

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN

**Analizar los factores económicos, sociales y de calidad del servicio
que inciden en la instalación de una clínica dental en San Ramón de
Alajuela en 2023**

**MODALIDAD DE PROYECTO PARA OPTAR POR EL GRADO DE EN MAESTRÍA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ENFASIS EN GERENCIA**

EDUARDO ANDRÉS SIBAJA ARAYA

CAROL FLORES SOLANO

SEDE ARANJUEZ (10)

DICIEMBRE, AÑO 2023

CAPÍTULO I: PROBLEMA	1
Introducción	2
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Objetivo General	5
1.3 Objetivos específicos	5
1.4 Justificación	5
1.5 Antecedentes	8
1.5.1 Costo de inversión para la instalación de una clínica dental	8
1.5.2- Factores socioeconómicos para la adaptación de los servicios odontológicos ofrecidos por una clínica a la comunidad	10
1.5.3 Calidad del servicio valorados por pacientes odontológicos	11
1.6 Alcances	14
1.6.2 Factores socioeconómicos	14
1.6.3 Factores de calidad del servicio al cliente	15
1.7 Limitaciones	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	17
2. Introducción	18
2.1 Clínicas dentales como empresas	18
2.2 Mercadeo de servicios dentales	20
2.3 Mercadear	21

2.3.1 Mercados disponibles para una clínica dental	22
2.4 Factores económicos en la apertura de una clínica dental	23
2.5 Tecnología y equipamiento	27
2.6 Financiamiento	35
2.6.1 Productos o servicios	36
2.7 Factores socioeconómicos en la apertura de una clínica dental	43
2.7.1 Edad:	43
2.7.2 Género	43
2.7.3 Distrito de Procedencia	44
2.7.4 Ocupación	44
2.7.5 Escolaridad	44
2.7.6 Percepción sobre la importancia de la atención dental	44
2.7.7 Competencia local	45
2.8 Calidad del servicio al cliente	47
2.8.1 Calidad del personal en la clínica dental	49
2.8.2 Atención personalizada	49
2.8.3 Seguimiento de pacientes	51
2.8.4 Garantía del servicio	51
<i>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO</i>	53
3. Marco metodológico	54
3.1 Tipo de Investigación	54
3.2 Método	55
3.3. Población	55

3.4. Muestra	57
3.5 Fuentes de Información	59
3.5.1 Fuentes Primarias	59
3.5.2 Fuentes Secundarias	59
3.6 Cuadro de Variables	61
3.7 Técnicas e Instrumento de recolección de Datos	61
3.7.2 La Encuesta	62
3.8 Proceso para el análisis de datos	63
<i>CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS</i>	64
4. Factores económicos en la apertura de una clínica dental	65
4.1 Mercados disponibles para una clínica dental	65
4.1.1 Ubicación urbana o suburbana	65
4.1.2 Establecer estrategias comerciales	67
4.1.3 Uso de las Redes Sociales e Internet	67
4.2 Costos Fijos	68
4.2.1 Costos fijos con local propio	68
4.2.2 Costos fijos con alquiler de local	69
4.3 Costos variables	71
4.3.1 Materias primas y suministros	71
4.4 Costos de publicidad y promoción	74
4.5 Gastos de Mantenimiento	75
4.6 Tecnología y equipamiento	76

4.7 Formas de financiamiento	77
4.7.1 Préstamos Bancarios	77
4.7.2 Capital propio	78
4.7.3 Otras formas de financiamiento	79
4.8 Precio de la consulta	79
4.9 Formas de Pago	80
4.10 Factores socioeconómicos	81
4.10.1 Edad	81
4.10.2 Género	82
4.10.3 Distrito de procedencia	82
4.10.4 Ocupación	83
4.10.5 Escolaridad	84
4.10.6 Percepción sobre la importancia de la atención dental	85
4.11 Competencia en la zona de San Ramón	85
4.12 Calidad del servicio al cliente	86
4.12.1 Conocimiento del personal	87
4.13 Garantía de tratamientos	89
4.14 Seguimiento de pacientes	90
<i>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	92
5.1 Conclusiones	93
5.2 Recomendaciones	95
<i>CAPÍTULO VI. PROPUESTA</i>	97

6. Propuesta del Proyecto	98
6.1 8 P's del Marketing	98
6.2 5 Fuerzas de Porter	100
6.3 Análisis FODA	101
6.4 Estrategias FO FA DO DA	102
6.5 Matriz de CAME	103
6.6 Tiempos para la Ejecución del Proyecto	105
<i>CAPÍTULO VII. REFERENCIAS</i>	106
<i>CAPÍTULO VIII. APÉNDICES</i>	109
<i>CAPITULO IX. ANEXOS</i>	109
Encuesta #1	109
Encuesta #2	112

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Ilustración 1. Silla Dental. Precio de empresa Orthosupply	27
Ilustración 2. . Rayos X. Precio empresa Orthosupply	28
Ilustración 3. Silla para Doctor. Precio empresa Orthosupply	28
Ilustración 4. Auto Clave. Precio empresa Énhmed	28
Ilustración 5. Lámpara Fotocurado. Precio empresa Orthosupply	29
Ilustración 6. Maquina Termoformado. Precio empresa Orthosupply	29
Ilustración 7. Escáner Intraoral. Precio compra a 3shape	29
Ilustración 8. Compresor de aire. Precio empresa Énhmed	30
Ilustración 9. Cavitron. Precio empresa Othosupply	30
Ilustración 10. Pieza de mano de alta. Precio empresa Orthosupply	30
Ilustración 11. Pieza de mano de baja. Precio empresa Orthosupply	31
Ilustración 12. Recortadora de Yeso. Precio empresa Orthosupply	31
Ilustración 13. Cámara Intraoral. Precio empresa Orthosupply	31
Ilustración 14. Lámpara de blanqueamiento led. Precio empresa Orthosupply	31
Ilustración 15. Electrobisturí. Precio empresa Orthosupply	32
Ilustración 16. Radiovisiografo. Precio empresa Énhmed	32
Ilustración 17. Imagen de ubicación de clínicas dentales.	46
Ilustración 18. Cantidad de Población de San Ramón. Informe Seguridad Pública	___ ¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 19. Mapa de Clínicas dentales en San Ramón.	66
Ilustración 20. Respuesta #6 de la encuesta para conocer el Servicio y Calidad que brindan las clínicas dentales.	68
Ilustración 21. Plan para Publicidad y Promoción de la clínica dental	75
Ilustración 22. Encuesta para saber situación económica. Opciones de pago	80
Ilustración 23. Encuesta para saber la situación socioeconómica	80
Ilustración 24. Edad de los encuestados	81
Ilustración 25. Género	82

<i>Ilustración 26. Distrito</i>	83
<i>Ilustración 27. Ocupación</i>	84
<i>Ilustración 28. Escolaridad</i>	84
<i>Ilustración 29. Relevancia de atención dental</i>	85
<i>Ilustración 30. Encuesta para saber aspectos de Servicio y Calidad. Personal</i>	87
<i>Ilustración 31. Criterios para la escogencia de una clínica</i>	88
<i>Ilustración 32. Horario de atención</i>	88
<i>Ilustración 33. Encuesta para saber los servicios y la calidad. Tiempo</i>	89
<i>Ilustración 34. Formas de pago</i>	89
<i>Ilustración 35. Garantía de los procedimientos</i>	90
<i>Ilustración 36. Encuesta para saber aspectos de Servicio y Calidad. Seguimiento</i>	91
<i>Ilustración 37. Análisis FODA</i>	102
<i>Ilustración 38. Estrategias FO FA DO DA</i>	103
<i>Ilustración 39. Matriz de CAME</i>	104

Índice de Tablas

<i>Tabla 1. Tabla de Productos y precios de la Clínica Dental 2</i>	34
<i>Tabla 2. Tabla de precios del CCDCR</i>	39
<i>Tabla 3. Tabla de precios del CCDCR</i>	40
<i>Tabla 4. Tabla Precios CCDCR 3</i>	41
<i>Tabla 5. Tabla 6. Tabla Precios CCDCR 4</i>	42
<i>Tabla 6. Cantidad de Población de San Ramón. Informe Seguridad Pública</i>	56
<i>Tabla 7. Cuadro de Variables</i>	61
<i>Tabla 8. Tabla de costos operativos fijos con financiamiento (local propio)</i>	69
<i>Tabla 9. Tabla de costos operativos fijos con financiamiento (con Alquiler de local)</i>	69
<i>Tabla 10. Calculo mensualidad Crédito</i>	70
<i>Tabla 11. Suma de gastos fijos e inversión equipos y materiales</i>	70
<i>Tabla 12. Inversión inicial de Equipos y Materiales</i>	72
<i>Tabla 13. Continuación de Inversión Inicial de Equipos y Materiales</i>	73
<i>Tabla 14. Precios de Proveedor de Publicidad y Promoción</i>	74
<i>Tabla 15. Equipos Básicos de una clínica dental</i>	76
<i>Tabla 16. Información de Créditos COOPENAE</i>	78
<i>Tabla 17. Información Crédito BANCO NACIONAL</i>	78
<i>Tabla 18. Tiempo para Ejecución de proyecto</i>	105

AGRADECIMIENTO

Agradecerle primero a Dios por todos los dones que me ha regalado hasta el día de hoy, y poder darme la posibilidad de presentar este proyecto.

A mi familia, por ser los pilares de mi vida y ser las personas que me hacen luchar todos los días para superarme y ser un hombre de bien.

A mis padres por su perseverancia y apoyo en mis estudios y en todos los aspectos de mi vida.

A mis jefes en Coopeandel, por darme el apoyo económico, de tiempo y profesional, para realizar este posgrado y crecer a nivel personal.

A todos los profesores a lo largo de mi carrera, quienes siempre dieron su mejor esfuerzo por inculcarnos el conocimiento.

A mi Tutora y Profesora Carol Flores Solano, por sus consejos acertados, apoyo en la gestión del proyecto y ser la guía para finalizarlo con éxito.

DEDICATORIA

Primero que todo, quiero dedicarle este Trabajo Final de Graduación a Dios, ya que él me da las fuerzas necesarias y el razonamiento necesario para tomar las mejores decisiones para realizar este proyecto, para atender mi trabajo y velar por mi familia.

También, agradecerle a mi esposa, Gloriana, por brindarme su apoyo incondicional en esta nueva etapa de estudios en mi vida y por estar a mi lado en todo momento, donde en ocasiones se tuvieron que hacer sacrificios, pero que sabíamos que iban a tener sus frutos.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Introducción

Este proyecto tiene como objetivo principal, el ser una guía para los doctores recién graduados en Odontología, para cuando decida establecer su propia Clínica Dental. Dentro de lo que se pretende demostrar y poner a disposición de ellos, son las diferentes herramientas que se deben de utilizar para obtener información importante para la toma de decisiones.

Unos de los puntos fundamentales, es que el proyecto les muestre cual puede ser el rango de inversión que se debe realizar en equipos y materiales, y los costos fijos y variables que van a tenerse mensualmente. También, el tener claro cual debe ser el lugar idóneo para la instalación de la clínica dental y el nicho de la población a la que se va a enfocar los esfuerzos, para que se vaya incrementando la cartera de pacientes a través del tiempo.

Por último, es importante aplicar las diferentes herramientas de Calidad que se puedan aplicar a este tipo de proyectos, que puedan servir de guía y de instructivo, para crear procedimientos, estándares y procesos que ayuden a mantener la Clínica Dental en el tiempo y crear la mejora continua en base a la opinión de los pacientes.

I.1 Planteamiento del problema

En la actualidad, la carrera de Odontología, en universidades tanto públicas como privadas, gradúa cada año a profesionales altamente capacitados, listos para ejercer y deseosos de crecimiento personal. Todos ellos esperan ser favorecidos con la rifa de Servicio Social que realiza el Estado, en la que se sortean entre 20 y 25 puestos anuales y cuyos ganadores tendrán la oportunidad de trabajar un año, con su respectivo salario, en las diferentes clínicas pertenecientes a la Caja Costarricense del Seguro Social. Aquellos que no resulten favorecidos, deben buscar otras opciones para ejercer su profesión, por ejemplo, encontrar trabajo en clínicas ya existentes, trabajar con familiares que ya tienen su propia clínica, o bien, establecer su propia clínica.

La mayoría de graduados que deciden establecer su propia clínica carecen de un conocimiento administrativo y de mercadeo robusto para efectuar estudios que sustenten una adecuada toma de decisiones. Por este motivo, suelen priorizar la búsqueda de un lugar cercano a su hogar, o en el cantón o provincia donde crecieron, que es donde residen la mayoría de familiares y personas conocidas y que constituyen potenciales pacientes.

Al querer establecer su propia clínica cerca de su lugar de nacimiento, los nuevos graduados pueden pasar por alto un estudio básico de la competencia en la zona, la cantidad de población y las características económicas de la comunidad. Estos aspectos son muy importantes y no pueden infravalorarse, ya que ayudan al profesional a valorar la rentabilidad del negocio y su capacidad para cumplir con sus obligaciones económicas mensualmente.

Por otro lado, por la formación que reciben en su facultad, los odontólogos recién graduados poseen un vasto conocimiento sobre los equipos y el instrumental mínimo que deben adquirir para establecer *una clínica*, pero no tienen presente el resto de los gastos, directos e indirectos, que conlleva el establecimiento de *un negocio*. Muchos de los nuevos profesionales

cuentan con el beneficio de que sus familiares poseen un capital económico, e incluso, ya se dedican a la odontología, por lo que reciben un apoyo financiero y asesoría profesional. No obstante, un gran porcentaje de los graduados no cuentan con esta ventaja y deben valorar la adquisición de un crédito, muchas veces, sin un historial crediticio que los respalde como clientes potenciales para las entidades financieras.

Como se argumenta en los párrafos anteriores, la transición de estudiantes recién graduados en odontología hacia la apertura y operación de clínicas dentales propias puede ser un paso inquietante en sus carreras profesionales. Además, este proceso está influenciado por diversos factores que pueden pasarse por alto y que pueden afectar su éxito. En estas circunstancias, esta investigación procura responder la siguiente pregunta: ¿Qué factores económicos, sociales y de servicio al cliente inciden en la instalación de una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023? Mediante su respuesta, se procura ofrecer un plan de negocios sólido que ayudará a profesionales graduados a evaluar la viabilidad y el potencial éxito de su propia clínica.

1.2 Objetivo General

Analizar los factores económicos, sociales y de calidad del servicio que inciden en la instalación de una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023.

1.3 Objetivos específicos

Con base en el objetivo general del presente proyecto, se proponen los siguientes objetivos específicos:

- 1- Determinar el costo de inversión para la instalación de una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023 para la determinación de su viabilidad económica.
- 2- Establecer el perfil socioeconómico de pacientes odontológicos en una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023 para relacionarlo con sus criterios de escogencia de una clínica dental.
- 3- Identificar aspectos de la calidad del servicio valorados por pacientes odontológicos en una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023 para su incorporación como parte de la atención de la clínica.

1.4 Justificación

La presente investigación nace con el objetivo de determinar los factores económicos, socioeconómicos y de calidad del servicio que inciden en la instalación de una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023. Al intentar establecer un negocio propio en Costa Rica, los profesionales en odontología se enfrentan a un severo desconocimiento sobre los factores por tomar en cuenta y garantizar el éxito del proyecto. Los únicos puntos claros parecen ser los trámites a nivel municipal para la solicitud de los permisos y la patente comercial, fuera de los cuales no existe información práctica que permitan orientar un emprendimiento de este tipo. Dada la falta de

información, la apertura de una clínica dental parece ser un proceso de prueba y error, con alta incertidumbre.

En este contexto, esta investigación pretende ser un insumo de referencia para el odontólogo emprendedor, de modo que tenga clara la logística y culmine con una apertura exitosa de la clínica. Los resultados que se obtengan de este estudio, así como el flujo de procedimientos y las herramientas empleadas, serán insumos para la toma de decisiones por el futuro emprendedor, a fin de gestionar la apertura de su clínica y las correcciones necesarias durante este proceso.

Para trazar esta ruta, este estudio considera tres factores clave: económicos, socioeconómicos y de calidad de servicio. En cuanto a los primeros, la investigación pretende demostrar que el factor económico es crítico para tomar la decisión de invertir en una clínica dental y que es preciso contar con una planificación financiera muy exacta para evaluar la viabilidad del negocio. Esta última implica establecer un presupuesto claro, identificar los riesgos y crear una estrategia comercial que vaya alineada con los recursos económicos disponibles para asegurar el éxito y la sostenibilidad de la clínica en el tiempo. Teniendo clara la inversión inicial para el proyecto, la búsqueda de financiamiento es el siguiente punto por abarcar, a fin de valorar las diferentes alternativas, por ejemplo, recursos familiares o un préstamo con una entidad financiera.

En segundo lugar, tomar en consideración el perfil socioeconómico de las personas de la localidad es crucial para adaptar el funcionamiento de la clínica a las necesidades y criterios de los pacientes en aspectos como precios, mercadeo y medios de difusión de la clínica. Estos mecanismos garantizarán al emprendedor altas probabilidades de ser escogidos sobre la competencia, pues podrá adaptarse a las circunstancias sociales y económicas de los pacientes. Otro punto importante en este ámbito es la escogencia de una localización óptima para la clínica,

que se amolde al presupuesto establecido como parte de la inversión inicial y que sea de acceso rápido a todo público.

En relación con los aspectos relacionados con el servicio al cliente, cabe enfatizar que el cliente es la figura más importante para cualquier negocio, pues de aquel depende la subsistencia de este último en el mercado a través del tiempo. Una inversión inicial adecuada garantiza que la clínica cuente con los recursos necesarios para operar de manera eficiente y, de esta forma, proporcionar un entorno seguro y cómodo para los pacientes.

El servicio al cliente es fundamental para crear una experiencia positiva y satisfactoria para los pacientes, la cual, a su vez, puede generar lealtad y referencias boca a boca que, al fin a al cabo, son la mejor publicidad para un negocio. Algunos aspectos clave por considerar al momento de recibir a los pacientes son la atención personalizada, la comunicación efectiva, la empatía, la capacidad de respuesta, la resolución de problemas y la calidad del servicio. Brindar un excelente servicio al cliente puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una clínica dental.

Por las razones anteriores, esta investigación es clave para estudiantes recién graduados o próximos a graduarse, quienes poseen vastos conocimientos en su área disciplinar, pero carecen de experiencia en el ámbito de la administración y el mercadeo. La presente investigación brindará a esta población el conocimiento necesario para la apertura de su propia clínica mediante una consideración detallada de los factores económicos, socioeconómicos y de servicio al cliente antes mencionados. En ese sentido, este estudio trazará una ruta clara sobre el proceso a seguir y los fundamentos para iniciar un proyecto de clínica dental con altas probabilidades de éxito en el mercado.

1.5 Antecedentes

Los antecedentes de la investigación reseñan los resultados de estudios previos y las conclusiones obtenidas por otros investigadores en otros trabajos respecto del problema que se investiga, o en trabajos similares o relacionados a fin de resolver el problema de investigación.

1.5.1 Costo de inversión para la instalación de una clínica dental

Una parte importante de la planificación y gestión de una clínica dental es determinar el costo de la investigación para optimizar los servicios profesionales. La inversión en investigación no solo garantiza la calidad de los servicios dentales, sino que también contribuye al desarrollo continuo de tratamientos y técnicas odontológicas. En este proceso, se deben tener en cuenta varios aspectos como el equipo especializado, los recursos humanos, los materiales utilizados y la infraestructura necesaria para llevar a cabo investigaciones de vanguardia.

Además, como parte del proceso investigativo, se debe considerar la legislación y regulaciones vigentes en el campo de la odontología, así como tener la disposición para investigar proveedores de equipos y materia prima con el propósito de escoger los más adecuados según las necesidades de la clínica, brindar un servicio de calidad y mantenerse dentro del presupuesto. También, es importante conocer las necesidades del paciente y la competencia en el mercado. En este contexto, se analizarán los elementos clave que intervienen en el cálculo del costo de la investigación.

Dentro del proyecto de Administración de Consultorio, un Dolor de cabeza para el Odontólogo (Solano Araya, 2008, p. 20 – 23), hace una referencia en su estudio de varios de los costos fijos y variables que tendría que asumirse para administrar una clínica dental de forma adecuada.

El proyecto de Solano Araya (2008) es de gran ayuda, ya que indica los equipos principales con que debe contar una clínica dental y las características de cada uno. Con esta información, se puede solicitar una cotización actualizada de estos equipos y sus fichas técnicas para seleccionarlos. Otro detalle que se muestra en el proyecto son los costos básicos fijos y variables, las cuales se deben tomar en consideración dentro del presupuesto y validar si, actualmente, se han agregado nuevos costos que no existían en el período en que se hizo el estudio de Solano.

Solano Araya (2008, p. 10 – 29) conceptualiza varios factores adicionales al ámbito económico que son fundamentales para la apertura de una clínica dental. Por ejemplo, toca puntos importantes como la contabilidad, los procesos contables que se deben ejecutar y las entidades estatales con las que se debe tener una coordinación; los factores de recursos humanos y el personal con que se debe contar en la clínica; el mercadeo, que es un punto clave para tener las herramientas adecuadas y dar a conocer la clínica a nivel local, entre otros como la calidad de servicio y materia prima, control de calidad y la administración de la clínica.

Los conceptos expuestos en este trabajo son de mucha utilidad, ya que constituyen los requisitos primordiales con los que se debe iniciar el proceso de establecer una clínica dental y también un punto de referencia para generar los procedimientos adecuados por cumplir día a día para atender las obligaciones con el personal, pacientes y el estado.

Freer Bolaños (Razones por las cuales los odontólogos optan por la diversificación de su consulta privada para obtener empleo, 2015, pp 2- 5) se muestra cuantitativamente las posibilidades laborales con la que cuentan los odontólogos generales con poca trayectoria laboral y en qué aspectos deben diversificarse en un mercado saturado y muy competitivo. También, señala que se los profesionales se ven obligados a continuar estudiando para ampliar su grado académico a fin tener más opciones en el mercado laboral.

Freer Bolaños (2015) señala criterios fundamentales para analizar la práctica odontológica y valorar si el tipo de empleo es afín a las necesidades del profesional. Entre estos destaca considerar si el tipo de empleo es parcial o completo, las horas semanales laboradas, el nivel de ingresos, el grado de satisfacción y la remuneración recibida. Además, sugiere considerar el tipo de ejercicio que se lleva a cabo: si se trata de consulta pública o privada, en sociedad con colegas, dependiente de un servicio, por ejemplo, si trabaja para instituciones gubernamentales; si se opera en todas las opciones anteriores, o bien, si del todo no se labora en la práctica odontológica.

Este estudio es de mucha importancia, ya que le brinda validez al presente estudio y facilita a los nuevos graduados una herramienta para contar con su propia clínica. Además, aclara aspectos administrativos y pasos que deben seguir para la apertura de una clínica dental.

1.5 2- Factores socioeconómicos para la adaptación de los servicios odontológicos ofrecidos por una clínica a la comunidad

Como parte de esta investigación, es necesario encontrar antecedentes sobre la forma más apropiada para dirigirse al mercado local, identificar las principales razones por la que los ciudadanos eligen una clínica dental y las posibles herramientas que se pueden utilizar para desarrollar una estrategia que ayude en el éxito de la creación de la clínica dental.

Para iniciar con este tema, es importante señalar el concepto de Marketing. Según Phillip Kotler y Gary Armstrong en su libro (Fundamentos del Marketing, 1998, pp 43 - 45), “se define como la entrega de satisfacción a los clientes obteniendo una utilidad. Es el proceso por medio del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando productos y valor con otros” y su concepto con la referencia al concepto de un producto “cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo”.

Bastos Montero en su memoria de Práctica Profesional (Propuesta de un plan estratégico para la clínica dental de la sede del Caribe de la Universidad de Costa Rica, con el fin de expandir sus servicios a la población del cantón central de la provincia de Limón, 2015, pp 34), menciona algunos aspectos socioeconómicos de la provincia de Limón pertinentes para la práctica odontológica, dentro de los cuales menciona los ingresos promedio que tiene la población según estudios realizados por el INEC. También, se refiere a la diferencia de precios que existe entre la odontología privada y la estatal, haciendo la salvedad de que la privada es regulada por el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica (CCDCR).

Para Bastos Montero (2015), el establecimiento de una clínica dental implica una serie de factores socioeconómicos importantes que deben ser considerados cuidadosamente en el diseño de planes efectivos para garantizar el éxito a largo plazo. Para determinar la estrategia por seguir, se debe identificar la inversión inicial en equipos, instalaciones, personal y efectuar un estudio detallado del cantón para identificar factores económicos de la población meta. Además, para garantizar la viabilidad económica del proyecto, se deben tomar medidas como obtener financiamiento de bancos o inversores privados o con fondos propios y desarrollar un plan de negocios sólido.

La ubicación de la clínica es crucial. Debe estar en una zona con flujo constante de personas y accesible para los pacientes, lo que puede requerir un análisis de mercado exhaustivo, de la demanda y la competencia en la industria.

1.5.3 Calidad del servicio valorados por pacientes odontológicos

Uno de los objetivos de esta investigación es comprender las prioridades y las expectativas de los pacientes cuando buscan atención dental. Los hallazgos muestran que la puntualidad en las citas es crucial para estos últimos, porque valoran la eficiencia de la atención. Además, dentro de

los aspectos por remarcar se encuentra una comunicación efectiva entre el personal y los pacientes, crucial para garantizar la comprensión de los procedimientos y las recomendaciones de cuidado oral. Incluso, se podría considerar la estética del local y otros puntos fuertes que hacen destacar un consultorio para sus pacientes.

Laura Murillo Álvarez (Tipología de los modelos de atención Odontológica, 2004, pp 47-50), hace referencia a los factores que se deben tomar en cuenta para mejorar la productividad de un consultorio. Menciona la calidad y cómo se le debe brindar la atención a los pacientes, los conceptos de calidad en la salud y los conceptos de eficiencia y eficacia. Señala que, hoy en día, los pacientes tratan de encontrar un valor adicional en sus visitas a los consultorios dentales; además de buscar precios que se adapten a su presupuesto, estos quieren obtener un servicio de calidad como parte de sus tratamientos.

La impresión que se debe llevar el paciente del consultorio dental es de satisfacción, sentir que su necesidad fue sanada y que se abarcaron todas sus consultas. Obteniendo esa satisfacción de los pacientes, el consultorio se puede garantizar que estos recomendarán la clínica, lo cual constituye la mejor estrategia de mejor mercadeo, porque está transmitiendo sus vivencias y el trato que recibió.

Bastos Montero (2015, pp 35- 39), menciona varias estrategias de marketing que se pueden usar de apoyo para crear su clínica dental. Dentro de estas se encuentra, en primer lugar, la de precio agresivo para buscar clientes y captarlos; en segundo lugar, la estrategia de imitar, que busca establecer procesos de la competencia y copiar los aspectos positivos que están haciendo; en tercer lugar, resalta la estrategia de diferenciación, que busca dar identidad a la clínica dental, que los pacientes siempre la recuerden y la recomienden sin tener ninguna duda. Estas estrategias son un gran aporte para la elaboración de este trabajo, ya que, si se utilizan de una forma adecuada, pueden

arrojar buenos resultados en el corto o mediano plazo, que garanticen la estabilidad de la clínica dental y la captación de pacientes.

Por otro lado, Bastos Montero (2015) destaca la idea de realizar una segmentación de mercado, porque se debe hacer ver a los pacientes del cantón que la clínica dental puede brindar cualquier servicio o necesidad que estos tengan, y que se tiene la capacidad de ofrecer los servicios a las diferentes clases sociales dentro de la localidad. Otro aspecto que se debe tomar en cuenta es el realizar un análisis intenso del entorno de los servicios odontológicos para identificar los factores positivos y negativos que van a involucrar la instalación de la nueva clínica dental.

Antecedentes Nacionales

Autor/ Año	Título de Estudio	Variables Consideradas	Resumen
Solano Araya, 2008)	Administración de Consultorio, un Dolor de cabeza para el Odontólogo. Costos que implica tener un Consultorio dental y su administración	Costos Operativos	Nos brinda una idea de los costos fijos y variables que puede tener una clínica dental
Bastos Montero (2015)	(Propuesta de un plan estratégico para la clínica dental de la sede del Caribe de la Universidad de Costa Rica, con el fin de expandir sus servicios a la población del cantón central de la provincia de Limón	Socioeconómicas	Se menciona algunos aspectos socioeconómicos de la provincia de Limón pertinentes para la práctica odontológica, dentro de los cuales menciona los ingresos promedio que tiene la población
Laura Murillo Álvarez (2004)	Tipología de los modelos de atención Odontológica	Calidad	Se hace referencia a los factores que se deben tomar en cuenta para mejorar la productividad de un consultorio.

Antecedentes Internacionales

Autor/ Año	Título de Estudio	Variables Consideradas	Resumen
Freer Bolaños, 2015	Razones por las cuales los odontólogos optan por la diversificación de su consulta privada para obtener empleo	Costos y Calidad	Se muestra cuantitativamente las posibilidades laborales con la que cuentan los odontólogos generales con poca trayectoria laboral y en qué aspectos deben diversificarse en un mercado saturado y muy competitivo
Kotler y Gary Armstrong 1998	Fundamentos del Marketing	Calidad	Se indica proceso por medio del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando productos y valor con otros
Revista FOLA ORAL (1998)	Características que afectan el Mercadeo de servicios al consumidor	Calidad/ Costos	Estos aspectos son importantes que se tengan presentes al momento de tomar decisiones.

1.6 Alcances

Este proyecto de investigación llevará a cabo un estudio completo para analizar los factores económicos, socioeconómicos y de calidad del servicio que inciden en la instalación de una clínica dental en San Ramón en 2023. A continuación, se señalan los principales alcances del estudio:

1.6.1 Factores económicos

Se realizará un estudio de mercado para comprender la demanda de servicios dentales en San Ramón, el cual incluye evaluar la población, la edad, los ingresos, el acceso a seguros y los patrones de atención dental en el área.

Se identificarán los gastos de apertura y operación de una clínica dental como alquiler de locales, salarios del personal, suministros médicos, equipos y gastos de cumplimiento legal.

Se identificarán los gastos asociados con la apertura y el funcionamiento de una clínica dental, incluidos los alquileres de locales, los salarios del personal, los suministros médicos, el equipo y los gastos de cumplimiento legal.

Además, se evaluarán las opciones de financiamiento disponibles para asegurar la financiación adecuada, como préstamos bancarios, inversionistas o subvenciones gubernamentales.

1.6.2 Factores socioeconómicos

Se caracterizará la composición demográfica de San Ramón, incluyendo la edad, género, nivel educativo y necesidades de atención dental específicas de los residentes.

Se caracterizará el perfil socioeconómico de pacientes odontológicos atendidos en una clínica dental en San Ramón de Alajuela y su incidencia en los criterios de escogencia de una clínica dental.

Se identificará la competencia local mediante una evaluación del número de clínicas dentales existentes, su reputación a nivel local y servicios ofrecidos.

1.6.3 Factores de calidad del servicio al cliente

Se sugerirá estrategias para la contratación de personal calificado y amable, que destaque por su empatía y habilidades de comunicación.

Se identificará la inversión en equipos dentales de última generación y tecnologías que mejoren la precisión y eficiencia de los procedimientos para garantizar un excelente servicio.

Se identificará la importancia de la atención personalizada y el establecimiento de una relación de confianza entre los pacientes y el personal profesional.

1.7 Limitaciones

Es importante tener en cuenta las limitaciones que pueden afectar los aspectos económicos, socioeconómicos y de calidad del servicio al considerar la creación de una clínica dental en San Ramón. A continuación, se resumen algunas de las limitaciones importantes por considerar. En primer lugar, se debe tener presente que la inversión inicial de una clínica dental puede ser un gran desafío si no se tiene suficiente capital, ya que, según estudios previos realizados con proveedores y consultas a doctores, el monto puede superar los diez millones de colones, para equipos, instalaciones y personal, publicidad.

En segundo lugar, es ideal tener claros los costos operativos para obtener una mejor proyección de la inversión por realizar. No obstante, estos costos pueden no ser tan claros de primera entrada, sino hasta cuando la clínica inicie operaciones, pues se relacionan con el alquiler de locales, salarios del personal, flujo de clientes y las fluctuaciones económicas en la economía local. En ese sentido, el odontólogo emprendedor puede verse inicialmente limitado para calcular

el impacto real de todas las variables anteriores en la captación de pacientes y el retorno de la inversión.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2. Introducción

La creación de una clínica dental requiere un estudio completo de los factores sociales, económicos y de calidad del servicio que pueden afectar su éxito. La evaluación de la viabilidad de la instalación de una clínica dental depende de su análisis y resultados. Además, es crucial tener en cuenta las particularidades de la zona de San Ramón de Alajuela en Costa Rica y su impacto en la posibilidad de establecer una clínica dental.

En este marco teórico, se conceptualizan los factores sociales, socioeconómicos y de calidad del servicio por tomar en cuenta al establecer una clínica dental en San Ramón de Alajuela. Con base en estos, los profesionales de la salud dental podrán tomar decisiones estratégicas informadas para establecer y operar con éxito una clínica dental en esta, e incluso, otras regiones de Costa Rica.

2.1 Clínicas dentales como empresas

Al crear una clínica dental, es crucial visualizar esta última no sólo como un consultorio, sino como una empresa, ya que su manejo, aunque a una dimensión menor, aplica para todos los conceptos que abarca una empresa. Para **Phillip Kotler y Gary Armstrong (2016)**, una empresa se define como una organización que se dedica a la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios con el objetivo de obtener beneficios económicos.

Las empresas pueden variar en tamaño, tipo y sector de operación. Son entidades que están orientadas hacia la generación de ingresos y la maximización de su rentabilidad. También, están compuestas por un conjunto de recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos que se utilizan de manera coordinada y organizada para alcanzar los objetivos establecidos. Su tamaño puede variar desde pequeñas empresas familiares hasta grandes corporaciones multinacionales.

Es muy importante tener este concepto de empresa claro para analizar las limitaciones y los alcances de una clínica dental al conformar un establecimiento comercial. La Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica (CCDCR) indican que una clínica dental es un establecimiento que brinda servicios de atención dental y cuidado bucal a los pacientes. Estas clínicas están compuestas por profesionales de la salud dental, como dentistas, higienistas dentales y asistentes dentales, que ofrecen una amplia gama de servicios que incluyen limpiezas, extracciones, obturaciones, endodoncias, ortodoncia, implantes dentales, entre otros.

Las clínicas dentales tienen tecnología y personal de odontología especializado, como dentistas, higienistas dentales, asistentes dentales y otros profesionales de la salud oral. Algunos de los servicios que se pueden brindar dentro de una clínica dental son los siguientes:

Revisiones y limpiezas dentales: Realizar exámenes regulares de la boca, los dientes y las encías para detectar problemas de salud oral y procedimientos de limpieza para eliminar placa y sarro.

Tratamiento de caries: rellenos dentales y otros procedimientos para tratar las cavidades dentales.

Endodoncia: tratamiento para los conductos radiculares para salvar dientes dañados.

Las extracciones dentales: Se realizan para extraer dientes dañados o irreparables.

Cirugía oral: Procedimientos quirúrgicos más complejos, como la extracción de muelas del juicio y la colocación de implantes dentales.

Ortodoncia: Corrección de problemas relacionados con la alineación de los dientes, como brackets y dispositivos de ortodoncia.

Prostodoncia: Restauración de dientes perdidos o dañados mediante prótesis dentales como puentes, dentaduras postizas e implantes.

Estética dental: procedimientos cosméticos como el blanqueamiento dental, las carillas dentales y las restauraciones estéticas.

Prevención y educación: Se le brinda una educación al paciente, haciendo referencia a las observaciones que realiza el doctor al momento de realizar la valoración.

2.2 Mercadeo de servicios dentales

Phillip Kotler y Gary Armstrong (2015, p. 43 – 45) definen mercadeo como:

“la entrega de satisfacción a los clientes obteniendo una utilidad. Es el proceso por medio del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando productos y valor con otro, y cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo.”

El marketing es una actividad en la que se combinan varios factores para que la satisfacción de los clientes sea real y posible, para que represente un valor significativo para la sociedad. Su contenido científico y tecnológico es imprescindible no solo para aquellos que lo practican, sino también para el escenario social.

La promoción que se le pueda brindar a la clínica dental es de suma importancia para su permanencia en el mercado. La utilización de los diferentes medios de comunicación es la clave, ya que muchos son gratuitos y de una alta difusión a nivel nacional. El aprovechamiento de estas herramientas va a aumentar la afluencia de pacientes y visitas a la clínica. Además, el éxito de una empresa depende en clientes satisfechos que regresan para compras repetitivas.

2.3 Mercadear

El mercadeo está orientado hacia el paciente o consumidor y, en el caso particular de la odontología, el aspecto por mercadear es el “servicio”. El objetivo de la clínica dental es establecer relaciones con los clientes que sean sólidas y duraderas, de modo que se genere valor para ambas partes. Para este fin, es necesario comprender las demandas y preferencias del mercado para crear planes y tácticas rentables para satisfacerlas. En ese sentido, el éxito de la clínica dental depende en clientes satisfechos que regresan para compras repetitivas, lo cual contribuiría a mercadear los servicios de la clínica.

De acuerdo con la **Revista FOLA ORAL (1998)**, existen cinco características que afectan el Mercadeo de servicios al consumidor, las cuales se explican en función de una clínica dental:

- **Tangible:** Se refiere al grado de sustantividad del servicio. Productos tangibles tales como los Puentes o Restauraciones son más fáciles de mercadear que servicios intangibles como la educación dental.
- **Durabilidad:** Se refiere a cuánto durará un servicio. De acuerdo con Simón Kunetz, los servicios pueden ser clasificados en perecibles, semidurables y durables. En cuanto a los servicios en odontología, estos no cuentan con una duración preestablecida, porque todos los tratamientos que requieren los pacientes son distintos y la fisiología variará según cada persona, aunque se efectúen los mismos procedimientos. Por esta razón, siempre se evalúa al paciente en una cita antes de realizar los procedimientos a fin de establecer un tiempo adecuado para atender cada proceso y una duración de los resultados.
- **Compromiso:** Este aspecto también afecta directamente el Plan de Mercadeo y se diferenciará dependiendo si ofrece servicios al productor, al consumidor o a ambos.

Pueden ser a corto, largo plazo o fijos. A nivel odontológico, se debe tener un compromiso de atención y de un servicio de excelencia; procurar brindar varias opciones a los pacientes para que ellos seleccionen la que mejor se adapte a su presupuesto. En todo caso, sin importar la que se seleccione, debe realizarse de la mejor manera y con la utilización de los mejores productos.

- **Esencial:** Se refiere a la percepción de los clientes sobre qué tan necesario es el servicio. En el caso de una clínica dental, la prioridad en el gasto varía de acuerdo con el grado de necesidad que perciba el paciente. Muchas personas no visitan al odontólogo por miedo, costo y la creencia de que las visitas no son necesarias; otras visitan sólo cuando se presentan problemas asociados con dolor.
- **Comprobable:** Está relacionado con formas de medir resultados de los servicios prestados. En los casos de las clínicas dentales, siempre es importante el seguimiento de los casos, en especial, de aquellos que son más delicados y requieren de observación. Siempre se debe solicitar al paciente que vuelva en un tiempo prudencial para analizar el proceso de curación y la evolución de los procedimientos realizados.

2.3.1 Mercados disponibles para una clínica dental

De acuerdo con **Mankiw (2014)**, los mercados se definen como todos aquellos lugares físicos y virtuales donde los compradores y vendedores pueden realizar transacciones comerciales, e incluyen una amplia gama de bienes y activos, desde bonos y acciones en los mercados financieros hasta bienes de consumo en los mercados de productos. Los mercados disponibles son esenciales para la economía y la actividad comercial, porque brindan un lugar para que los participantes realicen intercambios y fijen precios. Pueden ser muy especializados o abiertos al

público en general, y su funcionamiento está sujeto a una variedad de reglas y regulaciones para garantizar un comercio justo y efectivo.

Dentro de los mercados que puede abarcar una clínica dental se pueden mencionar:

- **Ubicación urbana o suburbana:** muchas clínicas dentales optan por ubicarse en áreas urbanas o suburbanas, donde la densidad de población es mayor y existe una mayor demanda de servicios de atención médica. Estas ubicaciones pueden ofrecer un flujo constante de pacientes potenciales.
- **Establecimientos comerciales y centros de negocios:** establecer relaciones con el comercio de la zona escogida para establecer la clínica dental es una alternativa de gran importancia, ya que puede garantizar una afluencia de pacientes importante que ayudaría a su consolidación en la localidad.
- **Redes sociales:** las redes sociales pueden ayudar a la promoción de una clínica dental y atraer pacientes. La siguiente es una lista de algunas formas en que las redes sociales pueden ayudar a una clínica dental a aumentar su presencia en el mercado y atraer nuevos pacientes. Es importante tener en cuenta que administrar las redes sociales requiere tiempo y energía. Mantener una presencia activa en línea, responder a mensajes y comentarios de manera oportuna y mantener una comunicación profesional y amigable es crucial. El uso efectivo de las redes sociales puede ser una herramienta útil para el crecimiento y la promoción de una clínica dental.

2.4 Factores económicos en la apertura de una clínica dental

Los costos operativos son una parte importante de la gestión contable y financiera de cualquier empresa, entidad gubernamental o organización sin fines de lucro. Se refieren a todos

los costos necesarios para que una organización funcione y mantenga en funcionamiento sus actividades comerciales o de servicio. Estos costos son necesarios para mantener las operaciones diarias y no están directamente relacionados con la producción de bienes o servicios, como los costos de producción.

Los costos operativos pueden incluir una variedad de componentes, y se clasifican y componen de acuerdo con el tipo de organización y su industria (**Lerner y Benavides, 1981**). Los costos operativos comunes incluyen:

2.4.1 Costos fijos: Estos son los gastos que no cambian independientemente del nivel de producción o actividad de la empresa. Algunos ejemplos de costos fijos son:

- **Alquiler o arrendamiento de instalaciones:** se refiere al acuerdo en el que una parte, llamada arrendador o propietario, cede el uso de sus instalaciones a otra parte, conocida como arrendatario o inquilino, a cambio de un pago periódico llamado alquiler.
- **Salarios y beneficios de los empleados:** estos costos son una parte importante de los gastos operativos de una empresa, ya que representan una porción significativa de los ingresos totales. Los salarios y beneficios de los empleados pueden variar según la industria, el nivel de experiencia y la ubicación geográfica.
- **Servicios públicos y gastos de oficina:** se refieren a los bienes y servicios esenciales proporcionados por empresas de servicios públicos, como agua, gas, electricidad, teléfono, eliminación de residuos y otros.
- **Seguros:** son contratos en los que una compañía de seguros indemniza a otra parte contra pérdidas específicas, debido a contingencias o peligros.

- **Gastos legales y contables:** son dos categorías de costos que las organizaciones deben tener en cuenta en su presupuesto y gestión financiera. Los gastos legales se relacionan con la asesoría y los servicios legales, mientras que los gastos contables se relacionan con la contabilidad, la auditoría y el cumplimiento de las obligaciones financieras y fiscales.
- **Intereses de préstamos:** se refieren al costo adicional que una entidad, ya sea una persona, una empresa o una organización, debe pagar por el uso de dinero prestado. Este costo adicional se calcula como un porcentaje del monto principal del préstamo y se paga al prestamista como compensación por el uso de los fondos prestados durante un período de tiempo específico.

Cabe destacar que los costos fijos anteriores deben ser pagados incluso si la producción se detiene por completo y no varían en función de la cantidad de productos o servicios producidos.

2.4.2 Costos variables: Estos son los gastos que cambian en proporción directa con el nivel de producción o actividad de la empresa (**Lerner y Benavides, 1981**). Algunos ejemplos de costos variables son:

- **Materias primas y suministros:** se refieren a los materiales básicos utilizados en la producción de bienes o servicios. Las materias primas se utilizan como insumos en el proceso de fabricación y pueden ser transformadas en productos finales.
- **Costos de mano de obra directa:** se refieren a los gastos asociados con los empleados que están directamente involucrados en la producción de bienes o servicios dentro de una empresa. Estos costos incluyen los salarios y beneficios de los empleados que están directamente relacionados con la producción.

- **Gastos de transporte:** se refieren a los costos incurridos por un empleado o contribuyente autónomo mientras se encuentra fuera de su hogar en un viaje de negocios. Estos pueden incluir gastos en un medio de transporte público, como un avión, tren, autobús o taxi. También puede cubrir los gastos de combustible y mantenimiento si se utiliza un vehículo personal para viajar por motivos laborales. Estos gastos son considerados como gastos ordinarios y necesarios para llevar a cabo las actividades comerciales y profesionales.
- **Publicidad y promoción:** se refieren a las actividades y estrategias utilizadas por una empresa para dar a conocer y promover sus productos o servicios. La publicidad implica el uso de medios de comunicación, como anuncios en televisión, radio, periódicos, revistas y medios digitales, para transmitir mensajes persuasivos a un público objetivo.
- **Gastos de mantenimiento:** se refieren a los costos incurridos para mantener y reparar los activos de una empresa, como maquinaria, equipos, edificios o vehículos. Estos gastos incluyen la mano de obra, las piezas de repuesto, los servicios contratados y otros suministros necesarios para mantener los activos en buen estado de funcionamiento. El objetivo principal de los gastos de mantenimiento es garantizar que los activos de la empresa estén en óptimas condiciones para maximizar su vida útil y minimizar el tiempo de inactividad.
- **Tecnología de la información (TI):** Gastos relacionados con la infraestructura de TI, hardware, software, servicios en la nube y mantenimiento de sistemas.

2.5 Tecnología y equipamiento

La introducción de la tecnología y el equipamiento adecuados en una clínica dental es esencial para mejorar la calidad de la atención médica, optimizar la eficiencia operativa y garantizar la satisfacción de los pacientes. En los últimos años, la tecnología en el campo de la odontología ha experimentado grandes avances, lo que permite a los profesionales de la salud dental usar herramientas más precisas, seguras y cómodas para el diagnóstico, el tratamiento y el seguimiento de los pacientes.

Una clínica dental puede destacar en términos de atención al paciente y competitividad en el mercado si invierte en tecnología y equipamiento dental moderno, ya que estos benefician a los pacientes al mejorar la calidad de la atención que reciben y a la industria en su conjunto. Dentro de los equipos y productos que se pueden encontrar en una clínica dental se incluyen:

- **Silla Dental:** su costo ronda los ₡3,500,000 de colones.

Ilustración 1. Silla Dental. Precio de empresa Orthosuply



- **Rayos X:** costo Unitario ₡ 1,800,000

Ilustración 2. . Rayos X. Precio empresa Orthosupply



- **Silla para Doctor:** costo de ₡ 125,000 colones

Ilustración 3. Silla para Doctor. Precio empresa Orthosupply



- **Auto Clave:** costo de ₡ 1,500,000 colones.

Ilustración 4. Auto Clave. Precio empresa Énhmed



- Lámpara fotocurado: costo de ₡210,000 colones.

Ilustración 5. Lámpara Fotocurado. Precio empresa Orthosupply



- **Máquina termoformada:** costo de ₡150,000 colones.

Ilustración 6. Máquina Termoformado. Precio empresa Orthosupply



- **Escáner intraoral:** Costo ₡12,000,000 colones

Ilustración 7. Escáner Intraoral. Precio compra a 3shape



- **Compresor de aire:** Costo de ₡870,000 colones

Ilustración 8. Compresor de aire. Precio empresa Énhmed



- **Cavitron:** Costo de ₡150,000 colones.

Ilustración 9. Cavitron. Precio empresa Othosupply



- **Pieza de mano de alta:** costo de ₡110,000 colones

Ilustración 10. Pieza de mano de alta. Precio empresa Orthosupply



- **Pieza de mano de bajo:** costo de ₡135,000 colones

Ilustración 11. Pieza de mano de baja. Precio empresa Orthosupply



- **Recortadora de yeso:** costo de ₡390,000 colones

Ilustración 12. Recortadora de Yeso. Precio empresa Orthosupply



- **Cámara intraoral:** costo de ₡345,000 colones

Ilustración 13. Cámara Intraoral. Precio empresa Orthosupply



- **Lámpara de blanqueamiento láser:** costo de ₡1,100,000 colones

Ilustración 14. Lámpara de blanqueamiento led. Precio empresa Orthosupply



- **Electrobisturí:** costo de ₡715,000 colones

Ilustración 15. Electrobisturí. Precio empresa Orthosupply



- **Radiovisiografo:** costo de ₡ 1,100,000 colones

Ilustración 16. Radiovisiografo. Precio empresa Énhmed



Los costos de materiales son cruciales para el funcionamiento y la calidad de la atención de una clínica dental. Estos gastos abarcan una amplia gama de insumos en odontología, desde instrumentos quirúrgicos y materiales de restauración hasta suministros desechables y equipos de diagnóstico sofisticados. Para brindar un tratamiento de alta calidad, proteger a los pacientes y mantener la rentabilidad de la clínica, es necesario gestionar estos costos de manera efectiva. Por las razones anteriores, este estudio aborda cómo los costos de materiales son un componente crucial de la práctica dental y cómo un manejo adecuado de estos costos puede tener un impacto significativo en el éxito y la reputación de una clínica dental. A continuación, se mostrarán un alto número de los materiales que se utilizan diariamente en una clínica dental y los costos de cada uno de ellos:

Ilustración 17. Tabla de Productos y precios de la Clínica Dental

LISTA DE PRODUCTOS PARA USO DIARIO DE UNA CLÍNICA DENTAL		
DESCRIPCIÓN	UD	PRECIO
ACIDOS	UND	7,100.00
ACRILICO LIQUIDO AUTOCURADO	UND	5,300.00
ACRILICO ROSADO AUTOCURADO POLVO	PAQ	3,400.00
AGUJAS	UND	5,800.00
ALCOHOL AL 70%	LITRO	2,600.00
ALCOHOL PARA QUEMAR	LITRO	2,000.00
ALGINATO CROMÁTICO	PAQ	5,700.00
ALGINATO PARA ORTODONCIA	PAQ	5,700.00
ANESTESIA 3%	PAQ	8,500.00
ANESTESIA LIDOCAINA	UND	9,500.00
ANESTESIA TÓPICA	UND	3,500.00
BABEROS DENTALES	PAQ	14,000.00
BANDAS METÁLICAS	UND	750.00
BATA QUIRURGICA UNISEX	PAQ	7,100.00
BLANQUEAMIENTO PARA OFICINA	UND	29,000.00
BLANQUEAMIENTO PARA CASA	UND	29,000.00
BLOCK OUT RESINA	UND	8,600.00
BROCA TRANSMETAL	UND	3,000.00
BROCAS 12 ASPAS	UND	3,400.00
BROCAS CARBIDE	UND	1,400.00
BROCAS DIAMANTE X5	PAQ	5,000.00
BROCAS PEZZO	PAQ	13,000.00
CALIBRADOR DEPRECISIÓN	UND	21,000.00
CASTRO VIEJO	UND	18,000.00
CEMENTO DEFINITIVO	UND	31,000.00
CEMENTO TEMPORAL	UND	23,000.00
CEPILLO PROPHY	UND	5,000.00
CEPILLOS PROFILAXIS	PAQ	17,000.00
CERA ROSADA	PAQ	6,000.00
CINTA TESTIGO	UND	3,800.00
CONTRASTADORES PARA FOTOGRAFIA	PAQ	29,600.00
COPAS PARA PROFILAX	PAQ	17,000.00
CORTADORA DE NADAS	UND	34,000.00
CORTADORAS	UND	59,000.00
CUBETAS PARA FLÚOR	UND	10,500.00
CUBETAS PARA IMPRESIÓN DENTAL	UND	9,100.00
CUÑAS DE MADERA	PAQ	1,300.00
DENTOFORMO	UND	38,000.00
DIRECTOR DE LIGADORA	UND	14,000.00
ELEVADORES RECTOS	UND	29,000.00
ENDOPOSTES DE FIBRA DE VIDRIO	PAQ	68,000.00
ENJUAGUE BUCAL	LITRO	18,000.00
ESPEJOS INTRAORALES	PAQ	69,000.00
ESTACIÓN DE USO MEDICO	UND	290,000.00
EUGENOL	UND	5,600.00
FLÚOR	UND	5,712.00
FORCEP	UND	18,000.00
GASA USO MEDICO	PAQ	2,700.00
GUANTES NITRIL	CAJA	25,000.00
HIDROXIDO DE CALCIO	PAQ	34,000.00
HILO DENTAL	UND	3,000.00
HOJAS BISTURÍ	UND	6,800.00
INDICADOR QUIMICO PARA AUTO CLAVE	UND	8,300.00
INSTRUMENTOS IPP TITANIUM	UND	19,000.00
IONOMERO DE VIDRIO	UND	17,900.00
JABÓN ANTIBACTERIAL NEUTRO	LITRO	2,600.00
JERINGA PARA ANESTESIA	UND	12,800.00
KIT BÁSICO DENTAL	PAQ	8,500.00
KIT DE RESINA	PAQ	92,000.00
KIT DESCARTABLES	PAQ	69,000.00
KIT PARA PULIDO	PAQ	10,800.00
LAMINA DUAL	PAQ	3,000.00
LAMINAS RETENEDORAS Y BLANQUEAMIENTOS	UND	5,600.00
LAMPARA DE ALCOHOL	UND	3,800.00
LENTES DE PROTECCION	UND	3,000.00
LIP RECTOR	UND	15,500.00
LIQUIDO FIJADOR DE RADIOGRAFIA	LITRO	12,000.00
LIQUIDO REVELADOR DE RADIOGRAFIA	LITRO	12,000.00

Tabla 1. Tabla de Productos y precios de la Clínica Dental 2

LISTA DE PRODUCTOS PARA USO DIARIO DE UNA CLÍNICA DENTAL		
DESCRIPCIÓN	UD	PRECIO
MANGO DE BISTURI	UND	₺ 10,000.00
MASCARILLAS	X50	₺ 1,500.00
NANCE LOOP FORMING	UND	₺ 34,500.00
ORGANIZADOR DE PINZAS CON TAPA	UND	₺ 34,000.00
ORGANIZADOR DE RODILLO PARA ALGODÓN	UND	₺ 6,100.00
OXIDO DE ZINC POLVO	UND	₺ 5,000.00
PAPEL ARTICULAR	PAQ	₺ 3,800.00
PASTA PROFILACTICA	UND	₺ 5,600.00
PATA DE CABRA	UND	₺ 14,000.00
PERIOTOTOMO	UND	₺ 9,500.00
PIEDRA ARKANSÁ	UND	₺ 1,200.00
PINZA CABEZA DE MARTILLO	UND	₺ 34,000.00
PINZA HEMOSTÁTICA	UND	₺ 13,000.00
PINZA HOW CURVA	UND	₺ 34,500.00
PINZA MATHIEW	UND	₺ 19,000.00
PINZA PARA PAPEL ARTICULAR	UND	₺ 14,000.00
PINZA PICO DE PAJARO	UND	₺ 34,000.00
PINZA STOP V	UND	₺ 34,500.00
PINZA TRES PICOS	UND	₺ 34,000.00
PINZA WEINGART	UND	₺ 34,000.00
PINZAS PARA ALINEADORES	UND	₺ 48,500.00
PINZAS TWEED	UND	₺ 34,000.00
PORTA CLAMPS	UND	₺ 21,700.00
PROTECTORES PARA SILLA DENTAL	PAQ	₺ 20,000.00
PUSHADOR DE BANDAS	UND	₺ 9,800.00
PUTTY HB	UND	₺ 32,500.00
RADIOGRAFIA #2 ADULTO	UND	₺ 300.00
RASPADOR SCALER UNIVERSAL	UND	₺ 9,500.00
RECIPIENTE PARA MODELOS	UND	₺ 1,700.00
RECIPIENTE PARA PUNZOCORTANTES	UND	₺ 5,400.00
REGLAS INTERPROXIMALES	UND	₺ 12,000.00
REMOVEDORES	UND	₺ 34,000.00
RESINA BEATIFIL ii	UNA	₺ 15,500.00
RESINA FLUIDA	UND	₺ 3,200.00
RESINA PARAFIL	PAQ	₺ 29,600.00
RESINA POSTERIOR P50	UND	₺ 35,500.00
RESINA Z350	UND	₺ 34,000.00
RETRACTOR 3D	UND	₺ 9,000.00
RETRACTOR CON EYECTOR AJUSTABLE	UND	₺ 11,500.00
RETRACTOR DOBLE EXTREMO	UND	₺ 10,800.00
RETRACTOR MINESOTA	UND	₺ 7,900.00
ROLL PARA ESTERILIZAR	UND	₺ 44,000.00
ROLLOS DE ALGODÓN	PAQ	₺ 5,000.00
SILANO	UND	₺ 8,000.00
SONDA PERIODONTAL	UND	₺ 11,000.00
SUCTORES DE SALIVA	PAQ	₺ 1,750.00
SUTURA CADBUT	PAQ	₺ 9,000.00
SUTURA REABSORBIBLE	PAQ	₺ 9,000.00
TIJERA PARA SUTURA	UND	₺ 4,900.00
TIJERAS PARA SUTURA	UND	₺ 4,900.00
TIRAS ACERO STRIPPING	PAQ	₺ 11,500.00
TRIMERS DE CORTE	UND	₺ 3,200.00
VACELINA	UND	₺ 2,400.00
VASOS X100	PAQ	₺ 2,500.00
YESO DENTAL	PAQ	₺ 2,000.00

2.6 Financiamiento

El financiamiento es el capital que recibe una empresa o persona para llevar a cabo un proyecto o adquirir ciertos bienes. Puede ser utilizado para comprar activos circulantes o para financiar las operaciones diarias de una empresa. Los costos en los que incurre una empresa al obtener financiamiento a través de la deuda se conocen como costos financieros. Estos gastos incluyen el precio del dinero en forma de intereses, así como otros costos y tarifas asociados con la formalización del financiamiento. Los gastos financieros pueden ser una parte importante o mayoritaria de los gastos totales de una empresa. Además, suelen durar mucho tiempo y pueden verse afectados por el desempeño de la empresa en relación con la deuda.

En otras palabras, el "financiamiento" se refiere al proceso de obtención de recursos financieros, ya sean fondos o capital, para llevar a cabo una actividad económica o un proyecto (**Brealey y Stewart, 1981.**). Estos recursos son esenciales para cubrir los costos y gastos necesarios para emprender una empresa, inversión, compra de activos, o cualquier otra iniciativa que requiera capital. Además, el financiamiento puede tomar diversas formas, y su elección depende de la naturaleza de la actividad y las necesidades financieras de la entidad o individuo que lo busca. Algunas de las formas más comunes de financiamiento incluyen:

- **Préstamos bancarios:** obtener un préstamo de una institución financiera, como un banco, en el que se acuerda devolver el monto prestado más intereses en un período determinado.
- **Emisión de acciones:** en el contexto de una empresa, emitir acciones para recaudar capital de los inversores, quienes se convierten en accionistas y tienen una participación en la propiedad y las ganancias de la empresa.

- **Financiamiento por deuda:** Emitir bonos u otros instrumentos de deuda en los mercados financieros, donde los inversionistas compran estos valores y reciben pagos de intereses y devolución del capital en el futuro.
- **Capital propio:** utilizar el capital propio o los recursos personales para financiar una actividad o proyecto sin recurrir a préstamos externos.
- **Financiamiento de inversionistas privados:** Obtener inversores privados que aporten capital a cambio de una participación en el negocio o proyecto.
- **Subvenciones y ayudas:** obtener fondos gubernamentales o de organizaciones sin fines de lucro para proyectos específicos, como investigación, desarrollo o actividades benéficas.
- **Crowdfunding:** reunir pequeñas cantidades de dinero de una gran cantidad de personas a través de plataformas en línea para financiar proyectos.

En la mayoría de las actividades comerciales y proyectos, el financiamiento es esencial, porque permite obtener los recursos necesarios para llevar a cabo una iniciativa y, en última instancia, contribuye al crecimiento económico y al logro de metas financieras. La toma de decisiones financieras y la gestión empresarial dependen de la elección de la fuente de financiamiento adecuada y la gestión eficiente de los recursos financieros.

2.6.1 Productos o servicios

Cabe aclarar que, en tanto empresas, las clínicas dentales ofrecen servicios antes que productos. Por este motivo, como parte del financiamiento y para evaluar la rentabilidad de una empresa, se debe considerar el precio de los servicios. El precio se define como la cantidad de dinero que un comprador está dispuesto a pagar por un producto o servicio específico y puede variar según diversos factores como los costos de producción, la competencia en el mercado, la

percepción de valor del producto o servicio y las estrategias de fijación de precios de la empresa. **(Kotler, Armstrong, y Cunningham, 2019).**

Los servicios son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles, pues no tienen como resultado la propiedad de un objeto, sino que van dirigidos a dar una mejora en su calidad de vida. Kotler, Armstrong, y Cunningham (2019) indican que los servicios pueden incluir desde consultoría y asesoramiento legal hasta atención médica y entretenimiento. Además, la calidad de dicho servicio, la experiencia del cliente y la confianza son factores cruciales en su elección.

En ese sentido, el precio es el valor que se obtiene al realizar un intercambio por un bien o un servicio, y está relacionado con los ingresos económicos obtenidos por la venta del servicio o del producto. Es importante que estos precios están vinculados con la utilidad que obtendrá la persona que vende el producto o el servicio, y equilibrados en cuanto a la comparación de costos fijos y variables contra la utilidad.

Por otra parte, en el caso de una clínica dental, los productos dependen del servicio brindado a los pacientes, ya que de acuerdo con el problema identificado en el diagnóstico se ofrecerán los productos. Con todo, es importante mencionar que la atención del paciente requiere el uso de productos por parte del médico, como los son los guantes, instrumental entre otros, que son los instrumentos básicos que se utilizan para las revisiones. Estos productos deben ser considerados como parte de los factores económicos de equipamiento.

Los contadores, los directores financieros y otros profesionales relacionados con las finanzas suelen utilizar normas y pautas contables, como las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) o los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (GAAP) en los Estados Unidos, para definir y reportar los costos operativos de manera adecuada. Además,

los informes financieros anuales y trimestrales de una organización suelen incluir un desglose detallado de los costos operativos para proporcionar una visión completa de la estructura de costos de la empresa.

Al abordar los precios en una clínica dental, es necesario considerar los costos preestablecidos por el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica, los cuales se deben tomar como referencia al momento de establecer los precios finales por los tratamientos y servicios de un consultorio privado.

Tabla 2. Tabla de precios del CCDCR

COSTOS Y HONORARIOS PROFESIONALES 2021 – 2022			
Clasificación	Código	Procedimiento	TARIFA MÍNIMA 2021
1. Revisiones	1.1	Consulta Diagnóstica (4 rx, 2 modelos, odontograma)	€32.000
	1.2	Consulta odontológica específica	€20.000
	1.3	Consulta Post Tratamiento	€23.000
	1.4	Fotografía Digital Intraorales y Extraorales	€16.000
	1.5	Modelos de Estudio (en articulador de bisagra)	€20.000
	1.6	Consulta de Emergencia	€66.000
	1.7	Consulta Primera Vez (Virtual)	€14.000
2. Radiología	2.1	Radiografía Periapical o Aleta Convencional	€17.000
	2.2	Radiovisiografía Digital	€13.000
	2.3	Radiografía Oclusal	€19.000
	2.4	Radiografía Panorámica	€20.000
	2.5	Radiografía Cefalométrica	€20.000
	2.6	Estudio de Ortodoncia	€35.000
	2.7	Estudio de Ortodoncia Digital	€75.000
	2.8	Tomografía Computarizada Cone Beam Sextante	€31.000
	2.9	Tomografía Computarizada Cone Beam 1 Arcada	€44.000
	2.10	Tomografía Computarizada Cone Beam 2 Arcadas	€69.000
	2.11	Interpretación o Informe radiológico	€26.000
3. Operatoria	3.1	Amalgama Simple	€22.000
	3.2	Amalgama Compleja	€28.000
	3.3	Resina Simple	€31.000
	3.4	Resina Compleja	€42.000
	3.5	Resina Reconstrucción de Ángulo	€37.000
	3.6	Resina Cervical	€26.000
	3.7	Carilla Resina (Directa)	€42.000
	3.8	Carilla Resina (Indirecta)	€67.000
	3.9	Temporización Simple (ZOE, IV, Otros)	€22.000
	3.10	Temporización Compleja (ZOE, IV, Otros)	€24.000
	3.11	Reconstrucción por Fractura en Resina	€42.000
	3.12	Ajuste Oclusal	€15.000
4. Endodoncia	4.1	Endodoncia Anteriores y retratamiento (Unirradiculares)	€81.000
	4.2	Endodoncia Premolares y retratamiento (Birradiculares)	€93.000
	4.3	Endodoncia Molares y retratamiento (Multirradiculares)	€139.000
	4.4	Pulpotomía	€30.000
	4.5	Pulpectomía	€51.000
	4.6	Extirpación Pulpar	€32.000
	4.7	Apicectomía y Retrobturación	€114.000
5.1.1	5.1.1.1	Corona Metálica Semi-Precioso	€177.000

Tabla 3. Tabla de precios del CCDCR

COSTOS Y HONORARIOS PROFESIONALES 2021 – 2022			
Clasificación	Código	Procedimiento	TARIFA MÍNIMA 2021
	5.1.1.2	Corona Metálica No Precioso	€166.000
	5.1.1.3	Corona Metal - Porcelana Semi-Precioso	€210.000
	5.1.1.4	Corona Metal - Porcelana no precioso	€181.000
	5.1.1.5	Corona Zirconio y/o Porcelana	€198.000
	5.1.1.6	Atache de Precisión y Corona	€255.000
	5.1.1.7	Remoción de Corona	€27.000
	5.1.1.8	Laminado Zirconio y/o Porcelana	€183.000
	5.1.1.9	Incrustaciones Metal Semi - Precioso	€154.000
	5.1.1.10	Incrustaciones Metal No - Precioso	€127.000
	5.1.1.11	Incrustaciones Zirconio y/o Porcelana	€159.000
	5.1.2. Prótesis fija Endoposte	5.1.2.1	Endoposte Prefabricado y Muñón
5.1.2.2		Remoción de Endoposte	€32.000
5.1.3. Prótesis Provisional	5.1.3.1	Corona Provisional en Acrílico	€28.000
	5.1.3.2	Corona Provisional de Policarbonato	€36.000
	5.1.3.3	Corona Provisional de Acrílico Reforzado con Resina	€41.000
5.2.1. Prótesis Removible Parcial	5.2.1.1	Prótesis Parcial Removible Acrilica	€146.000
	5.2.1.2	Prótesis Parcial Removible Acrilica Inmediata	€107.000
	5.2.1.3	Prótesis Parcial Removible Flexible	€180.000
	5.2.1.4	Prótesis Parcial Removible Metálica (Cromo-Cobalto)	€229.000
5.2.2. Prótesis Removible Total	5.2.2.1	Prótesis Total Removible Acrilico	€162.000
	5.2.2.2	Prótesis Total Removible Total Acrilico - Base Metálica	€182.000
	5.2.2.3	Prótesis Total Removible Inmediata	€115.000
5.2.3. Prótesis Removible Reparaciones	5.2.3.1	Reparación Prótesis Agregar Diente	€28.000
	5.2.3.2	Reparación Prótesis Agregar Retenedor	€53.000
	5.2.3.3	Reparación Prótesis Soldadura Metálica	€53.000
	5.2.3.4	Reparación Prótesis Rebasado Autocurado	€43.000
	5.2.3.5	Reparación Prótesis Rebasado Termocurado	€72.000
6. Implantes	6.1	Cirugía de Colocación de Implante Dental	€448.000
	6.2	Cirugía Segunda Fase del Implante	€31.000
	6.3	Guía Quirúrgica Computarizada para colocación de implante	€247.000
	6.4	Colocación de Mini Implantes	€326.000
	6.5	Sobre dentadura sobre Implantes con dos ataches	€596.000
	6.6	Corona Implantosoportada Metal Porcelana + Poste Maquinado	€404.000
	6.7	Corona Implantosoportada Zirconio y/o Porcelana + Poste Maquinado	€432.000
	6.8	Corona Implantosoportada Metal Porcelana + Poste Prefabricado	€431.000
	6.9	Corona Implantosoportada Zirconio y/o Porcelana + Poste Prefabricado	€432.000
	6.10	Corona Implantosoportada Metal Porcelana + Poste Colado	€467.000
	6.11	Corona Implantosoportada Zirconio y/o Porcelana + Poste Colado	€468.000
	6.12	Pónico de Implante Metal Porcelana	€223.000
	6.13	Pónico de Implante Zirconio y/o Solo Porcelana	€249.000

Tabla 4. Tabla Precios CCDCR 3

COSTOS Y HONORARIOS PROFESIONALES 2021 – 2022			
Clasificación	Código	Procedimiento	TARIFA MÍNIMA 2021
	6.14	Provisional de Corona Implantosoportada	€133.000
	6.15	Prótesis Implantosoportada barra híbrida (fresada o colada) + Prótesis Acrílica	€1.700.000
	6.16	Prótesis Implantosoportada barra zirconio+ porcelana // Prótesis Implantosoportada super estructura (zirconio fresada)	€2.710.000
	6.17	Prótesis Implantosoportada metal porcelana (fresada ó colada)	€1.260.000
7. Prevención	7.1	Limpieza Profiláctica + Flúor + IFO (NO INCLUYE RASPADO)	€26.000
	7.2	Aplicación de Barniz de Flúor + IFO	€20.000
	7.3	Limpieza Profiláctica + Flúor + IFO + Raspado ultrasónico o manual	€42.000
	7.4	Sellante de Fosas y Fisuras	€18.000
8. Odontopediatría	8.1	Motivación y Adaptación	€19.000
	8.2	Corona de Acero Cromado	€46.000
	8.3	Corona de Resina	€56.000
	8.4	Mantenedor de Espacio Unilateral	€75.000
	8.5	Mantenedor de Espacio Bilateral	€79.000
9. Periodoncia	9.1	Diagnóstico Periodontal (Índice de Sangrado, Índice de Placa Bacteriana y Periodontograma)	€23.000
	9.2	Raspado Ultrasónico o Manual (Por Sesión)	€38.000
	9.3	Cirugía Periodontal (Cuadrante, Sector, Sesión)	€100.000
	9.4	Curetaje	€38.000
10. Ortodoncia	10.1	Control mensual de ortodoncia metálica (Tratamiento terminado a 24 meses)	€25.000
	10.2	Control mensual de ortodoncia estética (Tratamiento terminado a 24 meses)	€39.000
	10.3	Reposición de Brackets Metálico	€15.000
	10.4	Reposición de Brackets Estético	€24.000
	10.5	Cita de Remoción de ortodoncia	€68.000
	10.6	Retenedor de Ortodoncia Fijo (Incluye las 2 Arcadas)	€80.000
	10.7	Retenedor de Ortodoncia Removible (Incluye las 2 Arcadas)	€89.000
	10.8	Ortodoncia Aditamento Fijo	€77.000
	10.9	Ortodoncia Aditamento Removible	€89.000
	10.10	Cita de Colocación de Ortodoncia Metálica (Prima)	€135.000
	10.11	Cita de Colocación de Ortodoncia Estéticos (Prima)	€202.000
	10.12	Colocación de Ortodoncia Invisible / costo por cita (8 citas) / (12 Alineadores)	€73.250
	10.13	Colocación de Ortodoncia Invisible / costo por cita (15 citas) / Hasta 25 Alineadores)	€76.867
11. Blanqueamiento	11.1	Blanqueamiento Fundas en Casa	€83.000
	11.2	Blanqueamiento En Sillón Dental	€88.000
	11.3	Blanqueamiento Interno (Pieza no Vital) (Incluye 2 citas)	€53.000
12. Quirúrgico	12.1	Exodoncia Simple	€23.000
	12.2	Exodoncia Compleja	€37.000
	12.3	Exodoncia Preservación de Hueso	€115.000
	12.4	Exodoncia Diente Temporal	€22.000

Tabla 5. Tabla 6. Tabla Precios CCDCR 4

COSTOS Y HONORARIOS PROFESIONALES 2021 - 2022				
Clasificación	Código	Procedimiento	TARIFA MÍNIMA 2021	
	12.5	Reimplante por Traumatismo	€68.000	
	12.6	Biopsia Incisional	€81.000	
	12.7	Incisión y Drenaje de Abscesos	€27.000	
	12.8	Alargamiento de Corona	€94.000	
	12.9	Gingivoplastia	€92.000	
	12.10	Frenectomia	€88.000	
	12.11	Regularización Ósea Simple	€48.000	
	12.12	Regularización Ósea Guiada	€271.000	
	12.13	Sutura Heridas Mucosa Oral	€31.000	
	12.14	Tratamiento de Alveolitis por Cita	€27.000	
	12.15	Exposición Quirúrgica de Diente Retenido + Botón de Ortodoncia	€54.000	
	12.16	Cirugía de Terceras Molares Impactadas o Semi-Erupcionadas en Malposición	€102.000	
	12.17	Exposición quirúrgica de diente retenido (Ventana Quirúrgica)	€42.000	
	12.18	Regeneración Ósea (0.5cc de Hueso)	€281.000	
	12.19	Enucleación	€103.000	
	12.20	Cirugía de Diente Retenido	€103.000	
	12.21	Remoción de Cuerpo Extraño	€75.000	
	12.22	Cirugía de Torus	€99.000	
	12.23	Cirugía de Diente Supernumerario	€103.000	
	12.24	Remoción de tumores benignos (fibroma, papilomas) no incluye biopsia	€103.000	
	12.25	Cirugía de Opercubectomia	€45.000	
	13. Otros	13.1	Plano de Mordida Miorrelajante	€93.000
		13.2	Plano de Mordida Acrílico Termocurado	€89.000
		13.3	Peritaje Completo	€183.000
		13.4	Ferulización	€61.000

TRATAMIENTOS DE ENDODONCIA CON EQUIPO ESPECIALIZADO

Clasificación	Código	Procedimiento	TARIFA MÍNIMA 2021 en €
4. Endodoncia	4.1	Endodoncia Simple Anteriores (Unirradiculares)	€ 103 000
	4.2	Endodoncia Simple Premolares (Birradiculares)	€ 127 000
	4.3	Endodoncia Simple Molares (Multiradiculares)	€ 160 000
	4.4	Retratamiento	€ 163 000
	4.5	Pulpotomía	€ 45 000
	4.6	Pulpectomía	€ 71 000
	4.7	Extirpación Pulpar	€ 51 000
	4.8	Apicectomia y Retrobturación	€ 122 000

2.7 Factores socioeconómicos en la apertura de una clínica dental

Una variedad de factores sociales afecta la apertura de una clínica dental. Estos factores son cruciales para su éxito y aceptación en la comunidad. En primer lugar, las percepciones de la sociedad sobre la salud bucal y la atención dental pueden afectar la demanda de servicios dentales. Una comunidad que valora la salud bucal y la estética dental puede ser más receptiva a la creación de una clínica dental. Además, la ubicación y la especialización de la clínica pueden verse afectadas por factores como la demografía de la población, la distribución de la edad, la presencia de grupos demográficos con necesidades dentales específicas (como niños, personas mayores o grupos étnicos diversos) y la percepción cultural de la atención dental.

En este estudio se considerarán los siguientes factores para construir un perfil socioeconómico de pacientes odontológicos en una clínica en San Ramón de Alajuela en 2023. Estos factores serán relacionados con sus criterios de escogencia de una clínica dental a fin de determinar la incidencia de sus circunstancias socioeconómicas en esta decisión.

2.7.1 Edad:

Se refiere al período de tiempo que ha transcurrido desde el nacimiento de un individuo o entidad. La edad es un indicador importante en una variedad de contextos, incluyendo la biología, la psicología, la sociología y la demografía, y se utiliza para describir y medir el desarrollo y la madurez de un ser humano o el tiempo de existencia de una entidad, como una organización o una cosa (Hillier y Barrow, 2020).

2.7.2 Género

Las construcciones sociales, roles, comportamientos y expectativas que una sociedad asigna a las personas en función de su identidad sexual se denominan "género". El género va más allá de la distinción binaria tradicional entre "masculino" y "femenino" y es una dimensión

compleja. Se comprende como una construcción social y cultural que puede variar ampliamente de una cultura a otra y a lo largo del tiempo, en lugar de considerarse un conjunto fijo de categorías. **(Judith Butler, 1990).**

2.7.3 Distrito de Procedencia

No es un tema ampliamente discutido en la investigación o la literatura académica. Se refiere al lugar geográfico de donde es oriunda una persona.

2.7.4 Ocupación

La ocupación y la especialización en el trabajo influyen en la cohesión social y la solidaridad en una sociedad. Aunque se centra principalmente en la sociología, sus ideas y conceptos han tenido un impacto duradero en el estudio de la ocupación y el trabajo en general. **(Durkheim, 1983).**

2.7.5 Escolaridad

Se refiere al nivel de educación formal que una persona ha completado o al grado de escolarización que ha alcanzado. La escolaridad se mide generalmente en términos de años de educación completados, títulos académicos obtenidos, o el nivel educativo alcanzado **(Arum y Beattie, 2003).**

2.7.6 Percepción sobre la importancia de la atención dental

Se refiere a cómo las personas valoran y comprenden la necesidad de cuidar su salud dental y recibir atención odontológica. Esta percepción puede variar de una persona a otra y puede verse influenciada por una serie de factores, como la educación, la cultura, las experiencias previas con la atención dental y la conciencia de la importancia de la salud bucal.

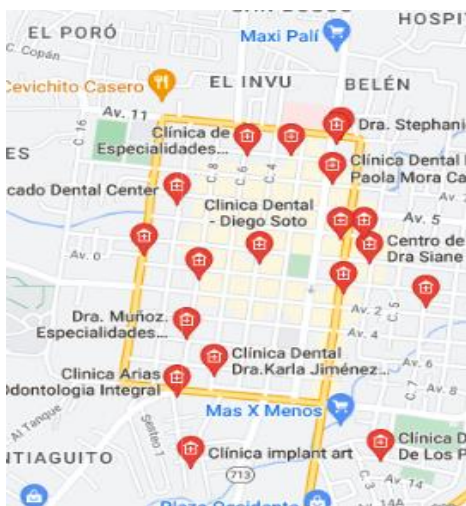
2.7.7 Competencia local

Dado que afecta la capacidad de la comunidad para pagar servicios dentales, la economía local también juega un papel importante. La decisión de establecer una clínica dental también puede verse afectada por la presencia de competidores y la reputación de otros profesionales dentales en la zona. En resumen, al planificar la instalación de una clínica dental, los factores sociales, culturales y económicos de una comunidad son importantes porque afectan la demanda, la ubicación y la estrategia de marketing de la clínica.

La competencia se refiere a cuando personas, empresas u organizaciones compiten entre sí en un mercado para lograr objetivos particulares, como ganar clientes, lograr objetivos comerciales o destacar en una actividad. Implementa la competencia y la interacción competitiva en la que las personas intentan superar a otros en términos de sus habilidades, recursos, productos o servicios. La competencia es un motor importante de la economía, porque promueve la innovación, la mejora de la calidad y la eficiencia, y beneficia a los consumidores al brindarles opciones y precios competitivos. Además, puede ser regulada para asegurarse de que sea equitativo y que no haya prácticas anticompetitivas que afecten a otros participantes o a la sociedad en general.

En materia de clínicas dentales, el cantón de San Ramón cuenta con alrededor de 23 clínicas ubicadas en el centro del cantón y sus alrededores.

Ilustración 18. Imagen de ubicación de clínicas dentales.



Fuente: Google Maps (2023)

Se tiene la información de que existen más clínicas dentales en algunos de los distritos con mayor población, pero, para el presente estudio, se considerarán únicamente clínicas en el centro del cantón de San Ramón. Dentro de la gama de clínicas en este lugar, existen diferencias en cuanto a precios, dimensiones en infraestructura, renombre y reputación, la cual puede ser positiva o negativa. Todos estos factores inciden en la percepción de los pacientes y en el posicionamiento de una nueva clínica dental frente a los competidores.

También, es importante mencionar que la mayoría de las clínicas están regidas por los precios que establece el **Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica (CCDCR)**. Algunas clínicas operan mediante un sistema que está amparado por la ley y que consiste en que el dueño de la clínica no es un odontólogo, sino un administrador que contrata médicos bajo un sistema de pagos por servicios profesionales. En este caso, el odontólogo no figura como dueño de la clínica, sino como un médico regente subcontratado por un administrador externo como parte de una empresa. En esta situación, el CCDCR no puede sancionar al administrador si los precios no se ajustan a las tablas 5, 6, 7 y 8, porque no está afiliado al colegio, ni al odontólogo por su ejercicio profesional, debido a que está contratado por servicios profesionales.

2.8 Calidad del servicio al cliente

La calidad hace referencia a la excelencia, el nivel o el estándar de un producto, servicio o proceso en relación con las expectativas del cliente o usuario. Incluye la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente de manera eficiente y efectiva, y la ausencia de defectos o problemas que puedan tener un impacto negativo en la experiencia de este último. La durabilidad, el rendimiento, la confiabilidad, la seguridad, la eficiencia y la satisfacción del cliente son algunos de los factores que pueden utilizarse para evaluar la calidad (**Matheu Pla, 2010**).

En lo que respecta a Salud, la Organización Mundial de la Salud (OMS) define calidad como un alto nivel de excelencia profesional, uso eficiente de los recursos, mínimo riesgo para el paciente y un alto grado de satisfacción por parte de este último. En servicios de la salud, la calidad se define a través de tres funciones integradas, cada una de las cuales se explica en función de las características de una clínica dental:

- **Calidad de la clínica dental:** se define como la excelencia en la atención y los servicios que se brindan a los pacientes, y exige que los pacientes reciban cuidados odontológicos éticos, seguros y efectivos. La capacitación y experiencia del personal, la utilización de equipos y tecnología modernos, el cumplimiento de estándares de seguridad e higiene, la atención personalizada al paciente y la mejora continua de procesos y protocolos son los medios por los cuales se logra la calidad. Para garantizar la salud bucal de los pacientes, su satisfacción y la reputación positiva de la clínica en el mercado, es esencial mantener un nivel constante de calidad. La transparencia en la comunicación y el respeto a los derechos también están relacionados con la calidad.

- **Percepción de la calidad:** se refiere a las evaluaciones y experiencias de los pacientes en cuanto a la atención y los servicios que reciben en una clínica dental. Su satisfacción y las opiniones sobre la atención, la comunicación con el personal, la comodidad, la efectividad de los tratamientos y la impresión general de la clínica forman parte de la percepción de la calidad. Esta última es personal y puede variar de un paciente a otro, pero está influenciada por factores como la calidad técnica del tratamiento, la empatía del personal, la limpieza y el confort de las instalaciones y la eficacia de la comunicación. Construir una reputación positiva, mantener la fidelidad de los pacientes y atraer nuevos clientes depende de la gestión de la percepción de calidad.
- **Costos de la calidad:** se refieren a los costos relacionados con la búsqueda y el mantenimiento de altos estándares de calidad en la atención y los servicios dentales. La gestión eficiente de los costos de la calidad en una clínica dental implica encontrar un equilibrio entre invertir en la mejora de la calidad y evitar problemas costosos en el futuro. Un enfoque proactivo en la prevención y evaluación puede reducir los costos de fallas internas y externas, mejorando la satisfacción del paciente y la rentabilidad de la clínica a largo plazo.

Adicionalmente a las tres funciones integradas anteriores, para un servicio al cliente de alta calidad es necesario enfocarse en la calidad del personal, brindar una atención personalizada a los pacientes, efectuar un seguimiento oportuno de estos últimos y ofrecer garantía a los servicios. Estos cuatro aspectos se detallan a continuación.

2.8.1 Calidad del personal en la clínica dental

El proceso de encontrar, atraer y seleccionar candidatos adecuados para ocupar puestos vacantes en una organización se conoce como "contratación personal". Incluye la búsqueda activa de candidatos calificados para puestos de trabajo específicos. El reclutamiento puede llevarse a cabo tanto a nivel interno como externo, utilizando una variedad de canales y métodos, incluidos anuncios de trabajo, redes profesionales, ferias de empleo y entrevistas de selección. **(Louis E. Davis y John C. Harrison, 1993)**. El objetivo del reclutamiento es formar un equipo de empleados talentosos y calificados que ayuden al éxito y al cumplimiento de los objetivos de la empresa. Este proceso es crucial en la gestión de recursos humanos y es esencial para crear y desarrollar equipos fuertes.

Para una clínica dental, el tema de reclutamiento es de mucha importancia, ya que la persona que se vaya a contratar incidirá en el estatus y servicio al cliente que el médico y/o dueño desea implementar dentro de su clínica. Por ese motivo, se recomienda personal que exprese sus conocimientos y los ponga a disposición de los pacientes, que tenga mucho carisma y empatía para escuchar los problemas de los pacientes. También, debe ser personas con habilidades de venta, que sepan cómo ofrecer los servicios y motivar a los pacientes de realizarlos con dos objetivos primordiales: el primero, ofrecer soluciones a sus problemas dentales y el segundo, mantener la afluencia de clientes dentro de la clínica.

2.8.2 Atención personalizada

La "atención personalizada" es un enfoque en la prestación de servicios o la atención al cliente que se centra en adaptar y personalizar la experiencia para satisfacer las necesidades, expectativas y preferencias de cada persona. Se trata de tratar a cada cliente, paciente o usuario de manera individual y ofrecer un servicio o atención específicos en función de sus circunstancias y

deseos (Cockerell, 2013). En una variedad de industrias, como la atención médica, el comercio minorista, la banca, la hotelería y muchos otros, la atención personalizada es crucial, pues ayuda a establecer relaciones sólidas con los clientes, aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente, y posicionar el negocio sobre la competencia.

A través de la recopilación y el análisis de datos para comprender mejor las necesidades de los clientes, la tecnología también ha desempeñado un papel importante en permitir una atención personalizada más eficiente.

Los elementos clave de la atención personalizada incluyen:

- **Conocimiento del cliente:** implica comprender y conocer a fondo al cliente, sus antecedentes, preferencias, historial de interacciones y cualquier información relevante que permita ofrecer un servicio adaptado (Jatinder y Sushil, 2004).
- **Comunicación empática:** la empatía es esencial para escuchar activamente al cliente, comprender sus preocupaciones y mostrar interés genuino en sus necesidades (Rosenberg, 1999).
- **Personalización de servicios:** significa adaptar los servicios o la atención para satisfacer las necesidades específicas del cliente. La personalización puede incluir recomendaciones individualizadas, ajustes en el proceso de atención y/o la oferta de opciones (Mathers y Ophir, 2021).
- **Flexibilidad:** la capacidad de ajustar y adaptar el servicio según las preferencias cambiantes del cliente o las circunstancias en tiempo real (Dean y Auerbach, 2020).
- **Resolución de problemas:** abordar de manera proactiva los problemas o inquietudes del cliente y buscar soluciones personalizadas (Kahneman, 2011).

- **Atención continuada:** mantener un seguimiento y una relación a largo plazo con el cliente, brindando apoyo constante y atención a lo largo del tiempo (**Painter, 2013**).

2.8.3 Seguimiento de pacientes

El seguimiento de pacientes es la observación y evaluación del estado de salud de un paciente a lo largo del tiempo después de una intervención o tratamiento médico. Esta práctica es fundamental para garantizar la eficacia del tratamiento y para identificar posibles complicaciones o recaídas (**Frampton, Gilpin y Charmel, 2003**).

La recopilación de datos clínicos y de laboratorio, la realización de pruebas diagnósticas, la comunicación regular con el paciente y el seguimiento de los síntomas y el progreso de la enfermedad son todos componentes del seguimiento de pacientes. El objetivo principal del seguimiento de pacientes es garantizar que el paciente reciba la atención adecuada y oportuna para su condición médica y que se logre una mejoría en su estado de salud.

Dentro de una clínica dental, el objetivo principal del seguimiento de pacientes es garantizar la efectividad del tratamiento y mejorar la satisfacción del paciente. Requiere la recopilación de datos clínicos y de laboratorio, la realización de pruebas de diagnóstico y la comunicación regular con el paciente.

2.8.4 Garantía del servicio

La garantía del servicio es una promesa o compromiso que una empresa u organización hace a sus clientes con respecto a la calidad, el rendimiento y la satisfacción de los servicios que ofrece (**Frampton, Gilpin y Charmel (2003)**). Esta garantía implica que la empresa se compromete a cumplir con ciertos estándares predefinidos y abordar cualquier problema o insatisfacción que pueda surgir durante o después de la prestación del servicio.

Una estrategia importante para la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente es la garantía del servicio, que puede aplicarse a una variedad de industrias y servicios, desde la atención médica y los servicios financieros hasta los servicios de atención al cliente y los proveedores de tecnología. En última instancia, busca asegurarse de que los clientes reciban un servicio de alta calidad y que la empresa está dispuesta a mantener su compromiso con la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3. Marco metodológico

El núcleo de un proyecto de gran importancia es la validación de la instalación de una clínica dental en San Ramón de Alajuela, Costa Rica. Este marco metodológico es la base de este proyecto. La necesidad de abordar de manera meticulosa y estratégica la planificación y ejecución de un emprendimiento de salud de tal envergadura en una comunidad específica es la razón principal de este estudio.

El objetivo principal de este marco metodológico es proporcionar una guía completa y rigurosa para llevar a cabo una evaluación completa, de todos los elementos pertinentes que determinarán si esta iniciativa tendrá éxito o no. También, se va a proporcionar una estructura sólida que permita una evaluación minuciosa y basada en datos sólidos para determinar la factibilidad y viabilidad de la clínica dental en San Ramón de Alajuela, asegurando una toma de decisiones estratégicas informadas.

3.1 Tipo de Investigación

Este proyecto de investigación se llevará a cabo bajo un enfoque cuantitativo. Este se basa en la recopilación y el análisis de datos numéricos para medir y cuantificar relaciones, patrones y tendencias. Utiliza métodos estadísticos y técnicas de muestreo para obtener resultados generalizables (Creswell, 1994).

Este estudio es cuantitativo, puesto que los resultados que se van a obtener al aplicar la herramienta de la encuesta, podrán ser medibles y se podrá formular conclusiones para la toma de decisiones. Además, se podrá evaluar los siguientes aspectos:

- ✓ Descripción de costos operativos, inversión y rentabilidad de la clínica dental como empresa.
- ✓ Establecimiento del perfil socioeconómico de los pacientes de una clínica odontológica y sus vínculos con los criterios que toman en cuenta el escoger una

clínica dental. De este modo, se puede determinar la incidencia de sus circunstancias socioeconómicas en la decisión de una clínica dental.

- ✓ Se calificarán los aspectos del servicio al cliente valorados por pacientes de una clínica odontológica.

3.2 Método

Este estudio es de tipo transversal descriptivo. Los estudios transversales constituyen un tipo de investigación observacional centrado en analizar datos de diferentes variables, recopilados en un periodo particular de tiempo (Coll, 2020). Por su parte, los estudios descriptivos detallan las características y propiedades de un fenómeno o población. No busca establecer relaciones causales, sino proporcionar una imagen precisa de lo que se está estudiando (O'Leary, 2007). Esta investigación es transversal descriptiva, porque los datos se recopilan en un solo momento y se detalla el proceso de apertura de una clínica dental a partir de un estudio de sus factores económicos y calidad de servicio que inciden en esta.

3.3. Población

San Ramón es un cantón ubicado en la provincia de Alajuela, en Costa Rica. Tiene una población diversa y en crecimiento, con una mezcla de áreas urbanas y rurales. La economía del cantón se basa en la agricultura, la ganadería y otras actividades relacionadas con la producción de alimentos. También cuenta con servicios educativos, de salud y comerciales para satisfacer las necesidades de la población local.

Tabla 6. Cantidad de Población de San Ramón. Informe Seguridad Pública

PROCESO METODOLÓGICO	
Información demográfica del Cantón	
CANTÓN	POBLACIÓN
San Ramón	94.843
DISTRITOS	POBLACIÓN
San Ramón	9.106
Santiago	5.620
San Juan	13.264
Piedades Norte	9.465
Piedades Sur	4.553
San Rafael	10.783
San Isidro	5.869
Angeles	9.697
Alfaro	8.308
Volio	2.698
Concepción	2.753
Zapotal	515
Peñas Blancas	12.212

La historia de San Ramón se inicia con la llegada de los colonos europeos en esta parte del Valle Central a principios del decenio de 1840. Estos primeros colonizadores fundaron granjas tradicionales en la zona, muchas de las cuales o bien siguen funcionando o desde entonces se han convertido al cultivo de los tres principales productos de exportación de la región: plantas ornamentales tropicales, caña de azúcar y café.

En 1854 el pueblo de San Ramón fue elevado al nivel de municipio, luego, en 1856, cinco escuelas fueron financiadas, lo que fue el inicio de la herencia de la Municipalidad de San Ramón como el principal centro educativo, y más tarde comercial, del cantón.

Su historia se remonta al siglo XIX y organiza eventos para marcar una u otra manera el destino de todo el país, por ejemplo, la creación del Partido Liberación Nacional y la abolición del ejército por la mano del expresidente José Figueres Ferrer.

Se ubica también a 31 km del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría en Alajuela. Su ubicación en él, a 140 km al oeste del Caribe en un punto al norte de Limón. La ruta 702 discurre desde el norte de la ciudad directamente al destino turístico del Volcán Arenal, y la carretera Panamericana corre justo al sur del borde sur de la ciudad permitiendo fácil acceso a todos los demás puntos de norte a sur en el país. San Ramón cuenta con un área de 1,28 km² y una altitud media de 1057 m s. n. m.4.

3.4. Muestra

En este estudio, se trabajará con una muestra de 35 pacientes odontológicos que visitan semanalmente una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023. Los sujetos fueron escogidos mediante un muestreo no probabilístico por oportunidad, ya que se tuvo acceso a la clínica dental en la cual son atendidas las personas participantes del estudio. Para el cálculo del tamaño de muestra, se utilizó la siguiente fórmula de muestreo aleatorio simple, la cual se ajusta para una población finita conocida, pues la clínica seleccionada cuenta con las visitas fijas de 35 pacientes mensualmente.

Fórmula muestreo aleatorio simple	Fórmula ajustada cuando se conoce la población
$N_0 = \frac{(z)^2 \cdot (p \cdot q)}{(e^2)}$	$N_1 = \frac{N_0}{1 + \left[\frac{N_0 - 1}{N} \right]}$

Los parámetros para las fórmulas anteriores y los valores asignados para calcular la muestra son los siguientes:

Parámetros

N: tamaño de la población total

1-a: grado de confianza seleccionada

z: función zeta

e: margen de error muestral esperado

p: probabilidad a favor

q: probabilidad en contra

Valores para el cálculo de la muestra

N: 35 pacientes fijos que son atendidos mensualmente en la clínica

1-a: 85% de confianza

z: 1,44

e: 10% de error muestral esperado

p: 0,7 de probabilidad a favor

q: 0,3 de probabilidad en contra

La sustitución de los valores anteriores en las fórmulas conduce a los siguientes resultados:

De acuerdo con los cálculos, y puesto que se tiene un número fijo de pacientes mensual, se obtuvo que es necesario trabajar con un tamaño de muestra de 20 personas.

En segundo lugar, se trabaja con la odontóloga de la clínica dental de San Ramón de Alajuela escogida para este estudio. La odontóloga fue escogida por un muestreo no probabilístico de expertos, debido a que el criterio de un médico odontólogo es imprescindible para orientar el análisis de los equipos y suministros básicos por incluir como parte de la inversión para la apertura

de una clínica dental. Además, el médico puede sugerir aspectos del servicio al cliente que considere oportunos con base en su ejercicio profesional.

3.5 Fuentes de Información

Las fuentes de información se definen como todos aquellos medios empleados para recabar información, que satisfacen las necesidades de conocimiento de una situación o problema presentado y, que posteriormente, será utilizado para lograr los objetivos esperados (Soberón y Acosta, 2008).

3.5.1 Fuentes Primarias

Según Soberón y Acosta (2008), las fuentes primarias son aquellas a las se les aplicó un instrumento de investigación. Así, son aquellas personas o entidades de donde provienen directamente los datos. Como se mencionó anteriormente, en este estudio, se trabajará con dos fuentes primarias. La primera es una muestra de 10 pacientes odontológicos que visitan una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023; la segunda es la odontóloga de la clínica dental de San Ramón de Alajuela escogida para este estudio.

3.5.2 Fuentes Secundarias

Según Soberón y Acosta (2008, p.2), las fuentes secundarias son:

las que contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Parten de datos pre-elaborados, como pueden ser datos obtenidos de anuarios estadísticos, de Internet, de medios de comunicación, de bases de datos procesadas con otros fines, artículos y documentos relacionados con la enfermedad, libros, tesis, informes oficiales, etc.

Como fuentes secundarias, se trabajará con información recabada en la búsqueda en empresas de suministros y equipos odontológicos, de bancos estatales, así como del Colegio de Cirujanos y Dentistas de Costa Rica. De ellos, se recolectó información para el cumplimiento del primer objetivo específico.

3.6 Cuadro de Variables

Tabla 7. Cuadro de Variables

Objetivo específico	Unidad de análisis	Definición conceptual	Categorías	Instrumentalización
1. Determinar el costo de inversión para la instalación de una Clínica Dental en San Ramón de Alajuela en 2023 para la determinación de su viabilidad económica.	Inversión	Costos necesarios para que una organización funcione y mantenga en funcionamiento sus actividades comerciales o de servicio.	Costos fijos Costos variables Tecnología y equipamiento Opciones de financiamiento Mercadeo	Revisión documental
2. Establecer perfil socioeconómico de pacientes odontológicos de una clínica en San Ramón de Alajuela para relacionarlo con su escogencia de una clínica dental.	Perfil socioeconómico	Condiciones socioeconómicas de la ciudadanía que inciden en el acceso de productos y servicios.	Edad Género Distrito de procedencia Ocupación Escolaridad Percepción sobre la importancia de la atención dental	Encuesta a pacientes de una clínica odontológica
3. Identificar aspectos de la calidad del servicio valorados por pacientes odontológicos de una clínica en San Ramón de Alajuela en 2023 para su incorporación como parte de la atención de la clínica.	Calidad del servicio al cliente	Excelencia, el nivel o el estándar de un producto, servicio o proceso en relación con las expectativas del cliente o usuario.	Calidad del personal Atención personalizada Tecnología y equipamiento Seguimiento de pacientes Garantías del servicio	Encuesta a pacientes de una clínica odontológica

3.7 Técnicas e Instrumento de recolección de Datos

Para esta investigación, se utilizaron dos técnicas para la recolección de datos: la revisión bibliográfica y la encuesta.

3.7.1 Revisión Bibliográfica

Se trata de un proceso crítico y sistemático de búsqueda, recopilación, evaluación y síntesis de la literatura existente sobre un tema específico en un campo de estudio o investigación. Su

objetivo principal es proporcionar una visión general y actualizada de los conocimientos previos y la investigación sobre un tema en particular (Kitchenham, 2004).

Esta revisión se desarrolló con el fin de captar información para la toma de decisiones respecto a la instalación de una clínica dental en el cantón de San Ramón. Además, la revisión permitió obtener datos sobre los costos de equipos tecnológicos para atender a los pacientes, los tipos, marcas y precios de suministros odontológicos que van a formar parte del stock y de los activos de la clínica dental. Además, no se puede dejar de lado la información que se obtuvo por parte de las entidades financieras costarricenses para valorar las alternativas de financiamiento al abrir una clínica y, por último, los precios de los procedimientos odontológicos que establece el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica a fin de establecer el precio de la consulta.

3.7.2 La Encuesta

Como segunda técnica de recolección se empleó la encuesta. Esta se define como una técnica que recopila datos o información de un grupo o muestra de una población para obtener una comprensión más profunda de sus opiniones, actitudes, comportamientos o características. Las encuestas suelen incluir preguntas estructuradas que se administran sistemáticamente a los encuestados, y los resultados se utilizan para analizar y llegar a conclusiones sobre un tema en particular (Brace, 2008).

Se seleccionó esta técnica, ya que es una herramienta para obtener información valiosa sobre el cliente, su perfil y preferencias, los cuales guían su escogencia sobre a cuál clínica dental asistir. La encuesta comprendió dos cuestionarios que abarcaron los datos más pertinentes para cumplir los objetivos establecidos para este proyecto. Se realizó de manera digital, por medio de la herramienta Form de Microsoft, y se aplicó en la semana del 19 al 28 de octubre del 2023. Las encuestas fueron distribuidas por la herramienta de Whatsapp entre los encuestados de la clínica

dental de San Ramón donde se realizó el estudio. Una vez cerrado el lapso, la encuesta se cerró para que no se puedan alterar los resultados.

3.8 Proceso para el análisis de datos

La información obtenida de las empresas médicas de equipos y suministros odontológicos, entidades financieras y el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica, fue organizada en el punto 2.7 (Tecnología y equipamiento) y tablas (Tabla 1, 2 y 3) para facilitar su claridad y consulta. Estos datos se integrarán para dar respuesta al primer objetivo de investigación que refiere a la inversión que implica la apertura de una clínica dental. Por su parte, la información de las encuestas se presentará en gráficos, los cuales son generados automáticamente mediante la plataforma Microsoft Forms. A partir de los gráficos se obtendrán conclusiones sobre el perfil socioeconómico de pacientes odontológicos de escogencia de una clínica dental, así como aspectos de la calidad del servicio valorados por estos.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4. Factores económicos en la apertura de una clínica dental

A continuación, se mostrarán los resultados obtenidos mediante el uso de las diferentes herramientas y procedimientos, que se establecieron en los objetivos de este proyecto para mostrar, a los nuevos doctores graduados, las variables que deben tomar en cuenta al establecer una clínica dental en el cantón de San Ramón.

4.1 Mercados disponibles para una clínica dental

En primer lugar, se debe contemplar la distribución física que tiene la competencia, además de la forma geográfica del cantón de San Ramón. El centro del cantón es plano y todo el comercio relacionado con las principales necesidades básicas, como supermercados, tiendas, pago de servicios y ferreterías, se desarrolla en esta zona, en un radio de aproximadamente un kilómetro y medio del centro de la ciudad. En este contexto, para el establecimiento de una clínica dental en el cantón de San Ramón, se deben considerar los siguientes aspectos para seleccionar la mejor zona y mercadear la clínica de la forma más apropiada para darse a conocer.

4.1.1 Ubicación urbana o suburbana

Como parte del análisis del cantón, se estudió la cantidad y ubicación de la competencia, los distritos que forman parte del cantón donde y la distancia de ellos con respecto al centro, la cantidad de personas que viven en cada uno y el comercio en cada uno; además, se validó que el transporte entre los distritos con el centro es bastante bueno y constante. Como resultado de este análisis, la mejor opción para establecer una clínica dental en el cantón de San Ramón es en el radio entre quinientos metros y el kilómetro del centro del cantón. Esta decisión se explica por los siguientes puntos:

- En el centro del Cantón es donde se desarrolla la mayoría del comercio.

- Territorialmente, San Ramón es un cantón muy extenso y cuenta con 14 distritos contando el central, pero la mayoría de habitantes viven en los alrededores del centro. Según el último censo nacional de población del 2011, el cantón de San Ramón tiene una población total de alrededor de 56,000 habitantes. Los distritos con mayor población son San Ramón (cabecera del cantón) con aproximadamente 23,000 habitantes y Santiago con cerca de 8,000 habitantes. Otros distritos como San Isidro, Concepción, San Juan, etc. tienen poblaciones entre 2,000 a 5,000 habitantes cada uno. Los distritos más pequeños como San Rafael, San Roque y Los Ángeles tienen poblaciones de entre 500 a 1,500 habitantes.
- La competencia se encuentra en el distrito central, de acuerdo con el mapa del cantón.

Ilustración 19. Mapa de Clínicas dentales en San Ramón.



Fuente: Google Maps (2023)

4.1.2 Establecer estrategias comerciales

Al querer establecer una clínica dental nueva en el cantón, donde no se cuenta con una cartera de pacientes y un flujo de estos, se deben implementar estrategias para que el movimiento de la clínica se acreciente en el corto y mediano plazo. Para lograr este objetivo, es importante que el nuevo doctor establezca algunas estrategias para dar visibilidad a la clínica en el cantón de San Ramón. Para este fin, se pueden seguir las siguientes opciones:

- Colocación de rótulos visibles y luminosos durante la noche.
- Ofrecer revisiones gratuitas que, a futuro, traerán nuevos pacientes.
- Establecer buenas relaciones o convenios con las empresas del cantón donde se busque ayudar a las personas con precios razonables.
- Identificar empresas aseguradoras que buscan clínicas para que atiendan a sus clientes.

4.1.3 Uso de las Redes Sociales e Internet

Se recomienda sacar el mayor provecho posible a estas herramientas, ya que pueden brindarle una amplia visualización a la clínica dental y hacerse conocer de una manera más rápida y gratuita. Como parte de la encuesta realizada para identificar la calidad y el servicio de las clínicas dentales, se les consultó a los encuestados por el medio que utilizan para investigar sobre los servicios y elegir una clínica dental. Se obtuvo el siguiente resultado:

Ilustración 20. Respuesta #6 de la encuesta para conocer el Servicio y Calidad que brindan las clínicas dentales.



El 50% de las personas utilizan la plataforma de Facebook para buscar una clínica dental y, en segundo lugar, con un 43% las Páginas Web. Este resultado demuestra que el uso de las redes sociales e internet son herramientas muy poderosas que pueden catapultar el crecimiento de una nueva clínica en el mercado del cantón de San Ramón.

4.2 Costos Fijos

Es importante mencionar que el análisis de los costos fijos tomó en cuenta dos escenarios: el primero, cuando el doctor graduado tiene su propiedad y puede instalar la nueva clínica en ese lugar, y el segundo, cuando el médico no cuenta con la propiedad y busca un local que se adecúe a las necesidades. Los resultados de este proyecto se referirán a ambos casos y con opción de financiamiento, es decir, cuando los nuevos doctores graduados que no cuentan con el capital ni patrimonio para instalar una nueva Clínica.

4.2.1 Costos fijos con local propio

En este caso en específico, destacan algunos costos fijos que se pueden ahorrar en comparación a cuando se alquila y otros costos que conlleva el ser dueño de una propiedad.

Tabla 8. Tabla de costos operativos fijos con financiamiento (local propio)

Table de Costos Operativos Fijos con Financiamiento (Local Propio)			
Descripción	Medida	Monto	Observaciones
Pago Prestamo	Mensual	₡ 231,874.91	En base a Tabla de prestamos de Coopenae, de cuota por millón solicitado
Asistente Dental	Mensual	₡ 342,030.00	Datos de la lista de Precios del MTSS 2023
Servicios Electricidad	Mensual	₡ 35,000.00	Datos suministrados por Clínica Odontoestetic (un promedio para iniciar)
Servicios Agua	Mensual	₡ 5,400.00	Datos del Acueducto Municipal
Teléfono o Celular	Mensual	₡ 15,000.00	Datos suministrados por Clínica Odontoestetic
Internet y Cable	Mensual	₡ 31,900.00	Datos suministrados por Clínica Odontoestetic
Servicios Municipales aseo vías y parques	Mensual	₡ 10,000.00	Datos suministrados por Clínica Odontoestetic
Gastos territoriales	Mensual	₡ 58,000.00	Datos suministrados por Clínica Odontoestetic (depende del tamaño del lote, Ubicación y construcción)
Seguros	Mensual	₡ 50,000.00	Dato suministrado por una Clínica del Cantón
Gastos Legales y contables	Mensual	₡ 30,000.00	Costo suministrado por un contador
Gastos de Renta	Anual		Este monto va a depender de los Ingresos y Egresos de la Clínica
TOTAL		₡ 809,204.91	

Es importante mencionar que muchos de estos costos pueden variar, ya que dependerán del consumo propio que pueda tener la clínica, tamaño del local, el contador que se contrate y el monto de préstamo por solicitar, entre otros. Con base en los datos investigados, se define que los gastos fijos que debe considerar el doctor si tiene su propio local suman ₡ 809,204.91 colones mensuales.

4.2.2 Costos fijos con alquiler de local

En la tabla 9, se muestra los costos fijos que tiene una clínica dental mensualmente cuando el doctor graduado carece de local o espacio propio para establecer la clínica dental y opta por buscar una local para alquilarlo y acondicionarlo; situación que se presenta frecuentemente cuando los graduados en Odontología salen de la Universidad.

Tabla 9. Tabla de costos operativos fijos con financiamiento (con Alquiler de local)

Table de Costos Operativos Fijos con Financiamiento			
Descripción	Medida	Monto	Observaciones
Alquiler	Mensual	₡ 240,000.00	Información suministrada de una Clínica del Cantón
Pago Prestamo	Mensual	₡ 251,841.66	En base a Tabla de prestamos de Coopenae, de cuota por millón solicitado
Asistente Dental	Mensual	₡ 342,030.00	Datos de la lista de Precios del MTSS 2023
Servicios Electricidad	Mensual		La mayoría de los alquileres consultados, incluyen los servicios de luz y agua
Servicios Agua	Mensual		La mayoría de los alquileres consultados, incluyen los servicios de luz y agua
Seguros	Mensual	₡ 50,000.00	Dato suministrado por una Clínica del Cantón
Gastos Legales y contables	Mensual	₡ 30,000.00	Costo suministrado por un contador
Gastos de Renta	Anual		Este monto va a depender de los Ingresos y Egresos de la Clínica
TOTAL		₡ 913,871.66	

Los costos fijos con esta opción llegan a la suma ₡913,871.66 colones mensuales. Si se toma este camino, el monto es un poco mayor si se compara con disponer de un local propio, pero la mayoría de graduados no cuentan con esta última alternativa. Es importante destacar que, con esta opción de alquiler, la mayoría de los locales ofrecen los servicios de luz y de agua, y se garantiza despreocuparse por los pagos de servicios municipales e impuestos territoriales. El incremento se da por el monto del alquiler, el cual puede variar según la zona, la negociación que se tenga o la necesidad del dueño por alquilar.

Dentro de los costos fijos que se muestran en las tablas 8 y 9, destaca el pago de un **préstamo**. Como se mencionó antes, el médico puede no contar con el capital para la inversión inicial que exige la apertura de la clínica dental, por lo que dicho préstamo tiene como propósito funcionar como un colchón a fin de operar la clínica con normalidad durante, al menos, los primeros cinco meses. El monto del préstamo fue calculado con base en: 1. la tabla de crédito que ofrece Coopenae de la **mensualidad por millón** (tabla 10), 2. los **restantes costos fijos** (alquiler, asistente dental, servicio de electricidad, servicio de agua, teléfono o celular, internet, seguros, gastos legales y contables, y gastos de renta) **por cinco meses** y 3. los **costos de equipos y materiales** mínimos para abrir una clínica dental (se verán en detalle a continuación).

Tabla 10. Calculo mensualidad Crédito

CALCULO DE LA MENSUALIDAD DEL CRÉDITO		
Monto por millón	Monto a solicitar (Millones)	Mensualidad del Prestamo
₡ 15,950.00	₡ 15.79	₡ 251,841.66

Tabla 11. Suma de gastos fijos e inversión equipos y materiales

SUMA DE GASTOS FIJO E INVERSIÓN EQUIPOS Y MATERIALES		
	Monto Mensual	Monto para 5 meses
Gastos Mensuales fijos	₡ 913,871.66	₡ 4,569,358.32
Inversión Equipos y Materiales		₡ 11,227,462.00
TOTAL		₡ 15,796,820.32

Como se observa en la tabla 11 de gastos fijos e inversión en equipos y materiales, estos ¢4,569,358.32 colones corresponden a cinco meses de colchón que debería tener en cuenta el doctor graduado, al momento de tomar la decisión de solicitar un préstamo. Este dinero adicional que se solicitará tiene como propósito cumplir con el pago de los gastos fijos mientras la clínica dental se va dando a conocer y crea una cartera de pacientes lo suficiente amplia para mantenerse sola, en el corto o mediano plazo. Con respecto a los servicios de agua y electricidad, en la mayoría de los alquileres, estos van incluidos dentro de la mensualidad, especialmente, cuando se trata de centros médicos, plazas entre otros.

4.3 Costos variables

Este costo siempre es importante tener control, ya que tiene que ver con los inventarios, también se debe tomar en cuenta el presupuesto que se quiera invertir en publicidad y mercadeo, y gastos de mantenimiento de la infraestructura y equipos de la clínica dental.

4.3.1 Materias primas y suministros

Para el análisis de materias primas y suministros se contó con el apoyo de la odontóloga de la clínica en San Ramón con que se realizó este estudio. En este listado, se muestran los suministros de materia prima e instrumental que el médico considera mínimos para brindar un servicio de calidad. El monto de inversión en este aspecto es aproximadamente de ¢2,332,462 colones, el cual puede variar dependiendo de la empresa o depósito dental donde se adquieran los equipos y materiales.

Además, es importantísimo resaltar que esta inversión corresponde a un único pago inicial para suplir a la clínica con los suministros, los cuales pueden utilizarse por varios meses. Posteriormente, se deberá revisar este stock para abastecer de los suministros que se vayan agotando; no obstante, la inversión en los meses subsiguientes no sería tan elevada como la inicial.

Tabla 12. Inversión inicial de Equipos y Materiales

LISTA DE PRODUCTOS Y EQUIPOS MÍNIMOS PARA ABRIR UNA CLÍNICA DENTAL				
MATERIALES E INSTRUMENTAL	UD	PRECIO	Mínimo en Stock	Costo
ACRILICO LIQUIDO AUTOCURADO	UND	₡ 5,300.00	1	₡ 5,300.00
ACRILICO ROSADO AUTOCURADO POLVO	PAQ	₡ 3,400.00	1	₡ 3,400.00
AGUJAS	UND	₡ 5,800.00	10	₡ 58,000.00
ALCOHOL AL 70%	LITRO	₡ 2,600.00	1	₡ 2,600.00
ALCOHOL PARA QUEMAR	LITRO	₡ 2,000.00	1	₡ 2,000.00
ALGINATO CROMÁTICO	PAQ	₡ 5,700.00	1	₡ 5,700.00
ANESTECIA 3%	PAQ	₡ 8,500.00	10	₡ 85,000.00
ANESTESIA LIDOCAINA	UND	₡ 9,500.00	10	₡ 95,000.00
ANESTESIA TÓPICA	UND	₡ 3,500.00	1	₡ 3,500.00
BABEROS DENTALES	PAQ	₡ 4,000.00	1	₡ 4,000.00
BANDAS METÁLICAS	UND	₡ 750.00	10	₡ 7,500.00
BATA QUIRURGICA UNISEX	PAQ	₡ 7,100.00	4	₡ 28,400.00
BLANQUEAMIENTO PARA OFICINA	UND	₡ 29,000.00	1	₡ 29,000.00
BLANQUEAMIENTO PARA CASA	UND	₡ 29,000.00	2	₡ 58,000.00
BLOCK OUT RESINA	UND	₡ 8,600.00	1	₡ 8,600.00
BROCA TRANSMETAL	UND	₡ 3,000.00	1	₡ 3,000.00
BROCAS 12 ASPAS	UND	₡ 3,400.00	3	₡ 10,200.00
BROCAS CARBIDE	UND	₡ 1,400.00	3	₡ 4,200.00
BROCAS DIAMANTE X5	PAQ	₡ 5,000.00	3	₡ 15,000.00
BROCAS PEZZO	PAQ	₡ 13,000.00	1	₡ 13,000.00
CEMENTO DEFINITIVO	UND	₡ 31,000.00	1	₡ 31,000.00
CEMENTO TEMPORAL	UND	₡ 23,000.00	1	₡ 23,000.00
CEPILLOS PROFILAXIS	PAQ	₡ 17,000.00	1	₡ 17,000.00
CERA ROSADA	PAQ	₡ 6,000.00	1	₡ 6,000.00
CINTA TESTIGO	UND	₡ 3,800.00	1	₡ 3,800.00
COPAS PARA PROFILAX	PAQ	₡ 17,000.00	1	₡ 17,000.00
CORTADORAS	UND	₡ 59,000.00	1	₡ 59,000.00
CUBETAS PARA FLÚOR	UND	₡ 10,500.00	1	₡ 10,500.00
CUBETAS PARA IMPRESIÓN DENTAL	PAQ	₡ 9,100.00	1	₡ 9,100.00
CUÑAS DE MADERA	PAQ	₡ 1,300.00	1	₡ 1,300.00
ELEVADORES RECTOS	UND	₡ 29,000.00	3	₡ 87,000.00
ENDOPOSTES DE FIBRA DE VIDRIO	PAQ	₡ 68,000.00	1	₡ 68,000.00
ENJUAGUE BUCAL	LITRO	₡ 18,000.00	1	₡ 18,000.00
ESPEJOS INTRAORALES	PAQ	₡ 69,000.00	1	₡ 69,000.00
ESTACIÓN DE USO MEDICO	UND	₡ 290,000.00	1	₡ 290,000.00
EUGÉNOL	UND	₡ 5,600.00	1	₡ 5,600.00
FLÚOR	UND	₡ 5,712.00	1	₡ 5,712.00
FORCEP	UND	₡ 18,000.00	8	₡ 144,000.00
GASA USO MEDICO	PAQ	₡ 2,700.00	1	₡ 2,700.00
GUANTES NITRILO	CAJA	₡ 25,000.00	2	₡ 50,000.00
HIDROXIDO DE CALCIO	PAQ	₡ 34,000.00	1	₡ 34,000.00
HILO DENTAL	UND	₡ 3,000.00	1	₡ 3,000.00
HOJAS BISTURÍ	PAQ	₡ 6,800.00	1	₡ 6,800.00
INDICADOR QUIMICO PARA AUTO CLAVE	PAQ	₡ 8,300.00	1	₡ 8,300.00
INSTRUMENTOS IPP TITANIUM	UND	₡ 19,000.00	2	₡ 38,000.00
IONOMERO DE VIDRIO	UND	₡ 17,900.00	1	₡ 17,900.00
JABÓN ANTIBACTERIAL NEUTRO	LITRO	₡ 2,600.00	1	₡ 2,600.00
JERINGA PARA ANESTECIA	UND	₡ 12,800.00	3	₡ 38,400.00
KIT BÁSICO DENTAL	PAQ	₡ 8,500.00	10	₡ 85,000.00
KIT DE RESINA	PAQ	₡ 92,000.00	1	₡ 92,000.00
KIT DESCARTABLES	PAQ	₡ 69,000.00	1	₡ 69,000.00

Tabla 13. Continuación de Inversión Inicial de Equipos y Materiales

LISTA DE PRODUCTOS Y EQUIPOS MÍNIMOS PARA ABRIR UNA CLÍNICA DENTAL				
DESCRIPCIÓN	UD	PRECIO	Mínimo en Stock	Costo
MANGO DE BISTURI	UND	₺ 10,000.00	1	₺ 10,000.00
KIT PARA PULIDO	PAQ	₺ 10,800.00	1	₺ 10,800.00
LAMINA DUAL	PAQ	₺ 3,000.00	1	₺ 3,000.00
LAMPARA DE ALCOHOL	UND	₺ 3,800.00	1	₺ 3,800.00
LENTE DE PROTECCION	UND	₺ 3,000.00	1	₺ 3,000.00
LIQUIDO FIJADOR DE RADIOGRAFIA	LITRO	₺ 12,000.00	1	₺ 12,000.00
LIQUIDO REVELADOR DE RADIOGRAFIA	LITRO	₺ 12,000.00	1	₺ 12,000.00
MASCARILLAS	X50	₺ 1,500.00	1	₺ 1,500.00
ORGANIZADOR DE PINZAS CON TAPA	UND	₺ 34,000.00	1	₺ 34,000.00
ORGANIZADOR DE RODILLO PARA ALGODÓN	UND	₺ 6,100.00	1	₺ 6,100.00
OXIDO DE ZINC POLVO	UND	₺ 5,000.00	1	₺ 5,000.00
PAPEL ARTICULAR	PAQ	₺ 3,800.00	1	₺ 3,800.00
PASTA PROFILACTICA	UND	₺ 5,600.00	1	₺ 5,600.00
PERIOTOMO	UND	₺ 9,500.00	1	₺ 9,500.00
PIEDRA ARKANSÁ	UND	₺ 1,200.00	1	₺ 1,200.00
PINZA HEMOSTÁTICA	UND	₺ 13,000.00	1	₺ 13,000.00
PINZA PICO DE PAJARO	UND	₺ 34,000.00	1	₺ 34,000.00
PINZA TRES PICOS	UND	₺ 34,000.00	1	₺ 34,000.00
PORTA CLAMPS	UND	₺ 21,700.00	1	₺ 21,700.00
PROTECTORES PARA SILLA DENTAL	PAQ	₺ 20,000.00	1	₺ 20,000.00
PUTTY HB	UND	₺ 32,500.00	1	₺ 32,500.00
RADIOGRAFIA #2 ADULTO	UND	₺ 300.00	10	₺ 3,000.00
RASPADOR SCALER UNIVERSAL	UND	₺ 9,500.00	1	₺ 9,500.00
RECIPIENTE PARA PUNZOCORTANTES	UND	₺ 5,400.00	1	₺ 5,400.00
REGLAS INTERPROXIMALES	UND	₺ 12,000.00	1	₺ 12,000.00
REMOVEDORES	UND	₺ 34,000.00	1	₺ 34,000.00
RESINA FLUIDA	UND	₺ 3,200.00	1	₺ 3,200.00
RESINA POSTERIOR P50	UND	₺ 35,500.00	1	₺ 35,500.00
RESINA Z350	UND	₺ 34,000.00	1	₺ 34,000.00
RETRACTOR 3D	UND	₺ 9,000.00	1	₺ 9,000.00
RETRACTOR MINESOTA	UND	₺ 7,900.00	1	₺ 7,900.00
ROLL PARA ESTERILIZAR	UND	₺ 44,000.00	1	₺ 44,000.00
ROLLOS DE ALGODÓN	PAQ	₺ 5,000.00	1	₺ 5,000.00
SILANO	UND	₺ 8,000.00	1	₺ 8,000.00
SONDA PERIODONTAL	UND	₺ 11,000.00	1	₺ 11,000.00
SUCTORES DE SALIVA	PAQ	₺ 1,750.00	1	₺ 1,750.00
SUTURA REABSORBIBLE	PAQ	₺ 9,000.00	1	₺ 9,000.00
TIJERA PARA SUTURA	UND	₺ 4,900.00	1	₺ 4,900.00
TRIMERS DE CORTE	UND	₺ 3,200.00	1	₺ 3,200.00
VACELINA	UND	₺ 2,400.00	1	₺ 2,400.00
VASOS X100	PAQ	₺ 2,500.00	1	₺ 2,500.00
YESO DENTAL	PAQ	₺ 2,000.00	1	₺ 2,000.00
TOTAL				₺ 2,332,462.00

4.4 Costos de publicidad y promoción

El tema de la publicidad y la promoción de la nueva clínica dental en San Ramón es de mucha importancia, como quedó demostrado en la encuesta realizada. Como parte de la investigación que se realizó, se encontró la empresa Tico Manager que se dedica a la promoción y publicidad de cualquier tipo de comercios que deseen posicionar su negocio en las redes sociales y en la web. Pueden crear una página Web a medida del negocio, independiente de si se trata de uno nuevo o ya tiene tiempo en el mercado. Dicha empresa se encarga del mantenimiento y la actualizaciones de la página; en referencia a las redes sociales, crean la página y, de igual manera, la actualizan y colocan a la vista de los mercados de interés.

La empresa recomienda iniciar con los planes Emprendedor, dentro de los cuales, manejan varias opciones y diferentes beneficios. El plan que se acomoda a la necesidad del proyecto es el Plan MALINCHE, ya que es el más económico que tienen y pueden sugerir al odontólogo cómo se trabaja y los resultados que pueden dar. Estos son los precios de tienen a disposición de los clientes:

Tabla 14. Precios de Proveedor de Publicidad y Promoción

TICOMANAGER	
PLAN	Costo máximo en Publicidad
Jacaranda	\$ 800.00
Lone Cypress	\$ 1,500.00
Roble	\$ 3,000.00
Secouya	\$ 5,000.00
Baobad	\$ 10,000.00

Ilustración 21. Plan para Publicidad y Promoción de la clínica dental

MALINCHE

- Reel de regalo
- Diseño Gráfico
- Plan de contenido
- Una visita mensual
- Community Manager
- 12 artes para historias
- Geolocalización Google
- 12 artes para publicaciones
- Publicidad máxima hasta \$500
- Integración WhatsApp Business

REGALÍA

- **Página Web + Dominio + Chatbot + E-mail**

Es uno de los árboles más coloridos del mundo por sus flores rojas, anaranjadas y por su follaje verde brillante, puede llegar a medir hasta 12 m.

4.5 Gastos de Mantenimiento

Este rubro es importante, puesto que garantiza las condiciones óptimas de infraestructura y contar con los equipos en buen estado. Para este proyecto, no se contemplarán estos costos, ya que se parte de que el odontólogo alquilará un local, el cual estará en las mejores condiciones, y los equipos tienen sus garantías que los van a cubrir por el primer año.

4.6 Tecnología y equipamiento

Los equipos son el corazón de la nueva clínica dental y son los que ayudarán al nuevo doctor graduado a generar ingresos a través del tiempo. Por esta razón, se determinaron los equipos básicos con los que se puede iniciar la funciones la nueva clínica y son indispensables para dar un servicio de calidad a los pacientes. El monto de los equipos por adquirir para abrir la clínica es de ₡ 8,895,000 colones, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 15. Equipos Básicos de una clínica dental

LISTA DE PRODUCTOS Y EQUIPOS MÍNIMOS PARA ABRIR UNA CLÍNICA DENTAL				
DESCRIPCIÓN	UD	PRECIO	Mínimo en Stock	Costo
EQUIPOS				
Silla Dental	UND	₡ 3,500,000.00	1	₡ 3,500,000.00
Rayos X	UND	₡ 1,800,000.00	1	₡ 1,800,000.00
Silla para Doctor	UND	₡ 125,000.00	1	₡ 125,000.00
Auto Clave	UND	₡ 1,500,000.00	1	₡ 1,500,000.00
Lampara Foto Curado estandar	UND	₡ 210,000.00	1	₡ 210,000.00
Maquina Termoformado	UND	₡ 150,000.00	1	₡ 150,000.00
Compresor de Aire para una silla	UND	₡ 870,000.00	1	₡ 870,000.00
Cavitron	UND	₡ 150,000.00	1	₡ 150,000.00
Pieza de Alta	UND	₡ 110,000.00	1	₡ 110,000.00
Pieza de Baja	UND	₡ 135,000.00	1	₡ 135,000.00
Camara Intraoral	UND	₡ 345,000.00	1	₡ 345,000.00
TOTAL				₡ 8,895,000.00

4.7 Formas de financiamiento

El financiamiento es el capital que recibe una empresa o persona para llevar a cabo un proyecto o adquirir ciertos bienes. Se refiere al proceso de obtención de recursos financieros, ya sean fondos o capital, para llevar a cabo una actividad económica o un proyecto (Brealey y Myers, 1981).

4.7.1 Préstamos Bancarios

En el mercado existen muchas opciones de financiamiento y varias entidades financieras que pueden brindar el apoyo económico a las personas que buscan un préstamo que se acomode a sus necesidades y posibilidades de pago. Para ser candidatos a estas opciones de préstamos, se deben cumplir con varios requisitos que son evaluados por la entidad financiera, con el objetivo de presentar las posibles opciones de crédito que se amoldan a cada solicitante. A continuación, se mostrarán algunas opciones que brindan algunos entes financieros actualmente en el país.

En esta tabla con los datos de Coopenae, se decide realizar el cálculo de la cuota ya que ellos ofrecen un monto de ₡ 7,867 colones por millón que se solicite de préstamo, el cual va a tener una tasa de interés del 8.75% si el préstamo es se realiza con la Hipoteca, y de ₡ 15,950 colones con una tasa de interés de 12.50% si se solicita un préstamo personal.

Para el caso de estudio, se realiza con un préstamo personal, ya que es el tipo de préstamo que tiene una cuota más elevada, pero si el nuevo graduado tuviera una propiedad que este dispuesto a hipotecar. En referencia a la diferencia entre el monto a solicitar solo disminuiría en ₡512,443.66 colones, lo que cambiaría sería los requisitos que solicita cada entidad bancaria para cada tipo de préstamo que ofrecen.

Tabla 16. Información de Créditos COOPENAE

TABLA CREDITOS COOPENAE					
TIPO DE CRÉDITO					
ENTIDAD BANCARIA	Crédito Personal		Crédito Hipotecario		Requisitos
COOPENAE	Monto Colones	Interés	Monto Colones	Interés	Cédula por ambos lados
	₡ 15,950.00	12.50%	₡ 7,867.00	8.75%	Orden patronal Digital
	Monto Dólares	Interés	Monto Dólares	Interés	Desglose de colillas de salario del último me
	₡ 12.95	10.25%			Constancia salarial (si no la tiene aun me puede enviar lo demás mientras se la brindan

BANCO NACIONAL

Tabla 17. Información Crédito BANCO NACIONAL

TABLA CREDITO HIPOTECARIO BANCO NACIONAL					
			TIPO DE CRÉDITO		
ENTIDAD BANCARIA	Monto		Crédito Hipotecario		
			Interes		
Banco Nacional	₡ 10,000,000.00		Tasa Piso	4%	
			Tasa Techo	17%	
			Comisión Tramite y Formalizacion	1.50%	
	Gastos Constitución Hipotecaria		₡ 245,000.00		
	Plazo		Cuota		
	8 años		₡ 134,800.00		
	10 años		₡ 114,517.00		

Esta table es una referencia que se solicitó al banco Nacional, donde se les pidió cual sería la cuota a pagar por ₡ 10,000,000 colones solo como referencia, y nos ayudaron con una cuota a 8 años y a 10 años. Este préstamo sería hipotecario, y lo que cambiaría con respecto a las condiciones que brinda Coopenae, es en los porcentajes de interés que maneja cada una de las entidades bancarias.

4.7.2 Capital propio

El capital propio es el conjunto de recursos financieros que son propiedad de los accionistas o dueños de una empresa. Se trata de uno de los conceptos fundamentales en el análisis financiero de empresas (Bocksang, 2016). Esta opción se presenta cuando el nuevo doctor graduado, su familia o él mismo, tienen el poder financiero para cubrir los costos que conlleva la apertura de

una nueva clínica dental. Este no es el panorama que tiene la mayoría de los doctores recién graduados; por lo que, en presente proyecto, no se profundiza en esta alternativa y se exploran alternativas para contar con dicho capital.

4.7.3 Otras formas de financiamiento

En el mercado existen otras formas para conseguir financiamiento para la instalación de la nueva clínica dental, como lo son la emisión de acciones, financiamiento por deuda, inversionistas privados, subvenciones y ayudas, y el crowdfunding. No obstante, estas fueron descartadas, ya que su trámite es más complicado y, en algunos casos, la devolución del dinero es más compleja.

4.8 Precio de la consulta

El establecimiento de los precios que manejará la nueva clínica dental es de suma importancia, ya que van a ser puntos de comparación entre los pacientes potenciales que estén en busca ayuda odontológica.

El Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica, ente rector de esta carrera, establece un listado con los precios máximos por cada tratamiento odontológico, los cuales se pueden revisar en el punto 2.10 (Tablas de la 3- 6). También, al definir los precios, es importante considerar la zona en la que se está instalando la nueva clínica dental. En el caso de este proyecto, corresponde a San Ramón de Alajuela, cantón rural ubicado en el occidente del país y en el que la situación socioeconómica de las personas es muy diferente a las personas del GAM.

De acuerdo con el estudio realizado, al comparar los montos que indica el CCDCR y los de algunas clínicas dentales del cantón de San Ramón, se concluye que, para este último cantón, el precio de los tratamientos es aproximadamente un 10% y un 20% inferior a lo indicado por el Colegio. Este porcentaje varía entre tratamientos, no obstante, los precios entre las clínicas del cantón, en general, son muy parecidos.

4.9 Formas de Pago

Las formas de pago de los tratamientos van muy de la mano con el tema de los precios, ya que la nueva clínica dental debe contar con opciones para los pacientes. Existen tratamientos que tienen un costo elevado y, en ocasiones, los pacientes no cuentan con el monto total, por lo que la opción de pago puede ayudar a la nueva clínica a conseguir pacientes.

En la encuesta, se solicitó a los pacientes calificar, en una escala del 1 - 5, donde 1 es menos relevante y 5 el más relevante, los criterios que considerarían al escoger una clínica dental. La alternativa de “Opciones de Pago” fue calificada por los encuestados con un 77.8% de relevancia.

Ilustración 22. Encuesta para saber situación económica. Opciones de pago



También, en la encuesta se consulta a los encuestados qué tan relevante es que una clínica dental tenga opciones de pago como Tasa Cero, Mini Cuotas, Seguros Dentales o Convenios empresariales. A continuación, se muestran los resultados:

Ilustración 23. Encuesta para saber la situación socioeconómica



Este resultado es importante de considerar, para que el nuevo doctor graduado que quiera instalar la clínica dental ofrezca diferentes opciones de pago a los pacientes.

4.10 Factores socioeconómicos

Para este proyecto, es de mucha relevancia identificar el perfil socioeconómico de las personas del cantón de San Ramón y su incidencia al decidir visitar una clínica dental, pues su escogencia se verá modificada por varios aspectos como limitaciones económicas, de acceso, de conocimiento del mercado odontológico, entre otros. Por esta razón, es muy importante determinar el pensar del consumidor y qué los motiva a seleccionar una clínica dental. Con estos datos a la mano, el doctor puede tomar las mejores decisiones referentes a la instalación de la clínica y el tipo de mercadeo y perfil de la población a la que va apuntar.

En este estudio, para construir el perfil de los pacientes para abrir una clínica dental en el cantón de San Ramón, se valorarán las respuestas de los encuestados en los siguientes factores:

4.10.1 Edad

Del total de los encuestados, 9 personas respondieron esta pregunta obteniendo la siguiente información. Este dato sugiere que personas de todas las edades optan por buscar los servicios odontológicos en clínicas privadas.

Ilustración 24. Edad de los encuestados

1. Edad

9 Respuestas

ID ↑	Nombre	Respuestas
1	anonymous	24
2	anonymous	24
3	anonymous	44
4	anonymous	24
5	anonymous	35
6	anonymous	46
7	anonymous	41
8	anonymous	44 años
9	anonymous	29

4.10.2 Género

En relación al género, es importante mencionar que la mayoría de los encuestados fueron mujeres. Al consultar con el odontólogo de la clínica con que se efectúa este estudio, la odontóloga de la clínica con que se realiza este estudio menciona que, de la base de pacientes que maneja, la mayoría son mujeres. Además, señala la tendencia de que, en los hogares, las mujeres son las que toman la iniciativa de llevar a los hijos o solicitar citas para sus esposos.

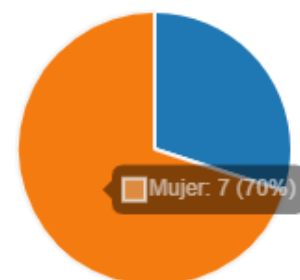
Ilustración 25. Género

2. Genero (0 punto)

[Más detalles](#)

Información

● Hombre	3
● Mujer	7



4.10.3 Distrito de procedencia

Esta pregunta es de mucha importancia, ya que con el dato brindado en el punto 4.1.1 de la distribución de la población en el cantón, la mayoría de los encuestados son del distrito de San Ramón y alrededores del centro. Así, se ratifica que la mejor opción para instalar una nueva clínica dental en San Ramón es en el distrito 1 del cantón.

Ilustración 26. Distrito



4.10.4 Ocupación

Determinar la ocupación de las personas encuestadas es importante, porque puede brindar un parámetro de la economía del núcleo familiar. Con base en las respuestas, se identificó una distribución amplia de ocupaciones, con una mayor concentración de estudiantes (un 27%). Este hallazgo podría indicar que las nuevas generaciones dan importancia a la atención dental y se trata de un público familiarizado con las redes sociales. También, demuestra que la mayoría son trabajadores, de clase baja media, y que prefieren la calidad que brinda una clínica privada que el seguro social.

Ilustración 27. Ocupación



4.10.5 Escolaridad

El saber cuál es el nivel académico de las personas podría ser un indicador de su conciencia de la salud bucodental, así como de posibilidades para pagar tratamientos odontológicos. También, podría indicar que son personas que no dudan en realizar una investigación de clínicas dentales, porque tienen el conocimiento y herramientas para hacerla.

Ilustración 28. Escolaridad



Los resultados indican que el 80% de los encuestados tienen nivel académico universitario, por lo cual sugiere que la clínica puede apostar por atraer este tipo de pacientes.

4.10.6 Percepción sobre la importancia de la atención dental

De acuerdo con la encuesta, los pacientes consideran que la salud bucodental y la atención que puede brindarles un odontólogo es muy importante, y que no dudan en visitar la clínica dental cuando sea necesario.

Ilustración 29. Relevancia de atención dental



4.11 Competencia en la zona de San Ramón

Este punto es uno de los más importantes por valorar, ya que, para establecer una nueva clínica dental en el cantón de San Ramón, se debe realizar un estudio de la competencia ya establecida en esta zona.

El tema de la ubicación física de la nueva clínica es primordial, ya que se debe tener presente la ubicación de las otras clínicas y no cometer el error de instalarse muy cerca de otra clínica. Como se mencionó en el punto 4.1.1, se muestra la ubicación de las clínicas existentes en San Ramón y se puede usar como guía para valorar los locales disponibles que puedan existir en la zona seleccionada.

En el punto 4.7 referente a los precios, se menciona que muchas de las clínicas manejan precios muy similares entre ellas para los tratamientos. Por lo tanto, hay que tener cuidado al momento de establecer esta lista de precios, ya que no pueden ser muy bajos, pues se podría incurrir en competencia desleal y el colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica podría auditar a la clínica y tener problemas en multas o sanciones.

Con respecto a la competencia desleal, en la investigación que se realizó de las clínicas en el cantón de San Ramón, hubo una clínica que presentaba una forma de trabajar diferente a las demás. Sus precios son muy bajos en comparación con la lista de precios que brinda el Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica y este ente no ha podido regularlos. Toda clínica registrada tiene al odontólogo como representante y regente. En esta clínica, el dueño es un Administrador de Empresas y el colegio no ha actuado contra esta clínica para regular los precios bajos que ofrecen a los pacientes.

También, se encontró que existen empresas como ASEMBIS y Sin Fronteras, que se manejan bajo la misma modalidad y ofrecen precios muy bajos a los pacientes por los tratamientos, los cuales afectan las clínicas que si se acogen al código del Colegio de Cirujanos Dentista de Costa Rica, y que no ven justo este tipo de proceder.

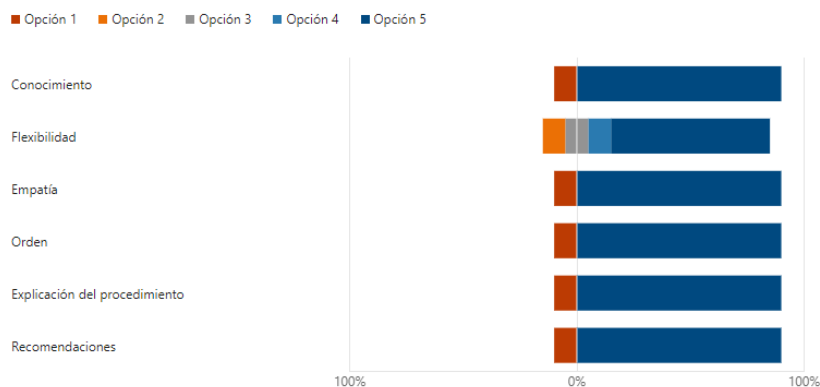
4.12 Calidad del servicio al cliente

Para cualquier empresa de servicios, es muy importante tener una retroalimentación de los servicios que brindan y tomar esas opiniones para generar mejoras en los procesos, procedimientos, infraestructura, equipos tecnológicos. La mejora continua es una buena práctica, ya que los resultados ayudan a los dueños a realizar cambios que pueden hacer crecer los ingresos, la fidelidad de los clientes y el posicionamiento del negocio en el mercado. Para lograr este objetivo, se formuló el siguiente cuestionario para obtener retroalimentación de las personas que visitan una clínica dental en San Ramón y valorar su opinión referente a sus experiencias en los consultorios.

4.12.1 Conocimiento del personal

En primer lugar, se quiso conocer el parecer de los pacientes en aspectos referentes a los procedimientos internos y, muy importante, características deseables en el odontólogo que los atiende.

Ilustración 30. Encuesta para saber aspectos de Servicio y Calidad. Personal

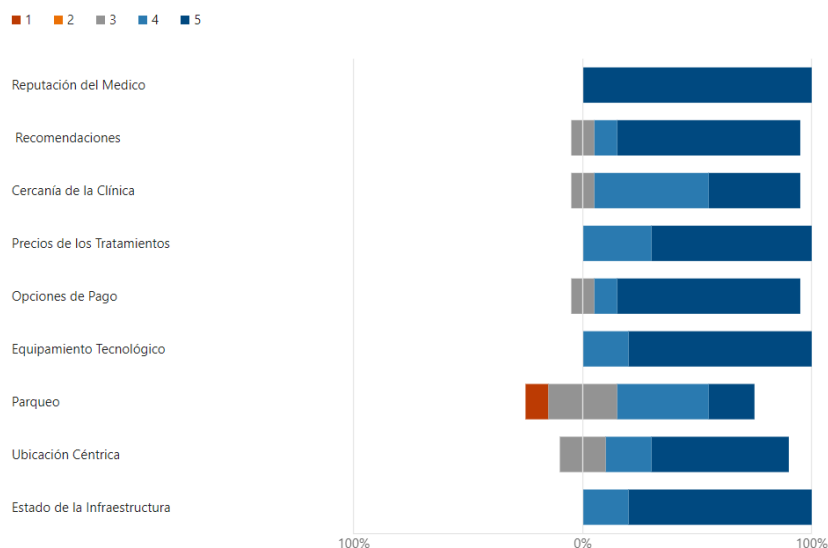


De acuerdo con los resultados, los pacientes consideran importante que el personal muestre conocimiento, fuese empático, ordenado y pudiera explicar de buena manera los procedimientos por ejecutar. Estos criterios sirven para establecer procesos de trabajo donde se empleen todos estos aspectos y se manejen como un reglamento interno al momento de atender a las personas.

Estos puntos se consultaron a la odontóloga de la clínica con que se realiza este estudio y reafirmó las opiniones de las personas encuestadas. Señaló que para los pacientes es muy relevante que se les explique de forma amplia el procedimiento y que el doctor muestre interés de su problema. Esos pacientes siempre vuelven y recomiendan a la clínica con conocidos.

Otro aspecto importante de la calidad del servicio al cliente se refiere a los criterios que utilizan las personas para escoger una clínica dental. De acuerdo con los resultados, al decidir la clínica por visitar, los pacientes brindan mayor importancia a la ubicación de la clínica, el que cuente con un parqueo, el estado de la infraestructura, el uso de equipos de alta tecnología y las opciones de pago.

Ilustración 31. Criterios para la escogencia de una clínica



En cuanto a los horarios de la clínica, los pacientes prefieren un horario extendido, de lunes hasta los días sábados. Este resultado podría sugerir que el horario extendido a los fines de semana, ya que los sábados son los días que muchas personas tienen libre para realizar sus diligencias y esto ayudaría a captar más pacientes a la clínica dental.

Ilustración 32. Horario de atención

7. ¿Qué Horario de atención considera el más adecuado en una Clínica Dental para que usted decida visitarla?

[Más detalles](#)

[Información](#)

- Lunes a Viernes de 8am a 5pm 2
- Lunes a Viernes de 9am a 6pm 2
- Lunes a Sábado de 8am a 12pm 2
- Lunes a Sábado de 8am a 4pm 4



El tiempo de atención durante los procedimientos es un dato por tener en cuenta al momento de establecer las citas con los pacientes, pues sugeriría preferencias por una atención más o menos personalizada y el nivel de detalle que esperan de su médico.

Ilustración 33. Encuesta para saber los servicios y la calidad. Tiempo

11. ¿Cual es un tiempo de atención adecuado para que usted sienta que su consulta es personalizada?

[Más detalles](#)

🔔 Información

● 15 min	0
● 30 min	5
● 45 min	4
● 1 hora	1



De acuerdo con los resultados, los pacientes prefieren que la consulta tarde de 30 minutos a 45 minutos. Este hallazgo sugiere que buscan una atención personalizada y de calidad, donde se tenga el tiempo suficiente para exponerles el caso y su solución.

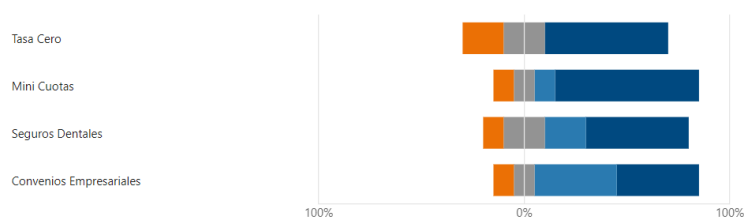
En cuanto a las formas de pago dentro de la clínica dental, es importante para los pacientes el ofrecer opciones de pagos o descuentos. De acuerdo con los resultados, la clínica debería contar con estas maneras para cancelar sus tratamientos: Tasa Cero, Mini Cuotas, seguros dentales y convenios empresariales.

Ilustración 34. Formas de pago

9. Califíque cada una de las opciones que se presentan, en una escala del 1 - 5, donde 1 es menos relevante y 5 el más relevante. Las opciones de Financiamiento que debería tener una Clínica dental punto

[Más detalles](#)

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

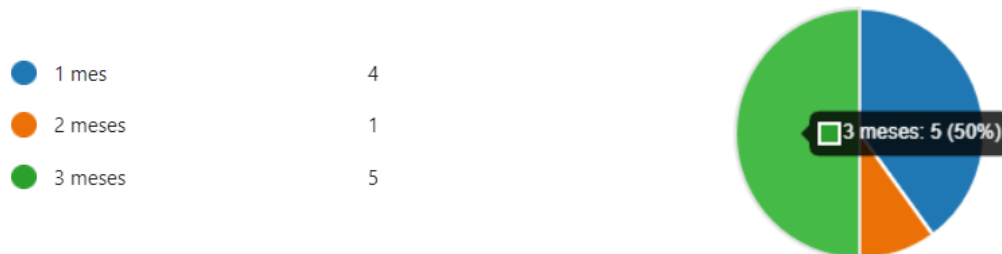


4.13 Garantía de tratamientos

Dentro de los puntos a los que el doctor graduado debe poner atención, destaca el seguimiento de pacientes. Así, después de realizar cualquier tratamiento, o a través del tiempo, se recomienda enviar un mensaje para saber de ellos. Esta iniciativa es crucial, porque los pacientes se sienten importantes y fideliza a las personas a la clínica. En la encuesta realizada, se quiso el

por el tiempo de garantía que los pacientes consideraban adecuado para los procedimientos dentales que se realizan. De acuerdo con los resultados, el 50% de las personas considera que tres meses sería el tiempo prudencial de garantía para los tratamientos.

Ilustración 35. Garantía de los procedimientos



4.14 Seguimiento de pacientes

El seguimiento de pacientes es un punto que el nuevo doctor debe colocar dentro de sus reglas o procedimientos. Es importante que a los pacientes se les brinde un seguimiento y agendar citas para valorar la evolución del tratamiento, ya que los pacientes sienten que el doctor se preocupa por ellos y su iniciativa trae fidelidad. También, se recomienda que, en el tiempo, se realice una llamada o envíe un mensaje a la cartera de pacientes, de manera que se reactive la base de datos y se siga generando flujo de pacientes en la clínica.

En la encuesta realizada se consultó a los pacientes cuál sería la opción preferida, para brindarle seguimiento, recordatorios de citas e información sobre la clínica dental. Según las respuestas, el 90% de los encuestados prefiere la comunicación por medio de mensajes de texto.

Ilustración 36. Encuesta para saber aspectos de Servicio y Calidad. Seguimiento

● Llamada Telefónica	1
● Mensaje de Texto	9
● Correo electrónico	0
● Otro	0



CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Con los resultados obtenidos en este proyecto, fue posible establecer una guía para los nuevos doctores graduados a fin de organizar los parámetros y aspectos importantes que requiere la instalación de una clínica dental en el cantón de San Ramón. Este documento muestra resultados importantes que ayudarán a la toma de decisiones y valorar la capacidad financiera del médico para hacer frente a la apertura de su negocio.

1- En base al primer objetivo específico, Determinar el costo de inversión para la instalación de una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023 para la determinación de su viabilidad económica, se concluye que los costos de inversión en equipos de **tecnología y materia prima** suman ₡11,227,462 colones. Se debe dejar claro que este monto puede cambiar, ya que dependerá de los equipos que el nuevo doctor desee tener en su clínica y la calidad de los materiales que quiera utilizar. Estos costos pueden aumentar o disminuir entre un 15% y 20% en equipos, ya que puede conseguir equipos de menor calidad.

En relación con los **costos fijos y variables**, de acuerdo con el estudio realizado, en total, ascienden a ₡6,801,986.56 colones a fin de cubrir cinco meses de operaciones. Los costos fijos suman ₡4,469,524 colones e incluyen la cuota del préstamo bancario y los otros montos descritos en la tabla 9. Los costos variables suman ₡2,332,462 colones e incluyen la compra de la materia prima.

Los costos fijos y variables pueden no ser tan claros de primera entrada, sino hasta cuando la clínica inicie operaciones, pues se relacionan con el alquiler de locales, salarios del personal, flujo de clientes y las fluctuaciones económicas en la economía local, todos los cuales pueden tener un impacto en la captación de pacientes y el retorno de la inversión.

2- Con lo establecido en el segundo objetivo específico, Establecer el perfil socioeconómico de pacientes odontológicos en una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023 para relacionarlo con sus criterios de escogencia de una clínica dental. Dada la geografía del cantón de San Ramón y por cómo está distribuida la población, si se desea instalar una nueva clínica dental, esta debe estar en el centro del cantón. Se determinó que este es el lugar idóneo, porque concentra la mayoría del comercio de la ciudad y alberga un alto porcentaje de la población en sus alrededores, en un radio de 3 kilómetros. Además, el transporte distrital es muy bueno y cuenta con horarios que facilitan la visita a la clínica por personas de comunidades aledañas.

Con base a los resultados del estudio, se concluye que el nuevo doctor graduado debe dirigir sus esfuerzos y estrategias de mercadeo hacia una población de clase baja-media del cantón de San Ramón, ya que estas personas buscarían los tratamientos privados antes que los del seguro social y las clínicas ofrecen una gran gama de tratamientos que no se da en el seguro social.

Por otro lado, se concluye que los aspectos de calidad del servicio mejor valorados por los pacientes son la atención personalizada, brindar un tiempo suficiente en la consulta, que el médico ponga a disposición su conocimiento, que el médico demuestre empatía y que explique los procedimientos. En este sentido, al establecer la nueva clínica dental, estos aspectos deben considerarse como parámetros para la atención de pacientes, a fin de lograr su fidelización y que recomienden a la clínica.

3- En relación con el tercer objetivo específico, Identificar aspectos de la calidad del servicio valorados por pacientes odontológicos en una clínica dental en San Ramón de Alajuela en 2023 para su incorporación como parte de la atención de la clínica, se concluye que la mercadotecnia es un punto muy importante al abrir una clínica dental. Por esta razón, se debe destinar un presupuesto para que una empresa de mercadeo brinde ayuda y capacitación, e invertir

tiempo de calidad para posicionar la clínica dental en el cantón de San Ramón. Una estrategia publicitaria bien diseñada brinda la posibilidad de alcanzar a los pacientes, por lo que es de suma importancia para la permanencia de la clínica en el tiempo.

El ofrecimiento de diferentes opciones de tratamientos, el mostrar empatía y carisma en las atenciones que se le brindan a los pacientes, debe ser uno de los objetivos de los del nuevo doctor graduado. El poder brindar todas las especialidades de la odontología, abre más posibilidades de ingresos a la clínica y si estos servicios se brindan con calidad, esto eleva la reputación de la clínica y en el posicionamiento más rápido de la clínica en el cantón.

5.2 Recomendaciones

Para lograr el éxito del establecimiento de una nueva clínica dental en el cantón de San Ramón, se le brindan estas recomendaciones:

1. De acuerdo con los criterios que consideran los pacientes al escoger una clínica dental, se recomienda que la nueva clínica priorice una buena ubicación, que cuente con un parqueo, infraestructura en buen estado, equipos de alta tecnología y diversas opciones de pago y financiamiento, incluyendo Tasa Cero, Mini Cuotas, seguros dentales y convenios empresariales. Además, se sugiere que la clínica dental ofrezca un horario de lunes a sábado, de 8am a 4pm.

2. Se recomienda realizar un análisis inicial de las prioridades, en cuanto al aspecto económico, en las que se invertirá para el establecimiento de la nueva clínica dental. Es importante proyectar el futuro de la clínica a mediano plazo para adquirir lo estrictamente necesario para el funcionamiento de la clínica. En inicio se puede contratar a un asistente por medio tiempo, valorar los costos fijos y variables.

3. Se insiste en que el nuevo doctor debe ver la clínica como un negocio, para cuyo éxito es necesario atraer a los clientes. Así, no puede mantener la creencia de que se instala una nueva

clínica y que el médico se sienta a esperar a que los pacientes lleguen a ella. El nuevo doctor graduado debe esforzarse y entender que se debe buscar a los pacientes mediante diferentes herramientas para hacer crecer a la clínica y que se mantenga en el tiempo.

4. En lo referente a las especialidades, es muy importante que la nueva clínica dental cuente con una cartera de especialistas con mucha experiencia en cada una de las ramas de la odontología. Esta diversidad es importante, porque, aunque el recién graduado odontólogo general no realice dichos tratamientos, siempre generan un porcentaje de ingreso a la clínica. Además, en su mayoría, requerirán otros tratamientos adicionales que sí podrá realizar el nuevo doctor graduado, por lo que, desde toda perspectiva, representan una ganancia.

5. Se recomienda buscar alianzas estratégicas con los centros radiológicos y técnicos dentales para atender emergencias o casos que exijan un tiempo rápido de atención. Por ejemplo, se pueden presentar pacientes que tengan programado un viaje, que vengan del extranjero solo a realizarse tratamientos odontológicos, o bien, que requieran tratamientos estéticos que deban resolverse en un corto tiempo. Todas estas son oportunidades que pueden ser aprovechadas por la nueva clínica dental y para cuya resolución los técnicos dentales son una ayuda primordial.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6. Propuesta del Proyecto

Como propuesta para la apertura de una clínica dental en el cantón de San Ramón, se desarrollaron varias herramientas que servirán de guía para la toma de decisiones por parte de los nuevos doctores graduados. La instalación de una nueva clínica dental requiere de una inversión considerable y también de tomar algunos riesgos como parte de la toma de decisiones. Por esta razón, esta propuesta se enfocó en implementar herramientas y ofrecer la información necesarias para minimizar esos riesgos y garantizar que la mayoría de las decisiones lleven al éxito del proyecto.

6.1 8 P's del Marketing

Según Kloter (2008), las 8Ps del marketing son un conjunto de elementos o variables que las empresas pueden utilizar para definir e implementar sus estrategias de marketing. También, proponen una perspectiva más amplia e integral del marketing, que va más allá de solo el producto, precio, lugar y promoción. Permiten a las empresas diseñar estrategias considerando todos los elementos relevantes para satisfacer al cliente. Al aplicarlas para la apertura de una clínica dental en el cantón de San Ramón, se obtienen los siguientes resultados:

1. Producto

- El producto se va a enfocar en los servicios odontológicos, calidad del servicio, y la disponibilidad de especialidades como ortodoncia, cirugía maxilofacial, endodoncia, periodoncia, pediatría y armonización orofacial.

2. Precio

- Se tomará como base los precios del Colegio de Cirujanos Dentistas de Costa Rica para establecer la lista de precios.

- Promocionar el uso de diferentes métodos de pagos como Mini Cuotas del BN, Tasa Cero.
- Lanzamiento de promociones en fechas claves del año
- Uso de convenios con empresas y sus precios especiales

3. **Plaza:** Para la promoción de la clínica dental, haremos uso de los siguientes medios:

- Uso de las redes sociales para la divulgación y promoción.
- Utilizar la Herramienta del WhatsApp para una comunicación más rápida con los pacientes
- Colocar banner y browser en las empresas con las que se tenga convenio
- Ampliación de los horarios de atención

4. **Promoción:** Gestionar la promoción mediante las siguientes herramientas y servicios:

- Perifoneo.
- Crear Imágenes y publicarlas en Instagram, Facebook, WhatsApp.
- Entrega de volantes en cercanías de la Clínica.
- Buscar nuevas empresas para gestionar el Convenio.

5. **Personas:** Con respecto al personal, se tiene planeado:

- Capacitaciones de Servicio al Cliente.
- Motivarlos a opinar y que sientan que son importantes para la Clínica.
- A los colegas, presentarles Cursos para que mejoren sus técnicas.

6. **PhysicalEvidence**

- Se tomará en cuenta la opinión de los pacientes con respecto a la infraestructura de la clínica y su opinión del servicio que reciben.

7. Proceso

- Establecer procedimientos para la compra de materia prima.
- Crear una distribución cada mes para efectuar compras inteligentes.
- Crear procedimientos de atención a los pacientes para que los colegas tengan el mismo trato hacia estos.

8. Partners

- Conversar con centros radiológicos del cantón para recibir el apoyo y descuentos con los paquetes de ortodoncia y panorámicas.

6.2 5 Fuerzas de Porter

Se trata de un modelo desarrollado por Michael Porter (1985) que analiza la competitividad de una industria o sector. Al aplicarlo para la apertura de una clínica dental en el cantón de San Ramón, se obtienen los siguientes resultados:

1. Nuevos Entrantes

- Ser muy constantes con el servicio, para que los pacientes nuevos y los antiguos, sigan prefiriendo la clínica sobre la competencia. Las capacitaciones, reuniones regulares con el personal y colegas, en un tipo de mesa redonda, pueden generar muchas buenas ideas para mejorar y visibilizar debilidades.

2. Proveedores

- En el campo de la Odontología, el mercado de proveedores es muy escaso. Por esta razón, se debe incrementar la base de datos de proveedores y cotizar siempre con todos ellos en busca de los precios y alianzas más convenientes.
- Buscar, a nivel internacional, algunas opciones de productos y la manera de importarlos.

3. Clientes

- Para la clínica dental, los clientes son muy importantes, por lo que siempre hay que escucharlos y brindarles el mejor trato posible. Se debe poner a su servicio todo el conocimiento a fin de dar las mejores opciones de tratamientos por seguir.
- En el campo de la salud, los pacientes suelen comprometerse con un médico. Por este motivo, estos siempre deben llevarse la mejor impresión de la clínica para obtener fidelización y futuras recomendaciones.

4. Productos sustitutos

- La clínica siempre cuenta con varias opciones de tratamientos, los cuales se exponen al paciente y este escoge la mejor opción. Siempre en todos estos tratamientos, se utilizan productos de calidad.

5. Rivalidad de la industria

- En la Odontología, los doctores están acostumbrados a que los pacientes tienen que llegar a la clínica. Con nuestra propuesta, la clínica dental San Ramón va a ir a buscar esos pacientes. Proponer mejores oportunidades de tratamientos a los pacientes y lograr ese distintivo que haga que la Clínica se posea como una de las mejores en San Ramón.

6.3 Análisis FODA

Consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es conocido como análisis DAFO, en alusión a Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.

Ilustración 37. Análisis FODA

ANÁLISIS FODA PERSONAL

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención Personalizada ✓ Flexibilidad de horarios ✓ Se abarcan todas las Especialidades Odontológicas ✓ Precios Accesibles ✓ Diferentes métodos de Pago 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de Parqueo. ✓ Puntualidad ✓ Estar en una segunda Planta ✓ No Contar con Doctor Permanente ✓ Equipos longevos
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (+)	AMENAZAS (-)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear más Convenios entre empresas ✓ Uso de herramientas para atraer mas Pacientes ✓ Búsqueda de un mejor punto para la Clínica ✓ Buscar un doctor permanente ✓ Mejorar la Rotulación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Clínicas que cobran muy barato ✓ Posicionamiento de otras Clínicas ✓ Migración de Pacientes a clínicas del GAM ✓ Clínicas con equipos de punta.

6.4 Estrategias FO FA DO DA

Kotler (1984) indica que la estrategia FO, FA, DO y DA son parte del análisis FODA (o DAFO). Es una herramienta de planificación estratégica que surgió en la década de 1960 y no tiene un autor único específico. Estas cuatro estrategias surgen del cruce del análisis FODA y permiten definir acciones estratégicas según la situación de fortalezas/debilidades y oportunidades/amenazas. Son ampliamente utilizadas en procesos de planificación para identificar la estrategia más adecuada en cada contexto.

Al aplicar esta estrategia para la apertura de una clínica dental en el cantón de San Ramón, se obtienen los siguientes resultados:

Ilustración 38. Estrategias FO FA DO DA

Estrategias FO FA DO DA		
Estrategias	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	<p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> * Promover en los pacientes y Empresas, la Flexibilidad de Horarios para las personas que salen tarde * Promosionar las Especialidades que Ofrecemos con Dr con mucha experienciat, para atraer pacientes. 	<p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> * Buscar un local para trasladar la Clínica con Parqueos para atraer más pacientes y por comodidad y seguridad * Hablar con los Doctores y hacerles entender los mucho que sega, ingresando a tiempo a trabajar. El tiempo de los pacientes es improtante * Contratar los servicios de otro colega, para que se encargue de la Clínica a tiempo completo
	<p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> * Establecer nuevas estratégicas de Marketing para hacernos conocer en San Ramon * Implusar los atestados de Iso rofesionales que trabajan en la Clínica, para que los pacientes no salgan de San Ramón para buscar solución a sus necesidades * Hacer un analisis económico de las finanzas de la Clínica, para hacer una inversión en nuevos equipos. 	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> * Competir con las clínicas que cobran barato, vendiendo la experiencia de nuestro profesionales y los productos que primera calidad que utilizamos * Poder sacarle provecho a la segunda planta del consultorio Medico para hacer estratégias para captar más personas.
Amenazas		

6.5 Matriz de CAME

La Matriz de CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) es una herramienta de análisis estratégico que complementa el análisis FODA, ya que permite convertir, en acciones estratégicas, los resultados del análisis FODA previo. CAME son las iniciales de Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar; las cuales se desglosan a continuación:

- **Corregir:** Acciones para superar debilidades
- **Afrontar:** Estrategias para hacer frente a las amenazas
- **Mantener:** Iniciar para conservar las fortalezas
- **Explotar:** Estrategias para aprovechar oportunidades

- Permite definir acciones concretas después de un análisis FODA.

Al aplicar la Matriz de CAME para la apertura de una clínica dental en el cantón de San Ramón, se obtienen los siguientes resultados:

Ilustración 39. Matriz de CAME

Matriz CAME		Análisis Interno		Análisis Externo	
		Estrategias para Corregir Debilidades		Estrategias para Afrontar Amenazas	
Factores negativos	<ul style="list-style-type: none"> * Colocar Citas a partir de las 8:30am * Hacer Alianza con los Parqueos cercanos, para un mejor precio por hora * Buscar un colega de que Comparta nuestros valores y forma de trabajar * Crear un plan de ahorros, para al corto tiempo cambiar los equipos. 		<ul style="list-style-type: none"> * Hacer una campaña publicitaria Constante, para que hacer crecer la marca y hacernos notar. * Vender Calidad y un servicio de Primera a los pacientes, para que nos recomienden con mas personas 		
	Factores positivos	Estrategias para Mantener Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> * Crear reuniones con el personal Semanal o quicenamente, para hacer un retroalimentación de tareas, procesos y responsabilidades. * Revisar las enuestas para idear estrategias con los horarios, y acomodarnos a la necesidad de los pacientes 		Estrategias para Explotar Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> * Firmar convenios con nuevas empresas, y lograr convenios de por lo menos dos empresas por mes. * Crear semanalmente, contenido en las redes sociales de aspectos relacionados con la Odontología y promociones de la clínica * Hacer una busqueda constante de un mejor punto. 	

6.6 Tiempos para la Ejecución del Proyecto

Tabla 18. Tiempo para Ejecución de proyecto

RESUMEN DE LA PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CLINICA DENTAL				
#	ACTIVIDAD	Herramienta	DURACIÓN o TIEMPO PARA GESTIONARLA	DESCRIPCIÓN
1	Hacer Estudio de Mercadeo	8 P's de Marketing FODA	1 mes	Se debe identificar lugares de alquiler, escoger la mejor ubicación. Determinar la población meta y la metodología para captar los pacientes Identificar la competencia, precios de tratamientos y factores físicos de ellos.
2	Equipos y Materiales	8 P's de Marketing	22 días	Montar la lista de equipos y materiales que se van a necesitar para la apertura de la Clínica Cotizar con varios proveedores para escoger los mejores precios.
3	Establecer un Presupuesto	8 P's de Marketing	7 días	Determinar cual es el monto que se puede invertir en la implementación de la Clínica Analizar los posibles metodos de Financiamiento
4	Contratación de Asistente		15 días	Buscar persona con experiencia en clinicas, excelente trato y presentación personal.
5	Financiamiento		2 meses	Buscar las entidades financieras que brinden las mejores condiciones crediticias Esperar el estudio crediticio
6	Instalación		15 días	Compra de equipos y materiales Acondicionamiento del local, instalación de equipos y rotulación.
7	Mercadeo	CAME	Todo el tiempo	Crear Contenido en las Redes Sociales de temas relacionados con la Clínica Crear convenios y alianzas con las empresas de la localidad Contratar a la empresa publicitaria y perifoneo
8	Atención de Pacientes	CAME, FODA	Todo el tiempo	Vender Calidad y un servicio de excelencia a los pacientes Realizar encuestas a los pacientes para obtener puntos de mejora y retroalimentación Tener reuniones con el personal para la retroalimentacion de tareas y procesos
9	Revisión de Situación Actual	CAME	Trimestral	Valorar el impacto que ha tenido la empresa Publicitaria en la Clínica Revisar las encuestas realizadas a los pacientes. Analizar si los convenios atraen pacientes Identificar nuevos nichos o formas de atraer pacientes Validar el crecimiento de la Clínica
10	Mejora Continua	Fuerzas de Porter	Mensual	Llamar a los pacientes y preguntar por los tratamientos Buscar nuevos proveedores que mejoren los precios de los materiales Buscar nuevas formas de mostrar la clínica en el Cantón. Validar opciones en el mercado para captar pacientes como aseguradoras

CAPÍTULO VII. REFERENCIAS

- Solano Araya, J. (2008). Proyecto de administración de consultorio (publicación independiente). (pp. 20-23).
- Freer Bolaños, J.M. (2015). Razones por las cuales los odontólogos optan por la diversificación de su consulta privada para obtener empleo (publicación independiente). (pp. 2-5).
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1998). Fundamentos del marketing (6ta ed.). Prentice Hall. (pp. 43-45).
- Bastos Montero, A. (2015). Propuesta de un plan estratégico para la clínica dental de la sede del Caribe de la Universidad de Costa Rica, con el fin de expandir sus servicios a la población del cantón central de la provincia de Limón (Práctica profesional). Universidad de Costa Rica. (p. 34).
- Murillo Álvarez, L. (2004). Tipología de los modelos de atención odontológica (publicación independiente) (pp. 47-50).
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2015). Fundamentos de marketing (13a ed.). Pearson Educación. (pp. 43-45).
- Revista FOLA ORAL (1998)
- Mankiw, N.G. (2014). Principios de economía (6ta ed.). Cengage Learning. (pp. 25-30).
- Lerner, D. y Benavides, J. (1981). El empresario y la economía peruana. Instituto de Investigación de la Universidad del Pacífico. (pp. 55-65).
- Brealey, R.A. & Stewart, C.M. (1981). Principios de finanzas corporativas. McGraw-Hill. (pp. 45-55).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Cunningham, M. H. (2019). Principles of marketing (18th ed.). Pearson. (Capítulo 5, pp. 56-89).

- Hillier, D. & Barrow, P. (2020). Fundamentos de finanzas corporativas (2da ed.). Cengage Learning. (Capítulo 10, pp. 210-250).
- Butler, J. (1990). Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. Routledge. (Capítulo 3, pp. 45-67).
- Arum, R. & Beattie, I.R. (2003). The Structure of Schooling: Readings in the Sociology of Education. McGraw-Hill. (Capítulo 5, pp. 110-145).
- Matheu Pla, E. (2010). Calidad y turismo. Netbiblio. (Capítulo 5, pp. 89-120).
- Davis, L.E. & Harrison, J.C. (1993). Estrategia y tácticas de precios. Addison Wesley Iberoamericana. (Capítulo 8, pp. 145-178).
- Jatinder, N.D. & Sushil, S. (2004). Managing the global network corporation. Cambridge University Press. (capítulo 5, pp. 89-120).
- Rosenberg, M. (1999). Nonviolent Communication: A Language of Life. Puddledancer Press. (Capítulo 2, pp. 15-39).
- Mathers, N. & Ophir, R. (2021). Nudge: The Final Edition. Penguin. (Capítulo 3, pp. 55-89).
- Dean, J. & Auerbach, C. (2020). Consumer psychology in behavioural perspective. Routledge. (Capítulo 8, pp. 159-201).
- San Ramón (Costa Rica). Wikipedia. Recuperado el 15 de setiembre de 2023, de [https://es.wikipedia.org/wiki/San_Ram%C3%B3n_\(Costa_Rica\)](https://es.wikipedia.org/wiki/San_Ram%C3%B3n_(Costa_Rica)).
- Ministerio de Seguridad Pública de Costa Rica. (2021). Informes sembremos seguridad. www.seguridadpublica.go.cr/ministerio/sembremos_seg/informes/sembremos_seguridad/2021
- San Ramón Digital. (s.f.). Historia. San Ramón G.O.C.R. <https://sites.google.com/sanramondigital.net/sanramongocr/san-ram%C3%B3n/historia>

TicoManager. (s.f.). TicoManager | Negocios | Tecnología | Emprendimiento.

<https://ticomanager.com/>

Painter, J. A. (2013). Customer service delivery: Research and best practices. J. Ross Publishing.

(Capítulo 8, pp. 145-167).

Creswell, J. W. (1994). Research design: Qualitative and quantitative approaches. SAGE

Publications. (Capítulo 5, pp. 95-129).

Coll, C. (2020). Vigencia del debate curricular. Aprendizajes básicos, competencias y estándares.

Hipatia. (Capítulo 3, pp. 89-125)

CAPÍTULO VIII. APÉNDICES

CAPITULO IX. ANEXOS

Encuesta #1

¡Bienvenidos a nuestra encuesta!

Queremos conocer tus opiniones y experiencias sobre la elección de una Clínica Dental para tratar sus necesidades. Tu participación es esencial para ayudarnos a recopilar información valiosa. La encuesta es rápida y sencilla, y tus respuestas son completamente anónimas. ¡Gracias por tomarte el tiempo para compartir tus ideas con nosotros!

1. Edad

2. Genero

Hombre

Mujer

3. Ocupación

4. Escolaridad

Primaria

Secundaria

Universidad

Otros

5. En una escala del 1 - 5, donde 1 es menos relevante y 5 el más relevante cada una de las opciones, de los criterios que usted considera al escoger una clínica dental.

	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5
Conocimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flexibilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empatía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Orden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explicación del procedimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomendaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿Cuál es el medio que utiliza usted para investigar sobre los servicios y elegir una clínica dental?

- Facebook
- Twiter
- Instagram
- Tiktok
- Paginas WEB

7. ¿Qué Horario de atención considera el más adecuado en una Clínica Dental para que usted decida visitarla?

- Lunes a Viernes de 8am a 5pm
- Lunes a Viernes de 9am a 6pm
- Lunes a Sábado de 8am a 12pm
- Lunes a Sábado de 8am a 4pm

8. ¿ Cual sería la opción preferida, para brindarle seguimiento como paciente, recordatorios de citas e información sobre la Clínica Dental?

- Llamada Telefónica
- Mensaje de Texto
- Correo electrónico
- Otro

9. ¿ Cual considera que es el tiempo de Garantía adecuado para los procedimientos dentales que se realiza?

- 1 mes
- 2 meses
- 3 meses

10. ¿ Contar con equipos de última tecnología, es un aspecto importante para elegir una clínica dental?

- Si
- No

11. ¿ Cual es un tiempo de atención adecuado para que usted sienta que su consulta es personalizada?

- 15 min
- 30 min
- 45 min
- 1 hora

Encuesta #2

¡Bienvenidos a nuestra encuesta!

¡Bienvenidos a nuestra encuesta!

Queremos conocer tus opiniones y experiencias sobre la elección de una Clínica Dental para tratar sus necesidades. Tu participación es esencial para ayudarnos a recopilar información valiosa. La encuesta es rápida y sencilla, y tus respuestas son completamente anónimas. ¡Gracias por tomarte el tiempo para compartir tus ideas con nosotros!

1. Edad

2. Genero

Hombre

Mujer

3. Distrito (Lugar de domicilio)

4. Ocupación

5. Escolaridad

- Primaria
- Secundaria
- Universidad
- Otro

6. ¿ Que tan relevante es para usted, recibir atención Odontológica?

- Muy Relevante
- Relevante
- Poco Relevante
- Irrelevante

7. Califique cada una de las opciones que se presentan, en una escala del 1 - 5, donde 1 es menos relevante y 5 el más relevante cada una de las opciones, de los criterios que usted considera al escoger una clínica dental.

	1	2	3	4	5
Reputación del Medico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomendaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cercanía de la Clínica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precios de los Tratamientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opciones de Pago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipamiento Tecnológico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parqueo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ubicación Céntrica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estado de la Infraestructura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. ¿ Que tan relevante es para usted, que una Clínica Dental tenga opciones de pago como: Tasa Cero, Mini Cuotas, Seguros Dentales o Convenios empresariales?

- Muy Relevante
- Relevante
- Poco Relevante
- Irrelevante

9. Califique cada una de las opciones que se presentan, en una escala del 1 - 5, donde 1 es menos relevante y 5 el más relevante. Las opciones de Financiamiento que debería tener una Clínica dental

	1	2	3	4	5
Tasa Cero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mini Cuotas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguros Dentales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Convenios Empresariales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿ Que tan relevante es para usted, que una Clínica Dental ofrezca tratamientos en Ortodoncia, Endodoncia, Cirugía maxilofacial, Pediatría y Periodoncia

- Muy Relevante
- Relevante
- Poco Relevante
- Irrelevante

11. Si se le presentara una Emergencia dental, la primera opción que elegiría para buscar una solución es:

- Seguro Social
- Clínica Dental Privada