



# ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Escuela de Postgrado en Administración de  
Empresas

Maestría en Gerencia Hospitalaria

## TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de  
Especialista en Gerencia de Servicios de Salud

## PROYECTO

**Hotel - Hospital Afrodita Resort**

*Autores:*

Dra. Evelyn Patricia Frías Toral  
Dr. Hamilton Jotyin Lama Tapia  
Dra. Alba Elena Zanabria Villamar

**DIRECTOR:**

**Dr. Ernesto Torres Terán**

**Guayaquil - Ecuador**

**2007**



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MAESTRÍA EN GERENCIA HOSPITALARIA

BIBLIOTECA  
ESPAE-ESPOL

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

**ESPECIALISTA EN GERENCIA  
DE SERVICIOS DE SALUD**

PROYECTO:

**HOTEL – HOSPITAL AFRODITA RESORT**

AUTORES:

**DRA. EVELYN PATRICIA FRÍAS TORAL  
DR. HAMILTON JOTYIN LAMA TAPIA  
DRA. ALBA ELENA ZANABRIA VILLAMAR**

DIRECTOR:

DR. ERNESTO TORRES TERAN

GUAYAQUIL – ECUADOR

2007



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

	PÁG.
1.- Resumen Ejecutivo	1
2.- Definición del Problema	3
1.1.- Antecedentes del Problema	
3.- Establecimiento del Problema	
4.- Hipótesis	4
5.- Planteamiento del Problema	4
5.1.- Objetivo General	4
5.2.- Objetivo Específico	4
6.- Descripción del Negocio	5
7.- Dimensión y Segmentación del Mercado	5
8.- Diseño de la Investigación	6
8.1.- Tipo de diseño	6
8.2.- Necesidades de la información	6
8.3.- Recopilación de datos de fuentes secundarias	7
8.4.- Recopilación de datos de fuentes primarias	7
8.5.- Técnica de muestreo	8
8.6.- Trabajo de Campo	9
9.- Análisis de datos	9
10.- Resultados	10
10.1.- Análisis de investigación exploratoria	10
10.2.- Análisis de investigación descriptiva	13
10.2.1.- Análisis de encuestas a potenciales usuarios	13
11.- Limitaciones y advertencias	25
12.- Conclusiones	26
13.- Recomendaciones	29
14.- Anexos (fuentes de información, entrevistas, tablas)	33
15.- Bibliografía	52



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL.  
ESCUELA DE POSTGRADO  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MAESTRÍA EN GERENCIA HOSPITALARIA

TRABAJO DE ESPECIALIDAD

**PROYECTO HOTEL-HOSPITAL  
AFRODITA RESORT**

ALUMNOS:

**DRA. EVELYN PATRICIA FRÍAS TORAL  
DR. HAMILTON JOTYIN LAMA TAPIA  
DRA. ALBA ELENA ZANABRIA VILLAMAR**

GUAYAQUIL – ECUADOR

2007

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

En nuestra competitiva sociedad moderna, una apariencia placentera algunas veces significa la diferencia entre el éxito y el fracaso, ya sea en nuestra vida personal o profesional. Es por esta razón, que muchas personas sin importar el sexo recurren a cirugías estéticas frecuentemente.

Debido a que estas cirugías van del músculo hacia fuera, las tratan como ambulatorias pero los médicos cirujanos dependen mucho del cuidado personal de sus pacientes en el post-operatorio, que a veces no es suficiente debido a que los pacientes no siguen las instrucciones paso a paso; o, si viven en otras provincias o extranjeros que retornan a sus hogares antes de tiempo. Los médicos-cirujanos preferirían tenerlos bajo el cuidado de una enfermera, pero no lo hacen debido a que no desean someter al paciente a un ambiente de hospital.

Afrodita Resort estará dirigido a pacientes que requieran servicios de cuidados post operatorios de cirugías plástica y otras relacionadas con la estética de los mismos. Esta industria no se ha desarrollado completamente en nuestro país, ya que los especialistas en Cirugía Estética poseen sus propios quirófanos pero no cuentan con la suficiente infraestructura y personal para mantener al paciente por periodos mayores de hospitalización.

El Afrodita Resort estará en un terreno de 1000 m<sup>2</sup> vía Samborondón. El área escogida se encuentra cerca de las ciudadelas más pudientes de la sociedad, que justamente constituye el mercado al cual está dirigido este centro de recuperación. Además, por encontrarse en la parte rural de la ciudad está rodeada de áreas verdes lo que la convierte en un lugar tranquilo, ideal para un descanso más placentero para su completa recuperación.

El Afrodita Resort tendrá instalaciones de primera con todos los implementos necesarios para alojar a pacientes sometidos a cualquier tipo de cirugía estética, contará con personal médico altamente calificado, se contratará personal altamente entrenado para ofrecerle tranquilidad, calidez y cuidados necesarios al paciente.

Por medio de nuestra página Web, el paciente extranjero podrá contactarse con nosotros para informarse sobre los diferentes cirujanos que hay en Guayaquil, este al contactarse con el cirujano y requerir sus servicios puede acudir a nosotros y dejar los asuntos administrativos en nuestras manos, para que cuando él venga llegue directo a quirófano. Así, le ahorramos al cirujano trabajo extra como es la transferencia de dinero, contestar mail, etc. Esto se haría con un convenio con el cirujano.

Como sería el primer centro existente que ofrece este tipo de servicio en el país, tendríamos que crear el hábito a los cirujanos y a los pacientes. Seríamos dependientes de los cirujanos plásticos, que recomienden las ventajas de tener una recuperación en nuestro centro.

A continuación presentamos las conclusiones que nos dio nuestro estudio y las recomendaciones necesarias para hacer de Afrodita Resort el mejor centro de recuperación para pacientes sometidos a cirugías estéticas.

## CONCLUSIONES

- Más del 70% desea nuestro servicio, recalcando que en mayor porcentaje están los pacientes que ya han sido sometidos a cirugías estéticas, esto es alentador porque son personas que ya han tenido experiencia en el periodo de recuperación.
- Más del 50% está dispuesto a pagar entre 70 y 100 dólares, pero debemos estar alertas que el segundo grupo más numeroso es el que prefiere pagar entre 15 y 60 dólares.
- La mayoría de los encuestados presentaron preferencia por realizar su recuperación en clínica, pero muy de cerca estaba el deseo de hacerlo en casa.
- La mayor parte de los encuestados quisiera estar bajo el cuidado de algún familiar, aunque la segunda preferencia es un enfermero.

## RECOMENDACIONES

- Definir estrategias de comunicación con el cirujano estético para lograr que él nos recomiende para así tener su propia tranquilidad que su paciente está en buenas manos.
- Hacer de nuestras instalaciones acogedoras tanto para el paciente como para el familiar que desee quedarse con él (el cual no tendría costo de habitación) y a los familiares o amigos que vayan de visita.
- Sería primordial realizar un estudio de mortalidad de pacientes que se han sometido a cirugías estéticas.
- Es imprescindible realizar un estudio de costos para determinar el precio de la habitación y el servicio completo y compararlo con el precio que el mercado está dispuesto a pagar, para determinar si es rentable nuestra idea o negocio o no.
- Las mujeres fueron el grupo predominante en este tipo de cirugías, por lo tanto, se debe escoger canales de distribución, estrategias de publicidad y de promoción que capten su atención.
- Considerando que Guayaquil es el centro de la mayoría de nuestros usuarios debemos reforzar la promoción en esta ciudad para lograr captar un porcentaje significativo a nivel local y luego pensar en la expansión interprovincial e incluso internacional. Pero primero debemos fortalecer nuestra participación en el mercado local.

## 2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

### Antecedentes del problema

Las cirugías estéticas no son calificadas de alto riesgo, las tratan como ambulatorias pero los médicos cirujanos dependen mucho del cuidado personal de sus pacientes en el post-operatorio. Los médicos-cirujanos preferirían tenerlos bajo cuidado médico profesional, pero no lo hacen debido a que no desean someter al paciente a un ambiente de hospital.

Realizando un sondeo del mercado, hemos notado que en Ecuador no existe un servicio de esta naturaleza. Pero sí existen algunos cirujanos que cuentan con infraestructura suficiente para dar el servicio a sus pacientes; sin embargo, no lo ofrecen a pacientes de otros colegas. Cabe recalcar, que los cirujanos prefieren no ofrecer el servicio debido a que no es su área, no poseen el tiempo necesario para dedicarse a esto y necesitan mayor personal para que el cuidado de los pacientes.

La idea del proyecto Afrodita Resort se analizó por medio de entrevistas a diferentes profesionales del área médico-estético y a mujeres sometidas a cirugías estéticas, con esto pudimos identificar la necesidad del servicio en Ecuador.

Para tener una idea global del mercado revisamos páginas en Internet<sup>1</sup> que nos ofrecían datos estadísticos de la evolución de este auge del mundo de las cirugías plásticas. Por lo que pudimos concluir que a lo largo de la historia el género predominante para este tipo de cirugías han sido las mujeres, y así se ha mantenido. Sin embargo, en los últimos años se ha observado un incremento notable de pacientes masculinos. Además, antes el grupo etario más frecuente era el de cuarenta a cincuenta años.

Los pacientes ya no son el estereotipo de la mujer de más de 40, sino que también hay hombres y, sobre todo en los últimos años, chicas de menos de 22 años.

En cuestiones de género, no obstante, las mujeres monopolizan las intervenciones quirúrgicas, acaparando el 88,9 % del total. El resto es de los hombres.

El estudio lo hemos comenzado con entrevistas formales a médicos-cirujanos<sup>2</sup>, que nos dieron facilidades para acceder a las historias clínicas de sus pacientes intervenidos desde el 22 de mayo hasta el 12 de junio del 2006. (Ver anexo 1). De estas entrevistas, se sacó en conclusión que las 3 cirugías más frecuentes son: Liposucción simple, combinada y aumentativa de mamas. Las cirugías combinadas son cuando se hacen más de una al mismo tiempo. Ej. Liposucción con aumentativa de mamas.

---

<sup>1</sup> <http://mujer.terra.es/muj/articulo/html/mu28520.htm>, **Cirugía estética por países.**  
[http://www.inec.gov.ec/interna.asp?inc=cs\\_tabla&idTabla=450&tipo=p&idProvincia=9&idSeccion=&idCiudad](http://www.inec.gov.ec/interna.asp?inc=cs_tabla&idTabla=450&tipo=p&idProvincia=9&idSeccion=&idCiudad), Censo de población de grandes grupos por edad en Guayaquil, INEC, 2005.

<sup>2</sup> Nombre tratados confidencialmente

### **3. ESTABLECIMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Existe la demanda del mercado de un servicio especializado en el manejo de todas las fases del postoperatorio de los pacientes de cirugía plástica?

### **4. HIPÓTESIS**

Creemos que los pacientes están interesados en un cuidado profesional en su post operatorio global.

### **5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

De acuerdo a las estadísticas revisadas de los consultorios privados de los cirujanos entrevistados, vemos que la mayor parte de los fracasos en cirugías estéticas están relacionados con una recuperación inadecuada.<sup>3</sup> Muchas veces los pacientes no siguen las instrucciones paso a paso; o, pacientes de otras provincias o extranjeros retornan a sus hogares antes de tiempo.

Las cirugías estéticas con un excelente cuidado post-operatorio no deberían provocar problemas a los pacientes o preocupaciones a los cirujanos. Los médicos no recomiendan una habitación de hospital debido a que sus pacientes están sanos y un ambiente de hospital los puede deprimir y evitar la rápida mejoría.

El Hotel-Hospital Afrodita Resort está dirigido para pacientes que requieran servicios de recuperación de cirugías plástica y otras relacionadas con la estética de los mismos. Esta industria no se ha desarrollado completamente en nuestro país, ya que los especialistas en Cirugía Estética poseen sus propios quirófanos pero no cuentan con la suficiente infraestructura y personal para mantener al paciente por periodos mayores de hospitalización. Mientras que Hotel-Hospital Afrodita Resort brindaría un cuidado total hasta la recuperación completa y el retorno a las actividades cotidianas. Además, para lograr una recuperación integral contaríamos con servicios complementarios necesarios.

#### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

- Analizar el mercado potencial de un servicio de recuperación para pacientes que se han sometido a cirugía estética y aquellos que deseen en un futuro hacerlo.

#### **5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Definir las necesidades de los cirujanos y de los pacientes
- Conocer la demanda del servicio
- Determinar el tipo de usuarios de nuestro servicio
- Determinar el tipo de cuidado postquirúrgico que requiere el paciente
- Evaluar los precios del servicio

---

<sup>3</sup> Estos datos los hemos manejado de forma confidencial, de allí que no podamos nombrar de manera detallada dichas fuentes.

## 6. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

### Características

Afrodita Resort estará dirigido para pacientes que requieran servicios de Cirugías Plástica y otras relacionadas con la estética de los mismos. Esta industria no se ha desarrollado completamente en nuestro país, ya que los especialistas en Cirugía Estética poseen sus propios quirófanos pero no cuentan con la suficiente infraestructura y personal para mantener al paciente por periodos mayores de hospitalización. Mientras que Afrodita Resort brindaría un cuidado total hasta la recuperación completa y el retorno a las actividades cotidianas. Además, para lograr una recuperación integral contaríamos con servicios complementarios necesarios.

El Afrodita Resort estará en un terreno de 1000m<sup>2</sup> vía Samborondón (Anexo 2), el área escogida se encuentra cerca de las ciudadelas más pudientes de la sociedad, que justamente constituye el mercado al cual está dirigido este centro de recuperación. Además, por encontrarse en la parte rural de la ciudad está rodeada de áreas verdes se convierte en un lugar tranquilo, ideal para un descanso más placentero para su completa recuperación.

El Afrodita Resort tendrá instalaciones de primera con todos los implementos necesarios para alojar a pacientes sometidos a cualquier tipo de cirugía estética, contará con personal médico altamente calificado, se contratará personal altamente entrenado para ofrecerle tranquilidad, calidez y cuidados necesarios al paciente.

Cada habitación Standard tendría un área de 20m<sup>2</sup>, en la cual habrá una cama hospitalaria de plaza y media, TV a color con servicio de TV cable y DVD, apoyados en soporte empotrado a la pared, velador con lámpara sensible al tacto, velador para colocar medicamentos y ramo de flores de bienvenida, teléfono, sofá cama para acompañante, mesa soporte con ruedas para comida, armario, AC central, Internet inalámbrico, mininevera con bebidas rehidratantes, purificador de aire, balcón con vista al jardín con puertas corredizas livianas, plantas y dos perezosas. Cada habitación tendrá baño propio de 4m<sup>2</sup> con barandas apropiadas. Estará pintada de colores pasteles para evitar contaminación con colores estridentes.

De acuerdo al propósito del centro se ha destinado una amplia zona de parqueo para los familiares de los pacientes y para facilitar el ingreso de los mismos a las instalaciones. Aparte contamos con espacio para expandir nuestras instalaciones en caso de requerirlo.

## 7. DIMENSIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

### Mercado Objetivo:

- ❖ Mujeres y hombres que asisten a clínicas estéticas para someterse a cirugías
- ❖ Mujeres y hombres con capacidad de compra
- ❖ Mujeres y hombres entre 18 y 40 años

- ❖ Mujeres y hombres que residan en la provincia del Guayas
- ❖ Mujeres y hombres de otras provincias que viajan para someterse a una intervención estética.
- ❖ Extranjeros que buscan intervenir con cirujanos ecuatorianos
- ❖ Pacientes de vida pública que deseen privacidad en su post operatorio

Hemos tomado el Censo de Población de Grandes Grupos por Edad, del año 2001 que publica el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), muestra que:

Existen 1.276.231 personas con edades comprendidas entre 18 y 40 años, las cuales hombres son 625.353 y mujeres 650.878 y considerando que en nuestro país existe un 70% de personas sin capacidad de compra<sup>4</sup>, tenemos que aprox. 187606 hombres y 191435 mujeres tendrían capacidad de compra. Debido a que existe crecimiento de la demanda de varones a este tipo de cirugías, nos podemos dirigir hacia ellos.

## **8. DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

### **8.1.- Tipo de Diseño**

El tipo de Investigación que se utilizó en este estudio es el descriptivo, para poder probar la hipótesis y analizar las relaciones entre los dos grupos estudiados (pacientes ya sometidos a cirugías y futuros pacientes), definir con claridad la información y tomar decisiones.

También se realizó una investigación exploratoria con entrevistas a médico cirujanos-estéticos (Anexo1), quienes nos dijeron que la mayor parte de estas cirugías tienen un post operatorio exitoso con cuidado caseros, sin embargo tienen un alto porcentaje de complicaciones e incluso repeticiones de intervenciones.

Nos comentaron que sí les gustaría contar con un servicio como el Afrodita Resort ya que su negocio son las cirugías más no la hotelería.

### **8.2.- Necesidades de Información**

Los objetivos de nuestro estudio son conocer las opiniones de:

- 1.- Cirujanos-estéticos
- 2.- Pacientes sometidos a cirugías estéticas
- 3.- Pacientes que quieren ser intervenidos
- 4.- Pacientes que tuvieron problemas en su post-operatorio
- 5.- Pacientes que no tuvieron problemas en el post-operatorio

---

<sup>4</sup> OMS, [http://www.paho.org/spanish/dd/ais/be\\_v25n2-perfil-ecuador.htm](http://www.paho.org/spanish/dd/ais/be_v25n2-perfil-ecuador.htm)

### **8.3.- Recopilación de datos de fuentes secundarias**

Se revisaron libros de la biblioteca de la ESPAE, bibliotecas personales, información bajada de Internet sobre Estudio de Mercados y Metodología de la Investigación, datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, artículos de la OMS publicados en su página Web (www.who.int) (Ver bibliografía).

### **8.4.- Recopilación de datos de fuentes primarias**

#### Información obtenida de Investigación Exploratoria:

Debido a que todos conocemos el boom estético que estamos viviendo, nos preguntábamos por qué los cirujanos tratan como ambulatorios sus casos, si en realidad se han escuchado casos de mortalidad por dichas intervenciones.

Por esta razón decidimos consultar con tres cirujanos-estéticos (que quisieron colaborar), visitándolos en sus oficinas y todos coincidieron en que en realidad confiaban mucho en los cuidados caseros y que eso era una preocupación para ellos. Otro problema era que los pacientes de otras provincias y extranjeros viajaban a sus hogares antes de tiempo, haciendo caso omiso de sus indicaciones.

Las entrevistas que se hicieron a los cirujanos estéticos constaron de las siguientes variables (Anexo 1.1.):

- Número de cirugías realizadas al mes
- Deseo de monitorización de los pacientes durante la recuperación del paciente
- Tipos de cirugías realizadas que requieran mayor observación
- Niveles de cuidado necesario para pacientes de cirugía estética
- Numero de cirugías estéticas que realiza al mes
- Opinión sobre nuestra idea de negocio

#### Información obtenida de Investigación Descriptiva:

Para realizar la Investigación Descriptiva se elaboró una encuesta (Anexo 3) que se la basó en nuestros objetivos. Se la dividió en 2 secciones, la sección A para personas que han sido sometidas a cirugía y la sección B la que quieren realizarse una cirugía.

Las preguntas se refieren a las siguientes variables:

- Edad de los encuestados
- Sexo
- Lugar de Residencia
- Nivel de Ingresos
- Si se ha sometido a Cirugía Plástica
- Si se van a realizar alguna Cirugía Plástica.

- Tipos de cirugías que se han sometido: Medimos si el cliente está interesado en hacerse una cirugía.
- Tiempo de recuperación inmediata: Número de horas que toma la recuperación
- Servicio de observación inmediata a la cirugía
- Lugar donde completó recuperación
- Tiempo de recuperación total
- Persona encargada del cuidado post-operatorio
- Complicación en su cirugía
- Preferencia en completar post-operatorio en una habitación de hotel con vigilancia médico-profesional
- Cuánto estará dispuesto a pagar
- Tiempo de residencia en el hotel-hospital

### 8.5.- Técnica de muestreo

Se realizó una encuesta piloto que consistía de 30 formularios distribuidos al azar, no se tomó preferencia de sexo ni edad.

Una vez realizada dicha encuesta se tomó como referencia la pregunta clave # 10 en sección A y # 4 en sección B (ver cuestionario) que indicaba si el usuario estaba interesado en nuestro servicio. Como resultado se obtuvo que 18 estuvieron de acuerdo en hacer uso de nuestro servicio (p – probabilidad del 60% - 0.6).

En este estudio se utilizó la técnica de muestreo probabilístico denominada muestreo aleatorio simple (MAS).

Se trabajó con el tamaño del universo mencionado, en la sección dimensión y segmentación del mercado, (N)=379.041 personas que tienen entre 18 y 40 años con capacidad de compra. Además se calculó el tamaño de la muestra con un 95% de nivel de confianza (K) y un 7.15% de margen de error (E). Con lo que nos dio como resultado un tamaño de muestra de 180 encuestas para nuestro estudio.

N	379041	
K	1.96	
P	0.6	ENCUESTA PILOTO
Q	0.4	ENCUESTA PILOTO
E	7%	
NO	180.3479877	
n	180.2622188	

Las fórmulas empleadas para la misma fueron las siguientes:

$$n = \frac{N \cdot o}{1 + N \cdot o}$$

$$No = \frac{K^2 pq}{E^2}$$

### 8.6.- Trabajo de Campo

Las encuestas fueron realizadas en ciudadelas del sector social medio-alto y alto, a personas que han sido sometidas a cirugías y que quisieran someterse a una.

Realizar las encuestas fue un poco complicado porque es un tema delicado de tratar y algunos lo tomaban como intromisión a su privacidad. Pero siempre hay personas listas para colaborar y enterarse al mismo tiempo de ideas innovadoras.

## 9. ANÁLISIS DE DATOS

### Metodología

Para el análisis de datos se establecieron 3 secciones:

1.- **Datos Generales:** Se mide las edades más frecuentes, sexo, lugar de residencia e ingresos del paciente. Esta información nos permite delimitar el mercado hacia el cual estamos proyectando el negocio.

2.- **Sección A:** Constan las respuestas de los pacientes que ya han sido sometidos a cirugías, por lo tanto ya tienen experiencia con respecto al cuidado postoperatorio ambulatorio.

3.- **Sección B:** Constan las respuestas de los pacientes que no han sido sometidos a cirugías pero que en un futuro cercano desean una. Por lo tanto solo tienen referencia de otros pacientes más no experiencia propia.

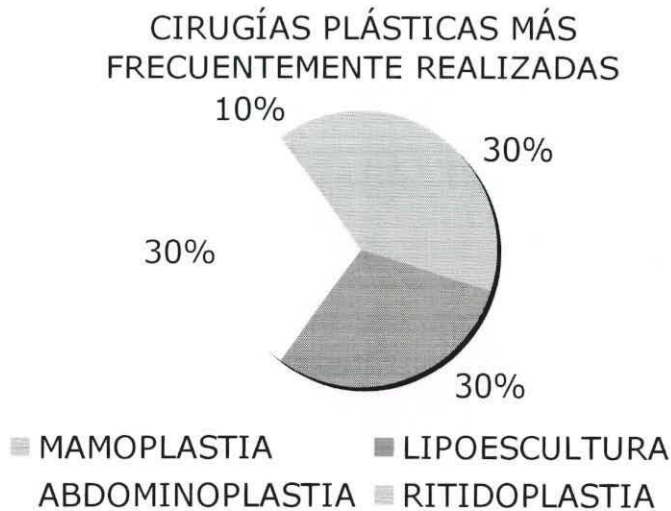
Aparte del uso de las tablas ya mencionadas, se elaboraron tablas de contingencia, gráficos de barras, tablas de frecuencia, gráficos de tipo pie.

## 10. RESULTADOS

### 10.1. ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA (FORO DE EXPERTOS)

Tras realizar la encuesta pudimos obtener los resultados que mostramos a continuación a las siguientes preguntas:

**¿Que tipo de cirugía estética realiza Ud.? Nómbrelas por orden de frecuencia**



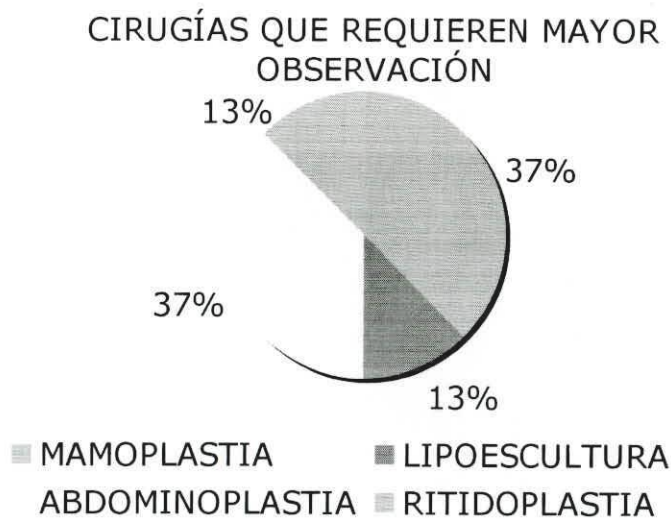
**Figura 1.**

Podemos notar que de los expertos encuestados hubo una distribución casi equitativa entre las cirugías más frecuentemente realizadas que fueron: Lipoescultura, Abdominoplastia y Mamoplastia con un 30% para cada una de ellas. Y aunque refirieron realizar también Ritidoplastia (estiramiento facial), estas ocuparon sólo un 10%. Lo que indica que en el mercado existente ya se cuenta con esos usuarios que requerirán de cuidados postoperatorios específicos.

**¿Estaría de acuerdo en que los pacientes sean monitorizados durante las primeras 24 horas del post-operatorio, para velar por la tranquilidad del mismo?**

De forma unánime todos coincidieron que desearían contar con la monitorización del paciente, porque así se pueden disminuir las complicaciones que enlentecen la recuperación integral del paciente o incluso, terminan en una reintervención para solucionar las mismas en caso de ser una de carácter grave. Algunos refirieron que este servicio puede ser de una duración mayor o menor en relación al tiempo quirúrgico y la anestesia recibida.

¿Que tipo de cirugías cree Ud. que requieran mayor observación?



**Figura 2.**

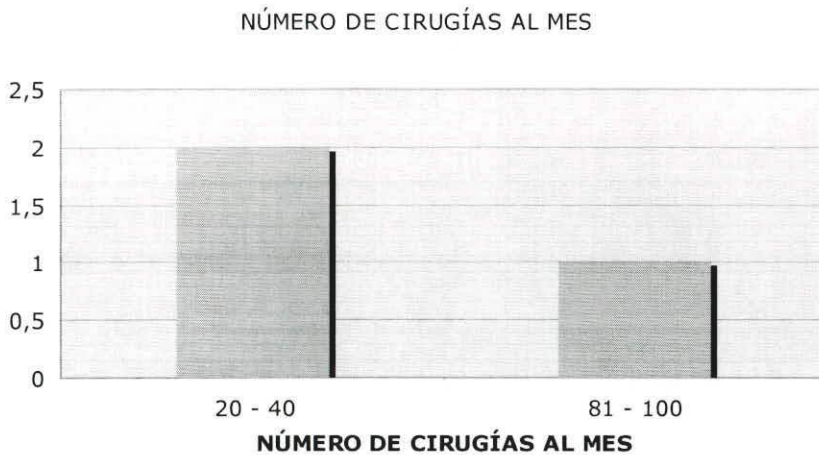
Como se observa en el gráfico las cirugías que requieren mayor demanda son la mamoplastia, abdominoplastia y en tercer lugar se encuentran la ritidoplastia y la lipoescultura. Lo que nos indica a que necesidades del mercado nos enfrentamos.

¿Qué niveles de cuidado necesitaría los pacientes después de las cirugías? Describa

La mayoría estuvo de acuerdo que dentro de los cuidados y servicios básicos que requiere un paciente sometido a cirugías plásticas son los siguientes:

- Enfermera profesional
- Médico a la llamada
- Hidratación
- Actividad
- Presoterapia
- Drenaje linfático
- No exposición a luz solar
- Fisioterapia
- Vendaje compresivo

### ¿Cuántas cirugías realiza al mes?



**Figura 3.**

De acuerdo a la gráfica podemos notar que la mayoría realiza un promedio entre 20 a 40 cirugías plásticas diversas al mes, y existe uno de ellos que realiza de 81 a 100 cirugías de este tipo. Es importante destacar que realizamos esta encuesta, como ya mencionamos, a los cirujanos plásticos que tienen mayor demanda y reconocidos por el medio. Y estos datos son las demandas respectivas que tiene cada uno de ellos, los cuales nos da una idea de la posible cantidad de usuarios que tendríamos.

### Opiniones en relación a nuestra idea de negocio

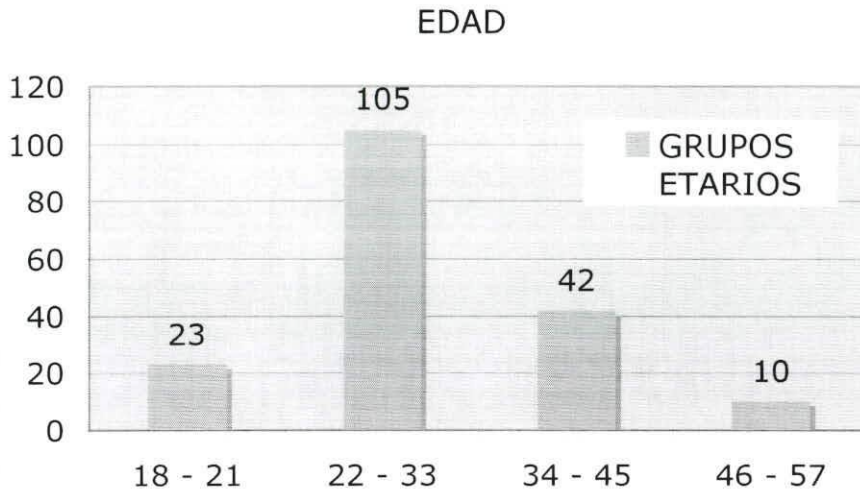
Las respuestas que podemos rescatar fueron las siguientes:

- Una utopía debido a la realidad de nuestra comunidad.
- Una idea excelente que ayudaría mucho a los cirujanos plásticos ya que les daría confianza y la tranquilidad de saber que sus pacientes reciben los cuidados necesarios para su pronta y óptima recuperación. Algunos refirieron que pensaban poner unas instalaciones parecidas pero en menor volumen (sólo 7 habitaciones) para el cuidado de sus pacientes.

## 10.2 ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA (ENCUESTAS A POTENCIALES USUARIOS)

### 10.2.1 ANÁLISIS DE ENCUESTAS A POTENCIALES USUARIOS

De las 180 encuestas realizadas a potenciales usuarios se obtuvieron los siguientes resultados:



**Figura 4.**

El grupo de edad más frecuente fue el de 22 a 33 años correspondiente a un 58.89 % (106) del tamaño de la muestra. El siguiente grupo fue el de 34 a 45 años con un 22.78 % (41). En tercer lugar estuvo el grupo de 10 a 21 años con un 12.78 % (23) y finalmente con 5.56% el grupo de 46 a 57 años. Aunque una de las opciones fue el grupo etario de 58 a 69 años no tuvo ningún voto. Lo que nos indica que la mayor demanda de nuestro servicio se concentraría en personas entre 22 y 45 años. Esto nos sirve para saber la imagen que debemos proyectar en nuestras instalaciones. Ya que las preferencias personales (estilos arquitectónicos, decoración, etc.) varían entre los diferentes grupos de edades.

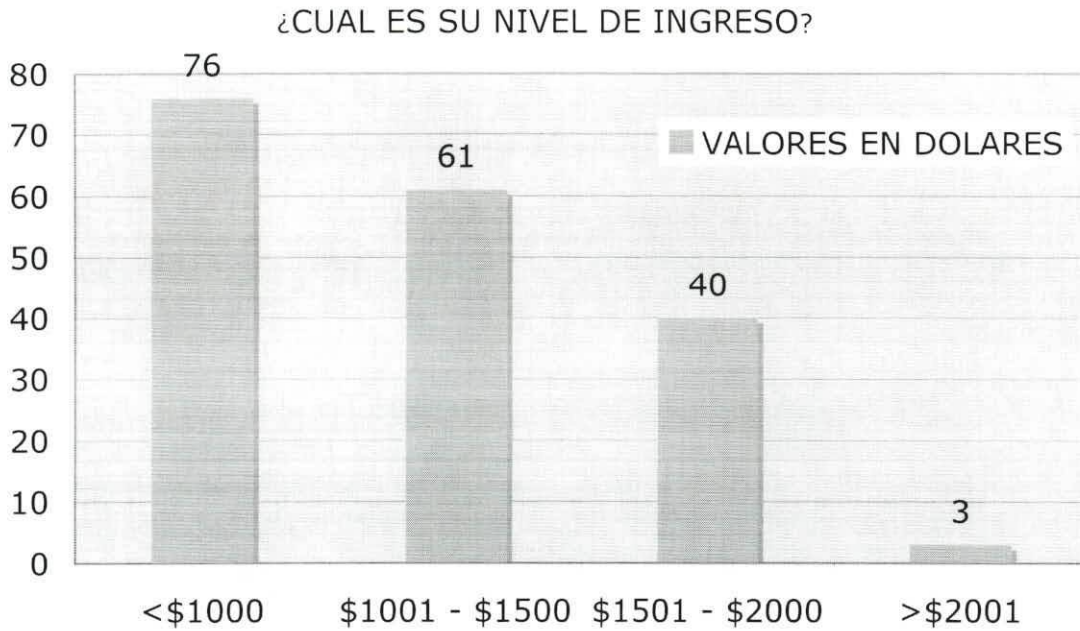


Figura 5.

Podemos notar que 76 encuestados tienen ingresos que son menores de \$1000 al mes, y en orden decreciente 61 ganan de \$1000 – 1500, 40 de \$1501 – 2000 y 3 ganan más de \$1500. También este dato es muy útil porque nos ayuda a saber cuál es el perfil de nuestro posible usuario.

## SECCIÓN A

### ¿A qué tipo (s) de cirugía(s) se ha sometido?

	TIPOS DE CIRUGÍA	ENCUESTAS	%
1	LIPOSUCCIÓN CORPORAL SIMPLE	12	11.76
2	LIPOSUCCIÓN CORPORAL COMBINADA	20	19.61
3	ABDOMINOPLASTÍA GRANDE SIMPLE	5	4.90
4	ABODOMINOPLASTÍA COMBINADA	5	4.90
5	AUMENTATIVA DE MAMAS	19	18.63
6	CAMBIO DE PRÓTESIS DE MAMAS	1	0.98
7	REDUCCIÓN DE MAMAS	5	4.90
8	CIRUGÍA DE NARIZ	27	26.47
9	ESTIRAMIENTO FACIAL	8	7.84
	<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100.00</b>

Tabla 1.

Dentro del grupo de cirugías realizadas más frecuentemente están: Con un 26.47% (27) la cirugía de nariz, a la liposucción corporal combinada le correspondió el segundo lugar con 19.61% (20) y con un 18.63% (19) la aumentativa de mamas. Con estos datos podemos saber los diferentes paquetes de servicios que debemos armar de acuerdo a la frecuencia de las cirugías de mayor demanda.

**¿Cuánto tiempo pasó en observación después de la operación (post-operatorio inmediato)?**

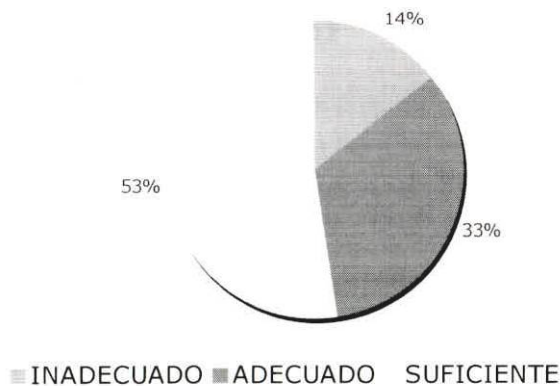
<b>TIEMPO DEL POST OPERATORIO INMEDIATO</b>		
<b>No. De HORAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
" 1 - 3	25	20.33
" 4 - 6	27	21.95
" 7 - 9	30	24.39
> 10	41	33.33
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100.00</b>

**Tabla 2.**

En este cuadro se puede apreciar que el mayor porcentaje de la población estudiada se concentró en un período de recuperación postoperatorio inmediato de más de 10 horas (34%), seguida del grupo correspondiente a 7 a 9 horas con 24%. En tercer y cuarto lugar del estudio se encuentra un 22% de la población en un tiempo de 4 a 6 horas y 20% para la comprendida entre 1 a 3 horas respectivamente

**¿El servicio de observación después de la operación (post-operatorio inmediato) le pareció?:**

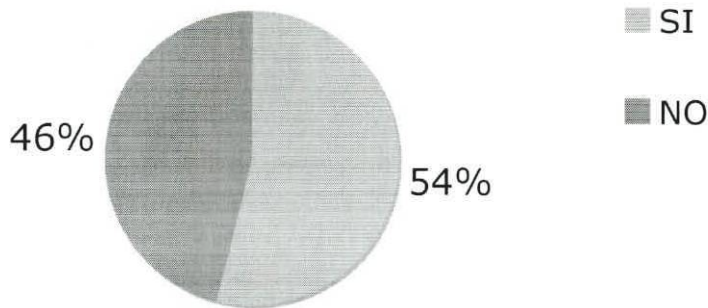
**PERCEPCION DEL SERVICIO**



**Figura 6.**

Como se observa un 53% de la población opinó que el servicio de observación recibido en su cirugía fue suficiente y un 33% mencionó que éste fue adecuado. Mientras un 14% tuvo una percepción totalmente contraria y refieren que el servicio recibido fue inadecuado.

### CIRUGIAS PLASTICAS PREVIAS



**Figura 7.**

De acuerdo al antecedente de cirugías plásticas los resultados obtenidos fueron que un 54% (97) se habían sometido a algún procedimiento quirúrgico relacionado directamente con este estudio. Y un 46% (83) no habían tenido una experiencia de este tipo.

#### ¿En qué lugar residió hasta completar su recuperación?

LUGAR DE RECUPERACIÓN GLOBAL		
	CANTIDAD	%
CLINICA	56	54.90
CASA	39	38.24
HOTEL	1	0.98
OTROS	6	5.88
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100.00</b>

**Tabla 3.**

Se pudo determinar que el 55% de la población tuvo su recuperación global en la clínica donde fue operada. Mientras un 38% lo hizo en su casa, menos del 5.88% se recuperaron en cualquier lugar (a excepción de casa y clínica). Finalmente un 0.98% lo realizó en un hotel.

Con lo relacionado al tiempo de recuperación total pudimos analizar diversos datos, tales como:

- El mayor período de recuperación global fue de 16 días; mientras que el menor fue de medio día.

- Al revisar el total de los encuestados se obtuvo un promedio de cuatro días y medio para este período de tiempo.

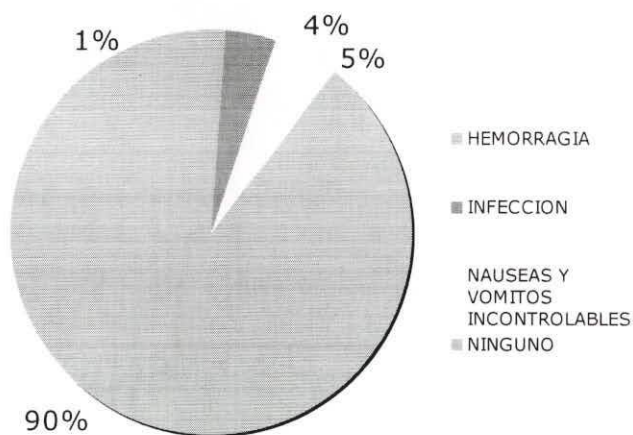
**¿Quién estuvo a cargo de su cuidado en el período de recuperación?**

<b>PERSONA A CARGO DE CUIDADO DURANTE LA RECUPERACION</b>		
	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
FAMILIAR	121	76.10
AMIGO	13	8.18
VECINO	1	0.63
EMPLEADO DOMESTICO	3	1.89
ENFERMERO	17	10.69
NINGUNA PERSONA	3	1.89
OTRAS PERSONAS	1	0.63
<b>TOTAL</b>	<b>159</b>	<b>100.00</b>

**Tabla 4.**

Al interrogar sobre cual fue la persona que estuvo a cargo del cuidado durante la recuperación notamos que 120 encuestados (76%) recibieron cuidado personal de familiar, 16 (10%) encuestados estuvieron vigiladas por un enfermero particular. Mientras que 13 entrevistados (8%) afirmaron ser cuidados por un amigo. Del estudio realizado, 3 personas menciona que a su cargo estuvo un empleado doméstico y en otros casos nadie con el mismo porcentaje.

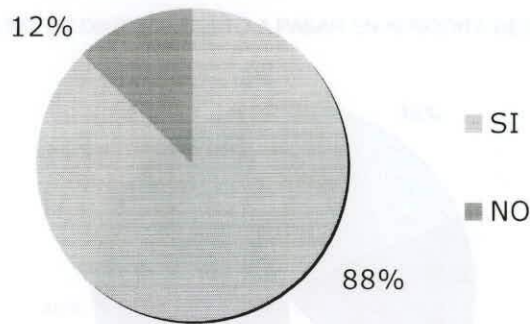
**¿Presentó alguna complicación después de su cirugía?**



**Figura 8.**

El 90% de los encuestados no tuvieron complicaciones post operatorias, en un 6% hubo náuseas y vómitos, 4 encuestados presentaron infección (5%) y tan solo un paciente presentó hemorragias (1%).

**¿Usted hubiese preferido completar su post-operatorio en una habitación de hotel con vigilancia médica profesional?**

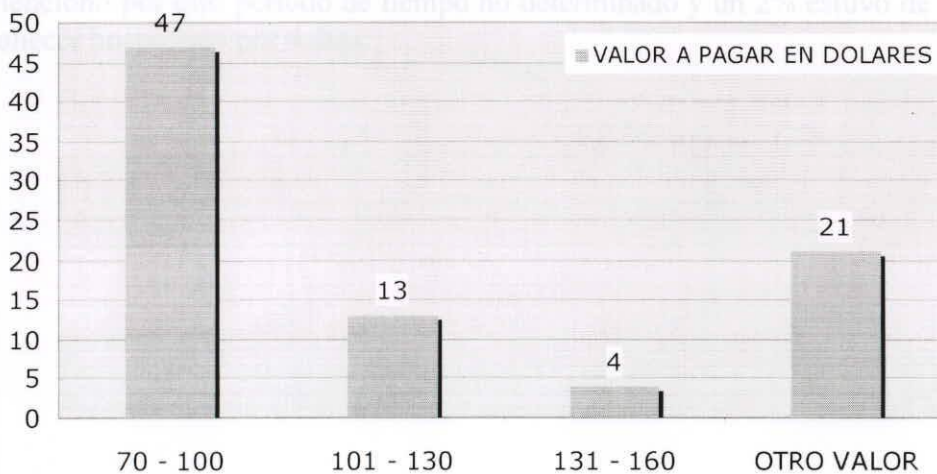


**Figura 9.**

Dentro de lo referente a la pregunta específica para nuestro estudio sobre la aceptación del servicio 85 personas estuvieron de acuerdo con nuestra idea (89%), mientras que solo 12 lo rechazaron (12%)

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día en un hotel-hospital?**

DISPONIBILIDAD DEL VALOR A PAGAR EN AFRODITA RESORT

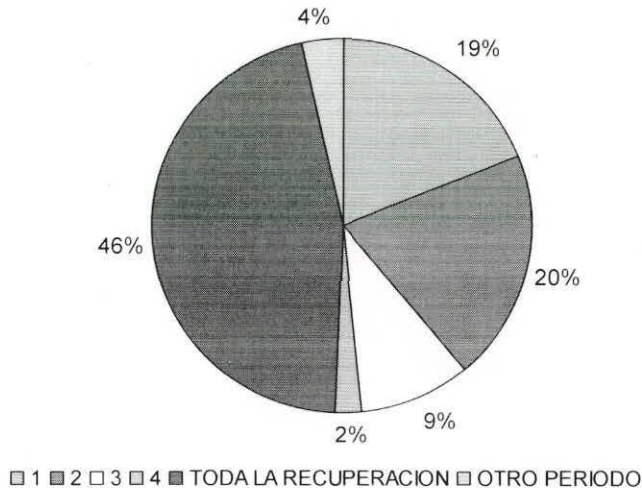


**Figura 10.**

De los encuestados que desean nuestro servicio 49 afirman que el precio que ellos estarían dispuestos a pagar sería de \$ 70 a 100. En segundo lugar quedó la opción de pagar otro valor, que fluctúa entre 35 y 65 dólares, con 20 encuestados a favor. La opción \$101 a 130 quedó en tercer lugar, con 13 votos. Seguida por el pago de \$131 a 160 por día de nuestro servicio con 4 encuestados a favor.

### ¿Qué tiempo residiría en el hotel-hospital?

NÚMERO DE DÍAS DISPUESTO A PASAR EN AFRODITA RESORT



**Figura 11.**

En este cuadro se puede notar que la preferencia de casi la mitad de la población estudiada (46%) deseaba ser vigilada por nuestro servicio durante el período global de la recuperación. Mientras que un 19% lo quería por 1 día, 20% por 2 días, 9% por 3 días, un 4% mencionó por otro período de tiempo no determinado y un 2% estuvo de acuerdo de permanecer hospedado por 4 días.

## SECCIÓN B

¿A qué tipo (s) de cirugía(s) se sometería?

TIPOS DE CIRUGÍA		ENCUESTADOS	%
1	LIPOSUCCIÓN CORPORAL SIMPLE	19	18.27
2	LIPOSUCCIÓN CORPORAL COMBINADA	2	1.92
3	ABDOMINOPLASTIA GRANDE SIMPLE	3	2.88
4	ABODOMINOPLASTIA COMBINADA	1	0.96
5	AUMENTATIVA DE MAMAS	37	35.58
6	CAMBIO DE PRÓTESIS DE MAMAS	1	0.96
7	REDUCCIÓN DE MAMAS	2	1.92
8	CIRUGÍA DE NARIZ	34	32.69
9	ESTIRAMIENTO FACIAL	5	4.81
<b>TOTAL</b>		<b>104</b>	<b>100.00</b>

Tabla 5.

Dentro del grupo de cirugías más deseadas están las siguientes con un 35.58% (37) la aumentativa de mamas, a la cirugía de nariz le correspondió el segundo lugar con 32.69% (34) y con un 18.27% (19) está en tercer lugar la liposucción corporal simple. Con estos datos podemos conocer hacia donde se dirige la demanda de nuestro servicio y ofrecer paquetes de beneficios acordes a los requerimientos del mercado.

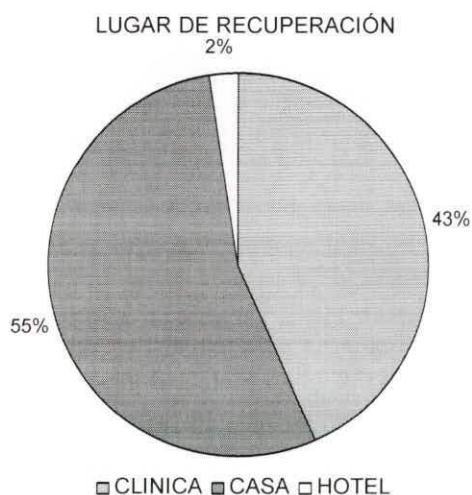
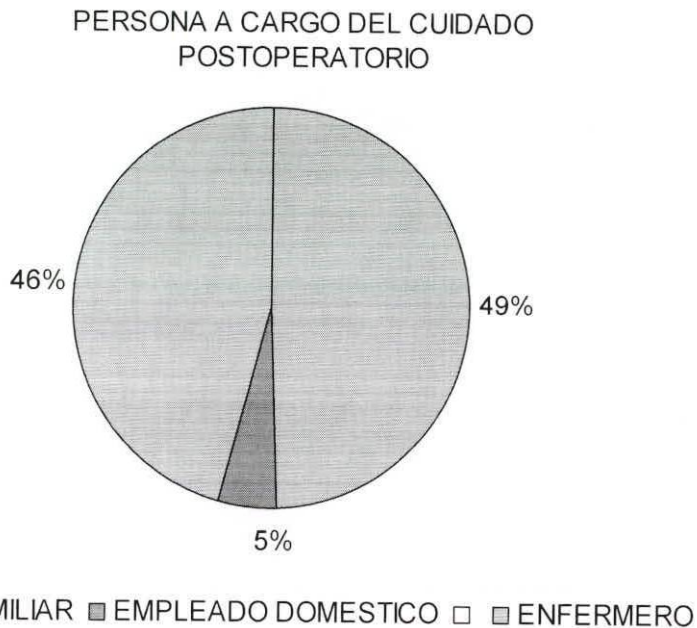
¿En qué lugar residiría hasta completar su recuperación?

Figura 12.

Los pacientes que desean ser sometidos a las diferentes cirugías mencionadas preferirían pasar su post-operatorio en un 55% (45) en casa, el segundo lugar que preferirían es en una clínica con un 43% (36). Aunque se colocó la opción "otros" ninguno de los encuestados la escogió. Con estos datos podemos observar que existen dudas de tener post-operatorio solo en casa.

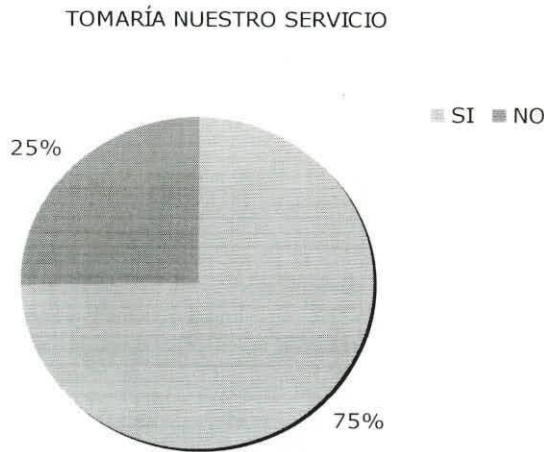
**¿Quién estaría a cargo de su cuidado en el período de recuperación?**



**Figura 13.**

Los futuros pacientes colocan en primer lugar a un familiar para su cuidado post-operatorio con un 49% (41) y en segundo lugar a enfermeros 46% (38). Es destacable mencionar que las opciones, amigo, vecino, otros o ninguna persona no presentaron votos a favor.

**¿Usted preferiría completar su post-operatorio en una habitación de hotel con vigilancia médica profesional?**



**Figura 14.**

Las personas que no han sido sometidas a cirugías y no conocen la experiencia de un post-operatorio indicaron que tomarían nuestro servicio el 75% (62) y el 25% (21) que no lo tomarían.

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día en un hotel-hospital?**



**Figura 15.**

Al analizar rangos de los precios que los pacientes estarían dispuestos a pagar tenemos que 43 encuestados (69%) escogieron la tarifa entre 70 y 100 dólares, pero debemos tener en cuenta que un 27% (17) escogió otros valores, que estaban entre 25 y 50 dólares.

**¿Qué tiempo residiría en el hotel-hospital?****Figura 16.**

De las personas encuestadas que no han sido sometidas a cirugías estéticas y que aceptarían nuestro servicio, el 94% preferiría pasar su post-operatorio completo en nuestras instalaciones. Nadie optó por permanecer 1, 4 días u otro período. Y en una concentración menor del 6% desearon diferentes períodos que varían de 2 a 4 días.

**10.3 TABLAS DE CONTINGENCIA**

SECCION A	DESEARÍA NUESTRO SERVICIO		
	NO	SI	Total general
EDAD			
18 - 21	2	9	11
22 - 33	6	41	47
34 - 45	4	27	31
46 - 57	0	8	8
Total general	12	85	97

**Tabla 6. Relación de aceptación de nuestro servicio por grupo de edad**

Es muy útil observar que para la sección A que de la población estudiada, la mayoría que desearía usar nuestro servicio se encuentra en el grupo etario de 22 a 33 años, es decir sería nuestro mercado principal. Además contamos con un número significativo de posibles usuarios que van de 34 a 45 años. Con este dato nosotros sabremos como enfocar la idea de nuestro negocio.

SECCION B	DESEARÍA NUESTRO SERVICIO		
EDAD	NO	SI	Total general
18 – 21	2	10	12
22 – 33	15	43	58
34 – 45	3	8	11
46 – 57	1	1	2
Total general	21	6	83

**Tabla 7. Relación de aceptación de nuestro servicio por grupo de edad**

Mientras que en la sección B encontramos datos similares ya que de la población estudiada, 58 posibles usuarios desearían contar con nuestro servicio, este los cuales pertenece a aquellos que van de 22 a 33 años. Sin embargo, nuestros segundo grupo de posibles usuarios son aquellos que van de 18 a 21 años.

SECCION A	ACEPTACIÓN DE NUESTRO SERVICIO		
SEXO	NO	SI	Total general
F	12	82	94
M	0	3	3
Total general	12	85	97

**Tabla 8. Relación de aceptación de nuestro servicio por sexo.**

SECCION B	ACEPTACIÓN DE NUESTRO SERVICIO		
SEXO	NO	SI	Total general
F	18	57	75
M	3	5	8
Total general	21	6	83

**Tabla 9. Relación de aceptación de nuestro servicio por sexo.**

En ambas secciones notamos que existe una preferencia del sexo femenino en realizarse este tipo de cirugías y que de ellas más del 75 % de los posibles usuarios desearía nuestro cuidado durante su recuperación posquirúrgica. Y aunque el sexo dominante en este tipo de intervenciones no fue el masculino, la mayoría de ambas secciones, más del 60%, de los que se realizan estos procesos también gustarían de usar nuestro servicios.

SECCION A	ACEPTACION DE NUESTRO SERVICIO		
NIVEL DE INGRESO	NO	SI	Total general
< 1000	7	13	20
1001 - 1500	5	30	35
1501 - 2000	0	40	40
> 2001	0	2	2
Total general	12	85	97

**Tabla 10. Relación de aceptación de nuestro servicio por nivel de ingreso.**

En la sección A se aprecian que a medida que aumenta el poder económico existe una mayor aceptación de contar con nuestro servicio. Pues vemos que cuando los ingresos mensuales son inferiores a \$1000 tan sólo el 65% están dispuestos a usar nuestra oferta de negocio, mientras que cuando estos superan los \$1500 al mes, el 100% de encuestados aceptaban el servicio.

SECCION B	ACEPTACIÓN DE NUESTRO SERVICIO		
NIVEL DE INGRESO	NO	SI	Total general
< 1000	16	40	56
1001 - 1500	5	21	26
1501 - 2000	0	0	0
> 2001	0	1	1
Total general	21	62	83

**Tabla 11. Relación de aceptación de nuestro servicio por nivel de ingreso.**

En esta sección se aprecia que aunque no tengan un poder económico muy alto, más del 70% de los posibles usuarios que ganan menos de \$1000 igualmente desean nuestro servicio. Y un 85% aproximadamente del grupo que gana de \$1001 a \$1500 también está de acuerdo con nuestra propuesta.

## 11. LIMITACIONES Y ADVERTENCIAS

Al realizar el presente estudio tuvimos varias limitantes tales como:

- Acceso a la información.- Puesto que muchos de los encuestados consideran la información requerida es muy personal y confidencial. Sin embargo, estos datos nos sirven para definir mejor el mercado probable y el real, además del posible perfil de nuestros futuros usuarios.
- Registro de pacientes quirúrgicos.- Debido a que la mayoría de estas cirugías son manejadas ambulatoriamente, la mayoría de los médicos que las realizan llevan un control de sus pacientes bastante básico. Carecen de bases de datos bien formuladas que nos sirvieran para realizar una estadística más exacta.

- Tiempo.- Al mencionar que la información fue bastante básica y en algunos casos de difícil acceso. Tuvimos que realizar encuestas para determinar preferencias, antecedentes quirúrgicos, etc. En varias ocasiones debido a la confidencialidad del médico con sus pacientes, se tuvo que esperar un tiempo significativo para indagar en sus usuarios, los datos indispensable para obtener el criterio de ellos en base a su experiencia quirúrgica y de recuperación.

## **12. CONCLUSIONES**

- El servicio debe estar dirigido a pacientes entre 18 a 33 años, ya que éste sería nuestro mercado potencial según lo demuestran los datos relacionando las variables edad y aceptación de nuestro servicio.
- El grupo que está más dispuesto a contar con nuestro servicio es aquel que gana mensualmente más de \$1500 pero no excluye a aquellos grupos que ganan aproximadamente \$1000 al mes.

### **Conclusiones del Foro de Expertos**

- Las 3 cirugías más realizadas por los expertos, cirujanos plásticos de mayor prestigio y con mayor porcentaje captado del mercado, fueron Lipoescultura Abdominoplastía y Mamoplastía
- El 100% de los expertos encuestados concordaron que es necesario la monitorización de sus pacientes durante las primeras 24 horas del post-operatorio.
- Las cirugías que, según el criterio de los expertos, requieren mayor demanda son la mamoplastía, abdominoplastia y en tercer lugar se encuentran la ritidoplastia y la lipoescultura.
- La mayoría acordó que los servicios requeridos por un paciente sometido a cirugías plásticas son: atención de médico residente, enfermera profesional, manejo de fluidos, vendajes, masajes.
- Como promedio el número cirugías plásticas que ellos realizan al mes van de 50 a 70.
- Los expertos en su mayoría estaban de acuerdo con nuestra propuesta de servicio porque afirman que es una necesidad existente para lograr una pronta y óptima recuperación.

## Conclusiones de análisis por secciones

### Sección A.-

#### **De aquellos usuarios que han sido sometidos a algún tipo de cirugía estética previa se encontró que:**

- Las cirugías más frecuentes encontradas fueron la cirugía de nariz, la liposucción corporal combinada y la aumentativa de mamas.
- El período de recuperación postoperatorio inmediato, dentro del centro quirúrgico, con mayor porcentaje de la población estudiada fue de más de 10 horas. Con lo que se confirma la necesidad de un manejo especial para cirugías que tienen un postoperatorio más largo y por ende una recuperación global de mayor duración.
- La mayoría de los usuarios de cirugías plásticas refieren que su experiencia en la observación postoperatoria inmediata fue adecuada y suficiente. Aunque aproximadamente un 15% refirió que este servicio fue inadecuado. Este dato es relevante para nosotros ya que nos dice que el mercado está influenciado en la percepción del usuario durante su postoperatorio inmediato.
- A diferencia de lo que creíamos, según el foro de expertos, pudimos ver que el 55% de la población tuvo su recuperación global en la clínica donde fue operada y un porcentaje muy pequeño lo realizó en su casa.
- El tiempo promedio de recuperación global es de 5 días.
- Los preferidos por los pacientes sometidos a cirugías para su cuidado postoperatorio fue algún tipo de familiar y en segundo lugar un enfermero. Aunque los familiares estén dispuestos a cuidar al paciente, no deja de ser una molestia, ya que deben alterar sus horarios o rutinas de trabajo.
- Las complicaciones en estos tipos de cirugías son muy raras, pero no se descartan si es que existe un mal manejo del paciente en su postoperatorio. Cabe recalcar que no se ha estudiado el índice de mortalidad por estos procedimientos.
- El 89% de las personas encuestadas tomarían nuestro servicio, esto es un nivel elevado ya que recordemos que la mayoría ya ha pasado por un postoperatorio.
- El precio que tuvo mayor aceptación oscila entre \$70 y 100 pero es destacable considerar a las 20 personas que deseaban pagar un precio menor.

## **Sección B.-**

### **De aquellos usuarios que no han sido sometidos a algún tipo de cirugía estética previa se encontró que:**

- La preferencia de casi la mitad de la población estudiada es que desea ser vigilada en nuestro servicio durante el período global de la recuperación.
- Para este grupo las cirugías más deseadas son: la aumentativa de mamas, la cirugía de nariz y la liposucción corporal simple.
- Cerca de la mitad de los pacientes que desean ser sometidos a las diferentes cirugías mencionadas preferirían pasar su post-operatorio en casa y aproximadamente la otra mitad lo haría en un centro especializado en este aspecto. Esto indica que existen dudas de tener post-operatorio solo en casa.
- Se ve una amplia tendencia de contar con el cuidado a cargo de un familiar durante su cuidado post-operatorio. con un 49% (41) y en segundo lugar a enfermeros 46% (38). Con la poca diferencia que existe entre familiar y enfermero podemos recalcar que sería posible dirigir al mercado hacia nuestro servicio, ofreciéndoles mayor seguridad en su cuidado sin tener que molestar a ningún conocido de ellos.
- Los precios que están dispuestos a pagar en más del 65% de encuestados fluctúa entre \$70 y \$100. Aunque un 27% optaba por la opción de otro valor que en consenso iba de \$25 a \$50.
- En este grupo de usuarios que carecen de una experiencia en un postoperatorio un 94% mencionó sus deseos de permanecer en nuestras instalaciones durante todo su período de recuperación.

### **Conclusiones del Análisis Comparativo**

- De la muestra estudiada las cirugías de mayor preferencia fueron la aumentativa de mamas, la rinoseptumplastia, liposucción simple para ambas secciones.
- Ambos grupos presentaron preferencia por realizar su recuperación en clínica, pero muy de cerca estaba el deseo de hacerlo en casa.
- La mayor parte de los encuestados quisiera estar bajo el cuidado de algún familiar, aunque la segunda preferencia es un enfermero.
- Más del 70% desea nuestro servicio, recalcando que en mayor porcentaje están los pacientes que ya han sido sometidos a cirugías estéticas, esto es alentador porque son personas que ya han tenido experiencia en el periodo de recuperación.

- Más del 50% está dispuesto a pagar entre 70 y 100 dólares, pero debemos estar alertas que el segundo grupo más numeroso es los que prefieren pagar entre 15 y 60 dólares.
- 97 de las 180 personas encuestadas desearían tener su recuperación completa en Afrodita Resort.

### **13. RECOMENDACIONES**

#### **Recomendaciones del Análisis de la relación entre aceptación de nuestro servicio vs. edad, sexo, lugar de residencia y nivel de ingreso**

- Al tener una idea clara del grupo etario al cual pertenecen nuestros futuros usuarios sabremos como enfocar la idea de nuestro negocio. Por tanto, la infraestructura debe ser fresca, moderna y versátil, con una decoración ecléctica para hacer nuestro servicio más atractivo a nuestro mercado potencial.
- De acuerdo al resultado obtenido de comparar el sexo y la aceptación de nuestro servicio, y ver que las mujeres fue el grupo predominante, nosotros debemos escoger canales de distribución y de promoción que capten su atención ya que serían nuestro target. Podemos publicar en revistas, etc. Y demás medios de publicación que son más usados por ellas.
- Considerando que Guayaquil es el centro de la mayoría de nuestros usuarios debemos reforzar la promoción en esta ciudad para lograr captar un porcentaje significativo a nivel local y luego pensar en la expansión interprovincial e incluso internacional. Pero primero debemos fortalecer nuestra participación en el mercado local.
- Es interesante saber que existe un rango amplio de usuarios con diversos niveles de ingresos mensuales que igualmente desearían nuestro servicio, porque eso nos amplía a su vez el mercado al cual podemos ofertar nuestra idea de negocio. Y lo que podemos planear son paquetes especiales con características básicas, semiespeciales y especiales, las mismas que tendrían mayor número de beneficios y servicios de acuerdo al tipo de paquete y cirugía plástica específica realizada al paciente.

#### **Recomendaciones del Análisis del Foro de Expertos**

- Es una ventaja que las 3 cirugías más realizadas pertenecen al grupo de intervenciones quirúrgicas con un grado mayor de complejidad y que requieren un cuidado especial. Es decir que, ya contamos al momento con usuarios que requerirán de cuidados postoperatorios específicos. Entonces nuestro objetivo es captar esa población cautiva que es producida gracias al trabajo realizado por los expertos encuestados.

- La confianza que nos dan los expertos de que es muy útil contar con un buen manejo postoperatorio y de la recuperación global nos orienta a que nuestra idea de negocio sí es factible de aplicar en nuestra ciudad. Por tanto, un buen objetivo que nos podemos plantear en nuestro plan de negocio es captar la aceptación del resto de cirujanos plásticos acreditados de la ciudad, para nuestro mercado local y luego proyectarnos al ámbito nacional.
- El mercado actualmente tiene necesidad de cubrir el manejo postoperatorio de las siguientes cirugías: mamoplastia, abdominoplastia y en tercer lugar se encuentran la ritidoplastia y la lipoescultura. Entonces nosotros debemos diseñar tanto la estructura de las instalaciones como los servicios que allí se ofrecerán orientándonos a satisfacer esas necesidades de servicios.
- Nuestra idea de negocio debe ofrecer los servicios de cuidados de médico residente, enfermera profesional, hidratación, masajes, dieta específica, como requerimientos mínimos. Además, que se pueden implementar otros beneficios adicionales. Pero los ya mencionados no pueden faltar.
- Un dato alentador es saber que existe en promedio un mercado mensual significativo, producido sólo por los expertos encuestados, sin contar con los otros usuarios que se realizan sus procedimientos de cirugía plástica con otros profesionales. Nuestra meta será captar el mayor porcentaje posible de los usuarios. Y vender nuestra idea a todos los cirujanos plásticos y demás profesionales implicados (personal de enfermería, terapeutas, nutricionistas) para que nos recomienden.
- Apoyándonos en el criterio de los expertos de que sí se requiere de un manejo especial de los pacientes de cirugía plástica nosotros podemos delimitar mejor nuestras instalaciones, imagen de empresa y forma de ofrecer nuestra idea tanto a los cirujanos plásticos para que nos envíen sus pacientes ya intervenidos y también a los usuarios a través de promociones, Internet, etc.

## **Recomendaciones del análisis por secciones**

### **Sección A.-**

#### **Aquellos usuarios que han sido sometidos a algún tipo de cirugía estética previa.**

- Nuestro servicio se debe basar en las cirugías más frecuentes halladas en el estudio, para elaborar paquetes de beneficios que cubran las necesidades respectivas de las mismas. Sin excluir otros paquetes adecuados para otro tipo de cirugías que se presentan en menor volumen.
- El hotel hospital Afrodita Resort debe suplir las necesidades existentes en el mercado de atención postoperatoria en las cirugías ya mencionadas en relación al tiempo del postoperatorio inmediato que se encontró en el presente estudio.

- Es fundamental promocionar nuestro servicio a ese grupo mayoritario que puede optar por un servicio de calidad superior en su recuperación total y explotar en mayor intensidad nuestra idea de negocio a aquellos usuarios que percibieron que su cuidado fue inadecuado.
- Se debe influir en el cirujano para que nos deriven el cuidado postoperatorio mediato y tardío a nosotros, de manera, que ellos no tengan que preocuparse en ese aspecto del tratamiento de sus pacientes; más bien se concentren más en el aspecto quirúrgico. Ya que a ellos le genera mayores ingresos el número de cirugías y no el servicio de hotelería que ellos ofrecen en menor grado.
- Debido a que conocemos los días de estancia máxima, promedio y mínima, nosotros podemos proyectarnos a que nuestras instalaciones sean ocupadas por cada paciente mínimo una noche para darle así tranquilidad a este en las primeras 24 horas después de su cirugía.
- Darle seguridad al paciente que su familiar puede disfrutar de nuestras instalaciones y hospedarse en la misma habitación, como compañía, sin tener la gran responsabilidad de su cuidado.
- Sería de gran ayuda un estudio de mortalidad de pacientes que se han sometido a cirugías estéticas.
- Es imprescindible realizar un estudio de costos para determinar el precio de la habitación y el servicio completo y compararlo con el precio que el mercado está dispuesto a pagar, para determinar si es rentable nuestra idea o negocio o no.

## **Sección B.-**

### **Aquellos usuarios que no han sido sometidos a algún tipo de cirugía estética previa.**

- De acuerdo a los datos ofrecidos por este tipo de posibles usuarios podemos tener una idea real de la disposición de pasar en nuestras instalaciones debido a que carecen de una experiencia previa. Debemos estar concientes que no todos van a completar su recuperación total con nosotros pero nuestra meta es captar al paciente por lo menos la primera noche.
- Al conocer cuáles son las cirugías más deseadas, así como mencionamos en la sección anterior, es aconsejable elaborar paquetes de servicios acordes a estas.
- Debido a que existe una división casi equitativa de la población en lo relacionado al lugar de recuperación total, nosotros podríamos influenciar a los pacientes para que decidan tomar nuestro servicio en vez de ir a su casa. Este direccionamiento

se lograría con mayor éxito si contamos con el respaldo del profesional a cargo de la cirugía de nuestro usuario.

- Resulta fundamental contar con el apoyo del cirujano plástico para que recalque las ventajas de estar bajo el cuidado de personal capacitado y no de familiares, por la seguridad que se ofrece a sus usuarios de tener una recuperación integral sin complicaciones.
- Al conocer el valor que nuestros futuros usuarios están dispuestos a pagar nos ayuda a delimitar bien los costos fijos y los variables, y a hacer la optimización de los recursos para poder fijar un precio de venta aceptable por el mercado pero que además cubra nuestros gastos indispensables. Es preocupante ese porcentaje que representa la cuarta parte de la muestra estudiada pues están dispuestos a pagar un valor que no cubre los costos de la habitación. Entonces nos es útil para realizar ajustes para que nuestro servicio tenga un precio atractivo que cubra los costos operacionales y que sea de excelente calidad.
- Es alentador conocer que la mayoría de los encuestados desean contar con un cuidado integral con nuestro servicio ofrecido hasta completar su recuperación total. Existen muchos factores que podemos explotar para convencer al 6% que aunque desea estar en nuestras instalaciones expresan que lo harían por un período de 2 a 4 días; estos factores son: la confianza y capacitación profesional garantizada por nuestro personal.

### **Recomendaciones del Análisis Comparativo**

- Teniendo como base que las cirugías de mayor demanda fueron la aumentativa de mamas, la rinoseptumplastia y la liposucción simple para ambas secciones. Debemos orientarnos a la preparación de nuestras instalaciones, servicios específicos (presoterapia, drenaje linfático, dieta) y paquetes para el cliente para este tipo de intervenciones además que para otras más. Y prepararnos para que los pacientes de dichas cirugías al menos pasen bajo la observación nuestro personal capacitado mínimo en un período de 48 horas.
- Definir estrategias de comunicación con el cirujano estético para lograr que él nos recomiende para así tener su propia tranquilidad que su paciente está en buenas manos.
- Hacer de nuestras instalaciones acogedoras tanto para el paciente como para el familiar que desee quedarse con él (el cual no tendría costo de habitación) y a los familiares o amigos que vayan de visita.
- Definir estrategias publicitarias para lograr captar a los pacientes que ya han sido sometidos para que puedan recomendar nuestro servicio por experiencia.

# Anexos

## ANEXO 1

### PREGUNTAS PARA EL FORO DE EXPERTOS

DR. A

1.- ¿Qué tipo de cirugía estética realiza Ud.? Nómbrelas por orden de frecuencia

2.- ¿Qué período de tiempo le gustaría que su paciente esté monitorizado durante el post-operatorio, para velar por la tranquilidad del mismo?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

¿Por qué?

3.- ¿Que tipo de cirugías cree Ud. que requieran mayor observación?

Cirugía \_\_\_\_\_ Días \_\_\_\_\_

4.- ¿Qué niveles de cuidado necesitaría los pacientes con las siguientes cirugías:

5.- ¿Cuántas cirugías realiza al mes:

Menos de 20 \_\_\_

20 a 40 \_\_\_

41 a 60 \_\_\_

61 a 80 \_\_\_

81-100 \_\_\_

Más de 100 \_\_\_

¿Ud recomendaría nuestro servicio?

**ANEXO 1.1.**

DR. A

1.- Que tipo de cirugía estética realiza Ud.? Nombrelas por orden de frecuencia

1. Rinoplastia
2. Mamoplastia
3. Lipoescultura
4. Abdominoplastia
5. Ritidoplastia

2.- Estaría de acuerdo en que los paciente sean monitorizados durante las primeras 24 horas del post-operatorio, para velar por la tranquilidad del mismo.

SI                      NO

¿Por qué?

Depende del tipo y duración de cirugía.

3.- ¿Que tipo de cirugías cree Ud. que requieran mayor observación?

Cirugía	Días
1. Abdominoplastia	10 - 12
2. Mamoplastia	8 - 10
3. Ritidoplastia	10 - 15

4.- ¿Qué niveles de cuidado necesitaría los pacientes con las siguientes cirugías?:

1. Enfermera profesional
2. Médico a la llamada
3. Control de signos vitales y de enfermería
4. No exposición a luz solar
5. Drenaje linfático
6. Fisioterapia
7. Vendaje coompresiva

5.- ¿Cuántas cirugías realiza al mes?:

Menos de 20

20 a 40

41 a 60

61 a 80

81-100

Más de 100

Nos gustaría mucho su opinión:

El piensa que el proyecto es ideal pero es una utopía debido a la realidad de nuestra comunidad.

DR. B

1.- Que tipo de cirugía estética realiza Ud.? Nombrelas por orden de frecuencia

1. Lipoescultura
2. Abdominoplastia
3. Mamoplastia

2.- Estaría de acuerdo en que los paciente sean monitorizados durante las primeras 24 horas del post-operatorio, para velar por la tranquilidad del mismo.

SI                      NO

¿Por qué?

Mínimo 12 horas

3.- Que tipo de cirugías cree Ud. que requieran mayor observación?

Cirugía	Días
1. Abdominoplastia	7
2. Mamoplastia	7
3. Lipoescultura	7

4.- ¿Qué niveles de cuidado necesitaría los pacientes con las siguientes cirugías?:

1. Enfermera profesional
2. Médico a la llamada
3. Hidratación
4. Actividad
5. Presoterapia
6. Drenaje linfático

5.- ¿Cuántas cirugías realiza al mes?:

Menos de 20

20 a 40

41 a 60

61 a 80

81-100

Más de 100

Nos gustaría mucho su opinión:

Piensa que es una idea excelente que ayudaría mucho a los cirujanos plásticos ya que les daría confianza y la tranquilidad de saber que sus pacientes reciben los cuidados necesarios para su pronta y óptima recuperación.

DR. C

1.- Que tipo de cirugía estética realiza Ud.? Nombrelas por orden de frecuencia

1. Lipoescultura
2. Abdominoplastia
3. Mamoplastia

2.- Estaría de acuerdo en que los paciente sean monitorizados durante las primeras 24 horas del post-operatorio, para velar por la tranquilidad del mismo.

SI                      NO

¿Por qué?

El monitoreo postquirúrgico es dependiendo de lo que dure la anestesia de 6 a 8 horas. Cuando son cirugías de mayor estancia hospitalaria los opera en hospitales más grandes.

3.- ¿Que tipo de cirugías cree Ud. que requieran mayor observación?

Cirugía	Días
1. Abdominoplastia	7
2. Mamoplastia	2

4.- ¿Qué niveles de cuidado necesitaría los pacientes con las siguientes cirugías?:

1. Enfermera profesional
2. Médico a la llamada

5.- ¿Cuántas cirugías realiza al mes?:

Menos de 20

20 a 40

41 a 60

61 a 80

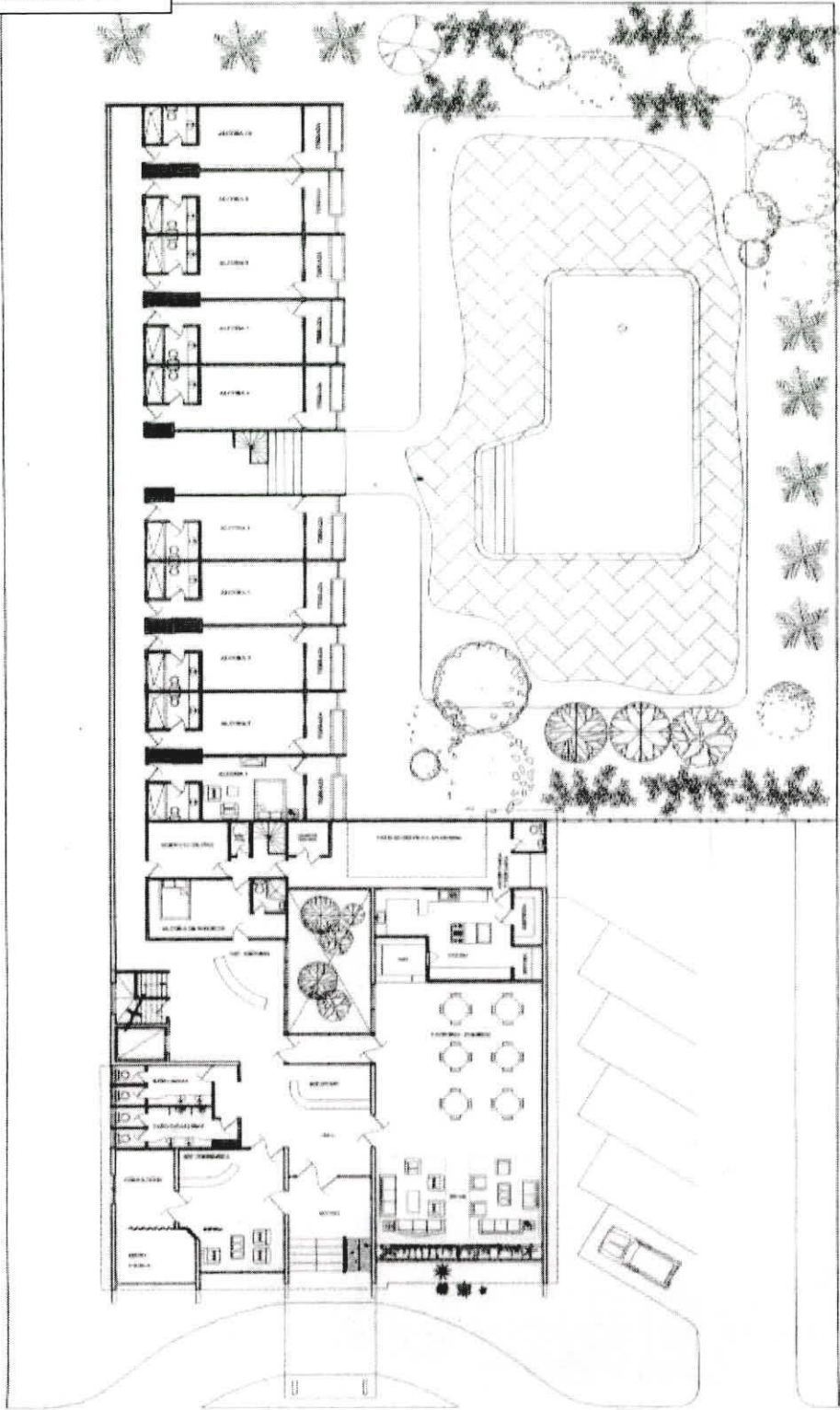
81-100

Más de 100

Nos gustaría mucho su opinión:

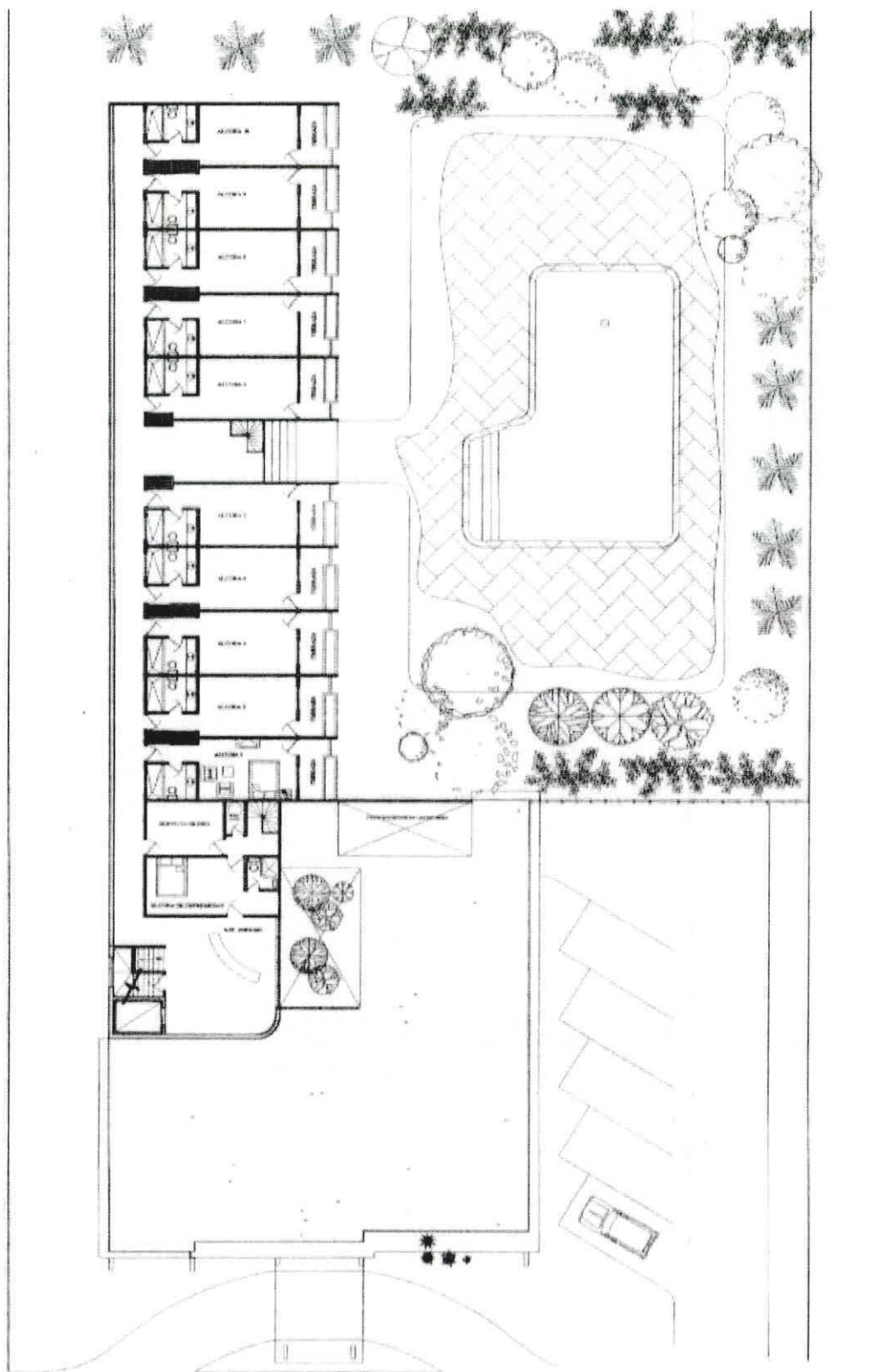
El planea hacer un proyecto parecido cerca de su consultorio en una casa antigua de 7 habitaciones. Le pareció fantástico el proyecto.

Anexo 2



Planta Baja

Proyecto  
Hotel-Hospital



Planta Alta

Proyecto  
Hotel-Hospital

### ANEXO 3 PREGUNTAS PARA LOS POSIBLES USUARIOS

#### ENCUESTA

Somos alumnos de la especialidad en Gerencia de Servicios de Salud de la ESPAE-ESPOL, y nos encontramos realizando un estudio sobre la aceptación en el medio de una idea innovadora sobre cuidados post-operatorios en pacientes de cirugía plástica. Le agradeceremos responder al siguiente cuestionario. La información obtenida será confidencias y los resultados serán analizados en forma conjunta.

**Favor elija la opción que mejor responda a las siguientes preguntas:**

EDAD	Respuesta
10 - 21	
22 - 33	
34 - 45	
46 - 57	
58 - 69	

Sexo: Femenino  Masculino

#### **Lugar de Residencia:**

Guayas  Otras provincias  Fuera del país

Cuál: \_\_\_\_\_

#### **Nivel de Ingresos:**

< \$1000  \$1001 – \$1500  \$1501 – \$2000  >\$2001

1.- Usted se ha sometido a algún tipo de cirugía plástica:

SI  NO

SI SU RESPUESTA ES SI, POR FAVOR PASE A LA PREGUNTA 3 , caso contrario pase a la pregunta 2

2.- ¿Alguna vez ha pensado en realizarse una cirugía plástica?

SI  NO

En caso de que la respuesta sea SI, pase a la SECCION B, caso contrario termina la encuesta.

## SECCION A

3.- ¿A qué tipo (s) de cirugía(s) se ha sometido?  
 {Marque todas las opciones correspondientes}

TIPO DE OPERACIÓN	Realizada
1. LIPOSUCCION CORPORAL SIMPLE (remoción de exceso de grasa localizada)	
2. LIPOSUCCION CORPORAL COMBINADA (remoción de exceso de grasa junto a cualquier otro tipo de cirugía)	
3. ABDOMINOPLASTIA GRANDE SIMPLE (remoción de grasa localizada y remodelación del área)	
4. ABDOMINOPLASTIA COMBINADA (remoción de grasa localizada y remodelación del área, junto con cualquier otro tipo de cirugía)	
5. AUMENTATIVA DE MAMAS COMBINADA	
6. CAMBIO DE PROTESIS de MAMAS	
7. REDUCCION DE MAMAS	
8. CIRUGIA DE NARIZ	
9. ESTIRAMIENTO FACIAL	

4.- ¿Cuánto tiempo pasó en observación después de la operación (post-operatorio inmediato)?

{Marque la opción que considere correcta por cada cirugía que se ha realizado. Detalle:}

OPERACIÓN:

TIEMPO (HRS)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1-3									
4-6									
7-9									
Más de 10									

5.- El servicio de observación después de la operación (post-operatorio inmediato) le pareció:

{Marque la opción que considere correcta}

1) INADECUADO	
2) ADECUADO	
3) SUFICIENTE	

6.- ¿En qué lugar residió hasta completar su recuperación?

{Marque las opciones que considere correctas}

Clínica donde se operó	
Casa	
Hotel	
Otros	

7.- ¿Qué tiempo le tomó su recuperación total? \_\_\_\_\_ días

8.- ¿Quién estuvo a cargo de su cuidado en el período de recuperación?

{Marque las opciones que considere correctas}

Familiar	
Amigo	
Vecino	
Empleado doméstico	
Enfermero	
Ninguna persona	
Otros	

En caso de responder Otros favor describa: \_\_\_\_\_

9.- ¿Presentó alguna complicación después de su cirugía? Por favor marque su respuesta?

Hemorragia	
Infección	
Náuseas y vómitos incontrolables	
Ninguno	

10.- ¿Usted hubiese preferido completar su post-operatorio en una habitación de hotel con vigilancia médica profesional?

SI  NO

En caso de responder que SI continúa, caso contrario indíquenos por qué NO?

Por qué NO? \_\_\_\_\_

11.- ¿Cuánto estuviera dispuesto a pagar por día en un hotel-hospital? (Mostrar cartilla con descripción del servicio)

{Marque la opción que considere correcta}

VALOR EN \$	Respuesta
70 – 100	
101 – 130	
131 – 160	
161 – 190	
191 – 220	
221 - 250	
Otro valor	

12.- ¿Qué tiempo residiría en el hotel-hospital?

{Marque la opción que considere correcta}

TIEMPO DESEADO	Respuesta
1 DIA	
2 DIAS	
3 DIAS	
4 DIAS	
TODA LA RECUPERACION	
Otro período	

Gracias por su valiosa colaboración.

## SECCION B

1.- ¿A qué tipo (s) de cirugía(s) se sometería?  
{Marque todas las opciones correspondientes}

TIPO DE OPERACIÓN	Realizaría
LIPOSUCCION CORPORAL SIMPLE (remoción de exceso de grasa localizada)	
LIPOSUCCION CORPORAL COMBINADA (remoción de exceso de grasa junto a cualquier otro tipo de cirugía)	
ABDOMINOPLASTIA GRANDE SIMPLE (remoción de grasa localizada y remodelación del área)	
ABDOMINOPLASTIA COMBINADA (remoción de grasa localizada y remodelación del área, junto con cualquier otro tipo de cirugía)	
AUMENTATIVA DE MAMAS COMBINADA	
CAMBIO DE PROTESIS de MAMAS	
REDUCCION DE MAMAS	
CIRUGIA DE NARIZ	
ESTIRAMIENTO FACIAL	

2.- ¿En qué lugar residiría hasta completar su recuperación?  
{Marque las opciones que considere correctas}

Clínica donde se operó	
Casa	
Hotel	
Otros	

En caso de responder Otros describa: \_\_\_\_\_

3.- ¿Quién estaría a cargo de su cuidado en el período de recuperación?  
{Marque las opciones que considere correctas}

Familiar	
Amigo	
Vecino	
Empleado doméstico	
Enfermero	
Ninguna persona	
Otros	

En caso de responder Otros favor describa: \_\_\_\_\_

4.- ¿Usted preferiría completar su post-operatorio en una habitación de hotel con vigilancia médica profesional?

SI  NO

En caso de responder que SI continúa, caso contrario indíquenos por qué NO?

Por qué NO? \_\_\_\_\_

5.- Cuánto estaría dispuesto a pagar por día en un hotel-hospital? (Mostrar cartilla con descripción del servicio)

{Marque la opción que considere correcta}

VALOR EN \$	Respuesta
70 – 100	
101 – 130	
131 – 160	
161 – 190	
191 – 220	
221 – 250	
221 – 250 Otro valor	

6.- Qué tiempo residiría en el hotel-hospital?

{Marque la opción que considere correcta}

TIEMPO DESEADO	Respuesta
1 DIA	
2 DIAS	
3 DIAS	
4 DIAS	
Toda la recuperación	
Otro período	

Gracias por su atención.

## ANEXO 4

## TABULACIÓN DE DATOS

GRUPOS DE EDAD	TOTAL	
	No.	%
10 - 21	23	12.78
22 - 33	106	58.89
34 - 45	41	22.78
46 - 57	10	5.56
58 - 69	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100</b>

LUGAR DE RESIDENCIA		
	CANTIDAD	%
GUAYAS	178	98.89
OTRAS PROVINCIAS	1	0.56
FUERA DEL PAIS	1	0.56
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100.00</b>

NIVEL DE INGRESO		
DOLARES	CANTIDAD	%
<\$1000	75	41.90
\$1001 - \$1500	61	34.08
\$1501 - \$2000	40	22.35
<\$2001	3	1.68
<b>TOTAL</b>	<b>179</b>	<b>100.00</b>

	TIPOS DE CIRUGIA	SECCION A	%	SECCION B	%
1	LIPOSUCCION CORPORAL SIMPLE	12	11.76	19	18.27
2	LIPOSUCCION CORPORAL COMBINADA	20	19.61	2	1.92
3	ABDOMINOPLASTIA GRANDE SIMPLE	5	4.90	3	2.88
4	ABODOMINOPLASTIA COMBINADA	5	4.90	1	0.96
5	AUMENTATIVA DE MAMAS	19	18.63	37	35.58
6	CAMBIO DE PROTESIS DE MAMAS	1	0.98	1	0.96
7	REDUCCION DE MAMAS	5	4.90	2	1.92
8	CIRUGIA DE NARIZ	27	26.47	34	32.69
9	ESTIRAMIENTO FACIAL	8	7.84	5	4.81
	<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100.00</b>	<b>104</b>	<b>100.00</b>

## SECCION A

<b>TIEMPO DEL POST OPERATORIO INMEDIATO</b>		
<b>No. De HORAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
" 1 - 3	25	20.33
" 4 - 6	27	21.95
" 7 - 9	30	24.39
> 10	41	33.33
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100.00</b>

<b>PERCEPCION DEL SERVICIO DE OBSERVACION</b>		
<b>CALIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
INADECUADO	14	14.43
ADECUADO	32	32.99
SUFICIENTE	51	52.58
<b>TOTAL</b>	<b>97</b>	<b>100.00</b>

<b>LUGAR DE RECUPERACION GLOBAL</b>		
	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
CLINICA	56	54.90
CASA	39	38.24
HOTEL	1	0.98
OTROS	6	5.88
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100.00</b>

<b>CIRUGIA PREVIA</b>		
	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	97	53.89
NO	83	46.11
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100</b>

<b>PERSONA A CARGO DE CUIDADO DURANTE LA RECUPERACION</b>		
	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
FAMILIAR	121	76.10
AMIGO	13	8.18
VECINO	1	0.63
EMPLEADO DOMESTICO	3	1.89
ENFERMERO	17	10.69
NINGUNA PERSONA	3	1.89
OTRAS PERSONAS	1	0.63
<b>TOTAL</b>	<b>159</b>	<b>100.00</b>

<b>COMPLICACIONES POSTQUIRURGICAS</b>		
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
HEMORRAGIA	1	1.04
INFECCION	4	4.17
NAUSEAS Y VOMITOS INCONTROLABLES	5	5.21
NINGUNO	86	89.58
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100.00</b>

<b>DESEARIA NUESTRO SERVICIO</b>		
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SI	85	87.63
NO	12	12.37
<b>TOTAL</b>	<b>97</b>	<b>100.00</b>

<b>PRECIOS POR NUESTRO SERVICIO</b>		
<b>COSTO EN DOLARES POR DIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
70 - 100	49	56.98
101 - 130	13	15.12
131 - 160	4	4.65
161 - 190	0	0.00
191 - 220	0	0.00
221 - 250	0	0.00
OTRO VALOR	20	23.26
<b>TOTAL</b>	<b>86</b>	<b>100.00</b>

<b>TIEMPO DE ESTADIA EN NUESTRO SERVICIO</b>		
<b>No. De DIAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
1	16	18.82
2	17	20.00
3	8	9.41
4	2	2.35
TODA LA RECUPERACION	39	45.88
OTRO PERIODO	3	3.53
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100.00</b>

## **SECCION B**

<b>LUGAR DE RECUPERACION GLOBAL</b>		
	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
CLINICA	36	43.37
CASA	45	54.22
HOTEL	2	2.41
OTROS	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100.00</b>

<b>PERSONA A CARGO DE CUIDADO DURANTE LA RECUPERACION</b>		
	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
FAMILIAR	41	49.40
AMIGO	0	0.00
VECINO	0	0.00
EMPLEADO DOMESTICO	4	4.82
ENFERMERO	38	45.78
NINGUNA PERSONA	0	0.00
OTRAS PERSONAS	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100.00</b>

<b>DESEARIA NUESTRO SERVICIO</b>		
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
SI	62	74.70
NO	21	25.30
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100.00</b>

<b>PRECIOS POR NUESTRO SERVICIO</b>		
<b>COSTO EN DOLARES POR DIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
70 - 100	43	69.35
101 - 130	1	1.61
131 - 160	0	0.00
161 - 190	0	0.00
191 - 220	1	1.61
221 - 250	0	0.00
OTRO VALOR	17	27.42
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>100.00</b>

<b>TIEMPO DE ESTADIA EN NUESTRO SERVICIO</b>		
<b>No. De DIAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
1	0	0.00
2	2	3.23
3	2	3.23
4	0	0.00
TODA LA RECUPERACION	58	93.55
OTRO PERIODO	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>100.00</b>



BIBLIOTECA  
ESPAE-ESPOL

## 15.- BIBLIOGRAFÍA

1. Daniel, Wayne. Bioestadística. Base para el análisis de las ciencias de la salud. Uteha, Noriega editores. México, 1995.
2. Goldstein, Ronald. Change your snile. Quintessence publishing, Hong Kong 1997.
3. Indicadores Básicos del Ecuador, INEC/MSP/OPS. 2004.
4. Kamel, f. Estadísticas médicas y de la salud pública. Editorial Pueblo y Educación, La Habana, Cuba, 1985.
5. Lemus, Jorge. Manual de Vigilancia Epidemiológica. Organización Panamericana de la Salud, serie HS-UNI manuales operativos paltex, volumen IV, N 10.
6. Mazzafero, Vicente. Epidemiología. Fundamental y aplicada a la evaluación de servicios hospitalarios y acciones de salud pública.
7. Schefler, William. Bioestadística. Fondo Educativo Interamericano, S.A. México, 1981.
8. Zúñiga, Manuel. Contabilidad y estadísticas para hospitales y clínicas. Ecuador, 2003.
9. Castrillón Jaime.- Costos para Gerenciar Servicios de Salud. 2004.
10. Alberto Céspedes.- Principios de Mercadeo. 2000.
11. Arya Jagdish.- Matemáticas Aplicadas a la administración y a la economía. 1992
12. Robert Pindyck.- Microeconomía. 2003.
13. Stephen Robbins .- Fundamentos de Administración. 2002.
14. Michael Solomon.- Marketing. 2001.
15. Donald Ball.- Negocios Internacionales. 1997.
16. <http://mujer.terra.es/muj/articulo>
17. <http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science>
18. <http://www.inec.gov.ec>