



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN,  
DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROYECTOS

Plan de Negocio para establecer un Consultorio Odontológico  
en la ciudad de Rio Chico, Municipio Páez del Estado Miranda

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en  
Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, presentado por:**  
González García, Daryela, CI 8760579

**Asesorado por:**  
Sarache Oliveros, Xarifa Margarita  
Rodríguez Alvarez, Alberto

**Caracas, Abril de 2017**

**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

**ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN,  
DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROYECTOS**

Plan de Negocio para establecer un Consultorio Odontológico  
en la Ciudad de Rio Chico, Estado Miranda

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en  
Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, presentado por:**  
González García, Daryela, CI 8760579

**Asesorado por:**

Sarache Oliveros, Xarifa Margarita, asesor de Seminario de Trabajo Especial de  
Grado III

Rodríguez Álvarez, Alberto, asesor académico

**Caracas, Abril de 2017**

Señores:

**Universidad Monte Ávila**  
**Comité de Estudios de Postgrado**  
**Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos**

Atención: Profesora Geraldine Cardozo

Referencia: **Aprobación de Asesoría**

Por medio de la presente le informo que hemos revisado el borrador final del Trabajo Especial de Grado de (los) Ciudadano (s): **González García, Daryela**, titular de la Cédula de Identidad N° **8760579**; cuyo título tentativo es: **“Plan de negocio para establecer un Consultorio Odontológico en la Ciudad de Rio Chico, Estado Miranda”**, la cual cumple con los requisitos vigentes de esta casa de estudio para asignarles jurado y su respectiva presentación.

A los 07 días del mes de Abril del 2017

Sarache Oliveros, Xarifa Margarita  
Asesor de Seminario de Trabajo Especial de Grado III

Rodríguez Álvarez, Alberto  
Asesor académico



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN,  
DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROYECTOS

### TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

Plan de negocio para establecer un consultorio odontológico en la Ciudad de Rio Chico,  
estado Miranda

**Autores:** González García, Daryela  
**Asesores:** Sarache Oliveros, Xarifa Margarita, Rodríguez Álvarez, Alberto  
**Año:** 2017

### RESUMEN

El Diseño de un Plan de Negocio para un Consultorio Odontológico, en la ciudad de Rio Chico, Municipio Páez del Estado Miranda, se propuso como un modelo innovador de atención al paciente y de capacitación técnica de estudiantes de odontología, a través de su participación en intervenciones de odontología y de consultorio, destinadas a facilitar y apoyar la prestación del servicio. Los objetivos específicos se centraron en diagnosticar la situación actual en cuanto al servicio odontológico existente, en la ciudad de Rio Chico, municipio Páez, estado Miranda. Identificar la necesidad de un consultorio para la realización de prácticas como complemento en la formación profesional del odontólogo, y visualizar la propuesta de un plan de negocio para el establecimiento de un consultorio odontológico en la ciudad de Rio Chico. El diseño de la investigación se enmarcó dentro de la investigación aplicada evaluativa apoyado en una investigación de campo. El tipo de investigación de acuerdo a su nivel de profundidad se consideró descriptiva. La población objeto de estudio fue de 37.944 y la muestra de 100 personas, recurriendo al muestreo no probabilístico causal. Para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta para los clientes y una entrevista no estructurada a los responsables del proyecto y como instrumentos el cuestionario y el guión de preguntas. Las técnicas e instrumentos permitieron detectar la calidad de servicio, demanda del servicio, estudio de mercado, población demandante del servicio local y foráneo, población de estudiantes de odontología en la región. Las conclusiones estuvieron enmarcadas en informar sobre el cumplimiento de los objetivos de la investigación llegando por medio de estas a las recomendaciones, siendo la principal el considerar llevar a cabo la propuesta del plan de negocios.

**Línea de Trabajo:** Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos

**Palabras clave:** Plan, Negocio, Emprendimiento, Modelo, Alianzas

**Nomenclatura UNESCO:** (53) Ciencias Económicas, (5311) Organización y Dirección de Empresas, (531102)

## ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	1
2. INTERROGANTES Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	5
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
a. Objetivo General .....	6
b. Objetivos Específicos.....	6
4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	6
5. ALCANCE Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO .....	8
1. ANTECEDENTES.....	9
2. BASES TEÓRICAS.....	11
3. BASES LEGALES.....	33
CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	41
1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	42
2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
2. POBLACIÓN Y MUESTRA / UNIDAD DE ANÁLISIS .....	43
3. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN E INTERPRETACIÓN	46
4. FASES DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
4.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES .....	49
4.2. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	50
CAPITULO IV. MARCO SECTORIAL.....	51

CAPITULO V. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN ...	71
5.1. Diagnóstico de la situación actual .....	71
5.2. Identificación de la necesidad de un consultorio para la realización de prácticas como complemento en la formación profesional del odontólogo. .....	77
5.3. Visualización de la propuesta.....	80
Misión – Visión - Valores del Consultorio Odontológico .....	86
Ubicación .....	87
Características y Distribución física del consultorio: .....	90
Aspecto laboral .....	91
Aspecto Operativo .....	92
Costos incurridos para el establecimiento del consultorio odontológico ...	94
 CAPITULO VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	 98
 CAPITULO VII. LECCIONES APRENDIDAS .....	 118
 CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	 120
 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	 123

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura</b>	<b>Página</b>
1. Panorámica Rio Chico, municipio Páez.....	4
2. Bases legales. Pirámide de Kelsen .....	33
3. Misión-Visión Colegio Nacional de Cirujanos Dentistas México .....	51
4. Misión-Objetivos F.D.I Federación Dental Internacional .....	52
5. Visión 2020 de la F.D.I .....	53
6. Ejemplos de Consultorios 1, 2, 3 ambientes.....	62
7. Odontólogo Diestro.....	64
8. Odontólogo Zurdo.....	65
9. Canvas-Modelo de Negocio para el Consultorio odontológico .....	80
10. Segmentos de clientes .....	82
11. Propuesta de Valor .....	82
12. Canales de Distribución y Comunicación .....	82
13. Relaciones con Clientes .....	83
14. Flujo de Ingresos .....	83
15. Recursos Claves.....	83
16. Actividades Claves .....	84
17. Socios Claves.....	84
18. Estructura de Costos .....	85
19. Brainstorming Space .....	85
20. Opciones de Ubicación del Consultorio odontológico.....	87
21. Plano del Consultorio odontológico .....	91
22. Estructura organizativa inicial Consultorio Odontológico .....	92
23. Flujograma proceso general Consultorio odontológico Propuesto.....	93

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Página
1. Tabla de Harvard .....	44
2. Operacionalización de las variables .....	49
3. Muebles generales para un consultorio dental .....	66
4. Equipos de un Consultorio dental .....	67
5. <b>Instrumental del Consultorio dental</b> .....	68
6. Principales materiales del Consultorio dental .....	69
7. Unidades y Centros Asistenciales de Salud del Municipio Páez .....	71
8. Unidades y Centros de Salud privados, municipio Páez .....	72
9. Resumen Consultorios & Años de Servicios .....	74
10. Honorarios mínimos profesionales-Colegio Odontólogos Estado Carabobo .....	75
11. Listado de honorarios profesionales Consultorios municipio Páez .....	76
12. Segmentos de Clientes por edad.....	77
13. Ser atendido por un estudiante de odontología .....	78
14. Permite a estudiantes realizar prácticas en su consultorio .....	78
15. Cuadro comparativo de locales-ubicación consultorio.....	87
16. Servicios y honorarios profesionales del consultorio - propuesta .....	88
17. Información salario mensual .....	95
18. Estimado Costo de Clase V .....	96
19. Capacidad de atención propuesta .....	97
20. Visita al Odontólogo.....	100
21. Atención Odontológica.....	100
22. Asistencia al odontólogo.....	101
23. Importancia del servicio .....	102
24. Calidad del servicio.....	103
25. Disponibilidad de tiempo.....	103
26. Frecuencia de solicitud de los servicios.....	104
27. Precios.....	105
28. Forma de pago .....	106

29. Preferencia del servicio .....	106
30. Preferencia de su odontólogo .....	107
31. Ser atendido por un estudiante de la carrera .....	108
32. Prácticas de estudiantes .....	109
33. Sexo .....	109
34. Edad .....	110
35. Ingresos Mensuales .....	111
36. Procedencia .....	111

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico</b>	<b>Página</b>
1. Consultorios & Años de Servicios.....	74
2. Estado Miranda-Edad Mediana censo 1961-2011.....	79
3. Visita al Odontólogo.....	100
4. Atención Odontológica.....	101
5. Asistencia al odontólogo.....	101
6. Importancia del servicio .....	102
7. Calidad de Servicio.....	103
8. Disponibilidad de tiempo.....	104
9. Frecuencia de solicitud de los servicios.....	104
10. Precios.....	105
11. Forma de pago .....	106
12. Preferencia del servicio .....	107
13. Preferencia de su odontólogo.....	107
14. Ser atendido por estudiante de la carrera.....	108
15. Prácticas de estudiantes.....	109
16. Sexo .....	110
17. Edad .....	110
18. Ingresos Mensuales.....	111
19. Procedencia.....	112

## LISTA DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS

ANVISA:	Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria Brasil
CANVAS:	Lienzo
CDI:	Centro Diagnóstico Integral
CNCD:	Colegio Nacional de Cirujanos dentistas, A.C.
COVENIN:	Comisión Venezolana de Normas Industriales
F.D.I:	Federación Dental Internacional
INE:	Instituto Nacional de Estadísticas. XIV Censo nacional de población y Vivienda del estado Miranda 2011
MPPAS	Ministerio del poder popular para la salud y asistencia social
OMS:	Organización Mundial de la Salud
ONU:	Organización de las Naciones Unidas
PMI:	Project Management Institute

## INTRODUCCIÓN

El Plan de negocio para establecer un consultorio odontológico en la Ciudad de Rio Chico, estado Miranda, surge como oportunidad para emprender acciones que promuevan el desarrollo económico de la ciudad, satisfaga la demanda de servicios en cuanto a la salud bucal se refiere, vinculado con una propuesta innovadora dirigida a estudiantes de odontología, mediante un sistema de prácticas electivas y voluntarias con un alto impacto en su formación práctica, que consolide sus capacidades técnicas, profesionales y motivacionales hacia la carrera, en respuesta a una problemática actual de los estudiantes de esta profesión que no cuentan con suficientes espacios y recursos para su formación.

El área geográfica objeto del estudio, comprende el Municipio Páez, uno de los 21 municipios, que conforma la división político territorial del Estado Miranda, ubicado en la Sub- Región Barlovento con una población estimada de 37.944 habitantes. La misma, ha experimentado un sostenido crecimiento en el área de comercio y turismo en los últimos cinco años, ello se refleja en los indicadores socio demográficos y económicos según el Instituto Nacional de Estadística, (2014). La ubicación de la región permite una afluencia constante de pobladores aledaños del Centro y Oriente del país, para hacer uso de los servicios y sus potencialidades agros turísticas.

A continuación se realiza una breve descripción de cada capítulo contenido en esta investigación:

**Capítulo I:** Planteamiento de la investigación. Contiene la problemática sustentada en supuestos teóricos y datos concretos o investigaciones relacionadas con el objeto en estudio, sus interrogantes y sistematización, los objetivos generales y específicos, reflejando los propósitos reales de la investigación, justificación, delimitación y alcance de la investigación.

**Capítulo II:** Marco Teórico. Se encuentran los antecedentes de la investigación, con la presentación de trabajos relacionados con el tema y metodología aplicada, bases teóricas, bases legales, teorías e investigaciones referidas al estudio.

**Capítulo III:** Marco Metodológico, es la manera en cómo se lleva a cabo la investigación. Este contiene el tipo y el diseño de la investigación, la técnica e instrumento de recolección e interpretación de datos, las fases de la investigación, operacionalización de las variables y los aspectos éticos de la investigación. En este capítulo se describe de forma detallada el método utilizado para dar solución al problema planteado.

**Capítulo IV:** Marco Referencial, Organizacional o Sectorial, se describe el mercado potencial inherente a la investigación, el ámbito que respalda el tema principal de la investigación.

**Capítulo V:** Desarrollo de los objetivos de la investigación, se describen los resultados por objetivo. Presentación del modelo Canvas como herramienta para la propuesta del Plan de Negocios.

**Capítulo VI:** Análisis de los resultados, obtenidos del instrumento, y en cumplimiento del objetivo general.

**Capítulo VII:** Corresponde a las lecciones aprendidas obtenidas de la experiencia en la ejecución del proyecto.

**Capítulo VIII:** Finalizando con las Conclusiones y recomendaciones en el cual están reflejados los logros, punto final de la investigación, ideas relevantes obtenidas de los resultados.

**Referencias Bibliográficas:** con todas las fuentes consultadas a lo largo de la investigación realizada.

## **CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

- 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**
- 2. INTERROGANTE Y SISTEMIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**
- 3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**
  - a. Objetivo General**
  - b. Objetivos Específicos**
- 4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**
- 5. ALCANCE Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

# CAPITULO I

## 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

A nivel mundial, se considera que la realización de un plan es de gran envergadura a la hora de determinar aspectos de la planificación, entre ellos, los recursos humanos, el costo, y tiempo necesario, para la promoción de productos o servicios, que de alguna manera proyecta la visión en cuanto a su estrategia. En este sentido, es viable que las empresas consideren un plan de negocio como vía de acción, debido a que éste es una herramienta por medio de la cual se puede conseguir los recursos económicos que permitan el financiamiento y la visualización del negocio, materializando una idea, convirtiéndola en un producto.

Considerando lo anteriormente expresado, a menudo surgen nuevas demandas, que requieren no sólo de cambios o reformas en las empresas, sino también de la creación de iniciativas. Por lo cual, llevar adelante para ello un plan de negocio sería lo más viable y oportuno. Ahora bien, cuando en la perspectiva del mercado se considera realizar un plan de negocio relacionado con el área bucal, no escapa de ello el conocimiento de cómo crece el mercado de este servicio y qué variables intervienen, aprovechando tanto los beneficios y recursos que serán útiles para establecer no sólo el servicio, sino también la calidad de la prestación del mismo.

Por tanto, no falta la búsqueda de calidad en los servicios bajo el criterio de mantener satisfechos y confiados a los usuarios en sus necesidades de salud. Por ejemplo, variables como el tiempo y hábitos de consumo, son elementos definitivos en la construcción y presentación del servicio y por lo tanto, requiere optimizar su uso. Para los autores Kotler y Armstrong (2013) explican que *“ el crecimiento del mercado, los cambios de los hábitos de consumo, así como, acontecimientos sociales y económicos, son variables que inciden en el grado de satisfacción de usuarios y/o consumidores, al igual que en el tipo de bien o servicio que se oferta”*. (p.248).

En otras palabras, los consumidores necesitan y buscan un servicio de alta calidad, donde obtengan atención adecuada cuando la necesiten. Es así como muchas empresas, tienen como reto responder a las exigencias del mercado y mantener el nivel competitivo a través de precios, calidad, innovación. También influye dentro de este contexto, elementos de orden personal, tales como gustos, preferencias, entorno social y geográfico, variables demográficas y económicas, y por otro lado, aspectos referidos a las características del servicio.

En este sentido es pertinente hacer mención, que un servicio, se caracteriza por ser intangible, perecedero, heterogéneo pero, además su producción y consumo son simultáneos. Estas cualidades hacen del servicio un área de cierta complejidad, como lo señalan Maqueda y Llaguno (2014), *“hay diferencias en cuanto a su diseño según las condiciones geográficas, de manera que, no hay garantía de ninguna clase de que la prestación del servicio responda fidedignamente a las especificaciones del mismo.”* (p.104). Por tanto, lo que corresponde es dar respuesta a las exigencias del mercado según sean sus características y requerimientos.

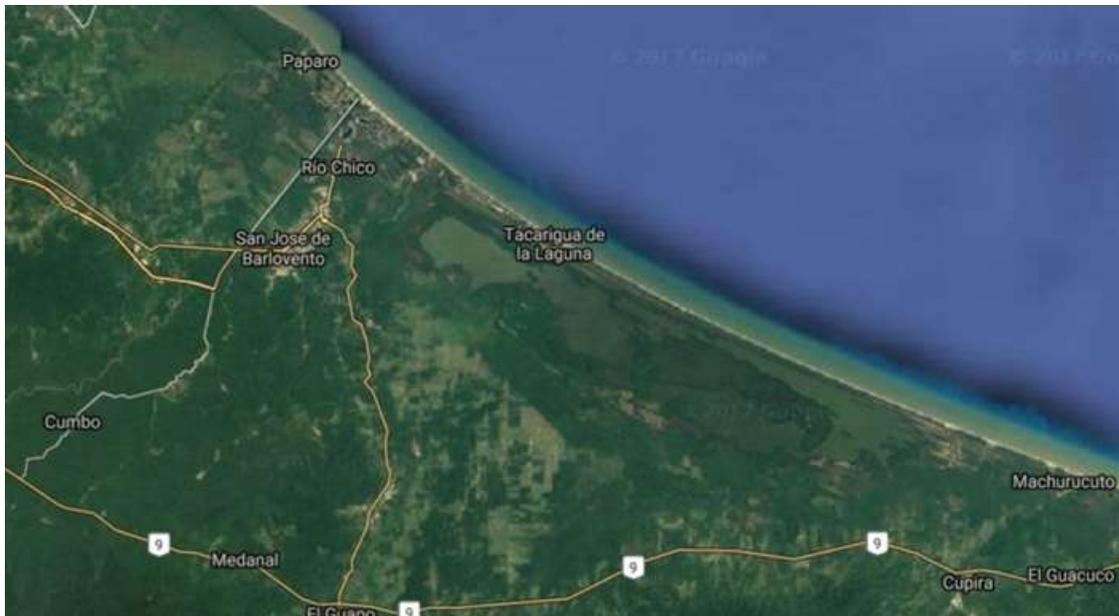
De acuerdo con un estudio realizado por el instituto Key-Stone (2015), países como España han considerado importante la inversión dentro del mercado de la salud bucal como parte de su crecimiento y desarrollo social. Es por ello que han trabajado en pro del auge de empresas diseñadas para prestar un servicio de calidad, con características innovadoras. Ejemplo de ello se tiene que en estudio reciente apreciaron que la elección de la clínica, se hace considerando la modernidad e innovación, seguida por la confianza y la relación, junto con razones vinculadas a la notoriedad del centro y recomendaciones previas sobre el mismo.

Al analizar estos factores en relación a variables sociodemográficas se observó que: El segmento de población más joven valora positivamente la notoriedad y la comunicación de las clínicas, en contraposición a las personas de más edad, que se guían por la relación previa y la confianza.

Por lo general, las mujeres valoran mucho más todos los factores de elección, lo que podría indicar que son ellas, dentro del núcleo familiar, quienes se ocupan de analizar detenidamente los servicios dentales que podrían adquirirse. En este estudio, el factor precio no aparece hasta llegar a la quinta posición, seguido por otros elementos que adquieren una importancia menor. Ciertamente, el papel central del dentista parece estar perdiendo un poco de importancia con respecto al pasado, frente a un presente en el que emergen nuevos elementos interesantes, relativos al equipamiento de las clínicas o al ámbito del servicio, como la comodidad y el horario.

Venezuela no escapa de este contexto. Aprovechando la situación actual, tanto económica como social, se ha dado a la apertura de promover inversiones, que en algunos estados han generado ingresos rentables y apertura de empleos. Hay evidencias en contextos geográficos extensos donde la construcción de nuevos centros comerciales como otros tipos de establecimientos ha crecido con empresas destinadas al servicio de salud bucal. Dichos servicios se han desarrollado con características que los distinguen unos de otros y ofreciendo beneficios que satisfacen necesidades distantes a las ya existentes. El estado Miranda es un ejemplo de esta perspectiva de desarrollo.

Según refiere el Instituto nacional de estadísticas, INE; XIV Censo nacional de población y vivienda del estado Miranda (2011), en este se indica que el Estado Miranda posee una superficie de aproximadamente 7.950 Km<sup>2</sup>, que representa el 0,87% del territorio nacional, conformado por veintiún municipios, sus principales ciudades: Caracas, Caucagua, Cúa, Charallave, Guarenas, Guatire, Higuero, Río Chico, Ocumare del Tuy, Petare, Santa Teresa, Santa Lucía y San Francisco de Yare. Además, es el tercer estado con mayor superficie y población del país. En el año 2011 la población residente fue de 2.675.165 personas, 344.293 habitantes más que los registrados en el Censo 2001. Dentro de esta distribución demográfica el Municipio Páez, su capital Río Chico, cuenta con un total de 37.944 habitantes, un crecimiento de 1,4% en relación al total del 100% de la entidad.



**Figura 1: Panorámica Rio Chico, municipio Páez**  
**Fuente:** Google eart

Esta población objeto de estudio, cuenta con un sistema de salud público centralizado a través del Ministerio del Poder Popular para la salud y asistencia social, así como una coordinación de salud perteneciente a la Gobernación del estado Miranda. Posee una dirección de salud que administra un centro de asistencia y la coordinación de Misión Barrio Adentro con un CDI tipo II. Es de hacer notar, que para los últimos cinco años se ha presentado en esta zona, un incremento en la construcción de centros comerciales, oficinas y locales comerciales, además de la explotación del turismo. Información suministrada por la Cámara de Comercio del Municipio Brión, las razones para este crecimiento pueden estar fundamentadas en el carácter turístico que ha tenido la zona.

Es importante destacar, que en el caso de la zona de Rio Chico, este tipo de servicio se incluye dentro de las necesidades relacionadas con el desarrollo económico de este sector.

En este aspecto, el crecimiento demográfico de la zona ha generado nuevas demandas de servicios en diversas áreas incluyendo la creación de empresas relacionadas con el área odontológica. Esto se debe, a que si bien hay una oferta, para la apertura de este servicio, todavía la misma, no es significativa para

satisfacer a los habitantes de la zona. Es por ello, que la apertura de nuevos centros con características atípicas a los existentes, así como de beneficios dirigidos a un ámbito de desarrollo social, incrementará las oportunidades de negocios para las empresas que decidan llevar adelante el plan.

Considerando lo anteriormente informado, además de la necesidad de atender las demandas del mercado y las expectativas de desarrollo económico a través de la diversificación de actividades productivas, se propone la realización de una investigación que responda al siguiente enunciado:

¿Cómo diseñar un plan de negocio para establecer un consultorio odontológico en la Ciudad de Rio Chico, Municipio Páez del Estado Miranda?

## **2. INTERROGANTES Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

A partir del enunciado de la presente investigación, se enumeran las siguientes interrogantes:

1. Existen consultorios odontológicos en la ciudad de rio chico que satisfagan las necesidades de la población?
2. Los consultorios existentes ofrecen los mismos servicios?
3. Se ofertan los servicios en los consultorios existentes en la ciudad de rio Chico?
4. La población de la ciudad de rio chico estaría dispuesta a ser atendida por estudiantes de la carrera, aun no siendo graduados?

### **3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **a. Objetivo General**

Diseñar un plan de negocio para el establecimiento de un consultorio odontológico en la ciudad de Rico Chico, Municipio Páez del Estado Miranda.

#### **b. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual en cuanto al servicio odontológico existente, en la ciudad de Rio Chico, municipio Páez, Estado Miranda.
- Identificar la necesidad de un consultorio para la realización de prácticas como complemento en la formación profesional del odontólogo.
- Visualizar la propuesta de un plan de negocio para el establecimiento de un consultorio odontológico en la ciudad de Rio Chico.

### **4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

El plan de negocio para establecer un consultorio odontológico en la ciudad de Rio Chico, debe ser un proyecto de emprendimiento, sostenible financieramente, innovador en su esencia como estrategia de negocio y como finalidad al momento de proveer a la comunidad de un servicio odontológico, económico, accesible y de calidad.

Es una oportunidad para la población de Rio Chico contar con un centro de atención odontológica que le permita manejar otra alternativa de servicio de salud bucal, apuntalando el desarrollo económico y social del municipio y comunidades aledañas.

El plan de negocio del consultorio odontológico plantea una iniciativa en la cual los estudiantes de la carrera de odontología tendrán la oportunidad de realizar prácticas que le permitirán ampliar sus conocimientos, adquirir experiencias,

conocer el ambiente laboral que lleva consigo su estadía en un consultorio, experimentar a corto plazo la relación paciente-odontólogo, y sobre todo le va a permitir identificar si realmente esta profesión es con la que visualiza su futuro, como resultado, es una oportunidad de formar profesionales en el ámbito de la salud bucal con vocación de servicio.

Este proyecto de investigación será una oportunidad para conocer y aprender a manejar las variables que deben ser consideradas a la hora de decidir iniciar con un negocio y tener una idea clara de los pasos que se requieren para ello y en este caso, la experiencia de toda la información que a nivel de la salud bucal se refiere.

## **5. ALCANCE Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El alcance del proyecto no incluye la puesta en práctica del plan de negocio del consultorio. La idea de emprender esta iniciativa se tiene visualizada en el estado miranda, específicamente la ciudad de Rio Chico, municipio Páez. El tiempo de realización del mismo comprende la fecha de enero 2015 al mes de abril del año 2017.

La creación del consultorio odontológico puede estar limitado por las siguientes variables:

- La disponibilidad y la confiabilidad de los datos socioeconómicos estadísticos locales.
- Variabilidad de la situación económica e institucional que modifiquen radicalmente las condiciones ambientales y deje sin efecto los resultados del diagnóstico realizado durante la realización del presente trabajo de investigación.

## **CAPITULO II. MARCO TEÓRICO**

- 1. ANTECEDENTES**
- 2. BASES TEÓRICAS**
- 3. BASES LEGALES**

## CAPITULO II

### 1. ANTECEDENTES

A continuación se presentan los antecedentes de la investigación, que contribuyen al desarrollo del trabajo objeto de estudio:

**Zurlent (2012). Factibilidad de la Creación de un Servicio Médico para empleados de la Clínica Popular de Catia. Universidad Católica Andrés Bello. Postgrado en Gerencia de Servicios Asistenciales en Salud.** Se plantea la propuesta de crear un servicio médico para los empleados. Objetivo general: Determinar la factibilidad de creación de un Servicio Médico para los empleados. Objetivos específicos: Identificar la cantidad de trabajadores que acudirían, determinar los recursos humanos, físicos, materiales. El tipo de investigación evaluativa apoyada en un diseño de campo con alcance descriptivo. Concluyen que el servicio médico ayudará a disminuir ausencias. Recomiendan aplicar estrategias para asegurar la satisfacción. La vinculación de esta investigación tiene relación con los beneficios que ambas persiguen hacia los profesionales del área en cuanto al uso del consultorio como parte del crecimiento profesional.

**Álvarez (2008). Especialización en Economía Empresarial. Dirección de Postgrado. Universidad Católica Andrés Bello. Postgrado en Gerencia de Servicios Asistenciales en Salud.** Plantea estudiar características de la demanda de los centros de salud odontológicos, zona colonial de petare. Objetivos específicos; determinar tipos de especialistas más demandados, Verificar elementos de servicio de mayor importancia. Precisar el comportamiento de la demanda ante posibles impactos monetarios para la adquisición del servicio. La investigación fue descriptiva exploratoria. Como recomendación, establecer periodicidad para determinar variaciones en el tiempo. Estudiar elementos diferenciadores que podrían aplicarse en el negocio. La vinculación de la presente investigación tiene sentido con el aspecto relacionado en cuanto a estudiar la características de demanda de los centros de salud médico odontológicas y zona específica.

**Quintero (2012). Administración del Consultorio Odontológico. Universidad de Guayaquil. Facultad Piloto de odontología.** Plantea la preparación del personal de odontología para llevar la administración de un consultorio. Como objetivo general, determinar la manera de administrar el consultorio dental. Objetivos específicos: Dar a conocer elementos básicos sobre administración y gerencia odontológica. Analizar técnicas profesionales e innovadoras. Tipo de investigación aplicada no experimental, de campo. Conocer la relevancia del emprendimiento y papel del administrador. La vinculación de este trabajo se centra en el hecho de administrar el consultorio odontológico, enfatizando la necesidad de conocer el manejo de la consulta odontológica de los futuros profesionales. Dos aspectos claves que deben especificarse en un plan de negocios.

**Brito (2012) Cómo incide la ubicación del consultorio en la práctica dental. Universidad de Guayaquil. Facultad Piloto de odontología.** Investigación que plantea estudio lógico y ordenado para establecer un negocio. Importancia del Plan de negocio como herramienta para diseñar visión, misión, viabilidad técnica, operativa, económica, social y financiera del proyecto. Objetivo general, importancia que tiene la ubicación del consultorio. Objetivos específicos: Estudiar infraestructura del local, aspectos de mercadotecnia en servicios de salud. Prácticas de mercadotecnia en consultorios odontológicos. Investigación aplicada, bibliográfica, analítica. Enfatiza relevancia de analizar tipos de consultorios, características técnicas, estrategias de mercadotecnia. Recomiendan analizar características del consultorio previo implantación. Vincula esta investigación porque orienta la manera de considerar herramientas de mercadotecnia en la formulación del presente proyecto.

**Buchelli (2009) Diseño de un plan de negocio para una empresa promotora y comercializadora de conciertos en la ciudad de San Juan de Pasto. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.** Esta Investigación propone el diseño de un plan de negocio para una empresa promotora y comercializadora de conciertos. Sus objetivos específicos están enmarcados dentro de la estructura de aspectos relacionados con el mercado, análisis análisis técnico, operativo, administrativo, jurídico, legal y financiero. El

tipo de investigación fue exploratoria. El investigador concluye que el negocio comenzará a funcionar en San Juan de Pasto esperando se extienda a nuevos mercados como son Popayan y Cali. La vinculación con esta investigación está relacionada con la idea de que la empresa se establezca en una zona específica, como es el caso del consultorio odontológico.

**Montalvo (2008) Diseño de un plan de negocio para el montaje y gerencia de un restaurant para las nuevas tendencias gastronómicas en la ciudad de Cali. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.** Este trabajo de investigación plantea el Diseño de un Plan de Negocio. Objetivos específicos enmarcados dentro de estructura de variables específicas relacionados con mercado, análisis técnico, operativo, administrativo, jurídico, legal, financiero. El tipo de investigación fue exploratoria. La investigadora corrobora que la tendencia de comer en restaurant es un negocio de comer día a día y el conocer del por qué las personas van a un restaurante. Esta última apreciación vincula la presente investigación debido a que en la misma se persigue encontrar el por qué las personas buscan un servicio más que otro en cuanto a su salud bucal.

## **2. BASES TEÓRICAS**

Diversos son los estudios realizados a nivel mundial sobre la importancia que tiene el establecimiento de una nueva empresa, tanto para el entorno país, el crecimiento económico, la generación de puestos de trabajo y la innovación, como para el propio interesado, la(s) persona(s) que tiene(n) la idea e iniciativa, considerando, la experiencia de investigadores, que estando involucrados y observando el funcionamiento y resultados de empresas, permitieron dar inicio al establecimiento de herramientas, métodos, o formas de trabajo. Ejemplo de ellos:

## **Plan de negocios para emprendedores**

Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn) (2014). Según la Organización de Naciones Unidas (ONU) aprobó por unanimidad la resolución 67/202 en diciembre de 2012 bajo el nombre “Emprendimiento para el desarrollo”. Ésta reconoce formalmente que el emprendimiento es una herramienta importante para la reducción de la pobreza, la creación del desarrollo sustentable y la revitalización del entorno. El texto cuyo objetivo es el de apoyar a las personas en el desarrollo de sus competencias emprendedoras y en la creación de nuevas empresas, explica diferentes metodologías de planes y modelos de negocios, así como también casos de estudios, para permitir al lector utilizarlo como herramientas claves en el desarrollo de proyectos.

Entre las universidades latinoamericanas que colaboraron para este texto, se encuentra la Universidad Central de Venezuela. Como posición teórica en la investigación objeto de estudio, apoyan desde sus inicios el tema del emprendimiento, cómo se relacionan, interconectan con el desarrollo de proyectos desde la idea del negocio o tema a tratar hasta la aplicación de diferentes metodologías que aplican para estos tipos de estudios. Tocaban el tema de Plan de negocio y las diferentes etapas inmersas en este proceso como son el plan de marketing o mercadeo, análisis técnico, operacional, plan de organización, gestión y análisis administrativo y financiero.

Para muchos esta inversión significa arriesgar su propia supervivencia. Cuanto mayor el tiempo de recuperación, mayor la exposición al riesgo. ¿Cómo se puede minimizar esos riesgos?, mediante una planificación meticulosa con información pertinente y relevante para disminuir la incertidumbre del futuro. La clave para minimizar riesgos recae en conocer cada vez más sobre el “futuro”. Y conocer más y más sobre el futuro significa una planificación meditada y recolección de información necesaria que permita materializar la idea en un negocio que sea rentable para la persona que lo inicia. Esta es la principal razón para la

preparación de un plan de negocios. El plan de negocios describe brevemente el futuro como lo percibe el empresario potencial.

### **Aspectos del plan de negocios**

**Aspectos de Marketing:** El estudio de marketing investiga la demanda a futuro del producto, determina la competitividad dentro de la industria, establece la cantidad anual que puede vender, hace un estimado de los precios de venta a futuro y diseña un programa de marketing para el producto. ¿Cómo se hace? en primer lugar identificando quienes serán los clientes, cuáles son sus necesidades, cuánto están dispuestos a pagar y si es posible lanzar un prototipo a los consumidores y evaluarlo en un piloto. El enfoque del marketing moderno, plantea que antes de decidir qué producto o servicio lanzar al mercado, en base a la idea que Ud. ha percibido, busque información adecuada para conocer a sus clientes futuros y ojalá testee su solución en un piloto.

**Aspectos de Producción:** El estudio de producción selecciona el proceso de fabricación, la capacidad del diseño, maquinaria y equipos, ubicación de la empresa y como está dispuesta, especificaciones de la estructura y requerimientos para la operación (que incluye materiales, servicios, mano de obra, etc.). Decisiones de producción son: ¿arrendar un local o construir uno propio?; ¿cuántos trabajadores puedo pagar?, ¿cuántos necesito para producir 100 unidades? Es necesario cotizar en el mercado las materias primas, los materiales y todos los insumos que necesite para comenzar su operación, ya que de esta etapa provendrá lo que necesitará como inversión inicial y cuán demandará su negocio mensualmente, es decir: ¿cuánto tendrá que vender mensualmente para cubrir los costos y tener ganancias?

**Aspectos de Organización y Gestión:** Este componente examina la forma apropiada de la organización de la empresa, antecedentes y capacidades del empresario y el patrón del personal profesional del negocio. En cada uno de los países la "formalización empresarial" toma figuras legales distintas. Un aspecto

importante de la formalización son los trámites ante el servicio de higiene ambiental o departamento de salud, cuando el producto que se quiere comercializar es de la industria de alimentos, otro aspecto son los temas tributarios, iniciar actividades comerciales bajo un giro económico adecuado, facturación y el tema impuestos, son aspectos nuevos para la mayoría de los emprendedores y dejar todo en manos de un contador, no es recomendable, porque al fin de cuentas, la inversión es suya y nadie la va a cuidar como usted. Por otra parte, siempre será mejor crear una figura legal, porque es una persona jurídica distinta y así el patrimonio personal y de su familia, queda a mejor resguardo de las instituciones financieras y los vaivenes del mercado.

**Aspectos Financieros:** El estudio financiero calcula el total de capital que se requiere para comenzar el negocio, mide la exposición del empresario y los del sector bancario y selecciona la fuente de financiamiento más apropiada. También proyecta la rentabilidad y el rendimiento financiero del negocio propuesto. Por otra parte, en esta etapa también es importante realizar un análisis de algunas condiciones sociales, políticas y otras que amenazan la implementación exitosa del negocio propuesto. El estar conscientes de esas condiciones puede ahorrar tiempo y esfuerzo valioso.

### **Modelo de negocios Canvas**

(Osterwalder, 2012). El modelo construido por Osterwalder y Pigneur, plantea la construcción y análisis de las relaciones entre nueve bloques fundamentales que constituyen la lógica acerca de cómo una metodología para desarrollar la idea de negocio empresa puede hacer dinero y que cubre las cuatro áreas principales de un negocio a saber: los clientes, la oferta, la infraestructura y la viabilidad financiera. A través de varias iteraciones sobre el modelo, en un proceso continuo de desarrollo de clientes el emprendedor puede llevar su proceso de emprendimiento desde la ideación hacia la aceleración pasando por la consolidación de su negocio de una forma ágil.

Los autores plantean la generación de este tipo de modelos de negocio como una alternativa

realmente ventajosa para los emprendedores, a la ya tradicional y académica construcción de planes de negocio que exige un trabajo arduo en cuanto a levantamiento de información y análisis de la misma, demasiados estudios que cuando se concluyen ya pueden ser obsoletos para un mundo de negocios globalizado y en permanente cambio. Los bloques del modelo Canvas son:

1. Los segmentos de clientes.
2. La propuesta de Valor.
3. Los canales de distribución y comunicación.
4. Las relaciones con los clientes.
5. Las fuentes de ingreso.
6. Los recursos clave.
7. Las actividades clave.
8. La red de aliados y
9. La estructura de costos.

### **Segmentos de clientes**

Una de las habilidades y prácticas más importantes en mercadeo es la habilidad para identificar segmentos de clientes (segmentar) con el objetivo de identificar elementos comunes que permitan a una empresa o negocio, concebir acciones de atención, oferta y creación de valor adecuadas para ellos. En general los clientes pertenecen a segmentos diferentes si o bien sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente, o si se requieren canales de distribución diferentes para llegar a ellos, o si su índice de rentabilidad es diferente o si existe una disposición a pagar por diferentes aspectos de la oferta. Estas agrupaciones o segmentos normalmente pueden identificarse al analizar diversos factores demográficos, sociales o económicos, como el sexo, la edad, el grupo étnico, la cultura, la religión o el estrato socioeconómico, entre otros.

Las preguntas claves a resolver en este bloque son: ¿Para quién creamos valor?, ¿Cuáles son nuestros clientes más importantes? Al resolver estos interrogantes podremos entender que un mismo negocio, como por ejemplo un restaurante, creará valor diferente; dependiendo del nicho o segmento de mercado que desea atender. Así por ejemplo un restaurante que atienda familias jóvenes, pensará en un entorno propicio para ellas, con espacios seguros y lúdicos para los niños e instalaciones adecuadas para las mismas, a diferencia del restaurante que atiende universitarios y jóvenes profesionales, para quienes una pista de baile como complemento les podría ir muy bien. Esto lleva de la mano al segundo bloque.

### **La Propuesta de Valor**

El hecho de que un cliente prefiera comprar nuestros productos o hacer uso de nuestros servicios sobre los de la competencia, está íntimamente relacionado con nuestra propuesta de valor. Cuando respondemos a interrogantes tales como: ¿Cuál problema de nuestros clientes estamos resolviendo? ¿Qué valor proporcionamos a ellos? ¿Qué necesidades satisfacemos? , ¿Qué servicios y productos ofrecemos a cada segmento de clientes? estamos fijando los criterios para definir nuestra propuesta de valor. En mercado, es muy conocido el concepto de mezcla de mercado mediante la cual se combinan producto, precio, plaza y promoción para brindar a los clientes un producto o servicio que realmente consuman. En este caso se propone encontrar una mezcla o combinación de elementos tales como calidad, velocidad de servicio, atención, que sean fácilmente identificables por el cliente y nos permitan ganar su confianza y lealtad. Así por ejemplo, diseñar y ofertar un patín más aerodinámico, rápido, con mejor agarre, será un producto que valore el segmento de los deportistas de patinaje de alto rendimiento.

### **Canales**

En todo negocio la comunicación y el contacto con los clientes son de vital importancia, a través de diferentes medios a los que se denomina canales la empresa es capaz de comunicarse con sus clientes y dar a conocer su propuesta

de valor. Existen diferentes tipos de canales como los puntos de venta, las reuniones, los congresos, la publicidad en diferentes medios (radio, televisión, internet entre otros) mediante los cuales podemos comunicarnos con nuestros clientes, estos canales son diferentes para cada segmento de mercado y deben seleccionarse muy bien para lograr los mejores momentos de interacción con quienes demandan nuestros servicios.

¿Qué canales prefieren los clientes?, ¿cuáles producen los mejores resultados?, ¿cuáles son más rentables?, o ¿cómo debe ser combinados? Son interrogantes a resolver cuando de establecer una estrategia efectiva de comunicación se trata. Estos canales deben ser utilizados en cinco fases principales:

1. Información. Mediante la cual damos a conocer nuestra propuesta de valor a los clientes.
2. Evaluación. Mediante la cual ayudamos al cliente a valorar nuestra propuesta y compararla frente a la competencia.
3. Compra. En la que indicamos a nuestro cliente como es el proceso de compra de nuestros productos y servicios.
4. Entrega. Fase en la que a través de los canales seleccionados, aseguramos que el cliente reciba nuestro producto o servicio tal y como lo requirió.
5. Postventa. Mediante el cual nos aseguramos de acompañar a nuestro cliente en la etapa posterior a la compra, brindándole asesoría y acompañamiento, los cuales seguramente desembocarán en nuevas compras.

### **Relaciones con los clientes**

Este bloque se encarga de la definición del tipo de relación a establecer con cada segmento de clientes. Estas relaciones pueden ser muy personalizadas hasta impersonales o automatizadas y dependen del segmento de clientes que se desea atender. Las relaciones con los clientes están motivadas en factores como la necesidad de obtener nuevos clientes, o el propósito de lograr la lealtad de los mismos o también lograr un incremento significativo y sostenido en las ventas. Estas relaciones pueden evidenciarse de diferentes formas como el autoservicio que es bastante impersonal y mediante el cual la empresa facilita los medios para

que el cliente autónomamente obtenga el producto o servicio ofertado, o asistencia personal exclusiva, ejemplificada en la atención que puede brindar un entrenador deportivo personal.

### **Fuentes de Ingreso**

En toda empresa o negocio es necesario que esta reciba ingresos como retribución al valor, del producto o servicio, que le brinda a sus clientes y por el cual estos están dispuestos a pagar. Los ingresos permiten a la empresa sostenerse y crecer en el tiempo. Las fuentes de ingreso incluyen transacciones, suscripciones, licencias, alquiler y pautas entre muchos otros mecanismos de ingreso los cuales se presenta o bien como resultado de pagos.

Metodologías para desarrollar la idea de negocio que los clientes hacen por una vez una vez se entrega el producto o se presta el servicio, o bien son periódicos en la medida que se va prestando de manera progresiva un servicio y en general una propuesta de valor. En este caso los interrogantes a resolver son: ¿Qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan? ¿Cómo les gustaría pagar? Y otros elementos que son igualmente importantes e incluso determinantes para el éxito de un negocio.

### **Recursos Clave**

Para lograr la dinámica de un negocio, es decir lograr que este opere y genere valor son necesarios recursos de diversa índole (talento humano, infraestructura, conocimiento o dinero). Así por ejemplo una empresa dedicada a la producción de derivados lácteos requerirá infraestructura y capital para su funcionamiento en una mayor proporción que una empresa consultora la cual seguramente requerirá más talento humano y conocimiento. La identificación de estos recursos clave es un componente fundamental del modelo de negocio en construcción y para la determinación de las posibles fuentes de financiación del proyecto emprendedor.

### **Actividades Clave**

El movimiento y éxito del negocio se da gracias a ciertas actividades sin las cuales jamás se podría brindar el valor prometido a los clientes. Esas acciones que son las más importantes del negocio deben ser identificadas claramente de todas las demás que pueda realizar una empresa. Estas actividades varían en función del modelo que está en construcción o evolución.

### **Asociaciones clave**

Así se tengan muchas ventajas competitivas, ninguna empresa es capaz de sobrevivir aislada en este mundo cada vez más interconectado, por consiguiente, todo negocio deberá resolver interrogantes del estilo ¿Con quién me debo aliar? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Quiénes son nuestros socios? ¿Qué recursos clave recibo de mis socios? Una vez resueltos estos interrogantes será claro para el modelo de negocio que tipo de asociaciones y alianza establecer, las cuales puede ser de varios tipos como alianzas estratégicas entre empresas no competidoras, competición o alianzas entre competidores, alianzas conjuntas para crear nuevos negocios y relaciones cliente proveedor que garanticen la fiabilidad de los suministros.

### **Estructura de costos.**

Finalmente, poner en marcha el negocio implica incurrir en costos para garantizar el adecuado funcionamiento del modelo propuesto. La creación de valor así como las operaciones de entrega, soporte y servicio postventa propuesto por el modelo tienen unos costos asociados que deben ser identificados y clasificados. Debemos preguntarnos entonces ¿Cuáles son los costos de nuestros recursos clave? ¿Cuáles los de nuestras actividades clave? ¿Cuáles costos son los inherentes al modelo propuesto?

## **Seguridad en el diseño de un consultorio odontológico**

De acuerdo con León, (2009), “ *el diseño de un consultorio odontológico se requiere del conocimiento previo de las necesidades tanto humanas como tecnológicas involucradas, con la finalidad de dirigirlo a la satisfacción de dichas necesidades.*(p.1) El personal odontológico incluye al odontólogo, técnicos protésicos, higienistas y asistentes, que requieren que en su lugar de trabajo se integren los elementos de seguridad que les permitan el desarrollo de sus actividades laborales, dentro de los parámetros de la Salud, Seguridad, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo.

En consecuencia el diseño del consultorio odontológico debe contemplar además de los requerimientos espaciales y funcionales, los de seguridad. Dentro de este contexto se especifica lo siguiente: A nivel internacional existen normativas referentes a la habilitación y requerimientos para la instalación y funcionamiento de clínicas odontológicas, sin embargo durante la revisión bibliográfica no se encontró ninguna a nivel nacional, en consecuencia las recomendaciones que expresamos en este trabajo son el resultado de la compilación de las diversas normas consultadas.

### **Planta Física**

-La Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria ANVISA (2006), de Brasil señala que un consultorio odontológico individual debe poseer un área mínima de 9 metros cuadrados, para consultorios múltiples, el área mínima depende del número de equipos utilizados debiendo tener una distancia libre mínima de 80 centímetros en la cabecera y de 1 metro en los laterales de cada uno. Entre dos equipos la distancia mínima debe ser de 2 metros, para permitir la circulación de los profesionales y para minimizar la contaminación por el aerosol.

-La Asociación de Cirujanos de Costa Rica señala que el espacio en el área clínica operativa, para una unidad dental, debe permitir la movilización del personal y el usuario, las dimensiones mínimas deben ser 2,4 metros de alto x 2 metros de ancho x 4 metros de largo. Debe quedar un 15% libre del espacio total, para cada unidad dental.

Además debe contar con entradas, salidas y pasillos amplios, con espacios de circulación, según lo establecido por las normas y leyes vinculantes en la materia.

-Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA). Servicios Odontológicos: Prevención y Control de Riesgos. Editorial Anvisa. Brasilia; (2006). También indica que deben disponer de instalaciones hidráulicas (aguas blancas y servidas), eléctricas, iluminación natural o forzada, y en caso de ser necesario las requeridas para el uso de gases medicinales. Aparte de las áreas o ambientes ya mencionados los consultorios odontológicos pueden poseer los siguientes ambientes de apoyo:

-Sala de espera para pacientes y acompañantes con un área mínima de 1,2 metros cuadrados por persona.

-Depósito de material de limpieza, con un área mínima de 2 metros cuadrados.

Sanitario(s) y aseo para pacientes y público con un área mínima de 1,6 metros cuadrados.

-Central de material esterilizado con dos ambientes contiguos: Sala de lavado y de desinfección. Área mínima de 4,8 metros cuadrados.

-Sala de preparación, esterilización, armarios para almacenar el material. Área mínima de 4,8 metros cuadrados.

-Son considerados ambientes de apoyo también: Sanitarios y aseo para personal con un área mínima de 1,6 metros cuadrados.

-Depósito de equipamientos, materiales con área mínima dependiendo del tipo de equipos y material.

-Sala administrativa con un área a partir de 5,5 metros cuadrados por persona.

### **Materiales de acabado**

Prieto A. (2007) Los materiales para el revestimiento de paredes, pisos o techos del consultorio deben ser resistentes al lavado y al uso de desinfectantes, se deben escoger materiales que tornen las superficies compactas, o sea que no posean ranuras. Los materiales cerámicos no deben poseer un índice de absorción de agua superior al 4%, cuando existan juntas o uniones deben poseer ese mismo índice de absorción. Las pinturas epóxicas o de poliuretano destinadas

a áreas susceptibles a exposición al agua, pueden ser utilizadas para pisos, paredes y techos, siempre que también sean resistentes al lavado y a los desinfectantes, cuando sean utilizadas en el piso además deben ser resistentes a la abrasión y a los impactos.

El uso de divisiones removibles no es aconsejable, las paredes prefabricadas pueden ser usadas siempre y cuando tengan un acabado liso es decir sin juntas, ni uniones, y deben ser resistentes al lavado y a los desinfectantes. La unión entre el rodapié y el piso debe ser en forma tal que permita su completa limpieza. Los rodapiés deben ser de tipo higiénico, es decir que no presenten ángulos rectos, lo cual facilita el proceso de limpieza. La unión entre el rodapié y la pared debe realizarse de modo tal que ambos estén alineados, evitando así el tradicional resalte del rodapié, lo cual facilita el acumulo de polvo.

Los techos deben ser continuos, no es aconsejable el uso de falsos techos o techos removibles, con el objetivo de no interferir con la limpieza de los ambientes, además deben ser resistentes al proceso de limpieza y desinfección.

Para la protección contra el sol y para reducir el acumulo de polvo, la utilización de películas protectoras es lo más aconsejable, las persianas y cortinas no son lo más recomendable, sin embargo pueden ser usadas pero la limpieza debe ser efectuada con mayor rigor y de forma rutinaria.

El compresor de aire del equipo odontológico debe ser ubicado en un lugar alejado, de preferencia fuera del consultorio, se recomienda que sea instalado en un ambiente con toma de aire externa y que posea protección para combatir las repercusiones acústicas causadas por el motor. En la actualidad existen compresores de aire silentes, que pueden permanecer dentro del consultorio, además son proveídos de filtros de aire coalescentes, con mayor capacidad de filtración, haciendo mayor la purificación del aire comprimido. En caso de ser instalado en un ambiente sin captación directa de aire exterior el compresor deberá estar unido a través de un ducto, a una toma de aire exterior, siendo entonces una ventilación forzada.

## **Instalaciones eléctricas**

(COVENIN). 200-2000. Las instalaciones eléctricas de los equipos asociados a la operación y/o control de los sistemas de climatización, equipos odontológicos y las conexiones eléctricas para un servicio odontológico deben ser proyectadas, ejecutadas, probadas y mantenidas en conformidad a la normativa vigente.

## **Iluminación**

El Servicio de Infraestructura y Patrimonio de Castilla y León (2006), señala que la iluminación en los centros donde se desarrolle una actividad sanitaria, y en general en cualquier lugar de trabajo deberá permitir que los trabajadores dispongan de condiciones de visibilidad adecuadas. Los parámetros de iluminación están en función de la actividad a realizar y al espacio donde se desarrolla:

- Nivel medio de iluminación
- Índice unificado de deslumbramiento
- Índice de reproducción cromática

**La Norma COVENIN 2249:1993**, Iluminancias en Tareas y Áreas de Trabajo (11) señala que en el consultorio odontológico general, la iluminancia debe tener valores entre 200 y 500 LUX, y el tipo de iluminancia debe ser General, mientras que en el área de la cavidad oral la iluminancia debe estar comprendida entre los 5.000 y 10.000 LUX y el tipo de iluminancia debe ser General y Localizada.

## **Lámparas**

El Servicio de Infraestructura y Patrimonio de Castilla y León (2006). Las lámparas recomendadas para la iluminación general de interior en Centros de Salud son:

Fluorescentes tubulares lineales de 26mm de diámetro

Fluorescentes tubulares lineales de 16mm de diámetro

Fluorescentes compactas con equipo incorporado (Lámparas de bajo consumo)

Fluorescentes compactas

Halogenuros metálicos cerámicos

Son diversos los factores que determinarán el tipo de lámpara más apropiado: eficacia de la lámpara, cualidades cromáticas, flujo luminoso, vida media, equipo necesario y aspectos medioambientales.

Se recomienda el uso de lámparas fluorescentes así como de luminarias dotadas de reflectores para una mejor distribución de la luz, con un nivel de 15.000 lux aproximadamente.

### **Nivel medio de iluminación**

La iluminancia o nivel de iluminancia, es la cantidad de flujo luminoso (lúmenes) que emitido por una fuente de luz, llega vertical u horizontalmente a una superficie, dividido por dicha superficie, siendo su unidad de medida el lux. El sistema de iluminación debe ser diseñado de tal forma que los niveles de iluminación se obtengan en el mismo lugar donde se realiza la tarea, es decir los niveles deben ser medidos a la altura del plano de trabajo, así mismo la tarea debe ser iluminada de la forma más uniforme posible.

### **Índice unificado de deslumbramiento**

El deslumbramiento se puede producir cuando existen fuentes de luz cuya luminancia es excesiva en relación con la luminancia general existente en el interior del local (deslumbramiento directo, producido por luz solar o artificial), o bien, cuando las fuentes de luz se reflejan sobre superficies pulidas (deslumbramiento por reflejos o deslumbramiento indirecto).

### **Índice de reproducción cromática**

El color de un espacio o local iluminado artificialmente, dependerá de la lámpara seleccionada y concretamente de dos parámetros de la lámpara: índice de reproducción cromática RA y su apariencia de color dada por su temperatura de color.

El índice de reproducción cromática, caracteriza la capacidad de la fuente de luz para reproducir colores normalizados, en comparación con la reproducción proporcionada por una luz patrón de referencia. Mientras más alto sea este valor mejor será la reproducción del color. Por otra parte, la temperatura de color caracteriza la tonalidad de la luz emitida.

Respecto a la temperatura de color, se recomienda utilizar tonos cálidos para la Ciudad de acceso y salas de espera, tonos fríos para las áreas técnicas y tonos neutros para el resto de los espacios. Los servicios odontológicos deben ser provistos de sistemas de iluminación artificial que permitan una buena visibilidad sin encandilamientos ni sombras, en todas las áreas donde son atendidos los pacientes.

### **Luminarias**

COVENIN). 2249- 93(1993). Luminaria se define como el aparato de alumbrado que reparte, filtra o transforma la luz emitida por una o varias lámparas y que comprende todos los dispositivos necesarios para el soporte, la fijación y la protección de lámparas (excluyendo las propias lámparas) y, en caso necesario, los circuitos auxiliares en combinación con los medios de conexión con la red de alimentación.

Las luminarias recomendadas para la iluminación general de interior en Centros de Salud son:

Downlights empotrables o de superficie.

Luminarias empotrables con celosías especulares

Plafón con difusor

Luminarias estancas

Las luminarias a emplear serán de clase I, esto es, estarán conectadas a la toma de tierra de protección.

Los circuitos eléctricos de iluminación de las tomas con sus respectivos dispositivos de protección deben ser distintos y dimensionados conforme a su capacidad de conducción de corriente eléctrica.

Se deben instalar varios puntos o tomas, distribuidos a lo largo del ambiente en cantidad suficiente para la alimentación eléctrica de los diversos equipos del servicio, no siendo recomendable la utilización de un mismo punto o toma para la alimentación de diversos equipos por medio de extensiones o tomas múltiples. En caso de requerir altas cargas se debe proveer de una instalación trifásica, debidamente balanceada.

Las instalaciones eléctricas deben estar embutidas o protegidas por un material resistente a impactos, al lavado y al uso de desinfectantes, para evitar así el depósito de sucio en toda su extensión.

### **Confort térmico**

Allard F. (1994), señala que el confort térmico es “un estado en el cual no se siente frío, ni calor, ni humedad, ni deshidratación”, se basa en los efectos de las variables ambientales sobre la sensación de bienestar de los usuarios, por esto es que toda valoración que se realice sobre el confort térmico tendrá siempre matices de subjetividad.

Así mismo Bello S. (1998), señala que al momento de diseñar establecimientos de salud se deben proveer las condiciones de habitabilidad, o lo que es igual, certificar su calidad en función de las exigencias de los usuarios; el confort térmico es un factor que influye de gran modo en la calidad de las edificaciones.

En un centro dispensador de salud las áreas de actividades generales de pacientes como salas de espera, circulaciones, oficinas, etc., no requieren condiciones térmicas especiales, más que las condiciones generales de confort.

Aquellos espacios donde se requieren condiciones de asepsia, circulación y temperatura del aire para evitar la reproducción de microorganismos, donde exista riesgo de contaminación por agentes infecciosos, o cuando las necesidades de algunos equipos, tales como quirófanos, laboratorios, sala de radiología, requieren de un sistema de aire acondicionado.

### **Sistemas de climatización**

COVENIN. 1299-00 (2000). Los servicios odontológicos deben poseer ventilación natural o forzada, para evitar el acumulo de olores, gases y vapores condensados, de modo tal que su eliminación no cause daños o perjuicios a las áreas contiguas.

Los equipos de aire acondicionado, de ventana o mini splits, tienen el inconveniente de no efectuar el recambio del aire necesario para mantener una buena calidad del ambiente interior. La instalación de estos equipos debe estar

acompañada de un sistema de ventilación complementaria, para garantizar de esta forma la renovación del aire con el exterior, necesaria en estos ambientes.

En el caso que se opte por la instalación de un sistema de climatización, se debe tomar en consideración las siguientes recomendaciones:

- Las instalaciones de climatización para servicios odontológicos, deben ser proyectadas, ejecutadas, probadas y mantenidas según la normativa vigente.

- Los sistemas de climatización para servicios odontológicos deben ser dimensionados por profesionales especializados, de modo de proveer un vaciado mínimo de aire al exterior de 6 (m<sup>3</sup>/h) m<sup>2</sup>, y un vaciado mínimo de aire total de 18 (m<sup>3</sup>/h) m<sup>2</sup>. La temperatura ambiente debe ser mantenida entre 21 y 24°C, con una humedad relativa de aire entre 40 y 60 %, así mismo los equipos deben poseer filtros.

- Las tomas de aire exterior deben ser ubicadas de forma de evitar la aspiración de aire proveniente de descargas de cocinas, sanitarios, laboratorios, lavanderías, centrales de gas, estacionamientos, así como otros locales donde haya posibilidad de emanación de agentes de polución o gases nocivos, estableciendo una distancia mínima de ocho metros entre esos locales. Las tomas de aire exterior deben ser provistas de filtros y dotadas de protección con telas de material resistente a la corrosión.

- Los ductos de aire cuando son utilizados deben estar unidos por medio de juntas diseñadas a tal fin. Todo retorno de aire debe ser realizado a través de ductos.

- La instalación y mantenimiento de equipos pequeños, tales como aparatos de ventana o mini splits, deben ser efectuadas siguiendo las recomendaciones del fabricante, además es aconsejable la supervisión por un personal especializado en el área.

### **Abastecimiento de agua**

COVENIN- MINDUR. 1750-87, (1987) Los servicios odontológicos deben ser abastecidos con agua a través de la red pública, o poseer abastecimiento propio. El agua debe poseer un grado de potabilidad de acuerdo a la normativa vigente. Así mismo deben contar con un tanque de agua con una capacidad

mínima correspondiente al consumo de dos días o más, en función de la confiabilidad del sistema.

Los reservorios subterráneos deben estar protegidos contra filtraciones de cualquier naturaleza y disponer de una tapa para facilitar el acceso, inspección y limpieza.

Se aconseja efectuar una limpieza periódica de los reservorios así como el análisis de la calidad del agua, a través de personal idóneo, una o dos veces al año.

### **Instalaciones hidrosanitarias**

COVENIN- MINDUR. 1750-87, (1987) Las instalaciones de agua fría para los servicios odontológicos deben ser proyectadas, ejecutadas, probadas y mantenidas según la normativa vigente.

Las instalaciones sanitarias deben contar con pocetas y lavamanos, junto al lavamanos debe existir jabón líquido, papel absorbente desechable para el secado de las manos y un depósito para basura con tapa accionada por pedal.

Dentro del consultorio o área de atención del paciente, debe instalarse un lavamanos de acero inoxidable o material no poroso, y con tope separado de la pared, además de sensores para dispensar el agua sin necesidad de utilizar las manos.

El área de lavado de instrumentos tiene que contar con un lavamanos o fregadero de acero inoxidable o material no poroso exclusivo para esta actividad.

Las instalaciones de desagües y cañerías deben ser proyectadas, ejecutadas, probadas y mantenidas según la normativa vigente.

El sistema de cañerías debe ser proyectado con un desnivel suficiente para el desagüe de todo el volumen de detritos, por la acción de la gravedad, la tubería utilizada debe poseer un mínimo de 40 mm de diámetro.

### **Área de Radiología**

COVENIN). 218- (2000) Protección radiológica

-En los ambientes donde estén presentes radiaciones de tipo ionizante, tal como los rayos x, se deben observar las siguientes precauciones:

- Poseer barreras físicas con blindaje suficiente para garantizar el mantenimiento de niveles de dosis tan bajo como sea posible.
- El equipo de radiografía intra-oral debe ser instalado en un ambiente (consultorio o sala) con dimensiones suficientes para permitir que el personal se mantenga a una distancia de por lo menos 2 metros del cabezal y del paciente.
- El equipo de radiografía extra-oral debe ser instalado en una sala específica, cumpliendo los mismos requisitos de radiodiagnóstico médico
- Las salas equipadas con equipos de rayos X deben disponer de señalización visible en las puertas de acceso, con el símbolo internacional de radiación ionizante, junto con la inscripción "rayos X".
- El servicio debe poseer instalaciones adecuadas para el revelado de radiografías.
- Según la carga de trabajo, debe comprobarse si la instalación requiere blindaje estructural. La silla del paciente debe estar dispuesta de manera que el haz directo se dirija a Ciudades desocupadas, como escaleras, pasillos, etc.
- En aquellos casos en que exista una carga de trabajo alta debe existir un paraban para la protección del operador.
- El equipo debe tener colimadores cilíndricos, preferiblemente largos que delimiten el haz útil de radiación a un diámetro comprendido entre 6 y 7,5 centímetros.

### **Medio de Escape**

COVENIN). 810-1998 (1998). Es la línea natural de tránsito que facilita una evacuación rápida y segura. Es la vía libre y continua que desde cualquier punto de una edificación conduce a un lugar de salida y seguro.

Todas las edificaciones deben poseer los medios de escape con sus debidos señalamientos apropiados a la capacidad suficiente para desalojar o llevar a un lugar seguro la carga ocupacional en el tiempo de salir.

### **Salida de Emergencia**

Es aquella que permite el acceso a un medio de escape o lugar seguro, las puertas deben abrir en el mismo sentido como salen las personas. El ancho no debe ser mayor de 0,90 m y la altura debe ser de 1.90 m.

### **Puerta de Escape**

Es aquella que permite el acceso al medio de escape o al exterior, capaz de soportar el fuego, por un tiempo determinado, sin que se produzcan: penetraciones de llama y humo, colapso, alza excesiva de temperatura o disminución de sus características de operación. Si son dos deben estar en sentido opuestos, de 0.60 m de ancho. Distancia a recorrer de 25 m a 45 m.

### **Escalera de Escape**

Es un tipo de componente de circulación vertical de la segunda sección del medio de escape el cual permite la evacuación hasta una tercera sección del medio de escape; pueden ser interiores y exteriores. Deben tener pasamanos y piso con anti-resbalantes.

### **Pasillo de Escape**

Es un tipo de componente horizontal del medio de escape el cual permite el acceso desde un punto cualquiera de un nivel hasta la salida.

### **Señalización**

Todos los medios de escape deben estar señalizados adecuadamente mediante letreros, señales luminosas colocadas a una altura no mayor de 2,10 m y otra a 0,50 m medidos desde el piso.

### **Iluminación**

En toda edificación, los medios de escape deben permanecer iluminados, bien sea natural y/o artificialmente, con un nivel mínimo de iluminación en el ambiente, conforme a los valores de luminaria media en servicio.

Además de lo contemplado en el punto anterior, los medios de escape deben poseer también un sistema de iluminación de emergencia fijo, el cual debe activarse, cuando falle la alimentación eléctrica de la edificación.

El tiempo de alumbrado continuo por cada punto de iluminación de emergencia debe ser mínimo de 90 minutos, y su nivel de iluminación a nivel de piso, no debe ser menor de 10 LUX.

En edificaciones destinadas a uso industrial y hospitalario, los medios de escape deben disponer de lámparas portátiles, colocadas adecuadamente dentro de dispositivos que garanticen su permanencia y disponibilidad al ser requeridos en

caso de emergencia. Su instalación no debe estar a una altura del piso, superior a 50 cm.

### **Señalización básica**

COVENIN). 187-1992. Es la señalización mínima que debe llevar una instalación.

Se debe señalar como mínimo lo siguiente:

- Medios de escape o evacuación según lo establecido en la Norma COVENIN 810.
- Sistemas y equipos de prevención y protección contra incendio, según lo establecido en las Normas COVENIN correspondientes. (17, 18, 19, 20, 21, 22, 23,24)
- Riesgos en general.

Las señales para los equipos de prevención y protección contra incendios deben ubicarse en la parte superior del equipo, adicionalmente si es necesario, se identificarán con señales la dirección donde se encuentra el equipo más cercano.

En el caso de los medios de escape se debe tener en cuenta la dirección de la vía de evacuación, así como los obstáculos y los cambios de dirección que en ella se encuentren.

### **Luces de emergencia**

COVENIN). 1472-2000. En edificaciones destinadas a uso asistencial u hospitalario, se debe disponer de luces de emergencia destinadas a proporcionar luz en caso de falla del alumbrado general.

### **Manejo de desechos en el consultorio odontológico desechos hospitalarios**

Gaceta Oficial N° 4418 de 23 de Abril de 1992. Son de manera general los desechos sólidos generados en los establecimientos donde se presta atención médica, tiene otros sinónimos tales como desechos peligrosos, biológicos, infecciosos, etc. Clasificación adaptada al consultorio odontológico:

Desechos comunes (Tipo A): Papel y otros, similar a los desechos domésticos.

Desechos potencialmente peligrosos (Tipo B): incluye gasas, algodones, baja lenguas, materiales desechables (vasos, baberos, campos, etc.) entre otros.

Desechos infecciosos (Tipo C): incluye materiales provenientes de pacientes infectados por tuberculosis, hepatitis o VIH, tales como agujas y jeringas, entre otros.

Desechos orgánicos y/o biológicos (Tipo D): los provenientes directamente de los pacientes, durante actividades de diagnóstico, quirúrgicas, biopsias; esto incluye dientes extraídos, tejido pulpar, entre otros.

Desechos especiales (Tipo E): residuos farmacéuticos o químicos, residuos de mercurio, placas radiográficas, líquidos de revelado.

Según el tipo de desecho generado, la recolección, el almacenamiento y el transporte es manejado de diferente modo.

Los desechos potencialmente infecciosos deben ser procesados y tratados antes de su disposición final.

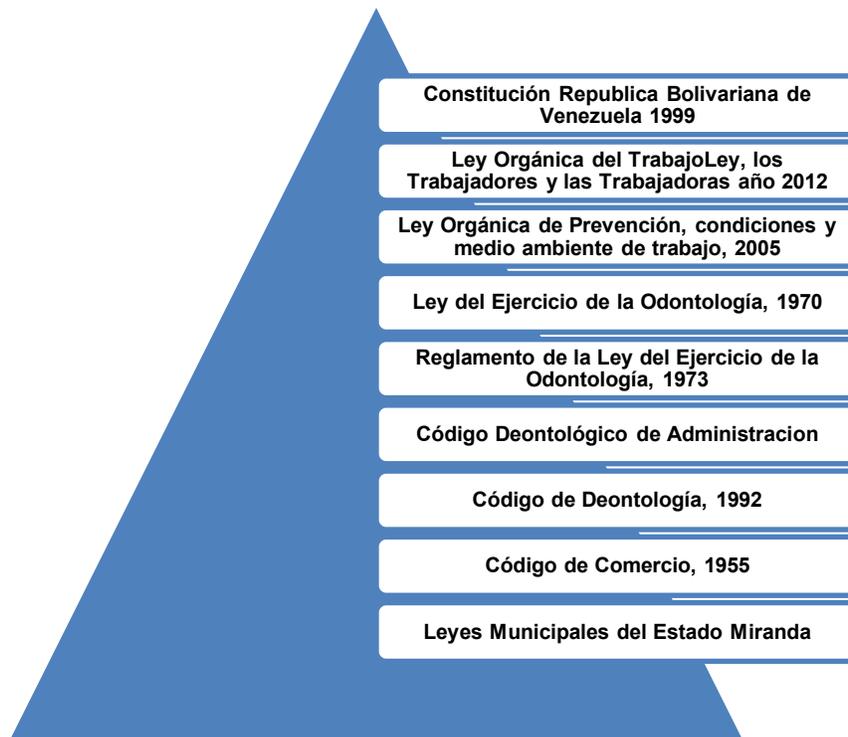
### **Tratamiento**

Implica la aplicación de procesos de índole física, química o térmica para modificar sus características antes de su disposición se realiza a través de dos procedimientos: Desfiguración se refiere a la forma o apariencia de los desechos en su disposición final, en este grupo se ubican los instrumentos punzo penetrantes, tales como agujas, bisturís.

Descontaminación se define como la esterilización de los desechos. Se alcanza mediante destrucción o inactivación de los microorganismos.

### 3. BASES LEGALES

Se incluyen todas aquellas leyes que impactan al objetivo de la investigación, relacionadas al ejercicio de la profesión del consultorio odontológico, el manejo de sus trabajadores, derechos y deberes. Es conveniente abordar el ordenamiento legal, que da soporte a la Práctica Odontológica, de manera que en este se citan los artículos que la vinculan. Se comienza con la Constitución y se continúa con el resto de las leyes, desde el ángulo normativo, dentro del marco regulatorio del ejercicio profesional:



**Figura 2: Bases legales. Pirámide de Kelsen**

**La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela,**  
**Diciembre 30 del año 2009, Gaceta 36.860/**  
**AÑO CXXXVI—MES V Caracas, jueves 19 de febrero de 2009 N°5.908**  
**Extraordinario**

***Capítulo V***  
***De los derechos sociales y de las familias***

Establece el derecho a la salud y su protección, y respalda la seguridad de los venezolanos y de las personas que están bajo su territorio: A su vez contempla, los acuerdos internacionales suscritos, cuya celebración está convenida con la OMS y OPS, como representantes de la ONU, y amparados por la Organización Internacional del Trabajo OIT, de allí se extrae lo siguiente: "Los tratados, pactos y convenciones relativos a derechos humanos, suscritos y ratificados por Venezuela, tienen jerarquía constitucional y prevalecen en el orden interno, en la medida que contengan normas sobre su goce y ejercicio más favorables a las establecidas en esta constitución y en las leyes de la República y son de aplicación inmediata y directa por los tribunales y demás órganos del Poder Público." En efecto, en la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela se han incluido derechos, como el resguardo y garantía a la salud.

**Artículo 83**, se lee: " todas las personas tienen derecho a la protección a la salud, así como el deber de participar activamente en su promoción y defensa, y el de cumplir con las medidas sanitarias y de saneamiento que establezca la ley, de conformidad con los tratados y convenios internacionales suscritos y ratificados por la República". En el artículo 84, se lee: "para garantizar el derecho a la salud, el estado creará, ejercerá la rectoría y gestionará un sistema público nacional de salud, de carácter ínter sectorial, descentralizado y participativo, integrado al sistema de seguridad social, regido por los principios de gratuidad, universalidad, integralidad, equidad, integración social y solidaria..." Aquí se consagra a la salud como un derecho social fundamental y obligatorio por parte del estado.

**Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras. Año 2012.**

**Capítulo III: Sustitución de patrono o patrona.**

**Artículo 66:**“La prestación del servicio en la relación de trabajo será remunerada”.

Artículo 129, establece: “El salario se estipulara libremente, pero en ningún caso podrá ser menor que el fijado como mínimo por la autoridad competente y conforme a lo prescrito por la Ley”. Los emprendedores deben cumplir con las obligaciones pautadas por esta normativa laboral.

**Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo,  
Año 2005, que establece en su Capítulo 1,**

**Artículo 1:** las normas, lineamientos y entes que permiten “garantizar a los trabajadores, condiciones de seguridad, salud y bienestar en un ambiente laboral adecuado, propicio y seguro”. Esta Ley regula todo lo relacionado a la materia de seguridad y salud en los sitios de trabajo en Venezuela, controlando sus condiciones y medio ambiente con énfasis en la prevención de enfermedades ocupacionales y accidentes laborales.

**Ley del Ejercicio de la Odontología: Promulgada el día 27 de Julio de 1970.-  
Año 161º de la Independencia y 112º de la Federación.**

Estructurada en 74 artículos, en los cuales se establecen lineamientos en cuanto al ejercicio propiamente de la odontología, relacionados a:

Deberes y derechos del personal auxiliar del odontólogo

Deberes y derechos del Odontólogo

Del Colegio de Odontólogos de Venezuela

De la Previsión Social del Odontólogo

De las sanciones penales y administrativas en el ejercicio de la odontología

Disposiciones generales, transitorias y finales

**Reglamento de la Ley del Ejercicio de la odontología, vigente desde el 10 de Enero de 1973. Año 163° de la Independencia y 114° de la Federación.**

En la cual queda establecido en su capítulo 1, de las disposiciones generales

**“Artículo 1º:** El Ejercicio de la Odontología se regirá por la Ley de Ejercicio de la Odontología, el presente Reglamento y las demás normas que dicte el Ejecutivo Nacional. “ En sus otros artículos deja por sentado los entes administrativos, estatales y gubernamentales en los cuales deben estar inscritos los odontólogos, los requisitos mínimos exigidos y el tiempo establecido para su inscripción. Los lineamientos que debe seguir el funcionamiento del Colegio de odontólogos de Venezuela y colegios regionales, De los Tribunales Disciplinarios como los organismos competentes para conocer y calificar, por acusación o denuncia por faltas contra la ética y la disciplina profesional, de la organización y funcionamiento del El Instituto de Previsión Social del Odontólogo y otras disposiciones transitorias y finales.

**Código de Deontología Odontológica- Aprobado en la XXXIX Convención Nacional del Colegio de Odontólogos de Venezuela, efectuada en la ciudad de San Felipe, Estado Yaracuy, los días 13, 14 y 15 de Agosto de 1992.**

En sus disposiciones preliminares, estable la obligatoriedad del cumplimiento de este código para los profesionales de la odontología. ,”El Presente Código de Deontología se declara de aceptación obligatoria para todos los Profesionales de la Odontología autorizados según el:

**Artículo 4º** de la Ley de Ejercicio de la Odontología; sus infracciones serán conocidas y sancionadas en primera instancia por los Tribunales Disciplinarios de los Colegios Regionales, de cuyas decisiones podrá apelarse en sucesivas instancias el Tribunal Disciplinario Nacional, la Junta Directiva Nacional y demás organismos de alzada previstos en el ordenamiento legal vigente. Ninguna otra entidad odontológica podrá promulgar por sí misma disposiciones de odontológicas que contravengan al presente Código.”

## **Código de Comercio del 23 de julio de 1955**

**Artículo 19:** establece los documentos que por Ley deben llevarse al Registro Mercantil para que surtan documentos jurídicos. Al ser una empresa, el emprendedor debe cumplir con todas las obligaciones del comerciante en su aspecto jurídico.

### **Ley sobre Salud, Seguridad, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo Desechos tóxicos Decreto N° 2218, publicado en número extraordinario de la Gaceta Oficial N° 4.418, el 23 de Abril de 1992**

En esta ley se establece las normas a seguir para el manejo de los desechos generados para los diferentes entes de salud, incluyendo los consultorios odontológicos, especifican los diferentes tipos de desechos y su clasificación.

Artículo 3. “Quedan sujetos al cumplimiento de lo dispuesto en el presente Decreto, todos los establecimientos relacionados con el sector salud, así como aquellos que posean iguales características o funciones, a los que se indican a continuación:

A. Establecimientos de salud del Sub-sector Público: Ambulatorios y Hospitales.

B. Institutos Autónomos relacionados con la salud.

C. Clínicas, Dispensarios, Centros Médicos y Odontológicos, Centros de Salud, Hospitales Generales y Clínicas Psiquiátricas, Geriátricas y de otras especialidades del Sector Privado.”....

## **Norma COVENIN 1993**

### **Iluminancias en Tareas y Áreas de Trabajo 2249**

Iluminancias en Tareas y Áreas de Trabajo (11) señala que en el consultorio odontológico general, la iluminancia debe tener valores entre 200 y 500 LUX, y el tipo de iluminancia debe ser General, mientras que en el área de la cavidad oral la iluminancia debe estar comprendida entre los 5.000 y 10.000 LUX y el tipo de iluminancia debe ser General y Localizada.

### **Normas COVENIN 1040, 1041, 1114, 758, 1330, 1331, 2062, 1176.**

**(17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24)**

#### **Los sistemas de detección, alarma y extinción de incendios**

Señala que para todo tipo de ocupación deberán instalarse equipos o sistemas de detección, alarma y extinción de incendios portátiles o fijos, automáticos o manuales, de acuerdo a la naturaleza del riesgo existente y del tipo de ocupación, según lo especificado en la siguiente tabla. Cuando existen rociadores automáticos o sistemas especiales de extinción también automáticos, interconectados al sistema de alarma se puede prescindir del sistema de detección de las Ciudades protegidas por estos dispositivos, a excepción de aquellos casos de comprobada necesidad por el riesgo presente. La detección se expresa en forma genérica quedando a juicio de la autoridad competente, indicar el tipo de detección apropiado para cada tipo de ocupación, pero siempre de acuerdo con los requisitos contemplados para estos equipos en la norma.

## **Norma COVENIN 2003**

### **Señalización Básica 187:**

La Norma COVENIN 187:2003 (26) establece: Es la señalización mínima que debe llevar una instalación. Se debe señalizar como mínimo lo siguiente:

Medios de escape o evacuación según lo establecido en la Norma COVENIN 810.

(25)

Sistemas y equipos de prevención y protección contra incendio, según lo establecido en las Normas COVENIN correspondientes. (17, 18,19,20,21,22,23,24)

Riesgos en general.

Las señales para los equipos de prevención y protección contra incendios deben ubicarse en la parte superior del equipo, adicionalmente si es necesario, se identificarán con señales la dirección donde se encuentra el equipo más cercano. (26)

En el caso de los medios de escape se debe tener en cuenta la dirección de la vía de evacuación, así como los obstáculos y los cambios de dirección que en ella se encuentren.

**Gaceta oficial del estado bolivariano de Miranda 3536 02/02/2011**  
**DECRETO N° 2011- 032**  
**HENRIQUE CAPRILES RADONSKI**  
**GOBERNADOR DEL ESTADO BOLIVARIANO DE MIRANDA**  
**PLAN DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO DEL ESTADO**  
**BOLIVARIANO DE MIRANDA**

A través de esta gaceta se contempla la planificación del estado, y políticas aplicada a sus poblaciones, en el artículo II, áreas temáticas establece:

**c. ÁREA TEMÁTICA: ACTIVIDADES ECONÓMICAS.** Dirigida hacia el desarrollo De las actividades productivas del estado en el sector primario, secundario y terciario de la economía.

**Política:** Impulso del desarrollo económico y la generación de empleo.

**Objetivo general:** Orientar el desarrollo y fortalecimiento de las actividades económicas según las potencialidades de cada región.

**Objetivos específicos:**

1. Impulsar el crecimiento de la pequeña y mediana empresa.
2. Promover las actividades agrícolas de acuerdo a las potencialidades de los suelos, considerando las necesidades del estado y la nación.

3. Potenciar el sector industrial, minero, forestal y pesquero, manteniendo coherencia con la cadena productiva y la sustentabilidad ambiental.
4. Delimitar y dotar los espacios de infraestructura y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad industrial.
5. Diversificar y fomentar la actividad turística recreacional sobre la base de los recursos escénicos y culturales de cada región, para su incorporación en la oferta nacional e internacional.

## **CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO**

- 1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**
- 2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**
- 3. POBLACIÓN Y MUESTRA / UNIDAD DE ANÁLISIS**
- 4. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN E INTERPRETACIÓN**
- 5. FASES DE LA INVESTIGACIÓN**
- 6. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES**
- 7. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

## **CAPITULO III**

### **1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El siguiente capítulo aporta una absoluta utilidad en la investigación, partiendo de procedimientos certeros hacia la composición de las herramientas precisas que llevará a cabo la resolución de los objetivos específicos, plasmando la presencia de los instrumentos de medición donde su aplicación refleja los resultados reales de la variables planteadas dependiendo en ella, la modalidad, el tipo y diseño de la investigación sin dejar de tomar en consideración la población y muestra de interés para la recolección análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

Manual de trabajos de grado de especialización y maestrías y tesis doctorales (2006) La presente investigación de acuerdo a su nivel de profundidad es considerada un tipo de investigación descriptiva, en la cual el investigador debe referirse a características propias del contexto en el cual se desenvuelve, haciendo un estudio exhaustivo de las condiciones y características de las variables operativas e indicadores identificados. Consiste en la perspectiva con que se llevará a cabo la investigación.

### **2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Manual de trabajos de grado de especialización y maestrías y tesis doctorales (2006). En esta investigación se aplica de forma combinada una Investigación de campo y una Investigación Bibliográfica o documental. En este aspecto el investigador inicia su trabajo recopilando información en el lugar de los hechos, lo que indica la presencia de una investigación de campo. El investigador también soporta este estudio en base a la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos escritos de otros estudios, obteniendo posteriormente un resultado donde se enfatiza la necesidad de llevar a cabo el plan de negocios para establecer un consultorio, identificando la modalidad de trabajo como un proyecto factible.

### **Investigación de campo**

Se incluye dentro del tipo de Investigación de Campo, de acuerdo a la estrategia en la cual se recopilaran los datos, como indica El Manual de trabajos de grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales (2006) “Se entiende por Investigación de Campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlo, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.” (p. 14).

## **2. POBLACIÓN Y MUESTRA / UNIDAD DE ANÁLISIS**

### **Población y Muestra**

En este punto el investigador dejó descrito el número de la población involucrada y la muestra con la cual realizará la investigación, considerando el instrumento y método de análisis de los datos recabados. En tal sentido serán definidos los siguientes conceptos;

#### **Población**

Es el conjunto de personas involucradas con la investigación. Por medio de los intereses del trabajo investigativo, se considera que población en estudio es finita, integrada por 37.944 habitantes según último censo realizado en el año 2011.

#### **Muestra**

La muestra de la presente investigación será seleccionada considerando para ello la Tabla de Harvard la cual es utilizada para poblaciones finitas y con un margen de error del 10% para fines de la investigación, arrojando como resultado que la muestra de la presente investigación corresponda a cien (100) personas.

Tabla 1: Tabla de Harvard

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	+/-1%	+/-2%	+/-3%	+/-4%	+/-5%	+/-10%
500					222	83
1000				385	286	91
1500			638	441	316	94
2000			714	476	333	95
2500		1250	760	500	345	96
3000		1364	811	517	353	97
3500		1458	843	530	359	97
4000		1538	870	541	364	98
4500		1607	891	519	367	98
5000		1667	909	556	370	98
6000		1765	938	568	375	98
7000		1842	949	574	378	99
8000		1905	976	580	381	99
9000		1957	989	584	383	99
10000	5000	2000	1000	588	385	99
15000	6000	2143	1034	600	390	99
20000	6667	2222	1053	606	392	100
25000	7143	2273	1064	610	394	100
50000	8333	2381	1087	617	397	100
100000	9091	2439	1099	621	398	100
>>	10000	2500	1111	625	400	100

La Tabla de Harvard es otra manera de obtener el tamaño de la muestra. En este caso se presenta la más usual en poblaciones finitas, para un nivel de confianza del 95% y un supuesto de  $p = 50\%$ .

## **Tipo de Muestreo**

### **Muestreo no Probabilístico**

En la presente investigación el muestreo será no probabilístico de tipo casual. Según Arias, (2004, 85) delimita “Muestreo no Probabilístico como un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tiene los elementos de la población para integrar la muestra”.

### **Muestreo Causal o Accidental**

Es un procedimiento que permite elegir arbitrariamente los elementos sin un juicio o criterio preestablecido. Ejemplo: Un encuestador se ubica en un sector y aborda a los transeúntes que pasan por el lugar. Lógicamente, las personas que no circulen por la ciudad, carecen de toda probabilidad para integral la muestra.

### **Validez**

Su validez estará bajo la aprobación y juicio de los expertos dentro del área especializada en este trabajo investigativo. Según Arias, (2004, 134) la validez: Representa la posibilidad de que un método de investigación sea capaz de responder a las interrogantes formuladas. La fiabilidad designa la capacidad de obtener los mismos resultados de diferentes situaciones.

### **Perfil**

Para la investigación se decidió realizar una muestra compuesta por 100 personas, hombres y mujeres, especificando rangos poblacionales por edad, estudiantes, transeúntes residentes y de zonas aledañas, odontólogos profesionales trabajadores en la ciudad de Rio Chico.

### **3. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN E INTERPRETACIÓN**

Para abordar la recopilación de datos a fin de dar respuestas a los objetivos específicos, se diseñó una encuesta tipo cuestionarios y observación directa por parte del investigador, las cuales permitieron obtener los datos para los análisis y tomas de decisiones requeridas para con el proyecto.

En el caso de la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta y la entrevista no estructurada. Como instrumento el cuestionario y el guión de entrevista para lo cual se definen a continuación los respectivos conceptos.

#### **Encuesta**

Arias, F (2004, p.74) expresa que la encuesta “Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas”.

#### **Entrevista no Estructurada**

En esta modalidad de entrevista no se dispone de una guía de preguntas elaboradas previamente. Sin embargo, se orienta por unos objetos preestablecidos, lo que permite definir el tema de la entrevista. Es por eso que el investigador debe poseer una gran habilidad para formular interrogantes sin perder la coherencia.

#### **Cuestionario**

Según Arias, (2004: 69) un instrumento de recolección de datos, es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital) que se utiliza para obtener o almacenar información.

En la misma se fundamenta la realización de un cuestionario escrito con la finalidad de obtener los datos específicos para llevar a cabo el propósito de la investigación y la factibilidad de los datos por medio del público al cual se desea indagar.

## **Guión de entrevista**

Hurtado (2008, p 46), plantea que el guion de entrevista debe contener los datos generales de codificación del entrevistado, datos sociológicos y datos convencionales al tema de investigación.

Hernández; Fernández y Baptista (2006, p.597) comentan que el guion de entrevista debe estar claramente identificado para su entendimiento y ello implica contener datos personales del individuo que va a responder.

Por otro lado, para elaborar el guion de entrevista se debe plantear y delimitar la situación a investigar, se debe identificar y definir los eventos de los cuales se desea obtener información y las personas que poseen la información, si se trata de una entrevista no estructurada el siguiente paso consistiría en hacer un listado de temas relacionados con la situación o el evento a investigar y ordenarlos desde el más general hasta el más específico, de lo menos comprometedor a lo más comprometedor.

## **4. FASES DE LA INVESTIGACIÓN**

En esta parte del Trabajo Especial de Grado, se siguieron una serie de pasos que permitieron avanzar en la investigación.

**Fase I:** Revisión Bibliográfica: se recolectó información de libros, páginas web y de otros trabajos de investigación relacionados con emprendimientos, plan de negocio, tesis sobre administración de consultorio odontológico, normas y procedimientos.

**Fase II:** Organización de la información: después de revisar se ordenó la información para un mejor manejo de la misma. De esta manera se descarta la que no es relevante y se utiliza solo la que aporta algo al tema en estudio.

**Fase III:** Elaboración de Instrumento: se elaboró el instrumento de recolección de datos, un cuestionario conformado por nueve (16) preguntas de respuestas cerradas si y no, y de selección múltiple. Una entrevista no estructurada con ocho (8) preguntas abiertas.

**Fase IV:** Determinación de Factibilidad: mediante la aplicación de la entrevista no estructurada a los directivos, se pudo determinar que el mismo cuenta con los recursos necesarios para hacer posible la implementación de la propuesta.

**Fase V:** Aplicación del Instrumento: se aplicó la encuesta a la muestra de cien (100) transeúntes de la Ciudad de rio chico, incluyendo estudiantes universitarios de la Ciudad.

**Fase VI:** Análisis de Resultados: después de aplicar el instrumento se analizaron los resultados que arrojó el mismo para obtener conclusiones y proponer el Plan de negocio.

**Fase VII:** Elaboración de la Propuesta: se procede a elaborar el Plan de Negocio.

**Fase VIII:** Elaboración de Conclusión y Recomendación: se llega a la conclusión de la investigación y se dejan recomendaciones.

#### 4.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLES

Tabla 2: Operacionalización de las variables

Objetivo	Variables	Definición	Dimensión	Indicadores	FUENTE
Diagnosticar la situación actual en cuanto al servicio Odontológico disponible, en la Ciudad de Rio Chico.	Caracterización del mercado	Calidad de bienes o servicios que se ofrecen en un mercado.	Empresas que ofrecen el servicio de odontología en la Ciudad de Rio Chico	Oferta. Características cualitativas Características cuantitativas	Entrevistas Cuestionarios Documentos de la región
Identificar la necesidad de un consultorio para la realización de prácticas como complemento en la formación profesionales del odontólogo	Caracterización del segmento de clientes	Tipos de clientes, sexo y edad (datos demográficos)	Futuros clientes(pacientes) que serán atendidos en el consultorio visualizado	Atención por estudiantes  Prácticas de estudiantes	Entrevistas Cuestionarios
Visualizar la propuesta de un plan de negocio para establecer un Consultorio Odontológico en la Ciudad de Rio Chico.	Demanda Actual  Demanda Potencial	Cantidad de un determinado bien o servicio que son requeridos por los consumidores	Demanda del servicio odontológico en la Ciudad de Rio Chico	Características de la demanda Características cualitativas Características cuantitativas	Entrevistas Cuestionarios Documentos de la región
	Aspectos Técnicos	Son los elementos de carácter estructural: local, equipos, suministros	Estructura del Plan de negocio para establecer el consultorio odontológico.	Ubicación Servicios Distribución Física Capacidad	Entrevistas Cuestionarios
	Estructura de Costos Operativos, Administrativos y de Inversión	Costos incurridos para el establecimiento del consultorio odontológico	Costos: Operativos Administrativos Inversión inicial	Inversión inicial Infraestructura materiales equipos Sueldos y salarios Compra de insumos, materiales y equipos	Entrevistas Cuestionarios Documentos de referencias
	Rentabilidad Económica y Financiera,	Criterios conceptuales	Estimación de costos clase V	Ubicación capacidad Información preliminar de costos de equipos, insumos, materiales	Entrevistas Cuestionarios

## 4.2. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación está relacionada con la Gerencia de Proyectos, y de acuerdo al PMI, el investigador se compromete a tomar el código de estándares éticos del Project Management Institute (PMI) (2012), donde se establece que los profesionales dedicados a la Gerencia de Proyectos deben, de acuerdo al PMI, comprometerse a:

- ✓ Mantener altos estándares de una conducta íntegra y profesional
- ✓ Aceptar las responsabilidades de sus acciones
- ✓ Buscar continuamente de mejorar sus capacidades profesionales
- ✓ Practicar la justicia y la honestidad
- ✓ Alentar a otros profesionales a actuar de manera ética y profesional

El investigador se compromete a respetar la veracidad de los resultados, la confiabilidad de los datos suministrados por la población y muestra desde la cual se obtendrán los datos y registros que permitirá responder las interrogantes planteadas en la investigación y la identidad de los individuos que participan en el estudio.

## CAPITULO IV. MARCO SECTORIAL

La salud bucodental es un componente esencial de la buena salud, y la buena salud bucodental es un derecho humano fundamental. El papel de la profesión odontológica consiste en ayudar a la población y a las autoridades a lograr la salud a través de una buena salud bucodental. En el marco estratégico y referencial, la investigación es avalada por instituciones y organismos, que se señalan a continuación:



El Colegio de Odontólogos de Venezuela, en su portal, no tiene publicado en materia estratégica su misión, visión, por tal motivo el investigador se refiere al Colegio de Odontólogos de México ([www.cncd.org.mx/](http://www.cncd.org.mx/)) como marco organizacional y sectorial, en el cual se definen como:



### MISION

agrupacion de integracion del gremio odontológico respondiendo a las necesidades sociales de salud y de transformación del ejercicio profesional a través de la actualización académica, cultural y de ética permanente que asegure a la sociedad la prestación de servicios profesionales de calidad.

### VISION

asociacion civil que represente todas las expectativas científicas, académicas y culturales del gremio odontológico en beneficio de la sociedad

### FINALIDAD

del Colegio Nacional de Cirujanos Dentistas A.C. se resume como la libertad de asociación y expresión de todos los valores humanos, científicos, culturales y académicos para la ejecución de una práctica profesional de calidad al servicio del ser humano

Figure 3: Misión-Visión Colegio Nacional de Cirujanos Dentistas México

El Colegio Nacional de Cirujanos Dentistas se constituyó como Asociación Civil el 12 de julio de 1967, por la acción visionaria de un grupo de profesores de la Universidad Nacional Autónoma de México. Desde entonces se han constituido 58 colegios estatales, 8 academias mexicanas por especialidades, 4 consejos nacionales y 3 federaciones filiales al Colegio Nacional de Cirujanos Dentistas. A.C., 2 fundaciones, 2 Colegios de Especialistas y 7 grupos de estudio. Mantiene alianzas estratégicas con la FDI Federación Dental Internacional.

### **F.D.I Federación Dental Internacional**

Interviene como aval en congresos binacionales con el Colegio de Odontólogos de Venezuela. La FDI y sus asociaciones miembros, se sitúan a la vanguardia para identificar retos y oportunidades y abogar en pro de los pacientes, profesión y gobiernos.



#### **MISION**

- Dirigir al mundo hacia una salud dental óptima.

#### **OBJETIVOS**

- Ser el portavoz mundial, autorizado e independiente de la profesión odontológica
- Promover una salud bucodental y general óptima para toda la gente.
- Hacer avanzar y promover la ética, el arte, la ciencia y la práctica de la odontología
- Promover una salud bucodental y general óptima para toda la gente.

Figure 4: Misión-Objetivos F.D.I Federación Dental Internacional

w w w . f d i w o r d e n t a l . o r g . La Asamblea General de la FDI en la Ciudad de México en el tercer trimestre de 2011, tras constatarse que la profesión odontológica carece actualmente de una visión omniabarcante a largo plazo de los principales retos que enfrenta la salud bucodental y de una orientación clara de cómo la profesión puede crecer para aportar una contribución significativa a la mejora de la salud bucodental mundial en la próxima década. Como primer paso, se creó un equipo especial de trabajo: **Visión 2020 de la FDI**, desplegando grandes esfuerzos para garantizar una representación equilibrada de la esfera académica, la investigación, la educación, la odontología general, el gobierno y la industria, con miras a fomentar una visión global de todos los temas que son debatidos.

# Visión 2020 de la FDI

## Delinear el futuro de la salud bucodental

**Figure 5: Visión 2020 de la F.D.I**

El Equipo Especial Visión 2020 está encargado de identificar los principales retos y oportunidades que la salud bucodental y los profesionales de la odontología enfrentan, haciendo hincapié en los temas que tienen una dimensión legislativa, regulatoria o de incidencia política. Entre los temas considerados de especial atención:

- ✓ Satisfacer la creciente necesidad y demanda de atención odontológica
- ✓ Atenuar los impactos de la dinámica socioeconómica
- ✓ Forjar un modelo educativo atento a las necesidades
- ✓ Ampliar el papel de los profesionales de la odontología

## **La odontología**

Es la especialidad de la medicina que estudia la anatomía y fisiología de los dientes y sus estructuras circundantes en la cavidad oral (labios, boca, paladar, orofaringe, mandíbula, etc)

## **Los dientes**

Son órganos vitales para desarrollar una vida normal. Su función principal es triturar los alimentos para favorecer una correcta digestión. Pero también desempeñan un papel social importante, ya que no sólo son cruciales para la fonación, sino también para una expresión armoniosa de la cara. Una buena dentadura es muchas veces un signo de salud y bienestar.

El ejercicio de la odontología es llevado a cabo mediante profesionales de la Odontología legalmente autorizados, según lo estipula la Ley de Ejercicio de la Odontología promulgada el día 5 de julio de 1943, en consultorios o clínicas, identificadas como empresas que emplean diferentes variables geográficas, demográficas y socioeconómicas para identificar grupos humanos, conformados por clientes, y en el ámbito de la salud, denominado, pacientes.

## **Aspecto comercial**

El comercio ha vivido diferentes etapas a lo largo de su historia y una forma práctica de evaluar la cronología del desarrollo de los diferentes procesos de intercambio, nos lleva a observar cómo los comerciantes y emprendedores han venido aumentando el nivel de especificidad de su mercadeo. Actualmente para encontrar o diseñar un mercado dental objetivo, se suele emplear una combinación de diferentes variables de segmentación y se anhela identificar lo que se denomina un nicho odontológico. El marketing dental exitoso promueve el trabajo en base a la identificación de nichos en el mercado dental. De dicha

manera, es más sencilla y viable la estandarización de nuestros procesos de atención dental y la prestación de un servicio odontológico personalizado.<sup>1</sup>

En tal sentido, muchos emprendedores dentales evidencian el incremento de los frutos de su labor de mercadotecnia odontológica, cuando en vez de suponer que todos podrían ser sus clientes, se enfocan:

Hacia los sujetos de un determinado ámbito geográfico (los que habitan en una ciudad o distrito, los que viven en un determinado clima, etc.);

Hacia los miembros de un determinado grupo demográfico (los niños, los ancianos, las mujeres, las familias numerosas, los solteros, los de mediana estatura, los obesos, los que practican determinada religión, etc.)

Hacia los que comparten características relacionadas más bien a aspectos socioeconómicos (los hogares de clase media, los que cuentan con un determinado nivel educativo, los miembros de un gremio específico, los que tienen un ingreso familiar por encima de “X” dólares al mes, etc.).

### **Fundamentos del marketing dental**

Para obtener los mejores resultados en el uso de marketing dental, es necesario que Ud. tenga una noción general y practica de los principios y técnicas que se pueden utilizar. El marketing dental de hoy ofrece al dentista múltiples oportunidades de aumentar el rendimiento de su consulta profesional. A través de este programa Ud. puede aprender:

- A distinguir su consulta de la competencia.
- A comunicarse con sus pacientes en forma efectiva y sin tensión.
- Aumentar su visibilidad profesional sin avisos de publicidad.
- Mantener contacto con sus mejores pacientes y lograr que le refieran más pacientes, sin que Ud. lo pida.
- Establecer tarifas profesionales adecuadas sin temor a la competencia.

---

1

[Revista Virtual Odontología Ejercicio Profesional Abril 2012](#). Editorial Marketing en Odontología: Los segmentos y nichos del mercado dental  
Dr. Jaime Otero M. – Dr. Jaime Otero I

La mayoría de los profesionales, incluyendo dentistas, no se sienten cómodos al conversar de marketing. Hay varias razones, principalmente que el marketing de servicios aparenta ser enredado e inefectivo, como en el de otros servicios profesionales, la clave está en asumir la tarea de promoverse como una conversación. Vale decir el comunicarse con una persona o un grupo con un objetivo determinado. En el presente caso, es solucionar los problemas dentales. El estudio de los mercados de las empresas de Odontología se centra en el conjunto de actos de los individuos que se relacionan directamente con la obtención, uso y consumo de servicios, incluye el estudio de por qué, el dónde, con qué frecuencia y en qué condiciones consumimos los diferentes servicios. La finalidad de esta área es comprender, explicar y predecir las acciones humanas relacionadas con el consumo de las prestaciones odontológicas. El estudio de mercados en el sector odontológico plantea múltiples dificultades:

1. Los pacientes no suelen ser plenamente conscientes de por qué compran un servicio o una determinada marca.
2. Los pacientes, a menudo, no queremos revelar la verdad.
3. Los pacientes no decimos la verdad.
4. Con frecuencia intentamos comunicar mucho más de lo que realmente sabemos.
5. Los pacientes somos complejos.
6. Las emociones internas, nuestra afectividad nos impulsa frecuentemente hacia reacciones no meditadas, impulsivas, irreflexivas e, incluso, incoherentes.

En todo proceso de marketing dental nos vamos a encontrar con dos clases de tareas:

- Toma de decisiones.
- Ejecución de las decisiones.

La toma de decisiones requiere información. El análisis del ambiente interno y externo del consultorio o la clínica le va a permitir al responsable de marketing tener una imagen mental del ambiente, del mundo que le rodea. De igual forma, cuando se van obteniendo los resultados de las acciones planificadas, la

información nos permite comparar los resultados con los estándares establecidos y, en su caso, poner en marcha medidas correctoras.

Cuando se aplican los mecanismos de control, las acciones correctoras son decisiones sobre determinadas variables del sistema. Otras tareas de los directivos de marketing dental que precisan información son:

La formulación de objetivos.

- La organización interna de la clínica.
- La determinación de los recursos que necesita.
- La concepción, el diseño completo de la oferta comercial sobre sus especialidades odontológicas.

Información y decisión están íntimamente relacionadas. La toma de decisiones es muy habitual en la vida cotidiana de los individuos, pero estamos tan acostumbrados a realizarla que pasa a formar parte de nuestro aprendizaje vital y, la mayoría de las veces, decidimos de forma rutinaria. En la clínica muchas decisiones son rutinarias, se toman casi instantáneamente. Sin embargo, cuando los ejecutivos de marketing dental se enfrentan a un mercado cambiante y competitivo, muchas decisiones dejan de ser rutinarias. Los resultados de las acciones de comercialización de prestaciones odontológicas pueden comprometer el futuro de la clínica.

Otros de los problemas que han ocasionado que muchas clínicas comprendan la necesidad de instituir en el interior de sus organizaciones dispositivos para:

- Captar información.
- Administrar. Gestionar la información. –Almacenar de forma adecuada. – Distribuir la información a los pacientes.

La ingente cantidad de información que se genera en el entorno empresarial y dentro de la propia clínica debe gestionarse de manera sistemática mediante un Sistema de Información Comercial para Odontología. Éste capta la información sobre el medio ambiente en diversas fuentes y la somete a un tratamiento de transformación y adecuación. Administra y almacena la información, creando un banco de datos para ponerlo a disposición de los responsables que deben tomar decisiones.

## **Sistema de Información Comercial en Odontología**

La información que necesitan los responsables de marketing. Es preciso conocer en qué parcelas de la realidad y con qué profundidad están necesitados los usuarios de información.

-Cuándo necesitan la información.

-A quiénes debe distribuirse.

-Dónde se capta y en qué lugares está disponible la información.

-Las necesidades de información van a condicionar:

-La organización.

-La tecnología.

-El número de personas que integrarán el Sistema de Información.

Es del todo imprescindible realizar periódicamente auditorías de gestión del área de información comercial en Odontología pues se ha comprobado que la rutina diaria tiende a degradar cualquier proyecto organizativo teórico.<sup>2</sup>

## **Administración y Marketing en Odontología**

Conformada por un equipo multidisciplinario e internacional de profesionales, para compartir valiosas herramientas que mejoran el desempeño empresarial de los odontólogos y los centros dentales. A través de publicaciones y servicios de capacitación y asesoría, desde el año 2000 llegan a miles de emprendedores odontológicos. Plantean las mejores prácticas para establecer un consultorio odontológico, El consultorio dental como el lugar donde se brinda el servicio odontológico al paciente y a la población. Es también conocido como: centro dental, centro odontológico, clínica dental, clínica odontológica, policlínico dental, policlínico odontológico, oficina dental, oficina odontológica. El término consultorio

---

<sup>2</sup>

dental. Aunque dichos términos se suelen utilizar de manera indistinta, es común que se denomine consultorio dental a aquel lugar de atención odontológica que cuenta con 1 sillón odontológico (unidad dental) instalado en un ambiente clínico y que se utilicen los otros términos (centro dental, centro odontológico, clínica dental, clínica odontológica, policlínico dental y policlínico odontológico) para referirnos a aquellos locales que cuentan con más de un sillón dental. Por otro lado, los conceptos oficina dental y oficina odontológica, que provienen del inglés (dental office), son menos utilizados en el mundo hispano. Por otro lado, el término consultorio dental se emplea tanto para nombrar a la totalidad del local donde se brinda y recibe la atención dental (que cuenta con diferentes áreas: recepción, baño, etc.), como el espacio específico donde labora el odontólogo realizando diagnósticos y procedimientos odontológicos (ambiente clínico o sala operatoria).

### **¿Cómo se estructura el consultorio dental?**

En el consultorio dental laboran los distintos profesionales de la Odontología y el personal asistente o auxiliar en Odontología, los que utilizan diferentes equipos dentales, instrumental odontológico, mobiliario de consultorio dental, materiales dentales y muchos otros aditamentos para la atención de los pacientes. De dicho modo, podemos establecer que el consultorio dental cuenta con recursos humanos y con recursos físicos.

A pesar de que existen diferentes modelos y estilos de consultorios dentales, la mayoría guarda algunos elementos comunes (los que serán descritos en el presente artículo). De dicho modo, se pueden encontrar consultorios dentales con muchas variaciones, en cuanto a su:

Tamaño

Número de ambientes

Distribución de los ambientes

Privacidad de los ambientes

Confort

Arquitectura

Diseño de interiores  
Decoración  
Nivel de equipamiento  
Tecnología

### **-Consultorios dentales poco convencionales**

A la vez, vale la pena reseñar que la atención dental puede darse en distintos ámbitos. Así, existen consultorios dentales en espacios destinados únicamente a la práctica de la Odontología y a la vez, el consultorio dental puede estar integrado a establecimientos de otra índole, como: centros o clínicas médicas, centros de bienestar (salones de estética, gimnasios, centros de adelgazamiento, spas, etc.), centros comerciales, entidades educativas (colegios, universidades, etc.), empresas y otras instituciones.

También existe el consultorio dentales móvil (para la atención de grupos humanos que moran o laboran en lugares con nula o pobre cobertura de profesionales de la salud) y el consultorio dental diseñado para la atención domiciliaria (para pacientes con impedimentos para desplazarse al consultorio dental).

### **- Recursos humanos del consultorio dental**

Los miembros del equipo de trabajo del consultorio dental son:

Odontólogo general  
Odontólogo especialista  
Recepcionista de consultorio dental  
Asistente dental  
Higienista dental  
Técnico dental  
Laboratorista dental  
Radiólogo dental  
Personal administrativo y de marketing

Dependiendo del tamaño del consultorio dental y de su estructura organizativa, puede variar el número de personas que brindan el servicio odontológico: Así, existen consultorios dentales donde solamente labora un odontólogo realizando

una práctica dental individual, aunque la tendencia general es el establecimiento de consultorios dentales corporativos donde se desempeñan varios profesionales. Del mismo modo, existen casos en los que todas las labores son desempeñadas exclusivamente por el odontólogo, mientras que cada vez más profesionales de la Odontología laboran con personal asistente, técnico y administrativo para potencializar su trabajo a través de distintos métodos de delegación de funciones. De dicho modo, es factible identificar consultorios dentales con una proporción variable entre el número de odontólogos y la cantidad de personal asistente, técnico y administrativo.

### **-Recursos físicos del consultorio dental**

Cada vez es más importante la infraestructura física del consultorio dental. No solamente por las exigencias de comodidad del paciente que visita el consultorio dental, sino también debido a la importancia que tienen en el mundo de la Odontología los aspectos de Ergonomía y Bioseguridad.

### **-Ergonomía del consultorio dental**

Ergonomía en el consultorio dental, nos referimos al estudio de la relación que existe entre el hombre y sus implementos de trabajo. Los conceptos ergonómicos aplicados a la práctica en el consultorio dental por ejemplo nos brindan pautas para lograr:

Establecer ambientes de trabajos ordenados y funcionales en el consultorio dental

Evitar la realización de movimientos innecesarios en el consultorio dental

Eliminar los traslados improductivos en el consultorio dental

Adoptar posiciones corporales cómodas y saludables en el consultorio dental

Aumentar la productividad en el consultorio dental

Reducir la fatiga en el trabajo en el consultorio dental

Prevenir las enfermedades ocupacionales o profesionales en el consultorio dental

Lograr una adecuada iluminación y ventilación de los ambientes del consultorio dental

## **Bioseguridad en el consultorio dental**

Bioseguridad en el consultorio dental, se refiere a una serie de medidas para mantener la limpieza del consultorio dental y mantener la adecuada higiene de las instalaciones. Por ello, nos otorga una serie de especificaciones y pautas de trabajo, para por ejemplo:

Utilizar al máximo posible los materiales descartables

Usar medidas de barrera para evitar el contagio de enfermedades entre los que laboran en el consultorio dental y los pacientes. Por ejemplo: Uso de guantes, mascarillas (barbijos), gorros, etc.

Desechar y eliminar adecuadamente el material contaminado

Desinfectar correctamente las superficies de todos los ambientes del consultorio dental

Esterilizar el instrumental que se va a reusar

### **-Áreas o ambientes del consultorio dental:**

El área del consultorio dental es variable, existiendo consultorios dentales pequeños (de 20 a 30 metros cuadrados en total) y clínicas odontológicas que ocupan cientos de metros cuadrados. Podemos ver por ejemplo 3 tamaños distintos de consultorios dentales en las figuras 01, 02 y 03.

**Figure 6: Ejemplos de Consultorios 1, 2, 3 ambientes**

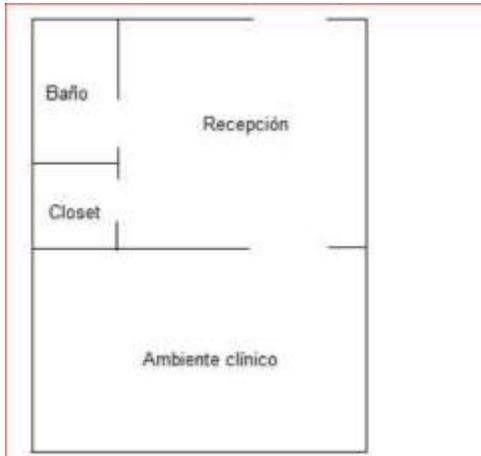


Figura 01: Ejemplo de consultorio dental unitario

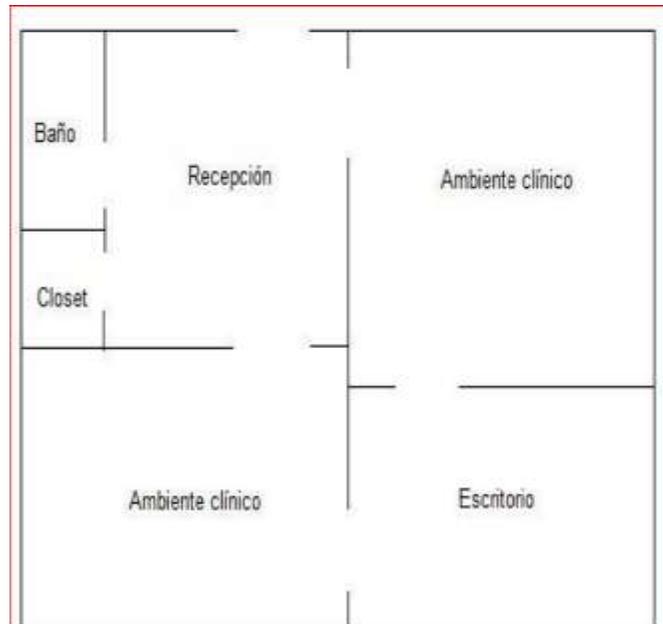


Figura 02: Ejemplo de consultorio dental de 2 ambientes clínicos

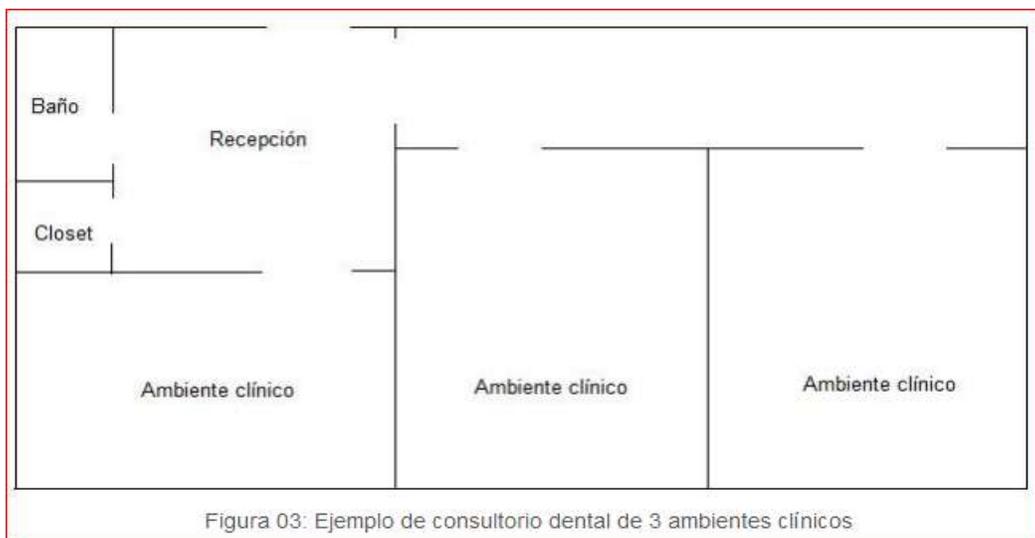


Figura 03: Ejemplo de consultorio dental de 3 ambientes clínicos

**Fuente: [www.gacetadental.com](http://www.gacetadental.com).(2014)**

Las principales áreas o ambientes del consultorio odontológico son las que se listan a continuación:

Fachada

Ingreso

Sala de recepción

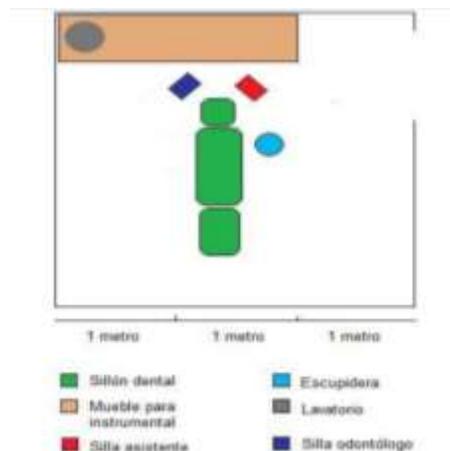
Ambiente clínico

Sala de rayos X dental  
Baño (servicios higiénicos)  
Escritorio  
Central de esterilización odontológica  
Laboratorio dental  
Closet (almacén)  
Áreas comunes

Es común que los consultorios dentales unitarios presenten el equipo de rayos X y la Ciudad de esterilización dentro del ambiente clínico y a la vez, que se centralicen dichas áreas a medida que se estructuran consultorios dentales de mayor tamaño (con varios ambientes clínicos). Dicho de otro modo, los consultorios dentales de 3 o más ambientes clínicos cuentan con espacios específicos donde se centralizan: la toma y el procesamiento de las radiografías dentales, la realización de las labores de esterilización, etc.

### **Disposición de los elementos físicos del ambiente Clínico del consultorio dental**

Hablando exclusivamente del ambiente clínico donde se realiza la acción odontológica, se puede encontrar también muchas variaciones. Desde espacios reducidos de 3 metros de largo por 3 metros de ancho (como los que se observan en las Figuras 04 y 05),



**Figura 7: Odontólogo Diestro**



específicamente para ser utilizado como consultorio dental. Sin embargo existe un parámetro, que sugiere la conveniencia de estructurar el ambiente clínico del consultorio dental, tomando como referencia la existencia de círculos imaginarios: concéntricos que partan de la cabeza del paciente (Figura 06).

A la vez, dichos círculos permiten establecer las posiciones de trabajo del odontólogo y de la asistente dental. Para ello, se dibuja imaginariamente un reloj y se habla de posiciones en relación a dicho reloj. Por ejemplo, en la figura anterior, el odontólogo (zurdo) estaría ubicado entre las 12 y las 3.

También es importante considerar que si el ambiente clínico cuenta con una fuente de luz natural, es preferible orientar el sillón dental hacia la ventana para evitar la creación de sombras que interfieran con dicha fuente de luz. A la vez, mencionamos la posibilidad de contar con ambientes más pequeños para atender infantes y niños.

### **Mobiliario y otros aditamentos generales del consultorio dental**

La labor odontológica implica la tenencia de ciertos implementos en el consultorio dental, dentro de los cuales tenemos a los muebles y los aditamentos generales del consultorio dental. Obviamente dependiendo del tamaño del consultorio dental, podemos encontrar uno o varios de los muebles o aditamentos generales que le detallamos a continuación:

**Tabla 3: Muebles generales para un consultorio dental**

Escritorio para la Recepcionista (Recepción)
Silla para la Recepcionista (Recepción)
Muebles para la sala de recepción - espera (Recepción)
Escritorio para el Odontólogo (Escritorio)
Silla para el escritorio del odontólogo (Escritorio)
Silla para el acompañante del paciente (Ambiente clínico)
Mueble para instrumental (Ambiente clínico)
Mesa rodante de trabajo o auxiliar (Ambiente clínico)
Taburete o silla para el Odontólogo (Ambiente clínico)
Taburete o silla para la Asistente Dental (Ambiente clínico)
Computadora
Alfombra
Lámpara de techo o luminarias

Lámpara de mesa
Equipos de luz fluorescente para el ambiente clínico
Archivador para las historias clínicas y fichas de los pacientes
Estantería - repisas
Equipo de música ambiental
Parlantes
Sistema de intercomunicadores
Aspiradora
Lustradora
Ventilador o sistema de aire acondicionado
Material de decoración y comunicación
Buzón de sugerencias
Revistero
Cuadros y afiches decorativos
Porta folletos
Porta tarjetas
Basurero
Separador de ambientes

**Tabla 4: Equipos de un Consultorio dental**

Compresora
Sillón dental
Unidad dental
Caja de Control
Escupidera
Lámpara de la unidad dental
Jeringa Triple (aire, agua y aire - agua)
Rayos X
Mandiles de plomo
Lámpara de foto polimerización de luz halógena o LED
Equipo de profilaxis de ultrasonido
Destartarizador neumático
Equipo de succión de saliva
Equipo de succión de sangre
Sistema de aire abrasivo
Pieza de mano de alta velocidad (Turbina)
Contrángulo
Micromotor
Localizador de ápices
Negatoscopiospio
Esterilizador de calor seco
Esterilizador de autoclave
Ultrasonido para la desinfección del instrumental
Amalgamador

Soldador de Bandas
Recortador de modelos
Motor de laboratorio
Motor de pulido
Vibrador de yeso
Grupo electrógeno

**Tabla 5: Instrumental del Consultorio dental**

Espejos dentales
Pinzas para algodón
Exploradores
Cucharetas (curetas) de dentina
Espátulas para cemento
Destartarizadores
Espátulas para batir yeso
Espátulas para mezclar cementos odontológicos
Bruñidores de amalgama
Atacadores de amalgama
Juego de Fórceps
Juego de elevadores (botadores)
Mangos de Bisturí
Legra
Jeringas cárpule
Alicates para Ortodoncia
Pinzas porta brackets
Porta matrices
Tazas de jebe (goma) para yeso
Tazas de gebe (goma) para alginato
Portaamalgama
Instrumental de Endodoncia
Pinzas porta radiografías
Algodoneros
Depósitos para desperdicios
Depósitos para fresas
Espátulas para cera
Espátulas modeladora cera
Cuchillos para yeso
Mandriles o porta campos
Cubetas para impresiones
Instrumental de Cirugía
Instrumental de Cirugía
Instrumental de periodoncia
Articuladores
Arcos Faciales

**Tabla 6: Principales materiales del Consultorio dental**

Guantes descartables
Guantes quirúrgicos
Mascarillas (barbijos o tapabocas)
Lentes protectores
Lentes protectores para luz halógena
Servilletas
Campo para el paciente
Eyectores de Saliva
Algodón
Gasa
Películas Radiográficas
Revelador de radiografías
Fijador de radiografías
Escobillas para profilaxis
Pasta para profilaxis
Revelador de placa bacteriana
Fluoruros
Sellantes de fosas y fisuras
Alginato
Yesos
Oxido de Zinc
Eugenol
Cementos de Carboxilato
Limadura de plata para amalgama
Mercurio para amalgama
Resinas
Ácido grabador
Sistema adhesivo
Cementos de ionómero de vidrio
Cemento Quirúrgico
Medicamentos de endodoncia (fenol, paramonoclorofenol alcanforado, creosota)
Anestesia tópica
Agujas descartables
Cartuchos de anestesia
Fresas y puntas de alta velocidad
Fresas y puntas de baja velocidad para el micromotor
Fresas y puntas de baja velocidad para el contraángulo
Piedras montadas
Piedras para desgastar acrílico
Acrílicos (polvo y monómero)
Material de Endodoncia
Material de Sutura
Hojas de Bisturí

Matrices
Materiales de pulido de laboratorio
Discos de Carburundum
Discos de lija
Otros

**-Otros aditamentos**

Útiles de escritorio
Papelería (historia clínica, ficha dental, tarjeta de presentación, tarjeta de citas, recetario, folletos educativos, etc.)
Útiles de limpieza

## CAPITULO V. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1. Diagnóstico de la situación actual

#### 5.1.1. Características cualitativas: Empresas públicas y privadas que ofrecen el servicio en la ciudad de Rio Chico, municipio Páez

En el recorrido realizado por la ciudad de Rio Chico, específicamente en el municipio Páez, identificamos que esta población objeto de estudio, cuenta con un sistema de salud público centralizado a través del Ministerio del Poder Popular para la salud y asistencia social, así como una coordinación de salud perteneciente a la gobernación del estado Miranda. Posee una dirección de salud que administra dos centros de asistencia y la coordinación de Misión Barrio Adentro con un CDI tipo II, según se explica en el siguiente cuadro:

Tabla 7: Unidades y Centros Asistenciales de Salud del Municipio Páez

Adscripción	Tipo	Servicios
MPPAS	Hospital	HCM Consultas <b>Odontología</b> Emergencia Laboratorios
Gobernación Edo. Miranda	Puesto de Socorro	Medicina general ATT medica primaria Emergencias Radiología Odontología

Fuente: Investigación de campo. Febrero 2017

En lo que respecta al servicio privado este se resume en el siguiente cuadro:

**Tabla 8: Unidades y Centros de Salud privados, municipio Páez**

Adscripción	Tipo	Servicios	Horario atención
Privado	1.- Centro Diagnóstico Rio Chico	<p>Consulta con Diagnóstico incluido Exodoncias o extracciones simples, complejas Cirugía de cordales Limpieza Restauraciones amalgamas y resinas Endodoncias o Tratamiento de conductos Ortodoncia por especialista una vez a la semana Emergencias Diurnas Elaboración de Informes para seguros: UPEL, CONSTITUCION, etc</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dos años en la zona</li> <li>✓ Odontólogo originario de la zona y graduado en Universidad Santa María</li> <li>✓ Ortodoncista, fuera de la zona</li> <li>✓ Estudios de RX fuera de la zona</li> <li>✓ Trabaja con seguros</li> <li>✓ Hasta Dic 2016 recibió 10 pacientes por día</li> <li>✓ 2017: 5 pacientes por día</li> <li>✓ Compra agua potable</li> <li>✓ Problemas de electricidad: Por lo menos una vez a la semana sin el servicio</li> <li>✓ Recolecta desechos tóxicos en bolsas especiales y entrega al aseo urbano</li> </ul>	De 7 am a 5 pm
	2.- Clínica dental Erick López Fuentes	<p>Consulta general Limpiezas Restauraciones amalgamas y resinas Tratamiento de conductos Prótesis totales Extracciones simples, Extracciones de cordal, Extracciones Complejas Endodoncia-Pulpotomía</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 38 años en la zona</li> <li>✓ Odontólogo originario de la zona</li> <li>✓ Graduado en Universidad de Zulia</li> <li>✓ Estudios de RX periapicales de baja calidad por la antigüedad del equipo</li> <li>✓ Hasta Dic 2016 recibió 15 pacientes por día</li> <li>✓ 2017 : 7 pacientes por día o menos</li> <li>✓ Cuenta con un tanque de 25 litros de agua y tres sistemas de filtros.</li> <li>✓ Problemas de electricidad: Por lo menos una vez a la semana sin el servicio</li> <li>✓ Recolecta desechos tóxicos en bolsas especiales y envases plásticos y entrega al aseo urbano</li> </ul>	De 10 am a 5 pm Horario Corrido

	3.- Clínica dental Dr. Antonio Rizzetto	<p>Consulta evaluativa de ortodoncia y maxilo facial Limpieza Endodoncia radicular y multiradicular Ortodoncia Extracciones – no incluye cordales Ortopedia funcional de maxilares</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 35 años en la zona</li> <li>✓ Odontólogo originario de la zona</li> <li>✓ Graduado en Universidad Central de Venezuela</li> <li>✓ Estudios de RX pariapicales y panorámicas de alta calidad</li> <li>✓ Hasta Dic 2016 recibió 10 pacientes por día</li> <li>✓ 2017 5 pacientes por día</li> <li>✓ Mantiene un tanque de agua de</li> <li>✓ Problemas de electricidad: Por lo menos una vez a la semana sin el servicio</li> <li>✓ Recolecta desechos tóxicos en bolsas especiales de desechos y entrega al aseo urbano</li> </ul>	De 3 pm a 7 pm Previa cita
	<b>Tipo</b>	<b>Servicios</b>	<b>Horario atención</b>
	4.- Consultorio Odontológico	<p>Consulta con diagnóstico incluido Limpieza Restauraciones simples y complejas Tratamiento de conducto simples y complejos Ortodoncia Extracciones simples, complejas y de cordales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 25 años en la zona</li> <li>✓ Odontólogo originario de la zona</li> <li>✓ Graduado en Universidad Central de Venezuela</li> <li>✓ Estudios de RX fuera de la zona</li> <li>✓ Hasta Dic 2016 recibió 15 pacientes por día</li> <li>✓ 2017: 7-8 pacientes por día</li> <li>✓ Compra agua potable</li> <li>✓ Problemas de electricidad: Por lo menos una vez a la semana sin el servicio</li> <li>✓ Recolecta desechos tóxicos en bolsas de desechos y entrega al aseo urbano</li> </ul>	De 8 am a 3pm Horario Corrido
	5.- Centro médico	<p>Consulta general Emergencias diurnas Limpieza-flúor Restauraciones Tratamiento de conducto Ortodoncia Prótesis Extracciones simples, de cordal, Complejas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 10 años en la zona</li> <li>✓ Odontólogo originario de la zona</li> <li>✓ Graduado en Universidad San Juan de los Morros</li> <li>✓ Estudios de RX pariapicales y panorámicas fuera de la zona</li> <li>✓ Hasta Dic 2016 recibió 10 a 15 pacientes por día</li> </ul>	De 8 am a 1 pm Horario corrido Incluye sábados medio día

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2017 4 pacientes por día</li> <li>✓ Sistemas de filtros desde la entrada principal de agua</li> <li>✓ Problemas de electricidad: Por lo menos una vez a la semana sin el servicio</li> <li>✓ Recolecta desechos tóxicos en bolsas especiales y entrega al aseo urbano</li> </ul>	
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Fuente: Investigación de campo. Febrero 2017

**Tabla 9: Resumen Consultorios & Años de Servicios**

Consultorios De la Zona	Años de servicio
1	2
2	38
3	35
4	25
5	10



**G**  
Gráfico 1: Consultorios & Años de Servicios

A través del siguiente gráfico podemos representar como resultado de la observación directa, y entrevistas realizadas a odontólogos de los mismos consultorios y encargados en algunos de ellos, el tiempo de servicio que tienen actualmente los consultorios privados del municipio Páez y su relevancia con relación a la necesidad del objetivo de la investigación.

También es importante destacar, que de los cinco centros odontológicos, cuatro de ellos son atendidos por odontólogos originarios de la zona, una vez realizados sus estudios en Universidades foráneas, regresaron y formaron su propio negocio de emprendimiento.

### 5.1.2. Honorarios mínimos establecidos en la zona.

El establecimiento de honorarios mínimos profesionales está regido por lo establecido en el Colegio de Odontólogos al cual esté suscrito, esto, de acuerdo a región. En este caso, se ajustan a los montos establecidos por el Colegio de Odontólogos del Estado Carabobo.

**Tabla 10: Honorarios mínimos profesionales-Colegio Odontólogos Estado Carabobo**

Honorario profesional	Monto mínimo(Bs)	Descripción
Consulta general	8000,00	Establecer Diagnostico y plan de tratamiento
Consulta Especialista	10.000,00	Examinado por un Especialista de un área específica
Consulta Emergencias	14.000,00	Examinado, diagnóstico y plan de tratamiento (no incluye tratamiento)
Resinas Fotocuradas Clase I	30.000,00	Restauración en sup oclusales, fosas y fisuras de dientes posteriores y cingulo en dientes anteriores.
Resinas Fotocuradas Clase II	35.000,00	Restauración en superficies proximales de dientes posteriores
Resinas Fotocuradas Clase III	38.000,00	Restauraciones en superficie proximal de dientes anteriores
Resinas Fotocuradas Clase IV	35.000,00	Restauraciones en superficie próximo-incisal de dientes anteriores
Resinas Fotocuradas Clase V	25.000,00	Restauraciones en superficie cervicales de todos los dientes
Resinas Fotocuradas Mesial, Oclusal y Distal	50.000,00	Restauraciones en superficies mesiales, oclusal y distal de los dientes posteriores
Resinas Fotocuradas con base ionomérica (dependiendo la clasificación anterior) adicionar	10000	Restauración con protector dentino pulpar (Ionometro)
Inonometro de vidrio restaurador	39000	Restauración con Ionometro de vidrio
Amalgamas Clase I	25000	Restauración con amalgama en sup oclusales, fosas y fisuras de dientes posteriores y cingulo en dientes anteriores
Amalgamas Clase II	30000	Restauración con amalgama en superficies proximales de dientes posteriores
Exodoncia Temporario	25000	Extracción de diente temporario (cualquier diente)
Exodoncia Permanente	30000	Extracción simple de dientes permanentes
Extracción de 3eros molares semi incluidos	35000	Extracción de dificultad media en 3eros molares
Extracción de 3eros molares incluidos	45000	Extracción de dificultad alta de 3eros molares
Pulpotomia	60000	Tratamiento de conducto en dientes temporarios (solo se realiza remoción de tejido de la cámara pulpar)
Cirugía de tejidos blandos	50000	Cirugia que involucre tejidos blandos ( mucosa bucal, piso de boca, frenillos labiales o lingual)
Toma de biopsia para estudio Histopatológico	30000	Excision quirúrgica de tejido para evaluación histopatológica (no involucra el estudio, solo es el procedimiento quirúrgico)
Sellantes de puntos y fisuras	30000	Sellantes en fosas y fisuras profundas y retentivas.
RX periapicales	6000	Radiografías periapicales ( adulto o niño)
Toma de impresiones	12000	Toma de impresión con alginato o silicona.
Elaboración de Informe Odontológico	8000	Informe Odontologico con descripción del plan de tratamiento o tratamiento ya realizado

Honorario profesional	Monto mínimo(Bs)	Descripción
Carilla directa en resina fotocurada	60000	Restauracion estética en dientes anteriores de una sola cita
Emergencia Endodontica Mono Multiradicular	45000	Tratamiento endodontico con urgencia (dolor, absceso agudo, inflamación) en diente de un solo conducto
Emergencia Endodontica Mono radicular	80000	Tratamiento endodontico con dolor, absceso agudo, crónico o inflamación en diente que posean dos conductos
Emergencia Endodontica Mono Biradicular	90000	Tratamiento endodontico con dolor absceso agudo, crónico, inflamación en diente que posean tres o más conductos
Profilaxis más flúor – niños	35000	Método preventivo para evita el desarrollo de caries que incluye la profilaxis o limpieza general más tipificación de fluor en gel
Profilaxis más flúor – adultos	30000	Método preventivo para evita el desarrollo de caries que incluye la profilaxis o limpieza general más tipificación de flúor en gel
Tartrectomia simple	50000	Raspado y alisado Supragingival
Tartrectomia compleja	70000	Raspado y alisado Subgingival.

**Fuente: Investigación de campo. Febrero 2017**

### 5.1.3. Características cuantitativas: Honorarios profesionales de los consultorios de la zona:

En el recorrido realizado por la ciudad de Rio Chico, específicamente en el municipio Páez, identificamos los honorarios profesionales establecido en cada uno de los centros odontológicos, descritos en la Tabla 8. En el mismo se detallan según el listado de servicios establecido por el Colegio de Odontólogos del Estado Carabobo:

**Tabla 11: Listado de honorarios profesionales Consultorios municipio Páez**

LISTADO SEGÚN CONSULTORIOS DE LA ZONA (Bs)					
Descripción	1	2	3	4	5
Consulta general	4000	9000			8000
Consulta Especialista			9000		
Consulta Emergencias	4000			15000	
Resinas Clase I a la Clase V	6500	10000	22000	20000	20000
Amalgamas Clase I a Clase III	6500	8000	20000	20000	15000
Exodoncia Temporario	8000	10000	25000	22000	20000
Exodoncia Permanente	8500	10000	25000	25000	20000
Extracción de 3eros molares semi incluidos	9000	10000	30000	30000	25000
Extracción de 3eros molares incluidos	9000	10000	25000	30000	25000
Endodoncia-Pulpotomia-Tratamiento de Conducto.	15000		50000		20000
Toma de biopsia para estudio Histopatológico			10000		8000
Sellantes de puntos y fisuras	8000	8000	20000	15000	20000
RX periapicales		5000	10000		
Toma de impresiones		8000	10000		10000
Elaboración de Informe Odontológico	4000				

Carilla directa en resina fotocurada					
Profilaxis más flúor – niños	5000	10000	14000	10000	15000
Profilaxis más flúor – adultos	5500	10000	18000	15000	15000
Tartrectomia simple	8000	12000	30000	35000	30000
Tartrectomia compleja	9000	15000	40000	42000	35000
Ortopedia bucal maxilofacial			150000		
Ortodoncia			250000		

**Fuente: Investigación de campo**

**NOTA:**

Los costos reflejados fueron realizados como un ejercicio académico febrero-marzo 2017

## **5.2. Identificación de la necesidad de un consultorio para la realización de prácticas como complemento en la formación profesional del odontólogo.**

Para dar respuesta a este objetivo, el investigador incorporó en el instrumento de recolección de datos dos preguntas a través de las cuales se logró identificar esta necesidad. En el proceso de aplicación del instrumento utilizando la teoría de muestro no probabilista, casual, nos encontramos con segmentos de clientes de diferentes edades, tal como se muestra:

**Tabla 12: Segmentos de Clientes por edad**

<b>15. Edad</b>	<b>Totales</b>
a) Menor de 20 años__	0
b) Entre 21 y 30 años__	70
c) Entre 31 y 40 años__	0
d) Entre 41 y 50 años__	20
e) Entre 51 y 60 años__	10

Del 100% de transeúntes encuestado, 70% corresponde a población joven, los 20% jóvenes adultos y los 10% catalogados adultos de tercera edad.

**Otras de las preguntas que apalancan esta necesidad, está fundamentada en las siguientes preguntas:**

**12.- Estaría usted de acuerdo en ser atendido por un estudiante de odontología asesorado por su odontólogo?**

**Tabla 13: Ser atendido por un estudiante de odontología**

<b>Respuestas</b>	<b>Totales</b>
a) SI	70
b) NO	30

Del 100% de la muestra, el 70% estaría de acuerdo en ser atendido por un estudiante de odontología, asesorado por el odontólogo. Esto demuestra la apertura de los futuros clientes del Consultorio objeto de estudio en poder planificar, organizar, las actividades claves en materia de control de este proceso interno en su gestión.

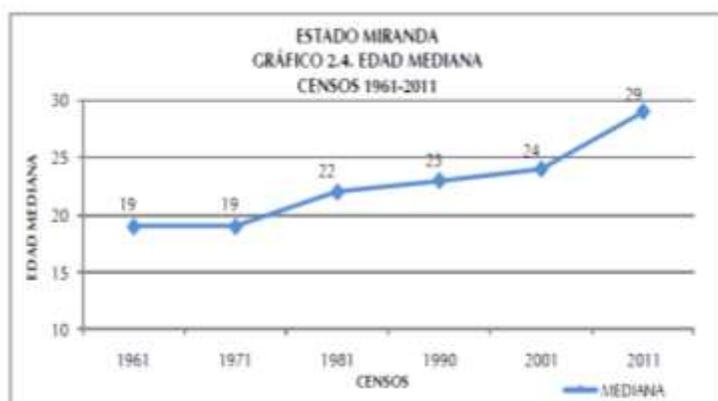
**13.- Qué tan de acuerdo estaría usted en que su consultorio odontológico permita que los estudiantes de odontología realicen sus práctica como complemento a su conocimiento?**

**Tabla 14: Permite a estudiantes realizar prácticas en su consultorio**

<b>Respuesta</b>	<b>Totales</b>	<b>Rango de edad</b>
a) Totalmente de acuerdo	50	De 21 a 30 años
b) Muy de acuerdo	0	0
c) De acuerdo	20	De 41 a 50 años
d) En desacuerdo	0	0
e) Totalmente en desacuerdo	30	De 51 a 60 años

Es relevante el 30% identificado en la muestra obtenida para adultos de la tercera edad y sexo masculino. En el levantamiento con el contacto directo, para los casos en los cuales nos dieron esta respuesta, consideraban de forma tajante que prefieren que estos estudiantes maduren sus conocimientos antes, para aceptar ser atendidos por estos. En este mismo contacto re direccionamos la pregunta: **Si es una emergencia?** Igualmente respondieron que saldrían corriendo para otro sitio.

Revisando las estadísticas sobre la cantidad de jóvenes totalmente de acuerdo y el rango de edad & la cantidad de Adultos, totalmente en desacuerdo, se verifica lo siguiente: Según las estadísticas del Censo 2011, es considerado el estado Miranda una población mayoritariamente joven, que llega a una edad mediana de 29 años para 2011, tendencia que queda claramente demostrada en el Gráfico 2.4., cuando en 1971, la curva que representa la mediana comienza su crecimiento debido al sostenido descenso de la fecundidad, alcanzando los 19 años para ese censo, edad a la cual la población queda dividida en una mitad más joven y la otra de más edad.



**Gráfico 2: Estado Miranda-Edad Mediana censo 1961-2011**

Se puede deducir que la población totalmente en desacuerdo, no termina siendo relevante por ser considerada de menor cantidad. Situación que no afecta el objetivo principal de la investigación.

### **5.3. Visualización de la propuesta**

Dando respuesta al objetivo de la investigación: Visualizar la propuesta de un plan de negocio para el establecimiento de un consultorio odontológico en la ciudad de Rio Chico, se presenta la siguiente propuesta: Tomando en cuenta que un plan de negocio no tiene un estructura estándar, pero si debe cumplir con los elementos claves que permitan establecer la guía de acción para el logro del objetivo. Utilizando el modelo de negocios canvas, se plantea el siguiente escenario, de acuerdo a los bloques del modelo:

1. Los segmentos de clientes.
2. La propuesta de Valor.
3. Los canales de distribución y comunicación.
4. Las relaciones con los clientes.
5. Las fuentes de ingreso.
6. Los recursos clave.
7. Las actividades clave.
8. La red de aliados y
9. La estructura de costos.

**Figura 9: Canvas-Modelo de Negocio para el Consultorio odontológico**

Consultorio Odontológico

<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar profesionales graduados</li> <li>Consultoría privada</li> <li>Empresar y Negociando</li> <li>Intercambios privados</li> <li>Que abran la carrera de odontología</li> <li>Intercambios privados</li> <li>Que abran la carrera de odontología</li> <li>Fases finales</li> <li>Que abran los negocios, actividades, acciones</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación de centros</li> <li>Elaboración de centros, instalaciones, equipamiento</li> <li>Permisos</li> <li>Tratamiento y preparación de profesionales que abran a la vida profesional, negocios, acciones</li> <li>Intervención</li> <li>Creación de actividades (dentista de familia) y acciones</li> <li>Profesional</li> <li>Soluciones problemas de negocios dentistas privados y centros</li> <li>Industria</li> <li>Tratamiento de personas</li> <li>Regulación y clasificación de centros</li> <li>Según la edad</li> <li>Centros</li> <li>Materiales e insumos</li> <li>Formas de financiamiento</li> <li>Manejo de elabores de acciones dentales</li> <li>Regulación de personal</li> <li>Profesionales</li> <li>Administración</li> <li>Personal</li> <li>Administrativo</li> <li>Nacional de Marketing</li> <li>Administración de organizaciones</li> <li>Asistencia e integración de centros, actividades a nivel de formación y de materiales</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Crear el Centro de trabajo dentista, que genere un punto abran la carrera de odontología</li> <li>Materiales en Materia</li> <li>Crear el Centro dentista y acciones dentales y acciones y los de los otros consultorios de la zona</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Crear los centros de acción</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>
<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>
<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>
<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>	<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o contratar centros para abran para sus tratamientos</li> <li>Formación profesional</li> <li>Oficiar o los servicios de la Edición de acciones de odontología le abran y centros para</li> <li>Profesional</li> <li>Formación profesional</li> <li>Crear centros y realizar acciones con asistencia profesional</li> </ul>

A continuación el desglose de cada bloque visualizado para el consultorio odontológico:

### 1. Segmentos de clientes

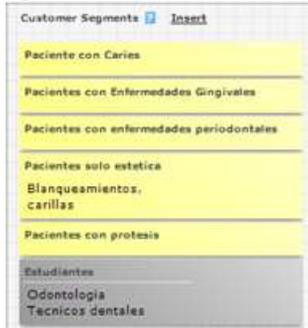


Figure 10: Segmentos de clientes

- Paciente con Caries
- Pacientes con Enfermedades Gingivales
- Pacientes con enfermedades periodontales
- Pacientes solo estéticas
- Blanqueamientos, carillas
- Pacientes con prótesis
- Estudiantes de Odontología,
- Técnicos dentales

### 2. Propuesta de valor



Figure 11: Propuesta de Valor

- Calidad de Servicio  
Ofrecer al Cliente un trabajo duradero, con esmero que permita obtener la confianza en nuestros servicios
- Mejores Costos del Mercado  
Ofrecer al Cliente trabajos a costos razonables y menores a los de los otros consultorios de la zona
- Atención personalizada  
Ofrecer a nuestros clientes tiempo para ellos para sus tratamientos
- Formación estratégica  
Ofrecer a los estudiantes desde 2do. Año de estudios de odontología la entrada a consultas para fortalecer conocimientos, visualizar casos y realizar prácticas con asistencia profesional,

### 3. Canales de distribución y comunicación



Figure 12: Canales de Distribución y Comunicación

- Publicidad en carteles  
En las zonas aledañas a la ubicación del consultorio
- Guías Médicas  
Directorio de empresas de servicios
- Recomendación  
Por pacientes
- Publicidad en Universidades  
Ofreciendo las prácticas
- Publicidad en casas dentales

- Promover el servicio y estrategia

#### 4. Relaciones con clientes

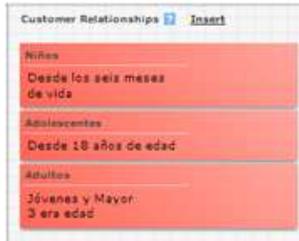


Figure 13: Relaciones con Clientes

- Niños  
Desde los seis meses de vida
- Adolescentes  
Desde 18 años de edad
- Adultos  
Jóvenes y Mayor 3 era edad

#### 5. Flujos de ingresos



Figure 14: Flujo de Ingresos

- Diagnóstico del paciente  
Identificación de patologías  
Tratamientos según patologías
- Cobros de controles/seguimientos  
Financiamientos de prótesis  
Financiamiento de ortodoncias  
Financiamientos especiales
- Beneficios a pacientes que presentan diversas patológicas-saneamientos generales
- Ingresos por prácticas:  
Asignación de cuotas a estudiantes de acuerdo a la necesidad del conocimiento: - Observar el manejo con paciente - Observar tratamientos específicos - realizar profilaxis (limpiezas) y tartrectomias (eliminación de cálculos)

#### 6. Recursos claves



Figure 15: Recursos Claves

- Profesionales odontólogos  
Su nivel de conocimiento experticia, experiencia
- Equipo  
Unidad dental
- Instrumentos  
Herramientas de trabajo
- Materiales de Bioseguridad
- Descartables (guantes, batas, tapa boca, caretas, lentes de seguridad)

## 7. Las actividades claves.

Key Activities
<b>Operatoria</b> Eliminación de caries, restauraciones defectuosas
<b>Periodoncia</b> Tratamiento y prevención de enfermedades que afectan a la encía, ligamentos, huesos.
<b>Ortodoncia</b> Corrección de maloclusión (defectos de mordidas) y estética
<b>Prótesis</b> Solucionar problemas de ausencias dentarias parciales o totales
<b>Endodoncia</b> Tratamiento de conductos
<b>Registro y Clasificación de pacientes</b> Según la edad
<b>Compras</b> Materiales e insumos
<b>Control de Desechos</b> Manejo de eliminación de desechos biológicos
<b>Captación de personal</b> Profesionales odontólogos Personal asistente Personal Administrativo Personal de Mantenimiento
<b>Actualización de conocimientos</b> Asistencia a congresos, charlas, innovaciones a nivel de formación y de materiales

Figure 16: Actividades Claves

- Operatoria
- Eliminación de caries, restauraciones defectuosas
- Periodoncia
- Tratamiento y prevención de enfermedades que afectan a la encía, ligamentos, huesos,
- Ortodoncia
- Corrección de maloclusión (defectos de mordidas) y estética
- Prótesis
- Solucionar problemas de ausencias dentarias parciales o totales
- Endodoncia
- Tratamiento de conductos
- Registro y Clasificación de pacientes
- Según la edad
- Compras
- Materiales e insumos
- Control de Desechos
- Manejo de eliminación de desechos biológicos
- Captación de personal
- Profesionales odontólogos
- Personal asistente
- Personal Administrativo
- Personal de Mantenimiento
- Actualización de conocimientos
- Asistencia a congresos, charlas, innovaciones a nivel de formación y de materiales

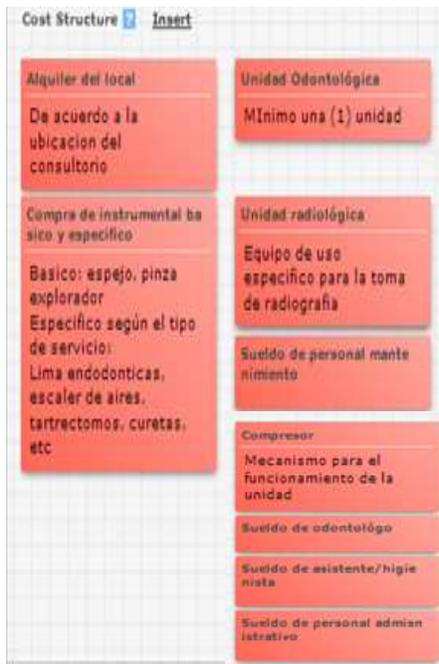
## 8. La red de aliados/ Socios claves

Key Partners
<b>Odontólogos profesionales</b> Profesionales graduados
<b>Consultorios privados</b> Empresas ya funcionando
<b>Universidades publicas</b> Que ofrecen la carrera de odontología
<b>Universidades privadas</b> Que ofrecen la carrera de odontología
<b>Casas Dentales</b> Que ofrecen los insumos, materiales, equipos.

Figure 17: Socios Claves

- Odontólogos profesionales
- Profesionales graduados
- Consultorios privados
- Empresas ya funcionando
- Universidades públicas
- Que ofrecen la carrera de odontología
- Universidades privadas
- Que ofrecen la carrera de odontología
- Casas Dentales
- Que ofrecen los insumos, materiales, equipos.

## 9. Estructura de costos



- Alquiler del local  
De acuerdo a la ubicación del consultorio
- Unidad Odontológica  
Mínimo una (1) unidad
- Compresor  
Mecanismo para el funcionamiento de la unidad
- Compra de instrumental básico y específico  
Básico: espejo, pinza explorador Específico según el tipo de servicio: Lima endodóncas, escaler de aires, tartrectomos, curetas, etc
- Unidad radiológica  
Equipo de uso específico para la toma de radiografía
- Sueldo de odontólogo
- Sueldo de asistente/higienista
- Sueldo de personal mantenimiento
- Sueldo de personal administrativo
- Asignación sueldo outsourcing

Figure 18: Estructura de Costos

## 10. Brainstorming Space –Lluvia de ideas



- Paquetes de trabajo  
Ofrecimiento de trabajos según tipos de patologías y combinaciones para otorgar descuentos a los pacientes
- Cuotas por observaciones de prácticas
- Cobros a los estudiantes interesados para asistir y observar los trabajos realizados a pacientes
- Temporarios  
Asignados a estudiantes para asistir al profesional odontólogos en la consulta, sin costo

Figure 19: Brainstorming Space

## Misión – Visión - Valores del Consultorio Odontológico

Desde el punto de vista organizacional y estratégico, se formula la misión, visión y valores con los cuales se llevará a cabo la operatividad empresarial del consultorio.

### MISIÓN

- Responder a las necesidades sociales de salud y convertirnos en el consultorio dental referente, en cuanto a calidad y confianza por parte de nuestros pacientes y proveedores. Nos preocupamos por crear un lugar donde el buen ambiente, la profesionalidad y la estabilidad lo caractericen

### VISIÓN

- Mejorar la calidad de vida de nuestros pacientes, poniendo a su disposición servicios de la máxima calidad a precios razonables, gestionar el negocio de manera que cree valor como empresa, y para la ciudad.

### VALORES

- **Pasión:** Dedicación y compromiso pleno, poniendo siempre alma y corazón al trabajo.
- **Calidad:** Servir a nuestros pacientes con el máximo rigor sin poner nunca en riesgo la seguridad en materia de salud, buscando siempre la mejora continua hacia la excelencia como forma de trabajar.
- **Responsabilidad:** Rendir cuentas. Compromiso profundo con la ética y la honestidad, así como con el cumplimiento de las leyes.
- **Talento:** Actuar con rapidez y sin errores. Realizar las mismas actividades que otros, pero mejor que la mayoría.
- **Integridad:** Ser transparentes, basar las relaciones personales en la confianza y en el respeto mutuo.

## Ubicación

Se están considerando dos sitios en donde observan facilidad de acceso y condiciones físicas adecuadas para este tipo de negocio:



**Figura 20: Opciones de Ubicación del Consultorio odontológico**

**Fuente:** Google Earth

De acuerdo al levantamiento realizado, encontramos los siguientes costos en cuenta a la ubicación:

**Tabla 15: Cuadro comparativo de locales-ubicación consultorio**

Locales disponibles en la zona	Consideraciones- Características	Costo(Bs)
Centro Comercial Ranieri, local Nro 42,	1. Cuenta con un nivel superior adaptable para el almacenamiento, ubicación del cuarto de bomba y un área de desechos biológicos de práctico uso. 60 metros cuadrados.	400 mil mensuales por alquiler
C.C. Ángeles Plaza, ubicado cerca de la redoma de la Virgen de las Mercedes	2. Ubicación céntrica, local Nro.-B2 ubicado en un primer piso de un solo nivel, adaptable a la distribución de espacios para almacenamiento, ubicación del cuarto de bomba, equipo de RX para panorámica y manejo de desechos biológicos. 70 metros cuadrados. Contrato indeterminado, variable ajustado según la inflación. Dueño de unos de los socios del proyecto.	40 mil mensual por alquiler

**Fuente:** Investigación de campo Febrero-Marzo 2017

El consultorio será instalado en la segunda opción según tabla Nro. 15, anexa.

## Servicios:

Una vez realizado el diagnóstico y conocido los consultorios existentes en la zona, los servicios que prestará el consultorio se describen a continuación:

**Tabla 16: Servicios y honorarios profesionales del consultorio - propuesta**

Servicio profesional	Monto a cobrar (Bs)	Descripción y propuesta de interés
Consulta general	8000,00	Establecer Diagnostico y plan de tratamiento.
Consulta Emergencias	14.000,00	Examinado, diagnóstico y plan de tratamiento (no incluye tratamiento)
Resinas Fotocuradas Clase I,II,III,IV	30.000,00	Restauración en sup oclusales, fosas y fisuras de dientes posteriores y cingulo en dientes anteriores. Restauración en superficies proximales de dientes posteriores Restauraciones en superficie proximal de dientes anteriores Restauraciones en superficie próximo-incisal de dientes anteriores Restauraciones en superficie cervicales de todos los dientes.  ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Resinas Fotocuradas MOD	50.000,00	Restauraciones en superficies mesiales, oclusal y distal de los dientes posteriores.  ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Resinas Fotocuradas con base ionomérica (dependiendo la clasificacion anterior) adicionar	10000	Restauración con protector dentino pulpar (Ionometro) ✓ Nuevo servicio para la zona
Inonomero de vidrio restaurador	39000	Restauración con Ionometro de vidrio. ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar ✓ Nuevo servicio para la zona
Amalgamas Clase I, II	25000	Restauración con amalgama en sup oclusales, fosas y fisuras de dientes posteriores y cingulo en dientes anteriores Restauración con amalgama en superficies proximales de dientes posteriores ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Exodoncia Permanente y temporario	30000	Extracción simple de dientes permanentes Extracción de diente temporario (cualquier diente) ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Extracción de 3eros molares semi incluidos	35000	Extracción de dificultad media en 3eros molares  ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar

Extracción de 3erows molares incluidos	45000	Extracción de dificultad alta de 3eros molares ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Pulpotomia	60000	Tratamiento de conducto en dientes temporarios (solo se realiza remoción de tejido de la cámara pulpar) ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
<b>Servicio profesional</b>	<b>Monto a cobrar (Bs)</b>	<b>Descripción y propuesta de interés</b>
Cirugía de tejidos blandos	50000	Cirugía que involucre tejidos blandos ( mucosa bucal, piso de boca, frenillos labiales o lingual)
Toma de biopsia para estudio Histopatológico	30000	Exicision quirúrgica de tejido para evaluación histopatológica (no involucra el estudio, solo es el procedimiento quirúrgico) ✓ Nuevo servicio para la zona
Sellantes de puntos y fisuras	30000	Sellantes en fosas y fisuras profundas y retentivas. ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
RX periapicales	6000	Radiografías periapicales ( adulto o niño) ✓ Una alternativa más para la zona, evitando que tengan que ir a zonas foráneas
Toma de impresiones	12000	Toma de impresión con alginato o silicona. ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Elaboración de Informe Odontológico		Informe Odontológico con descripción del plan de tratamiento o tratamiento ya realizado ✓ Sin costo
Carilla directa en resina fotocurada	60000	Restauración estética en dientes anteriores de una sola cita ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Emergencia Endodontica Mono Multiradicular	45000	Tratamiento endodontico con urgencia (dolor, absceso agudo, inflamación) en diente de un solo conducto ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Emergencia Endodontica Mono radicular	80000	Tratamiento endodontico con dolor, absceso agudo, crónico o inflamación en diente que posean dos conductos ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar

Emergencia Endodóntica Mono Biradicular	90000	Tratamiento endodóntico con dolor absceso agudo, crónico, inflamación en diente que posean tres o más conductos  ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Profilaxis más flúor – niños	35000	Método preventivo para evitar el desarrollo de caries que incluye la profilaxis o limpieza general más topificación de flúor en gel  ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Profilaxis más flúor – adultos	30000	Método preventivo para evitar el desarrollo de caries que incluye la profilaxis o limpieza general más topificación de flúor en gel  ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Tartrectomía simple	50000	Raspado y alisado Supragingival  ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar
Tartrectomía compleja	70000	Raspado y alisado Subgingival.  ✓ El paciente puede cancelar por partes de acuerdo a las sesiones a tratar

**Fuente:** Investigación de campo Febrero-Marzo 2017

### **Características y Distribución física del consultorio:**

**Color:** Verde manzana con decoraciones de animales

**Sala de Espera:** 6 sillas con televisor y área recreativa para niños con cuentos, sillitas para pintar, alfombra de goma espuma.

**Recepción:** ubicado en la misma sala de espera con mesón ovalado y archivadores

**Consultorio 1:** Sala que tenga un escritorio con computadora, camilla, peso. (Área para realizar triaje general)

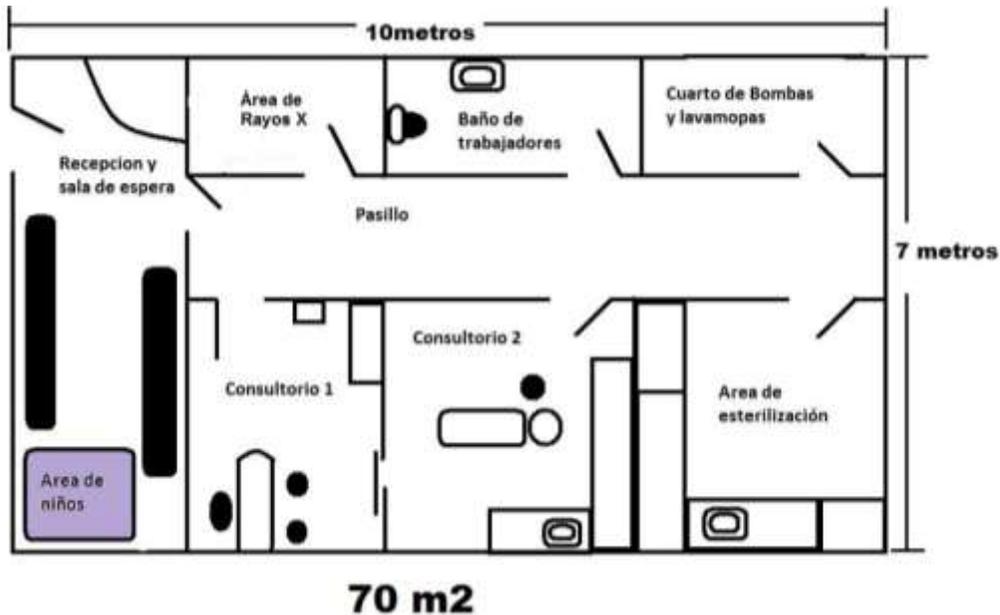
**Consultorio 2:** área odontológica que posea una silla odontológica con un mesón largo que tenga lavamanos, gavetas extensibles hasta un metro y medio. El sillón debe estar ubicado paralelo a las gavetas.

**Área de esterilización:** Fregador, con muebles tipo biblioteca cerrada que sirva de almacenamiento de materiales descartables, otro gavetero donde esté ubicado los instrumentales ya estériles, autoclave u horno empotrado.

**Cuarto de bomba:** que estén las bombas de succión, agua y área de limpieza.

**Cuarto de RX:** para la instalación del equipo y servicio al paciente

**Baño:** Para el uso del personal del consultorio odontológico. El Centro Comercial tiene disposición de baños.

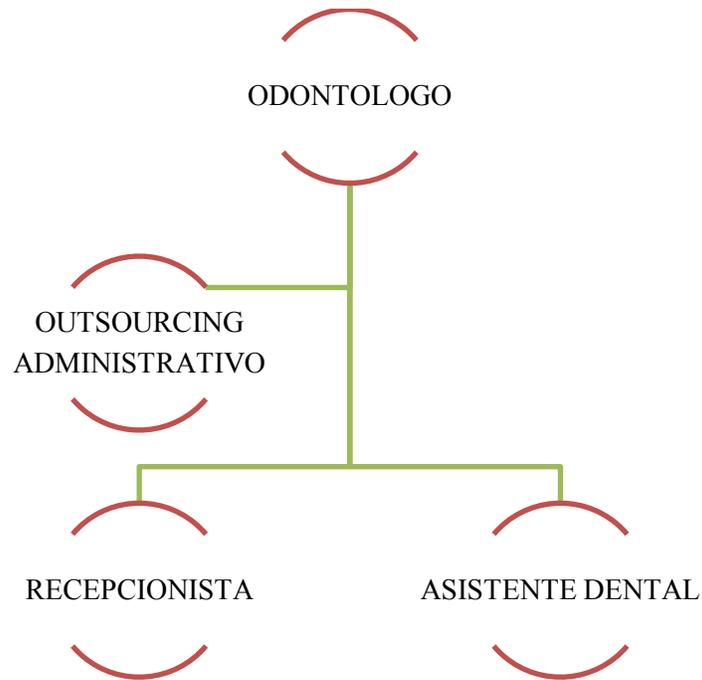


**Figura 21: Plano del Consultorio odontológico**

**Fuente: Elaboración propia**

### **Aspecto laboral**

Esperan contar con el odontólogo principal, encargado de realizar el enlace con los socios claves, control de los acuerdos con los estudiantes del área para coordinar su asistencia a las prácticas, Asistente dental y recepcionista con habilidades para el control y registro de pacientes y estudiantes interesados en las prácticas. Desde el punto de vista de empresa contarán con una empresa outsourcing asesora de impuestos y tramites gubernamentales y administrativos.



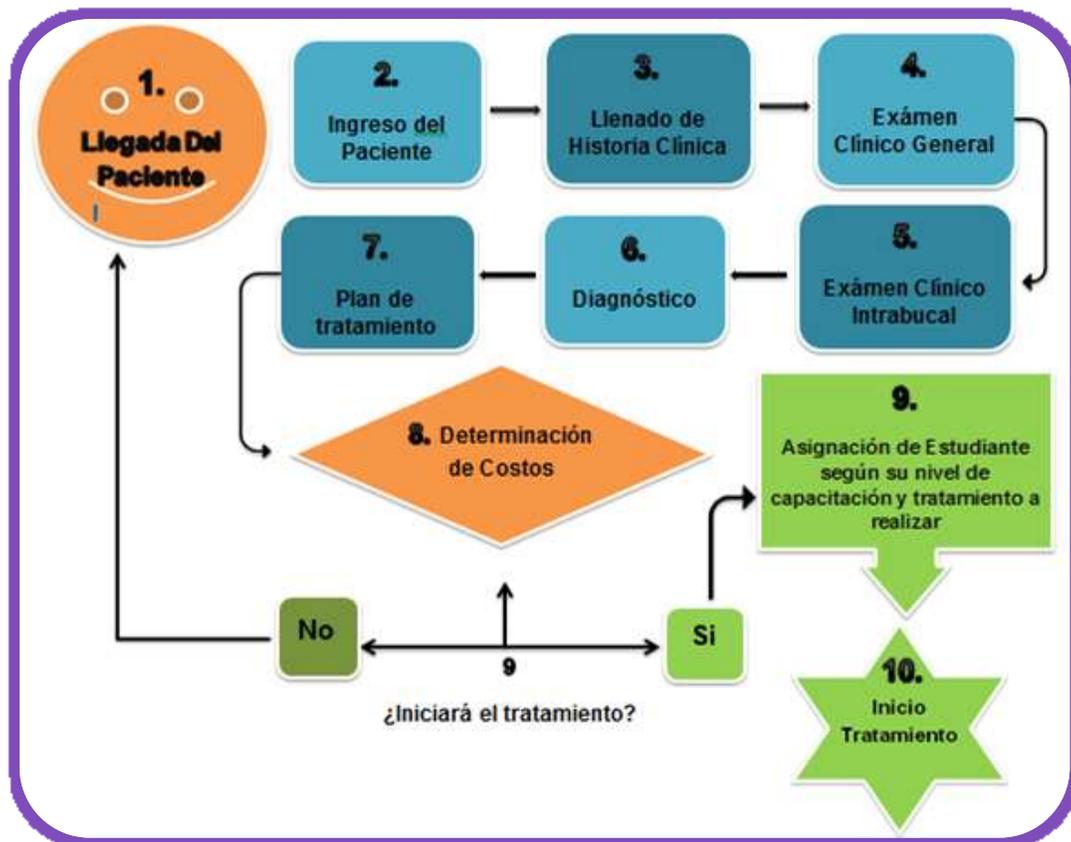
**Figure 22: Estructura organizativa inicial Consultorio Odontológico**

**Fuente: Elaboración propia**

### **Aspecto Operativo**

El consultorio contará con un área de atención al paciente desde la cual se obtendrá el primer diagnóstico preliminar, mediante el llenado de la Planilla “Historia Clínica” se manejará el Plan de Tratamiento. La atención será por previa cita, a través de la cual coordinaremos el trabajo de la odontólogo con el asistente /estudiante según el tratamiento integral adaptado al diagnóstico. En cuanto a las habilidades y capacidades del personal, éstas entran en lo que podría catalogarse: responsabilidad, compromiso, honestidad, trabajo en equipo.

En la siguiente figura puede observarse el flujograma general de procesos operativos con el cual estará funcionando el consultorio:



**Figure 23: Flujograma proceso general Consultorio odontológico Propuesto**

**Con respecto al número de cita se planifica:**

- a) el horario de trabajo,
- b) la coordinación con el odontólogo y asistente/estudiante para su práctica,
- c) la disponibilidad de los materiales.

**Con respecto a la Materias primas, mobiliario, equipos e inventarios:**

Evaluaran proveedores ubicados en la Ciudad y en Ciudades aledañas para realizar negociaciones de abastecimiento. Así como otros proveedores ubicados en las Ciudades de Caracas y Valencia, tales como:

- Magic Dental: ubicado en Av. Bolívar Norte Sector las Acacias Torre Leonardo Da Vinci Piso 2 Ofic 2-5. Valencia  
Teléfono: 0241 6186149 / 6186152 / 8257213

- Dentales 2000: Av. Bolivar Norte C.C. Galeria Los Sauces PB Local A y B, Valencia Edo. Carabobo +58 241 8225255
- Boadent: Final Av. Universidad C.C. Del Norte, P.B. Local 14, Bárbula **Valencia** - Carabobo, Venezuela
- Distribuidora Artident: Centro comercial Castillejo piso 3 local N101. Guatire nro telf: 02123449003
- Medsal dental: Carabobo, Naguanagua, Cl. Bolivar, Edificio Nro 191-177, Nivel PB, Local 6, Sector Casco Central medsal dental@hotmail.com  
**0241-8662486 / 0412-5074872 / 0412-0417670**
- Distribuidora Dental Mansua: (0212)334.9410 (0212)381.1097 (0414)316.0029 (0412)021.6423. Urb/Sector: Casco Central. Av. Intercomunal Guarenas-Guatire, C.C. Oasis Center, Piso 1, Local 14, Casco Central, Guatire
- Corporación Doral Dent: Av. Bolívar Norte C.C. Viñedo Plaza, Piso 1, Local L-26, El Viñedo **Valencia** - Carabobo, Venezuela

## **Costos incurridos para el establecimiento del consultorio odontológico**

### **a) Personal:**

Para iniciar con el Consultorio contaremos con una estructura fija de una recepcionista, con un salario mínimo, un asistente dental, función que estará siendo prestada por la coordinación de estudiantes del área de odontología interesados en conocer de cerca el manejo de un consultorio, del interés de realizar prácticas de acuerdo a su nivel de estudios, contados a partir del segundo año de odontología. Este recurso no tendrá un ingreso, sino, que su pago será retribuido por la preparación, conocimiento que percibirá con la asistencia de cada paciente recibido y tratado por el odontólogo. Contaremos

con un odontólogo fijo, graduado, quien percibirá sus ingresos en base a un 30% del total de lo ingresado por cada trabajo realizado. Manejaremos un asesor administrativo, contratado, asignado un salario mensual fijo por el primer año de trabajo.

**Tabla 17: Información salario mensual**

<b>Información Salario-Mensual</b>	
Odontólogo: 30% ingreso mensual	200,000.00
Recepcionista	40,638.00
Asistente	40,638.00
Asesor Administrativo	30,000.00
<b>Por salarios</b>	<b>311,276.00</b>

**FUENTE:** Costos asociados basados en la Legislación vigente

**Los ingresos se determinarán como sigue:**

Se establecerá un monto fijo en la primera consulta que incluye el diagnóstico y plan de tratamiento. El medio de pago, a través del acuerdo con el paciente y en función del plan de tratamiento. De iniciar el plan de tratamiento de forma inmediata se otorga el beneficio de excluir el monto de la consulta. Se considerará una cuota por uso de materiales para los estudiantes que realicen prácticas, adaptada a un acuerdo con los estudiantes.

**Los egresos podrán estimarse como sigue:**

Mensualmente de realizará una provisión de:

- a) Salarios para el pago al personal odontólogo, secretaria, asistente.
- b) Mantenimiento de equipos: bomba de succión, aire acondicionado, equipo de rayos X adaptado a la unidad odontológica,
- c) Contingencias,
- d) Abastecimiento y control de inventario para material descartable

## b) Estimado de Costos de Clase V

El proyecto es estimado mediante el tipo de costo de clase V, basado en criterios conceptuales en cuanto a ubicación, capacidad, información preliminar de materiales, equipos e insumos requeridos para su visualización, como se muestra en las tablas siguientes:

**Tabla 18: Estimado Costo de Clase V**

<b>Elementos de costos</b>	<b>MM Bs</b>	<b>MM USD</b>	<b>Total MM Bs. USD=4000 bs</b>
Alquiler del local Opción: C.C. Los Angeles, ubicado cerca de la redoma de la Virgen de las Mercedes, lugar céntrico, local Nro.-B2. 70 metros cuadrados	40,000.00	10.00	400,000.00
Estimación de costos por remodelación y acondicionamiento	3,000,000.00	750.00	2,250,000,000.00
Unidad de trabajo	4,000,000.00	1,000.00	4,000,000,000.00
Rayos X	2,000,000.00	500.00	1,000,000,000.00
Servicios honorarios profesionales	2,000,000.00	500.00	1,000,000,000.00
Instrumental del consultorio dental	13,000,000.00	3,250.00	42,250,000,000.00
Material del consultorio dental	3,754,600.00	938.65	3,524,255,290.00
Mobiliario del consultorio dental	10,000,000.00	2,500.00	25,000,000,000.00
Salarios , incorporando el 30% por ingreso mensual Odontólogo	400,000.00	100.00	40,000,000.00
<b>Total--&gt;</b>	<b>38,194,600.00</b>	<b>9,548.65</b>	<b>79,064,655,290.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

**NOTA:** Los costos reflejados fueron realizados como un ejercicio académico, febrero-marzo 2017

**Tabla 19: Capacidad de atención propuesta**

<b>Servicio profesional</b>	<b>Monto por servicio</b>	<b>Cantidad de pacientes diarias</b>	<b>Total Ingreso Diario</b>	<b>Total ingreso mensual</b>
Consulta general	8,000.00	10	80,000.00	320,000.00
Consulta Emergencias	14,000.00	4	56,000.00	224,000.00
Resinas Fotocuradas Clase I,II,III,IV	30,000.00	5	150,000.00	600,000.00
Resinas Fotocuradas Mesial Oclusial y Distal	50,000.00	5	250,000.00	1,000,000.00
Inonomero de vidrio restaurador	39,000.00	1	39,000.00	156,000.00
Amagamas Clase I y II	25,000.00	5	125,000.00	500,000.00
Exodoncia Permanente y temporario	30,000.00	5	150,000.00	600,000.00
Extracción de 3eros molares semi incluidos	35,000.00	2	70,000.00	280,000.00
Extracción de 3eros molares incluidos	45,000.00	2	90,000.00	360,000.00
Pulpotomia	60,000.00	1	60,000.00	240,000.00
Cirugía de tejidos blandos	50,000.00	1	50,000.00	200,000.00
Toma de biopsia para estudio Histopatológico	30,000.00	1	30,000.00	120,000.00
Sellantes de puntos y fisuras	30,000.00	1	30,000.00	120,000.00
RX periapicales	6,000.00	3	18,000.00	72,000.00
Toma de impresiones	12,000.00	1	12,000.00	48,000.00
Elaboración de Informe Odontológico	0.00	1	0.00	0.00
Carilla directa en resina fotocurada	60,000.00	1	60,000.00	240,000.00
Emergencia Endodontica Mono Multiradicular	45,000.00	1	45,000.00	180,000.00
Emergencia Endodontica Mono radicular	80,000.00	1	80,000.00	320,000.00
Emergencia Endodontica Mono Biradicular	90,000.00	1	90,000.00	360,000.00
Profilaxis más flúor – niños	35,000.00	5	175,000.00	700,000.00
Profilaxis más flúor – adultos	30,000.00	5	150,000.00	600,000.00
Tartrectomia simple	50,000.00	1	50,000.00	200,000.00
Tartrectomia compleja	70,000.00	1	70,000.00	280,000.00
<b>Total servicios</b>	<b>924,000.00</b>		<b>1,930,000.00</b>	<b>7,720,000.00</b>

**Fuente: Elaboración propia**

## CAPITULO VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

En este capítulo se dan a conocer, el análisis e interpretación de los resultados que se obtuvieron después de realizar el proceso de investigación mencionado en el capítulo anterior. El análisis e interpretación permitirán identificar los elementos teóricos y los datos extraídos de la realidad.

Es importante resaltar, que la forma de analizar las preguntas variaron dependiendo de los resultados obtenidos y de acuerdo al estudio. En este aspecto se indica, que se realizó un estudio descriptivo. En tal sentido se utilizaron dos técnicas: una entrevista no estructurada para los responsables del proyecto: **Plan de negocios para establecer un consultorio odontológico en la ciudad de Rio Chico** y una encuesta dirigida a la muestra involucrada en el estudio. Esta última, los datos obtenidos se agruparon en tablas de frecuencia absoluta y porcentual. Presentado gráficos respectivos al final de un análisis cualitativo de los resultados. Los puntos abordados en esta encuesta tuvieron relación con los indicadores que se describen en el cuadro de variables.

Igualmente, se presentan los resultados obtenidos de la entrevista no estructurada que hacen referencia a: Inversión inicial del proyecto, Ubicación, materia prima, mobiliarios, equipos e inventario, recursos humanos, procesos operativos internos, habilidades y capacidades de personal, relación de ingresos y egresos.

## **RESULTADOS ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA APLICADA A LOS RESPONSABLES DEL PROYECTO**

En cuanto al punto relacionado con la **inversión del proyecto** se conoció que están considerando manejar la opción de una solicitud de crédito bancario. Esta opción permitirá obtener el capital requerido para la adquisición de equipos y materiales.

Contará con la inspección de sanidad, control de residuos biosanitarios y de seguridad industrial.

El manejo contable se realizará a través de outsourcing.

El presupuesto para la creación del consultorio será establecido de acuerdo con evaluaciones de financiamientos.

Se contará con profesionales especialistas, altamente calificados, de las distintas áreas de la odontología, que se incorporarán a medida que se vaya consolidando el negocio.

Contará con una infraestructura de última tecnología, con espacios bien definidos.

Se trabajará con tecnología de punta, equipos de última generación que permita prestar servicios rápidos y oportunos.

Se prestará los servicios de salud oral bajo los estándares de calidad.

Prestará atención personalizada al paciente que solicite los servicios en odontología en atención a las necesidades de salud oral.

Mantendrá una política de horario de atención a pacientes en general

**Se coordinarán prácticas profesionales con pacientes y estudiantes del área, interesadas en entender y visualizar conceptos relativos con la profesión.**

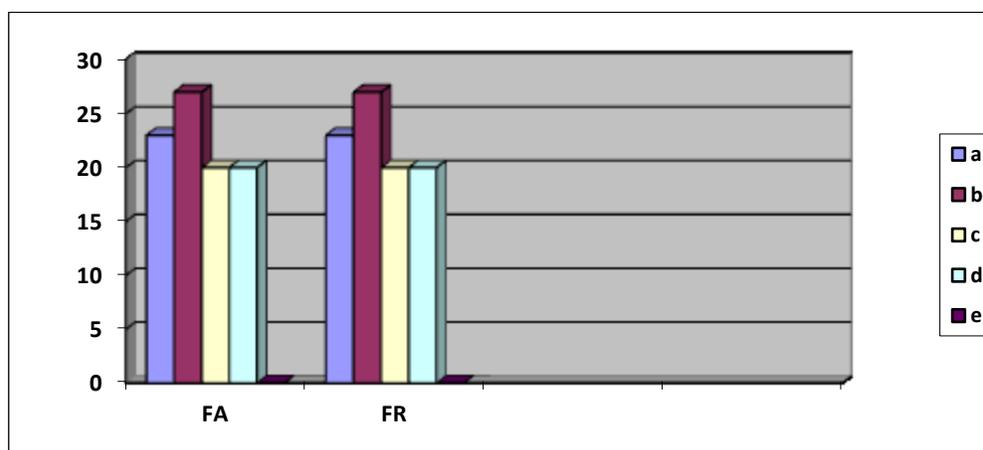
## RESULTADOS CUESTIONARIO APLICADO A LA MUESTRA DEL PROYECTO

### 1.- ¿Cada cuánto tiempo asiste al odontólogo?

Tabla 20: Visita al Odontólogo

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Una vez cada seis meses	23	23
b) Una vez al año	37	37
c) Un vez cada dos años	20	20
d) Sólo cuando presenta dolor	20	20
e) Nunca ha asistido	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Gráfico 3: Visita al Odontólogo



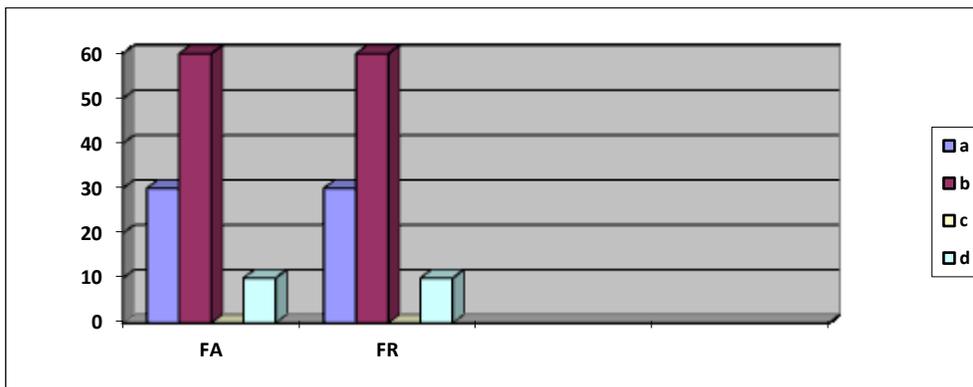
**Análisis:** El gráfico evidencia la fortaleza de ser factible el plan de negocio. Las necesidades están dadas y los resultados indican que por una u otra razón, en la zona requieren la atención odontológica.

### 2.- Al necesitar atención odontológica usted asiste:

Tabla 21: Atención Odontológica

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Al primer odontólogo con el cual tenga contacto	30	30
b) Al que ha asistido toda su vida	60	60
c) Al que le recomendó un amigo	0	0
d) Al que ubicó por revista especializada	10	10
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Gráfico 4: Atención Odontológica**



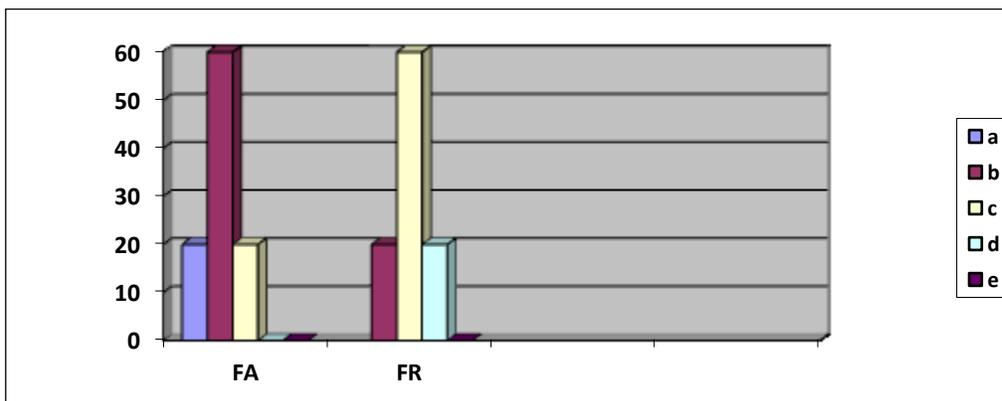
**Análisis:** Los resultados de este gráfico muestran la credibilidad de un servicio y la confianza que debe generar el mismo para con el paciente. Esto garantiza permanencia y continuidad de asistencia, lo que redonda en productividad y rentabilidad. Aspectos favorables a considerar en el plan de negocio. Se evidencia también lo resaltado en el diagnóstico, con relación a los años de servicios de los Odontólogos y consultorios encontrados en la zona. **Ver Tabla 9.**

### 3.- ¿Asiste al odontólogo por:

**Tabla 22: Asistencia al odontólogo**

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Emergencia	20	20
b) Control	60	60
c) Prevención	20	20
d) Otro	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Gráfico 5: Asistencia al odontólogo**



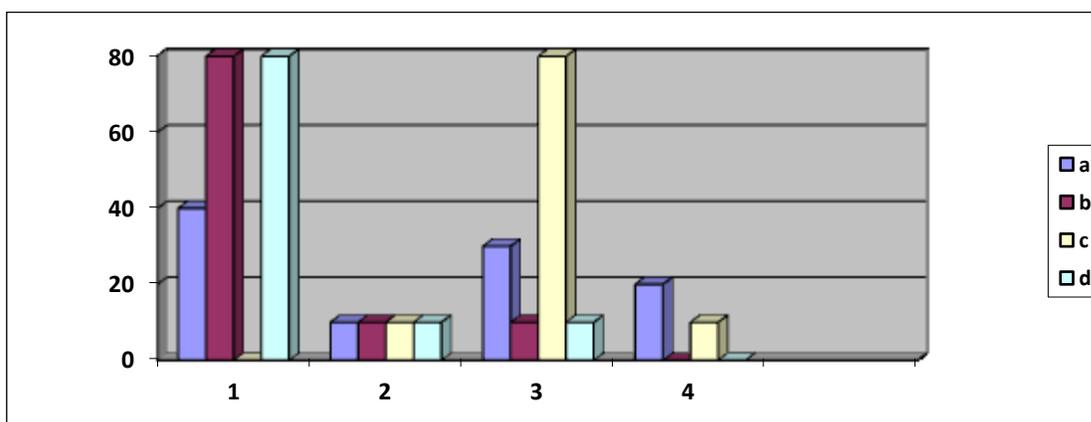
**Análisis:** El gráfico muestra lo rentable que podría ser el consultorio, debido a que la asistencia por control es una variable cualitativa que genera ingresos constantes.

**4.- ¿Qué es lo más importante para usted de un servicio odontológico? Escriba en un orden de importancia siendo (1) lo más importante y (4) lo menos importante:**

Tabla 23: Importancia del servicio

Alternativas	1		2		3		4	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
a) Precio	40	40	10	10	30	30	20	20
b) Calidad	80	80	10	10	10	10	0	0
c) Fácil acceso	0	0	10	10	80	10	10	10
d) Facilidad de pago	80	80	10	10	10	10	0	0

Gráfico 6: Importancia del servicio



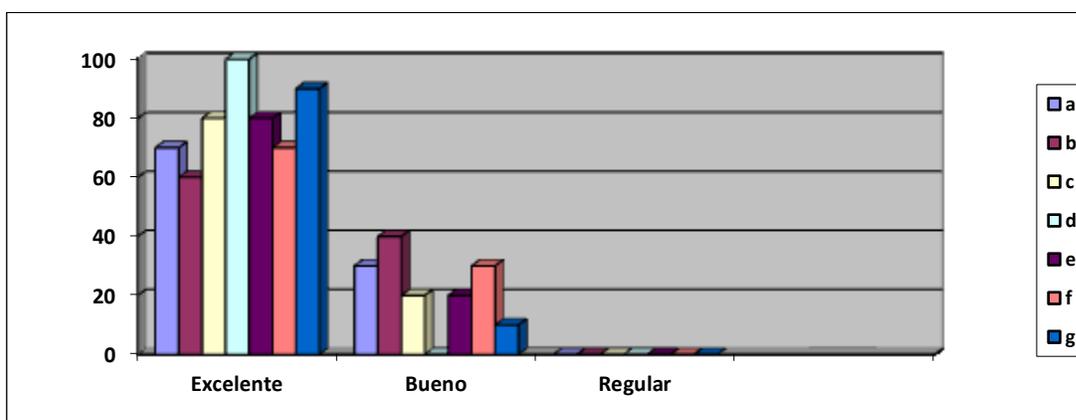
**Análisis:** Este gráfico muestra el orden de importancia del cliente a la hora de solicitar un servicio odontológico. Es de hacer notar que los mismos le dan importancia en primer orden a la calidad y facilidad de pago y en segundo orden de importancia al precio. En lo que respecta a la accesibilidad del mismo, lo consideran de tercer orden de importancia. Datos relevantes para el levantamiento de la información del plan de negocio.

## 5.-¿Cómo califica usted los siguientes aspectos del consultorio odontológico donde asiste?

Tabla 24: Calidad del servicio

Alternativas	Excelente		Bueno		Regular	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
a) Ubicación	70	70	30	30	0	0
b) Distribución	60	60	40	30	0	0
c) Ambientación (Música, iluminación, espacios, acogedor)	80	80	20	20	0	0
d) Condiciones de los equipos	100	100	0	0	0	0
e) Trato y comunicación	80	80	20	20	0	0
f) Atención Personalizada	70	70	30	30	0	0
g) Pedir citas	90	70	10	10	0	0

Gráfico 7: Calidad de Servicio



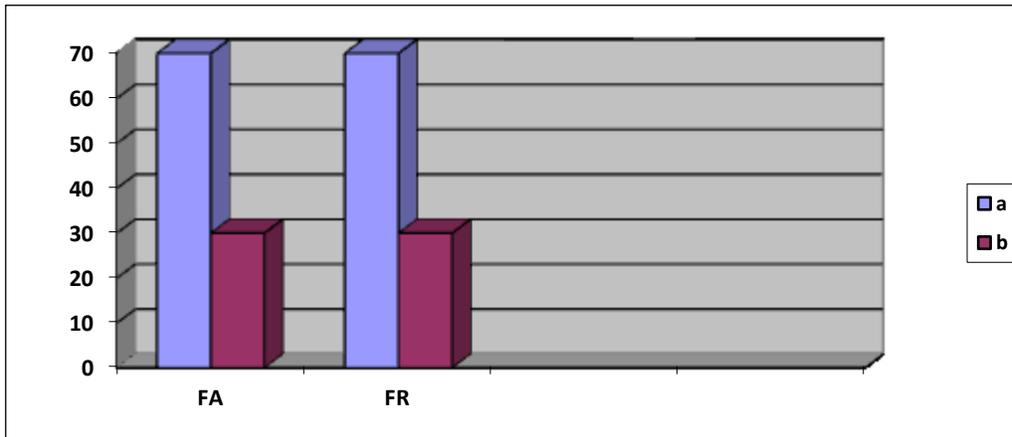
**Análisis:** El gráfico muestra que en cuanto a la calidad de servicio, el cliente fija su atención en todos, pero resalta su interés por las condiciones de los equipos. Reflejando la importancia que tienen los mismos al momento de considerar su inversión en el plan de negocios.

## 6.-¿Los horarios de consulta se ajustan con su disponibilidad de tiempo?

Tabla 25: Disponibilidad de tiempo

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	70	70
b) No	30	30
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Gráfico 8: Disponibilidad de tiempo



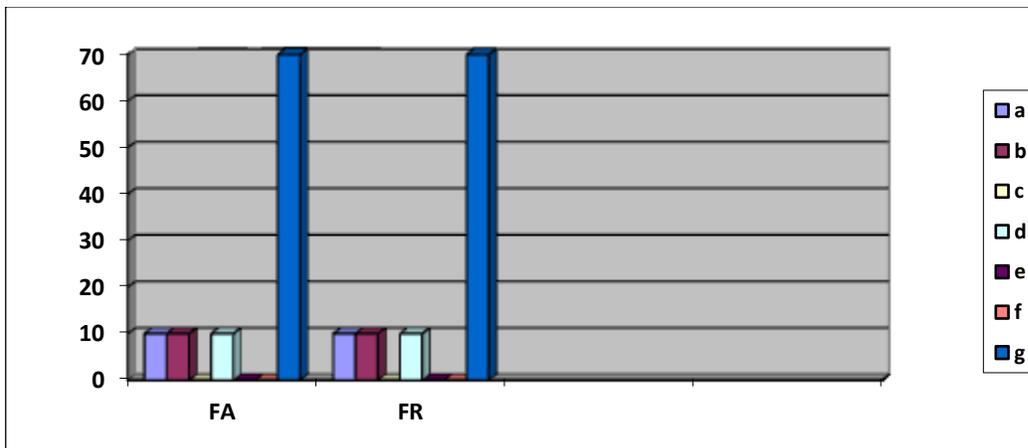
**Análisis:** El gráfico muestra la importancia de considerar la disponibilidad del tiempo del cliente para establecer los horarios de consulta dentro del plan de negocios.

### 7.- De los siguientes servicios ¿Cuál solicita usted con más frecuencia?

Tabla 26: Frecuencia de solicitud de los servicios

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Limpieza	10	10
b) Restauraciones	10	10
c) Tratamiento de conducto	0	0
d) Ortodoncia	10	10
e) Prótesis	0	0
f) Extracciones	0	0
g) Todas las anteriores	70	70

Gráfico 9: Frecuencia de solicitud de los servicios



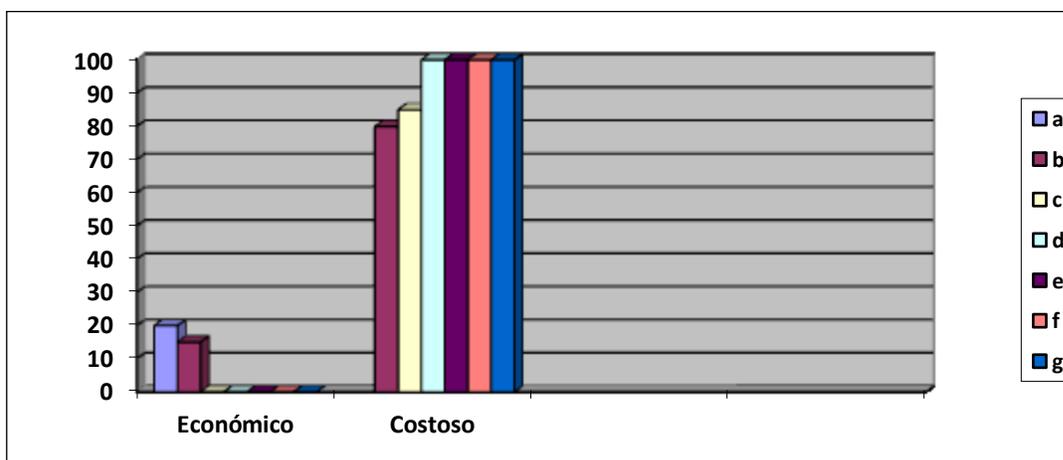
**Análisis:** El gráfico muestra que la solicitud de servicio es variada lo que ayuda a establecer criterio de servicio por especialidad dentro del plan de negocios, sin embargo, los servicios están enmarcados dentro de lo que se denomina odontología en general.

### 8.- ¿Cómo califica usted los precios de los siguientes servicios?

Tabla 27: Precios

Alternativas	Económico		Costoso	
	Fa	Fr	Fa	Fr
a) Limpieza	20	20	80	80
b) Restauraciones	15	15	85	85
c) Tratamiento de conductos	0	0	100	100
d) Ortodoncia	0	0	100	100
e) Prótesis	0	0	100	100
f) Extracciones	0	0	100	100

Gráfico 10: Precios



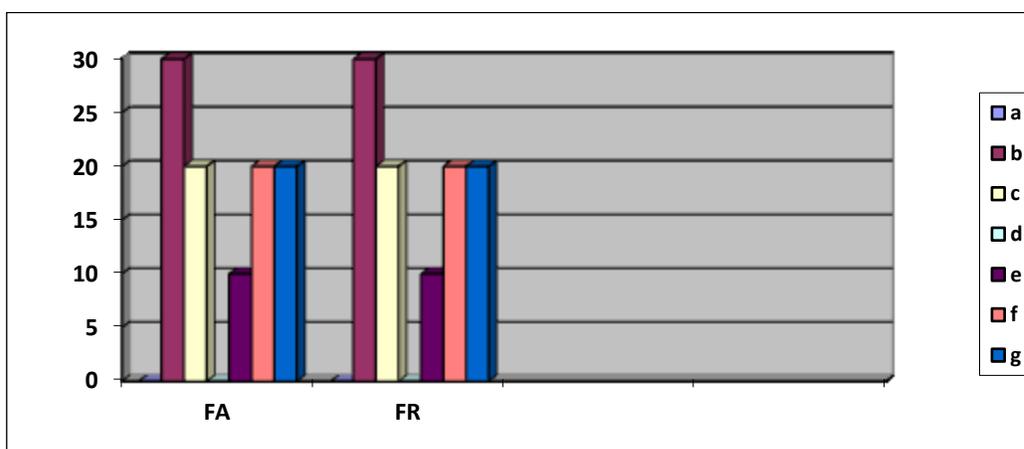
**Análisis:** De acuerdo con los resultados del gráfico, será necesario establecer un plan para incentivar a los clientes a invertir en su cuidado bucal. Se evidencia que los precios más accesibles están relacionados con la operatividad y servicio básico bucal como lo son las limpiezas y restauraciones.

## 9.-¿Su pago de los servicios los haría?

Tabla 28: Forma de pago

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Tarjeta de crédito	0	0
b) Tarjeta de débito	30	30
c) Efectivo por costo de tratamiento efectuado	20	20
d) Descuento de nómina	0	0
e) Financiado para ser cancelado en cuotas	10	10
f) Por seguro de Asistencia Médica	20	20
g) Por transferencia	20	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Gráfico 11: Forma de pago



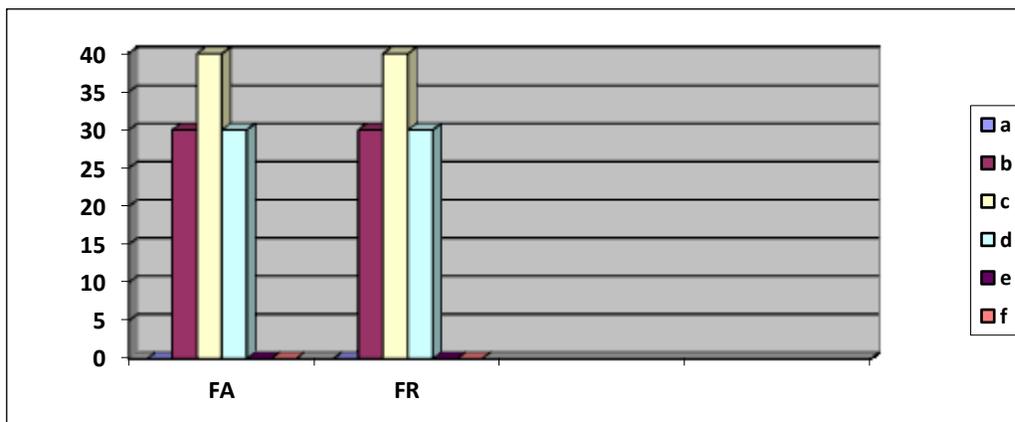
**Análisis:** Se observa en este gráfico que los clientes no tienen preferencia en alguna forma de pago, las mismas están inmersas dentro de los sistemas de pago establecidos en el mercado. Se hace evidenciable que en la zona se ha estado produciendo un cambio con el uso de las formas de pago de débito y transferencias, como una parte de la cultura poblacional que está en crecimiento.

## 10.- De las siguientes razones indique ¿Por qué continuaría asistiendo a su servicio odontológico?

Tabla 29: Preferencia del servicio

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Por el precio a cancelar en su tratamiento	0	0
b) Por la ubicación	30	30
c) Por la comodidad de pago	40	40
d) Porque genera confianza	30	30
e) Porque está adscrita al seguro	0	0
f) Otra	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Gráfico 12: Preferencia del servicio**



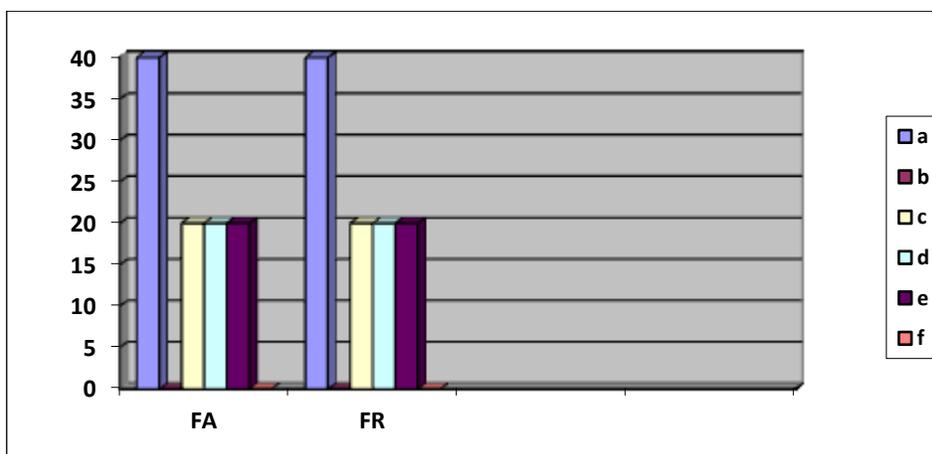
**Análisis:** El gráfico enfoca las variables a considerar al momento de realizar el plan de negocio en cuanto a la preferencia del servicio del cliente. Resaltando ubicación, comodidad de pago y confianza.

### 11.- ¿Cuál es su principal razón por la que escogió a su odontólogo?

**Tabla 30: Preferencia de su odontólogo**

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Su amabilidad	40	40
b) Por ser económico	0	0
c) Por la universidad donde estudió	20	20
d) Por la ubicación del consultorio	20	20
e) Por recomendación	20	20
f) Porque cubre su seguro	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Gráfico 13: Preferencia de su odontólogo**



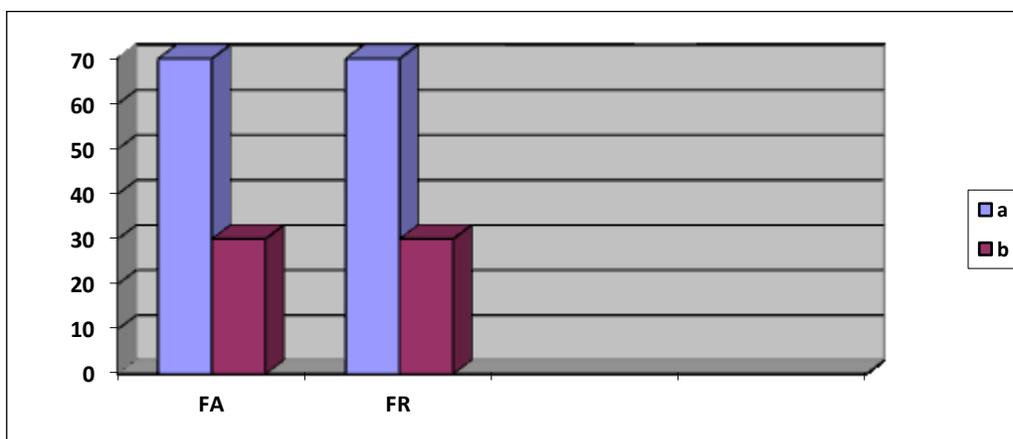
**Análisis:** El gráfico muestra las variables cualitativas a considerar al momento de plasmar el plan de negocio y que hacen referencia al aspecto de atención al cliente dentro del consultorio. Se hace evidenciar el sentir del ciudadano de la zona, al prevalecer la amabilidad.

## 12.- Estaría usted de acuerdo en ser atendido por un estudiante de odontología asesorado por su odontólogo?

Tabla 31: Ser atendido por un estudiante de la carrera

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Sí	70	70
b) No	30	30
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Gráfico 14: Ser atendido por estudiante de la carrera



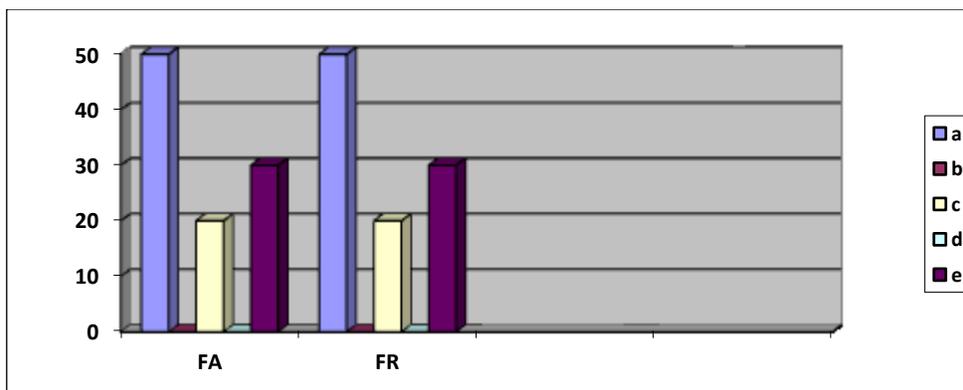
**Análisis:** El gráfico muestra la aceptación que tiene la propuesta del plan de negocios que es generar un lugar donde los estudiantes puedan llevar a cabo sus prácticas.

**13.- Qué tan de acuerdo estaría usted en que su consultorio odontológico permita que los estudiantes de odontología realicen sus práctica como complemento a su conocimiento?**

**Tabla 32: Prácticas de estudiantes**

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Totalmente de acuerdo	50	50
b) Muy de acuerdo	0	0
c) De acuerdo	20	20
d) En desacuerdo	0	0
e) Totalmente en desacuerdo	30	30
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Gráfico 15: Prácticas de estudiantes**



**Análisis:** El gráfico refleja que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que los estudiantes de odontología realicen sus prácticas, respuesta que reafirma el objetivo del plan de negocio.

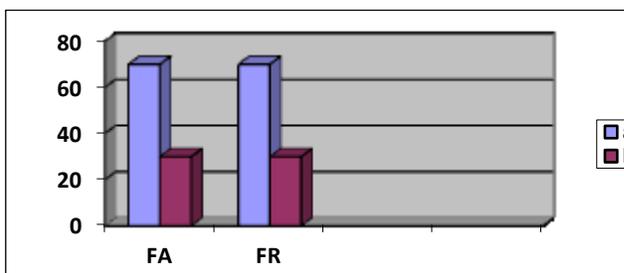
## DATOS DEMOGRÁFICOS

### 14.- Sexo

**Tabla 33: Sexo**

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Femenino	70	70
b) Masculino	30	30
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Gráfico 16: Sexo**



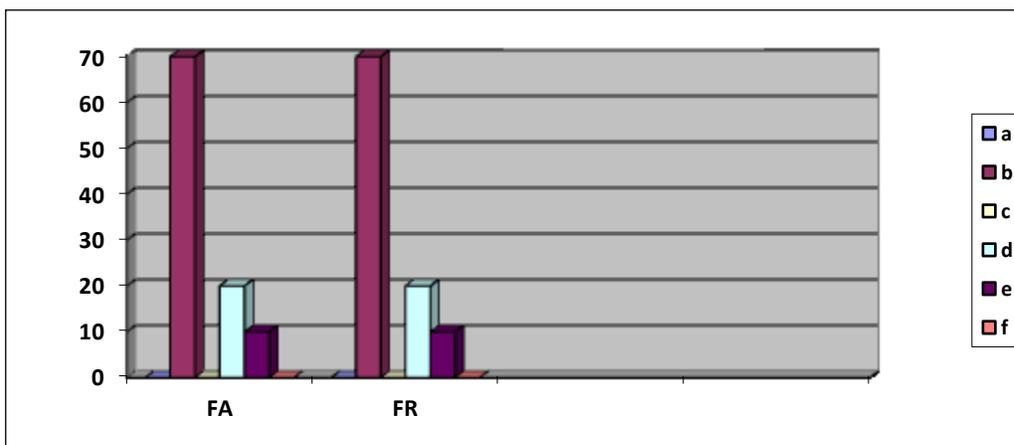
**Análisis:** Como bien se refleja en el gráfico la población encuestada corresponde al sexo femenino.

## 15.- Edad

**Tabla 34: Edad**

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Menor de 20 años	0	0
b) Entre 21 y 30 años	70	70
c) Entre 31 y 40 años	0	0
d) Entre 41 y 50 años	20	20
e) Entre 51 y 60 años	10	10
f) Mayor de 61 años	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Gráfico 17: Edad**



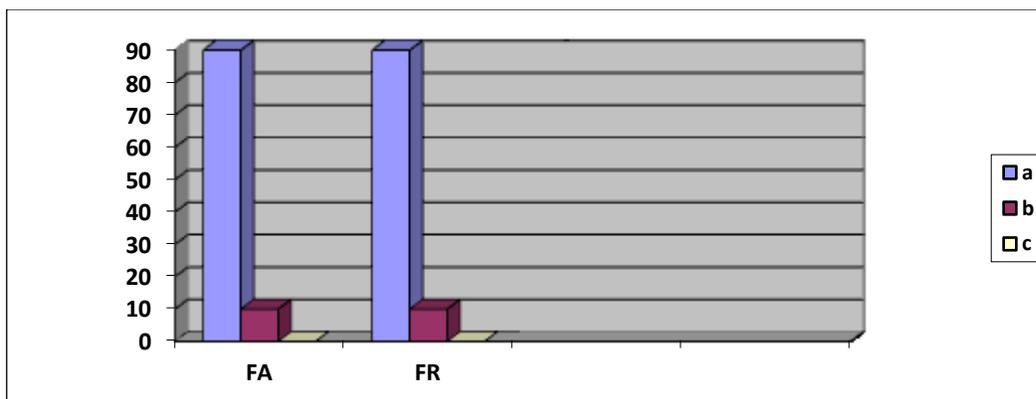
**Análisis:** El gráfico refleja que en su mayoría corresponden a jóvenes en el rango de edad 21 a 30 años. Seguido entre 45 a 50 años y 51 a 60 años. Siendo relevante para el estudio, la población joven de la zona.

## 16.- Ingresos mensuales

Tabla 35: Ingresos Mensuales

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Menor a 118.000	90	90
b) Entre 119.000 a 200.000	10	10
c) Más de 200.000	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Gráfico 18: Ingresos Mensuales



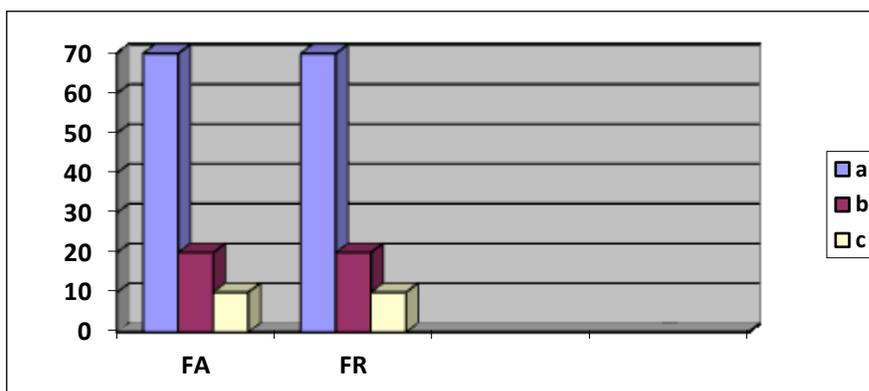
**Análisis:** El gráfico muestra que el nivel de ingreso promedio en la población encuestada está dentro de un rango que va requerir ser motivado para la inversión en cuanto a salud bucal se refiere.

## 17.- Procedencia

Tabla 36: Procedencia

Alternativas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
a) Residente	70	70
b) No residente	20	20
c) Turista	10	10
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Gráfico 19: Procedencia



**Análisis:** De acuerdo con el gráfico es representativo el porcentaje encuestado relacionado con residentes, son ellos los que multiplicarán la información relacionada con la apertura del consultorio en la zona.

## **ANEXOS**

**ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA**  
**DIRIGIDA A RESPONSABLES DEL PROYECTO: PLAN DE NEGOCIO PARA**  
**ESTABLECER UN CONSULTORIO ODONTOLÓGICO EN LA CIUDAD DE RIO**  
**CHICO, ESTADO MIRANDA.**

1. De qué manera considera usted viable obtener la inversión inicial del proyecto?
2. En cuanto a la ubicación del consultorio odontológico, que han considerado para su ubicación?
3. Con respecto a la Materias primas, mobiliario, equipos e inventarios: De qué manera consideran obtenerlo?
4. En cuanto a la parte laboral: De que recursos se aprovisionaran?
5. En cuanto a los recursos humanos:
6. Cuáles serían los Procesos operativos:
7. En cuanto a las habilidades y capacidades del personal. ¿Cómo presentarían las estrategias pertinentes?
8. Con relación a los Ingresos: ¿Cómo coordinarán su provisión?
9. En cuanto a los egresos: ¿Cómo serán establecidos los mismos?

**CUESTIONARIO:**

**DIRIGIDO A LA POBLACIÓN EN LA CIUDAD DE RIO CHICO, ESTADO MIRANDA Y ESTUDIANTES DEL ÁREA**

Buenas tardes, permítame realizarle un cuestionario cuyo fin es obtener información para establecer un consultorio odontológico en la Ciudad. Sus respuestas son anónimas. Gracias.

Por favor, encierre en un círculo la opción que más se adapte a su experiencia o criterio.

**1.- ¿Cada cuánto tiempo asiste al odontólogo?**

- a) Una vez cada seis meses\_\_
- b) Una vez al año\_\_
- c) Un vez cada dos años\_\_
- d) Sólo cuando presenta dolor\_\_
- e) Nunca ha asistido\_\_

**2.- Al necesitar atención odontológica usted asiste:**

- a) Al primer odontólogo con el cual tenga contacto\_\_
- b) Al que ha asistido toda su vida\_\_
- c) Al que le recomendó un amigo\_\_
- d) Al que ubicó por revista especializada\_\_

**3.- ¿Asiste al odontólogo por:**

- a) Emergencia\_\_
- b) Control\_\_
- c) Prevención\_\_
- d) Otro: \_\_\_\_\_

**4.- ¿Qué es lo más importante para usted de un servicio odontológico? Escriba en un orden de importancia siendo (1) lo más importante y (4) lo menos importante:**

<b>Alternativas</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
a) Precio				
b) Calidad				
c) Fácil acceso				
d) Facilidad de pago				

**5. ¿Cómo califica usted los siguientes aspectos del consultorio odontológico donde asiste?**

<b>Alternativas</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>
a) Ubicación			
b) Distribución			
c) Ambientación (Música, iluminación, espacios, acogedor)			
d) Condiciones de los equipos			
e) Trato y comunicación			
f) Atención Personalizada			
g) Pedir citas			

6.-¿Los horarios de consulta se ajustan con su disponibilidad de tiempo?

- a) Si\_\_
- b) No\_\_

7.- De los siguientes servicios ¿Cuál solicita usted con más frecuencia?

- a) Limpieza\_\_
- b) Restauraciones\_\_
- c) Tratamiento de conducto\_\_
- d) Ortodoncia\_\_
- e) Prótesis\_\_
- f) Extracciones\_\_
- g) Todas las anteriores\_\_

8.- ¿Cómo califica usted los precios de los siguientes servicios?

Alternativas	Económico	Costoso
a) Limpieza		
b) Restauraciones		
c) Tratamiento de conductos		
d) Ortodoncia		
e) Prótesis		
f) Extracciones		

9.-Su pago de los servicios los haría?

- e) Tarjeta de Crédito\_\_
- f) Tarjeta de Débito\_\_
- g) Efectivo por costo de tratamiento efectuado\_\_
- h) Descuento de nómina\_\_
- i) Financiado para ser cancelado en cuotas\_\_
- j) Por Seguro de Asistencia Médica\_\_
- k) Por transferencias\_\_

10.- De las siguientes razones indique ¿Por qué continuaría asistiendo a su servicio odontológico?

- a) Por el precio a cancelar en su tratamiento\_\_
- b) Por la ubicación\_\_
- c) Por la comodidad de pago\_\_
- d) Porque genera confianza\_\_
- e) Porque está adscrita a su seguro\_\_
- f) Otra: \_\_\_\_\_

11.- ¿Cuál es su principal razón por la que escogió a su odontólogo?

- a) Su amabilidad\_\_
- b) Por ser económico\_\_
- c) Por la universidad donde estudió\_\_
- d) Por la ubicación del consultorio\_\_
- e) Por recomendación\_\_
- f) Porque cubre su seguro médico\_\_

**12.- Estaría usted de acuerdo en ser atendido por un estudiante de odontología asesorado por su odontólogo?**

- a) Si\_\_
- b) No\_\_

**13.- Qué tan de acuerdo estaría usted en que su consultorio odontológico permita que los estudiantes de odontología realicen sus práctica como complemento a su conocimiento?**

- a) Totalmente de acuerdo\_\_
- b) Muy de acuerdo\_\_
- c) De acuerdo\_\_
- d) En desacuerdo\_\_
- e) Totalmente en desacuerdo\_\_

#### **DATOS DEMOGRÁFICOS**

**14. Sexo**

- a) Femenino\_\_
- b) Masculino\_\_

**15. Edad**

- a) Menor de 20 años\_\_
- b) Entre 21 y 30 años\_\_
- c) Entre 31 y 40 años\_\_
- d) Entre 41 y 50 años\_\_
- e) Entre 51 y 60 años\_\_
- f) Mayor de 61 años\_\_

**16. Ingresos mensuales**

- a) Menor a 118.000\_\_
- b) Entre 119.000 a 200 mil\_\_
- c) Más de 200 mil\_\_

**17. Procedencia**

- a) Residente\_\_
- b) Aledaño\_\_
- c) Turista\_\_

## **CAPITULO VII. LECCIONES APRENDIDAS**

En lo que respecta a lecciones aprendidas, el investigador cuenta con:

Los días calendario que convino para aplicar el instrumento. Es de hacer notar que el levantamiento de la información, es decir, la aplicación del instrumento se realizó dentro de días de semana. Se considera que de haberse realizado un día sábado se habría incrementado el número de personas aledañas y turistas.

La aplicación de una prueba piloto para las técnicas y herramientas de recolección de datos, estableciéndola como una acción o actividad en la planificación del proyecto, puede ayudar no solo a validar, sino, certificar el diseño del o los instrumentos, en este caso (cuestionario, guión de entrevista no estructurada), garantizando que variables dependientes o independientes no hayan sido omitidas y como consecuencia se pierda la oportunidad de incorporar data de interés a la investigación, tal como fue el caso en la aplicación del cuestionario utilizado en la presente investigación con los datos demográficos establecidos. De haber incluido dentro de esta variable especificar el lugar, hubiera permitido obtener de forma específica según la procedencia el nombre del lugar, llámese: nombre comunidad, nombre del pueblo, desde la cual venia la muestra buscando el servicio de atención odontológica, permitiendo así generar conclusiones o recomendaciones como de la procedencia Residentes: comunidad La Raiza, Cúpira, García, el Guapo, etc y perder la oportunidad de incorporar otros valores agregados o estrategias en la propuesta.

Como resultado de esta investigación se evidenció la oportunidad de crear programas de alianzas estratégicas con las universidades públicas y privadas que dictan la carrera de odontología con consultorios privados ubicados en poblaciones rurales para promover otra alternativa formal de obtener el requisito de su trabajo rural o de campo, no limitándolo solo a hospitales públicos, del

estado. Como es el caso evidenciado en esta investigación obtenida de las entrevistas realizadas a profesionales odontólogos dueños de consultorios privados, pertenecientes a centros de salud públicas manejando equipo de estudiantes de últimos años de odontología, apoyándolos en sus prácticas en dichas instituciones, pudiendo armar este equipo en el consultorio privado.

**Testimonio de apoyo.** Dos testimonios sirvieron de apoyo para continuar con la propuesta de establecer un consultorio en la ciudad de Rio Chico, Municipio Páez del Estado Miranda, como un modelo innovador de atención al paciente y de capacitación técnica de estudiantes de odontología. Ambos lugares sirvieron de apoyo a estudiantes que deseaban crecer en el manejo y conocimiento de su carrera profesional. Allí, lograron obtener información base y contar con la oportunidad de poner en práctica los conocimientos obtenidos, de esta manera fortalecieron la enseñanza y profesionalmente cuentan con una visión de trabajo diferente a sus compañeros quienes no han tenido la misma oportunidad. De alguna manera, contar con experiencias como la anteriormente explicada ayuda en la consecución de ideas como de sueños que a mediano plazo indican lo importante que es seguir adelante y concretar acciones.

## **CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Luego de llevarse a cabo la aplicación del instrumento de recolección de datos dentro de la muestra seleccionada, se llegó a las siguientes conclusiones:

El primer objetivo específico sobre diagnosticar la situación actual en cuanto al servicio odontológico existente en la ciudad de Rio Chico, fue llevado a cabo a través del trabajo de campo planificado con la muestra obtenida de las 100 personas, avalada por la tabla de Harvard (tabla Nro. 1), capítulo III del marco metodológico y la aplicación de instrumentos de recolección de datos (cuestionario dirigido a transeúntes de la zona de rio chico y la aplicación de entrevista no estructurada a profesionales odontólogos y directores de los consultorios existentes en la población para la cual aplicó la muestra, logrando obtener los datos de las variables e indicadores de la tabla de operacionalización de variables (tabla nro.2), mostrada en el mismo capítulo señalado anteriormente. Se refleja la información relacionada con los indicadores: Calidad del servicio, precio, atención, disponibilidad de tiempo, preferencia del servicio, formas de pago. Asimismo se obtuvo información sobre la importancia de la ubicación del consultorio como aspecto de interés a la hora de elegir el servicio. Igualmente, las razones por las cuales escoge el odontólogo resaltando: amabilidad y estudios realizados. Este resultado fue muy coincidente con el estudio realizado en España, por el instituto Key.Stone incluido como apoyo en el planteamiento del problema de la presente investigación, sobre una encuesta realizada para determinar variables como la elección del consultorio o clínica dental, variables sociodemográficas, en el cual se hizo notoria, la confianza, amabilidad, y la positiva notoriedad de la población joven para con sus resultados.

El segundo objetivo específico sobre identificar la necesidad de un consultorio para la realización de prácticas como complemento en la formación profesional del odontólogo, se cumple. A través de mismo cuestionario aplicado a los transeúntes,

se seleccionó también una parte de la muestra direccionándolo a transeúntes de universidades públicas y privadas, y la aplicación de la entrevista no estructurada para una muestra de profesionales odontólogos dueños de consultorios obtenido del diagnóstico, tabla Nro 8: Resumen de consultorios versus años de servicios, la cual se extrajo de los datos claves a preguntas con indicadores del cuadro de operacionalización de variables para con éste objetivo. La muestra expresó su interés en aceptar que los estudiantes de odontología realicen sus prácticas y el ser atendidos por el estudiante asesorados por el odontólogo.

El tercer objetivo específico relacionado con visualizar la propuesta de un plan de negocio para el establecimiento de un consultorio odontológico en la ciudad de Rio Chico, se cumple y el investigador presenta el plan de negocio con las consideraciones que el mismo amerita, utilizando para ello el método Canvas, figura señalada con la nro. 6, en la presente investigación y tomando en cuenta los datos demográficos donde se refleja el perfil del cliente. Población residente en edades de 21 a 30 años, la mayoría del sexo femenino, con la disposición de darles oportunidad a aquellos estudiantes que desean desarrollarse dentro del ámbito de la salud bucal. La visualización contempla manejar variables que no fueron tomadas en cuenta por consultorios existentes en la zona, datos extraídos de las entrevistas realizadas a profesionales odontólogos que ejercen en la zona, dueños de consultorios y directores encargados de alguno de ellos. Estas variables son establecidas como estrategias de negocios y registradas como recomendaciones generadas como resultados del trabajo de campo.

## RECOMENDACIONES

Primeramente, considerar el plan de negocio como acción principal para establecer un consultorio en la zona de Rio Chico, estado Miranda.

Seguidamente, determinar las acciones respectivas para que el estudiante pueda realizar sus prácticas dentro del consultorio. Necesario establecer políticas de trabajo.

Posteriormente, considerar el perfil del cliente que asistirá al consultorio. Es importante resaltar que el segmento de población más joven valora positivamente la propuesta que es contar con un consultorio como modelo innovador de atención al paciente y de capacitación técnica de estudiantes de odontología.

Se pudo evidenciar a través de las entrevistas realizadas que es importante considerar al momento de establecer un negocio en la ciudad de rio chico, el adquirir una planta eléctrica que les permita continuar con la operatividad, esto, debido a que el servicio eléctrico no es muy estable y en temporadas normales falla por lo menos una vez a la semana y hasta más de ocho horas.

Es clave para el consultorio el manejo de rayos X, este es un servicio muy limitado en la ciudad de rio chico. En las entrevistas realizadas surgió la necesidad de contar con este servicio, de los cinco consultorios como muestras de entrevistas, solo dos de ellos tenían este servicio, uno de ellos con un equipo de vieja data. Actualmente los pacientes se dirigen a ciudades como Guatire, Guarenas o Caracas.

Otro dato de importancia surgido de estas entrevistas fue la necesidad que establecer servicios de salud en la comunidad de Cúpira, muchos de los entrevistados, responsables de los consultorios, consideran que esta población es la que más se dirige a rio chico, además es una zona cuyos habitantes se caracterizan por ser de muy bajos ingresos económicos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. (2004). El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración. Caracas: Episteme.

Balestrini, M. (2006) Cómo se elabora el Proyecto de Investigación Quinta Edición. BL Consultores Asociados, servicio Editorial. Caracas

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. México: Pearson.

Llaguno, J. y Maqueda, J. (2014). Marketing estratégico para empresas de servicios. España: Diaz de Santos.

P.M.I Standars Conmmittee (2012). A guide to the project management body of knowledge. U.S.A.: P.M.I. Publications.

Eduard Bustos (2003). Proceso Administrativo y la Planeación. 2014. pág. 9.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista P. (2006). Metodología de la Investigación, México: Mc. Graw Hill.

León Martínez, Nancy. Odontólogo, Acta Odontológica Venezolana. Versión impresa ISSN 0001-6365. V.47 n.3 Caracas sep. 2009.

León Martínez N. Caracterización de la Salud Ocupacional en el personal de Asistentes Dentales de la Facultad de Odontología de la Universidad Central de Venezuela. Caracas; 2004.

Ramírez T. (1999). Como Hacer un Proyecto de Investigación. Caracas: Panapo de Venezuela.

Sabino C. (1994). Cómo hacer una tesis. Caracas: Editorial Panapo. 2ª edición.

Talaya Águeda, García Jesús, González José, Pascual Cristina, Lara Eva y Vásquez Manuela. (2008) Principios de marketing. 3ª edición. Editorial ESIC.

Tamayo, M. (2007b). El Proceso de la Investigación Científica, México: Limusa, Noriega Editores.

Hurtado J. (2008, p 46). Metodología de la Investigación Holística. Caracas. Ediciones SYPAL

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Manual de Trabajo Especial de Grado Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales. Caracas 2006

Instituto nacional de estadísticas, INE; XIV Censo nacional de población y vivienda del estado Miranda 2011

Planes de Negocios para Emprendedores. Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn), 2014. 150 pag. Primera Edición: Marzo 2014.

Acta Odontológica Venezolana. Volúmen 47, No. 3, Año 2009. Julio-Septiembre

Organización Mundial de la Salud (OMS). Ginebra; 1947.

Organización Mundial de la Salud (OMS). Grupo de trabajo sobre riesgos profesionales en hospitales. Rev.San.Hig.Pub., 56: 1253-1260; 1982.

Colegio de Cirujanos Dentales de Costa Rica. [www.colegiodentistas.org/cms](http://www.colegiodentistas.org/cms). [consulta: 16 de junio 2007]

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 823-88. Guía Instructiva sobre sistemas de detección, alarma y extinción de incendios. Venezuela; 1988.

Prieto A. Planificación y Diseño de Establecimientos de Salud. Curso de Ampliación. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. la Universidad Central de Venezuela. Caracas; Mayo 2007.

Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA). Servicios Odontológicos: Prevención y Control de Riesgos. Editorial Anvisa. Brasilia; 2006.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 200-2000. Código Eléctrico Nacional. 6° Revisión. Venezuela; 2000.

Dirección General de Administración e Infraestructuras. Servicio de Infraestructura y Patrimonio. Junta de Castilla y León. España; 2006.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 2249- 93. Iluminancias en Tareas y Áreas de Trabajo. Venezuela; 1993.

Allard, F. Confort térmico y predicción del comportamiento aerólico de las edificaciones. Curso IDEC- FAU. Universidad Central de Venezuela. Venezuela; 1994.

Cedrés de Bello, S. Confort Térmico en las Edificaciones Públicas en Atención Médica Ambulatoria. Rev: Tecnología y Construcción 1998; Vol 14-1: 15-22.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 1299-00. Acondicionadores de aire tipo ventana. Requisitos. Venezuela; 2000.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN)- MINDUR. 1750-87. Especificaciones generales para edificios. Venezuela; 1987.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 218- 2000. Protección contra Radiaciones Ionizantes provenientes de las fuentes externas usadas en Medicina. Parte 1: Radiodiagnóstico Médico y Odontológico. Venezuela; 2000.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 1040-1989. Extintores Portátiles. Generalidades. 1° Revisión. Venezuela; 2000.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 1041-1989. Tablero Central de Detección y Alarma de Incendio. Venezuela; 1989.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 1114-2000. Extintores. Determinación del potencial de efectividad. Venezuela; 2000.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 1040-1989. Estación Manual de Alarma. Venezuela; 1989.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN).1330-1997. Sistema Fijo de Extinción con agua sin medio de impulsión propio. 2° Revisión. Venezuela; 1997.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN).1331-2001. Extinción de Incendios en Edificaciones. Sistema Fijo de Extinción con agua con medio de impulsión propio. 3° Revisión. Venezuela; 2001.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN).2062-1983. Extintor Portátil de Bióxido de Carbono. Venezuela; 1983.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN).1176-1998. Detectores. Generalidades. Venezuela; 1998.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 810-1998. Características de los Medios de Escape en Edificaciones según el tipo de Ocupación. 2° Revisión. Venezuela; 1998.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 187-1992. Colores, Símbolos y Dimensiones para Señales de Seguridad. Venezuela; 1992.

Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN). 1472-2000. Lámparas de Emergencia. (Autocontenidas). 1° Revisión. Venezuela; 1989.

Gaceta Oficial N° 4418 de 23 de Abril de 1992. Manejo de los Desechos Hospitalarios. Decreto N° 2218. Caracas; Venezuela.

González Acacio M. Estudio Exploratorio sobre el conocimiento del manejo de desechos peligrosos de las salas clínicas de pregrado en la Facultad de Odontología de la Universidad Central de Venezuela, por el personal (masculino) de limpieza. Caracas; 2005.

Cedrés de Bello, S. Manejo de los Desechos Hospitalarios en una Red de Establecimientos de Salud. Venezuela; 1999. (en prensa)

Cedrés de Bello, S. Humanización y Calidad de los Ambientes Hospitalarios. Revista de La Facultad de Medicina. Universidad Central de Venezuela. 2000; Vol 23(2): 93-97.

Revista Virtual Odontología Ejercicio Profesional Abril 2012. Editorial Marketing en Odontología: Los segmentos y nichos del mercado dental Dr. Jaime Otero M. – Dr. Jaime Otero I

<http://www.proyectolatin.org/>

<http://www.gacetadental.com/2015/06/eleccion-de-la-clinica-dental-la-estructura-y-la-relacion-personal-en-el-centro-del-proceso-54623/#>

<http://www.maplandia.com/venezuela/miranda/paez/rio-chico/rio-chico-google-earth.html>

<http://www.cncd.org.mx/fundamento.html>

[www.fdiwordental.org](http://www.fdiwordental.org)

<http://www.gacetadental.com/2014/02/investigacion-y-analisis-en-el-mercado-odontologico-47300/>