

- API:** Application Programming Interface (Interfaz de Programación de aplicaciones)
- ASP.NET:** Active Server Pages (Servidor de Páginas Activas)
- CMS:** Content Management System (Sistema de Gestión de Contenidos)
- GPL:** General Public License (Licencia Pública General)
- PHP:** Hypertext Preprocessor (Preprocesador de Hipertextos)
- WYSIWYG:** What You See Is What You Get (lo que ves es lo que se obtiene)

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Logo de la Clínica	4
Figura 2.1: Cadena de Valor	17
Figura 2.2: Cuadro Estadístico 1.....	18
Figura 2.3: Cuadro Estadístico 2.....	19
Figura 2.4: Cuadro Estadístico 3.....	19
Figura 2.5: Cuadro Estadístico 4.....	20
Figura 2.6: Cuadro Estadístico 5.....	20
Figura 2.7: Cuadro Estadístico 6.....	21
Figura 2.8: Cuadro Estadístico 7.....	21
Figura 2.9: Cuadro Estadístico 8.....	22
Figura 2.10: Cuadro Estadístico 9.....	22
Figura 3.1: Sitio Oficial PBBooking	34
Figura 3.2: Sitio Web de PhocaMaps.....	37
Figura 3.3: Sitio Oficial Flippingbook.....	39
Figura 3.4: Sitio Oficial JEvents	41
Figura 3.5: Características de Google Analytics	46
Figura 3.6: Herramientas de Google Analytics.....	47
Figura 3.7: Análítica de Contenidos	47
Figura 3.8: Análítica de Redes Sociales	48
Figura 3.9: Análítica de Conversiones	49
Figura 3.10: Análítica de Publicidad.....	50
Figura 3.11: Portal Web Clínica Santa Gema	56
Figura 3.12: Misión, Visión y Valores	57

Figura 3.13: Historia	57
Figura 3.14: Servicio de Laboratorio	58
Figura 3.15: Servicio de Imagenología.....	58
Figura 3.16: Sistemas de Citas Online.....	59
Figura 3.17: Calendario de citas	59
Figura 3.18: Ingreso de Información	60
Figura 3.19: Confirmación de Cita	60
Figura 3.20: Correo de Confirmación	61
Figura 3.21: Cita Confirmada.....	61
Figura 3.22: Mapa de Ubicación	62
Figura 3.23: Galería de Fotos	62
Figura 3.24: Administrador para Agendar Citas	64
Figura 3.25: Administrar días y horarios de atención	65
Figura 3.26: Administrar días laborables.....	65
Figura 3.27: Administración de Especialistas.....	66
Figura 3.28: Mantenimiento de Especialistas.....	66
Figura 3.29: Horarios de Atención de Especialista.....	67
Figura 3.30: Configuración de Servicios	68
Figura 3.31: Configuración de Correos	68
Figura 3.32: Configuración de Ingreso de datos	70
Figura 3.33: Listado de Citas	70
Figura 3.34: Listado de Citas confirmadas	71
Figura 3.35: Modificación de Citas.....	72
Figura 3.36: Categoría de Productos	73

Figura 3.37: Mantenimiento de Productos	74
Figura 3.38: Modificación de Productos	74
Figura 3.39: Administrador de Imágenes	75
Figura 3.40: Cargar Imágenes	75
Figura 3.41: Seleccionar archivos a publicar.....	76
Figura 3.42: Configuración de Imágenes publicadas	77
Figura 3.43: Despublicar imágenes	77
Figura 3.44: Servicio en línea	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Laboratorio Clínico y Patológico.....	4
Tabla 2: Imagenología: Rayos X y Ecografía	4
Tabla 3: Consulta de Especialidades Clínicas y Quirúrgicas.....	5
Tabla 4: Matriz FODA.....	13
Tabla 5: Resumen de Encuesta.....	23
Tabla 6: Requisitos Técnicos de Joomla.....	25
Tabla 7: Caso de Uso Publicación de Servicios.....	51
Tabla 8: Caso de Uso Ingreso al Portal	52
Tabla 9: Caso de Uso Obtener un Servicio.....	53
Tabla 10: Caso de Uso Reserva de Cita.....	53
Tabla 11: Caso de Uso Publicar Horarios de Citas Médicas	54

INTRODUCCIÓN

El tema del proyecto es: “Diseño, desarrollo e implementación de un portal web de oferta de servicios integrales utilizando CMS JOOMLA y VIRTUEMART, para un centro de salud en la ciudad de Guayaquil”. Este documento es un informe de la materia de graduación “SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS CON CMS JOOMLA Y GOOGLE ANALYTICS” consta de cuatro capítulos e incluye el diseño funcional de un portal web.

En el capítulo uno damos a conocer una breve historia de la clínica seleccionada SANTA GEMA describimos la problemática actual esto nos ayudó a establecer los objetivos específicos y el alcance de nuestra propuesta vs las necesidades actuales de la clínica.

Capitulo dos realizamos el análisis FODA e identificamos la cadena de valor, con esta información se preparó y analizó una encuesta para saber el grado de conocimiento informativo y de satisfacción de los clientes de la clínica.

Capitulo tres entramos en la fase de implementación y desarrollo de la página web, establecemos todos los complementos a usarse en el portal, mostramos la navegación dentro del portal y definimos un plan de pruebas.

Capítulo cuatro se crea un plan y cronograma de capacitación para instruir en el correcto manejo y mantenimiento del portal a los usuarios operarios y administradores.

Al finalizar nuestra tesis establecemos conclusiones e importantes recomendaciones con la finalidad de mantener el correcto funcionamiento del portal de la clínica Santa Gema.

CAPÍTULO 1

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

1.1. Antecedentes

Clínica Santa Gema abrió sus puertas para ofrecer sus servicios en diciembre de 1988. Se contaba con un solo piso de 200 mts², en cinco años más Santa Gema tuvo la oportunidad de expandirse, contaba con dos pisos de 400 mts², ampliando servicios de hospitalización consultorios, quirófanos y servicios médicos convirtiéndose en un referente en la ciudad y desde entonces cuentan con un cuerpo médico de reconocidos especialistas.

Los años de experiencia en el mercado han sido importantes para ir modificando sus procesos operativos, administrativos y financieros para llevarlos a la excelencia.

En cuanto a la infraestructura, estos años nos han servido para equipar nuestras instalaciones con tecnología avanzada, además en el 2013 se

Realizó la remodelación de toda la planta baja y en el 2015 se iniciará la segunda etapa que comprende las adecuaciones de la planta alta.

En el **ANEXO 1** se muestra los CERTIFICACIONES, REGLAMENTOS Y CONTROL de la Clínica Santa Gema.

Misión

Sanar la dolencia del cliente, utilizando los mejores recursos en administración y salud, con la atención de profesionales éticos, capacitados y humanitarios para asistir ante cualquier eventualidad del cliente.

Visión

Ser parte de la red de prestadores de salud pública a nivel nacional a fin de cooperar con la deficiencia en atención en la red de salud.

Valores

- ✓ **Confianza:** la confianza en nuestros conocimientos, valores y principios es la base de un trabajo óptimo que desemboca siempre en mejores relaciones con los demás.
- ✓ **Lealtad:** el profundo compromiso que se establece con los amigos que acompañamos en las buenas y en las malas; con el trabajo que nos provee sustento, pero también grandes satisfacciones y con la sociedad misma, puesto que somos parte de ella.

- ✓ **Integridad:** actuar con rectitud en todo aspecto de nuestras vidas y nuestro trabajo porque nuestro nombre es más valioso que nuestros bienes.
- ✓ **Compromiso con los Clientes:** es actuar conforme a nuestra promesa de brindar siempre una experiencia gratificante en cada uno de nuestros servicios hospitalarios realizando todo con excelencia procurando el bienestar y comodidad de nuestros clientes.
- ✓ **Ética:** pensar y actuar de acuerdo con las normas morales establecidas en beneficio propio y de los demás.
- ✓ **Disciplina de equipos de alto desempeño:** ese tipo de compromiso requiere de un propósito en común el cual los miembros del equipo puedan crecer. Es mantener consistentemente nuestro desempeño para asegurar los resultados de nuestro objetivo dejándoles una excelente experiencia a nuestros clientes.

En el **ANEXO 2** se muestra el detalle del Organigrama Funcional de la Clínica Santa Gema.

1.2. Logo de la Clínica



Figura 1.1: Logo de la Clínica

1.3. Servicios

Tabla 1: Laboratorio Clínico y Patológico

No.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
1	INMUNO-HEMATOLOGÍA
2	PRUEBAS BIOQUÍMICAS
3	ELECTROLITOS
4	PRUEBAS PARA ENFERMEDADES INFECCIOSAS
5	HORMONAS
6	MARCADORES TUMORALES
7	MARCADOR CARDIACO
8	MARCADOR DE ALERGIA
9	BACTERIOLOGÍA
10	ORINA
11	COPROLÓGICO
12	CITOLOGÍA
13	SERVICIO A DOMICILIO
14	SERVICIO EMPRESARIAL

Tabla 2: Imagenología: Rayos X y Ecografía

No.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
1	EXÁMENES CONTRASTADOS
2	SIALOGRAFÍA
3	EXÁMENES RADIOGRÁFICOS SIMPLES
4	ECOGRAFÍAS

Tabla 3: Consulta de Especialidades Clínicas y Quirúrgicas

No.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
1	OFTALMOLOGÍA
2	UROLOGÍA
3	CARDIOLOGÍA
4	OTORRINOLARINGOLOGÍA
5	GASTROENTEROLOGÍA
6	GINECOLOGÍA
7	NEUMOLOGÍA
8	PEDIATRÍA
9	DERMATOLOGÍA
10	TRAUMATOLOGÍA
11	OBSTETRICIA
12	NEFROLOGÍA
13	NEUROLOGÍA
14	PSIQUIATRÍA
15	MEDICINA GENERAL
16	MEDICINA INTERNA
17	MEDICINA OCUPACIONAL
18	ODONTOLOGÍA
19	QUIRÚRGICO

En el **ANEXO 3** se muestra el detalle de los servicios que ofrece la Clínica Santa Gema.

1.4. Descripción del problema

La Clínica Santa Gema tiene como proceso reservar las citas en el departamento de admisión, en el mismo los clientes preguntan: ¿qué especialidad tienen?, ¿cuándo pueden ser atendidos?, ¿a qué hora se puede tener una cita?, ¿quién es el especialista?, ¿qué horarios tiene el doctor o doctora?, entre otras preguntas.

Además no cuenta con algún medio de publicidad, ni redes sociales por el cual proponga sus servicios, los clientes conocen la clínica mediante recomendación de otras personas, la misma que han utilizado algún servicio, o revisando las páginas web de directorios de centro de salud.

1.4.1. Objetivo General

Diseñar, desarrollar e implementar un Portal Web para un Centro de Salud como una estrategia para mejorar la atención de sus clientes de una forma rápida y oportuna, generando mayor rentabilidad, contribuyendo a que el Centro de Salud tenga un mejor control y competitividad en el mercado utilizando las tecnologías de la información y comunicación.

1.4.2. Objetivos específicos

- ✓ Dar a conocer las características del personal, y los servicios integrales que proporciona el Centro de Salud.
 - Horarios de atención.
 - Mostrar servicios que ofrece.
- ✓ Garantizar al paciente la libre elección del profesional de la salud.
 - Visualización de todas las áreas de atención.
- ✓ Facilitar al ciudadano hacer sugerencias de sus necesidades.
 - Buzón de Sugerencias.
- ✓ Implementar el portal web utilizando el administrador de contenidos y Virtuemart.

- En administrador de contenidos: mostrar información de la clínica.
- Herramienta Virtuemart: para observar el catálogo de servicios con que cuenta la clínica.
- ✓ Registrar un calendario de citas para el paciente y mantener la información actualizada.
- Mostrar información de pacientes a ser atendidos en el día.

1.4.3. Alcance del portal web

El portal web para la Clínica Santa Gema requiere ser de tipo informativo donde se exponga lo siguiente:

- ✓ Detalle de sus servicios.
- ✓ Paquetes de servicios por temporada.
- ✓ Fotos de sus instalaciones

El portal web además de ser informativo contará con el servicio de:

- ✓ Reserva de citas médicas electrónicamente.

1.5. Justificación del desarrollo de la aplicación

Por medio del portal web la clínica Santa Gema se dará a conocer en la ciudad de Guayaquil, brindando los servicios que posee, los clientes pueden elegir la especialidad de acuerdo a sus necesidades, además la clínica podrá publicar los paquetes promocionales de temporada.

Los clientes dentro del portal web de la clínica observaran los horarios disponibles de las especialidades, pueden consultar el detalle de los servicios solicitado cuenta con uno o varios médicos hasta realizar la cita médica con el especialista requerido.

Como resultado se tendrá una reducción significativa de tiempo en asignar citas presenciales y por consiguiente una mejor atención al cliente en el departamento de admisiones.

1.6. Aspectos de la Tecnología CMS

1.6.1. Qué es CMS

CMS significa Content Management System, en español Sistema de Gestión de Contenidos, “es un programa informático que permite crear una estructura de soporte (framework) para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás clientes.

Consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio web. El sistema permite manejar de manera independiente el contenido y el diseño. [1]

1.6.2. Tipos de CMS

Los gestores de contenido se pueden clasificar según diferentes criterios:

Por sus características:

- ✓ Según el lenguaje de programación empleado, por ejemplo: Active Server Pages, Java, PHP, ASP.NET, Ruby OnRails, Python, PERL.
- ✓ Según la licencia: Código abierto (libre) o Software propietario (privado).

Por su uso y funcionalidad:

- ✓ Blogs: para páginas de información personal.
- ✓ Foros: para invitar sugerencias y opiniones.
- ✓ Wikis: para impulsar el desarrollo colaborativo.
- ✓ Enseñanza electrónica: plataforma para contenidos relacionados a la enseñanza en línea.
- ✓ Comercio electrónico: plataforma de gestión de clientes, presentación de catálogo, realizar compras y también pagos.
- ✓ Publicaciones digitales.
- ✓ Difusión de contenido multimedia.
- ✓ Propósito general.

1.6.3. CMS relacionados con el proyecto

JOOMLA

Este programa sigue la tendencia moderna de software abierto, lo que le permite una difusión mucho más extensa, gozando, además, de la sinergia entre grupos colaboradores desde todos los puntos del planeta. El uso del programa permite el desarrollo en entorno WYSIWYG sin conocimientos de programación. Joomla permite la creación de revistas electrónicas y la adición sencilla de foros, encuestas, blogs, incorporación de multimedia y módulos de comercio electrónico con un esfuerzo mínimo, impensable hace unos pocos años. [2]

DRUPAL

Drupal es un sistema de gestión de contenidos y código de fuente abierto distribuido bajo licencia GNU (General PublicLicense).

Una de las poderosas y versátiles plataformas existentes en la web publicando, gestionando y organizando fluidamente el contenido en una diversidad de sitios web, que van desde los blogs personales hasta enormes sitios web o portales de grandes empresas y gobiernos. [3]

WORDPRESS

WordPress.com es la forma más sencilla de crear un sitio web o un blog gratuitos.

Es una potente plataforma de alojamiento que crece contigo. [4]

BLOGGER

Blogger es la plataforma de administración del o de los blogs, es decir que es a través del blogger podremos construir y alimentar no solo a un blog si no varios de ellos. Una de las ventajas del servicio Blogger es que al ser una herramienta propiedad de Google, el contenido que subes es indexado automáticamente y puede ser encontrado a través del buscador más popular de internet. [5]

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS Y LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

2.1. Análisis y proceso de la información

Se basa en la presentación de la información y de mejorar a través del portal web principalmente la agenda de las citas médicas las cuales actualmente se llevan de forma manual. Se considera con la clínica los requerimientos de su interés en el desarrollo del portal.

2.2. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio en este caso la clínica SANTA GEMA permite de esta manera obtener un diagnóstico preciso y en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos específicos planteados en la tesis.

- ✓ **Fortalezas:** son las capacidades especiales con que cuenta la clínica, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la

competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que poseen, actividades que se desarrollan positivamente, entre otros.

- ✓ **Oportunidades:**son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la clínica, y que permiten obtener ventajas competitivas.
- ✓ **Debilidades:**son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, entre otros.
- ✓ **Amenazas:**son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a afectar incluso contra la permanencia de la clínica. [6]

A continuación realizaremos la matriz FODA para la clínica SANTA GEMA enfocado en la propuesta del diseño de un portal web.

Tabla 4: Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicada en lugar de fácil acceso diagonal al Hospital Enrique Sotomayor. • Más de 20 años de experiencia certifican su servicio. • Cuenta con todas las especialidades, imágenes y laboratorios. • Buena trayectoria médica de los 	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los especialistas médicos no son residentes. • No cuenta con portal web. • No existen medios informativos internos para clientes. • Su proyección de crecimiento es a largo plazo.

<p>especialistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio de atención empresarial • El personal administrativo y operativo es capacitado constantemente • Atención 24/7 (24 horas en los 7 días de la semana) • Unidad de cuidados intensivos • Convenio con el IESS para atención de afiliados en consultas médicas 	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes llegan mediante referidos. • Servicio de emergencia • En casos especiales tienen servicios a domicilio 	<p>Circunstanciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alrededor de la clínica existen otros centros de atención. • Existen pocos seguros de salud privados afiliados a la clínica. <p>Permanentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • La política de salud gratuita del país hace que los precios sean más competitivos en el mercado.

La importancia del análisis FODA para la toma de decisiones una vez completada la matriz con cada una de las premisas, el paso siguiente es el análisis de las mismas y la preparación de las estrategias de acción correspondiente a la realidad evidenciada.

La clínica Santa Gema debe enfocarse en sus debilidades y crear soluciones estratégicas apoyándose en sus fortalezas.

Debilidad1: “Todos los especialistas médicos no son residentes”

Estrategia1: Si la clínica es más conocida por el portal web su staff de especialistas pueden llegar a ser médicos residentes.

Debilidad2: “No cuenta con portal web”

Estrategia2: Proponer el diseño funcional de un portal web.

Debilidad3: “No existen medios informativos internos para clientes”

Estrategia3: Proponer información de horarios, listado de doctores y paquetes promocionales del momento que ofrece la clínica.

Debilidad4: “Su proyección de crecimiento es a largo plazo”

Estrategia4: Con la revisión estadística de ingresos al portal web y el registro de las citas los administradores analizarán si el crecimiento será a largo plazo.

2.3. Cadena de valor

La cadena de valor es la herramienta principal de análisis estratégico de costes de un negocio. Identifica las actividades, funciones y procesos de negocio que se ejecutan durante el diseño, la producción, la comercialización, la entrega y el soporte de un producto o servicio.

La cadena de actividades de creación de valor se deben desarrollar para proporcionar un producto o servicio comienza con el aprovisionamiento de las materias primas necesarias, continúa con la producción de los componentes, la fabricación y el ensamblaje, la distribución a mayoristas y minoristas, hasta llegar al consumidor final.

La cadena de valor de una empresa refleja la evolución de su negocio, de sus operaciones internas, de su estrategia y de la aproximación que se está siguiendo para implementar su estrategia.

Por otra parte, la cadena de valor de una empresa se encuentra inmersa en conjunto de actividades que incluye a su vez tanto las cadenas de valor de sus proveedores como la de sus clientes.

El estudio de la cadena de valor de los proveedores es de vital importancia, ya que tanto el coste como calidad de sus productos influyen de forma directa en los costes de los productos de la propia empresa y las capacidades de diferenciación. Una de las razones más importantes que sustentan la necesidad de colaborar de forma conjunta con los proveedores que en una reducción de sus costes o incremento de su eficiencia redundará en la propia competitividad de la empresa.

La cadena de valor de las empresas clientes de igual manera es relevante, ya que, por una parte, sus costes y márgenes forman parte del precio que el consumidor final debe pagar, y, por otra parte, sus actividades influyen directamente en la satisfacción del cliente. Por tanto, la evaluación de la competitividad de una empresa requiere el estudio de la Cadena de Valor total implicada en la creación del producto o servicio, con el fin que todos los participantes consigan un beneficio mutuo. [7]

2.4. Cadena de valor de la Clínica Santa Gema

Con este concepto la clínica durante nuestra investigación pudimos establecer que genera sus ingresos mediante una gama de servicios de

las cuales están identificadas como actividades primarias y secundarias tal como se muestra en el siguiente cuadro.

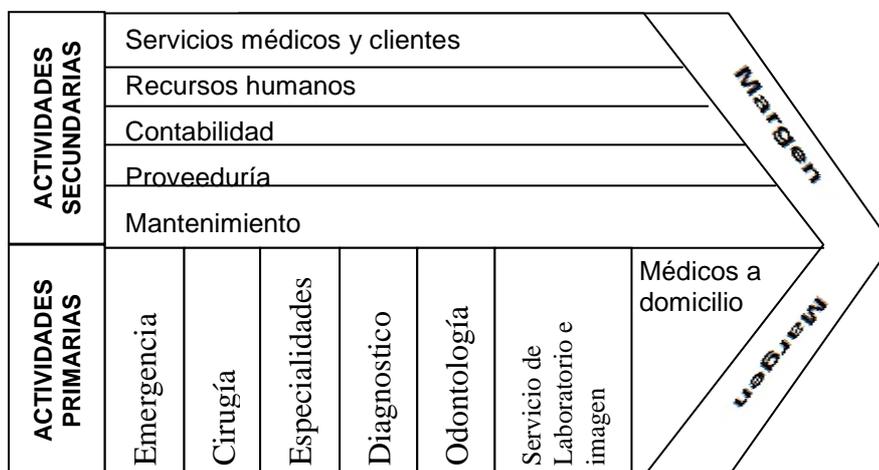


Figura 2.1: Cadena de Valor

Las actividades primarias son sus servicios propios del negocio y las actividades secundarias las que dan soporte a que las actividades primarias tengan un buen funcionamiento administrativo y operativo.

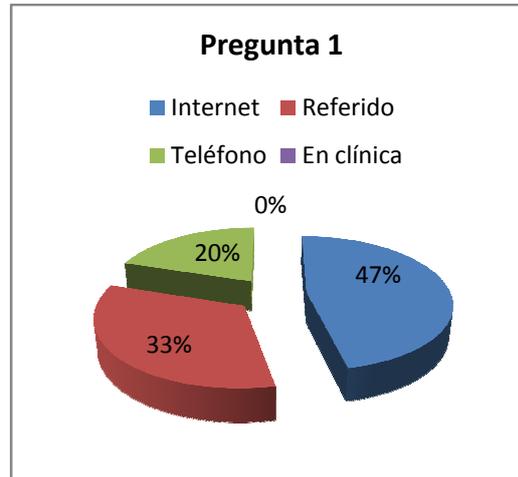
2.5. Encuesta

La encuesta es sin duda la metodología de investigación más utilizada en ciencias sociales y en el funcionamiento habitual de los gobiernos, las cuales se apoyan en la información recogida en las encuestas para realizar las estadísticas. [8]

La encuesta preparada en el **ANEXO 4** tendrá específicamente por objetivo demostrar la importancia que tiene un portal web para la clínica Santa Gema según las preguntas planteadas a clientes y a otro cierto grupo que obtiene los mismos servicios en otras clínicas se determina lo siguiente:

1. ¿De qué manera obtiene información de una clínica cuando se hace atender?

Internet Teléfono Referido En Clínica



El 47% de los clientes obtienen información vía internet

El 33% de los clientes obtienen información mediante referidos

El 20% de los clientes obtienen información mediante llamadas telefónicas.

Figura 2.2: Cuadro Estadístico 1

2. ¿Qué especialidades usa frecuentemente?

Pediatría Cardiología Ginecología

Gastroenterología Traumatología

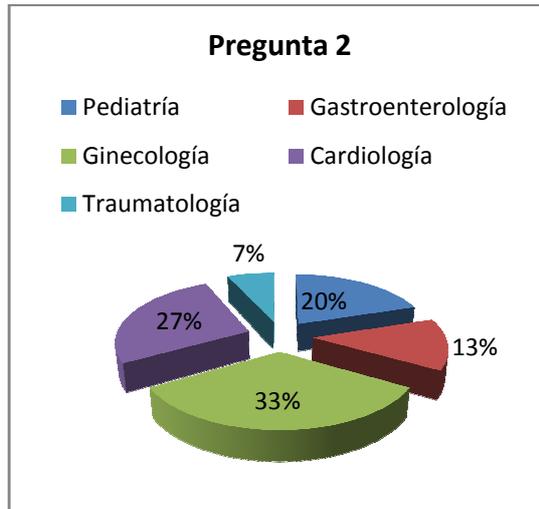


Figura 2.3: Cuadro Estadístico 2

El 33% de los clientes acuden a la clínica por Ginecología

El 27% de los clientes acuden a la clínica por Cardiología

El 20% de los clientes acuden a la clínica por pediatría

El 13% de los clientes acuden a la clínica por gastroenterología

3. ¿Conoce de los paquetes promocionales que ofrece la clínica?

SI NO

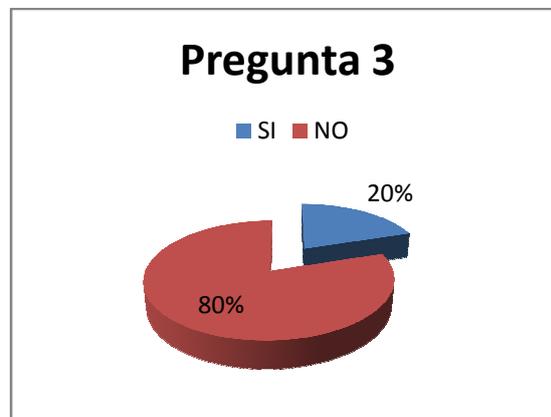


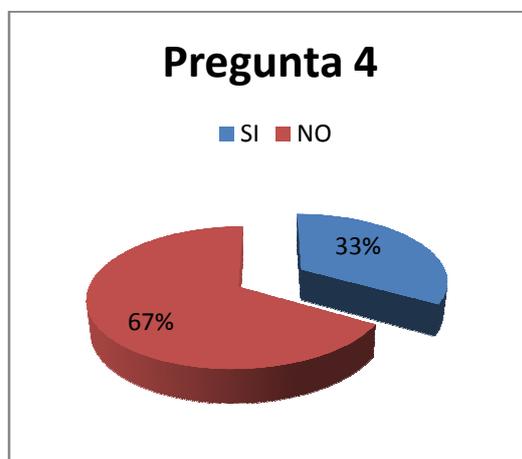
Figura 2.4: Cuadro Estadístico 3

El 80% de los clientes NO conocen los paquetes promocionales

El 20% de los clientes SI conocen los paquetes promocionales

4. ¿Conoce todos los servicios que ofrece la clínica?

SI NO



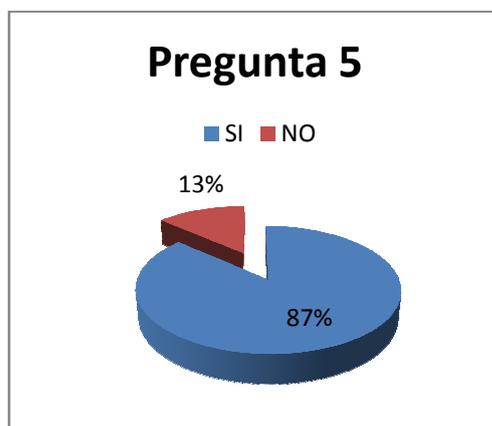
El 67% de los clientes NO conocen los servicios que ofrece la clínica.

El 20% de los clientes SI conocen los servicios que ofrece la clínica.

Figura 2.5: Cuadro Estadístico 4

5. ¿Le gustaría programar su cita médica desde su trabajo u hogar?

SI NO



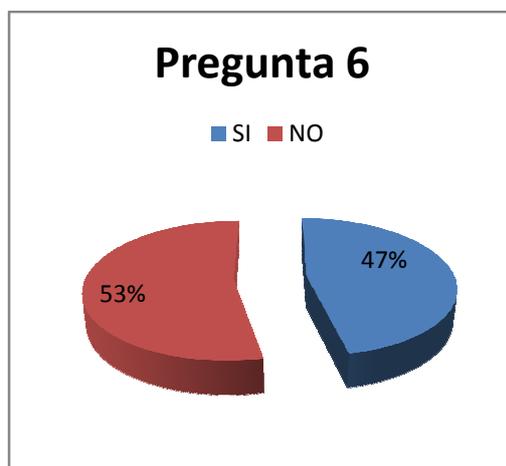
El 87% de los clientes les gustaría programar su cita médica.

El 13% de los clientes no les gustaría programar su cita médica.

Figura 2.6: Cuadro Estadístico 5

6. ¿Conoce los horarios de los médicos que atienden en la clínica?

SI NO



El 47% de los clientes conocen los horarios de los médicos
El 53% de los clientes no conocen los horarios de los médicos.

Figura 2.7: Cuadro Estadístico 6

7. ¿Le gustaría tener alguna información de los médicos que laboran en la clínica?

SI NO



El 100% de los clientes necesitan saber información de los médicos que laboran en la clínica.

Figura 2.8: Cuadro Estadístico 7

8. ¿Le gustaría ver fotos o videos de los procedimientos que se hacen en la clínica?

SI NO



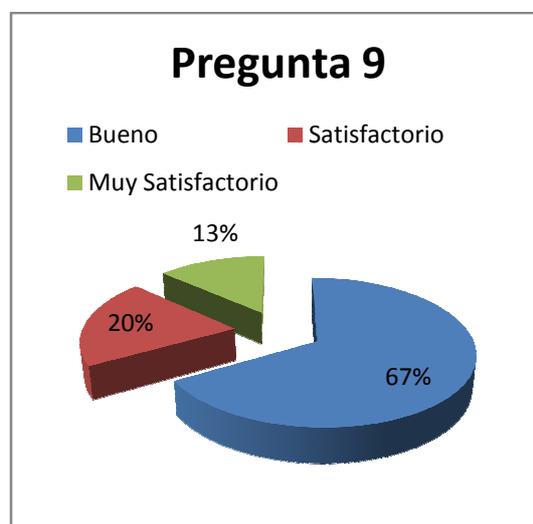
El 67% de los clientes están de acuerdo con ver fotos o videos en el portal web.

El 33% de los clientes no están de acuerdo con ver fotos o videos en el portal web.

Figura 2.9: Cuadro Estadístico 8

9. ¿Cómo calificaría la atención de la clínica?

Bueno Satisfactorio Muy Satisfactorio



El 67% de los clientes consideran que la atención en la clínica es Buena

El 20% de los clientes consideran que la atención en la clínica es Satisfactoria

El 13% de los clientes consideran que la atención en la clínica es Muy Satisfactoria

Figura 2.10: Cuadro Estadístico 9

10. ¿Qué recomendaciones daría a la clínica para que usted se informe de toda la información que ofrece?

Los comentarios de los clientes fueron los siguientes:

- ✓ Necesito saber si existen campañas de vacunación.
- ✓ Deberían tener un punto de información.
- ✓ Publicar cartelera con listado de aseguradoras.

2.6. Análisis de la encuesta

Dado el resultado de las encuestas realizadas a una muestra de 200 personas dentro y fuera de la clínica durante el lapso de dos meses, hemos escogido 6 de las 10 preguntas dirigidas al portal web.

Para tabular los datos de la encuesta se creó una matriz dinámica en Excel, a continuación, podemos ver el resumen de los datos examinados con respuestas individuales, utilizamos reglas de filtrado y consideramos segmentos específicos de datos.

Tabla 5: Resumen de Encuesta

PREGUNTAS	SI %	NO %
1. Conoce de los paquetes promocionales que ofrece la clínica?	20	80
2. Conoce todos los servicios que ofrece la clínica?	33	67
3. Le gustaría programar su cita médica desde su trabajo u hogar?	87	13
4. Conoce los horarios de los médicos que atienden en la clínica?	47	53
5. Le gustaría tener alguna información de los médicos que laboran en la clínica?	100	0
6. Le gustaría ver fotos o videos de los procedimientos que se hacen en la clínica?	67	33

Se concluye que la clínica Santa Gema necesita de un portal web donde los clientes puedan encontrar toda la información actualizada.

2.7. Estudio de mercado

El estudio de mercado es una iniciativa comercial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad de una actividad económica. Estudia el comportamiento de los consumidores y la forma de satisfacerlas. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o servicio de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores. Basándose en objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una **estrategia** que sea la más adecuada.

En el estudio de mercado realizado a la clínica Santa Gema hay una gran competitividad, se contabilizó alrededor de siete centros de atención entre laboratorios, doctores independientes y un hospital público. En estos centros de atención cercanos a la clínica se pudo constatar que no tienen la infraestructura necesaria ni todas las especializaciones incluyendo los servicios de laboratorios e imágenes.

Adicional se revisó la información de los centros de salud y la mayoría cuentan con su portal web netamente informativos.

Como estrategia de crecimiento y diferenciador del mercado; el portal web es una iniciativa para medir el impacto de los clientes sobre la clínica dándoles a conocer los nuevos beneficios adquiridos.

CAPÍTULO 3

3. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL PORTAL WEB

3.1. Justificación técnica

Por la facilidad de uso y no hay que poseer conocimientos técnicos para diseñar un portal web se escoge al Sistema de Gestor de Contenidos JOOMLA para el diseño, elaboración y desarrollo del portal web para la Clínica Santa Gema

3.2. Requisitos técnicos Joomla

Tabla 6: Requisitos Técnicos de Joomla

Software	Recomen- dado	Mínimo	Más información
PHP (Magic Quotes GPC off)	5.3.1 +	5.3.1 +	http://www.php.net
Bases de datos soportadas:			
MySQL (InnoDB soporte requerido)	5.1 +	5.1 +	http://www.mysql.com
MSSQL	10.50.1600. 1 +	10.50.16 00.1 +	

PostgreSQL	8.3.18 +	8.3.18 +	
Servidores Web soportados:			
Apache(with mod_mysql, mod_xml,andmod_zlib)	2.x +	2.x +	http://www.apache.org
Microsoft IIS	7	7	http://www.iis.net

3.3. Diferencias entre componente, módulo y plugin en Joomla

Joomla tiene tres elementos muy diferentes entre sí que debemos conocer y distinguir. Es muy importante tener claro la función que cumplen cada uno de estos elementos, para que en el momento de la implementación, saber que necesitamos en nuestra web.

Joomla utiliza una nomenclatura muy concreta para referirse a cada uno de estos elementos:

- ✓ Los componentes siempre son nombrados de la siguiente manera: `com_nombrecomponente`. Es decir se pone el prefijo “com_” al nombre del componente. Por ejemplo, si creamos un componente llamado ayuda, quedaría de la siguiente manera “com_ayuda”.
- ✓ Para los módulos se utiliza el mismo sistema, solo que se utiliza el prefijo “mod_”. Es decir un módulo llamado ayuda, quedaría de la siguiente manera, “mod_ayuda”.
- ✓ Y finalmente los plugins, utilizan el prefijo “plg_”, con lo que el plugin ayuda, sería “plg_ayuda”.

Con este sistema, queda muy claro, de un sólo vistazo, que tipo de elemento estamos manejando.

3.3.1. Componentes

Son tal vez los elementos más complejos de los tres. Un Componente, es un programa que insertamos dentro de nuestro Joomla. Sólo puede haber un componente activo por página. Para que quede un poco más claro, el gestor de artículos de Joomla, es un componente, concretamente el componente “com_content”.

Por lo general los componentes tienen dos partes bien diferenciadas. Por un lado, si accedemos al BackEnd de nuestro Joomla, en el menú principal, podemos ver un ítem denominado “Componentes”. Aquí podemos ver todos los componentes instalados en nuestro portal Joomla.

Haciendo click sobre cualquiera de ellos, accedemos a su configuración.

La otra parte de los componentes, es la que podemos ver en la parte pública del portal. Por lo general, es la parte central de la página. Para poder ver un componente en la parte pública de nuestra web, debemos crear un ítem de menú y asociarlo al componente.

Los componentes son las partes software de nuestro portal, que le dan la funcionalidad básica al mismo.

3.3.2. Módulos

Los módulos son elementos mucho más simples de entender y crear que los componentes. Un módulo, es una pieza de software, que podemos insertar en las posiciones que creamos en nuestras plantillas.

Pero resumiendo un poco, cuando creamos una plantilla, definimos unas posiciones o huecos, en las que podemos cargar nuestros módulos.

Ejemplos de módulos por defecto que vienen preinstalados con Joomla, son el buscador, el módulo de login, o el módulo de menús. Cuando en el BackEnd del sitio web, se crea un nuevo módulo, debemos indicarle en qué posición de la plantilla va a ir posicionado. Cada plantilla puede definir sus propias posiciones.

Por ejemplo, el módulo buscador, cuando realizamos la búsqueda, nos redirige al componente buscador. El módulo sería el campo de texto y el botón buscar que ponemos en la posición que queramos, y el componente sería el encargado de proporcionarnos los resultados de la búsqueda realizada.

Al contrario que con los componentes, podemos tener tantos módulos como queramos en una página de nuestro Joomla. Además, desde la configuración del módulo, podemos elegir las páginas del sitio en las que se podrán visualizar, entre otros.

3.3.3. Plugins

He dejado deliberadamente los plugins para el final de esta explicación, porque son completamente diferentes a los dos elementos anteriores. Los plugins, a diferencia de componentes y módulos, no podemos elegir en qué posición de nuestra página se van a albergar.

Los plugins, son porciones de código que se van a ejecutar cuando suceda un evento concreto. Hay diferentes tipos de plugins, de usuario, de búsqueda, de contenido, entre otros. Además de los tipos de plugins, dentro de cada tipo, hay diferentes eventos a los que podemos responder.

3.4. E-commerce

E-commerce(electroniccommerceen inglés), es la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas. Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos tales como el intercambio electrónico de datos, sin embargo con el advenimiento de la Internet y la World Wide Web

mediados de los años 90 comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de Internet, usando como forma de pago medios electrónicos.

El aumento de comercio llevado a cabo electrónicamente se ha elevado debido a Internet. Una gran variedad de comercio se realiza de esta manera, estimulando la creación y utilización de innovaciones como la transferencia de fondos electrónica, la administración de cadenas de suministro, el marketing en Internet, el procesamiento de transacciones en línea (OLTP), el intercambio electrónico de datos (EDI), los sistemas de administración del inventario y los sistemas automatizados de recolección de datos. [9]

3.5. Posicionamiento Web, SEO, SEM

Posicionamiento web busca mejorar la visibilidad de un sitio web en los buscadores, SEO (**Search Engine Optimization**) se denomina al conjunto de técnicas mediante las cuales se logra que una página web llegue a estar entre los primeros resultados de búsqueda para determinadas palabras clave.

SEM (**Search Engine Marketing**) se denomina al uso de publicidad en resultado de los buscadores por lo general son de pago.

SMO (**Social Media Optimizing**) se denomina a la “optimización de los Medios Sociales”, trata de optimizar la presencia de tus páginas web en los medios sociales.

La web social y el posicionamiento web desde su presencia en las redes sociales SMO junto con una estrategia de posicionamiento web SEO se ha convertido en una necesidad, las estrategias a usarse deben centrarse en:

Estar presente y activo en ese sector requiere de tiempo y recurso, antes de comenzar deben hacerse las siguientes preguntas adecuadas: ¿Cuál es su objetivo? ¿Con qué actividad quiero comenzar? ¿A quién me dirijo? Entre otros, los internautas aumentan día a día y exigen más de un sitio.

Google no puede hacer aparecer la página en las primeras posiciones debido al Algoritmo de Google ordena los resultados basado en 3 datos importantes:

Pagerank es un puntaje del 1 al 10, basado en una fórmula creada por Larry Page, co-fundador de Google, mediante los enlaces que apunta tu web. Mientras más pagerank tenga tu web, es más importante. Si tiene enlaces de páginas aunque no sean muchos, con un pagerank alto, puedes tener un pagerank muy representativo. Se actualiza más o menos cada 4 meses.

Enlaces es la cantidad de páginas donde es mencionado tu dominio, es decir, páginas que apunta a tu web. Mientras más tengas, más importante es tu web para Google.

Año si la vejez de una página mientras más antigua sea tu web es muy importante para el ordenamiento en Google. Existe una herramienta donde queda registrado aproximadamente el año desde cuando una web existe en Internet, cuando no te muestra datos es porque es reciente.

Google Analytics es una herramienta complemento de GWT (Google Web Toolkit) que permite a los webmasters disponer de la multitud de datos valioso sobre el contenido de su sitio web, la indexación de sus páginas, los criterios "on page" y "off page". Con Google Analytics se puede analizar el tráfico de las páginas hasta el mínimo detalle como el volumen de visitantes, datos demográficos, sistema operativo utilizado, los datos de Google Móvil entre otros reportes.[10]

3.6. Componentes instalados

3.6.1. VirtueMart 3.0.4 para Joomla 3

VirtueMart es una solución de código abierto de comercio electrónico (un componente o Plug-in) para elCMS Joomla. El gestor de contenidos. Se puede ejecutar como un carrito de compras, o en el modo de catálogo.

De los cambios realizados en el diseño de la nueva versión 3.0.4 sólo uno es importante para quienes realizaron sobrescritura "override" del sublayout de precios. El

sublayout **prices.php** tenía un `<div class="clear"></div>` al final, que se ha eliminado para aumentar la flexibilidad del sublayout.

La nueva versión contiene un nuevo producto de muestra, "**childvariant**" (variante hijo) que le permite utilizar **hasta 5 listas desplegables** para determinar las variantes de un producto. Es similar al plugin **inventariable**, pero permite también cambiar los datos de la variante de cualquier producto hijo directamente del padre.

Mejoras y correcciones en VirtueMart 3.0.4:

- ✓ Se ha limpiado más el código.
- ✓ Se le ha dotado de mayor robustez, coherencia y compatibilidad con Joomla 3.
- ✓ Se ha añadido *js* para disparar automáticamente el checkout (sin redirección) para mostrar directamente confirmar.
- ✓ Ahora el enlace al fabricante en la página **ProductDetail** llama al fabricante, no a la lista de productos del fabricante.
- ✓ La fuente RSS en el Panel de Control ya está cargando por AJAX, para evitar que el Panel de Control no se cargue si el RSS tiene problemas.

- ✓ Medios personalizados, productos relacionados y categorías con parámetro del tamaño de la imagen.
- ✓ Añadida **var** a **vmview "writeJs"**, por ejemplo para evitar la escritura de js en PDFs.
- ✓ Añadido `<em<hash<em="">para categoryListTree.``</em<hash<>`
- ✓ Cambiada calculadora, que los parámetros **userfield** por defecto se establecen mejor directamente si hay una instancia. Menos problemas con el impuesto por país para los visitantes.
- ✓ Corregida en **vmplugin.php** la función **declarePluginParams**.
- ✓ Corregido disparador **plgVmDeclarePluginParamsUserfieldVM3**. [11]

3.6.2. PBBooking 2.4.0.10 Joomla 3

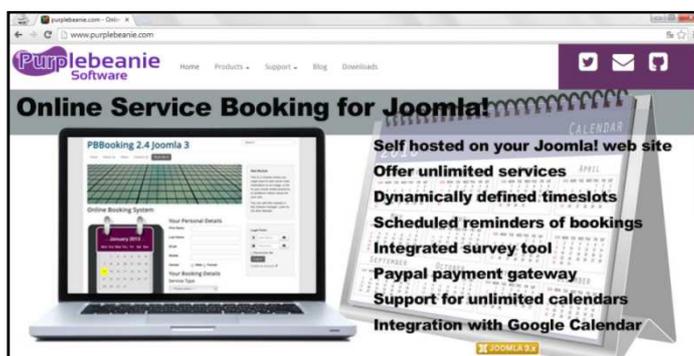


Figura 3.1: Sitio Oficial PBBooking

El PBBooking original fue desarrollado por un centro de salud y el bienestar natural. Su obligación era para reserva en línea con la integración en sistemas de calendario existentes. El alcance de PBBooking ha cambiado dramáticamente desde su origen. PBBooking tiene las siguientes funciones:

1. Definición de múltiples servicios con duraciones definidas.
2. Crear una variedad de campos personalizados para la captura de otros datos deseados.
3. Los campos de uso personalizados en mensajes de correo electrónico a los clientes.
4. Publicar y suscribirse a calendarios usando el formato de calendario compartido a Internet (ICS).Función de gestión
5. Para permitir la creación basada operador de los nuevos nombramientos, eliminación de citas existentes y ver el diario.
6. Bloquear un rango específico de días para reflejar las vacaciones.

Es un servicio de reserva online para CMS Joomla 3 contiene las siguientes características en la versión completa y pagada:

- ✓ Alojamiento en un sitio web Joomla

- ✓ Intervalos de tiempo definidos dinámicamente
- ✓ Recordatorios programados de las reservas
- ✓ Herramienta de encuesta integrada
- ✓ PayPal para hacer el pago
- ✓ Soporte para el calendario ilimitada
- ✓ Integración con Google Calendar

Requisitos del sistema

- ✓ Las versiones de Joomla 3.3 o posterior
- ✓ PHP > = 5.3
- ✓ Soporte para Javascript en el cliente

PBBooking comprueba si cumple con los requisitos para realizar el proceso de la instalación.[12]

3.6.3. PhocaMaps

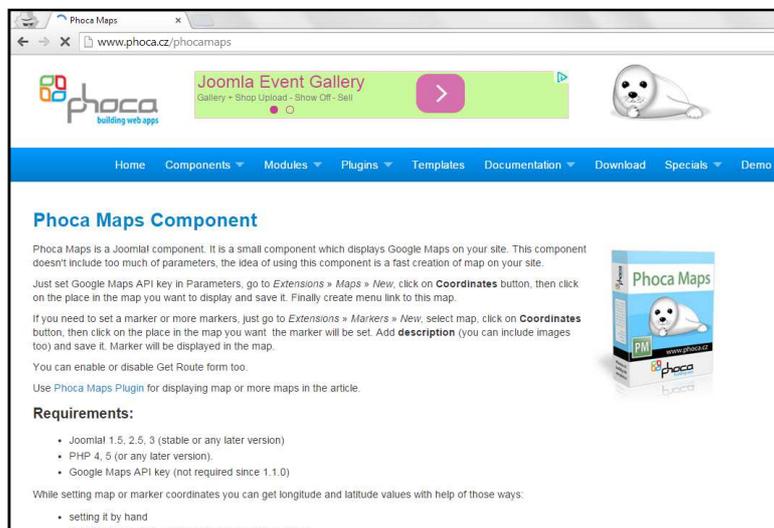


Figura 3.2: Sitio Web de PhocaMaps

PhocaMaps es un componente. Se trata de un pequeño componente que muestra Google Maps en su sitio. Este componente no incluye demasiada cantidad de parámetros, la idea de utilizar este componente es una creación rápida de mapa en su sitio.

Sólo tienes que configurar la clave Google Maps API en Parámetros, vaya a Extensiones »Mapas» Nuevo, haga clic en el botón de Coordenadas, a continuación, haga clic en el lugar en el mapa que desea mostrar y guardarlo. Finalmente crear enlace del menú a este mapa.

Si necesita configurar un marcador o más marcadores, sólo tiene que ir a Extensiones »Marcadores» Nuevo, seleccione mapa, haga clic en el botón Coordenadas, haga clic en el

lugar en el mapa que desea se establecerá el marcador. Añadir descripción (puede incluir imágenes también) y guárdelo. Marcador se mostrará en el mapa.

Puede activar o desactivar Obtén la Ruta.

Requisitos

- ✓ Joomla! 1.5, 2.5, 3 (estable o cualquier versión posterior)
- ✓ PHP 4, 5 (o cualquier versión posterior).
- ✓ Google Maps API key (no es necesario desde 1.1.0)
- ✓ Si bien el establecimiento de un mapa o marcador coordina puede obtener valores de longitud y latitud con la ayuda de esas maneras:
 - El establecimiento a mano
 - Clic en el mapa en el lugar que desea mostrar
 - Buscar en el lugar por GoogleBar
 - Buscar en el lugar por Dirección.[13]

3.6.4. Flippingbook



Figura 3.3: Sitio Oficial Flippingbook

La mayoría de las galerías y álbumes de fotos para Joomla CMS ofrecen diferentes efectos y opciones de navegación. Sin embargo, no importa cómo los efectos hermosos y la utilidad de la navegación, son sólo álbumes de fotos, al igual que miles de otros. Ofrecemos un enfoque totalmente nuevo para la creación de galerías, álbumes de fotos, catálogos y portfolios.

FlippingBook crea un espectacular efecto 3D de pasar las páginas. Sus aplicaciones son ilimitadas. A continuación son sólo algunas de las áreas clave en las que este componente resultar realmente útil.

- ✓ Usted está en una ocupación creativa y le gustaría mostrar a los visitantes del sitio web de su cartera y hacerlo de una manera realmente impresionante e

inolvidable. Publique sus imágenes en las páginas de FlippingBookJoomlaGallery. Cada página puede tener una relación diferente, que le llevará a los visitantes a una descripción detallada de su trabajo, su sitio web, o una presentación descargable.

- ✓ Usted vende mercancías o servicios y le gustaría mejorar su presentación. Publicar imágenes de su mercancía y breves descripciones de las páginas del libro. En este caso enlaces de la página pueden servir para los visitantes de la página del pedido o de referencia manuales dirigir. El uso de los archivos SWF como las páginas del libro que da funcionalidad adicional - animación, cualquier número de enlaces, elementos interactivos, y similares.
- ✓ Su compañía publica una revista, o sus clientes están acostumbrados a ver a su catálogo impreso. En este caso nuestro componente es indispensable. Sus clientes podrán ver un nuevo número de su revista, catálogo, o la presentación sin salir de sus casas. Un clic en la página se abre una imagen ampliada de la página del catálogo.

FlippingBookJoomlaGallery ha sido desarrollado específicamente para Joomla CMS y se puede instalar en la misma forma de instalar otros componentes. Facilidad de configuración y una interfaz fácil de usar permite instalar y

utilizar el componente sin ninguna habilidad especial. Incluso los usuarios principiantes de Joomla no tendrán problemas para la creación de un libro propio. Aun así, si se enfrentan a las dificultades durante la instalación o configuración, nuestro servicio de soporte técnico está siempre allí para ir a su rescate.

Recientemente cada vez más usuarios están eligiendo Joomla 3.0. Decenas de componentes ya se han desarrollado para esta nueva versión revolucionaria del sistema. Lo elegimos como el sistema más prometedor y fiable. FlippingBookJoomlaGallery ha sido desarrollado específicamente para esta versión del sistema y no requiere que el modo tradicional esté habilitado.[14]

3.6.5. JEvents

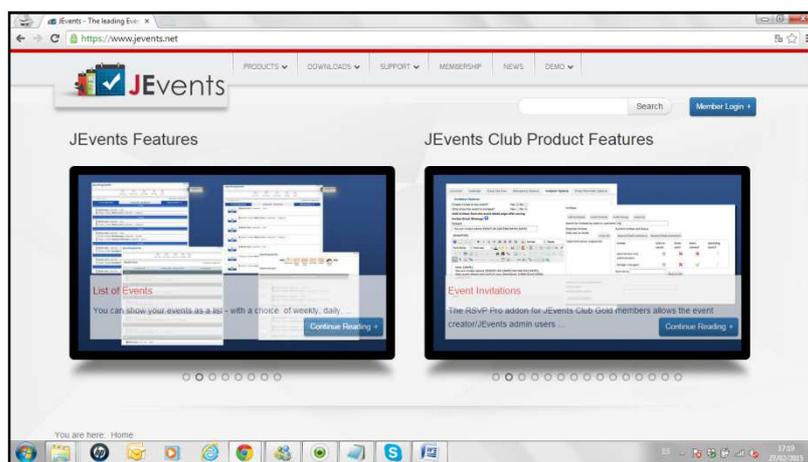


Figura 3.4: Sitio Oficial JEvents

JEvents es un calendario de eventos para Joomla - y fue lanzado por primera vez hace más de 8 años cuando nació Joomla! JEvents consiste en una serie de módulos y plugins para Joomla!. Es altamente configurable y personalizable con una larga lista de complementos disponibles.

Las Listas

- ✓ Crear eventos individuales o poderosos eventos que se repiten. Desde que se repita todos los días a una repetición anual, fechas de edición / cambio y los tiempos de las repeticiones individuales del evento principal.
- ✓ Repitiendo el manejo de excepciones evento - puede editar repeticiones individuales o eliminarlos
- ✓ Varios temas libres y más temas miembros del club disponibles para permitir JEvents para mezclar en su sitio.
- ✓ Joomla completa Apoyo anulación plantilla, puede personalizar las nuestras plantillas en el más mínimo detalle.
- ✓ Totalmente compatible con el marco de Joomla MVCbasadoiCal importación / exportación, página exportación configurable para permitir webcal (suscripciones Calendario)

- ✓ CSV importación basado de eventos, 18 posiciones de módulo personalizado JEvents para posicionar módulos dentro de JEvents.
- ✓ Los eventos pueden ser colocados en múltiples categorías y elementos de menú se pueden personalizar para mostrar los eventos de todas o algunas de estas categorías
- ✓ Herramienta de edición de diseño para perfeccionar la presentación en su sitio - usted puede incluso personalizar la página de edición de eventos.
- ✓ Comprobación opcional para la superposición de eventos a nivel mundial o en una base específica categoría

Módulos

- ✓ Módulo de mini-calendario que le da una visión general de los eventos que se puede colocar en cualquier página
- ✓ Módulo de eventos más reciente que da un resumen altamente configurable de próximos eventos, de reciente creación o populares
- ✓ Eventos leyenda - que aparece junto al componente que da un resumen de las categorías de eventos y una manera fácil de limitar los eventos se muestra a categorías específicas
- ✓ Módulo de filtro le permite filtrar / buscar los eventos que se muestra usando una variedad de criterios

Plugins

- ✓ Un plugin de búsqueda que permite a la búsqueda global de Joomla para volver resultados de la agenda de eventos
- ✓ Un plugin de búsqueda inteligente que le permite ofrecer la mejor experiencia de usuario a sus visitantes gracias a Joomla! Búsqueda inteligente.
- ✓ JEvents 3.1 ya está disponible para su descarga en general - se trata de un 2.5 / 3.x componente nativo de Joomla que toma JEvents al siguiente nivel. Las versiones anteriores de JEvents para Joomla! 1.5 están todavía disponibles para descargar, pero ya no desarrollado.[15]

3.6.6. KideChat

¿Qué es un chat?

Comunicación en tiempo real realizada entre distintos usuarios conectadas a una red, generalmente internet, a través de sus computadoras; los usuarios escriben mensajes, y el texto aparece automáticamente y al instante en el monitor de todos los participantes.

Dado que un objetivo es facilitar al usuario hacer sugerencias a través del portal web, se ha implemento un chat en línea para solucionar las inquietudes que podrían

existir, las mismas que serán respondidas por la o las personas que tiene autorización para responder.

El complemento a utilizar es Kid Chat en versión gratuita cuyas características son las siguientes:

- ✓ Idiomas: catalán, checo, alemán, inglés, español, francés, croata, húngaro, italiano, holandés, portugués, ruso, esloveno, persa, serbio, polaco
- ✓ Trabaja en Joomla 1.5, 1.6, 1.7, 2.5, 3.0 y 3.1
- ✓ Captcha
- ✓ Color de usuario
- ✓ Posibilidad de ver la historia
- ✓ Usuarios Ban
- ✓ Íconos
- ✓ Notificación de sonido cuando se envía un mensaje
- ✓ Los mensajes privados
- ✓ BBCode
- ✓ Comandos
- ✓ Usuarios Módulo KideInLine
- ✓ Cambio pestaña título cuando hay nuevos mensajes
- ✓ 3 meses de suscripción (para descargar el componente cada vez que quiera. El apoyo es gratis)
- ✓ Sólo 4,90 €.[16]

3.6.7. Advanced Google Analytics

Características de Google Analytics

Google Analytics no solo le permite medir las ventas y las conversiones, sino que también le ofrece información sobre cómo los visitantes utilizan su sitio, cómo han llegado a él y qué puede hacer para que sigan visitándolo.

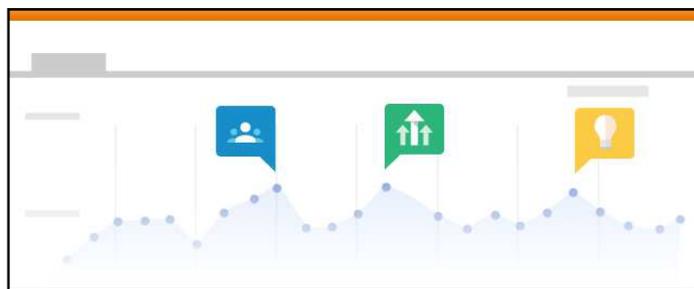


Figura 3.5: Características de Google Analytics

Herramientas de análisis

Google Analytics se basa en una plataforma de informes fácil de usar para que pueda decidir qué datos desea ver y personalizar sus informes con solo unos clics.



Figura 3.6: Herramientas de Google Analytics

Analítica de contenido

Los informes de contenido le muestran qué partes de su sitio web tienen un buen rendimiento y qué páginas son más populares para poder crear una mejor experiencia para sus clientes.



Figura 3.7: Analítica de Contenidos

Analítica de redes sociales

La Web es un lugar social, y Google Analytics mide el éxito de sus programas publicitarios para redes sociales. Puede analizar la interacción de los visitantes con las funciones para compartir de su sitio (como el botón +1 de Google) y el modo en que se implican con su contenido en las plataformas sociales.



Figura 3.8: Analítica de Redes Sociales

Analítica de móviles

Google Analytics le ayuda a medir el impacto de los dispositivos móviles en su empresa. Además, si crea aplicaciones para móviles, Google Analytics ofrece kits de desarrollo de software para iOS y Android de forma que pueda evaluar cómo usan los usuarios su aplicación.

Analítica de conversiones

Descubrir a cuántos clientes atrae, cuánto vende y cómo se implican con su sitio con las funciones de análisis de Google Analytics.



Figura 3.9: Analítica de Conversiones

Analítica de publicidad

Se aprovecha al máximo su publicidad gracias a la información sobre el rendimiento de sus anuncios en redes sociales, para móviles, de la red de búsqueda y de display. Enlace la actividad del sitio web con sus campañas de marketing para obtener una perspectiva completa y mejorar el rendimiento de su publicidad.[17]

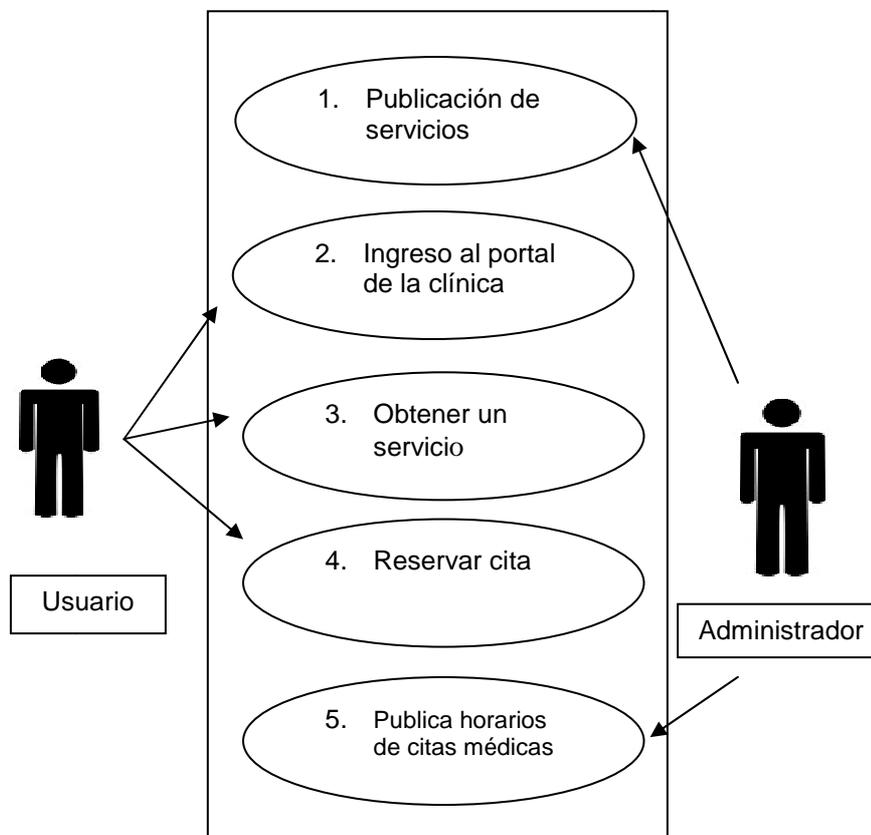


Figura 3.10: Análítica de Publicidad

3.7. Caso de Uso General

El modelado de casos de uso es un método orientado a los usuarios para identificar necesidades funcionales de un nuevo sistema de información. El modelado de casos de uso es una técnica que permite modelar las funciones de un sistema en términos de eventos, de quien inicia los eventos y de cómo responden el sistema a estos eventos. [18]

3.7.1. Caso de Uso – Clínica Santa Gema



3.7.2. Caso de uso – Publicación de Servicios

Tabla 7: Caso de Uso Publicación de Servicios

Nombre del caso de uso	Publicación de servicios
Código	CU01
Actores	Administrador
Flujo de eventos	El administrador ingresa al portal web con su clave de administrador Verifica si el contenido de los servicios cumple con los requisitos para hacer los cambios ej: formatos y

	tamaño de imágenes. Realizará las pruebas correspondientes
Condición de entrada	El usuario ingresa al sistema.
Condición de salida	Visualización de los servicios nuevos o modificados en el portal web

3.7.3. Caso de uso – Ingreso al Portal

Tabla 8: Caso de Uso Ingreso al Portal

Nombre del caso de uso	Ingreso al portal de la clínica
Código	CU02
Actores	Usuario
Flujo de eventos	El usuario ingresa al portal web mediante motores de búsquedas. Visualiza los servicios que ofrece la página Ingresa a las opciones de publicidad.
Condición de entrada	El usuario ingresa al portal.
Condición de salida	Selección de opciones a requerir

3.7.4. Caso de uso – Obtener un Servicio

Tabla 9: Caso de Uso Obtener un Servicio

Nombre del caso de uso	Obtener un Servicio
Código	CU03
Actores	Usuario
Flujo de eventos	El usuario ingresa al portal web mediante motores de búsquedas. Visualiza los servicios que ofrece la página. Selecciona los servicios y busca más detalles acerca del servicio.
Condición de entrada	El usuario ingresa al portal.
Condición de salida	Información detallada del servicio

3.7.5. Caso de uso – Reservar Cita

Tabla 10: Caso de Uso Reserva de Cita

Nombre del caso de uso	Reservar cita
Código	CU04
Actores	Usuario
Flujo de eventos	El usuario ingresa al portal web. Visualiza la opción de reserva de citas médicas en el menú de la página. Se visualiza un calendario y escoge el día de la cita médica. Da doble click sobre el día y se abre

	<p>una bitácora de horarios con especialistas.</p> <p>Selecciona el horario disponible.</p> <p>Da doble click en disponible se muestra un formulario para ingresar los datos de reserva.</p> <p>Ingresa Nombres, apellidos, email, teléfono, género, tipo de servicio.</p> <p>Selecciona "Book Now"</p> <p>Se enviara un correo para pedir al usuario la confirmación de la cita.</p> <p>Después que el usuario confirme está reservada la cita.</p>
Condición de entrada	El usuario ingresa al portal.
Condición de salida	Cita médica reservada

3.7.6. Caso de uso – Publicar Horarios de Citas Médicas

Tabla 11: Caso de Uso Publicar Horarios de Citas Médicas

Nombre del caso de uso	Publicar horarios de citas médicas
Código	CU05
Actores	Administrador
Flujo de eventos	<p>Ingreso al administrador de Joomla.</p> <p>Selecciona el componente PBooking</p> <p>Selecciona horarios según los días laborables</p> <p>Configura el calendario.</p>

	Configura los servicios. Chequea los cambios realizados
Condición de entrada	Ingreso a Joomla con clave de administrador.
Condición de salida	Horarios de citas médicas actualizados y publicado

3.8. Implementación

Para poner en producción la página web se determinó realizar lo siguiente:

- ✓ Adquisición de un nombre de dominio en godaddy.com por un año a un costo de \$13,50 con un correo de alojamiento gratuito santagama@godaddy.com; el dominio es clínicasantagama.com
- ✓ Se creó una cuenta de mail: santagamaclinica@gmail.com
- ✓ Se creó la base de datos general.
- ✓ Se creó un ambiente de desarrollo y un ambiente de pruebas
- ✓ Se hicieron pruebas de componentes: Joomla, Virtuemart, módulos de VirtueMart.
- ✓ Crear usuarios en Joomla.
- ✓ Cambiar de Idioma a los componentes.
- ✓ Crear los componentes probados dentro sitio
- ✓ Hacer pruebas de la funcionalidad.

3.9. Navegando por el Portal Web

3.9.1. Inicio

Al ingresar al dominio de la página web clnicasantagema.com se mostrará la siguiente página de inicio donde se mostrará información de la clínica, publicidad, promociones de temporada y enlaces a otra información de la página web.

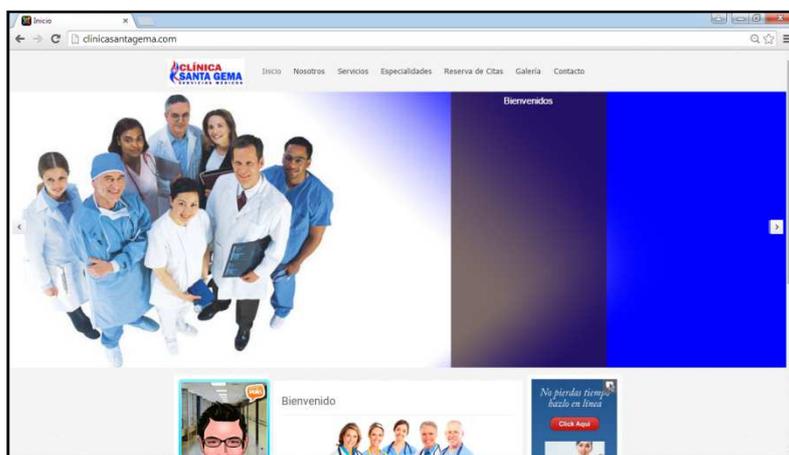


Figura 3.11: Portal Web Clínica Santa Gema

En esta pantalla se puede encontrar un chat se manejará como un asistente en línea resolviendo dudas o sugerencias. El usuario administrador encargado de responder estas inquietudes deberá estar pendiente.

Misión, Visión y Valores

Muestra información acerca de la historia de la clínica, misión, visión y valores de calidad para dar a conocer el perfil de la clínica, importante información que el usuario

requiere para obtener un poco más de confianza al realizarse alguna consulta o proceso médico en la clínica

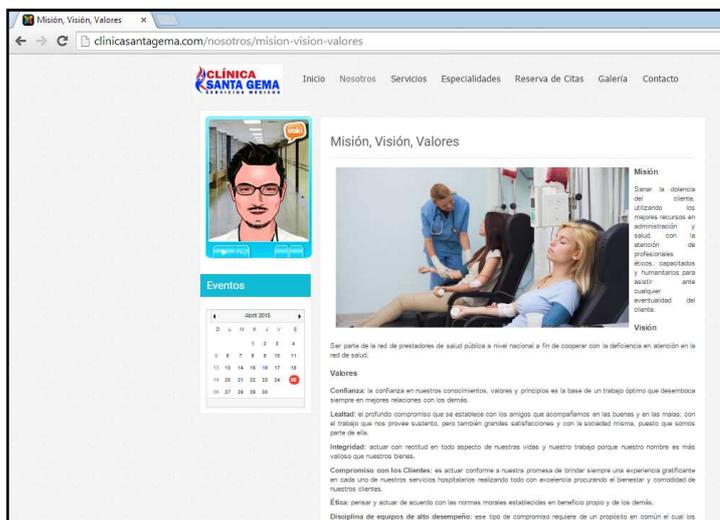


Figura 3.12: Misión, Visión y Valores

Historia

Muestra una breve historia de la clínica.



Figura 3.13: Historia

3.9.2. Servicios

Los servicios estarán agrupados según la relación que hay entre ellos tendremos:

Servicio de Laboratorio Clínico y Patológico

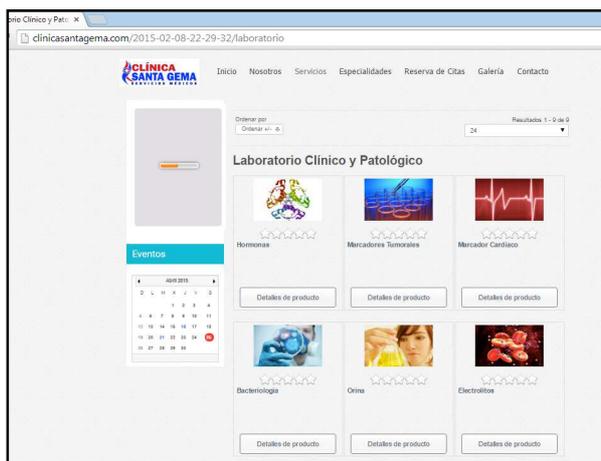


Figura 3.14: Servicio de Laboratorio

Servicio de Imagenología: Rayos X y Ecografía

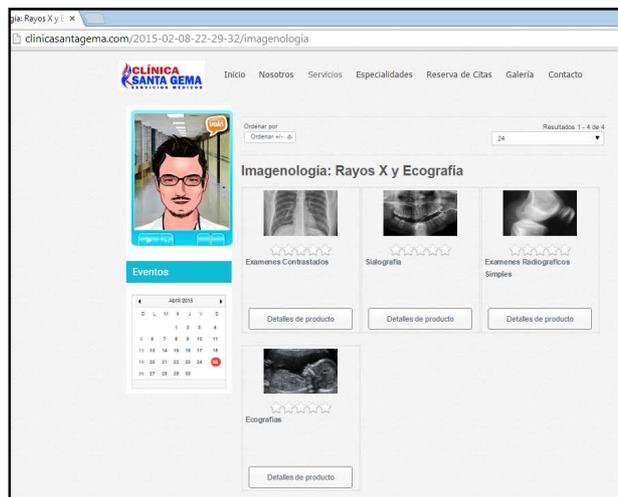


Figura 3.15: Servicio de Imagenología

3.9.3. Reserva de Citas

Al seleccionar el botón “Separar Cita” en la página principal se mostrará la siguiente pantalla.



Figura 3.16: Sistemas de Citas Online

Al seleccionar el día de la consulta requerida se mostrará la siguiente pantalla.

The screenshot shows a detailed appointment calendar for Tuesday, April 28, 2015. The calendar is organized into a grid with time slots on the vertical axis (08:00 am to 11:00 am) and medical specialties on the horizontal axis. The specialties listed are: Dr. Eduardo Zurita - Medicina General, Dra. Kella Zambrano - Medicina General, Dra. Julieta Mite - Medicina General, Dr. Andrés Rivas - Medicina General, Dr. Erick Vera - Pediatría, Dra. Maura Cirino - Pediatría, Obs. Ángela Sotomayor - Ginecología, Obs. Virginia Álvarez - Ginecología, Dr. Luis Suárez - Cardiología, and Dr. Carlos Vargas - Cardiología. The availability for each specialty is indicated by 'No Disponible' (highlighted in red) or 'Disponible'.

	Dr. Eduardo Zurita - Medicina General	Dra. Kella Zambrano - Medicina General	Dra. Julieta Mite - Medicina General	Dr. Andrés Rivas - Medicina General	Dr. Erick Vera - Pediatría	Dra. Maura Cirino - Pediatría	Obs. Ángela Sotomayor - Ginecología	Obs. Virginia Álvarez - Ginecología	Dr. Luis Suárez - Cardiología	Dr. Carlos Vargas - Cardiología
08:00 am	Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible
08:30 am	Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible
09:00 am	Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible
09:30 am	Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible
10:00 am	Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible
10:30 am	Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible
11:00 am	Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible	No Disponible	Disponible	Disponible	No Disponible

Figura 3.17: Calendario de citas

Cuando seleccionamos el horario damos doble click y mostrará la siguiente pantalla:

CLÍNICA SANTA GEMA
SERVICIOS MEDICOS

Inicio Nosotros Servicios Especialidades Reserva de Citas Galería Contacto

Sus datos personales

Nombre:

Apellidos:

Email:

Teléfono:

Sexo: Masculino Femenino

Cédula:

Su detalle de la cita

Fecha de la cita: 28 / 04 / 2015

Hora de la cita: 09:30 am

Especialista: Dra. Julissa Mite - Medicina General

Tipo de servicio:

f t g+

Figura 3.18: Ingreso de Información

Se ingresa la información obligatoria y se envía la información al mail, la reserva no se hará efectiva mientras no valide desde su correo personal, mostrará la siguiente pantalla:

Citas

clinicasantagema.com/reserva-de-citas/save

CLÍNICA SANTA GEMA
SERVICIOS MEDICOS

Inicio Nosotros Servicios Especialidades Reserva de Citas Galería Contacto

Cita agendada satisfactoriamente

Gracias por agendar su cita de manera online. Lo esperamos el día de su cita.

Su detalle de la cita

Fecha de la cita	28/04/2015
Hora de la cita	09:30 am
Tipo de servicio	Particular

En unos segundos recibirá un email con un link para que pueda validar su cita agendada. Su cita no será reservada hasta que valide la misma desde su email.

f t g+

Figura 3.19: Confirmación de Cita

Para finalizar la reserva debe validar en enlace enviado al correo personal.



Figura 3.20: Correo de Confirmación

Esta es la pantalla de reserva validada. Con esta información la cita queda confirmada.

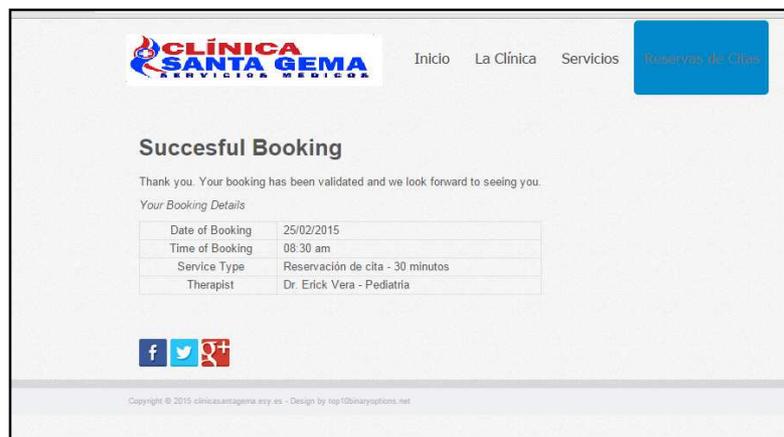


Figura 3.21: Cita Confirmada

3.9.4. Ubícanos

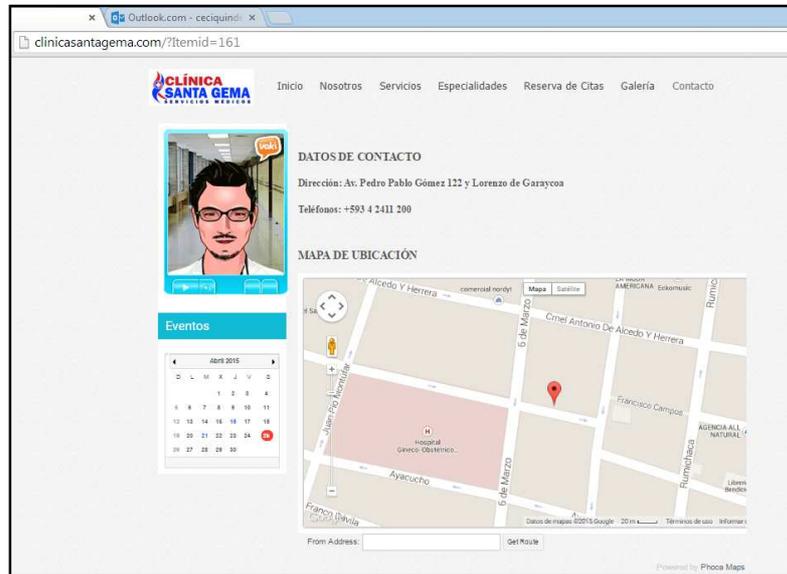


Figura 3.22: Mapa de Ubicación

3.9.5. Galería



Figura 3.23: Galería de Fotos

3.10. Administrando Portal Web – Clínica Santa Gema

Se establece los usuarios para la administración del portal web

Usuario administrador será aquella cuenta de usuario que se le otorgará todos los privilegios y características que le permiten administrar completamente el portal para su correcto funcionamiento y presentación, debe ser responsable de:

- ✓ Actualización del dominio
- ✓ Mantenimiento del catálogo de servicios
- ✓ Actualización de datos de la clínica y todas las imágenes de la web.
- ✓ Realizar respaldos de base de datos y portal web.
- ✓ Análisis de las acciones que han pasado en la web, para poder evaluar el rendimiento del portal mediante en Google Analytics.

Usuario operativo será aquella cuenta de usuario que tendrá privilegios limitados por el administrador dedicada a realizar tareas del día a día responsable de:

- ✓ Reserva de citas
- ✓ Atención en línea

3.10.1. Reservar de Citas en PBBOOKING MANAGER

Una vez ingresado al administrador de Joomla nos dirigimos a la barra de menú, y seguimos los siguientes pasos:

1. Seleccionamos el menú COMPONENTES

2. Opción PURPLE ONLINE BOOKING – BASIC VERSION

la cual nos dirigirá al administrador de PBBOOKING MANAGER.

Detallamos cada una de las opciones del componente.

Dashboards una vista global del administrador de reservas donde muestra las reservaciones que se han realizado últimamente además de los diferentes especialistas con su respectivo porcentaje con más reservaciones, además muestra información propia del complemento, además si se selecciona alguna de las reservaciones que se observan se realiza cambios en la reservación, información que se detalla en la modificación de citas médicas.

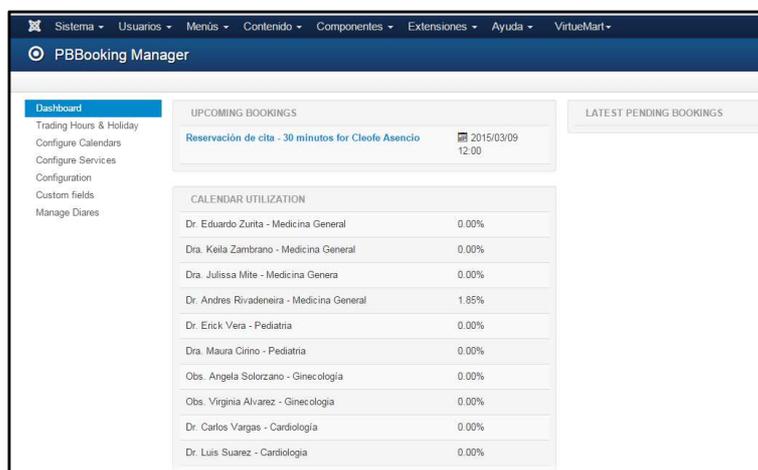


Figura 3.24: Administrador para Agendar Citas

Trading Hours & Holidays presenta dos opciones:

La opción OPENNING HOURS permite definirlos días y horarios de atención de la clínica y para cada día se establece la jornada de atención.

Is Trading Day?	Opening Time	Closing Time
Sunday <input type="checkbox"/>		
Monday <input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Tuesday <input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Wednesday <input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Thursday <input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Friday <input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Saturday <input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700

Figura 3.25: Administrar días y horarios de atención

La opción BLOCK DATE nos permite bloquear los días en caso de que la clínica lo requiera.

Start Date:

End Date:

Block Note:

Calendars:
 Dr. Eduardo Curto - Medicina Ge...
 Dra. Vella Zamorano - Medicina
 Dra. Julieta Mite - Medicina Gen...
 Dr. Andrei Rusdenko - Medicin...
 Dr. Erick Vera - Pediatría

None Recurring

Recurrence Interval:

Recurrence Frequency:

End Date:

Figura 3.26: Administrar días laborables

Configure Calendars permite crear al doctor con su especialidad y definir el horario de atención.

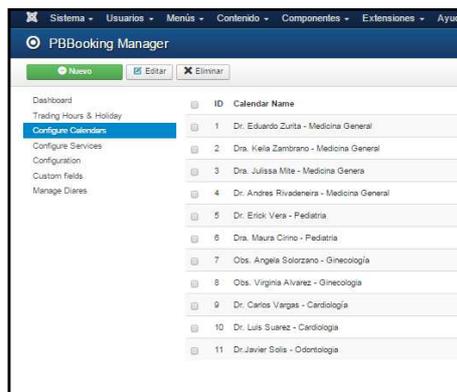


Figura 3.27: Administración de Especialistas

Para ingresar un nuevo doctor seguimos los siguientes pasos:

1. Clic en Nuevo
2. En el campo Calendar Name de la opción Details se escribe el nombre del doctor con su respectiva especialidad.

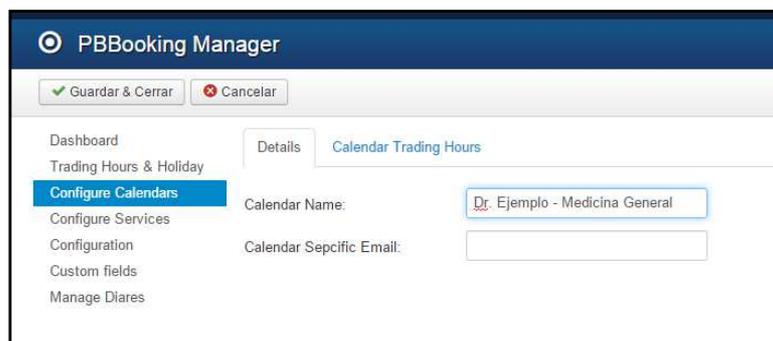


Figura 3.28: Mantenimiento de Especialistas

3. A continuación en la opción Calendar Trading Hours se define los días con su respectivo horario de atención.

	Is Trading Day?	Opening Time	Closing Time
Sunday	<input type="checkbox"/>		
Monday	<input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Tuesday	<input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Wednesday	<input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Thursday	<input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Friday	<input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700
Saturday	<input checked="" type="checkbox"/>	0800	1700

Figura 3.29: Horarios de Atención de Especialista

4. Al realizar los cambios respectivos dar clic en el botón Guardar y cerrar.
5. Automáticamente en el calendario aparecerá el nuevo doctor creado.

Configure Services permite especificar el tipo de servicio desea.

Para definir un nuevo tipo de servicio siga los siguientes pasos:

1. Clic en el botón Nuevo.
2. Escribimos el nombre del servicio a brindar en el campo Name.
3. Digitamos en minutos el tiempo del servicio en el campo Duration.
4. Colocamos el precio del servicio en el campo Price.

The screenshot shows the 'PBooking Manager' interface. At the top, there is a navigation bar with links: Sistema, Usuarios, Menús, Contenido, Componentes, Extensiones, Ayuda, and VirtueMart. Below this is a sub-header 'PBooking Manager' with two buttons: 'Guardar & Cerrar' (with a green checkmark) and 'Cancelar' (with a red X). A sidebar on the left lists menu items: Dashboard, Trading Hours & Holiday, Configure Calendars, Configure Services (highlighted in blue), Configuration, Custom fields, and Manage Diares. The main content area is titled 'Details' and contains three form fields: 'Name:' with the value 'Treatment Name', 'Duration:' with the value '60', and 'Price:' with the value '75'.

Figura 3.30: Configuración de Servicios

5. Clic en el botón Guardar y se crea automáticamente el servicio.

Configuration tiene las opciones relacionadas al mensaje que recibe el futuro cliente entre más opciones.

Recomendación: si el administrador tiene los conocimientos requeridos para hacer las modificaciones respectivas puede realizarlas caso contrario se sugiere no realizar cambios.

The screenshot shows the 'PBooking Manager' interface for email configuration. The top navigation bar is the same as in Figure 3.30. The sub-header is 'PBooking Manager' with 'Guardar & Cerrar' and 'Cancelar' buttons. The sidebar on the left lists: Dashboard, Trading Hours & Holiday, Configure Calendars, Configure Services (highlighted in blue), Configuration, Custom fields, and Manage Diares. The main content area has tabs: 'Messages Setup' (selected), 'View Settings', 'Data Configuration', 'Calendar Subscribe and Publishing Options', and 'Debug Settings'. Under 'Messages Setup', there are three sections: 'Email Subject:' with the text 'Verificación de la reservación', 'Email Body:' with a text area containing HTML code: `<p>Hi {nombre} {apellidos}</p><p>Gracias por elegirnos para su próximo tratamiento. Por favor, haga clic en el enlace de abajo para validar su cita con nosotros </p><p>Los detalles de su reservación son:
{booking_details}</p>`, and 'Calendar Message:' with a text area containing `
change this
calendar message
 to something more appropriate
`. At the bottom, there is a 'Create Message:' section with a text area containing `
change this
create message
 to something more appropriate
`. The footer shows '©CC Action' and '99'.

Figura 3.31: Configuración de Correos

Customfields en esta opción se establece los campos requeridos u opcionales que se solicitan para realizar la reservación de citas.

Pasos para crear un nuevo campo:

1. Clic en el botón Nuevo.
2. Aparecen las opciones para definir el nuevo campo:
 - a. En Field Name escribimos la etiqueta del campo.
 - b. En Type seleccionamos el tipo de campo con las siguientes opciones:
 1. Textfield
 2. Selectbox
 3. Checkbox
 4. Radio
 5. Textarea
 - c. En Variable Name se escribe el nombre del campo.
 - d. En Size se digita el numero de dígitos máximos del campo.
 - e. Si es obligatorio en nuevo campo creado debe elegir la opción: IsRequired?
 - f. En Values escribe un texto predeterminado.

The screenshot shows the 'PBooking Manager' configuration page. The 'Custom fields' section is active. The configuration details are as follows:

- Field Name: Label
- Type: Textfield
- Variable Name: dbfield
- Size: 60
- Is Email?:
- Is First Name?:
- Is Last Name?:
- Is Required?:
- Values:

Figura 3.32: Configuración de Ingreso de datos

ManageDiales presenta dos calendarios: el primero muestra el mes en curso sombreado con amarillo el día actual y con verde los días que existen reservas de clientes. El segundo calendario muestra a los doctores con el respectivo horario como está fijado con el día actual mostrara las reservas del día.

The screenshot displays the 'ManageDiales' interface. On the left, a calendar for March 2015 is shown, with the 7th of March highlighted in yellow. On the right, a table shows the appointment schedule for that day, organized by doctor and time slot.

		07 Marzo 2015										
		Dr. Eduardo Zurita - Medicina General	Dr. Kella Zambrano - Medicina General	Dr. Jofre Milla - Medicina General	Dr. Andres Pineda - Medicina General	Dr. Esteban Vera - Pediatría	Dr. María Ciro - Pediatría	Dr. Aspel Solerazo - Ginecología	Dr. Virginia Alvarez - Ginecología	Dr. Carlos Vargas - Cardiología	Dr. Luis Suarez - Cardiología	Dr. Javier Salda - Oncología
08:00 am												
08:30 am												
09:00 am												
09:30 am												
10:00 am												
10:30 am												
11:00 am												
11:30 am												
12:00 pm												
12:30 pm												
13:00 pm												

Figura 3.33: Listado de Citas

Como se mencionó anteriormente los días de color verde en el calendario del mes actual son los días en que se ha realizado reservas, para ver el detalle de las reservas solo basta dar clic sobre en día.

The screenshot shows the PBBooking Manager interface. On the left, there is a navigation menu with options like 'Dashboard', 'Trading Hours & Holiday', 'Configure Calendars', 'Configure Services', 'Configuration', 'Custom Fields', and 'Manage Dates'. The main area displays a calendar for March 2015. The date 10/03 is highlighted in yellow. To the right of the calendar is a table showing the details of confirmed appointments for 10 March 2015.

	Dr. Eduardo Zurita - Medicina General	Dra. Kella Zambrano - Medicina General	Dra. Jullissa Mita - Medicina General	Dr. Andres Rivadeneira - Medicina General	Dr. Erick Vera - Pediatría	Dra. Maura Casas - Pediatría	Obs. Angela Solorzano - Ginecología	Obs. Virginia Alvarez - Ginecología	Dr. Carlos Vargas - Cardiología	Dr. Susana Carr...
08:00 am				Reservación de cita - 20 minutos por Cliente Asesoria						
08:30 am										
09:00 am										
09:30 am										
10:00 am										
10:30 am										
11:00 am										
11:30 am										
12:00 pm										
12:30										

Figura 3.34: Listado de Citas confirmadas

Automáticamente se visualizará que doctor, hora y listado de pacientes.

3.10.2. Modificación de Citas

La modificación de citas se realiza únicamente el usuario operario de la clínica, tendremos dos escenarios:

1. El cliente mediante una llamada telefónica al departamento de admisiones de la clínica solicita cambiar su reserva.
2. El doctor o especialista no puede atender a las reservas realizadas con anterioridad, el departamento de

admisiones debe organizar las reservas existentes mediante llamadas o envío de correos.

Para cualquiera de los dos escenarios debe ingresar a la siguiente opción:

Debe ingresar a la opción de **Dashboard** y dar clic sobre la reservación que desea modificar o en la opción **ManageDiarese** ubicada en el día y en la reserva da clic y se muestra el siguiente cuadro con la información.

The screenshot displays the 'PBooking Manager' interface. At the top, there is a navigation menu with options: Sistema, Usuarios, Menús, Contenido, Componentes, Extensiones, Ayuda, and VirtueMart. Below the menu, the title 'PBooking Manager' is visible. A toolbar contains buttons for 'Save Changes', 'Delete Event', 'Download to Calendar', and 'Cancelar'. The main content area is divided into a left sidebar and a main form. The sidebar includes links for Dashboard, Trading Hours & Holiday, Configure Calendars, Configure Services, Configuration, Custom Fields, and 'Manage Diarese' (which is highlighted in blue). The main form contains a warning message: 'Please note: if you are publishing this calendar your edits will be overwritten by the next publish. Please change this appointment in the offline calendar.' Below this, there are several input fields: 'Summary' with the value 'Reservación de cita - 30 minutos for Cleofe Asencio', 'Description' with a long text string containing patient information, 'Booking Date' set to '2015-03-18', 'Booking Time' set to '10:00 am', and 'Calendar' set to 'Dr. Andres Rivadenaira - Medic'.

Figura 3.35: Modificación de Citas

En este cuadro solo puede cambiarlos datos de fecha, hora y doctor.

3.10.3. Crear o actualizar Catálogo de Servicios enVirtueMart

Una vez ingresado al administrador de Joomla nos dirigimos a la barra de menú, y seguimos los siguientes pasos:

1. Seleccionamos el menú COMPONENTES.

2. Opción VIRTUEMART la cual nos dirigirá al panel de control.

Detallamos cada una de las opciones del componente.

Productos muestra las categorías de productos.

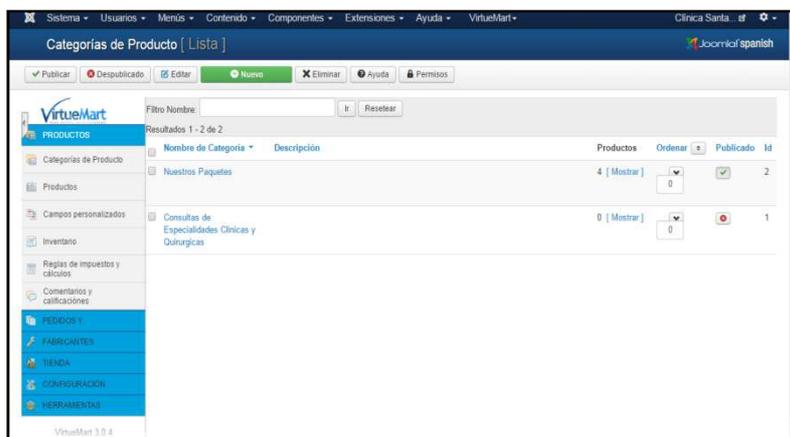


Figura 3.36: Categoría de Productos

En esta opción podemos crear o modificar o eliminar categorías de producto existente, se deben seguir los pasos que muestra el componente.

La opción de crear productos va ligada a la categoría de productos de la misma manera se puede crear, modificar, cambiar de categoría o eliminar los productos.

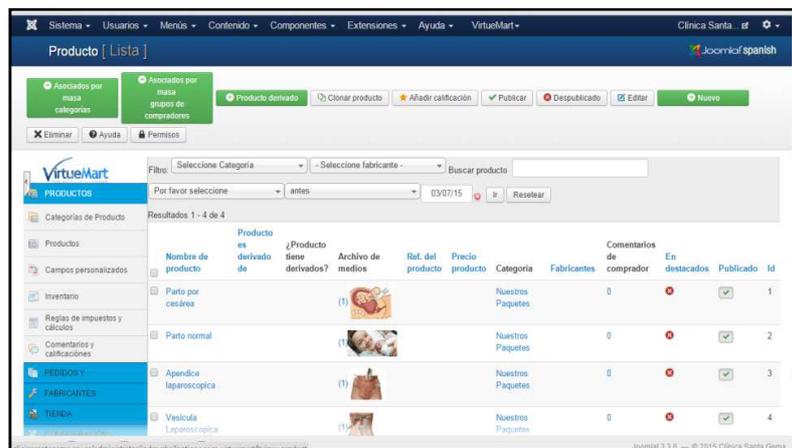


Figura 3.37: Mantenimiento de Productos

En este cuadro muestra la información del producto, tiene una variedad de información que debe ser manejada por el administrador.

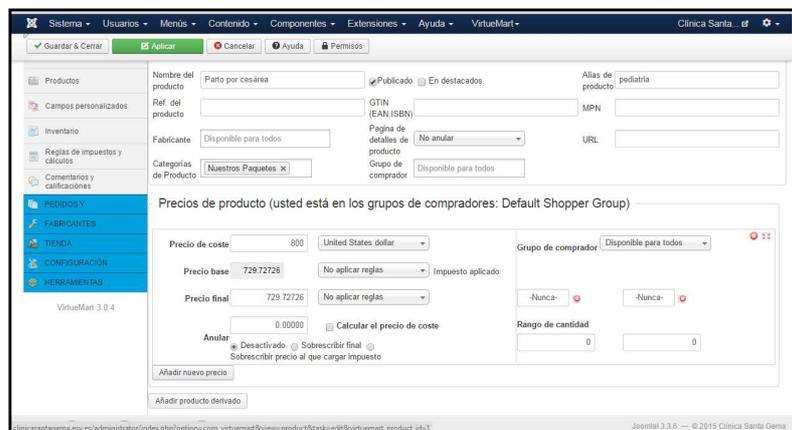


Figura 3.38: Modificación de Productos

VirtueMart cuenta con una variedad de opciones, solo se esta utilizando este componente a manera de catálogo en los servicios de la clínica Santa Gema.

3.10.4. Actualizar Imágenes en FlippingBook

Para cambiar o actualizar las fotos del componente de FlippingBook hay que seguir los siguientes pasos:

1. Para subir los fotos escoger la opción **File Manager**.

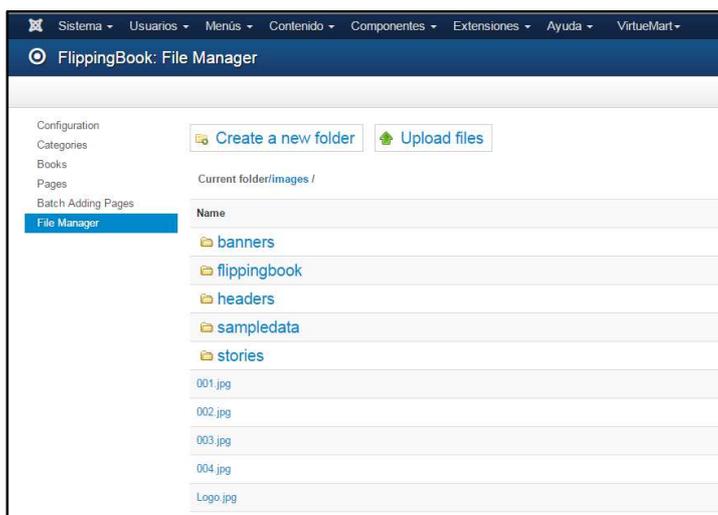


Figura 3.39: Administrador de Imágenes

2. Escogemos el botón **Upload files**.

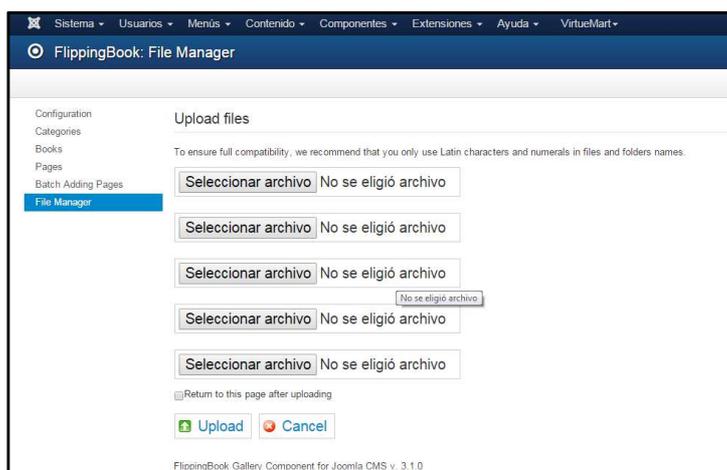


Figura 3.40: Cargar Imágenes

3. Dar clic en el botón **Seleccionar archivo** por cada foto a subir, las que aparecerán en la galería.
4. Luego clic en el botón **Upload**.
5. Aparece un mensaje de imágenes subidas satisfactoriamente.
6. Luego escoger la opción **Pages**.

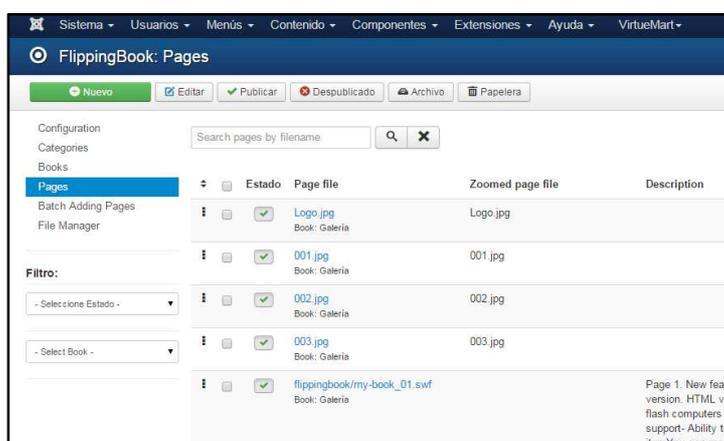


Figura 3.41: Seleccionar archivos a publicar

7. Para agregar las fotos subidas anteriormente, dar clic en el botón **Nuevo**.
8. Seleccionar la imagen subida en el campo **Image**.
9. En el campo **ImageforZooming**.

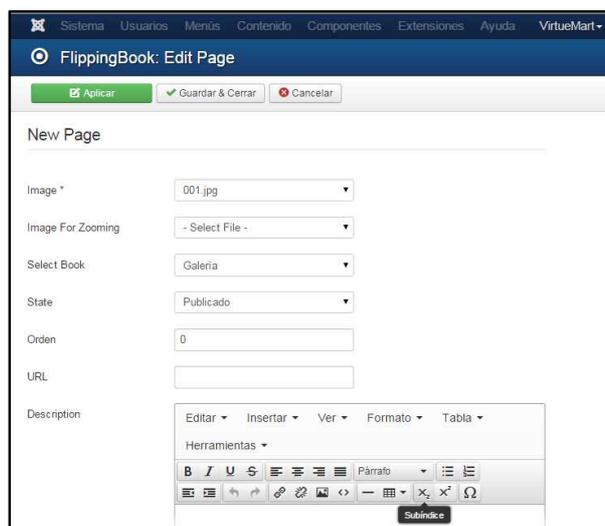


Figura 3.42: Configuración de Imágenes publicadas

10. Finalmente dar clic en **Guardar & Cerrar**.
11. En caso de no desear que las fotos anteriores seleccione la imagen que desea no volver a ver en la galería y clic en el botón **Despublicado**.

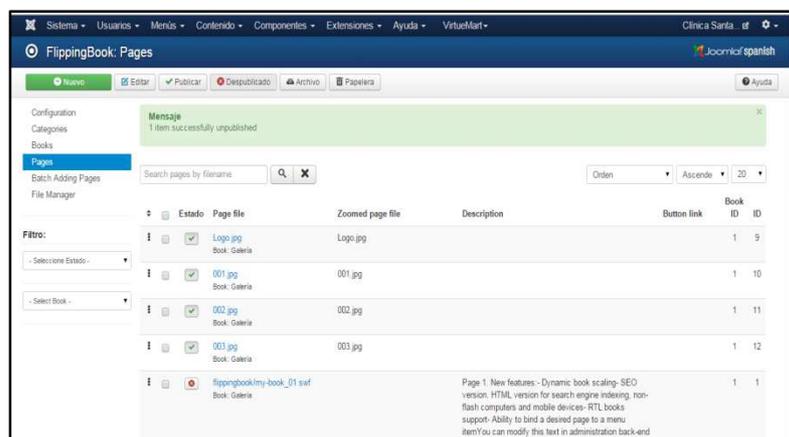


Figura 3.43: Despublicar imágenes

3.10.5. Servicio en Línea mediante KideChat

En la pantalla de inicio tenemos un chat, la clínica lo utilizamos como una asistencia en línea. Habrá siempre un usuario invitado que otorga KideChat y el usuario administrador, quien debe iniciar sesión, quien está atento a responder al cliente.

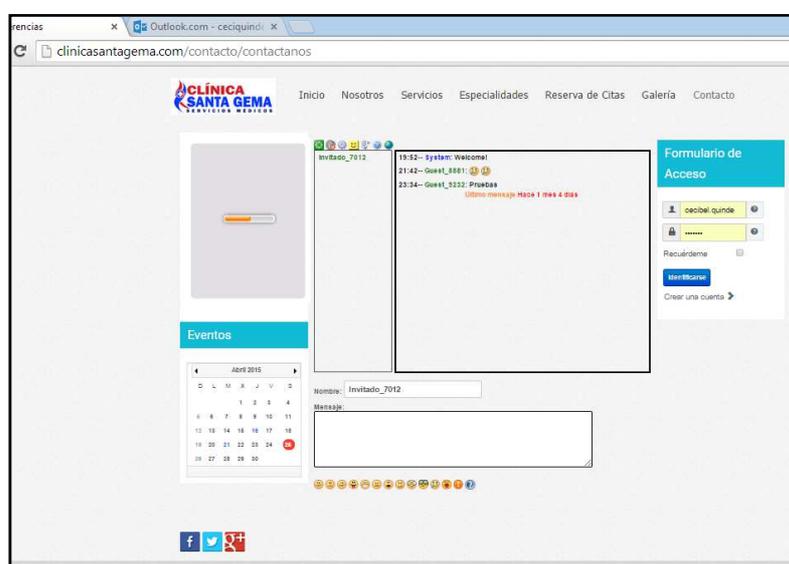


Figura 3.44: Servicio en línea

Una vez que el usuario administrador ingresa sesión con su respectivo usuario y contraseña podrá responder a las inquietudes que se encuentren:

CAPÍTULO 4

4. CAPACITACIÓN Y PRUEBAS

La capacitación es una actividad primordial que debe realizarse, para aprovechar la herramienta implementada al máximo, además para familiarizar al usuario con el portal web. Al personal de clínica se le hará la respectiva capacitación haciendo uso de la aplicación de tal manera que facilite el uso del mismo, para dar a la clínica competitividad en el mercado.

4.1. Capacitación al personal

Con la capacitación del personal tendrá por objetivo el manejo de reservas de citas médicas y del catálogo virtual de los servicios ofertados por la clínica, para que se hagan de manera óptima, minimizar el tiempo y tener un mejor control y competitividad en el mercado en el que se desenvuelve.

Por tal motivo se realizará una capacitación completa al personal idóneo quien manejará el administrador del portal web, las personas

capacitadas se comprometerán al buen uso del portal web para mejorar la calidad de servicio de la clínica

4.2. Objetivos de la capacitación

La capacitación al personal que manejará o administrará el portal web tiene los siguientes objetivos.

- ✓ Facilitar la uso del portal web
- ✓ Proporcionar al personal los conocimientos necesarios para el correcto uso y el desempeño eficiente del portal web
- ✓ Establecer un ambiente de responsabilidad para que el manejo del portal web de una mayor competitividad en el mercado establecido

4.3. Lugar de la capacitación

La capacitación se llevara a cabo en la sala de juntas de la clínica, se realizará un cronograma y listado del personal, coordinando con la administración fecha y horario de capacitación.

4.4. Cronograma del proyecto y capacitación

Se estimó un cronograma de trabajo para el diseño y desarrollo del portal web junto este cronograma se establece la capacitación al personal de la clínica.

Los detalles del cronograma se encuentran el en ANEXO 5

4.5. Plan de Pruebas

Una vez que el portal web se ha construido, es necesario hacerlo pasar por una serie de pruebas antes de entrar a la fase de producción. Mediante dichas pruebas, se medirá su reacción frente a diversas acciones que realizarán los usuarios desde sus páginas.

Entre otros aspectos será necesario probar el desempeño de la plataforma tecnológica usada; seguridad ante intentos de ataque y exactitud; corrección de su contenido y su despliegue en los diferentes programas visualizadores, entre otros aspectos.

Dado que los errores serán comunes, se debe preparar a los usuarios que harán las pruebas para este tipo de ambiente, explicándoles que las situaciones de error en esta etapa serán lo normal y que gradualmente éstas irán desapareciendo para dar lugar al funcionamiento normal.

Con el fin de testear las diferentes capacidades de un Sitio Web, es definir tareas de verificación que tienen por objeto encontrar errores y solucionarlos de manera ordenada y documentada.

4.5.1. Pruebas de Interfaces y Contenidos

- ✓ Revisión de imágenes que no estén pixeladas.
- ✓ Revisión de contenidos descuadrados.
- ✓ Revisión de hipervínculos y enlaces.

4.5.2. Pruebas de Funcionalidad y Operaciones

- ✓ Validación de formularios como: campos obligatorios, revisión de la sintaxis,
- ✓ Revisión de opciones
- ✓ Revisión de flujo de funciones sea el correcto.

4.5.3. Pruebas de Carga

- ✓ Ingreso del portal web en diferentes navegadores
- ✓ Tiempo de acceso de los usuarios a los datos
- ✓ Tiempos usados en transferencia de datos
- ✓ Tiempo de espera de los usuarios tras hacer un clic.
- ✓ Niveles de error existentes tras clicks de usuarios.

4.5.4. Pruebas de Respaldo y Recuperación

- ✓ Definir políticas de respaldo con el personal encargado de la administración del portal.
- ✓ Respaldar información, datos e imágenes si es necesario proponer un servicio en la nube.

4.5.5. Registro y Control de Pruebas

- ✓ Definir procedimiento para registrar los errores mediante un formato.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El presente trabajo busca mejorar la atención al cliente por medio del portal web, beneficiando a los clientes que normalmente utilizan los servicios de la clínica, brindando información oportuna, de esa manera estos clientes fieles refieran a familiares, amigos y conocidos haciendo que la clínica, cumpla a cabalidad con los objetivos propuestos. Explicado de la siguiente manera:

1. Dar a conocer al personal con su respectiva especialidad y los servicios que posee la clínica, mejorando la atención del cliente.
2. Una vez que el paciente conoce el horario del profesional de su preferencia elige el día y la hora que desea ser atendido.
3. Por medio del portal web el paciente podrá aportar con las sugerencias y pareceres que ayuden al crecimiento de la clínica.
4. El portal web se implementó con el CMS JOOMLA aplicando el módulo VIRTUEMART para el catálogo de servicios.
5. Visualiza un listado plano de las reservas realizadas en el día.

RECOMENDACIONES

1. Debido a que el portal web cuenta con una base de datos es necesario realizar las respectivas medidas de seguridad de la información ya que esta expensa a cualquier situación externa que puede provocar perdida de información o daño.
2. Se debe actualizar la información de la clínica con imágenes actualizadas, videos, horarios, listado de médicos disponibles.
3. Crear alguna alianza estratégica con proveedores de insumos médicos o medicamentos para publicitar su marca en el portal web de la clínica.
4. Se recomienda al administrador de la página estar pendiente de las actualizaciones de los componentes usados en el portal.
5. Si desea implementar a futuro la tienda virtual puede aplicarla hasta llegar al pago del servicio, la herramienta queda instalada solo se necesita conocimiento del manejo y uso del componente.

BIBLIOGRAFÍA

[1] Wikipedia, Sistema de Gestión de Contenidos, (página modificada 29 Abril 2015) http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_contenidos.

[2] Gill García Gregorio (2011), El gran libro de Joomla, Edición Marcombo.

[3] Gill García Gregorio (2012), El gran libro de Drupal 7, Ediciones técnicas Marcombo.

[4] Wordpress. About (2003), <https://es.wordpress.org/>,

[5] Utrera Gonzales Franco, Cancún, México, 1º Edición (2009), Construye tu blog con Blogger,

[6] Matriz FODA (2011), <http://www.matrizfoda.com/>,

[7] Sánchez Gómez María Gema (2008), Cuantificación de la cadena de valor extendida, Del Blanco Editores.

[8] Centro de Investigaciones Sociológicas (2011), Edición Montalbán.

[9] Eduardo Liberos, Ignacio Somalo, Juan Gil, Rafael García y Juan Antonio Merino(2010), El Libro del Comercio Electrónico, Edición ESIC Editorial.

[10] Marie PRAT (2013), SEO-Posicionamiento Web, 3º Edición.

[11] Virtuemart: Free e-commerce solution, <http://virtuemart.net/>.

[12] PurpleBeanie- Online Service Booking for Joomla, <http://www.purplebeanie.com/>.

- [13] Phoca – Maps Component (2007), <http://www.phoca.cz/phocamaps>
- [14] FlippingBook Joomla Gallery Component (2003), <http://www.page-flip-tools.com>
- [15] Jevents – The Leading Events Listing Management Calendar for Joomla (2013), <https://www.jevents.net>.
- [16] Kide Chat Pro – Joomla! Extension Directory (2005), <http://extensions.joomla.org/profile/extension/communication/chat/kide-chat-pro>.
- [17] Google Analytics – Lista de Funciones de Google Analytics, https://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/features/
- [18] Vince Fernández Alarcón (2006), Desarrollo de Sistemas de Información, Edicions UPC.

ANEXOS

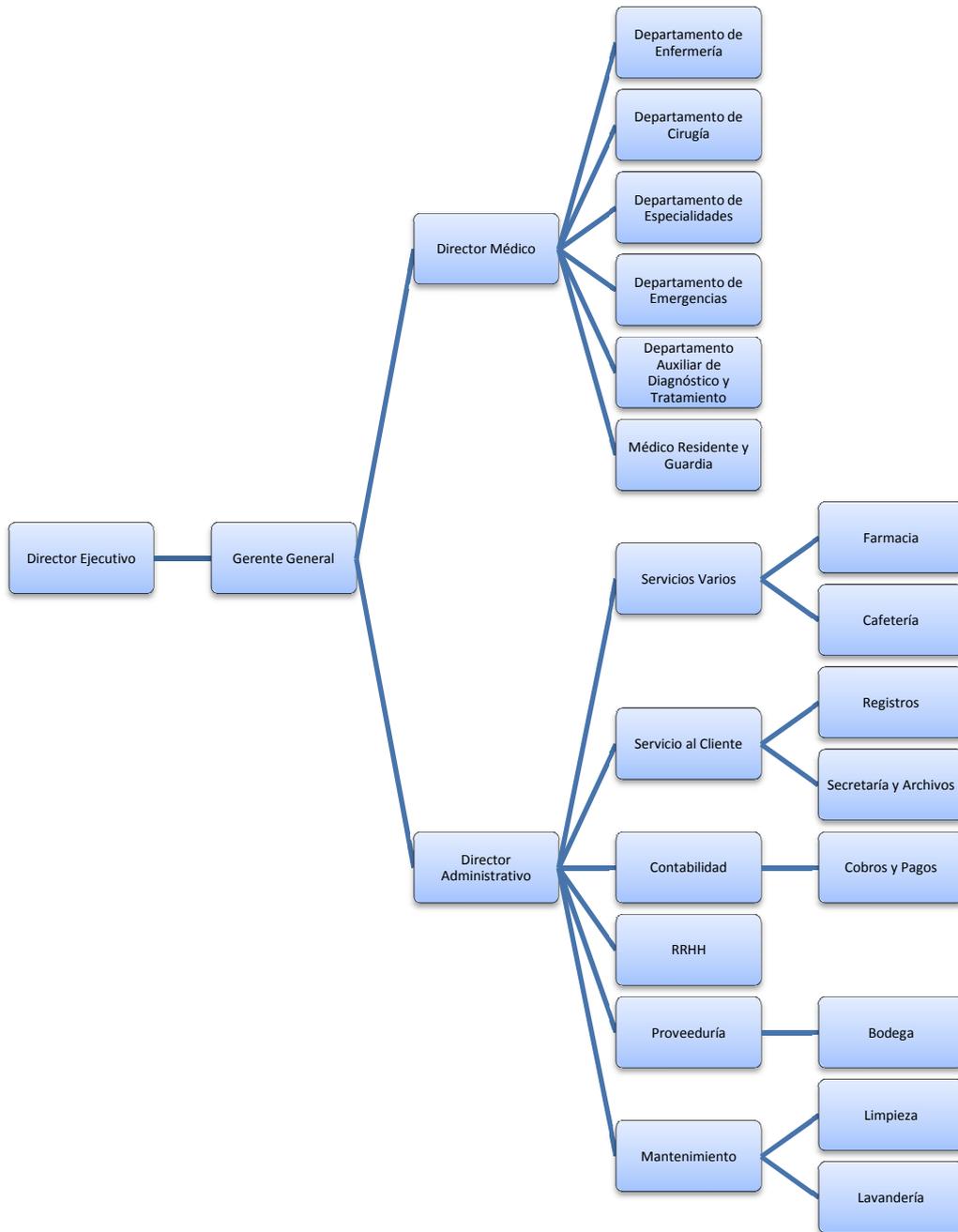
ANEXO 1 - CERTIFICACIONES, REGLAMENTOS Y CONTROL

Para garantizar la atención de calidad de los clientes, Clínica Santa Gema cuenta con los siguientes avales:

- ✓ Reglamento de Trabajo aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales
- ✓ Plan de Emergencia y Desastre, aprobado por el M.I. Municipalidad de Guayaquil
- ✓ Normas y Procedimientos de Manejo de Desechos Generados en Clínica Santa Gema, presentado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- ✓ Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo y reporte de generación de riesgos, aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales

En 2014 se firma el convenio con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para la atención en consultas médicas a sus afiliados.

ANEXO 2– ORGANIGRAMA FUNCIONAL CLÍNICA SANTA GEMA



ANEXO 3 - SERVICIOS DE LA CLÍNICA SANTA GEMA

Laboratorio Clínico y Patológico

LABORATORIO	
1	INMUNO-HEMATOLOGIA: BIOMETRIA HEMATICA ERITROSEDIMENTACION HEMATOZOARIO TIEMPO DE PROTROMBINA TIEMPO DE TROMBOPLASTINA AGRUPACION SANGUINEA.
2	PRUEBAS BIOQUÍMICAS: GLUCOSA UREA CREATININA ÁCIDO ÚRICO ALT AST PROTEÍNAS TOTALES ALBUMINA GLOBULINA COLESTEROL TRIGLICÉRIDOS HDL COLESTEROL LDL COLESTEROL VLDL COLESTEROL GAMMA GT FOSFATASA ALCALINA FOSFATASA ÁCIDATOTAL FOSFATASA ÁCIDA PROSTÁTICA HIERRO SERICO CAPACIDAD DE FIJACIÓN DE HIERRO ÁCIDO ÚRICO EN ORINA DEPURACIÓN DE CREATININA AMILASA LIPASA BILIRRUINA TOTAL Y DIRECTA MICROALBUMINURIA
3	ELECTROLITOS: SODIO POTASIO CLORO MAGNESIO FÓSFORO

	CALCIO TOTAL
4	PRUEBAS PARA ENFERMEDADES INFECCIOSAS: ANTICUERPOS ANTI TOXOPLASMA IGG E IGM ANTICUERPOS ANTI CITOMEGALOVIRUS IGG IGM ANTICUERPO ANTI RUBEOLA IGM HEPATITIS A B C AGLUTINACIONES FEBRILES ASTO, PCR, RATEST HIV DENGUE HELICOBACTER IGG VDRL
5	HORMONAS: PROGESTERONA PROLACTINA FSH, LH ESTRADIOL CORTISOL INSULINA EMBARAZO EN SANGRE EMBARAZO EN ORINA.
6	MARCADORES TUMORALES: ALFA FETO PROTEINA ANTIGENO CARCINOEMBRIONARIO CEA CA125, CA153, CA 19. 9, CA 72. 4, PSA TOTAL
7	MARCADOR CARDIACO: TROPONINA ULTRASENSIBLE
8	MARCADOR DE ALERGIA: IGE TOTAL
9	BACTERIOLOGÍA: CULTIVO ORINA SEMEN EXUDADO VAGINAL EXUDADO FARINGEO COPROCULTIVO CULTIVO DE HERIDAS INFECTADAS TINCION ZIEHL NEELSEN
10	ORINA: FÍSICO QUÍMICO Y SEDIMENTO
11	COPROLÓGICO: COPROPARASITARIO POLIMORFONUCLEARES (CITOLOGIA FECAL) HELICOBACTER EN HECES
12	CITOLOGÍA: VAGINAL Y DE LIQUIDOS.
13	SERVICIO A DOMICILIO:

	EN CASOS ESPECIALES
14	SERVICIO EMPRESARIAL: COMO PREVENTIVA.

Imagenología: Rayos X y Ecografía

IMÁGENOLOGIA	
No.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
1	EXÁMENES CONTRASTADOS: TRÁNSITO ESÓFAGO GASTRO DUODENAL ENEMA BARITADO UROGRAMA EXCRETORIO HISTEROSALPINGOGRAFÍA URETROGRAFÍA
2	SIALOGRAFÍA
3	EXÁMENES RADIOGRÁFICOS SIMPLES
4	ECOGRAFÍAS: RENAL PÉLVICA ABDOMEN SUPERIOR OBSTETRICAS PRÓSTATA SUPRAPÚBICA TRANSRECTAL ECO TESTICULAR ECOGRAFÍA OBSTETRICA DOPPLER 3/4 ECO DE MAMA ECO DE TEJIDOS BLANDOS ECO VAGINAL ECO MUSCULAR ECO DE GLÁNDULAS SALIVALES ECO DE TIROIDES

Consultas de Especialidades Clínicas y Quirúrgicas

OFTALMOLOGÍA	
No.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
1	CONSULTA EXTERNA
UROLOGÍA	
1	CONSULTA EXTERNA

2	CISTOURETROSCOPIA
3	CISTOURETROSCOPIA CON IRRIGACIÓN
4	CISTOURETROSCOPIA CON CAUTERIZACIÓN
5	CISTOURETROSCOPIA CON BIOPSIA
6	DILATACIÓN URETRAL POR PASO DE CÁLCULO
7	DILATACIÓN DE ESTRECHEZ URETRA
8	DILATACIÓN URETRA FEMENINA
9	DESTRUCCIÓN DE LESIONES EN PENE
10	UROFLUJOMETRIA SIMPLE
CARDIOLOGÍA	
No.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
1	CONSULTA EXTERNA
2	ELECTROCARDIOGRAMAS
3	ECO CARDIOGRAMAS
4	EKG
5	HOLTER PA
6	HOLTER EKG
7	ECOCARDIOGRAMA DOPPLER COLOR
8	ECO DE CARÓTIDA
OTORRINOLARINGOLOGÍA	
No.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO
1	CONSULTA EXTERNA
2	LARINGOSCOPIA DIAGNÓSTICA
GASTROENTEROLOGÍA	
1	CONSULTA EXTERNA
2	ENDOSCOPIA ALTA MAS BIOPSIA
3	SIGMOIDEOSCOPIA DIAGNÓSTICA CON BIOPSIA
4	RECTOSCOPIA
5	COLONOSCOPIA
GINECOLOGÍA	
1	CONSULTA EXTERNA
2	INCISIÓN Y DRENAJE DE ABCESOS DE GLANDULA DE BARTOLINO
3	INCISIÓN Y DRENAJE DE QUISTE DE GLÁNDULA DE BARTOLINO
4	DESTRUCCIÓN DE LESIONES VULVA

5	DESTRUCCIÓN DE LESIONES DE PERINÉ
6	BIOPSIA DE LA VULVA
7	BIOPSIA DE PERINÉ
8	EXTIRPACIÓN DE QUISTE O TUMOR VULVOVAGINAL
9	COLPORRAFÍA SUTURA DE LACERACION
10	COLPOPERINEORRAFÍA
11	BIOPSIA SENCILLA O MULTIPLE
12	CURETAJE ENDOCERVICAL
13	CURETAJE ENDOCERVICAL CON CAUTERIZACIÓN
14	COLPOSCOPIA CON BIOPSIA (S) DE CERVIX
15	COLPOSCOPIA CON CURETAJE ENDOCERVICAL
16	COLPOSCOPIA CON CONIZACIÓN DE CERVIX
17	RETIRO DE DISPOSITIVO INTRAUTERINO
18	EXTIRPACIÓN DE POLIPOS ABORTIVOS DE CERVIX
NEUMOLOGÍA	
1	CONSULTA EXTERNA
2	ESPIROMETRIA SIMPLE
3	ESPIROMETRIA SIMPLE Y BROCODILATADORES
4	NEBULIZACIONES
5	DOTS
1	CONSULTA EXTERNA
2	PUNCIONES ASPIRATIVAS DE TIROIDES
PEDIATRÍA	
1	CONSULTA EXTERNA
2	VACUNAS DEL M.S.P.
3	CAMPAÑA ESTACIONAL ANTIINFLUENZA
4	VACUNAS INSTITUCIONALES - HEPATITIS B - PREVENAR
DERMATOLOGÍA	
1	CONSULTA EXTERNA
2	CAUTERIZACIONES DE VERRUGAS QUERATOSIS SEBORREICAS QUERATOSIS ACTINICAS NEVOS ACROCORDONES XANTELASMAS INFILTRACIONES CON CORTICOIDES A QUELOIDES

	ALOPECIAS AREATAS LIQUEN PLANO Y CRONICO VITILIGO LUPUS DISCOIDE PSORIASIS QUISTE DE ACNÉ
3	DERMATOSIS URGENTES VARICELA HERPES GENITAL PSORIASIS GENERALIZADA TUMORES MALIGNOS FORUNCULOSIS IMPETIGOS MILIARIAS QUEMADURAS SOLARES REACCIONES ALÉRGICAS DERMATITIS DE CONTACTO AGUDA PIE DE ATLETA INFECTADO
TRAUMATOLOGÍA	
1	CONSULTA EXTERNA
2	INMOVILIZACIONES POR FRACTURAS O LUXACIONES
OBSTETRICIA	
1	CONSULTA EXTERNA
NEFROLOGÍA	
1	CONSULTA EXTERNA
NEUROLOGÍA	
1	CONSULTA EXTERNA
PSIQUIATRIA	
1	CONSULTA EXTERNA
MEDICINA GENERAL	
1	MEDICO A DOMICILIO
2	CONSULTA EXTERNA
MEDICINA INTERNA	
1	CONSULTA EXTERNA
MEDICINA OCUPACIONAL	

1	CONSULTA EXTERNA
---	------------------

Odontología

ODONTOLOGÍA	
1	PROFILAXIS
2	APLICACIÓN DE FLUOR
3	SELLANTES
4	RESTAURACIONES PROVISIONALES
5	RESTAURACIONES DE RESINA SIMPLES
6	RESTAURACIONES DE RESINA COMPUESTA
7	RESTAURACIONES DE RESINA COMPLEJA
8	RESTAURACIONES DE AMALGAMA SIMPLES
9	RESTAURACIONES DE AMALGAMA COMPUESTA
10	RESTAURACIONES DE AMALGAMA COMPLEJA
11	EXODONCIAS
12	CURETAJE SUBGINGIVAL
13	CEMENTACIÓN DE CORONAS

Quirúrgico

QUIRÚRGICO	
1	CONSULTA EXTERNA
2	COLECISTECTOMIA LAPAROSCOPICA O ABIERTA
3	HERNIAS DE PARED ABDOMINAL INGUINAL UMBILICAL EPIGÁSTRICAS VENTRAL CRURAL FEMORAL
4	Ühidrocele
5	EXCERESIS DE TROMBO HEMORROIDAL
6	EXCERESIS DE TUMORES DE PARTES BLANDAS MAYORES DE 5 CC, LIPOMAS, QUISTE SEBACEOS QUISTE PILONIDAL REMOCIÓN DE CICATRIZ QUELOIDE EXTRACCIÓN DE CUERPO EXTRAÑO RESECCIÓN DE TEJIDO MAMARIO ECTOPICO AXILAR QUISTE SINOVIAL O GANGLIONES BIOPSIAS DE ADENOPATIAS U OTROS Y OTRAS TUMORACIONES NO COMPLICADAS

7	EXCERESIS GINECOMASTIA
8	TRAUMA: TENORRAFIA CIRUGÍA DE MANO Y PIE REPARACIÓN DE HERIDAS MAYORES
9	QUEMADURAS DE I Y II GRADO HASTA EL 5% DE SUPERFICIE CORPORAL QUEMADA
10	CESÁREAS Y PARTOS
11	HISTERECTONIAS
12	CIRCUNSIÓN NIÑO ANASTECIA GENERAL
13	VASECTOMÍA
14	VARICOCELE
15	BARTOLINITIS
16	FISTULA ANAL
17	HEMORROIDES
18	CIRUGÍA MENOR

ANEXO 4 - ENCUESTA - CLINICA SANTA GEMA

1. ¿De qué manera obtiene información de una clínica cuando se hace atender?
Internet Teléfono Referido En Clínica
2. ¿Qué especialidades usa frecuentemente?
Pediatría Cardiología Ginecología Gastroenterología
Traumatología
3. ¿Conoce de los paquetes promocionales que ofrece la clínica?
SI NO
4. ¿Conoce todos los servicios que ofrece la clínica?
SI NO
5. ¿Le gustaría programar su cita médica desde su trabajo u hogar?
SI NO
6. ¿Conoce los horarios de los médicos que atienden en la clínica?
SI NO
7. ¿Le gustaría tener alguna información de los médicos que laboran en la clínica?
SI NO
8. ¿Le gustaría ver fotos o videos de los procedimientos que se hacen en la clínica?
SI NO
9. ¿Cómo calificaría la atención de la clínica?
Bueno Satisfactorio Muy Satisfactorio
10. ¿Qué recomendaciones daría a la clínica para que usted se informe de toda la información que ofrece?
