

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TRABAJO DE GRADUACIÓN

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DEL CENTRO  
REGIONAL DE SALUD VALENCIA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, SEDE  
CENTRAL.**

PRESENTADO POR:

KEVIN ALEXANDER GUERRA ABARCA GA12036

KATERYN ESTEFANY SERRANO ORTÍZ SO12006

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

JUNIO DE 2019

SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTRO AMÉRICA

Universidad de El Salvador

Autoridades Universitarias

Rector: MsC. Roger Armando Arias Alvarado

Secretario General: MsC. Cristóbal Hernán Ríos Benítez

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

Decano: MsC. Nixon Rogelio Hernández Vásquez

Vice-Decano: Lic. Mario Wilfredo Crespín Elías

Secretaria: Lic. Vilma Marisol Mejía Trujillo

Director General de Proceso de Graduación

Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

Tribunal Calificador

Lic. Rafael Arístides Campos

Lic. David Mauricio Lima Jaco

Lic. Manuel de Jesús Fornos Gómez (Docente Asesor)

JUNIO DE 2019

SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTRO AMÉRICA

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la fortaleza y sabiduría necesaria para poder lograr una meta más en mi vida, a la Virgen María por interceder ante su hijo amado por mí. A mi madre por su apoyo incondicional, por todo su esfuerzo y sacrificio para que yo pudiera culminar mis estudios, a mi hermano por estar pendiente en cuanto a los avances de mi trabajo de graduación, a mis amigos por el apoyo que me han brindado en este proceso y a Rutilio Cortez por su paciencia y ayuda en los momentos que más lo necesitaba; Así mismo agradezco a mi abuela, una persona que fue muy esencial en mi vida, que cuidó de mí hasta su último día y sé que todavía lo hace desde el cielo y a toda mi demás familia que sin duda han estado pendiente del avance en este proyecto.

Kateryn Estefany Serrano Ortiz

Primeramente, agradecer a Dios por darme la oportunidad de poder culminar cada etapa académica, consciente que no ha sido fácil cada una de ellas, pero sabedor que el conocimiento adquirido será útil para afrontar el largo trayecto profesional que tendré por delante. Agradecer a Dios por los padres que me ha regalado: Virginia Olinda Abarca Escobar y Ronald Antonio Guerra Peña seres virtuosos, excelentes ejemplos de personas las cuales siempre dieron lo mejor de sí para que su hijo lograra superarse, a mi tía: Sandra Elizabeth Guerra Peña por la colaboración que me dio en el ámbito académico, a mi compañera del trabajo de graduación: Kateryn Estefany Serrano Ortiz por su tolerancia, confianza, dedicación y aporte tan valioso a este trabajo de graduación.

Kevin Alexander Guerra Abarca.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	i
INTRODUCCIÓN.....	iii
CAPÍTULO I. GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, DE LA FACULTAD DE MEDICINA, DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA, DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y DEL POSICIONAMIENTO.....	1
I. UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	1
A. HISTORIA.....	1
B. MISIÓN Y VISIÓN.....	3
C. UBICACIÓN.....	3
D. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	5
II. GENERALIDADES SOBRE LA FACULTAD DE MEDICINA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	6
A. FUNDACIÓN DE LA FACULTAD DE MEDICINA EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	6
B. MISIÓN Y VISIÓN.....	7
III. EL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA.....	7
A. ANTECEDENTES.....	7
B. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS.....	14
C. SERVICIOS.....	15
IV. MARCO LEGAL.....	17
A. RANGO CONSTITUCIONAL.....	17
B. RANGO LEGAL.....	18
C. RANGO INSTITUCIONAL.....	18
D. MARCO LEGAL ESPECÍFICO POR UNIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL.....	21
V. GENERALIDADES DE LA PLANEACIÓN.....	23
A. ANTECEDENTES DE LA PLANEACIÓN.....	23
B. DEFINICIONES DE PLAN Y DE PLANEACIÓN.....	24
C. DIFERENCIA ENTRE PLAN, PLAN ESTRATÉGICO Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	28
D. PRINCIPIOS DE LA PLANEACIÓN.....	29
E. IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN.....	30

F.	VENTAJAS DE LA PLANEACIÓN.....	31
G.	PROCESO DE LA PLANEACIÓN.....	31
H.	CLASIFICACIÓN DE LOS PLANES. ....	32
I.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. ....	34
1.	CONCEPTOS.....	34
J.	CARACTERÍSTICAS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. ....	35
K.	IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	36
L.	BENEFICIOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. ....	37
VI.	POSICIONAMIENTO.....	37
A.	GENERALIDADES. ....	37
B.	PILARES BÁSICOS DEL POSICIONAMIENTO. ....	41
C.	MÉTODO PARA FIJAR EL POSICIONAMIENTO. ....	41
D.	EL POSICIONAMIENTO COMO CLAVE DEL ÉXITO.....	42
E.	PASOS BÁSICOS PARA LOGRAR EL POSICIONAMIENTO.....	43
	CAPÍTULO II. ....	45
	SITUACIÓN ACTUAL Y DIAGNÓSTICO SOBRE EL DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, SEDE CENTRAL.....	45
I.	OBJETIVOS DEL CAPITULO.....	45
A.	GENERAL. ....	45
B.	ESPECÍFICOS. ....	45
II.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
A.	MÉTODOS.....	46
1.	MÉTODO DE ANÁLISIS.....	46
2.	MÉTODO DE SÍNTESIS .....	47
B.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	47
C.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	47
D.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	48
1.	TÉCNICAS.....	48
a.	LA ENCUESTA .....	48
b.	LA ENTREVISTA.....	48
2.	INSTRUMENTOS .....	49

a.	CUESTIONARIO.....	49
b.	GUÍA DE ENTREVISTA.....	49
E.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	49
1.	PRIMARIAS.....	50
2.	SECUNDARIAS.....	50
F.	ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
G.	UNIDADES DE ANÁLISIS.....	50
H.	DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA.....	51
1.	UNIVERSO.....	51
2.	MUESTRA.....	51
I.	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	55
1.	TABULACIÓN.....	55
2.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	55
III.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	55
A.	FINES QUE PERSIGUE EL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA.....	55
B.	DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR EL CENTRO DE SALUD.....	56
C.	MISIÓN Y VISIÓN.....	58
1.	MISIÓN.....	58
2.	VISIÓN.....	59
D.	CUMPLIMIENTO CON OBJETIVOS Y METAS.....	59
E.	FUNCIONAMIENTO ACTUAL DEL CENTRO DE SALUD.....	60
F.	IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES.....	60
G.	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL CENTRO DE SALUD SOBRE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	61
1.	CONOCIMIENTO DEL PERSONAL SOBRE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	62
2.	ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DEL CENTRO DE SALUD.....	63
3.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	63
H.	DIAGNÓSTICO DEL POSICIONAMIENTO DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA.....	64
1.	CONOCIMIENTO DEL CENTRO DE SALUD.....	64
2.	CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS PRESTADOS.....	64
I.	ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO.....	65

1.	AMENAZAS.....	65
2.	OPORTUNIDADES.....	65
3.	COMPETIDORES.....	66
4.	USUARIOS.....	66
J.	ANÁLISIS DEL AMBIENTE INTERNO.....	66
1.	DEBILIDADES.....	66
2.	FORTALEZAS.....	67
IV.	ALCANCES Y LIMITACIONES.....	67
A.	ALCANCES.....	67
B.	LIMITACIONES.....	68
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	68
A.	CONCLUSIONES.....	68
B.	RECOMENDACIONES.....	69
	<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>71</b>
	<b>PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....</b>	<b>71</b>
I.	OBJETIVOS.....	71
A.	GENERAL.....	71
B.	ESPECÍFICOS.....	71
II.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO.....	71
A.	PLAN ESTRATEGICO PARA EL POSICIONAMIENTO.....	72
1.	ANÁLISIS SITUACIONAL.....	72
a.	MISIÓN.....	72
b.	VISIÓN.....	72
c.	VALORES.....	73
d.	MATRIZ FODA.....	74
e.	CRUCE DE VARIABLES FODA.....	75
2.	OBJETIVOS DE POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.....	77
3.	TABLA RESUMEN DEL PRESUPUESTO DE POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.....	78
4.	LAS ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.....	78
5.	EVALUACION Y CONTROL.....	94

III. PLAN DE IMPLEMENTACION .....	95
IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PLAN ESTRATEGICO PARA ELPOSCIONAMIENTO INSTITUCIONAL .....	96
BIBLIOGRAFIA.....	97
ANEXOS .....	100

## RESUMEN

La presente investigación surgió a través de la necesidad que tenía el Centro Regional de Salud Valencia de contar con un plan estratégico que ayudara al posicionamiento institucional.

El método que se utilizó en la investigación fue el método científico el cual implicó seguir un camino hacia la investigación con el apoyo de métodos específicos, técnicas y procedimientos empleados para obtener la verdad y conocer la naturaleza o características del problema investigado.

Se utilizó el cuestionario ya que permitió obtener información de una muestra representativa de un universo, para este estudio la encuesta fue dirigida a la población estudiantil de la Universidad de El Salvador, Sede Central (37,120 alumnos), personal docente (1,662) y el personal administrativo (634), con el objetivo de determinar el conocimiento que se tiene en la actualidad del Centro Regional de Salud Valencia. Así mismo se utilizó la entrevista como técnica de recolección de información la cual consistió en reunirse con el director del Centro Regional de Salud Valencia, ya que es la persona con mayor conocimiento sobre el tema de investigación, obteniendo información más completa y precisa, permitiendo obtener opiniones y respuestas que fortalezcan la investigación.

El Centro Regional de Salud Valencia no tiene un plan estratégico para el posicionamiento institucional, no tiene comunicación con la población y si la tienen es limitada, lo que impide a las personas obtener información suficiente acerca de la prestación de los servicios clínicos médicos que esta institución ofrece. No utiliza medios publicitarios suficientes para dar a conocer los servicios clínicos médicos que ofrece el centro, ya que algunas personas, mencionaron no haber oído, de los servicios dentro o fuera de la Universidad.

Por lo que se recomienda elaborar un plan estratégico para promocionar y posicionar, el cual lleve todo lo necesario para que se pueda dar a conocer los diferentes servicios brindados por el Centro de Salud. Como parte de la estrategia publicitaria se sugiere promover, mediante el uso de medios de comunicación, el cual permita generar aumento en la demanda de los pacientes, garantizando así la interacción, de tal manera que esta se posicione en el mercado.

## INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo de investigación, pretende realizar un Plan Estratégico para el posicionamiento institucional del Centro Regional de Salud Valencia, por lo cual se ha estructurado en tres capítulos, a fin de obtener un panorama más amplio del tema a tratar.

De inicio se abordan de manera general los antecedentes de la Universidad de El Salvador, la Facultad de Medicina, Centro Regional de Salud Valencia, Generalidades de la Planeación como de la Planeación Estratégica y El Posicionamiento. Esto con la finalidad de tener una referencia que permita comprender con mayor exactitud los hechos que preceden la investigación.

Posterior al estudio de los antecedentes se llevó a cabo la realización de un análisis y diagnóstico de la situación actual sobre el conocimiento que se tiene acerca del objeto de estudio de la investigación (Centro Regional de Salud Valencia) recabando información a través de técnicas e instrumentos dirigidos a las unidades de análisis con el fin de determinar planes estratégicos que se apeguen a la problemática encontrada.

Al tener las bases sólidas de los componentes que conforman la investigación como el análisis de nuestro objeto de estudio como la impresión que tienen las unidades de análisis con respecto a la problemática en estudio, se podrá permitir el alcance del objetivo propuesto del posicionamiento Institucional del Centro Regional de Salud Valencia, elaborando una propuesta de Plan Estratégico apegada a la realidad del mismo formulando estrategias que permitan al Centro Regional de Salud Valencia darse a conocer al público en general para lograr ser un referente en la atención integral de Salud visual y auditiva.

## **CAPÍTULO I. GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, DE LA FACULTAD DE MEDICINA, DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA, DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y DEL POSICIONAMIENTO.**

### **I. UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

#### **A. HISTORIA.<sup>1</sup>**

A veinte años después de la independencia, en el gobierno de Juan Nepomuceno Fernández Lindo y Zelaya (Juan Lindo), nacen los primeros esfuerzos de establecer instituciones educativas en El Salvador, como consecuencia de los esfuerzos que apostaban al desarrollo de una sociedad que se veía desconcertada por los movimientos independentistas y por lo desgastante que toda revolución trae consigo; tras varios esfuerzos por lograr un centro educativo, logra establecerse en el año de 1841 el primer colegio nacional con el nombre de Colegio la Asunción.

El Colegio la Asunción constituía la antesala de la Universidad y ahí se estudiaba lógica, gramática latina, matemática, física, dogma, moral entre otras asignaturas. La Universidad de El Salvador fue fundada el 16 de febrero de 1841. La asamblea constituyente, en la administración de Juan Lindo emite un decreto de creación, ordenando que se establezca docencia en un Colegio Nacional con el nombre de Colegio la Asunción y una Universidad (ligada físicamente al colegio).

---

<sup>1</sup> Jennifer Sánchez y otros. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de reprografía como unidad productiva en la biblioteca Doctor Luis Edmundo Vásquez de la Facultad de medicina en la Universidad de El Salvador. Trabajo de Grado. Licenciatura en Administración de Empresas. San Salvador, El Salvador: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador. 11h

La población universitaria fue creciendo poco a poco y en 1843 se fundan las primeras clases de Derecho, para 1845 se crearon la matemática y gramática castellana, en 1846 se establece por Decreto Presidencial la Docencia Libre, en 1847 da inicio la vida universitaria, la facultad de medicina fue la segunda en crearse e iniciar clases en febrero de 1849. En 1852 fue el presidente Dueñas quien inauguro el edificio propio de la Universidad.

El 13 de agosto de 1854 después de un terremoto la Universidad de El Salvador y el Colegio la Asunción se instalaron en la ciudad de San Vicente después de trece años de existencia, la universidad continuaba unida al colegio, que constituía un estado intermedio entre la fase secundaria de la enseñanza y la superior o académica.

El 16 de septiembre de 1858 se le ordena al General Barrios trasladar la Universidad y el Colegio la Asunción a San Salvador. En 1871, el Ministerio de Relaciones Exteriores acuerda reestablecer cuanto antes la Universidad y que para este entonces había estado inactiva durante casi un año.

En 1872 la escuela normal pasó al control de la Universidad. En 1879 con el auge del cultivo del café, hubo demanda de técnicos siendo consecuente con la nueva visión de desarrollo resurge la Facultad de Ingeniería. Durante la administración del General Tomas Regalado, fueron establecidas las bases de la Facultad de Odontología y la Facultad de Ciencias Económicas las cuales fueron consideradas las facultades del siglo XX (comprende del año 1901 al 2000) marcando el inicio de la nueva era de la actual universidad de El Salvador.

## **B. MISIÓN Y VISIÓN.2**

### **Misión.**

Institución en nuestro país eminentemente académica, rectora de la educación superior, formadora de profesionales con valores éticos firmes, garante del desarrollo, de la ciencia, el arte, la cultura y el deporte. Crítica de la realidad, con capacidad de proponer soluciones a los problemas nacionales a través de la investigación filosófica, científica artística y tecnológica; de carácter universal.

### **Visión.**

Ser una universidad transformadora de la educación superior y desempeñar un papel protagónico relevante, en la transformación de la conciencia crítica y propositiva de la sociedad salvadoreña, con liderazgo en la innovación educativa y excelencia académica, a través de la integración de las funciones básicas de la universidad: la docencia, la investigación y la proyección social.

## **C. UBICACIÓN. 3**

La Universidad de El Salvador se encuentra ubicada al norte de San Salvador, la capital de El Salvador, al final de la 25a. Avenida Norte o Avenida Mártires y Héroes

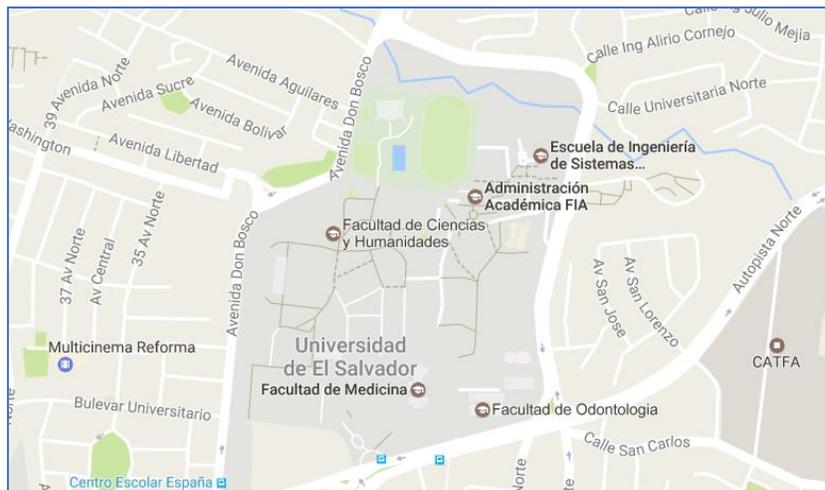
---

<sup>2</sup> Jennifer Sánchez y otros. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de reprografía como unidad productiva en la biblioteca Doctor Luis Edmundo Vásquez de la Facultad de medicina en la Universidad de El Salvador. Trabajo de Grado. Licenciatura en Administración de Empresas. San Salvador, El Salvador: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador. 12h.

<sup>3</sup> Mapa generado con el programa de Google Maps recuperado en: <https://www.google.com/sv/maps/> consultado el: 30 de Marzo de 2017.

del 30 de Julio, justo donde une la Autopista Norte y el Bulevar de los Héroes, Ciudad Universitaria.

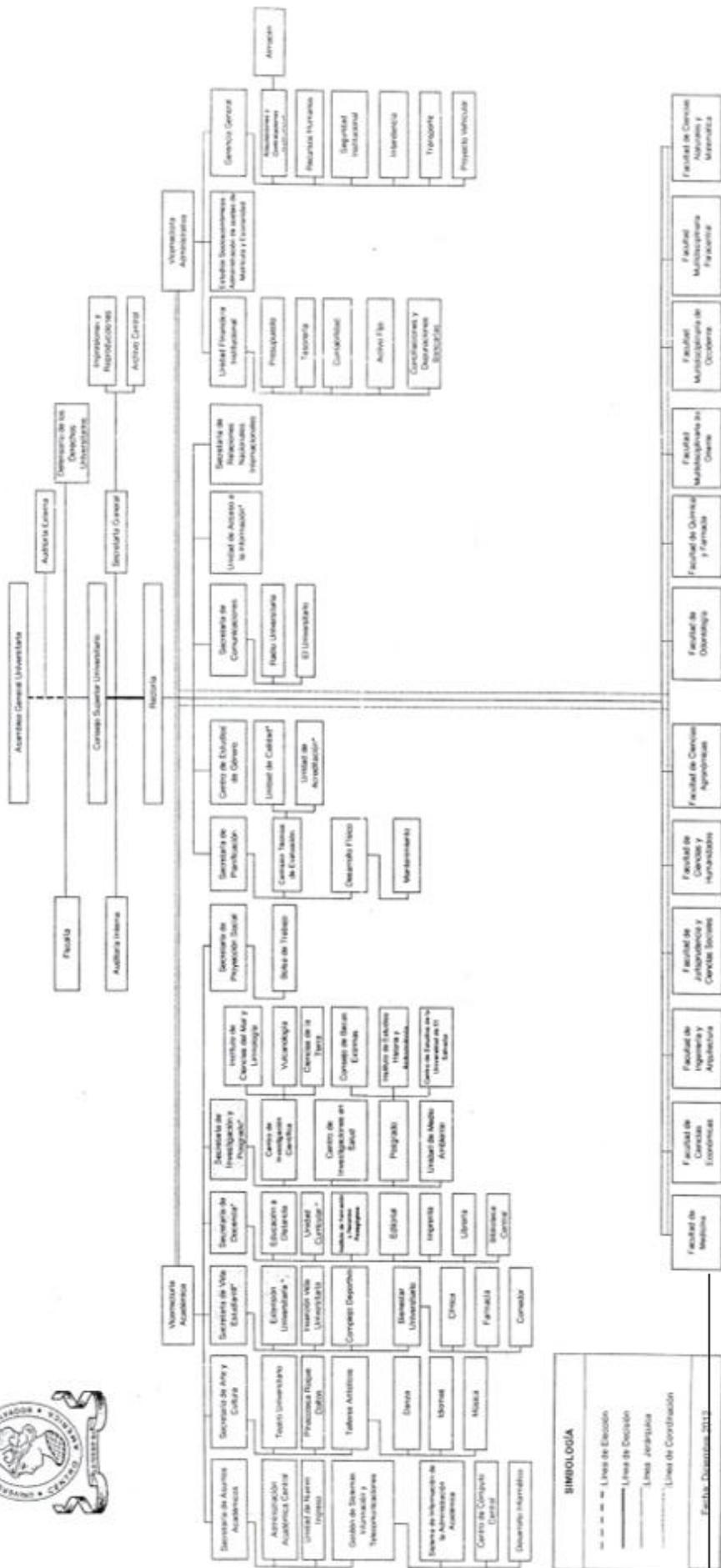
**Imagen N° 1: Imagen de Croquis de la Universidad de El Salvador.**



**Imagen N° 2: Imagen satelital de la Universidad de El Salvador.**



D. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.  
 Imagen N° 3: Organigrama de la Universidad de El Salvador.4



4 Universidad de El Salvador. (2017). Organigrama de la UES. [En línea] Recuperado el 18/08/2017.  
 en: [http://www.ues.edu.sv/.../stora.../app/media/organigrama\\_ues.jpg](http://www.ues.edu.sv/.../stora.../app/media/organigrama_ues.jpg) [Consultado el 18/08/2017].

## **II. GENERALIDADES SOBRE LA FACULTAD DE MEDICINA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

### **A. FUNDACIÓN DE LA FACULTAD DE MEDICINA EN LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.<sup>5</sup>**

Es la segunda facultad más antigua de la Universidad de El Salvador, siendo fundada en 1847.

Por decreto emitido por el presidente Eugenio Aguilar (periodo 1846-1848) en donde se acordó el establecimiento de una cátedra de Anatomía en la recién fundada Universidad de El Salvador. Dicho decreto ejecutivo, con fecha 15 de noviembre de 1847, además de establecer dicha cátedra decía que daría principio por el estudio de la Anatomía, debiéndose abrir el 15 de diciembre entrante. Sin embargo, la docencia se inició el 2 de febrero de 1849, fecha en que se procedió a organizar en la Universidad de El Salvador y la Facultad de Medicina.

El primer curso de medicina se inició con una matrícula de 21 alumnos. Toda la facultad, incluidas la sala de profesores y el Decanato, funcionaba en lo que había sido el museo de Ciencias del viejo Colegio de El Salvador. Poco a poco fueron creciendo las cátedras, se fue nombrando, por supuesto todos ad-honorem, solo cobraba el personal administrativo.

Hasta 1980, la facultad fue el único centro de estudios superiores que ofrecía las carreras del área de las ciencias de la salud en El Salvador.

---

<sup>5</sup> Jennifer Sánchez y otros. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de reprografía como unidad productiva en la biblioteca Doctor Luis Edmundo Vásquez de la Facultad de medicina en la Universidad de El Salvador. Trabajo de Grado. Licenciatura en Administración de Empresas. San Salvador, El Salvador: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador, 13h.

## **B. MISIÓN Y VISIÓN.<sup>6</sup>**

### **Misión.**

La Facultad de Medicina, como parte de la Universidad de El Salvador, es una institución de carácter público, dedicada a crear, preservar, desarrollar, interpretar y diseminar el cuerpo de conocimiento en salud. Se orienta a formar profesionales de la salud de pre y post grado altamente calificados, aptos para servir a la sociedad y ejercer el liderazgo científico, integral de alta calidad, trabajando en equipo al servicio de la sociedad salvadoreña.

### **Visión.**

Líderes en la formación de profesionales de la salud, investigación y proyección social en los ámbitos nacional e internacional.

## **III. EL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA.**

### **A. ANTECEDENTES.<sup>7</sup>**

El Centro Regional de Salud Valencia, fue sustentado sobre la base de los siguientes antecedentes:

En el año 1999 la Organización Mundial de la Salud establece el Programa Visión 2020: El Derecho a Ver – Eliminación de la Ceguera Evitable; en el año 2003, en el marco de la

---

<sup>6</sup> Facultad de Medicina, Universidad de El Salvador. (2017). Nuestra Misión. [En línea] Recuperado en: <http://www.medicina.ues.edu.sv/index.php...> [Consultado el 18/08/2017].

<sup>7</sup> PROYECTO CENTRO REGIONAL DE SALUD "VALENCIA", FACULTAD DE MEDICINA - UES. (2012). Facultad de Medicina Universidad de El Salvador, Ciudad Universitaria.

56ª Asamblea Mundial de la Salud, se realiza un informe sobre los avances del programa, del cual se rescatan los siguientes puntos:

- Según las estimaciones, hay en el mundo 45 millones de personas ciegas y otros 135 millones que padecen alguna discapacidad visual. Ahora bien, el 80 % de esa pérdida de visión se puede prevenir o tratar. Las proyecciones indican que las cifras aumentarán a 75 millones de ciegos y 200 millones de discapacitados visuales para el año 2020, a menos que se emprenda una acción coordinada urgente.
- El daño a la salud visual está concentrado en los países en desarrollo, en los que vive un 90% de las personas afectadas por la ceguera y por discapacidades visuales, con profundas consecuencias humanas y socioeconómicas. Las repercusiones de la pérdida de productividad a causa de la ceguera, así como los costos directos de educación y rehabilitación tienen un efecto significativo en las familias, las comunidades y las naciones, particularmente aquellos menos capaces de asimilar tales pérdidas. Por el contrario, la prevención y la cura de ceguera gracias a un acceso equitativo a una atención apropiada pueden redundar en enormes economías para los países y ayudar al desarrollo de muchas maneras.
- Se espera que en el marco de la iniciativa todos los países elaboren un plan nacional Visión 2020, en el que participen la OMS (Organización Mundial de la Salud), el gobierno, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El seguimiento y la evaluación son parte integrante de esos planes. Ya se ha llevado a cabo una labor de normalización de los indicadores mundiales que se han de utilizar. El examen periódico de los datos resultantes permitirá conocer los cambios en la magnitud de la ceguera evitable y la repercusión de las actividades en los países.

- El 5 de Marzo del 2002 se crea en París, entre UNESCO (La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y la Universidad Politécnica de Cataluña, la Cátedra UNESCO en Salud Visual y Desarrollo. Desde el punto de vista la salud visual es uno de los factores clave para la vida cotidiana de las personas. El ser humano recibe la mayoría de la información sobre el entorno que le rodea a través del ojo. Sin ésta disminuiría la capacidad para relacionarse con el entorno.

Existen diversos factores en los que afectará la pérdida parcial o completa del sentido de la vista:

- Disminuirá la salud del individuo.
- Dificultará el desarrollo de tareas que requieran visión.
- Incrementará la dependencia del ser humano hacia otros, debido a las dificultades de captación del entorno.

Todos estos factores harán a las personas más vulnerables a la pobreza y con una menor calidad de vida. Pero la salud visual también conlleva efectos sociales y económicos sobre las comunidades, es de considerarla como un factor de desarrollo. Una sociedad estará más preparada para afrontar los retos del desarrollo si sus ciudadanos tienen una mejor salud visual. Entonces tendrán oportunidad de leer y escribir, realizar trabajos industriales, utilizar las nuevas tecnologías, etc.

De las consideraciones anteriores surge claramente la necesidad de que la problemática, requiere de una política de estado en la cual todos los actores se encuentren involucrados, pero en el que sin lugar a dudas los gobiernos, en sus distintas esferas de poder de competencias, debe realizar el esfuerzo mayor, como

ordenador de las mismas, y a su vez comprometiendo los recursos necesarios para hacer universal la atención primaria.

En el año de 2005 la Fundación General de la Universidad de Valencia en conjunto con la Facultad de Medicina de la Universidad de El Salvador, realizaron un análisis de los indicadores de salud y concluyeron que existía un déficit real en la detección y corrección de defectos de la visión y audición infantil.

El déficit en adaptación de elementos ópticos correctores y prótesis auditivas para tratar los problemas de la visión y audición en la población de escaso acceso a los servicios de salud, así mismo, la infraestructura sanitaria existente en el país, es insuficiente para satisfacer esa necesidad en toda la población infantil, y que las consecuencias posteriores son graves sino se corrigen los problemas de visión y audición en los primeros años de vida.

Tiene como objetivo que el beneficiario reciba la atención integral de salud, que brindan los diferentes profesionales de la salud que forma la Facultad de Medicina, como un equipo multidisciplinario de forma integrada y complementaria a las acciones realizadas por el Ministerio de Salud. En las áreas especializadas de Salud Visual y Auditiva se desarrollará en forma coordinada con el Hospital de niños Benjamín Bloom del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

Para la búsqueda de la solución se firmó un acuerdo con la Fundación General de la Universidad de Valencia España, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de El Salvador (MSPAS) y la Universidad de El Salvador (UES), y se desarrolló un proyecto en dos fases superpuestas parcialmente en el tiempo según se detalla:

**Fase I:** La Dotación del equipamiento básico clínico y técnico para empezar a atender cuanto antes a personas sin recursos económicos con problemas de visión y audición,

especialmente la población infantil. Ese equipamiento se situó en locales provisionales, que se adecuaron para este propósito: Hospital Nacional de Niños Benjamín Bloom (equipos clínicos), área de Bienestar Universitario (equipos de atención no clínica) y bajos de la Facultad de Medicina (talleres), estos dos últimos en la Universidad de El Salvador.

**Fase II:** El equipamiento óptico y auditivo, unidad móvil y el equipamiento para las consultas materno-infantil, nutrición, terapia respiratoria, educación en salud y laboratorio clínico.

- **Fase II-A)** Construcción de la primera planta del edificio del Centro Óptico y Auditivo Valencia en San Salvador, para brindar atención técnica y clínica en salud visual y auditiva en las mejores condiciones. Y completar el equipamiento fijo de la Fase I. El edificio fue construido con proyección para tres niveles, con el objetivo de ampliar los servicios de salud y apoyar la formación de los profesionales de la salud para ser un Centro de referencia a nivel Centroamericano.
- **Fase II-B)** Completar tanto en espacio como en equipamiento, para que la atención sea amplia e integral no sólo en salud visual y auditiva, sino también en salud materno-infantil, en nutrición, en terapia respiratoria, en laboratorio clínico y en educación para la salud, para la población sin recursos económicos de San Salvador. Equipamiento para el servicio de mantenimiento y almacenamiento para todo el Centro Regional de Salud Valencia.

Las instalaciones del Centro contienen el equipamiento necesario y el personal técnico y profesional para atender a la población adscrita al mismo. Esta instalación se construyó para dar la atención médica, técnica óptica y auditiva en las mejores condiciones; constituye un Centro Óptico y Auditivo Valencia y tiene el equipamiento

técnico necesario, así como personal formado, con la posibilidad de uso para formar a nuevos técnicos con los que se logre atender en todo el país.

El equipo se detalla a continuación:

- a) Un centro auditivo para detectar y corregir problemas de audición, con consulta de audiología y audiometría, taller de adaptación completo y de reparaciones.
- b) Un centro donde se realice un examen visual completo, con consulta oftalmológica que permite pequeñas intervenciones, gabinete optométrico, taller de reparaciones, taller de montaje y adaptaciones, taller de mantenimiento y una óptica. Ésta última permite tener gafas montadas a un costo muy inferior al del mercado en general. También hacen uso del centro los adultos sin recursos económicos del Departamento de San Salvador.
- c) Equipamiento portátil para dar atención sanitaria básica visual y auditiva, así como preventiva en esas áreas de la salud, en las zonas rurales. Se hace hincapié en la prevención de la sordera y ceguera en niños menores de 3 años en esas zonas.
- d) Unidades móviles preparadas para su uso como consulta óptica, auditiva y taller, así como para transportar equipos portátiles y personal especialista para atender población de zonas rurales.
- e) Equipamientos básicos clínicos y técnicos que completan ambos centros, óptico y auditivo, que permiten que éstos puedan utilizarse para formación de especialistas.

El Consejo Superior Universitario, de la Universidad de El Salvador, en la Sesión Extraordinaria celebrada el 24 de abril de 2008, según el Acuerdo No. 024-2007-2011 (VI), APROBÓ el CONVENIO DE COOPERACIÓN ESPECIFICO ENTRE LA FUNDACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA (ESTUDIOS GENERALES), LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL (MSPAS), EN REPRESENTACIÓN DEL GOBIERNO SALVADOREÑO, PARA LA EJECUCIÓN DE LA FASE I Y FASE II DEL PROYECTO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DOTACIÓN DE UN CENTRO OFTALMOLÓGICA Y AUDITIVA PARA LA POBLACIÓN INFANTIL DE EL SALVADOR. El 16 de mayo de 2008, la Asamblea General Universitaria según el Acuerdo No. 38/2007-2009 (IV) en la Sesión Plenaria se RATIFICÓ el mencionado convenio.

En el mes de Febrero de 2010, finaliza la construcción de la primera planta con su debido equipamiento y segunda planta del edificio del Centro Regional de Salud Valencia, realizándose la inauguración del edificio, con la presencia de las autoridades de la Universidad de Valencia, el Ayuntamiento de Valencia, España, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y la Universidad de El Salvador.

Para la adecuación del sistema eléctrico y acondicionamiento físico para la instalación de los equipos fue coordinado y desarrollado por la Unidad de Desarrollo Físico, al mismo tiempo se realizaron las adecuaciones para el montaje del sistema informático que apoyar los servicios brindados.

El Centro Regional de Salud Valencia es una iniciativa que surgió en el año 2004, bajo la administración de la Dr. María Isabel Rodríguez, y fue en el inicio de la gestión del Ing. Rufino Antonio Quezada que en coordinación con la Universidad de Valencia reactivan el proyecto que culmina con la construcción de este.

Es una institución de carácter público, creado para desarrollar tres grandes líneas de trabajo: asistencia, formación e investigación, contribuyendo con los fines de la Universidad De El Salvador, siendo un apoyo en la formación académica integral de alta calidad y un ente de incidencia en las políticas de salud del país para beneficio de la población salvadoreña.

## **B. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS.<sup>8</sup>**

### **Misión.**

El centro regional de salud valencia, como parte de la facultad de medicina de la universidad de el salvador, es una institución de carácter público, creado para desarrollar tres grandes líneas de trabajo: asistencia, formación e investigación, contribuyendo con los fines de la Universidad de El Salvador, siendo un apoyo en la formación académica integral de alta calidad y un ente de incidencia en las políticas de salud del país para beneficio de la población salvadoreña.

### **Visión.**

Ser referente en la atención integral de salud visual y auditiva de la población salvadoreña con un abordaje multidisciplinario basado en la atención primaria en salud y en la formación académica de calidad a nivel nacional y regional.

---

<sup>8</sup> Facultad de Medicina, Universidad de El Salvador. Recuperado en: [http://www.medicina.ues.edu.sv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=475&Itemid=210](http://www.medicina.ues.edu.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=475&Itemid=210) consultado el 11 de abril de 2017.

**Objetivos.**

- ✓ En el campo asistencial:

Brindar atención integral de salud a través de los diferentes profesionales que forma la Facultad de Medicina en coordinación a las acciones realizadas por el Ministerio de Salud.

- ✓ En el campo formativo:

Fortalecer el proceso pedagógico en el desarrollo de habilidades y destrezas de los estudiantes de las diferentes carreras que se imparten en la Facultad de Medicina de la Universidad de El Salvador a nivel de pregrado y postgrado; siendo un centro regional de salud escuela.

- ✓ En el campo de investigación:

Potenciar un campo de aplicación de la investigación del que hacer académico y asistencial que permitan aportar al desarrollo de políticas nacionales y regionales en materia de salud.

**C. SERVICIOS.****Medicina Familiar.**

- ✓ Valoración clínica del paciente (niño)
- ✓ Remisión al Especialista (oftalmólogo u otorrinolaringólogo)
- ✓ Detección de emergencias clínicas y manejo de referencias
- ✓ Seguimiento de usuarios y usuarias en las diferentes áreas

**Enfermería.**

- ✓ Toma de signos vitales
- ✓ Preparación de pacientes para el Oftalmólogo y Otorrinolaringólogo
- ✓ Apoyo técnico en las áreas especializadas.

**Optometría.**

- ✓ Examen Visual Completo
- ✓ Detección de problemas visuales y
- ✓ Rehabilitación de los mismos por medio de terapia visual.

**Nutrición.**

- ✓ Toma de medidas antropométricas
- ✓ Atención nutricional
- ✓ Educación alimentaria nutricional

**Salud Materno Infantil.**

- ✓ Control de crecimiento y desarrollo
- ✓ Estimulación del desarrollo
- ✓ Atención de anticoncepción
- ✓ Atención Preconcepcional
- ✓ Atención para la detección temprana del Cáncer Cervico-uterino y de mama
- ✓ Atención a la pareja gestante
- ✓ Atención a la pareja puérpera
- ✓ Consejería en salud sexual y reproductiva

**Fisioterapia**

- ✓ Evaluación de terapia física
- ✓ Evaluación de terapia ocupacional
- ✓ Tratamiento de neurodesarrollo en niños
- ✓ Estimulación Temprana
- ✓ Educación en salud en fisioterapia y terapia ocupacional.

### **Educación para la Salud.**

- ✓ Consejería y entrevista en las áreas de la salud.
- ✓ Información, educación, comunicación (IEC)
- ✓ Visitas domiciliarias
- ✓ Asesoramiento a otras carreras en promoción y educación para la salud.
- ✓ Diseño y ejecución de campañas.

### **HORARIOS DE SERVICIOS**

Los servicios y horarios de atención son los siguientes:

Toma de audiometría: lunes a viernes de 8am a 12 md (precio \$10.00)

Consulta de Optometría (por cita) UES \$ 2.86 GENERAL \$5.00 Lunes, miércoles y viernes de 9am a 12md Martes y viernes de 1 am a 4pm

## **IV. MARCO LEGAL.**

### **A. RANGO CONSTITUCIONAL.**

Para que una Institución pueda adquirir derechos y obligaciones, está debe de tener un fundamento legal para ello, es el objetivo que tendrá este apartado del trabajo de investigación; se analizará desde de la lógica de la Pirámide de Kelsen, en cual el máximo cuerpo normativo de un Estado es la Constitución. En ese sentido la Universidad de El Salvador le reconoce esa facultad de adquirir derecho y obligaciones desde la Constitución en específico en el Art. 61 el cual menciona “La educación superior se regirá por una ley especial. La Universidad de El Salvador y las demás del Estado gozarán de autonomía en los aspectos docente, administrativo y económico. Deberán prestar un servicio social, respetando la libertad de cátedra. Se regirán por estatutos enmarcados dentro de dicha ley, la cual sentará los principios generales para su organización y funcionamiento.

Se consignarán anualmente en el Presupuesto del Estado las partidas destinadas al sostenimiento de las universidades estatales y las necesarias para asegurar y acrecentar su patrimonio. Estas instituciones estarán sujetas, de acuerdo con la ley, a la fiscalización del organismo estatal correspondiente.

La ley especial regulará también la creación y funcionamiento de universidades privadas, respetando la libertad de cátedra. Estas universidades prestarán un servicio social y no perseguirán fines de lucro. La misma ley regulará la creación y el funcionamiento de los institutos tecnológicos oficiales y privados.

El Estado velará por el funcionamiento democrático de las instituciones de educación superior y por su adecuado nivel académico”<sup>9</sup>.

#### **B. RANGO LEGAL**

La Universidad de El Salvador es regida por la Ley de Educación Superior debido que el artículo 1 de dicha Ley menciona: “La presente Ley tiene por objeto regular de manera especial la educación superior, así como la creación y funcionamiento de las instituciones estatales y privadas que la imparten”<sup>10</sup>. Que dentro del alcance de dicha Ley se encuentra la Universidad de El Salvador por ser una institución estatal que dentro de sus instalaciones imparte educación superior.

#### **C. RANGO INSTITUCIONAL.**

Ahora bien la Universidad de El Salvador al ser una institución estatal la cual se rige bajo los parámetros de la Constitución y las leyes secundarias, la misma debe de tener

---

<sup>9</sup> Constitución de la República de El Salvador, Decreto Constituyente No.: 38, Diario Oficial No.: 234, Tomo No.: 281, Fecha Emisión: 15/12/1983, Fecha Publicación: 16/12/1983.

<sup>10</sup> Ley de Educación Superior, Decreto Legislativo No.: 468, Diario Oficial No.: 216, Tomo No.: 365, Fecha Emisión: 14/10/2004, Fecha Publicación: 10/11/2004.

una Ley Orgánica la cual regule su funcionamiento, su estructura, las competencias de los funcionarios que estén a cargo de dicha Institución por ello el artículo Art. 76 de la Ley de Educación Superior menciona de forma expresa: “La Universidad de El Salvador, se registrará por su Ley Orgánica y demás disposiciones internas, en todo lo que no contraríe la presente Ley”<sup>11</sup>.

Así mismo la Ley de Educación de Superior permite a las instituciones la posibilidad de crear dependencias y Centros Regionales necesarias para sus fines. Art. 23. “Las instituciones de educación superior podrán crear las dependencias, escuelas y centros de investigación y proyección social necesarias para la realización de sus fines. Podrán crear centros regionales, si sus normas estatutarias contemplan expresamente tal posibilidad, y si los estudios de factibilidad y viabilidad respectivos son aprobados por el Ministerio de Educación. Los Centros Regionales deberán cumplir con los mínimos requisitos exigibles a las instituciones, a excepción del número de carreras. Cada Centro Regional tendrá su propia organización administrativa, financiera y su registro académico, que le permitan cumplir con las funciones básicas de la educación superior”<sup>12</sup>.

Ahora bien, como ya antes se había mencionado sobre la Ley Orgánica la cual regula la estructura, composición, sanciones y así las diversas atribuciones y competencias que tienen las Instituciones que estén dentro de la Universidad de El Salvador, así como también la posibilidad que las instituciones de educación superior puedan crear Centros Regionales para alcanzar sus fines, dichos fines se encuentran en el Artículo 3 de la Ley Orgánica:

Art. 3. -Son fines de la Universidad de El Salvador:

---

<sup>11</sup> IBID

<sup>12</sup> Ley de Educación Superior, Decreto No.: 468, Diario Oficial No.: 216, Tomo No.: 365, Fecha Emisión: 14/10/2004, Fecha Publicación: 10/11/2004.

- a) Conservar, fomentar y difundir la ciencia, el arte y la cultura;
  - b) Formar profesionales capacitados moral e intelectualmente para desempeñar la función que les corresponde en la sociedad, integrando para ello las funciones de docencia, investigación y proyección social;
  - c) Realizar investigación filosófica, científica, artística y tecnológica de carácter universal, principalmente sobre la realidad salvadoreña y centroamericana;
  - d) Propender, con un sentido social-humanístico, a la formación integral del estudiante;
  - e) Contribuir al fortalecimiento de la identidad nacional y al desarrollo de una cultura propia, al servicio de la paz y de la libertad;
  - f) Promover la sustentabilidad y la protección de los recursos naturales y el medio ambiente; y
  - g) Fomentar entre sus educandos el ideal de unidad de los pueblos centroamericanos.
- Para la mejor realización de sus fines, la Universidad podrá establecer relaciones culturales y de cooperación con otras universidades e instituciones, sean éstas públicas o privadas, nacionales o extranjeras, dentro del marco de la presente Ley y demás leyes de la República.

Sin menoscabo de su autonomía, la Universidad prestará su colaboración al Estado en el estudio de los problemas nacionales”.<sup>13</sup>

La Universidad de El Salvador para alcanzar estos fines tuvo que dividirse en diversas Unidades, Organismos entre otros; que dicha estructura de la Universidad de El Salvador se encuentra en Artículo 10 de la Ley Orgánica el cual menciona: “La Corporación universitaria estará integrada por el conjunto de sus estudiantes, su personal académico y sus profesionales no docentes. Para los efectos de la presente

---

<sup>13</sup> Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, Decreto Legislativo No. 597 del 29 de abril de 1999, publicado en el Tomo No. 343. Diario Oficial No. 96 de fecha 25 de mayo de 1999.

Ley, serán profesionales no docentes todas las personas graduadas o incorporadas por la Universidad, que no forman parte de su personal académico.

Para el cumplimiento de sus fines, la Universidad conservará y establecerá las Facultades, Escuelas, Departamentos, Institutos y Centros de Extensión Universitaria que juzgue conveniente, de acuerdo con las necesidades educacionales y los recursos de que disponga. Todos estos organismos formarán una sola entidad cohesiva y correlacionada en la forma más estrecha.

La estructura del gobierno universitario tendrá como unidad básica la Facultad. Cada una de las Facultades gozará de autonomía administrativa y técnica; contará con un presupuesto para la consecución de sus fines y estará obligada a rendir cuentas de sus actividades a los organismos superiores”.<sup>14</sup>

#### **D. MARCO LEGAL ESPECÍFICO POR UNIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL.**

Habiendo citado dichos Artículos tanto de la Constitución, Ley de Educación Superior y la Ley Orgánica, los cuales abren la puerta para que la Universidad de El Salvador establezca relaciones con Instituciones públicas o privadas ya sea nacionales e internacionales, para realizar dentro o fuera de la Universidad de El Salvador proyectos para alcanzar los fines de la Universidad.

Ahora bien, el trabajo de investigación será para analizar uno de los tanto Proyectos Sociales realizados por la Universidad de El Salvador, dichos proyectos tienen su fundamento jurídico para poderse realizar, en el capítulo VI del Reglamento general de la ley orgánica de la Universidad de El Salvador el cual el Art. 58. Tiene la decisión de que se entenderá como proyección social o proyecto social: “Para el cumplimiento de

---

<sup>14</sup> Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, Decreto Legislativo No. 597 del 29 de abril de 1999, publicado en el Tomo No. 343. Diario Oficial No. 96 de fecha 25 de mayo de 1999.

los fines de la Universidad y especialmente de lo establecido en los literales “b” y “d” del artículo 3 de la Ley Orgánica, se establece la Proyección Social como el conjunto de actividades planificadas que persiguen objetivos académicos, de investigación y de servicio; con el fin de poner a los miembros de la comunidad universitaria en contacto con la realidad, para obtener una toma de conciencia ante la problemática social salvadoreña e incidir en la transformación y superación de la sociedad.<sup>15</sup>

Así como también se encuentra los objetivos de la Proyección Social

Art. 59. - Son objetivos generales de la Proyección Social, los siguientes:

- a) Promover entre la población salvadoreña, la ciencia, el arte y la cultura, orientadas a la búsqueda de su propia identidad y contribuir en su proceso de desarrollo;
- b) Incidir eficazmente, en forma interdisciplinaria en la transformación del ser humano y de la sociedad contribuyendo a su desarrollo económico, social y cultural;
- c) Contribuir a la formación de profesionales que con juicio crítico e iniciativa produzcan ciencias y tecnologías apropiadas a la realidad salvadoreña; y
- d) Promover el debate y aportar en la solución de la problemática nacional.<sup>16</sup>

El proyecto social que será analizado es el que se encuentra realizado entre la Universidad de El Salvador, la Fundación General de la Universidad de Valencia y el Ministerio de Salud Público y Asistencia Social, el cual se le da vida mediante el Convenio celebrado el día 30 de Mayo de 2008 el cual dentro de sus cláusulas más importante se encuentra darle vida al centro de atención oftalmológica y auditiva para la población infantil, en el salvador- centro regional de salud, el cual está a cargo de la Facultad de Medicina de la Universidad de El Salvador.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Reglamento general de la ley orgánica de la Universidad de El Salvador, Acuerdo No.70/99-2001 (VI) publicado en el Diario Oficial No. 113, Tomo 351 del 18 de junio de 2001.

<sup>16</sup> Reglamento general de la ley orgánica de la Universidad de El Salvador, Acuerdo No.70/99-2001 (VI) publicado en el Diario Oficial No. 113, Tomo 351 del 18 de junio de 2001

<sup>17</sup> Convenio de cooperación específico entre la Universidad de El Salvador, FGUV (Fundación General de la Universidad de Valencia) y MSPAS (Ministerio de Salud Público y Asistencia Social, 30 de Mayo de 2008 - Anexo 2

## **V. GENERALIDADES DE LA PLANEACIÓN.**

### **A. ANTECEDENTES DE LA PLANEACIÓN.**

“La planeación, como parte del proceso administrativo tuvo sus primeras contribuciones dentro de la evolución administrativa. Así, se encuentra que los egipcios en el año 1300 a.c (antes de Cristo), le daban importancia a la administración por medio de sus papiros, y para la construcción de templos y pirámides; lo mismo hicieron los chinos, ya que en las parábolas de Confucio se encuentran sugerencias prácticas para una adecuada administración pública; la construcción de la gran muralla china es una evidencia palpable de la planeación, organización y control; luego la iglesia católica romana, es la que ha demostrado mayor eficiencia en la práctica de la organización formal, al plantear claros sus objetivos, estructura organizacional, así como la planeación de técnicas administrativas.

Posteriormente se destacan otras contribuciones contemporáneas y especializadas que abarcan áreas de las ciencias de la conducta, con los postulados de Frank y Lillian Gilbreth. Gantt, ingeniero mecánico, conocido por sus métodos gráficos por la descripción de planes y un mejor control administrativo, destacó la importancia del tiempo y el costo al planear y controlar el trabajo, lo que le condujo al diseño y puesta en práctica de la famosa grafica de Gantt que mucha utilidad ha brindado para la programación de actividades.

Dentro de este contexto, la evolución administrativa ha llegado a desarrollar técnicas modernas de aplicación como lo es la planeación formal.

En la década de los cincuenta, el término planeación a largo plazo se usó para describir el sistema, utilizando diferentes términos para referirse a ella como Planeación

Corporativa Completa, Planeación Directiva Completa, Planeación General Total, Planeación a Largo Plazo, Planeación Integrada Completa y Planeación Estratégica”<sup>18</sup>

“La planeación estratégica formal, fue introducida por primera vez en algunas empresas comerciales a mediados de 1950 y gozó de gran popularidad entre mediados de la década de los sesenta hasta mediados de los setenta. En ese entonces se pensaba que la planeación estratégica era la solución a todos los problemas y muchas de las corporaciones estadounidenses estaban obsesionadas con ella. Sin embargo, después de ese auge, la planeación estratégica se dejó de lado durante la década de 1980, pues los diversos modelos de planeación no generaron rendimientos mayores. No obstante, la década de 1990 trajo consigo el resurgimiento de la planeación estratégica, desde entonces se ha perfeccionado al grado que en la mayoría de las empresas más importantes en el mundo, cuentan con algún tipo de este sistema y un número cada vez mayor de empresas pequeñas están siguiendo este ejemplo.”<sup>19</sup>

## **B. DEFINICIONES DE PLAN Y DE PLANEACIÓN.**

En su forma más simple el concepto de plan se define como la intención y proyecto de hacer algo, ó como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos. Asimismo, se ha definido como un documento en que se constan las cosas que se pretenden hacer y forma en que se piensa llevarlas a cabo. Por otro lado Horacio menciona la definición de plan como: "Un conjunto coordinado de metas, directivas, criterios y disposiciones con que

---

<sup>18</sup> Scribd. (2017). 658.4 p438e Capitulo II. [En Línea] Recuperado en: <https://es.scribd.com/document/313799336/658-4-p438e-Capitulo-II> [Consultado el 1 Diciembre 2017].

<sup>19</sup> Fred R. David. “Conceptos de Administración Estratégica”. 14° Edición. Editorial Pearson. Mexico.2013. Pág. 5

se instrumentiza un proceso, pudiendo ser integral o sectorial y en distintos niveles: comunal, urbano, local, regional, nacional, etc."<sup>20</sup>

“La palabra **plan** que quiere decir *altitud o nivel* que proviene del latín Planus y puede traducirse como plano. Un plan es una serie o de pasos o procedimientos que buscan conseguir un objeto o propósito de dirigirla a una dirección, el proceso para diseñar un plan se le conoce como planeación o planificación.”<sup>21</sup>

Desde años atrás en la historia siempre ha existido la noción de administración y con ella de planeación. Pero es una noción inconsciente, pues una vez comienza a plasmarse el pensamiento administrativo, se empieza a percibir la importancia de la planeación.

Muchos autores se han preocupado por la función de planeación y han desarrollado sus propias definiciones, aunque lo expresan diferente, guardan elementos comunes; todos ellos coinciden en considerar que la planeación se convierte en la función fundamental del proceso administrativo para la supervivencia de la empresa:

### **Planeación:**

#### **JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ ARENAS.<sup>22</sup>**

"Es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se embozan planes y programas".

---

<sup>20</sup> Eumed.net. (2017). *El Concepto De Plan*. [En Línea] Recuperado en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm> [Consultado el 1 Diciembre 2017].

<sup>21</sup> Definista (2017). *¿Qué es Plan? - Su Definición, Concepto y Significado*. [En Línea] Conceptodefinicion.de. Recuperado en: <http://conceptodefinicion.de/plan/> [Consultado el 1 Diciembre 2017].

<sup>22</sup> Anon, (2017). [En línea] Recuperado en: <http://cursos.aiu.edu/Fundamentos%20de%20Administraci%C3%B3n/PDF/tema%202.pdf> [Consultado el 13 septiembre 2017].

**L. J. KAZMIER.**<sup>23</sup>

"Consiste en determinar los objetivos y formular políticas, procedimientos y métodos para lograrlos".

**GEORGE R. TERRY.**<sup>24</sup>

"Es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados".

**ERNEST DALE.**<sup>25</sup>

"Determinación del conjunto de objetivos por obtenerse en el futuro y el de los pasos necesarios para alcanzarlos a través de técnicas y procedimientos definidos".

**BURT K. SCANLAN.**<sup>26</sup>

"Sistema que comienza con los objetivos, desarrolla políticas, planes, procedimientos, y cuenta con un método de retroalimentación de información para adaptarse a cualquier cambio en las circunstancias".

---

<sup>23</sup> IBID

<sup>24</sup> Daquilema, B. (2017). *Planeación y sus elementos*. [En Línea] Academia.edu. Recuperado en: [https://www.academia.edu/9355183/Planeacion\\_y\\_sus\\_elementos](https://www.academia.edu/9355183/Planeacion_y_sus_elementos) [Consultado el 13 Septiembre 2017].

<sup>25</sup> Anon, (2017). [En línea] Recuperado en: <http://cursos.aiu.edu/Fundamentos%20de%20Administraci%C3%B3n/PDF/tema%202.pdf> [Consultado el 13 septiembre 2017].

<sup>26</sup> IBID

**JOSEPH L. MASSIE.<sup>27</sup>**

"Método por el cual el administrador ve hacia el futuro y descubre los alternativos cursos de acción, a partir de los cuales establece los objetivos".

**ROBERT N. ANTHONY.<sup>28</sup>**

"Planear es el proceso para decidir las acciones que deben realizarse en el futuro, generalmente el proceso de planeación consiste en considerar las diferentes alternativas en el curso de las acciones y decidir cuál de ellas es la mejor"

**GUZMÁN VALDIVIA.<sup>29</sup>**

Define la planeación de la siguiente manera: "Actividad sistémica apoyada en datos objetivos en posibilidades reales, en estudios técnicos para que la previsión sirva de fundamento sólido a las políticas y programas y estos sean a su vez instrumentos eficaces y de verdadera utilidad"

**Koontz Harold y Heinz Weihrich.<sup>30</sup>**

Definen la planeación como "la selección de misión y objetivos de las acciones para cumplirlos, y requiere de la toma de decisiones, es decir, de optar entre diferentes cursos futuros de acción"

---

<sup>27</sup> IBID

<sup>28</sup> IBID

<sup>29</sup> Anon, (2017). [En Línea] Recuperado en: [http://www.colpos.mx/cocoan/cisb/capitulo\\_1.pdf](http://www.colpos.mx/cocoan/cisb/capitulo_1.pdf) [Consultado el 13 Septiembre 2017].

<sup>30</sup> Koontz Harold y Heinz Weihrich. "Administración", Una perspectiva global, 11° Edición. Mc Gran-Hill. México 1998. Pág. 126.

**James Stoner.**<sup>31</sup>

Afirma que la planeación es “el proceso de establecer metas y elegir los medios para alcanzar dichas metas”

**Kevin Guerra**

Es una parte fundamental del proceso administrativo que nos permite ser una guía en el actuar de la corporación permitiéndonos anticiparnos ante posibles situaciones.

**Kateryn Ortíz.**

Afirma que la planeación es “el proceso de establecer metas y elegir los medios para alcanzar dichas metas”

**C. DIFERENCIA ENTRE PLAN, PLAN ESTRATÉGICO Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.**<sup>32</sup>

La planeación estratégica es el proceso mediante el cual una organización define su visión a largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Es el análisis racional de las oportunidades de la empresa y de la selección de un compromiso para establecer estrategias que contribuyan a la solución de problemas o la búsqueda de mejoras.

El plan estratégico es entonces ese documento oficial en el cual los responsables de una organización reflejan cuál será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo. Este documento marca las directrices y el comportamiento para que una

---

<sup>31</sup> James Stoner. “Administración”. 6° Edición. Prentice Hall. México 1996. Pág. 290.

<sup>32</sup> Sites.google.com. (2019). *Diferencias entre el plan estratégico y el plan* [En línea] Recuperado en: <https://mdc.org.co/diferencias-entre-el-plan-estrategico-y-el-plan/> [Consultado el 28 de Mayo de 2019].

organización alcance los planes que ha plasmado desde el inicio en los lineamientos de política o en los objetivos estratégicos.

Por otro lado, el plan es un documento donde los directivos de una organización enumeran los objetivos y las directrices que deben marcar a corto plazo. Normalmente se realiza con una duración efectiva de un año. Se trata entonces de la visión más detallada de los objetivos de la organización, es la culminación del plan estratégico. Al ser más detallado, deben adaptarse los objetivos generales de la compañía a cada departamento y traducir la estrategia global de la misma en el día a día de sus trabajadores.

#### **D. PRINCIPIOS DE LA PLANEACIÓN.<sup>33</sup>**

Estos principios son fundamentales para la generación de planes que al momento de implementarlos, estos sean planes exitosos.

Entre los principales están los siguientes:

- **Principio de unidad y dirección:** Todo plan debe estar dirigido hacia objetivos de una misma dirección.
- **Principio de delegación:** Todo plan debe involucrarse a las unidades ejecutoras, dándoles poder suficiente en la toma de decisiones para la ejecución del plan.
- **Principio de flexibilidad:** Todo plan debe contemplar un grado de flexibilidad ante posibles imprevistos, sin incurrir en la imprecisión del tiempo, costo, alcance, riesgo y calidad.
- **Principio de congruencia con la misión de la empresa:** Todo plan debe estar inserto dentro de la misión de la empresa, con objetivo y metas claras.

---

<sup>33</sup> Chiavenato, Idalberto. "Iniciación a la Administración General" 7° Edición. Editorial Mc.Graw-Hill. Bogota.1994. Pág.222

- **Principio de control:** Todo plan debe ser sujeto a control, por lo tanto, debe de generar los parámetros para su evaluación y seguimiento dentro de lo deseado.

## E. IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN.<sup>34</sup>

Razones por las cuales es importante la planeación.

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro.
- Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presentan, con las mayores garantías de éxito.
- Condiciona a la empresa al ambiente que le rodea.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando corazonadas.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- Al establecer un esquema o modelo de trabajo (plan), suministra las bases a través de las cuales opera la empresa.
- Permite al ejecutivo evaluar alternativas antes de tomar una decisión.

---

<sup>34</sup> Sites.google.com. (2017). *Importancia de la Planeación - Administración*. [En línea] Recuperado en: <https://sites.google.com/site/actuarialadmon/unidad-de-competencia-ii/planeacion/importancia-de-la-planeacion> [Consultado el 16 Agosto 2017].

## **F. VENTAJAS DE LA PLANEACIÓN.**

- Solo se puede controlar y dirigir lo que se planea.
- Distribución más justa de los recursos.
- Los procesos y procedimientos son y pueden ser objeto de mejora continua.
- La planeación permite traducir la previsión y las estrategias en acciones concretas.
- Facilita la coordinación de los recursos humanos.
- Ayuda a la dirección de la empresa.
- Disminuye el riesgo de la empresa al prever y planear acciones frente a contingencias posibles.

## **G. PROCESO DE LA PLANEACIÓN.<sup>35</sup>**

El proceso de la planeación tiene siete elementos claves:

- Análisis ambiental.
- Establecimiento de objetivos.
- Determinación de requerimientos.
- Evaluar recursos.
- Desarrollar planes de acción.
- Implementar planes.
- Verificar resultados.

---

<sup>35</sup> Hitt A. Michael, Porter W. Lyman. "Administración". 9ª Edición. Editorial Pearson Educación. México. 2006. Pág. 275

## H. CLASIFICACIÓN DE LOS PLANES.

Los planes pueden ser clasificados en:<sup>36</sup>

**Planes operativos:** Es diseñado con el fin de determinar con anterioridad cual es el rol particular de cada individuo en las unidades operacionales donde trabajará. Algunas cuestiones remarcables de este tipo de planes son:

1. Son llevadas a cabo y dirigidas por jefes que no se hallan en las cúpulas jerárquicas de las instituciones donde serán llevadas a cabo.
2. Las reglas y métodos son determinados de manera muy minuciosa. Además, deben ser respetados indiscutiblemente.
3. Respeta las orientaciones dadas por los planes tácticos y estratégicos.
4. Su propósito principal es la búsqueda de eficiencia.
5. Estos planes son diseñados para ser ejecutados en lapsos de tiempo más cortos.

**Planes tácticos:** Este tipo de planificación recurre a la planeación estratégica como base. Estos están destinados a trabajar sobre temas relacionados a los principales departamentos o áreas de las organizaciones.

Este tipo de planeación se encarga de garantizar el mejor uso de los recursos y su optimización, sobre todo aquellos que serán utilizados para alcanzar metas determinadas. Estos planes se diferencian de los estratégicos por una cuestión de tiempo. Cuando haya una mayor utilización de tiempo la planificación será más estratégica que táctica. Es por ello que si el plan se encuentra orientado a un determinado sector o producto será táctico. Pero si la planificación es orientada hacia la empresa en su totalidad será estratégico.

---

<sup>36</sup> Tiposde.org. (2017). *Tipos de planes*. [En línea] Recuperado en: <http://www.tiposde.org/cotidianos/678-planes/> [Consultado el 16 agosto 2017].

Algunas características de los planes tácticos son:

1. Son llevados a cabo y dirigidos por los empresarios que tenga un rango medio en la jerarquía de la institución.
2. La base de sus lineamientos será el de los planes estratégicos.
3. La información que será tratada será tanto interna como externa.
4. Intenta coordinar recursos y las grandes áreas organizativas.
5. Su objetivo principal es alcanzar tanto la eficacia como la efectividad.

**Planes estratégicos:** Se encuentran orientadas a metas que competen a una determinada institución o empresa. Intentan determinar cuáles son los parámetros de orientación y las limitaciones. Para ello se establecen cuáles son los propósitos, los recursos que se emplearán y cuáles serán guías a la hora de administrar los mismos. La empresa o institución es tratada como un todo, no serán diferenciadas sus áreas o sectores.

Algunas cuestiones importantes para remarcar sobre éstos son:

1. Estos planes son llevados a cabo y guiados por aquellas personas que se hallan en las cúpulas jerárquicas de la institución,
2. La información manejada suele ser ajena a la organización.
3. Los lineamientos que regirán a toda la institución serán determinados en este tipo de planes, es decir que es el plan original. A partir de este surgirán los demás, que tratarán temas o cuestiones más reducidas o específicas.
4. Estas planificaciones son realizadas para ser aplicada en largos lapsos de tiempo.
5. Su objetivo principal es hallar efectividad.
6. Son planificados sin poseer certezas.

## I. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

¿Qué es estrategia?<sup>37</sup>

Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

La palabra estrategia significa literalmente guía de los ejércitos.

*“Estrategia es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos” A. Chandler*

“La planeación estratégica es una actividad administrativa y un proceso organizacional que define la dirección en la que se deben de enfocar los esfuerzos es por tal razón que la empresa selecciona entre varios caminos alternativos, el que considera más adecuado para alcanzar los objetivos propuestos. Generalmente, es una planeación a largo plazo.

La planeación estratégica exige cuatro fases bien definidas:

1. Formulación de objetivos organizacionales.
2. Análisis de las fortalezas y limitaciones de la empresa.
3. Análisis del entorno.
4. Formulación de alternativas estratégicas.”<sup>38</sup>

### 1. CONCEPTOS.

Algunos autores definen la planeación estratégica de la siguiente manera:

---

<sup>37</sup> Planeacion-estrategica.blogspot.com. (2017). *¿Qué es estrategia?*. [En Línea] Recuperado en: <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/qu-es-estrategia.html> [Consultado el 1 Dic. 2017].

<sup>38</sup> Chiavenato, Idalberto. Ob. Cit. Pág.226

“Es la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permitirán que una organización logre sus objetivos. La formulación de estrategias incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de una organización, la determinación de las amenazas y oportunidades externas, el establecimiento de misiones de la compañía, la fijación de objetivos, el desarrollo de estrategias alternativas, el análisis de dichas alternativas y la decisión de cual escoger”.<sup>39</sup>

“Es un proceso mediante el cual la gerencia evalúa e integra en las decisiones de políticas, tanto el estado actual como la repercusión futura de los cambios en su medio de operación”.<sup>40</sup>

“Es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados”.<sup>41</sup>

## **J. CARACTERÍSTICAS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.**

La planeación estratégica tiene sus propias características que la diferencian de los otros tipos de planeación, las más importantes son:

- a. Se ocupa de situaciones fundamentales, responde a las siguientes interrogantes; ¿en qué negocio estamos y en cual deberíamos estar?, ¿Cuáles son nuestros clientes y cuáles deberían ser?, ¿Cómo está organizada nuestra empresa y como debería estar?

---

<sup>39</sup> Ever Uzcátegui, M. (2017). *La Gerencia Estratégica (página 2) - Monografias.com*. [En Línea] Monografias.com. Recuperado en: <http://www.monografias.com/trabajos63/gerencia-estrategica/gerencia-estrategica2.shtml> [Consultado el 2 Dic. 2017].

<sup>40</sup> Planeación Estratégica Aplicada a los Recursos Humanos. (2017). Guvenc G. Alpander,.Cap.2, Pag. 24

<sup>41</sup> Posadas, F. (2017). *La planeación estratégica en el proceso administrativo*. [En Línea] GestioPolis - Conocimiento en Negocios. Recuperado en: <https://www.gestiopolis.com/la-planeacion-estrategica-en-el-proceso-administrativo/> [Consultado el 2 Dic. 2017].

- b. Ofrece un marco de referencia para una planeación más detallada y para las decisiones ordinarias. Cuando se afrontan tales decisiones el gerente se preguntará cuales opciones son las más adecuadas con la estrategia.
- c. Ayuda a orientar el uso de las energías y recursos de la organización hacia las actividades de alta prioridad.
- d. Es una actividad de alto nivel, ya que la alta gerencia participa activamente en su planteamiento; esto se debe a que solo ella, desde su punto de vista más amplio tiene la visión necesaria para considerar todos los aspectos de la organización.

#### **K. IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.**

La importancia de la planeación estratégica se ha visto acrecentada en los últimos años en las organizaciones debido a que proporciona un marco de referencia para el desarrollo de la actividad organizacional y conduce a un mejor funcionamiento y a una mayor percepción de los cambios. La alta gerencia está convencida que, si definen claramente la misión de su empresa, estarán en mejores condiciones de dar una acertada dirección y orientación a sus actividades y se vuelven más sensibles ante un ambiente de constante cambio. En los momentos actuales los acontecimientos se presentan con demasiada rapidez para que la experiencia pueda ser siempre una guía confiable; en consecuencia, los gerentes necesitan estar preparados para crear nuevas estrategias que sean apropiados para los diferentes problemas y actividades del futuro.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Anon, (2017). [En Línea] Recuperado en: <http://file:///C:/Users/Kateryn/Downloads/313799336-658-4-p438e-Capitulo-II.pdf> [Consultado el 1 Dic. 2017].

## L. BENEFICIOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

Algunos de los beneficios que se tienen al realizar la planeación estratégica se observan en los resultados, como se observan en el esquema siguiente:



**Fuente:** Hitt A. Michael, Porter W. Lyman. "Administración". 9º Edición. Editorial Pearson Educación. México. 2006. Pág. 15.

## VI. POSICIONAMIENTO.

### A. GENERALIDADES.

*¿Qué es posicionamiento?*<sup>43</sup>

El Posicionamiento fue una nueva forma de ver el nuevo mercado. Estas ideas aparecen para hacer frente a un mercado sobresaturado de información en el que había ya demasiados productos, y demasiados mensajes. Estas características son similares a lo que podemos observar hoy en día en la Web, sobresaturada de contenidos y mensajes.

Los especialistas de mercados de los '80 debieron afrontar y dar respuesta aquella, entonces nueva, realidad, del mismo modo que los especialistas en producción de contenidos Web debemos dar respuesta al desafío de destacar en un medio saturado y quedar grabados en la mente y en los hábitos de nuestros clientes.

<sup>43</sup> Anon, (2017). [En Línea] Recuperado en: <http://file:///C:/Users/Kateryn/Downloads/posicionamiento--la-batalla-por-la-web-0.pdf> [Consultado el 22 Sep. 2017].

El objetivo del posicionamiento es entonces la mente del cliente. El posicionamiento es la ubicación de una empresa, un producto o un servicio en la mente del consumidor respecto de otros similares. Este concepto es tan válido hoy en día en la Web como lo ha sido desde los '80 en los mercados de productos más tradicionales. La realidad actual, de alta competitividad en todos los ámbitos, obliga al reposicionamiento permanente.

Reposicionamiento significa encontrar en la mente del consumidor un nuevo concepto, más atrayente, que armonice con el anterior, pero que se adecue a las circunstancias cambiantes. El reposicionamiento nos permite fidelizar a nuestros clientes habituales y a la vez captar nuevos clientes.

El reposicionamiento implica transmitir una nueva imagen, lo que conlleva un compromiso de calidad o servicios, una promesa que debe cumplirse para no defraudar. Para ello se debe tener un conocimiento fino de la sensibilidad y expectativas de nuestros clientes. Asimismo, debe realizarse de manera sutil, para que el consumidor pueda adaptarse y digerir los cambios que se le están proponiendo.

Según Trout, “una empresa puede abrirse paso en un sector, incluso en el mercado internacional, pero su esfuerzo siempre será en vano si su imagen propia no consigue crearse un hueco en la mente del consumidor”. Estos conceptos son aplicables a cualquier actividad en la que medie un entorno competitivo.

Al Ries y Trout dieron un giro a este término: "Posicionamiento no es dónde posiciona un producto en el lineal. Posicionamiento es la actuación sobre la mente del consumidor".<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> MurciaEconomía.com. (2017). *Posicionamiento de la empresa en el mercado — MurciaEconomía.com..* [En Línea] Recuperado en: <http://murciaeconomia.com/not/24640/posicionamiento-de-la-empresa-en-el-mercado> [Consultado el 17 Sep. 2017].

El posicionamiento se utiliza para diferenciar el producto y asociarlo con los atributos deseados por el consumidor. Para ello se requiere tener una idea realista sobre lo que opinan los clientes de lo que ofrece la empresa y también saber lo que se quiere que los clientes objetivo piensen de nuestra oferta y la de los competidores. Por lo general la posición de los productos depende de los atributos que son más importantes para el consumidor meta.

La metodología del posicionamiento se resume en 4 puntos:

- 2- Identificar el mejor atributo de nuestro producto.
- 3- Conocer la posición de los competidores en relación a ese atributo.
- 4- Decidir nuestra estrategia en función de las ventajas competitivas.
- 5- Comunicar el posicionamiento al mercado a través de la publicidad.

Hay que tomar en cuenta que el posicionamiento exige que todos los aspectos tangibles de producto, plaza, precio y promoción apoyen la estrategia de posicionamiento que se escoja. Para competir a través del posicionamiento existen 3 alternativas estratégicas:

Debido a la gran cantidad de información con que el consumidor es bombardeado, a menudo se crean escaleras de productos en la mente de nuestro cliente meta, en donde la empresa que mejor se recuerda ocupa el primer lugar, es por ello que las empresas luchan por alcanzar esa posición. La marca que está en segundo lugar debe inventar una nueva categoría y ser líder en ella.

Una empresa puede afirmar que es diferente y mejor que otra de muchas formas: somos más rápidos, más seguros, más baratos, más cómodos, duramos más, tenemos mejor trato, mayor calidad, mayor valor. Pero Ries y Trout enfatizaron la necesidad de elegir una de todas ellas y centrar todos los esfuerzos sobre ella, para que se fijara en la mente del consumidor. Veían el posicionamiento, principalmente, como un ejercicio de comunicación. A menos que el producto sea identificado como el mejor en algo que es

significativo para un grupo de consumidores, estará pobremente posicionado y lo recordarán con dificultad. Recordamos las marcas que sobresalen como las primeras o las mejores en algo.

Pero el posicionamiento no puede ser arbitrario. De hecho, el producto debe ser diseñado con la intención de darle un posicionamiento en la mente del consumidor. Se debe decidir el posicionamiento antes de diseñar el producto.

Las marcas que no son número uno en su mercado (medidas por el tamaño de la empresa u otro atributo) no tienen por qué preocuparse, simplemente necesitan elegir otro atributo y ser número uno en dicho atributo. Cada competidor atraerá a aquellos consumidores que buscan su atributo principal.

Algunas empresas prefieren construir un posicionamiento múltiple en vez de un único posicionamiento, pero esta dispersión de fuerzas no es recomendable. Obviamente, si una compañía afirma tener demasiados atributos superiores no será recordada ni creíble.

Posicionamiento de Mercado consiste en la decisión, por parte de la empresa, acerca de los atributos que la permitan ganar en la guerra por el mercado y ser preferidos a los competidores por el público objetivo.

Los aspectos de la definición del producto se analizan en función de las expectativas de venta y de rentabilidad, de la capacidad interna de la empresa, de la gama de productos, de la imagen adquirida, o del posicionamiento de otros productos de la competencia.

Una definición más sencilla sería, el posicionamiento de un producto es la forma en que éste está definido por los consumidores en relación con ciertos atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa en su mente comparado con los competidores.

## **B. PILARES BÁSICOS DEL POSICIONAMIENTO.<sup>45</sup>**

Existen tres pilares que son básicos para entender el concepto del Posicionamiento.

- El primero es el de identidad corporativo, que debe ser comprendido como lo que nuestra empresa realmente es.
- El segundo es la comunicación, que representa lo que la empresa pretende transmitir al público objetivo.
- El tercer pilar es la imagen corporativa percibida, que es el cómo realmente ve la parte interesada a la organización.

Cualquier organización que tenga una intención sería de poner en marcha una estrategia de Posicionamiento, debe tener en cuenta estos tres aspectos.

## **C. MÉTODO PARA FIJAR EL POSICIONAMIENTO.**

El Posicionamiento es un proceso que consta de tres etapas generales.

### **1. Posicionamiento Analítico.**

En esta primera etapa, se debe fijar exactamente el posicionamiento actual que posee la compañía. Consiste en analizar, de manera interna, la identidad corporativa, examinando la misión, visión, cultura, objetivos y atributos a proyectar; y de manera externa, la imagen percibida por los grupos de interés, la imagen de la competencia y los atributos más valorados por el público objetivo al que nos dirigimos, con el fin de conocer cuál podría ser el posicionamiento ideal.

---

<sup>45</sup> Friendly Business. (2017). *El concepto de Posicionamiento en las empresas y estrategias para su desarrollo*. [En Línea] Recuperado en: <https://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/> [Consultado el 17 Sep. 2017].

## **2. Posicionamiento Estratégico.**

En esta fase, la dirección decide con los resultados obtenidos en el Posicionamiento Analítico, unos atributos y unos objetivos a poner en marcha, una estrategia de mensaje, una estrategia de medios y un plan de acciones tácticas a ejecutar para poner en marcha dicho Posicionamiento.

## **3. Control del posicionamiento.**

Una vez realizado este proceso, es necesario que se mida la eficacia de la comunicación a través del análisis nuevamente de la identidad e imagen percibida. Si es coincidente con los objetivos, se deben de mantener vigilantes y realizando trabajos de mantenimiento del posicionamiento. Si no es coherente con lo planificado, se tomarán las medidas pertinentes para llegar al objetivo fijado.

Por tanto, la estrategia de posicionamiento es algo vivo, que siempre debe estar presente en la agenda de los directores, y que no es estático, ya que la competencia y las percepciones de los consumidores cambian de forma constante, por lo que el trabajo de posicionamiento ha de ser continuo.

## **D. EL POSICIONAMIENTO COMO CLAVE DEL ÉXITO.**

La clave del éxito de todo negocio está basada en crear una imagen y una identificación. Se debe de tener presente que la batalla del mercado se libra en la mente del consumidor y el posicionamiento nos conduce al éxito que deben tener nuestros productos y negocios. Si éstos no tienen una clara posición en la mente del consumidor, difícilmente tendrán la oportunidad de sobrevivir en el mercado.

Los productos deben idear estrategias efectivas para posicionarse en el mercado. En el permanente desenvolvimiento de los negocios, llámese a nivel de productores,

comercializadores o por el lado de los consumidores o usuarios, en caso de servicios, se menciona la palabra posicionamiento; algunos lo hacen sin meditar sobre el verdadero significado del término; pero, en concreto, el posicionamiento no se refiere el producto en sí, sino a cómo se ubica en la mente del consumidor.

### **E. PASOS BÁSICOS PARA LOGRAR EL POSICIONAMIENTO.**

Existen 6 pasos básicos que se deben seguir para lograr el posicionamiento deseado.<sup>46</sup>

#### **1. Segmentación del mercado.**

Segmentar es dividir el mercado en grupos de consumidores que poseen características en común, esta división se realiza por medio de 4 factores:

- **Factores Geográficos:** son todas aquellas características relacionadas con la ubicación geográfica de los clientes.
- **Factores Sociodemográficos:** Son los relacionados a aspectos culturales y características demográficas como el género, edad, educación.
- **Factores Conductuales:** son los que definen los comportamientos de compra de los clientes.
- **Factores Psicográficos:** son los factores que se relacionan con el estilo de vida incluyendo actitudes, valores, opiniones.

#### **2. Elegir un segmento.**

La empresa luego de segmentar el mercado debe elegir el que posee las características de su cliente ideal.

---

<sup>46</sup> Vásquez, K. (2017). *¿Qué es Posicionamiento?*. [En Línea] Todomktblog.com. Recuperado en: <http://www.todomktblog.com/2013/12/posicionamiento.html> [Consultado el 22 Sep. 2017].

**3. El mejor atributo.**

Luego de conocer todas las características del segmento al que se dirigirá la empresa basándose en estos puede hacer la elección del atributo que le parecerá más atractivo a los clientes.

**4. Realizar pruebas de posicionamiento.**

Realizar actividades como Focus Groups en los que la empresa pueda interactuar con los clientes y observar si el atributo elegido está siendo percibido de la manera que se esperaba.

**5. Plan de comunicación.**

Cuando la empresa está segura del atributo que quiere resaltar y tiene fijo su target debe desarrollar un plan que comunique el atributo al público.

**6. Evaluación.**

Se debe tener un control para poder evaluar si las estrategias que se plantearon para posicionarse están dados los resultados esperados, esto se puede realizar por medio de estudios de mercados.

## **CAPÍTULO II.**

### **SITUACIÓN ACTUAL Y DIAGNÓSTICO SOBRE EL DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, SEDE CENTRAL.**

#### **I. OBJETIVOS DEL CAPITULO.**

##### **A. GENERAL.**

Elaborar un diagnóstico de la situación actual sobre el conocimiento que tiene la población en general sobre los servicios que presta el Centro Regional de Salud Valencia.

##### **B. ESPECÍFICOS.**

- 1- Analizar los resultados de la investigación para realizar un plan estratégico que contribuya a posicionar el Centro de Regional de Salud Valencia.
- 2- Realizar un estudio sobre las fortalezas y debilidades que posee el Centro Regional de Salud Valencia, para superar las dificultades existentes dentro del mismo.
- 3- Identificar las oportunidades y amenazas que enfrenta el Centro Regional de Salud Valencia para poder obtener competitividad con respecto a los demás centros de salud.

## **II. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

La utilización de métodos y técnicas facilitó la investigación, ya que estableció el camino que se debe seguir, es decir determinó la naturaleza o características del problema. Para ello se plantean a continuación:

### **A. MÉTODOS**

El método que se utilizó en la investigación fue el científico el cual implicó seguir un camino hacia la investigación con el apoyo de métodos específicos, técnicas y procedimientos empleados para obtener la verdad y conocer la naturaleza o características del problema investigado.

Para ello, se utilizaron los siguientes métodos específicos:

#### **1. MÉTODO DE ANÁLISIS**

En este trabajo se aplicó el método de análisis ya que, permite estudiar el todo en sus partes para identificar y estudiar cada uno de sus elementos y determinar las relaciones entre sí y el todo. En este caso se hizo el análisis de la situación actual del Centro Regional de Salud Valencia(CRSV) en cuanto al posicionamiento, personal médico, instrumentos de alta tecnología, ubicación geográfica; así también en su ambiente interno (Debilidades y Fortalezas) y externo(Amenazas, Oportunidades, Competidores y Usuarios), mediante cuestionarios que estudiantes, docentes y personal administrativo del CRSV y de la Universidad de El Salvador contestaron; así mismo se desarrolló la relación entre la variable independiente que es el plan estratégico con la variable dependiente, posicionamiento institucional.

## **2. MÉTODO DE SÍNTESIS**

Tomando como referencia el diagnóstico que se realizó, se reunieron las partes en el todo, conduciéndonos a la visión integral del todo como unidad de diferentes elementos. Se unificó la información obtenida de las encuestas dirigida a los estudiantes, docentes y personal administrativo del CRSV y de la Universidad de El Salvador y entrevista al Director del CRSV; obteniendo diferentes variables que podrían afectar o ayudar a la implementación del plan estratégico que facilitaría dar a conocer los servicios brindados por el Centro Regional de Salud Valencia y poder incrementar la demanda de pacientes. Así mismo la información recabada se aplicó cuando se elaboró el diagnóstico, las conclusiones y recomendaciones.

### **B. TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

Para este caso se utilizó el tipo de investigación Descriptivo ya que se refiere al estudio de sus partes, cualidades y circunstancias del entorno, dentro de ellas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) como resultado del contacto directo e indirecto del problema a investigar. Así mismo se utilizó para realizar un diagnóstico descriptivo de la situación actual del mismo y de ahí formular estrategias operativas.

### **C. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

Se utilizó el diseño no experimental ya que no se manipuló ninguna variable, y se basó en los hechos tal como son y están en la realidad, limitándose a relatar los hallazgos de la situación del problema investigado.

## **D. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.**

Unos de los medios que sirven para recoger información son las técnicas y sus respectivos instrumentos, proporcionando información importante sobre el fenómeno en estudio.

### **1. TÉCNICAS.**

Las técnicas son el conjunto de procedimientos y operaciones para recoger información sobre la investigación con la aplicación de los métodos antes mencionados. Se utilizaron las siguientes técnicas:

#### ***a. LA ENCUESTA***

Se utilizó esta técnica ya que permitió obtener información de una muestra representativa de un universo, y que para este estudio la encuesta fue dirigida a la población estudiantil de la Universidad de El Salvador, Sede Central (37,120 alumnos), personal docente (1,662) y el personal administrativo (634), con el objetivo de determinar el conocimiento que se tiene en la actualidad del Centro Regional de Salud Valencia.

#### ***b. LA ENTREVISTA***

Consistió en reunirse con el director del Centro Regional de Salud Valencia, ya que es la persona con mayor conocimiento sobre el tema de investigación, obteniendo información más completa y precisa ya que los entrevistadores estuvieron en contacto con el entrevistado, permitiendo obtener opiniones y respuestas que fortalezcan la investigación. Realizándole la entrevista al Doctor Marvin Montoya, Director del Centro de Salud.

## 2. INSTRUMENTOS

Son medios auxiliares de las técnicas para la recopilación de la información. Los instrumentos que se utilizaron son los siguientes:

### *a. CUESTIONARIO.*

Es el instrumento utilizado por la encuesta, fue de utilidad para recolección de información del fenómeno estudiado. El cuestionario fue estructurado con preguntas abiertas, cerradas y de opciones múltiples para conocer mejor la opinión del encuestado.

### *b. GUÍA DE ENTREVISTA.*

Para poder realizarse la entrevista se hizo uso de una guía de entrevista. La cual consiste en un listado de preguntas que respondió la persona encargada con la personalidad de responder cara a cara.

Como antes ya se había mencionado la entrevista estuvo dirigida al director del Centro Regional de Salud Valencia.

## **E. FUENTES DE INFORMACIÓN.**

Hace referencia a cuáles son las fuentes de obtención de información, las cuales son necesarias para llevar a cabo la investigación. Las fuentes que contribuyeron a la investigación son las siguientes.

### 1. PRIMARIAS.

Es aquella información real que se obtuvo de la investigación de campo, que el investigador obtuvo con las técnicas e instrumentos.

Proporcionada por el director del Centro Regional de Salud Valencia, por docentes, el personal administrativo y por los usuarios de los servicios que ofrece el centro.

### 2. SECUNDARIAS.

Esta es la información obtenida de la biblioteca de la facultad de ciencias económicas de la Universidad de El Salvador (UES), la biblioteca central de la UES, es decir la plasmada por otros autores a través del uso de libros, leyes, reglamentos, sitios virtuales.

### F. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.

El área geográfica en la que se realizó la investigación fue en el Centro Regional de Salud Valencia de la Universidad de El Salvador, Sede Central.

### G. UNIDADES DE ANÁLISIS.

Estas son de dónde se obtuvo la información, es decir, que son todos aquellos elementos que fueron el objeto específico en estudio y se refiere al qué o quién fue el sujeto de interés.

#### **Objeto de estudio:**

- Centro Regional de Salud Valencia

**Unidades de análisis:**

- Director del Centro Regional de Salud Valencia
- Población estudiantil de la Universidad de El Salvador.
- Docentes y personal administrativo.

Debido a que se debe de saber la imagen que tienen sobre el Centro Regional de Salud Valencia y a partir de ello posicionarlo mediante el plan estratégico.

**H. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA.****1. UNIVERSO.**

Es la totalidad de elementos que tienen características comunes que conforman el ámbito de la investigación. Para este estudio el universo está constituido por todos los usuarios del servicio, los cuales son docentes, personal administrativos y estudiantes universitarios.

Personal Administrativos son 2, 296 personas, estudiantes 37, 120 y Personal del Centro Regional de Salud Valencia 6, siendo el universo 39, 422 personas.

**2. MUESTRA.**

La muestra se obtuvo de la población que desea estudiarse; una muestra debe ser definida sobre la base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia.

Para obtener la muestra en esta investigación se procedió de la siguiente manera:

### ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, SEDE CENTRAL.

La población de estudiantes para el año 2017 de la Universidad de El Salvador es de:

Población Estudiantil	Cantidad		
	Masculino	Femenino	Total
	16,803	20,317	37,120

Fuente: Administración Académica de La Universidad de El Salvador.

La muestra se calculó haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra de pacientes del Centro Regional de Salud Valencia.

Z = Nivel de confianza, el grado de confianza es el 95%, el valor crítico correspondiente será de 1.96.

p = probabilidad de éxito que tiene el valor del 0.50.

q = Probabilidad de fracaso, donde 1-p obteniendo el valor 0.50.

N = número de población de la ocurrencia de la característica poblacional que se requiere estimar para establecer la máxima variabilidad.

E = error muestral permisible en la investigación en este caso es 0.10.

Los valores que se utilizarán son los siguientes:

n =?

p = 50%

N = 37,120

$$Z = 95\% = 1.96 \quad q = 50\% \quad e = 0.10$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 37,120}{0.10^2(37,120-1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

n = 96 Estudiantes a ser encuestados.

**PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, SEDE  
CENTRAL.**

Personal	Cantidad
Docentes	1,662
Administrativo	634
<b>Total</b>	<b>2,296</b>

**Fuente: Transparencia y acceso a la información, Universidad de El Salvador.**

La muestra se calculó haciendo uso de la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

Los valores que se utilizaron son los siguientes:

$$n = ? \quad p = 50\% \quad N = 2,296$$

$$Z = 95\% = 1.96 \quad q = 50\% \quad e = 0.10$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 2,296}{0.10^2(2,296-1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

n= 92 Personas.

El criterio técnico que se aplicó para definir la cantidad de personas a encuestar del área docente y administrativo será la regla de 3 simple.

**Personal Docente.**

92-----100%

X-----72%

Despejando,

$$\frac{92 \times 72}{100} = 66.24 \approx 66 \text{ Docentes.}$$

**Personal Administrativo.**

92-----100%

X-----28%

Despejando,

$$\frac{92 \times 28}{100} = 25.76 \approx 26 \text{ Personas del área Administrativa.}$$

El total de personal que labora en el Centro Regional de Salud Valencia seis personas, por lo tanto, se tomó en cuenta todas las personas.

De lo anterior se puede concluir que el 72% fue aplicado al personal docente correspondiendo a 66 docentes y el 28% de los encuestados corresponden a 26 personas del área administrativa.

## **I. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.**

Los datos recabados mediante el proceso de recopilación de la información fueron procesados por medio de Microsoft Excel, esta herramienta fue de gran ayuda para el equipo investigador ya que permitió presentar cuadros estadísticos y gráficos para posteriormente interpretar los resultados obtenidos.

### **1. TABULACIÓN.**

La información recopilada se tabuló con base a cada una de las preguntas formuladas en la encuesta, ordenadas según el objetivo del estudio, su representación se hizo mediante cuadros estadísticos, así como la representación de sus respectivos gráficos.

### **2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.**

Una vez concluido el proceso de tabulación de los datos obtenidos, se realizó el análisis de los resultados por cada pregunta tabulada, esto fue llevado a cabo mediante la interpretación de la información mostrada por los gráficos.

## **III. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

### **A. FINES QUE PERSIGUE EL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA.**

- ✓ En el campo asistencial:

Brindar atención integral de salud a través de los diferentes profesionales que forma la Facultad de Medicina en coordinación a las acciones realizadas por el Ministerio de Salud.

- ✓ En el campo formativo:

Fortalecer el proceso pedagógico en el desarrollo de habilidades y destrezas de los estudiantes de las diferentes carreras que se imparten en la Facultad de Medicina de la Universidad de El Salvador a nivel de pregrado y postgrado; siendo un centro regional de salud escuela.

- ✓ En el campo de investigación:

Potenciar un campo de aplicación de la investigación del que hacer académico y asistencial que permitan aportar al desarrollo de políticas nacionales y regionales en materia de salud.

## **B. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR EL CENTRO DE SALUD.**

### **Funciones de los servicios de Atención Primaria**

1. Diagnóstico y tratamiento de enfermedades
2. Actividades de promoción y prevención
3. Atención continuada y de urgencia
4. Atención en el domicilio
5. Actividades en la comunidad
6. Vigilancia epidemiológica
7. Remisión de pacientes a otros ámbitos de atención

**Medicina Familiar.**

- ✓ Valoración clínica del paciente (niño)
- ✓ Remisión al Especialista (oftalmólogo u otorrinolaringólogo)
- ✓ Detección de emergencias clínicas y manejo de referencias
- ✓ Seguimiento de usuarios y usuarias en las diferentes áreas

**Enfermería.**

- ✓ Toma de signos vitales
- ✓ Preparación de pacientes para el Oftalmólogo y Otorrinolaringólogo
- ✓ Apoyo técnico en las áreas especializadas.

**Optometría.**

- ✓ Examen Visual Completo
- ✓ Detección de problemas visuales y
- ✓ Rehabilitación de los mismos por medio de terapia visual.

**Nutrición.**

- ✓ Toma de medidas antropométricas
- ✓ Atención nutricional
- ✓ Educación alimentaria nutricional

**Salud Materno Infantil.**

- ✓ Control de crecimiento y desarrollo
- ✓ Estimulación del desarrollo
- ✓ Atención de anticoncepción
- ✓ Atención Preconcepcional

- ✓ Atención para la detección temprana del Cáncer Cervico-uterino y de mama
- ✓ Atención a la pareja gestante
- ✓ Atención a la pareja puérpera
- ✓ Consejería en salud sexual y reproductiva

### **Fisioterapia**

- ✓ Evaluación de terapia física
- ✓ Evaluación de terapia ocupacional
- ✓ Tratamiento de neurodesarrollo en niños
- ✓ Estimulación Temprana
- ✓ Educación en salud en fisioterapia y terapia ocupacional.

### **Educación para la Salud.**

- ✓ Consejería y entrevista en las áreas de la salud.
- ✓ Información, educación, comunicación (IEC)
- ✓ Visitas domiciliarias
- ✓ Asesoramiento a otras carreras en promoción y educación para la salud.
- ✓ Diseño y ejecución de campañas

## **C. MISIÓN Y VISIÓN.**

### **1. MISIÓN.**

El Centro Regional de Salud Valencia, como parte de la facultad de medicina de la Universidad de El Salvador, es una institución de carácter público, creado

para desarrollar tres grandes líneas de trabajo: asistencia, formación e investigación, contribuyendo con los fines de la Universidad de El Salvador, siendo un apoyo en la formación académica integral de alta calidad y un ente de incidencia en las políticas de salud del país para beneficio de la población salvadoreña.

## **2. VISIÓN.**

Ser referente en la atención integral de salud visual y auditiva de la población salvadoreña con un abordaje multidisciplinario basado en la atención primaria en salud y en la formación académica de calidad a nivel nacional y regional.

### **D. CUMPLIMIENTO CON OBJETIVOS Y METAS.**

#### ✓ En el campo asistencial:

Según los encuestados nos damos cuenta que el objetivo no se está cumpliendo, porque no hay suficiente personal por faltas de recursos económicos dentro del Centro Regional de Salud Valencia para brindar atención integral de salud a través de los diferentes profesionales ya que solo se cuenta con un número de seis personal administrativos, dentro de ellas el Director, Ordenanza, Enfermera, Técnico Audiologo, Asistente Técnica de Proyectos y Técnico de equipos.

#### ✓ En el campo formativo:

Se concluye que, si se esté cumpliendo el objetivo ya que un gran porcentaje de los estudiantes de Medicina realizan sus prácticas dentro del Centro Regional de Salud Valencia para fortalecer sus conocimientos, sus habilidades y destrezas.

✓ En el campo de investigación:

El Centro Regional de Salud Valencia tiene un campo muy a la vanguardia para poder desempeñar los cargos correspondientes y para que los jóvenes estudiantes de la Facultad de Medicina puedan empezar a desempeñarse en el ámbito laboral.

#### **E. FUNCIONAMIENTO ACTUAL DEL CENTRO DE SALUD.**

El Centro Regional de Salud Valencia brinda diferentes servicios pero actualmente por la falta de un plan estratégico y de publicidad, la población solo hace uso de los siguientes servicios: Salud Auditiva con un 2%, Salud Materno Infantil con 1% y Salud Visual con el 30% (ver Anexo 1, Pregunta 13) de la muestra obtenida, dando un excelente servicio y contando con equipos de primera calidad, con tecnología a la vanguardia y con un precio considerado como bajo, es decir accesible para la población.(Anexos 1, 2 y 3, Pregunta 14)

#### **F. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES.**

Una de las principales necesidades del Centro Regional de Salud Valencia es la falta de un plan estratégico de publicidad, ya que muchas personas desconocen dicho Centro, incluso hasta personas que estudian y trabajan en la Universidad de El Salvador; así mismo no conocen la información de los servicios que se brinda.

Según información brindada por el Director del Centro Regional de Salud Valencia se necesita apoyo económico para contratar personal capacitado que brinde una mejor atención a los clientes, ya que solamente cuenta con seis personal administrativo.

Es necesario tener un convenio con una óptica para la fabricación de lentes a la medida que el cliente los necesite a menor tiempo y costo.

#### **G. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL CENTRO DE SALUD SOBRE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.**

Al realizar la investigación se logró hacer un análisis interno de cómo se encuentra el Centro Regional de Salud Valencia en sus diferentes áreas y servicios determinando lo siguiente.

- Se identificó que no existe un plan estratégico de publicidad que pueda dar a conocer los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia, así como también el proceso que se debe seguir para hacer uso de estos servicios, ni los costos por ellos. Por lo tanto, la mayoría de personas desconocen dicho Centro de Salud (Ver Anexo 1,2, y 4, Pregunta 11)
- Se logró identificar a través de las visitas al Centro Regional de Salud Valencia que es un centro que está equipado con mobiliarios y equipo que están a la vanguardia, que pueden utilizar una clínica o centro de salud privado, por lo que la calidad en el servicio brindado no difiere mucho de las clínicas privadas y con la competencia en general.
- Referente a la atención médica especializada se pudo identificar que esta que se brinda es de calidad y la pueden obtener a un costo menor que el de la competencia (Ver Anexo 1, 2, y 4, Pregunta 14), obteniendo el mismo trato, además las personas que estudian y trabajan en la Universidad de El Salvador tienen una mayor consideración en el precio de consulta y de lentes (Anexo 3, pregunta 18).

- Es necesario contratar personal en el Centro de Salud, y mantener doctores en planta para que la población pueda ser atendida en todo el día.
- En lo que se refiere a los diferentes servicios que el Centro Regional de Salud Valencia brinda se logró determinar que existe una serie de servicios que son de mucha utilidad para la población, pero, de tal manera que se podría hacer énfasis en promocionarlas.
- Además, se pudo puntualizar las áreas de servicios con mayor demanda que tiene el centro de salud como lo es la Salud Visual, así como también aquellas en las que como ya se mencionó, se deben promover más entre la población estudiantil. (Ver Anexos 1, 2 y 4, pregunta 13)
- Se consideró conveniente promocionar los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia (Ver Anexos 1 ,2 y 4, pregunta 15).
- Se identificó además que no existe un apoyo constante de parte de los medios de comunicación que tiene la Universidad de El Salvador (Periódico El Universitario, Radio-YSUES y UESTV) para que el Centro Regional de Salud Valencia, pueda dar a conocer sus servicios, la tecnología médica que adquieren, así como con la que cuentan.

#### **1. CONOCIMIENTO DEL PERSONAL SOBRE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.**

La mayoría del personal está debidamente enterado de los planes estratégicos que se tiene como Centro Regional de Salud Valencia (Anexo 3, pregunta 1.5), pero se sugiere

que cada cierto periodo se les esté recordando y mostrando para estar debidamente enterado de lo que se pretende lograr.

## **2. ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DEL CENTRO DE SALUD.**

Una estrategia no es más que una forma de hacer posible la ejecución del plan, es la manera cómo podremos vencer los obstáculos o limitaciones presentes que impiden el logro de las acciones planteadas, Para ello se necesitará buscar aliados, concertar y en algunos casos confrontar con aquellos opositores con quienes no se pueden emplear los mecanismos.

Se analizó mediante las encuestas proporcionadas al personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia que poseen planes estratégicos pero que no están elaborados de la mejor manera y que no involucran a todo el personal a pesar que solo son seis personas (Ver Anexo 3, pregunta1.8), pero sobre todo porque no ayudan a cumplir el objetivo que se tiene como Institución.

## **3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.**

Según información proporcionada por el Director del Centro Regional de Salud Valencia no cuentan con objetivos estratégicos, es decir con objetivos planteados por dicho centro de salud para lograr determinadas metas y a largo plazo la posición en un mercado específico.

## **H. DIAGNÓSTICO DEL POSICIONAMIENTO DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA.**

### **1. CONOCIMIENTO DEL CENTRO DE SALUD.**

Se identificó que el Centro Regional de Salud Valencia no tiene posicionamiento, y la gran mayoría de personas no conocen dicho centro, empezando por los estudiantes y trabajadores de la Universidad de El Salvador. Es decir que no logrado que el Centro de salud ocupe un lugar distintivo a la competencia y en la mente del consumidor. Por lo tanto, es necesario que se elabore e implemente un plan estratégico para el posicionamiento institucional.

En relación a la filosofía organizacional posee misión y visión, pero necesitan de modificación para que los pacientes puedan confiar plenamente en el servicio médico que brinda el Centro Regional de Salud Valencia; así mismo ayude con mayor facilidad en la realización de metas, objetivos y estrategias de largo plazo.

Además, no cuentan con valores que regulen el Centro de Salud, por lo que es necesario la elaboración de ellos y el conocimiento que debe brindarse a los empleados.

### **2. CONOCIMIENTO DE LOS SERVICIOS PRESTADOS.**

Se analizó que la población en general desconoce de todos los servicios que el Centro Regional de Salud Valencia presta, porque no existe un posicionamiento y porque no se ha implementado estrategias para a dar a conocer las prestaciones del Centro de Salud.

Es de suma importancia ejecutar las estrategias para que la población en general sepa de la oportunidad que tienen de ir a pasar consultas y adquirir los lentos, conociendo todo tipo de servicio que se prestan en dicho lugar.

## **I. ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO.**

Dentro del Centro de Salud es vital llevar a cabo un análisis continuo y a fondo para visualizar con anticipación las oportunidades y amenazas que se pueden presentar en un futuro. Esto se debe analizar a tiempo, para poder dar solución de forma eficiente.

### **1. AMENAZAS.**

- Ambiente laboral (Anexo 3, pregunta 2.5)
- Falta de Presupuesto del Centro de Salud.
- Poco conocimiento de los servicios por parte de la población en general. (Anexo 1, 2 y 4, pregunta 11)
- Falta de programas de salud hacia la población

### **2. OPORTUNIDADES.**

- Implementación de programas médicos
- Cambios en la forma de pago
- Comunicar a los estudiantes, docentes y personal administrativos los beneficios que tienen en el costo.

### **3. COMPETIDORES.**

Uno de los principales competidores del Centro Regional de Salud Valencia es FUDEN (Fundación para el desarrollo de la enfermería) ya que la especialidad fuerte son las enfermedades visuales, proporcionando en el mismo centro los lentes a utilizar si fueran necesarios y el Centro de Salud Universitario de proyección social de la Universidad de El Salvador.

### **4. USUARIOS.**

El Centro Regional de Salud Valencia está disponible para todo público en general, para personas que estudian y trabajan en la Universidad de El Salvador y personas ajenas a ella.

## **J. ANÁLISIS DEL AMBIENTE INTERNO.**

El análisis FODA de igual forma permite llevar a cabo un análisis interno con el fin de detectar las fortalezas y debilidades del CRSV que presenta en relación con la competencia.

### **1. DEBILIDADES.**

- No contar con especialistas contratados.
- Cobrar únicamente en efectivo.
- Mala situación financiera.
- Poco personal.

- Falta de promociones.

## **2. FORTALEZAS.**

- Planta física ubicada en lugar de fácil acceso.
- Edificio en buen estado.
- Equipos médicos que están a la vanguardia.
- Nivel alto de calidad de servicio.
- Bajo precio (Anexo 3, pregunta 8 y Anexos 1, 2 y 4, pregunta 14)

## **IV. ALCANCES Y LIMITACIONES.**

### **A. ALCANCES.**

- Se definirá un plan estratégico que permitirá el posicionamiento Institucional del Centro Regional de Salud Valencia.
- Se analizó el entorno mediante la técnica del FODA para poder utilizar de la mejor manera las fortalezas y oportunidades y disminuir las debilidades y amenazas.
- El desarrollo del estudio permitió conocer los niveles de aceptación, para lograr que las poblaciones tengan la imagen del Centro Regional de Salud Valencia cada vez que se les presente algún problema de salud.

**B. LIMITACIONES.**

- Al momento de presentarnos las primeras veces al Centro Regional de Salud Valencia, no fueron tan accesible para recibirnos y darnos información.
- Hubo retraso al momento de recibir la información utilizada ya que se tenía que estarle recordando que enviaran los documentos a los correos, siendo este el medio que se había indicado para ser proporcionados.
- El periodo de tiempo estipulado para realizar el diagnóstico se extendió debido a las limitantes en las actividades laborales del director y del grupo de investigación.

**V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.****A. CONCLUSIONES.**

- 1- El Centro Regional de Salud Valencia no tiene un plan estratégico para el posicionamiento institucional.
- 2- El Centro Regional de Salud Valencia no tiene comunicación con la población y si la tienen es limitada, lo que impide a las personas obtener información

suficiente acerca de la prestación de los servicios de los servicios clínicos médicos en el Centro, así como los requisitos para los atendidos.

- 3- No utiliza medios publicitarios suficientes para dar a conocer los servicios clínicos médicos que ofrece el centro, ya que las personas encuestadas al ser entrevistadas, mencionaron no haber oído, de los servicios por ningún medio publicitarios dentro y fuera de la universidad.
- 4- Existe un alto porcentaje de estudiantes y personal de la Universidad de El Salvador que desconocen dicho Centro de Salud y los servicios que se prestan.
- 5- No hay personal de planta y no existe un convenio con ninguna óptica para la fabricación de lentes de los pacientes.
- 6- El Centro Regional de Salud Valencia necesita implementar diferentes opciones de pago del servicio que este Centro de Salud presta, para incentivar a la población a demandar sus servicios clínicos médicos con mayor seguridad, ya que actualmente solo se puede pagar efectivamente.

#### **B. RECOMENDACIONES.**

- 1- Elaborar un plan estratégico para promocionar y posicionar, el cual lleve todo lo necesario para que se pueda dar a conocer los diferentes servicios brindados por el Centro de Salud.
- 2- Como parte de la estrategia publicitaria se sugiere promover, mediante el uso de medios de comunicación, el cual permita generar aumento en la demanda

de los pacientes, garantizando así la interacción, de tal manera que esta se posicione en el mercado.

- 3- Realizar gestiones administrativas para buscar apoyo de medios publicitarios propios (Periódico El Universitario, Radio-YSUES y UESTV) y ajenos de la universidad que puedan ayudar a que los servicios que brinda el centro de salud sean publicitados.
- 4- Realizar programas de salud que sean enfocados a los estudiantes y al personal administrativo de la Universidad de El Salvador para que conozcan más ampliamente los servicios que brinda el centro y como hacer uso de ellos además del beneficio que tiene para ellos.
- 5- Es necesario contratar más personal administrativo y contar con médicos de planta para que la población pueda ser atendida en todo el día; también contraer un convenio con una óptica para que puedan ser entregados los lentes necesarios con menor tiempo y costo.
- 6- Implementar diferentes opciones de pago para que los usuarios sientan más seguridad al desplazarse de su hogar al Centro de Salud.

### **CAPÍTULO III.**

#### **PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DEL CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

##### **I. OBJETIVOS**

###### **A. GENERAL**

Elaborar la propuesta del plan estratégico para el posicionamiento institucional del Centro Regional de Salud Valencia.

###### **B. ESPECÍFICOS**

- Formular estrategias creativas que permitan al Centro Regional de Salud Valencia darse a conocer al público en general.
- Diseñar mensajes publicitarios, que le ayuden al Centro Regional de Salud Valencia a persuadir al público.
- Establecer el presupuesto del programa de Mercadeo Integrado.

##### **II. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO**

Se establecerá una propuesta de plan estratégico que contribuya al posicionamiento institucional del Centro Regional de Salud Valencia. En la cual se tomarán como base los medios de comunicación para promocionar los servicios y las ofertas que el Centro Regional de la Salud ofrece a todos los usuarios.

## A. PLAN ESTRATEGICO PARA EL POSICIONAMIENTO.

PASOS REQUERIDOS PARA ELABORAR UN PLAN ESTRATEGICO.



Fuente: Clow Kenneth, “Publicidad, promoción y comunicación integral en Mercadeo”, CUARTA EDICIÓN. Editorial Pearson educación, México, 2010. Pág. 8

### 1. ANÁLISIS SITUACIONAL

Es el proceso de examinar los factores del entorno interno y externo de la organización.

#### a. MISIÓN

Somos una institución de carácter público, creada para proveer servicios de salud de manera eficiente y oportuna, con los mejores estándares de calidad, satisfaciendo las necesidades de la población salvadoreña; con recursos humanos altamente calificados y con tecnología de vanguardia.

#### b. VISIÓN

Ser líder en la atención integral de salud visual y auditiva de la población con un abordaje multidisciplinario basado en la atención primaria en salud.

### **c. VALORES**

**Comunicación:** Expresarse de forma simple, oportuna y clara, ser empáticos y conciliadores.

**Ética:** Mantener una conducta transparente, honesta y ocupada por el confort de todas las personas con las que interactuamos. Trabajar basados a principios morales, fundamentados siempre en la concepción del bien.

**Honestidad:** Actuar siempre basados en la verdad, asumiendo que la auténtica justicia es sólo una. Ser congruentes con lo que pensamos y lo que hacemos.

**Respeto:** Reconocer el valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad.

**Responsabilidad:** Cumplir día a día con nuestra labor, permanecer firmes ante nuestros objetivos y asumir las adversidades como herramientas para mejorar.

**Trabajo en Equipo:** Trabajar con un objetivo común, respetando y valorando las diferentes opiniones, fortaleciendo las relaciones interpersonales y priorizando el éxito del equipo en beneficio del resultado por sobre el éxito individual. Estamos comprometidos con el éxito de nuestra institución, con la participación de todo nuestro talento humano, para obtener los mejores resultados.

**Vocación de Servicio:** Tener el convencimiento y la pasión por ejercer para ayudar de forma espontánea, adoptar una actitud de colaboración permanente hacia los demás.

**d. MATRIZ FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Planta física ubicada en lugar de fácil acceso.</p> <p>Edificio en buen estado.</p> <p>Equipos médicos que están a la vanguardia.</p> <p>Nivel alto de calidad de servicio.</p> <p>Bajo precio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de programas médicos</li> <li>• Cambios en la forma de pago</li> <li>• Comunicar a los estudiantes, docentes y personal administrativos los beneficios que tienen en el costo.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>No contar con especialistas contratados.</p> <p>Cobrar únicamente en efectivo.</p> <p>Mala situación financiera.</p> <p>Poco personal.</p> <p>Falta de promociones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambiente laboral</li> <li>• Falta de Presupuesto del Centro de Salud.</li> <li>• Poco conocimiento de los servicios por parte de la población en general.</li> <li>• Falta de programas de salud hacia la población</li> </ul>

e. CRUCE DE VARIABLES FODA

<p><b>CRUCE DE VARIABLES FODA</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1- Fácil acceso al Centro Regional de Salud Valencía. F2-Infraestructura adecuada. F3-Equipos médicos a la vanguardia. F4-Alto nivel de calidad en el servicio. F5- Precios competitivos.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1- Subutilización de infraestructura. D2- No contar con un sistema de control de costo. D3- No es autosostenible financieramente. D4-Personal Insuficientes. D5- Falta de promociones.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1-Implementar programas médicos que respondan a la demanda de servicios. O2-Innovar las formas de pago. O3-Comunicar a los estudiantes, docentes y personal administrativos los beneficios que tienen en el costo.</p>	<p><b>ESTRATEGIA FO</b></p> <p>F3-O1: Utilizar los equipos médicos a la vanguardia que tiene para implementar programas médicos que respondan a la demanda de servicios. F1-F2-O1: Aprovechar la infraestructura adecuada y el fácil acceso para ejecutar programas médicos. F4-O2: Aumentar la calidad de servicio innovando nuevas formas de pago para el paciente. F5-O3: Promocionar los precios competitivos y beneficios que tienen los estudiantes, docentes y personal administrativos con respecto a este.</p>	<p><b>ESTRATEGIA DO</b></p> <p>D2-O2: Implementar un sistema de control de costos e innovar formas de pago, para que el paciente se sienta más seguro al momento de cancelar consulta o la adquisición de lentes. D3-D1-O1: Desarrollar programas médicos que respondan a la demanda de servicios y así posicionarse institucionalmente, obteniendo una mayor demanda que permita la autosostenibilidad financiera, utilizando adecuadamente la infraestructura. D4-D3-O2: Innovar las formas de pago para que los usuarios puedan adquirir los lentes y que pueda autofinanciarse y así contratar más personal. D5-O3: Comunicar a los estudiantes, docente y personal administrativo los beneficios y las promociones que tienen para que frecuenten más.</p>

<p><b>CRUCE DE VARIABLES</b></p> <p><b>FODA</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1- Fácil acceso al Centro Regional de Salud Valenciana.  F2-Infraestructura adecuada.  F3-Equipos médicos a la vanguardia.  F4-Alto nivel de calidad en el servicio.  F5- Precios competitivos.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1- Subutilización de infraestructura.  D2- No contar con un sistema de control de costo.  D3- No es auto sostenible financieramente.  D4-Personal Insuficientes.  D5- Falta de promociones.</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1-Ambiente laboral  A2-Falta de Presupuesto del Centro de Salud.  A3-Poco conocimiento de los servicios por parte de la población en general.  A4- Falta de programas de salud hacia la población</p>	<p><b>ESTRATEGIA FA</b></p> <p>F3-F4-A4: Utilizar los equipos médicos a la vanguardia que tiene para aumentar el nivel de calidad en el servicio y realizar programas de salud hacia la población.  F1-F2-A3: Aprovechar la infraestructura adecuada y el fácil acceso al centro de salud para dar a conocer los servicios que se prestan a la población en general  F5-A1-A2: Promocionar los precios competitivos para mantenerse un aumento en la demanda y poder autofinanciarse y que la baja asignación de presupuesto no afecte.  F2-A1 Utilizar la infraestructura adecuada para capacitar el personal y mejorar el ambiente laboral</p>	<p><b>ESTRATEGIA DA</b></p> <p>D2-D3-A2: Implementar un sistema de control de costos para que el paciente se sienta más seguro al momento de cancelar servicio o producto y poder ser auto sostenible financieramente y aumentar el presupuesto.  D1-A1: Utilizar adecuadamente la infraestructura para brindar un mejor ambiente laboral.  D5-D4-A3-A4: Implementar publicidad en las promociones, servicios y productos que ofrece el CRSV que la población en general tengan un conocimiento de ello, así como también llevar a cabo programas de salud.</p>

Este análisis está desarrollado en el capítulo anterior en el cual se identificaron los problemas y oportunidades de Mercadeo que están presentes en el entorno externo, así como las fortalezas y debilidades internas del Centro Regional de Salud Valencia.

## **2. OBJETIVOS DE POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL**

- Elaborar un plan estratégico que permita dar a conocer los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia, así como también el proceso a seguir para desarrollar estos servicios y los costos por ellos.
- Determinar los precios considerables para estudiantes y docentes de la universidad, tanto en las consultas como para adquirir lentes.
- Crear y difundir promocionales sobre los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia.
- Promocionar los servicios del Centro de Salud en los diferentes medios de comunicación incluyendo los que tiene la Universidad de El Salvador (Periódico El Universitario, Radio-YSUES y UESTV) para que el Centro Regional de Salud Valencia, dé a conocer sus servicios, la tecnología médica con la que cuentan.
- Diseñar y repartir Brochures y Flyers con los servicios y beneficios de dicha institución.
- Implementar diferentes formas de pago incluyendo el pago por tarjetas de créditos y débitos, ya que eso da mayor seguridad a los pacientes.

### 3. TABLA RESUMEN DEL PRESUPUESTO DE POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	PERIODO
Isologotipo		\$75.00	\$75.00	1
Salario de encargado de la Mercadotecnia.		\$350.00	\$4,200.00	12 meses
Brochures	200	\$0.15	\$30.00	12 meses
Flyers	200	\$0.05	\$10.00	12 meses
Cuña Radial	20	\$20.00	\$400.00	1 mes
Video Televisivo	10	\$300.00	\$3000.00	1 mes
Lapiceros	300	\$0.30	\$90.00	12 Meses
SUB TOTAL			\$7805.00	
IMPROVISTOS			\$ 780.50	
TOTAL			\$8585.50	

### 4. LAS ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.

#### 1- Estrategias de posicionamiento

Posicionar el Centro Regional de Salud Valencia en la mente del público en general a fin de que sea reconocido diseñando para ello un Isologotipo.

## ISOLOGOTIPO

A continuación, se presenta el Isologotipo propuesto



**Fuente: Equipo investigador**

## DESCRIPCION:

Vara de Esculapio: Símbolo médico.

Oftalmóloga: Porque el servicio de salud visual es el más brindado, proporcionando incluso lentes a la población.

Letras: Nombre de la Entidad

Las funciones principales que cumplirán la publicidad y promoción en Centro Regional de Salud Valencia serán las siguientes:

- La función más importante de la publicidad y promoción serán la de ocuparse de atraer pacientes. Para ello se utilizarán los siguientes medios de publicidad a través de Brochure y flyers y también lapiceros como artículos promocionales.

A partir de estas estrategias, **las tácticas de Mercadeo** guían las actividades cotidianas necesarias para apoyar las estrategias de Mercadeo.

## **MODELO DE PLANEACIÓN DE COMUNICACIONES DE MERCADEO INTEGRADAS PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.**

### **PUBLICIDAD**

#### **a) Objetivos publicitarios**

Utilizar la publicidad a través de los siguientes medios de comunicación; como radio, brochures, flyers, espacios televisivos, Facebook, Twitter, Periódico El Universitario para dar a conocer los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia.

- Elaboración del Brochure

El brochure constará de una página tamaño carta completa para su publicación, partida en tres partes iguales verticalmente al revés y al derecho, en papel couche a full color, contendrá el Isologotipo del CRSV, descripción de los servicios, dirección, teléfono, correo, nombre de página en Facebook.

## BROCHURE LADO ANVERSO

## MISION Y VISION

**Misión.**

*La Facultad de Medicina, como parte de la Universidad de El Salvador, es una institución de carácter público, dedicada a crear, preservar, desarrollar, interpretar y diseminar el cuerpo de conocimiento en salud. Se orienta a formar profesionales de la salud de pre y post grado altamente calificados, aptos para servir a la sociedad y ejercer el liderazgo científico, integral de alta calidad, trabajando en equipo al servicio de la sociedad salvadoreña.*

**Visión.**

*Líderes en la formación de profesionales de la salud, investigación y proyección social en los ámbitos nacional e internacional.*

## CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA

Dirección  
Ciudad Universitaria, costado sur  
de la facultad de Medicina, San  
Salvador.  
Teléfono: 2511-2000 Ext: 2464  
Dirección de correo electrónico  
Crs\_Valencia@hotmail.com



**Fuente: Equipo investigador**

## CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA

*Los mejores servicios  
médicos.*



**Asistencia, Formación  
e investigación.**

Teléfono: 2511-2000 Ext: 2464

## BROCHURE LADO REVERSO

## PRESTACIONES DEL CRSV



## Servicios.

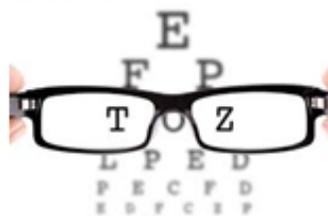
- \* Medicina Familiar.
- \* Enfermería.
- \* Optometría.
- \* Nutrición.
- \* Salud Materno Infantil.
- \* Fisioterapia
- \* Educación para la Salud.

Las instalaciones del Centro contienen el equipamiento necesario y el personal técnico y profesional para atender a la población adscrita al mismo.

*El equipo se detalla a continuación:*

a) Un centro auditivo para detectar y corregir problemas de audición, con consulta de audiología y audiometría, taller de adaptación completo y de.

b) Un centro donde se realice un examen visual completo, con consulta oftalmológica. Permite tener gafas montadas a un costo muy inferior al del mercado en general. También hacen uso del centro los adultos sin recursos económicos del Departamento de San Salvador.



c) Equipamiento portátil para dar atención sanitaria básica visual y auditiva, así como preventiva en esas áreas de la salud, en las zonas rurales.

d) Unidades móviles preparadas para su uso como consulta óptica, auditiva y taller, así como para transportar equipos portátiles y personal especialista para atender población de zonas rurales.

e) Equipamientos básicos clínicos y técnicos que completan ambos centros, óptico y auditivo, que permiten que éstos puedan utilizarse para formación de especialistas.

*Los servicios y horarios de atención son los siguientes:*

*Toma de audiometría: lunes a viernes de 8am a 12 md (precio \$10.00)*

*Consulta de Optometría (por cita)  
UES \$ 2.86 GENERAL \$5.00 Lunes,  
miércoles y viernes de 9am a 12md  
Martes y viernes de 1 am a 4pm*

**Fuente: Equipo investigador**

- Elaboración de flyer

El Flyer se realizará en papel couche a full color, contendrá el Isologotipo del CRSV, y la información más importante como los servicios que brindan, la dirección, teléfono, correo.



**Asistencia, Formación e investigación.**

Servicios.

- \* Medicina Familiar.
- \* Enfermería.
- \* Optometría.
- \* Nutrición.
- \* Salud Materno Infantil.
- \* Fisioterapia
- \* Educación para la Salud.



**Dirección:**  
Ciudad Universitaria, costado sur de la  
facultad de Medicina, San Salvador.

Teléfono: 2511-2000 Ext: 2464

Dirección de correo electrónico  
Crs\_Valencia@hotmail.com

**Fuente: Equipo investigador**

## CUÑA RADIAL

Elaborar publicidad pagada, masiva por medio de la radio Scan 96.1 FM y mediante la radio YSUES. Durante 4 semanas, con la siguiente cuña radial:



El Centro de Salud Valencia se pone a su disposición brindándole los mejores servicios en Medicina Familiar, Enfermería, Optometría, Nutrición, Salud Materno Infantil, Fisioterapia y Educación para la Salud contando con tecnología a la vanguardia.

Nos encontramos ubicados en Ciudad Universitaria, Universidad de El Salvador, Costado Sur de la Facultad de Medicina, San Salvador.

Para mayor información comuníquese a nuestro teléfono 2511-2000 Ext 2464 o escribanos a nuestro correo: [Crs\\_Valencia@hotmail.com](mailto:Crs_Valencia@hotmail.com)

El Centro de Salud Valencia espera servirle a todo el público en general. Te esperamos!!!

## B) PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

### Cotización de Brochure en JJ Servicios Publicitarios



DESCRIPCION	Contendrá el Isologotipo del CRSV, descripción de los servicios, dirección, teléfono, correo, nombre de página en Facebook.
CANTIDAD	200
PRECIO UNITARIO	\$0.15
PRECIO TOTAL	\$30.00



### Cotización de Flyer en JJ Servicios Publicitarios

DESCRIPCION	Contendrá el Isologotipo del CRSV, y la información más importante como los servicios que brindan, la dirección, teléfono, correo.
CANTIDAD	200
PRECIO UNITARIO	\$0.05
PRECIO TOTAL	\$10.00



### Cotización de Cuña Radial en Radio Fuerza

DESCRIPCION	20 cuñas al mes, 5 cuñas rotativas de viernes, sábado y domingo.
CANTIDAD	20
PRECIO UNITARIO	\$20.00
PRECIO TOTAL	\$400.00



### Cotización de Video Televisivo en Fuerza Te Ve

DESCRIPCION	Trasmitir 10 veces el video promocional del CRSV de manera rotativa los días viernes, sábado y domingo.
CANTIDAD	10
PRECIO UNITARIO	\$300.00
PRECIO TOTAL	\$3000.00

## b) MENSAJE PUBLICITARIO

El tema central que se transmitirá tanto en la cuña radial, video televisivo, brochures, flyers serán los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia, motivando al público en general a que puedan asistir a dicho centro de salud.

## 2- PUBLICIDAD DIRECTO PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.

### a) Objetivos

Aplicar la publicidad directo para comunicarse en una forma rápida con los usuarios y a la vez permitirá recibir una respuesta inmediata. El centro Regional de Salud Valencia cuenta actualmente con estos medios; número telefónico, correo, Facebook.

- Número de teléfono:  
2511-2000 Ext 2464
- Correo:  
[Crs\\_Valencia@hotmail.com](mailto:Crs_Valencia@hotmail.com)
- Facebook:  
Centro Regional de Salud Valencia UES



### 3- PUBLICIDAD DE INTERNET/INTERACTIVO PARA EL POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL.

Actualmente el Centro Regional de Salud Valencia solo tiene una cuenta en Facebook; que contiene información idónea, para que los usuarios conozcan de los servicios que dicho centro ofrece, así también de todas las actividades que se realizan.

#### a) Objetivos de la publicidad de internet interactivo

Recomendar una de las herramientas de comunicación más utilizadas hoy en día, esto con el objetivo de estar más cerca de los usuarios y así que ellos puedan obtener mayor información.

- Facebook: Es una de las redes sociales que más se utiliza para darse a conocer como entidad, en este caso el Centro de Salud ya cuenta con una página de facebook y la podemos encontrar con el siguiente nombre

#### **Centro Regional de Salud Valencia UES**

También se creará una cuenta en Twitter e Instagram para mayor publicidad, con las siglas del centro de salud en este caso CRSV y con las siglas de la Universidad de El Salvador(UES).

- Twitter  
@CRSV
- Instagram  
CRSV\_UES

b) Presupuesto de publicidad de internet interactivo

La página de Facebook ya está creada, por lo tanto, no se incurrirán en esos gastos únicamente en el costo del encargado de Mercadotecnia para mantener actualizadas todas las cuentas incluyendo twitter e Instagram.

c) Mensaje de publicidad de Internet Interactivo

En las cuentas de Facebook, twitter e Instagram, se actualizarán las actividades que se realicen con referente a los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia, así mismo las promociones que se estarán brindando a la población en general y se responderán las inquietudes de los mismos.



Fuente: Facebook, Centro Regional de Salud Valencia UES

d) Estrategias de medios de internet interactivo

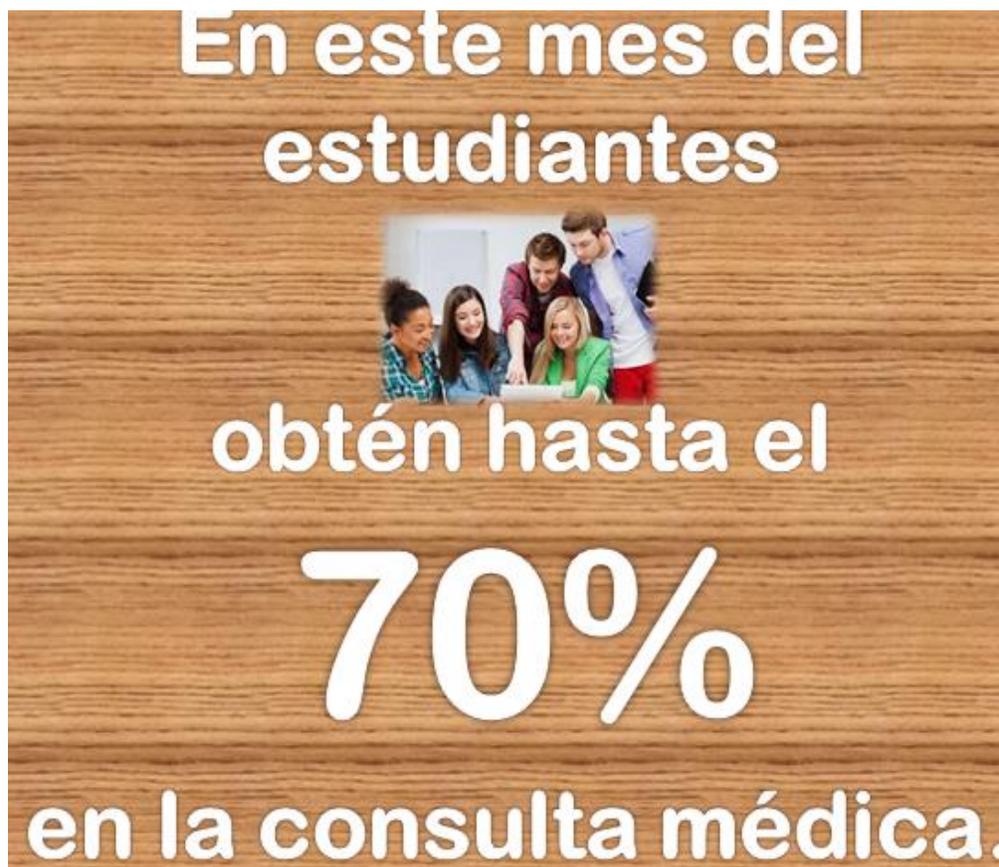
Público al que va dirigido: toda población en general.

4- PROMOCION DE VENTAS

a) Objetivos de la promoción de ventas

Realizar las siguientes actividades de Mercadeo que proporcione valor adicional a las ventas dirigido al usuario o paciente del CRSV.

- Descuento en la consulta.



- Descuento en la adquisición de lentes.

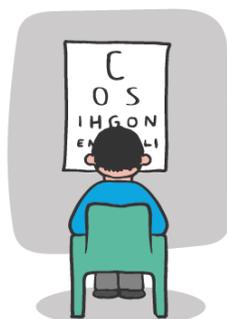
En este mes del maestro



obtén el **20%**

en la compra de cualquier tipo de lentes.

- Consultas gratuitas.
- Obsequios publicitarios.
- Exámenes gratis.



campana  
**salud visual**  
EXAMEN COMPLETO DE LA VISTA GRATIS



**EXAMEN VISUAL  
COMPLETO**



**APROVECHA!**  
LENES COMPLETOS A MUY BAJO COSTO



## 5- RELACIONES PUBLICAS/ PROPAGANDA NO PAGADA

### a) Objetivos de las Relaciones Publicas/ Publicidad No Pagada:

Hacer uso de la publicidad no pagada para promocionar los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia (CRSV).

- Promover campañas de salud gratis.
- Realizar actividades en donde el CRSV se dé a conocer con los servicios que ofrecen, con charlas y conferencias.

Jornadas Socioeducativas sobre el Cuidado Visual así como recomendaciones brindadas por parte de los estudiantes de Práctica Profesional y Formativa de la Unidad de Trabajo Social del Centro Regional Valencia como parte del proyecto Entornos Escolares Saludables.



b) Mensaje de publicidad de Relaciones Publicas/ Publicidad No Pagada:

Incentivar a la población en general que visite el Centro Regional de Salud Valencia, que hagan uso de las instalaciones y de la tecnología a la vanguardia con la que se cuenta para darles el mejor servicio a los pacientes.

## 6- VENTAS PERSONALES

Actualmente el CRSV vende productos promocionales como lapiceros, y lentes para los pacientes que les han sido recetados, no obstante, se plantea la venta de estos con el fin de autofinanciarse.

a) Objetivos de las Ventas personales

Obtener ingresos por medio de la venta de los lapiceros, pero más que todo de los lentes, para que el CRSV pueda autofinanciarse.

- ELABORACION DE LAPICEROS



DESCRIPCION: Lapicero con tinta negra con el Isologotipo del CRSV.

b) Presupuesto de Ventas personales

**Cotización de lapiceros**

DESCRIPCION	Lapicero con tinta negra con el Isologotipo del CRSV.
CANTIDAD	300
PRECIO UNITARIO	\$0.30
PRECIO TOTAL	\$90.00

## **5. EVALUACION Y CONTROL**

### **EVALUACION DE LOS RESULTADOS**

El CRSV deberá determinar el porcentaje en el que el programa cumpla con los objetivos de comunicación para alcanzar las metas y objetivos de mercadotecnia.

La entidad no tiene suficientes recursos económicos para poder probar antes el plan de Comunicación de Mercadeo Integrado, con el cuál será necesario utilizar el método después de la prueba o implementación del plan. De igual manera se estudiará el impacto de la publicidad y de las promociones en el público en general.

### **MEDIDAS PARA CONTROLAR Y AJUSTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIONALES.**

El mecanismo que se utilizará con respecto al anuncio televisivo y radial será el monitoreo, ya que se detalla el número de veces en que será transmitido o en número de veces se ha estado al aire dicha uña.

Para el caso del Mercadeo directo, se llevará un registro de las personas que han sido informadas por dichos medios.

Y en la publicidad no pagada se llevará una programación de las capacitaciones, de los talleres y campañas de salud para poder llevar un orden y así también se llevará un control para obtener el número de pacientes que han sido atendidos, y que el número de personas que se hicieron presentes en los programas propuestos por el CRSV.

Para verificar los resultados en general con respecto al programa de Mercadeo integrado, se hará un análisis comparativo del número de demanda que se ha obtenido con los resultados de años anteriores.

### III. PLAN DE IMPLEMENTACION

*a. Presentación.*

Será presentado el plan estratégico para el posicionamiento institucional al Director del Centro de Salud Valencia (CRSV) para que el contenido de la propuesta sea revisado y si es necesario hacerle modificaciones.

*b. Aprobación.*

Obtener la aprobación del plan por parte del Director del CRSV, para ser manifestado a todo el personal administrativo y así obtener el conocimiento para ejercer dicho plan.

*c. Ejecución.*

Para implementar el plan estratégico para el posicionamiento institucional es necesario capacitar al personal administrativo. La capacitación estará a cargo del Director del CRSV, todo esto se llevará a cabo en el mismo centro de salud por lo tanto no tendrá ningún costo ejecutarlo.

*d. Evaluación.*

Una vez echando a andar el plan estratégico es necesario estar evaluando trimestralmente para ver si es necesario hacer algún ajuste para continuar y cumplir con las metas y objetivos planteados.

*e. Control.*

Es necesario controlar trimestralmente los resultados desde el momento en que se empezó a ejecutar el plan estratégico y así ver el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas.



## BIBLIOGRAFIA

### Libros.

- Chiavenato, Idalberto. "Iniciación a la Administración General" 7° Edición. Editorial Mc. Graw-Hill, Bogotá 1994.
- Fred R. David. "Conceptos de Administración Estratégica". 14° Edición. Editorial Pearson, México 2013.
- Guvenc G. Alpander , Planeación Estratégica Aplicada a los Recursos Humanos 2017.
- Hitt A. Michael, Porter W. Lyman. "Administración".9° Edición. Editorial Pearson Educación., México 2006.
- James Stoner. "Administración". 6° Edición. Prentice Hall, México 1996.
- Koontz Harold y Heinz Weihrich. "Administración", Una perspectiva global, 11° Edición. Mc Gran-Hill, México 1998.

### Trabajos de Graduación.

- Jennifer Sánchez y otros. "Estudio de factibilidad para la creación de un centro de reprografía como unidad productiva en la biblioteca Doctor Luis Edmundo Vásquez de la Facultad de medicina en la Universidad de El Salvador". Universidad de El Salvador, El Salvador.

**Leyes.**

- Constitución de la República de El Salvador, Decreto Constituyente No.: 38, Diario Oficial No.: 234, Tomo No.: 281, Fecha Emisión: 15/12/1983, Fecha Publicación: 16/12/1983.
- Ley de Educación Superior, Decreto Legislativo No.: 468, Diario Oficial No.: 216, Tomo No.: 365, Fecha Emisión: 14/10/2004, Fecha Publicación: 10/11/2004.
- Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, Decreto Legislativo No. 597 del 29 de abril de 1999, publicado en el Tomo No. 343. Diario Oficial No. 96 de fecha 25 de mayo de 1999.
- Reglamento general de la ley orgánica de la Universidad de El Salvador, Acuerdo No.70/99-2001 (VI) publicado en el Diario Oficial No. 113, Tomo 351 del 18 de junio de 2001.

**Sitios web**

- [http://www.ues.edu.sv/.../stora.../app/media/organigrama\\_ues.jpg](http://www.ues.edu.sv/.../stora.../app/media/organigrama_ues.jpg)
- <http://www.medicina.ues.edu.sv/index.php>
- [http://www.medicina.ues.edu.sv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=475&Itemid=210](http://www.medicina.ues.edu.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=475&Itemid=210)
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm>.
- <http://conceptodefinicion.de/plan/>
- <http://cursos.aiu.edu/Fundamentos%20de%20Administraci%C3%B3n/PDF/tema%202.pdf>
- [https://www.academia.edu/9355183/Planeacion\\_y\\_sus\\_elementos](https://www.academia.edu/9355183/Planeacion_y_sus_elementos)

- [http://www.colpos.mx/cocoan/cisb/capitulo\\_1.pdf](http://www.colpos.mx/cocoan/cisb/capitulo_1.pdf)
- <https://sites.google.com/site/actuariaadmon/unidad-de-competencia-ii/planeacion/importancia-de-la-planeacion>
- <http://www.tiposde.org/cotidianos/678-planes/>
- <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/qu-es-estrategia.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos63/gerencia-estrategica/gerencia-estrategica2.shtml>
- <https://www.gestiopolis.com/la-planeacion-estrategica-en-el-proceso-administrativo/>
- <http://murciaeconomia.com/not/24640/posicionamiento-de-la-empresa-en-el-mercado>
- <https://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>
- <http://www.todomktblog.com/2013/12/posicionamiento.html>

#### **Otros.**

- PROYECTO CENTRO REGIONAL DE SALUD “VALENCIA”, FACULTAD DE MEDICINA - UES. (2012). Facultad de Medicina Universidad de El Salvador, Ciudad Universitaria.
- Convenio de cooperación específico entre la Universidad de El Salvador, FGUV (Fundación General de la Universidad de Valencia) y MSPAS (Ministerio de Salud Público y Asistencia Social, 30 de Mayo de 2008 - Anexo 2

# ANEXOS

# **ANEXO 1**

**CUESTIONARIO**

**DIRIGIDO A**

**ESTUDIANTES DE LA**

**UNIVERSIDAD DE EL**

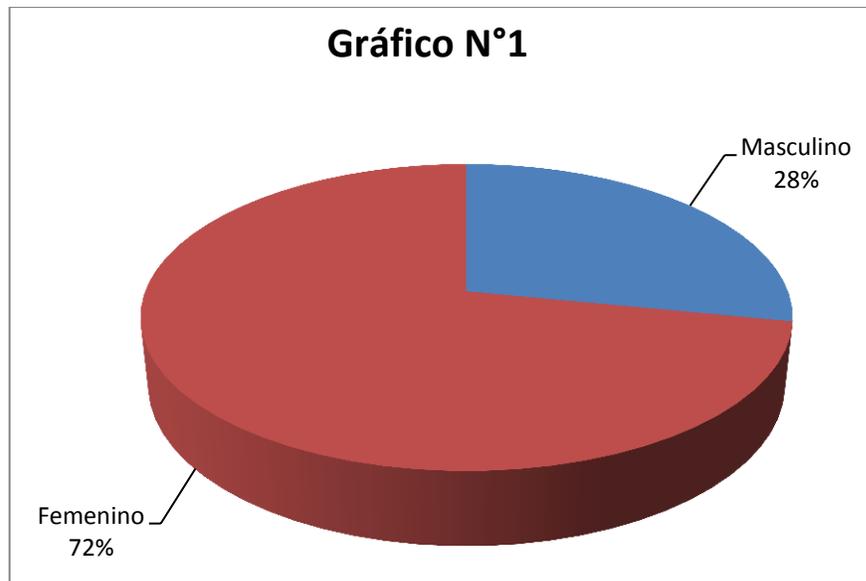
**SALVADOR.**

## DATOS GENERALES

### Pregunta 1:

Sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	27	28%
Femenino	69	72%
Total	96	100%

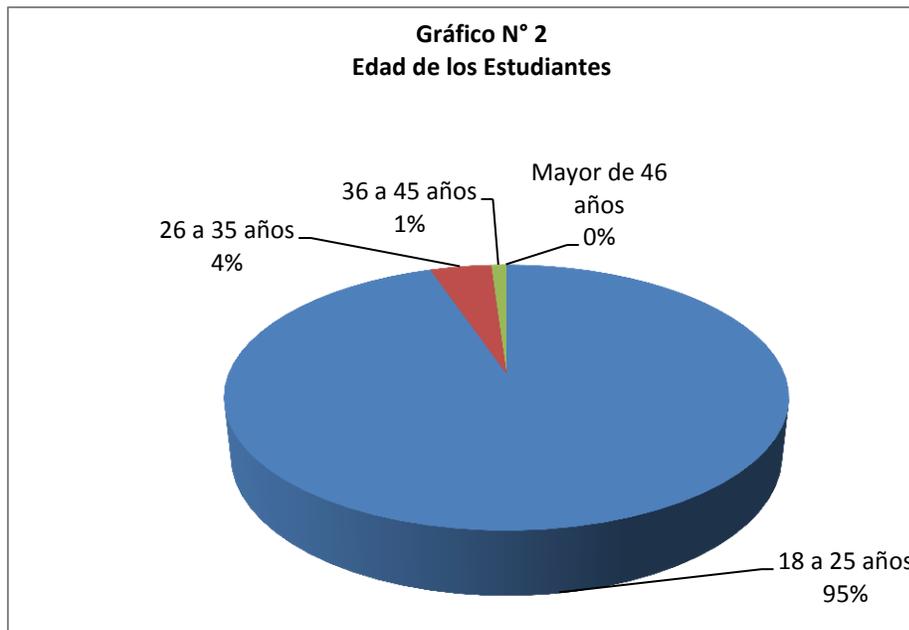


Para la investigación la muestra estuvo constituida por noventa y seis estudiantes de los cuales veintisiete fueron masculinos y sesenta y nueve femeninos.

**Pregunta 2:**

Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	91	95%
26 a 35 años	4	4%
36 a 45 años	1	1%
Mayor de 46 años	0	0%
Total	96	100%

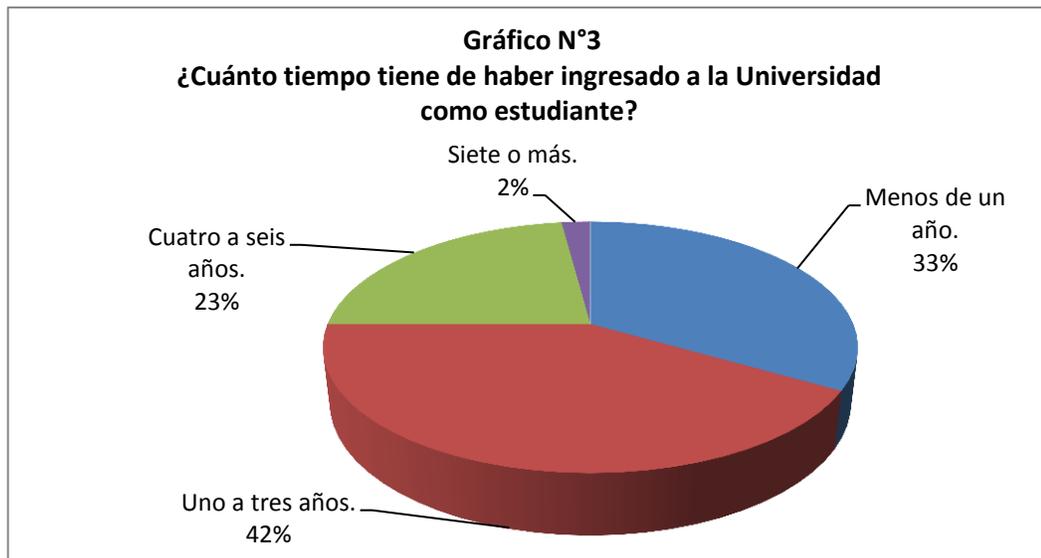


El 95% de los estudiantes se encuentran dentro del rango de 18 a 25 años de edad, mientras que solo el 4% opinaron estar en el rango de 26 a 35 años de edad y únicamente el 1% dijo tener de 36 a 45 años.

**Pregunta 3:**

3. ¿Cuánto tiempo tiene de haber ingresado a la Universidad como estudiante, docente o personal administrativo?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Menos de un año.</b>	32	33%
<b>Uno a tres años.</b>	40	42%
<b>Cuatro a seis años.</b>	22	23%
<b>Siete o más.</b>	2	2%
<b>Total</b>	96	100%



El 42% de los estudiantes opinaron estar en el rango de uno a tres años de haber ingresado a la Universidad, el 33% dijo tener menos de un año, el 23% afirmó encontrarse en el rango de cuatro a seis años y solo el 2% dijo tener de 7 o más años.

## **CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Pregunta 1:**

¿Ha visitado alguna vez un centro de salud?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	96	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	96	100%

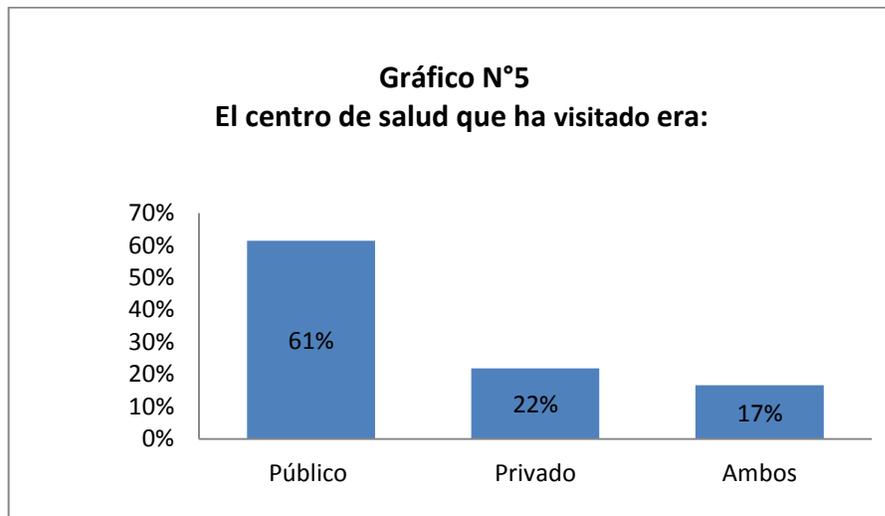


**Interpretación:** Todos los estudiantes han realizado por lo menos una visita a algún centro de salud, por lo que es necesario contar con un centro de salud que esté a la disposición de la población en general.

**Pregunta 2:**

El centro de salud visitado era:

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Público</b>	59	61%
<b>Privado</b>	21	22%
<b>Ambos</b>	16	17%
<b>TOTAL</b>	96	100%



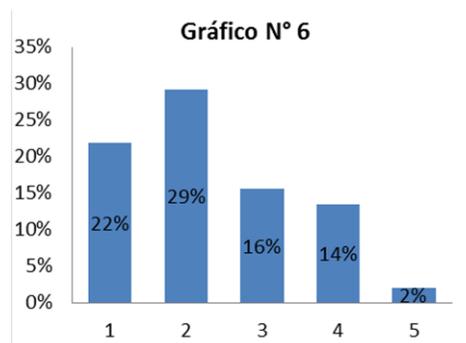
**Interpretación:** La mayor parte de los estudiantes opinaron que el centro de salud que habían visitado había sido público, y solo 2 de cada 10 estudiantes opinaron haber visitado un centro de salud privado o ambas opciones; es decir que son más frecuentados los centros de salud públicos.

**Pregunta 3:**

¿Al momento de visitar un centro de salud que es lo primero que toma en cuenta?  
Ordene del 1 al 5 tomando en cuenta que el 1 es el más importante.

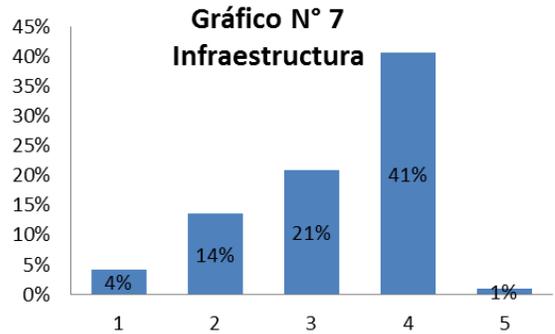
	Costos.	Infraestructura.	Ubicación.	Atención.	Otros
1	21	4	17	55	
2	28	13	22	18	
3	15	20	28	13	
4	13	39	13	3	
5	2	1	1	1	15
TOTAL	96	96	96	96	96

	Costos.	Porcentaje
1	21	22%
2	28	29%
3	15	16%
4	13	14%
5	2	2%
TOTAL	96	100%



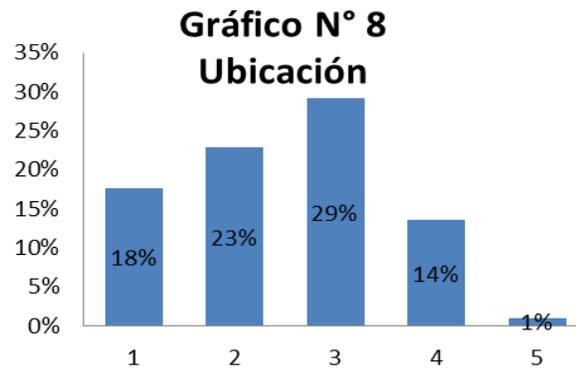
**Interpretación:** Los costos son considerados por los estudiantes como el segundo aspecto de mayor importancia al visitar un centro de salud, por lo cual se considera que debido a los costos que maneja el Centro Regional de Salud Valencia se pudiese aprovechar de esa ventaja sobre sus competidores.

	Infraestructura.	Porcentaje
1	4	4%
2	13	14%
3	20	21%
4	39	41%
5	1	1%
TOTAL	96	100%



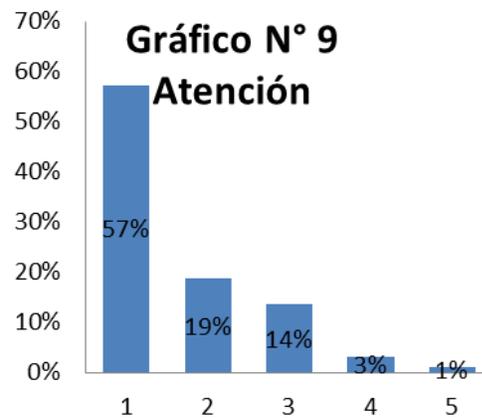
**Interpretación:** La infraestructura se ubica en los últimos lugares de preferencia para los estudiantes, teniendo la posición número 4 con un 41% en el orden de prioridades tomadas en cuenta para visitar los centros de salud, por lo que no es considerado importante.

	Ubicación.	Porcentaje
1	17	18%
2	22	23%
3	28	29%
4	13	14%
5	1	1%
TOTAL	96	100%



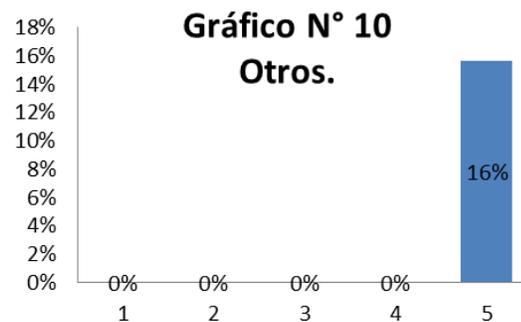
**Interpretación:** La ubicación tiene la posición número 3 con un 29% teniendo cierto grado de importancia para visitar los centros de salud, según los estudiantes, se recomienda tener una ubicación accesible para la población.

	Atención.	Porcentaje
1	55	57%
2	18	19%
3	13	14%
4	3	3%
5	1	1%
TOTAL	96	100%



**Interpretación:** Según la mayoría de los estudiantes la atención es el principal aspecto a tomar en consideración al momento de realizar una visita médica, colocándolo en la posición 1 con un porcentaje del 57%, por lo que es necesario ofrecer la mejor atención médica y así aumentar la demanda de pacientes.

	Otros	Porcentaje
1		0%
2		0%
3		0%
4		0%
5	15	16%
TOTAL	96	100%

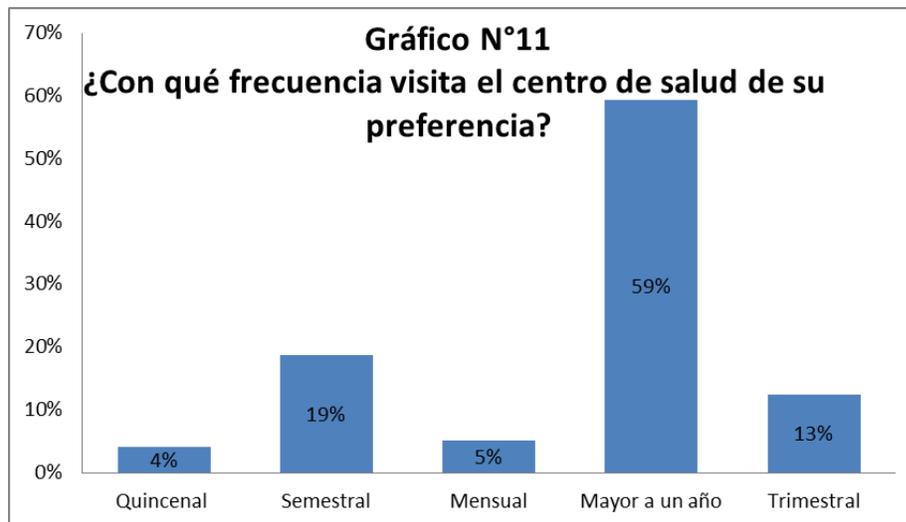


**Interpretación:** Únicamente el 16% de los estudiantes seleccionaron como último aspecto de importancia, opciones no enlistadas que pudiesen ser temas relacionados a calidad, prestigio, personal médico entre otros.

**Pregunta 4:**

¿Con qué frecuencia visita el centro de salud de su preferencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Quincenal	4	4%
Semestral	18	19%
Mensual	5	5%
Mayor a un año	57	59%
Trimestral	12	13%
TOTAL	96	100%



**Interpretación:** La mayoría de estudiantes de la Universidad de El Salvador seleccionaron que la frecuencia con la que realizan una visita a un centro médico es mayor a un año denotando un buen estado de salud.

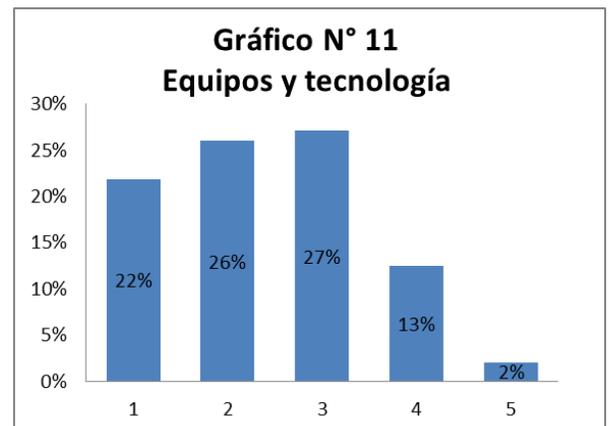
**Pregunta 5:**

¿En qué aspectos consideras que se deben de destacar los centros de salud?

Ordene del 1 al 5, tomando en cuenta que el 1 es el más importante.

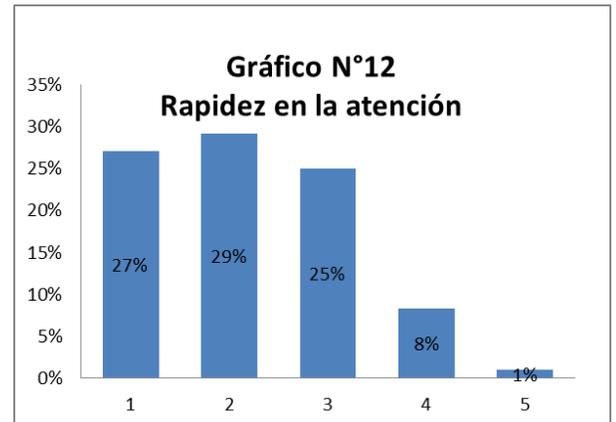
	Equipos y tecnología	Rapidez en la atención	Atención oportuna	Limpieza	Otros
1	21	26	38	13	
2	25	28	19	8	
3	26	24	12	19	
4	12	8	14	45	
5	2	1	0	1	20
TOTAL	96	96	96	96	96

	Equipos y tecnología	Porcentaje
1	21	22%
2	25	26%
3	26	27%
4	12	13%
5	2	2%
TOTAL	96	100%



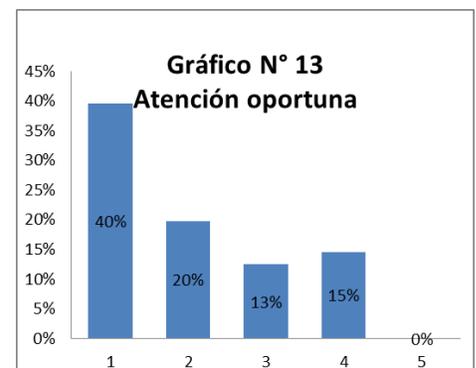
**Interpretación:** En todo lugar los equipos y tecnología son necesarios para poder dar un excelente servicio y según los estudiantes es uno de los tres aspectos más importantes en los que se debe de destacar un centro de salud, ya que 27% de los estudiantes ubicaron este aspecto en la posición número tres.

	Rapidez en la atención	Porcentaje
1	26	27%
2	28	29%
3	24	25%
4	8	8%
5	1	1%
TOTAL	96	100%



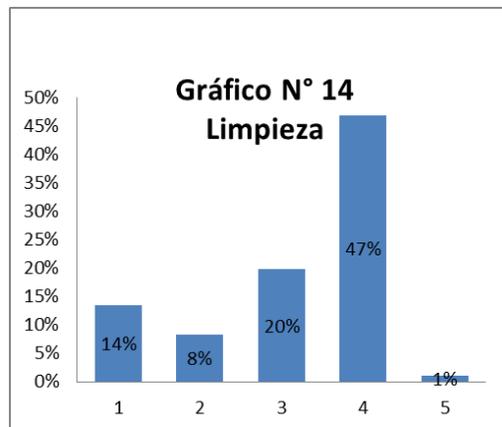
**Interpretación:** La rapidez en la atención se ubica en la posición número dos con un porcentaje de representación del 29%, por lo cual se puede concluir que es de relevancia que todos los centros de salud puedan atender a los pacientes con la mayor rapidez posible.

	Atención oportuna	Porcentaje
1	38	40%
2	19	20%
3	12	13%
4	14	15%
5	0	0%
TOTAL	96	100%



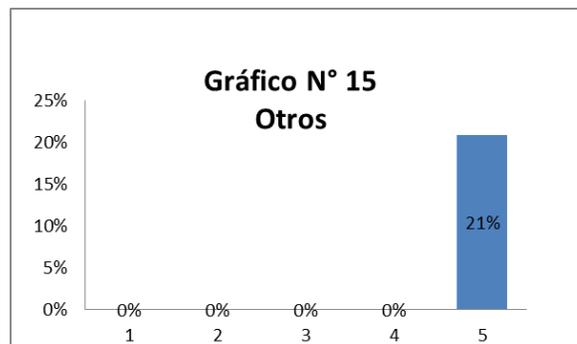
**Interpretación:** La mayoría de los estudiantes consideran que el principal aspecto en el cual los centros de salud deben de enfocarse es la atención oportuna para poder tener un mejor estado de salud.

	Limpieza	Porcentaje
1	13	14%
2	8	8%
3	19	20%
4	45	47%
5	1	1%
TOTAL	96	100%



**Interpretación:** Gran cantidad de los estudiantes opinaron que la limpieza es un aspecto no tan importante ya que lo posicionan en la posición número 4 con un 47%, sin embargo un 14% si lo considera importante colocándolo en la posición número 1.

	Otros	Porcentaje
1		0%
2		0%
3		0%
4		0%
5	20	21%
TOTAL	96	100%

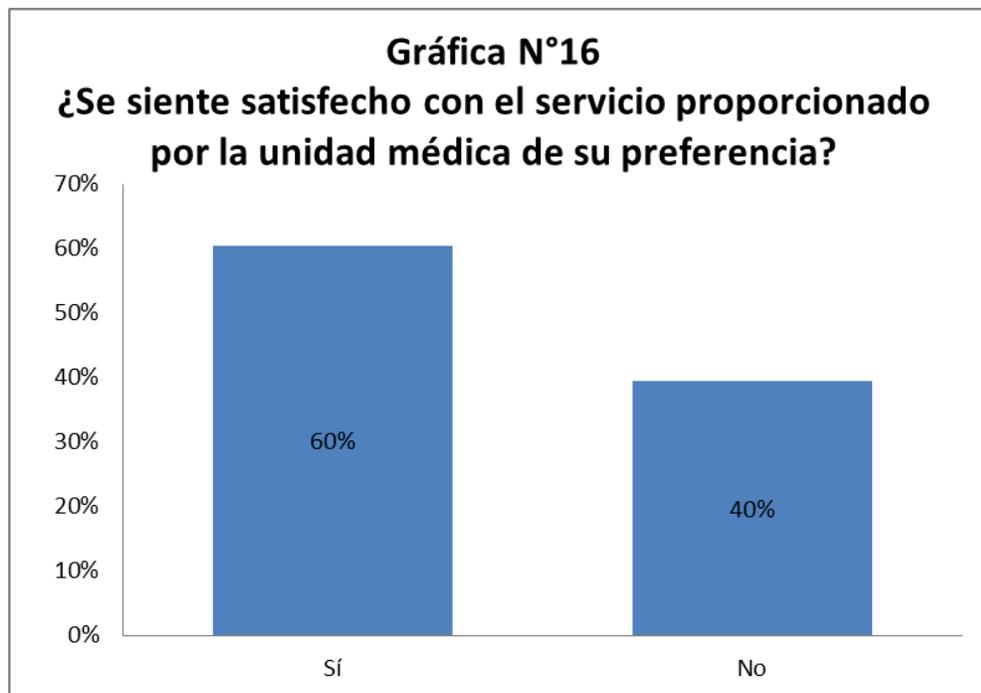


**Interpretación:** Solamente el 21% de los estudiantes afirmaron que existen otros factores los cuales no fueron enlistados, que tienen un grado de importancia menor a los que seleccionaron pero que si consideran importante como lo son la amabilidad del personal, seguridad.

**Pregunta 6:**

¿Se siente satisfecho con el servicio proporcionado por la unidad médica de su preferencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	58	60%
No	38	40%
TOTAL	96	100%

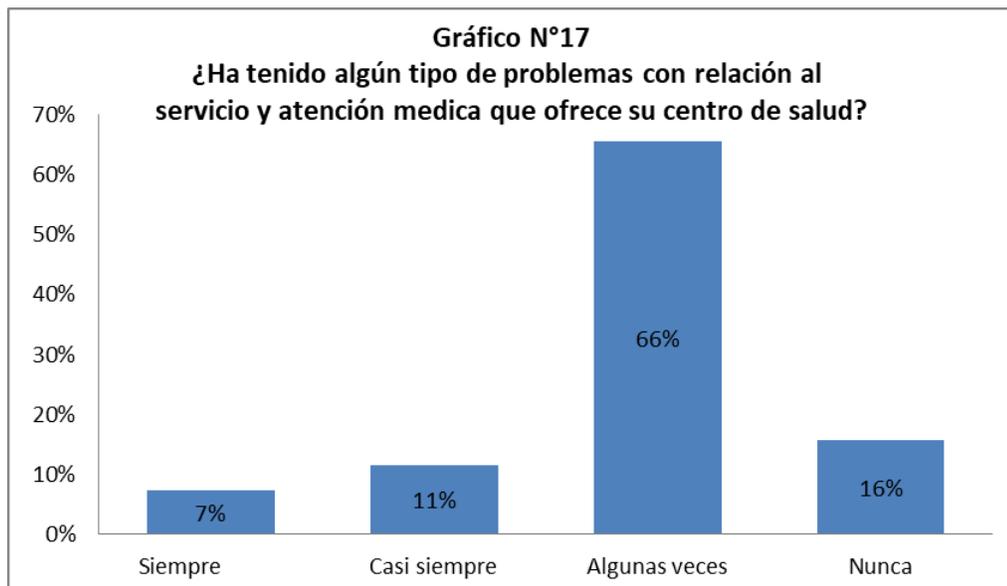


**Interpretación:** Seis de cada diez estudiantes afirmaron sentirse satisfechos de los servicios recibidos por parte del centro de salud que visitaron, teniendo dicho centro como uno de su preferencia y siendo fiel al servicio que este brinda.

**Pregunta 7:**

¿Ha tenido algún tipo de problema con relación al servicio y atención medica que ofrece su centro de salud?

Siempre	7	7%
Casi siempre	11	11%
Algunas veces	63	66%
Nunca	15	16%
TOTAL	96	100%

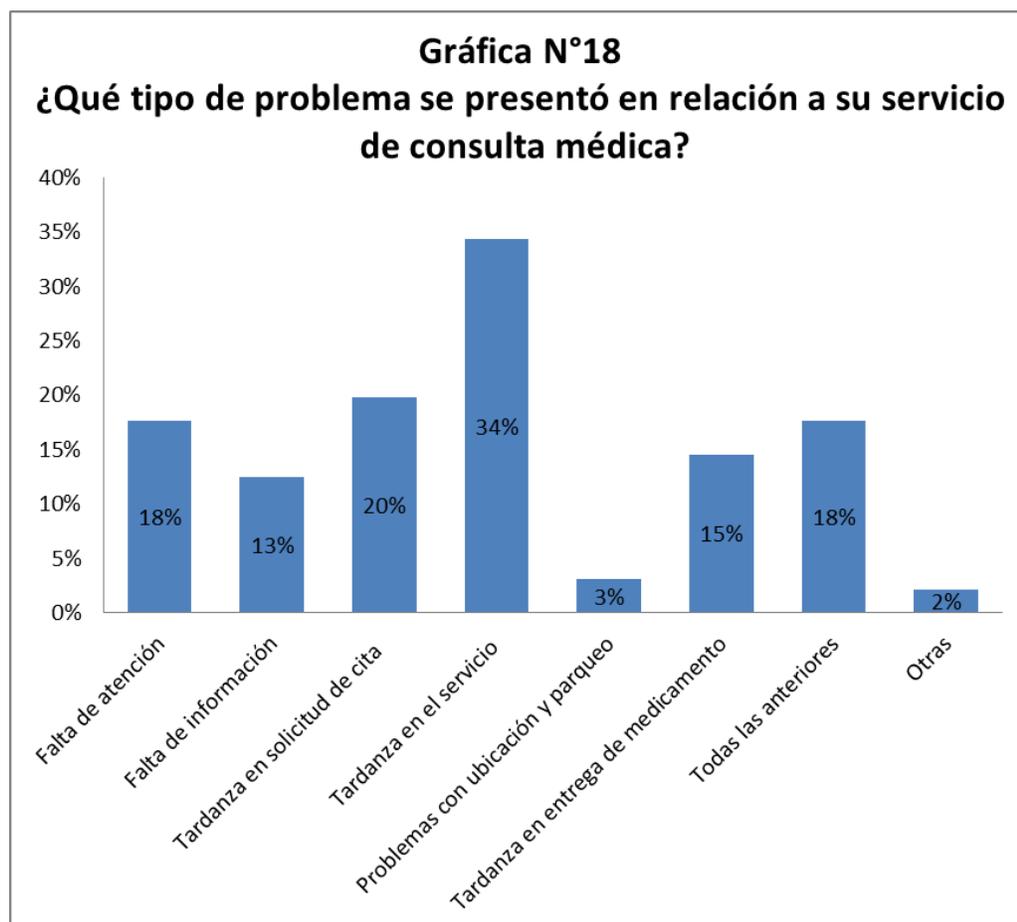


**Interpretación:** Los estudiantes en su gran mayoría afirmaron que la frecuencia con la que presentan un problema con relación al servicio y atención al momento de realizar su visita al centro de salud es *algunas veces*, es decir que por cada visita que realizan se les es muy probable encontrarse con un inconveniente, aunque no pase con frecuencia.

**Pregunta 8:**

¿Qué tipo de problema se presentó en relación a su servicio de consulta médica?

	Frecuencia	Porcentaje
Falta de atención	17	18%
Falta de información	12	13%
Tardanza en solicitud de cita	19	20%
Tardanza en el servicio	33	34%
Problemas con ubicación y parqueo	3	3%
Tardanza en entrega de medicamento	14	15%
Todas las anteriores	17	18%
Otras	2	2%
TOTAL	96	100%



**Interpretación:** Los estudiantes consideran que la tardanza en el servicio es uno de los principales problemas presentados al momento de realizar la visita médica al centro de salud, así también con un menor porcentaje la tardanza en solicitud de cita al momento de asistir al centro de salud, estos son problemas que se deben evitar realizar para que el centro de salud pueda atraer a más pacientes.

**Pregunta 9:**

¿Estaría dispuesto a efectuar su consulta en un centro médico que no sea el de su preferencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	81	84%
No	15	16%
TOTAL	96	100%



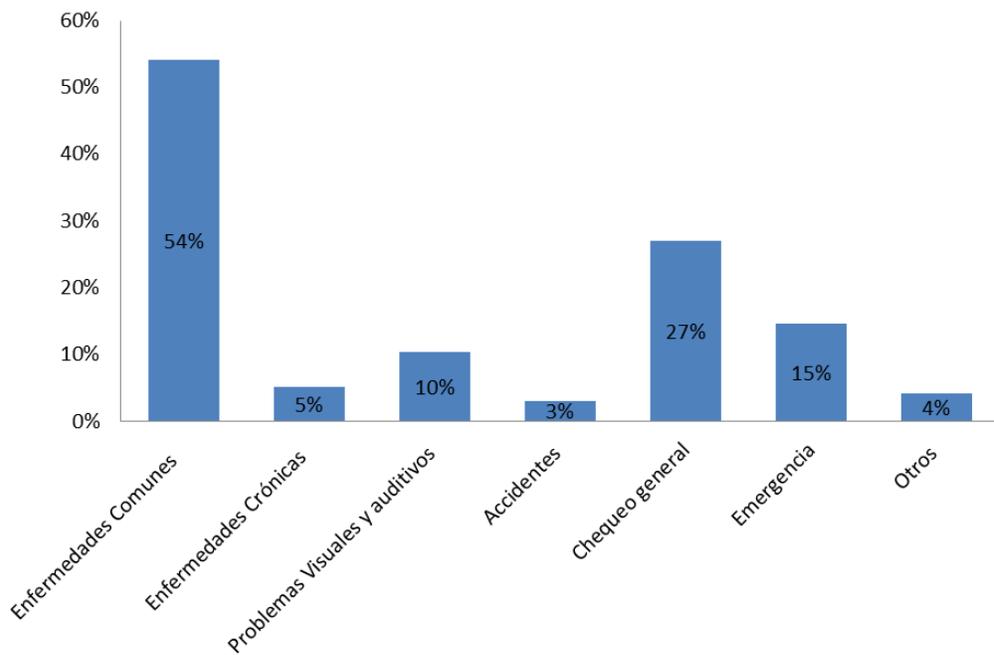
**Interpretación:** Casi la totalidad de los estudiantes afirmaron que estarían dispuestos a realizar su consulta médica en un lugar que no sea de su preferencia con el fin de descubrir si el nuevo centro de salud a visitar les ofreciera una mejor comodidad en el proceso de la realización de su consulta.

**Pregunta 10:**

¿Cuál fue el motivo por el cual ha visitado el centro de salud?

	Frecuencia	Porcentaje
Enfermedades Comunes	52	54%
Enfermedades Crónicas	5	5%
Problemas Visuales y auditivos	10	10%
Accidentes	3	3%
Chequeo general	26	27%
Emergencia	14	15%
Otros	4	4%
TOTAL	96	100%

**Gráfico N°20**  
**¿Cuál fue el motivo por el cual ha visitado el centro de salud?**



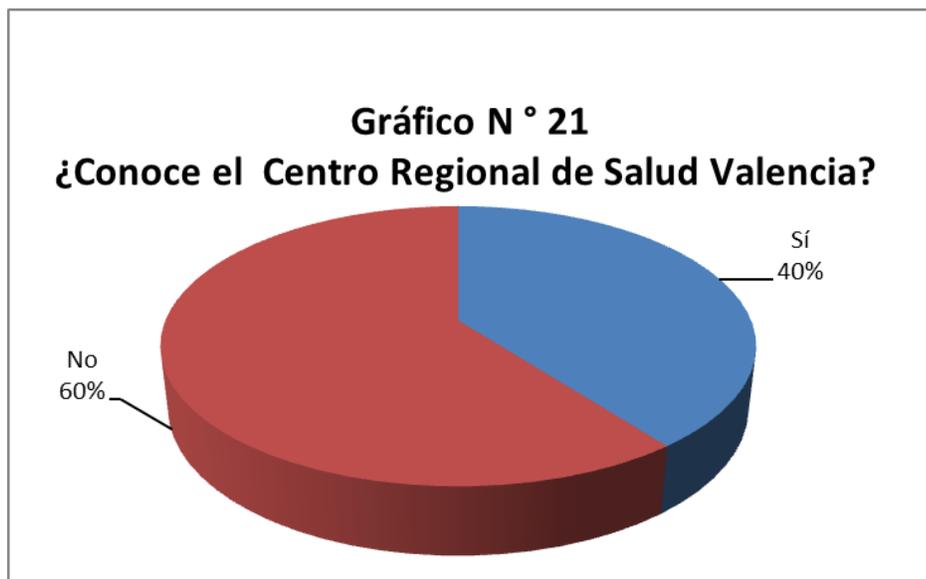
**Interpretación:** La mayoría de los estudiantes afirmaron que el motivo por el cual han visitado el centro de salud es por enfermedades comunes y como segunda opción con el 27% chequeo general, es decir que sus visitas no son por enfermedades graves, ni complicadas, denotando un estado de salud estable.

**Pregunta 11:**

¿Conoce el Centro Regional de Salud Valencia?

Si su respuesta es NEGATIVA, hasta aquí finaliza su cuestionario.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	38	40%
No	58	60%
TOTAL	96	100%

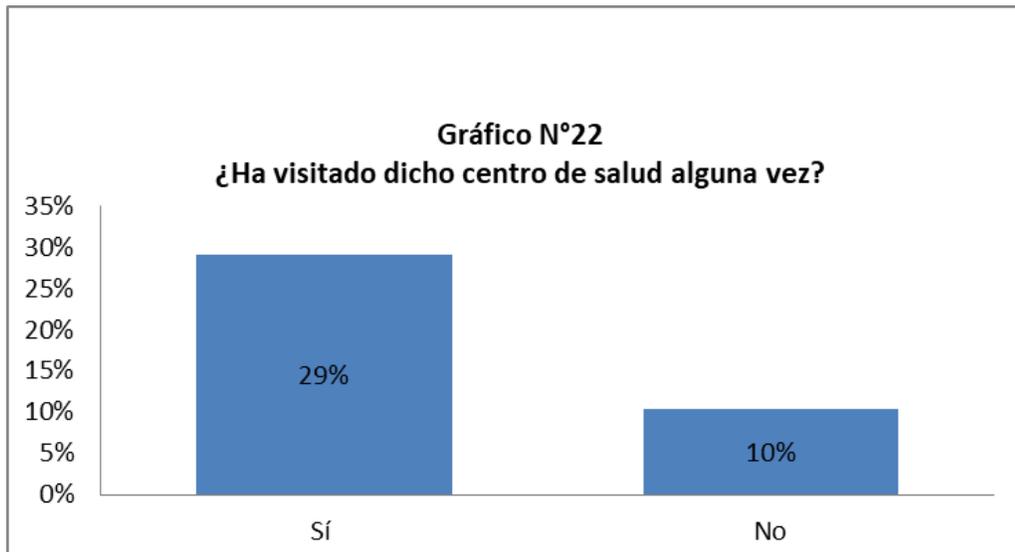


**Interpretación:** Seis de cada diez estudiantes confirmaron que no conocían el Centro Regional de Salud Valencia. Es decir que la mayoría no lo conoce a pesar de ser estudiantes de la Universidad de El Salvador.

**Pregunta 12:**

¿Ha visitado dicho centro de salud alguna vez?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	28	29%
No	10	10%
TOTAL	38	100%



**Interpretación:** Podemos confirmar que solo el 29% de los estudiantes han visitado alguna vez el Centro Regional de Salud Valencia, siendo este un porcentaje muy bajo para poder ingresar al mercado de salud, se necesita darse a conocer más al público.

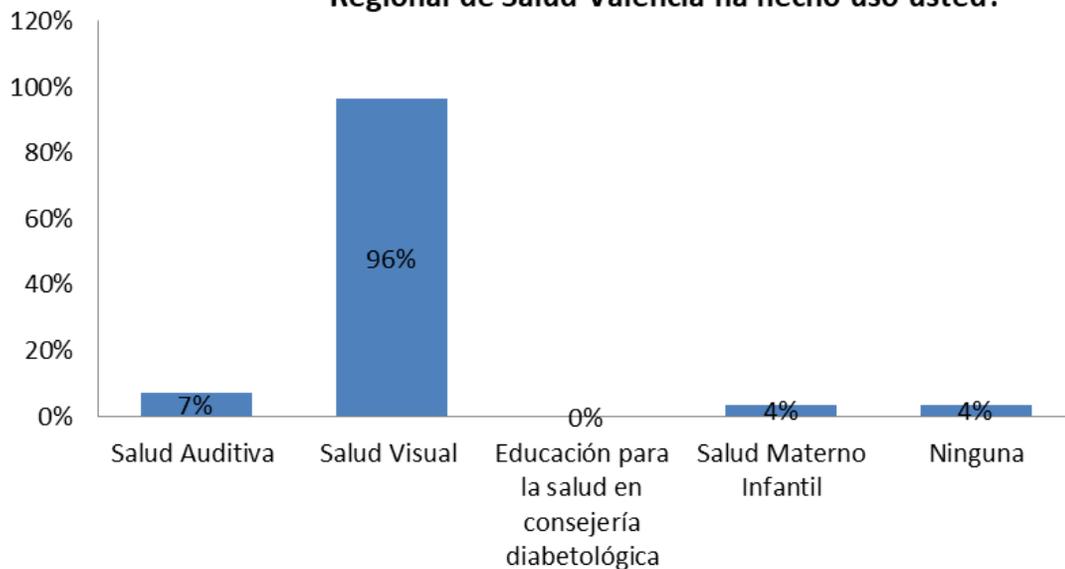
**Pregunta 13:**

¿Cuáles de los siguientes servicios brindados por el Centro Regional de Salud Valencia ha hecho uso usted?

	Frecuencia	Porcentaje
Salud Auditiva	2	7%
Salud Visual	27	96%
Educación para la salud en consejería diabetológica	0	0%
Salud Materno Infantil	1	4%
Ninguna	1	4%
TOTAL	28	100%

**Gráfica N°23**

**¿Cuáles de los siguientes servicios brindados por el Centro Regional de Salud Valencia ha hecho uso usted?**

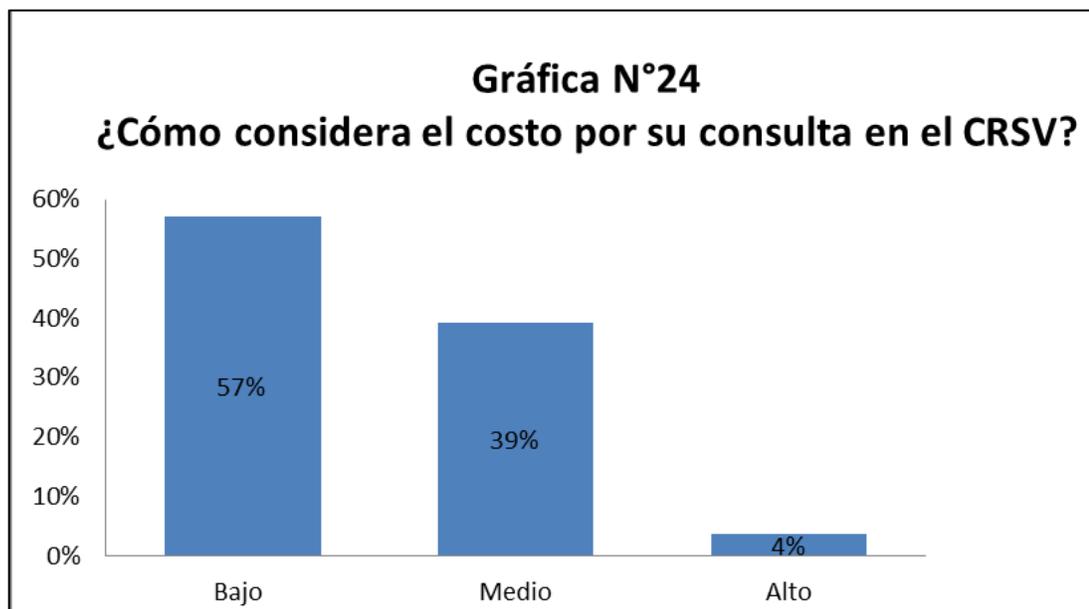


**Interpretación:** La mayoría de los estudiantes han hecho uso del servicio de Salud Visual brindado por el Centro Regional de Salud Valencia, obteniendo un porcentaje de 96%, siendo esta una de la necesidad con mayor auge dentro de la población.

**Pregunta 14:**

¿Cómo considera el costo por consulta en el Centro Regional de Salud Valencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	16	57%
Medio	11	39%
Alto	1	4%
TOTAL	28	100%

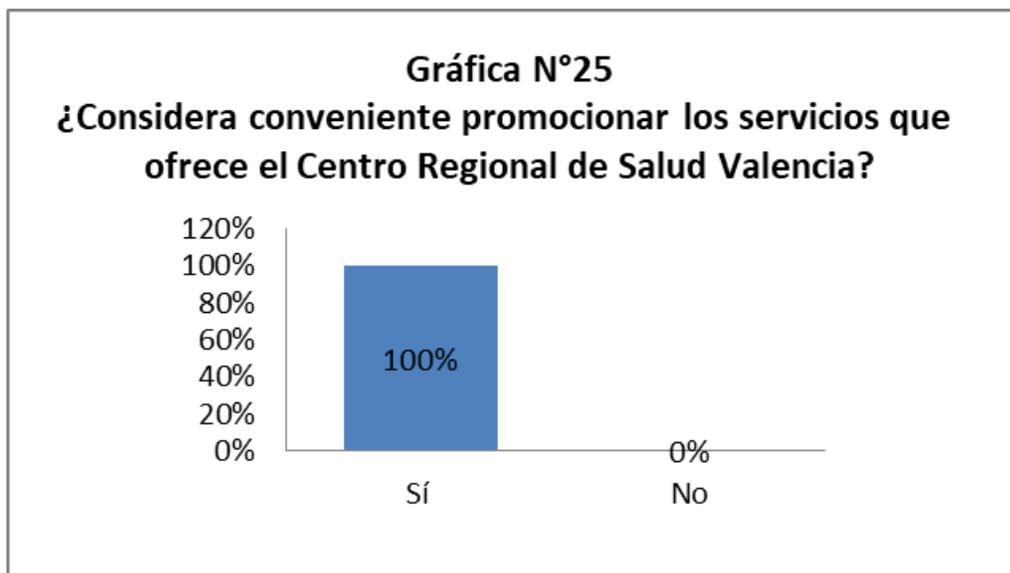


**Interpretación:** El 56% de los estudiantes que han hecho uso de los servicios brindados opinaron que el costo por consulta en el Centro Regional De Salud Valencia es bajo, mientras que 39% opinaron que tienen un costo medio, es decir que el costo no sería ningún inconveniente para poder aumentar o mantener una demanda alta de los pacientes.

**Pregunta 15:**

¿Considera conveniente promocionar los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	28	100%
No	0	0%
TOTAL	28	100%

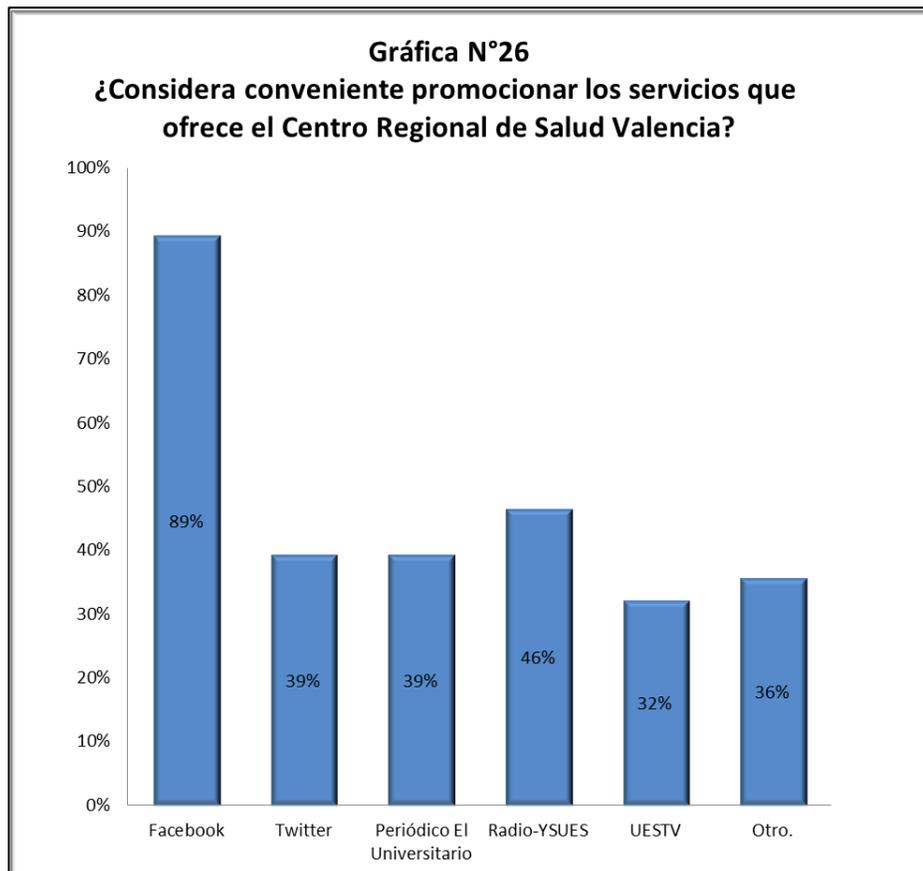


**Interpretación:** Todos los estudiantes en su totalidad opinaron que es conveniente promocionar los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia, por la falta de información sobre dicho centro, siendo muy desconocido por muchas personas.

**Pregunta 16:**

¿Cuál consideras que es el medio más efectivo para promocionar al Centro Regional de Salud Valencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	25	89%
Twitter	11	39%
Periódico El Universitario	11	39%
Radio-YSUES	13	46%
UESTV	9	32%
Otro.	10	36%
TOTAL	28	100%



**Interpretación:** La mayor parte de estudiantes opinaron que el medio más efectivo para promocionar los servicios del Centro Regional de Salud Valencia es el Facebook, ya que es el medio más utilizado hoy en día por la población.

# **ANEXO 2**

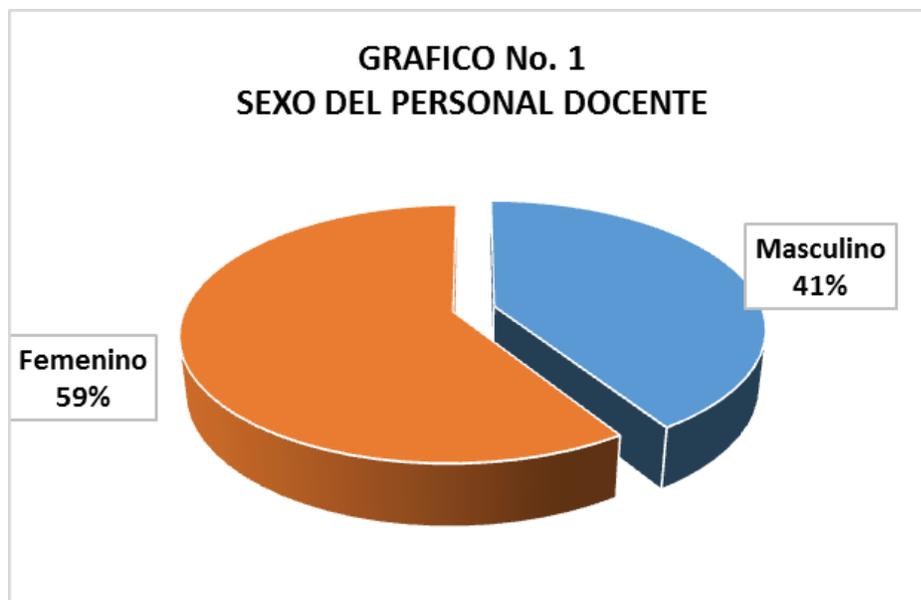
**CUESTIONARIO  
DIRIGIDO A LOS  
DOCENTES DE LA  
UNIVERSIDAD DE EL  
SALVADOR.**

## **DATOS GENERALES**

### **Pregunta 1:**

Sexo

<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	27	41%
Femenino	39	59%
Total General	66	100%

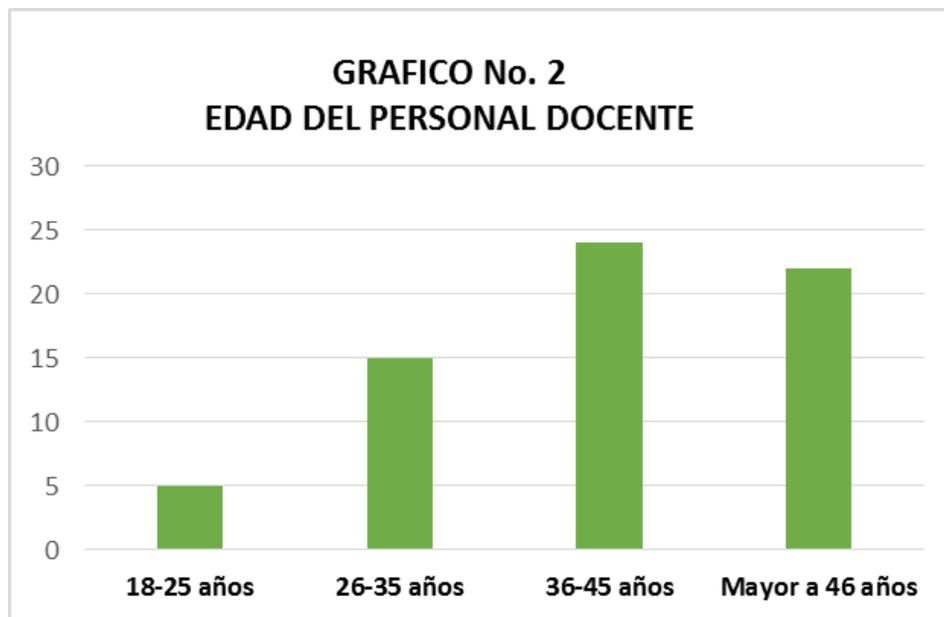


Para la investigación la muestra estuvo constituida por sesenta y seis Personales docentes de los cuales veintisiete fueron masculinos y treinta y nueve femeninos.

**Pregunta 2:**

Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25 años	5	8%
26-35 años	15	23%
36-45 años	24	36%
Mayor a 46 años	22	33%
Total General	66	100%

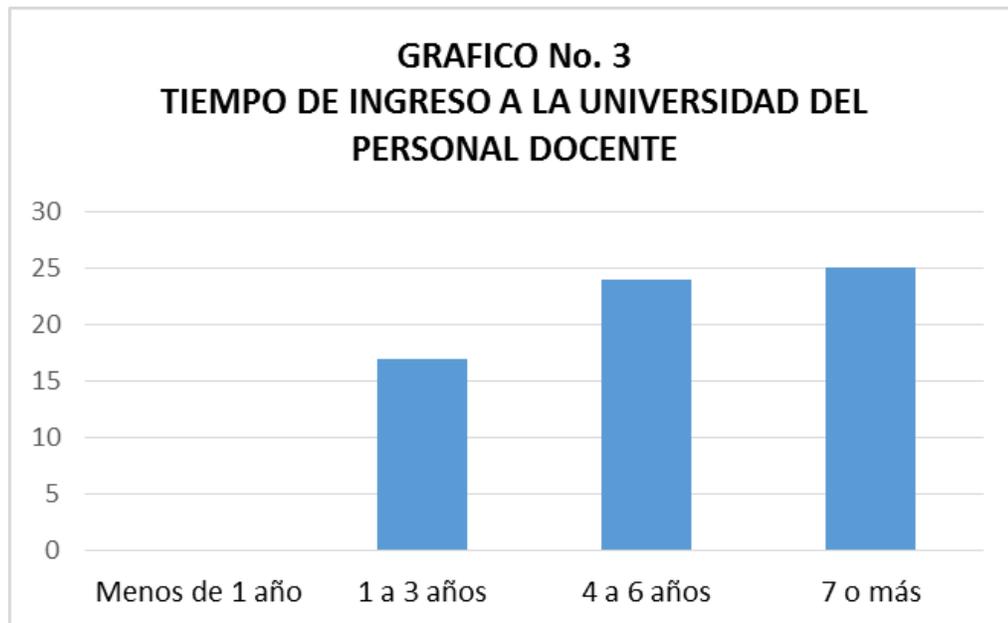


El 36% del personal docente se encuentran dentro del rango de 36 a 47 años de edad, con una mínima diferencia el 33% opina tener más de 46 años, mientras que el 23% opinaron estar en el rango de 26 a 35 años de edad y únicamente el 8% dijo tener de 18 a 25 años.

**Pregunta 3:**

3. ¿Cuánto tiempo tiene de haber ingresado a la Universidad como estudiante, docente o personal administrativo?

Tiempo de haber ingresado a la universidad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	0	0%
1 a 3 años	17	26%
4 a 6 años	24	36%
7 o más	25	38%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>



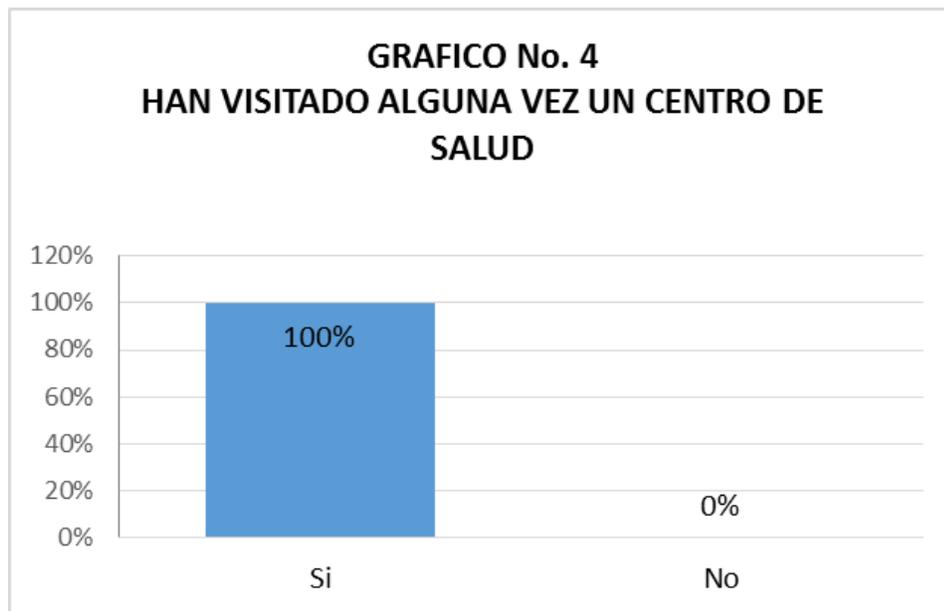
El 38% de los docentes opinaron tener siete o más años de haber ingresado a la Universidad, el 36% dijo tener de 4 a 6 años y solo el 26% afirmó encontrarse en el rango de uno a tres años.

## CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN

### Pregunta 1:

¿Ha visitado alguna vez un centro de salud?

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Sí</b>	66	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	66	100%

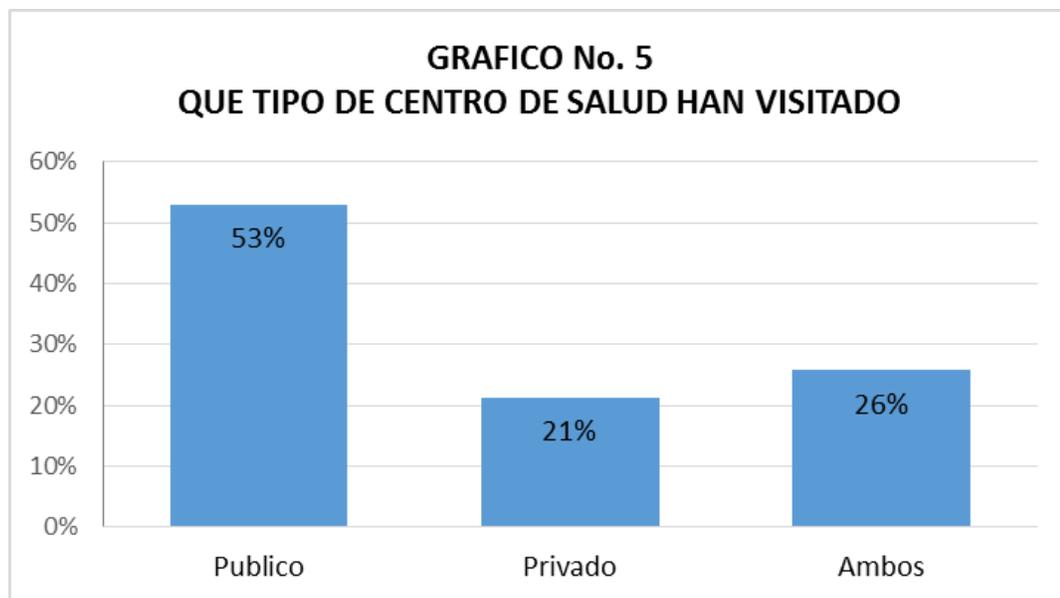


**Interpretación:** El total del personal docente han realizado una visita a algún centro de salud, por lo que siempre es necesario contar con un centro de salud que esté a la disposición de la población en general.

**Pregunta 2:**

El centro de salud visitado era:

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Publico	35	53%
Privado	14	21%
Ambos	17	26%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>



**Interpretación:** La mayor parte del personal docente opinó que el centro de salud que habían visitado había sido público, y solo 2 de cada 10 docentes opinaron haber visitado un centro de salud privado o ambas opciones; es decir que son más frecuentados los centros de salud públicos.

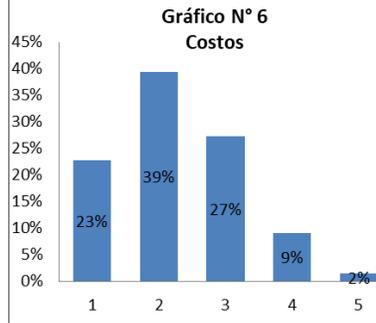
**Pregunta 3:**

¿Al momento de visitar un centro de salud que es lo primero que toma en cuenta?

Ordene del 1 al 5 tomando en cuenta que el 1 es el más importante.

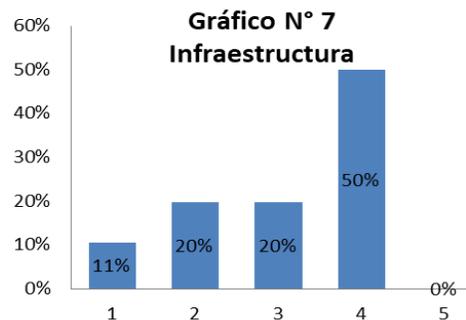
	Costos.	Infraestructura.	Ubicación.	Atención.	Otros
1	15	7	17	26	1
2	26	13	11	15	1
3	18	13	23	11	1
4	6	33	12	13	2
5	1	0	3	1	61
TOTAL	66	66	66	66	66

	Costos.	Porcentaje
1	15	23%
2	26	39%
3	18	27%
4	6	9%
5	1	2%
TOTAL	66	100%



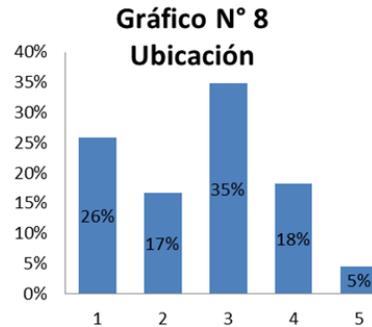
**Interpretación:** Los costos son considerados por los docentes como el segundo aspecto de mayor importancia al visitar un centro de salud, por lo cual se considera que debido a los costos que maneja el Centro Regional de Salud Valencia se pudiese aprovechar de esa ventaja sobre sus competidores.

	Infraestructura.	Porcentaje
1	7	11%
2	13	20%
3	13	20%
4	33	50%
5	0	0%
TOTAL	66	100%



**Interpretación:** La infraestructura se ubica en la posición número 4 con un 50% en el orden de prioridades tomadas en cuenta para visitar los centros de salud, por lo que no es considerado importante para los docentes.

	Ubicación.	Porcentaje
1	17	26%
2	11	17%
3	23	35%
4	12	18%
5	3	5%
TOTAL	66	100%



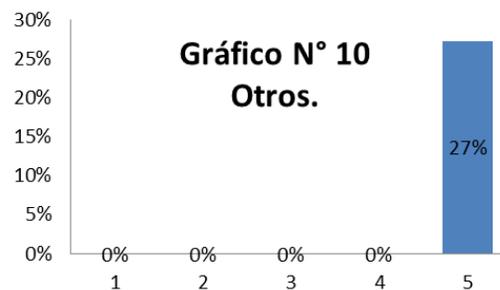
**Interpretación:** La ubicación tiene la posición número 3 con un 35% teniendo cierto grado de importancia para visitar los centros de salud, según los docentes, se recomienda tener una ubicación accesible para la población.

	Atención.	Porcentaje
1	26	39%
2	15	23%
3	11	17%
4	13	20%
5	1	2%
TOTAL	66	100%



**Interpretación:** Según la mayoría de los docentes la atención es el principal aspecto a tomar en consideración al momento de realizar una visita médica, colocándolo en la posición 1 con un porcentaje del 39%, por lo que es necesario ofrecer la mejor atención médica y así aumentar la demanda de pacientes.

	Otros	Porcentaje
1		0%
2		0%
3		0%
4		0%
5	18	27%
TOTAL	66	100%

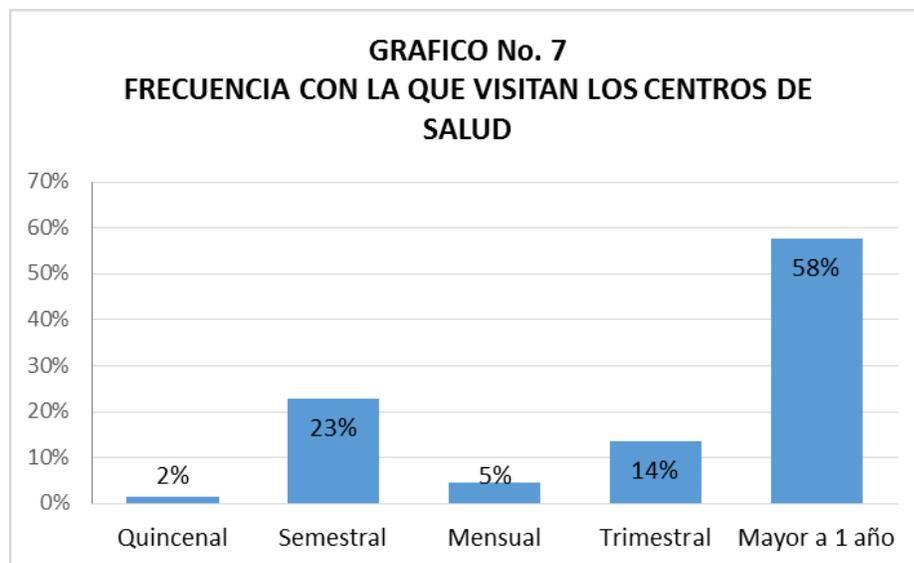


**Interpretación:** Únicamente el 27% de los docentes seleccionaron como último aspecto de importancia, opciones no enlistadas que pudiesen ser temas relacionados a calidad, prestigio, personal médico entre otros.

**Pregunta 4:**

¿Con qué frecuencia visita el centro de salud de su preferencia?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Quincenal	1	2%
Semestral	15	23%
Mensual	3	5%
Trimestral	9	14%
Mayor a 1 año	38	58%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>



**Interpretación:** La mayoría del personal docente de la Universidad de El Salvador seleccionaron que la frecuencia con la que realizan una visita a un centro médico es mayor a un año denotando un buen estado de salud.

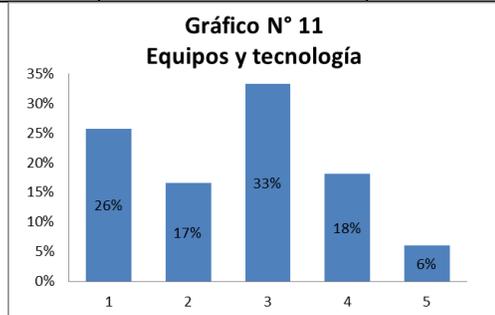
**Pregunta 5:**

¿En qué aspectos consideras que se deben de destacar los centros de salud?

Ordene del 1 al 5, tomando en cuenta que el 1 es el más importante.

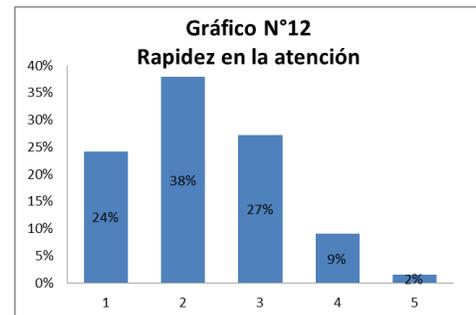
	Equipos y tecnología	Rapidez en la atención	Atención oportuna	Limpieza	Otros
1	17	16	25	7	0
2	11	25	16	13	0
3	22	18	11	14	0
4	12	6	13	32	0
5	4	1	1	0	12
TOTAL	66	66	66	66	66

	Equipos y tecnología	Porcentaje
1	17	26%
2	11	17%
3	22	33%
4	12	18%
5	4	6%
TOTAL	66	100%



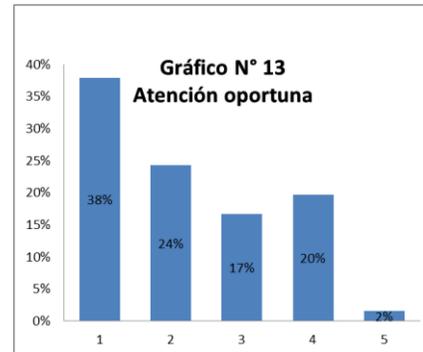
**Interpretación:** En todo lugar los equipos y tecnología son necesarios para poder dar un excelente servicio y según los docentes es uno de los tres aspectos más importantes en los que se debe de destacar un centro de salud, ya que 33% de los docentes ubicaron este aspecto en la posición número tres.

	Rapidez en la atención	Porcentaje
1	16	24%
2	25	38%
3	18	27%
4	6	9%
5	1	2%
TOTAL	66	100%



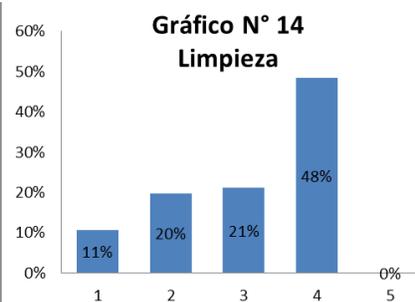
**Interpretación:** La rapidez en la atención se ubica en la posición número dos con un porcentaje de representación del 38%, por lo cual se puede concluir que es de relevancia que todos los centros de salud puedan atender a los pacientes con la mayor rapidez posible.

	Atención oportuna	Porcentaje
1	25	38%
2	16	24%
3	11	17%
4	13	20%
5	1	2%
TOTAL	66	100%



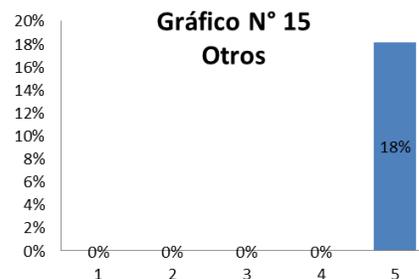
**Interpretación:** La mayoría de los docentes consideran que el principal aspecto en el cual los centros de salud deben enfocarse es la atención oportuna para poder tener un mejor estado de salud.

	Limpieza	Porcentaje
1	7	11%
2	13	20%
3	14	21%
4	32	48%
5	0	0%
TOTAL	66	100%



**Interpretación:** Gran cantidad de los docentes opinaron que la limpieza es un aspecto no tan importante ya que lo posicionan en la posición número 4 con un 48%, sin embargo un 11% si lo considera importante colocándolo en la posición número 1.

	Otros	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	12	18%
TOTAL	66	18%

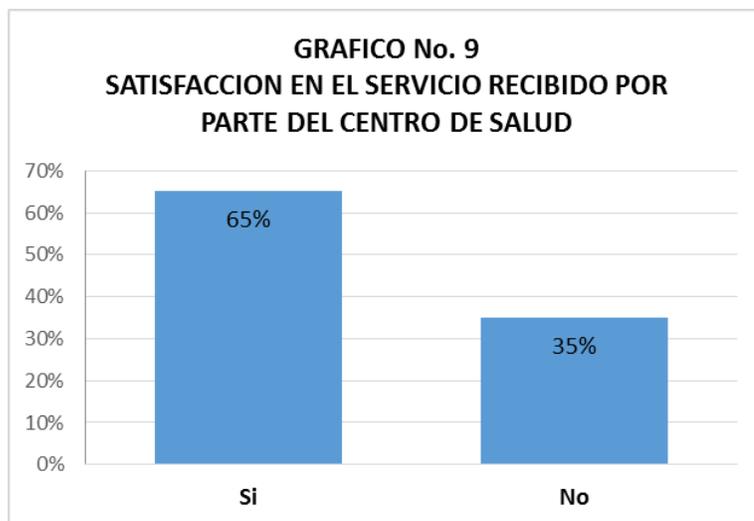


**Interpretación:** Solamente el 18% de los docentes afirmaron que existen otros factores los cuales no fueron enlistados, que tienen un grado de importancia menor a los que seleccionaron pero que si consideran importante como lo son la amabilidad del personal, seguridad.

**Pregunta 6:**

¿Se siente satisfecho con el servicio proporcionado por la unidad médica de su preferencia?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	43	65%
No	23	35%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

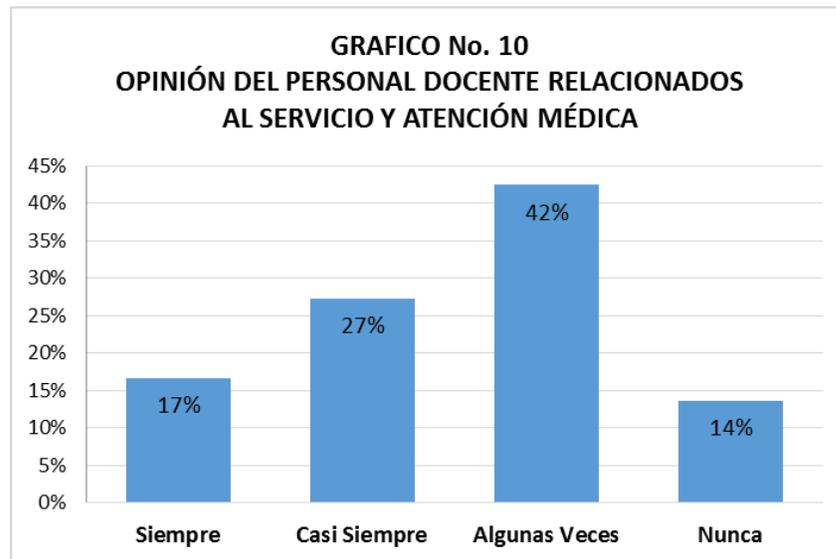


**Interpretación:** Seis de cada 10 docentes afirmaron sentirse satisfechos de los servicios recibidos por parte del centro de salud que visitaron, teniendo dicho centro como uno de su preferencia y siendo fiel al servicio que este brinda.

**Pregunta 7:**

¿Ha tenido algún tipo de problema con relación al servicio y atención medica que ofrece su centro de salud?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	11	17%
Casi Siempre	18	27%
Algunas Veces	28	42%
Nunca	9	14%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>



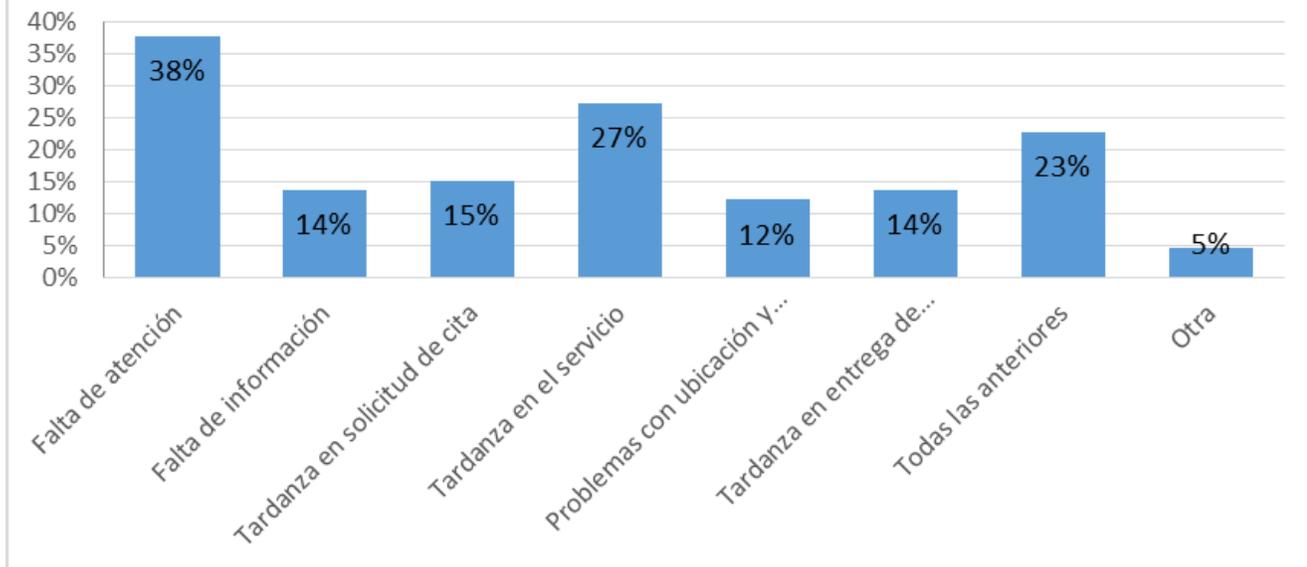
**Interpretación:** Los docentes en su gran mayoría afirmaron que la frecuencia con la que presentan un problema con relación al servicio y atención al momento de realizar su visita al centro de salud es *algunas veces*, es decir que por cada visita que realizan se les es muy probable encontrarse con un inconveniente, aunque no pase con frecuencia.

**Pregunta 8:**

¿Qué tipo de problema se presentó en relación a su servicio de consulta médica?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Falta de atención	25	38%
Falta de información	9	14%
Tardanza en solicitud de cita	10	15%
Tardanza en el servicio	18	27%
Problemas con ubicación y parqueo	8	12%
Tardanza en entrega de medicamentos	9	14%
Todas las anteriores	15	23%
Otra	3	5%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>147%</b>

**GRAFICO No. 11**  
**TIPO DE PROBLEMA PRESENTADO**

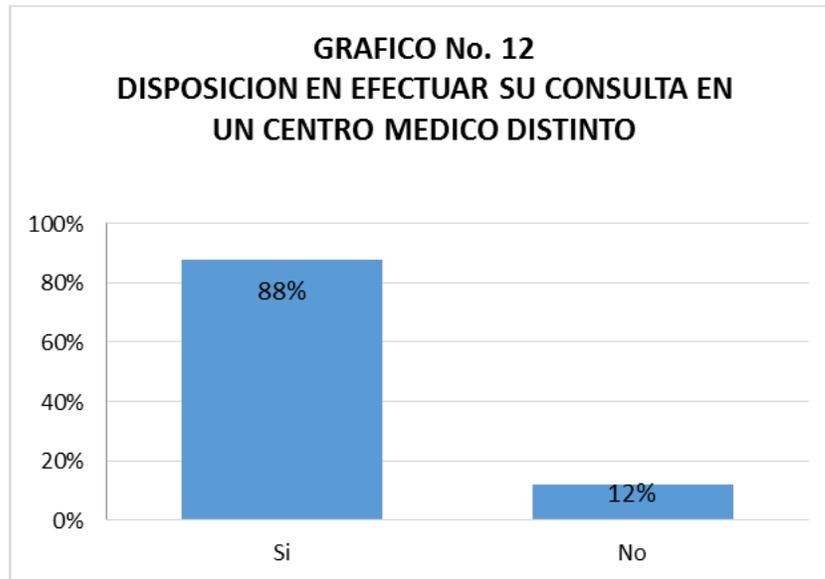


**Interpretación:** Los docentes consideran que la falta de atención es uno de los principales problemas presentados al momento de realizar la visita médica al centro de salud, así también con un menor porcentaje la tardanza en el servicio al momento de asistir al centro de salud., estos son problemas que se deben evitar realizar para que el centro de salud pueda atraer a más pacientes.

**Pregunta 9:**

¿Estaría dispuesto a efectuar su consulta en un centro médico que no sea el de su preferencia?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	58	88%
No	8	12%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

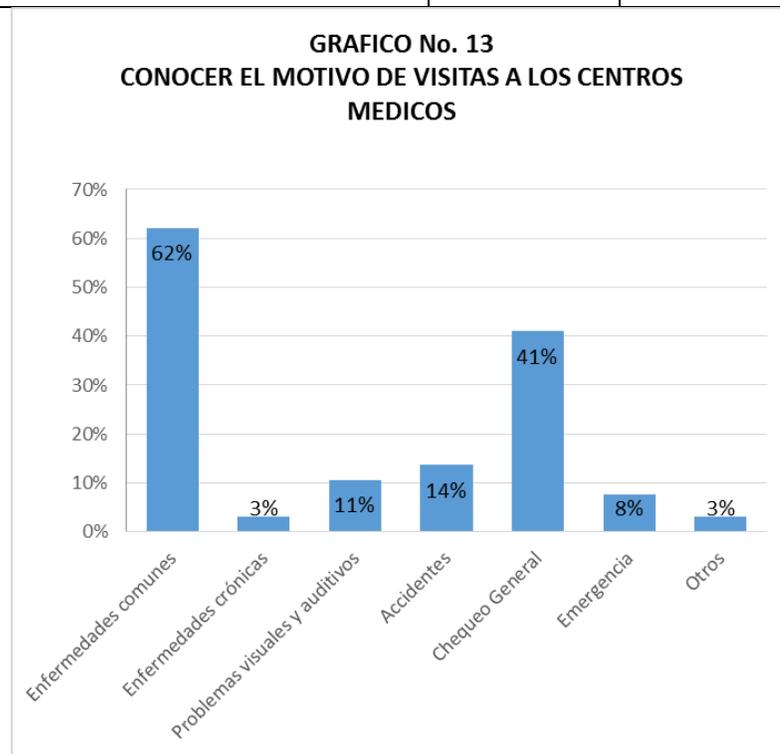


**Interpretación:** Casi la totalidad de los docentes afirmaron que estarían dispuestos a realizar su consulta médica en un lugar que no sea de su preferencia con el fin de descubrir si el nuevo centro de salud a visitar les ofreciera una mejor comodidad en el proceso de la realización de su consulta.

**Pregunta 10:**

¿Cuál fue el motivo por el cual ha visitado el centro de salud?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Enfermedades comunes	41	62%
Enfermedades crónicas	2	3%
Problemas visuales y auditivos	7	11%
Accidentes	9	14%
Chequeo General	27	41%
Emergencia	5	8%
Otros	2	3%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>141%</b>



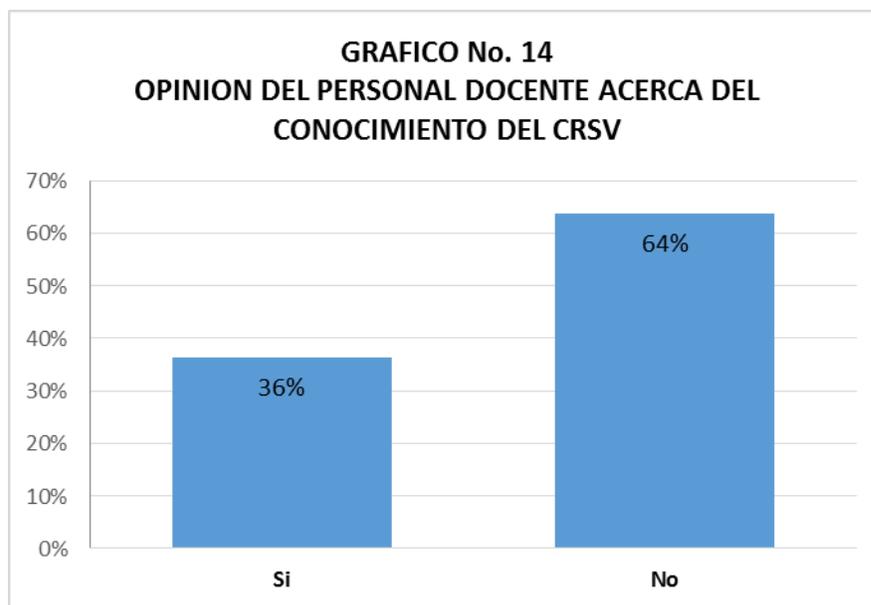
**Interpretación:** La mayoría de los docentes afirmaron que el motivo por el cual han visitado el centro de salud es por enfermedades comunes y como segunda opción con el 41% chequeo general, es decir que sus visitas no son por enfermedades graves, ni complicadas, denotando un estado de salud estable.

**Pregunta 11:**

¿Conoce el Centro Regional de Salud Valencia?

Si su respuesta es NEGATIVA, hasta aquí finaliza su cuestionario.

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	24	36%
No	42	64%
<b>Total General</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

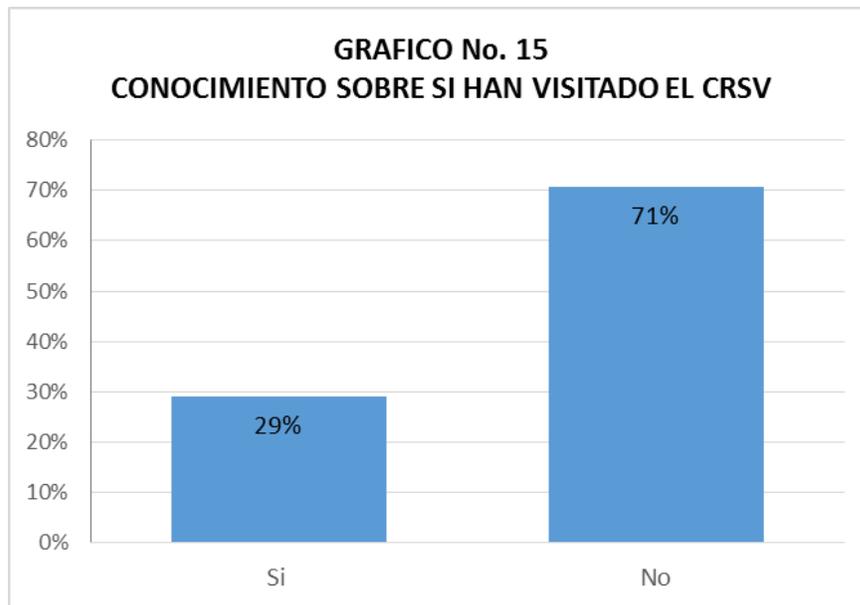


**Interpretación:** Seis de cada diez docentes confirmaron que no conocían el Centro Regional de Salud Valencia. Es decir que la mayoría no lo conoce a pesar de ser docentes de la Universidad de El Salvador.

**Pregunta 12:**

¿Ha visitado dicho centro de salud alguna vez?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	7	29%
No	17	71%
<b>Total General</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

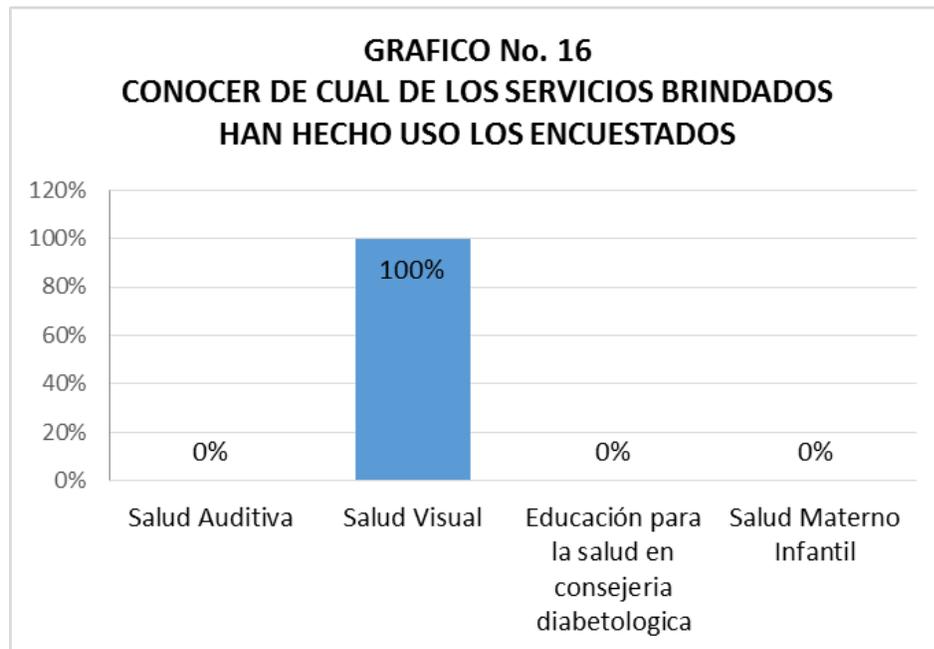


**Interpretación:** Podemos confirmar que el 29% de los docentes han visitado alguna vez el Centro Regional de Salud Valencia, siendo este un porcentaje muy bajo para poder ingresar al mercado de salud, se necesita darse a conocer más al público.

**Pregunta 13:**

¿Cuáles de los siguientes servicios brindados por el Centro Regional de Salud Valencia ha hecho uso usted?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Salud Auditiva	0	0%
Salud Visual	7	100%
Educación para la salud en consejería diabetologica	0	0%
Salud Materno Infantil	0	0%
<b>Total General</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

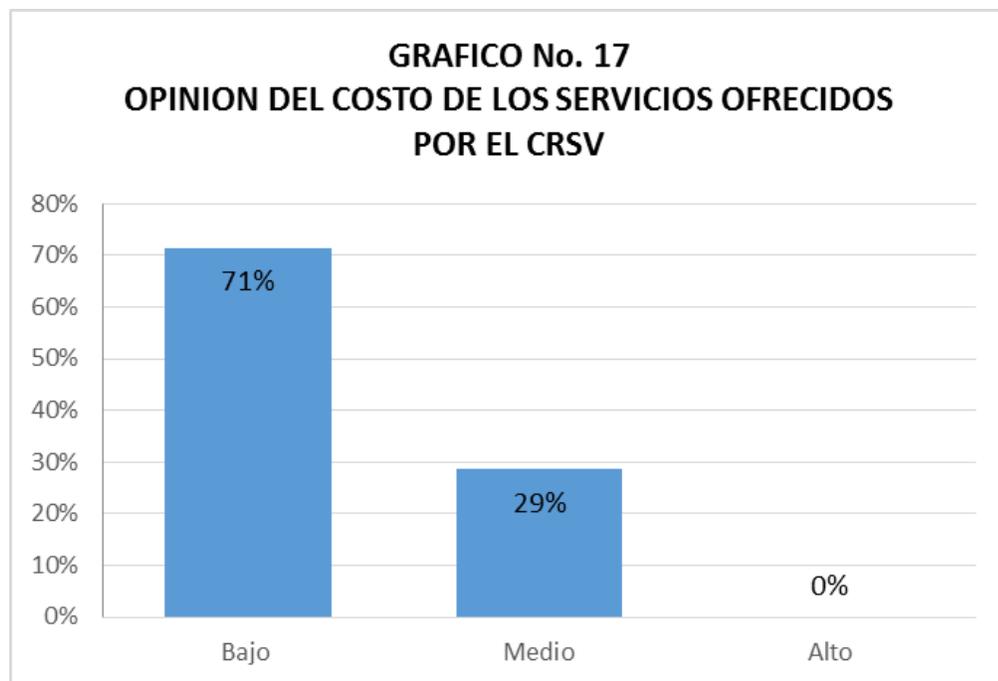


**Interpretación:** La totalidad de los docentes han hecho uso del servicio de Salud Visual brindado por el por el Centro Regional de Salud Valencia, siendo esta la necesidad con mayor auge dentro de la población.

**Pregunta 14:**

¿Cómo considera el costo por consulta en el Centro Regional de Salud Valencia?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	5	71%
Medio	2	29%
Alto	0	0%
<b>Total General</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>



**Interpretación:** El 71% de los docentes que han hecho uso de los servicios brindados opinaron que el costo por consulta en el Centro Regional de Salud Valencia es bajo, mientras que 29% opinaron que tienen un costo medio, es decir que el costo no sería ningún inconveniente para poder aumentar o mantener una demanda alta de los pacientes.

**Pregunta 15:**

¿Considera conveniente promocionar los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	7	100%
No	0	0%
<b>Total General</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

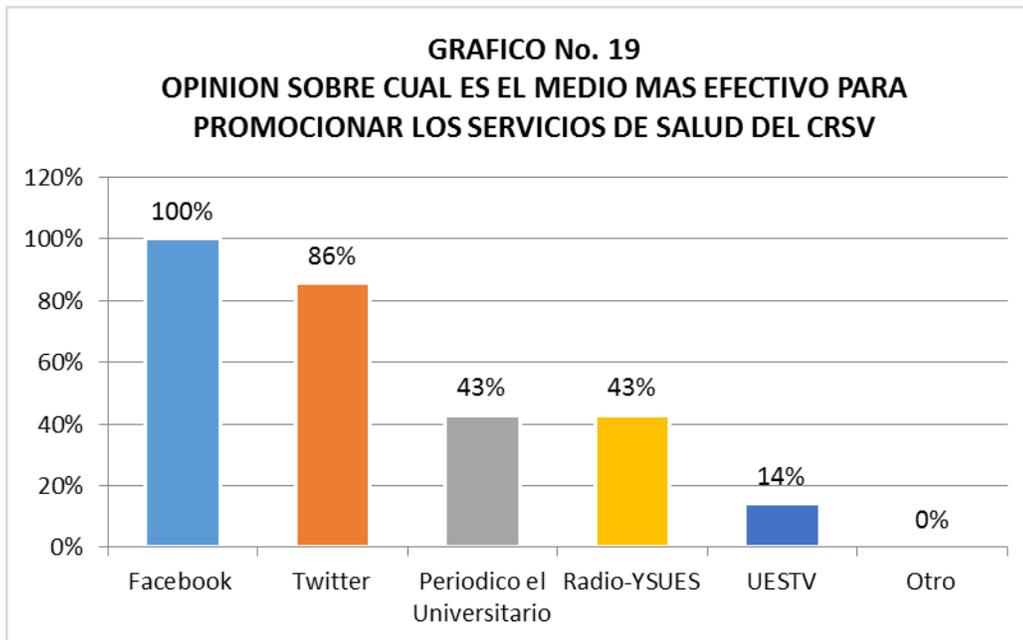


**Interpretación:** Todos los docentes en su totalidad opinaron que es conveniente promocionar los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia, por la falta de información sobre dicho centro, siendo muy desconocido por muchas personas.

**Pregunta 16:**

¿Cuál consideras que es el medio más efectivo para promocionar al Centro Regional de Salud Valencia?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Facebook	7	100%
Twitter	6	86%
Periódico el Universitario	3	43%
Radio-YSUES	3	43%
UESTV	1	14%
Otro	0	0%
<b>Total General</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>



**Interpretación:** La mayor parte de docentes opinaron que el medio más efectivo para promocionar los servicios del Centro Regional de Salud VALENCIA es el Facebook, ya que es el medio más utilizado hoy en día por la población.

# **ANEXO 3**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO**

**AL PERSONAL**

**ADMINISTRATIVO DEL**

**CENTRO REGIONAL DE**

**SALUD VALENCIA.**

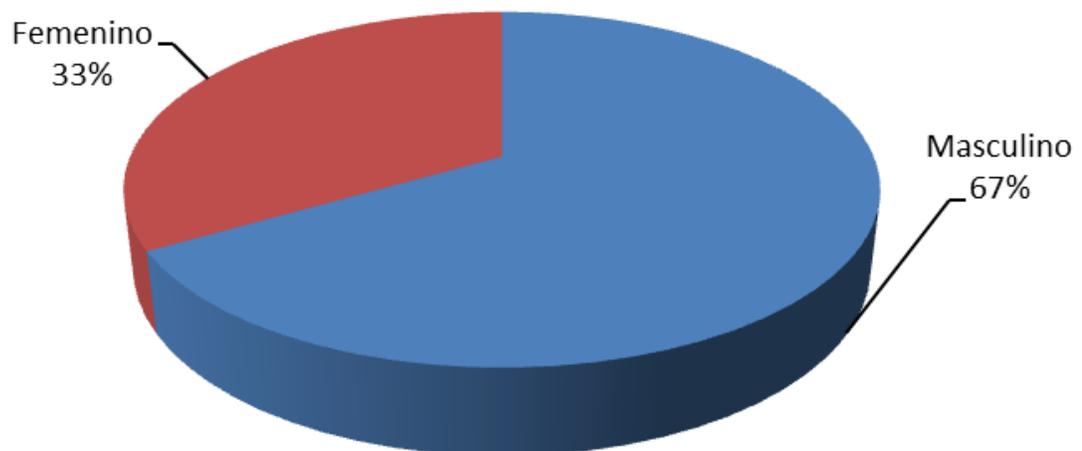
## DATOS GENERALES

### Pregunta 1:

Sexo.

Objetivo: Clasificar por sexo al personal administrativo del CRSV (Centro Regional de Salud Valencia) que se encuestaron en la investigación.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	4	67%
Femenino	2	33%
TOTAL	6	100%



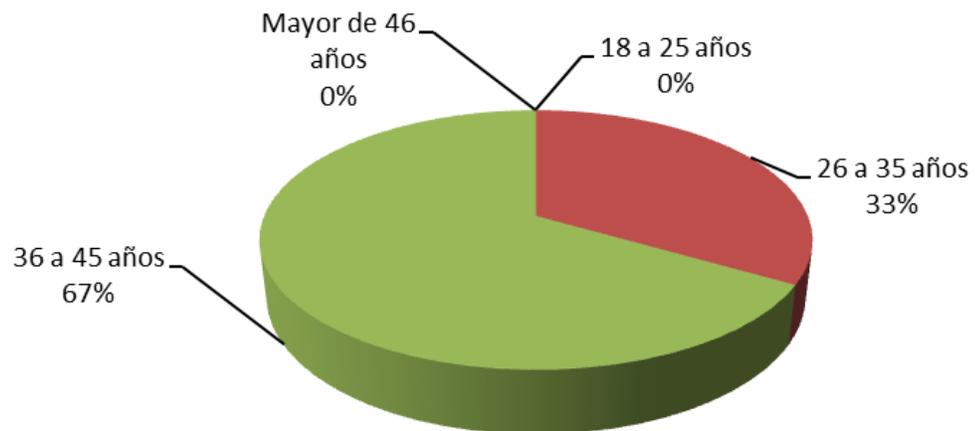
Se encuestaron a todo el personal administrativo del CRSV porque únicamente eran seis, de los cuales cuatro fueron masculinos y dos femeninos.

**Pregunta 2:**

Edad.

Objetivo: Clasificar el rango de edad del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia que se encuestaron en la investigación.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	0	0%
26 a 35 años	2	33%
36 a 45 años	4	67%
Mayor de 46 años	0	0%
TOTAL	6	100%



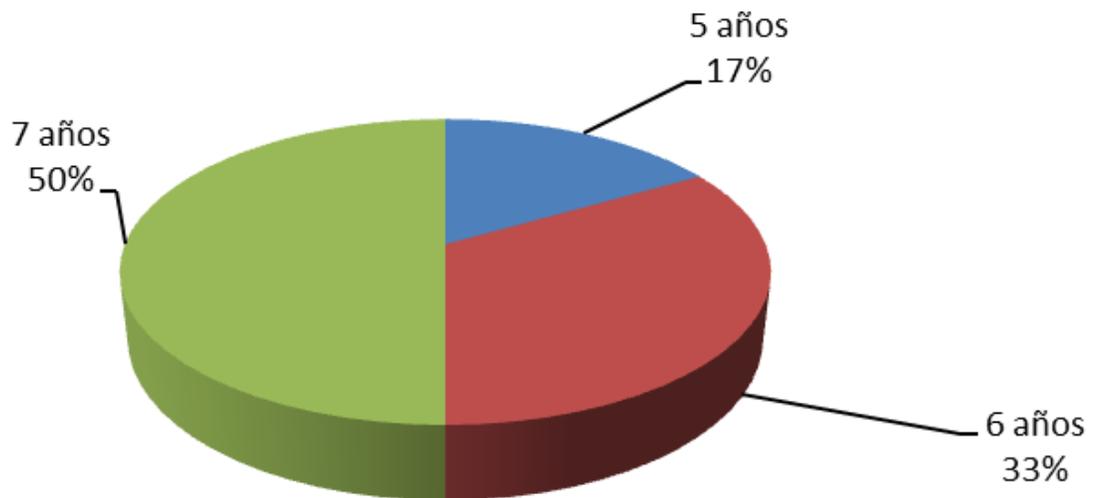
El 67% del personal administrativo del CRSV se encuentran dentro del rango de 36 a 45 años de edad, mientras que solo el 33% opinaron estar en el rango de 26 a 35 años de edad

**Pregunta 3:**

Cantidad de años que tiene laborando para el Centro Regional de Salud Valencia

Objetivo: Clasificar el rango de tiempo que tienen de estar laborando el personal administrativo para el Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
5 años	1	17%
6 años	2	33%
7 años	3	50%
TOTAL	6	100%



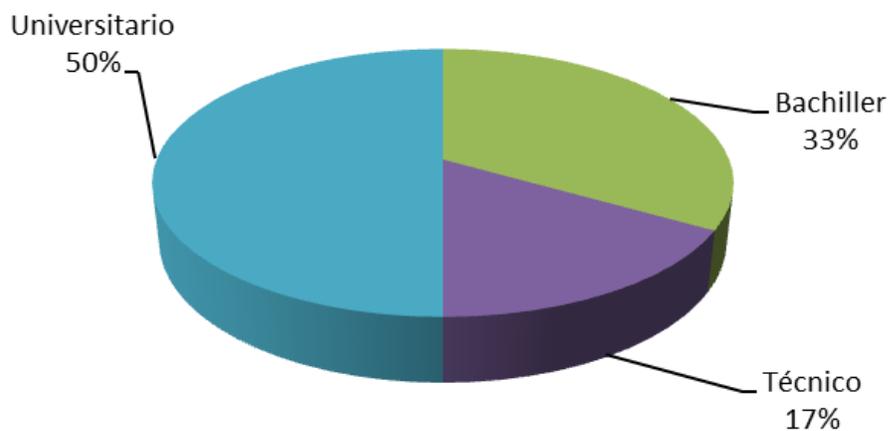
El 50% del personal administrativo del CRSV opinaron tener siete años de haber ingresado a trabajar, el 33% dijo tener seis años y solo el 17% dijo tener cinco años.

**Pregunta 4:**

Nivel académico

Objetivo: Clasificar el nivel académico del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia.

Nivel académico	Frecuencia	Porcentaje
Primaria		0%
Secundaria		0%
Bachiller	2	33%
Técnico	1	17%
Universitario	3	50%
TOTAL	6	100%



De las personas que trabajan en el Centro Regional de Salud Valencia, tres tienen estudios universitarios, dos son bachiller y uno es técnico.

## II. CONTENIDO

### 1. PLANIFICACIÓN

#### Pregunta 1.1:

Conoce la misión de la entidad

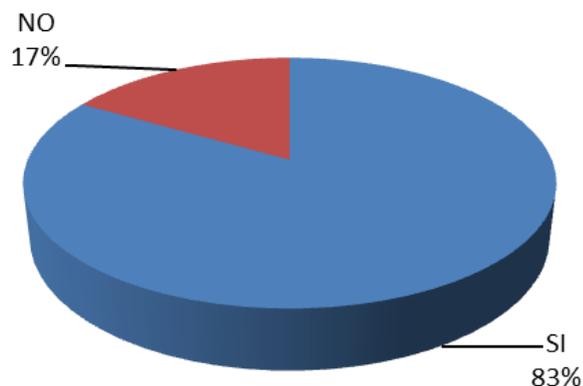
Objetivo: Determinar si el personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia conoce la misión de dicho centro.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados dicen conocer la misión del Centro de Salud, mientras que un 17% desconoce dicha misión, es necesario que todo el personal conozca la misión para que sepan que es lo que hace el Centro Regional de Salud Valencia y la diferencia que tiene este con la competencia.

#### Conoce la misión de la entidad.



**Pregunta 1.2:**

Considera que la misión describe la función del Centro Regional De Salud Valencia.

Objetivo: Determinar si la misión describe la función del Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	83%
NO		0%
TAL VEZ	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados opinaron que la misión si describe la función del Centro, mientras que un 17% opina que tal vez podría describirla, por lo tanto es necesario hacer una modificación para que la misión en su totalidad describa dicha función.

**Considera que la misión describe la función del CRSV.**



**Pregunta 1.3:**

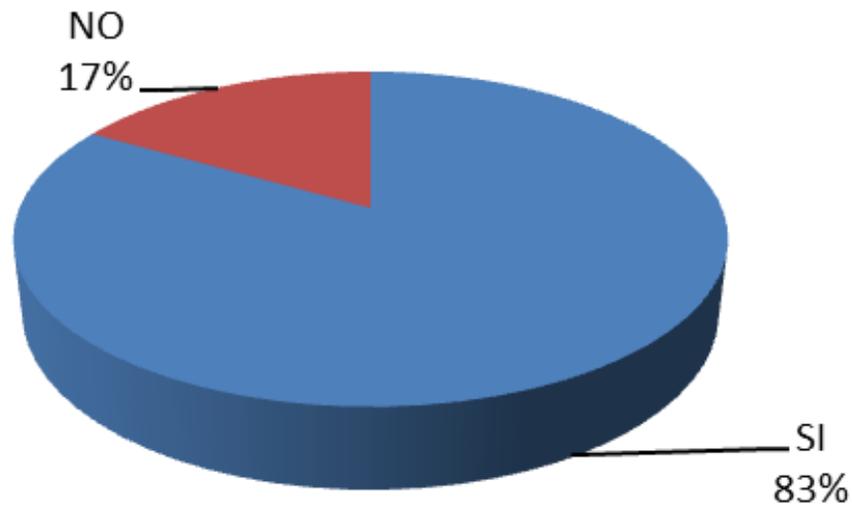
Conoce la visión de la entidad

Objetivo: Determinar si el personal administrativo Del Centro Regional de Salud Valencia conoce la visión de dicho centro.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados dicen conocer la visión, y un 17% desconoce la visión del centro, por lo tanto hay que trabajar para que la totalidad del personal pueda saber y conocer dicha visión, es decir hacia donde se dirige el Centro Regional de Salud Valencia o a lo que pretende llegar.



**Pregunta 1.4:**

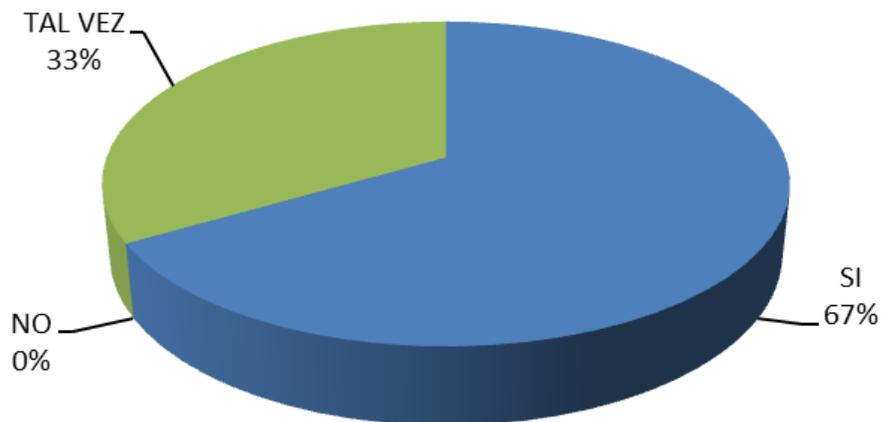
Consideras que la visión proyecta la situación futura del Centro Regional de Salud Valencia.

Objetivo: Determinar si la visión proyecta la situación futura del Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	67%
NO	0	0%
TAL VEZ	2	33%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 67% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados dicen que la visión si proyecta la situación futura del Centro, mientras que un 33% opina que tal vez podría proyectarla, se debe modificar la visión para que pueda implementar lo que el centro de salud desea en su futuro.



**Pregunta 1.5:**

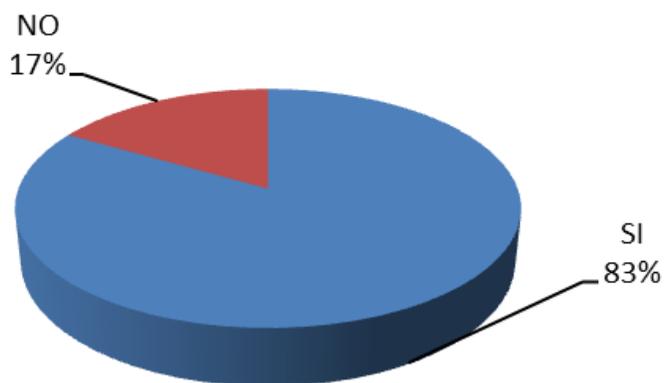
El Centro Regional de Salud Valencia tiene planes estratégicos definidos.

Objetivo: Definir si el Centro Regional de Salud Valencia tiene planes estratégicos definidos.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados dicen que cuentan con planes estratégicos definidos, mientras que un 17% opina que no, es decir que no se han dado a conocer a todo el personal dicho planes estratégicos.



**Pregunta 1.6:**

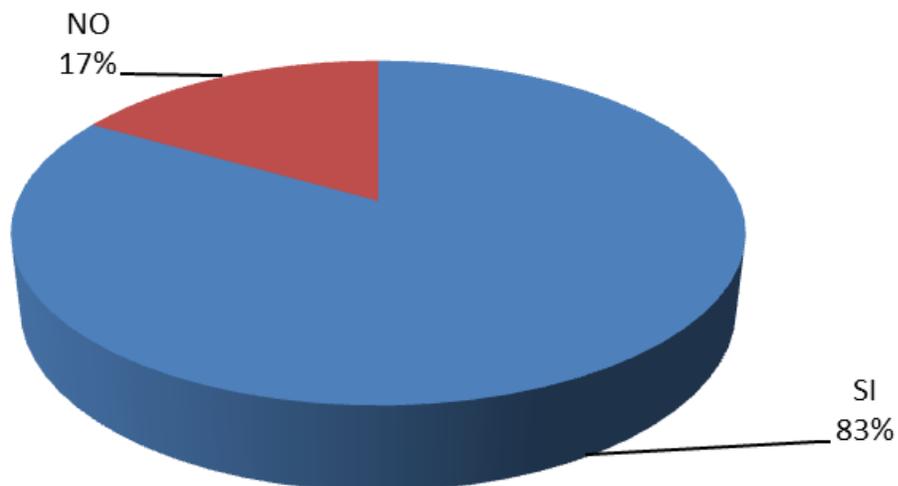
Poseen planes estratégicos por área operativa.

Objetivo: Determinar si los planes estratégicos que posee el Centro Regional de Salud Valencia están distribuidos por área operativa.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados dicen que los planes estratégicos están definidos por área operativa, mientras que un 17% opina que no, se deben explicar todos los planes estratégicos para que el personal pueda entenderlos y saber ponerlos en práctica.



**Pregunta 1.7:**

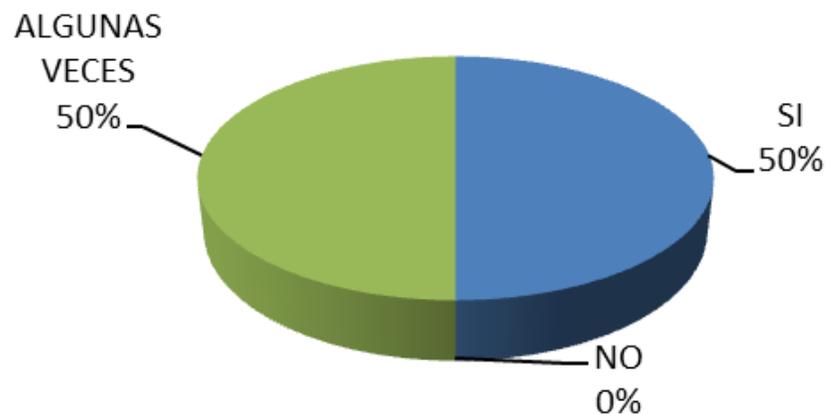
Los planes son factibles.

Objetivo: Concretar si los planes son factibles.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	50%
NO	0	0%
ALGUNAS VECES	3	50%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados dicen que los planes son factibles, mientras que el otro 50% opina que algunas veces, es decir que no se deben evaluar los planes para hacerlos factibles para todo el personal administrativo.



**Pregunta 1.8:**

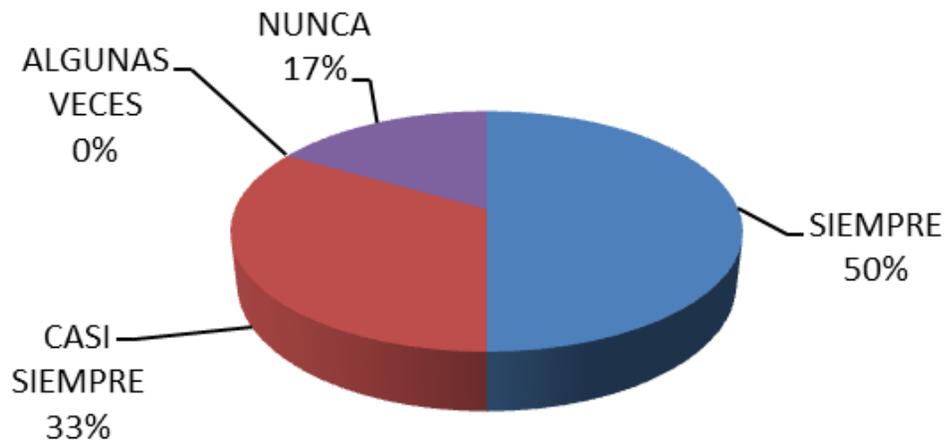
Los planes involucran a todos los colaboradores.

Objetivo: Concretar si los planes involucran a todos los colaboradores.

	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	3	50%
CASI SIEMPRE	2	33%
ALGUNAS VECES	0	0%
NUNCA	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados dicen que si los involucran a todos los colaboradores, un 33% dijeron que casi siempre y un 17% opina que nunca son involucrados todos, es decir que los planes no están elaborados de la mejor manera ya que no se involucran al personal administrativo en su totalidad.



**Pregunta 1.9:**

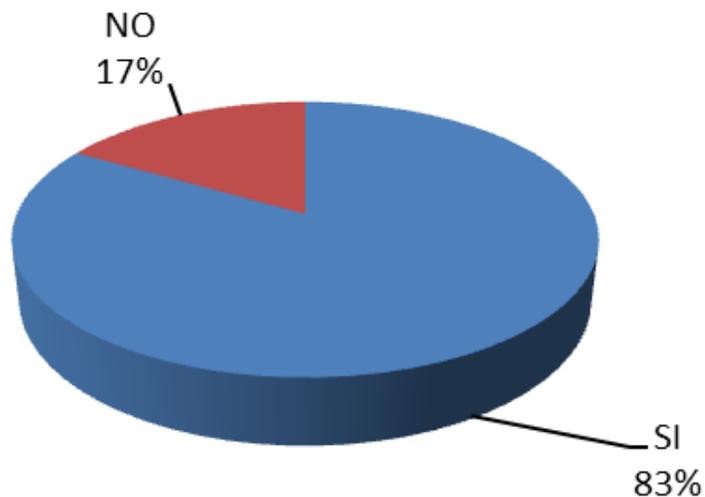
Los planes han sido comunicados al personal.

Objetivo: Conocer la opinión del personal para saber si los planes del Centro de Salud han sido comunicados a ellos mismos.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que los planes les han sido comunicados, mientras que el otro 17% dijeron que no, se podría decir que a una persona no se le comunicó o no puso interés al momento que se expusieron estos.



**Pregunta 1.10:**

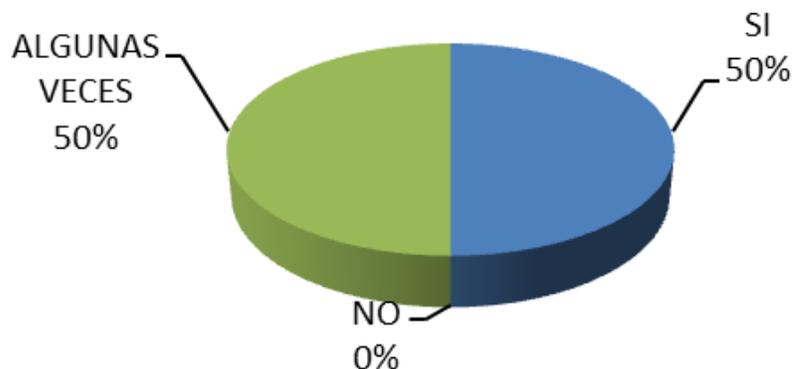
Los planes facilitan el logro de objetivos.

Objetivo: Determinar si los planes del Centro de Salud facilita el logro de los objetivos.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	50%
NO	0	0%
ALGUNAS VECES	3	50%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia(CRSV) encuestados opinaron que los planes ayudan al logro de los objetivos y el otro 50% dijeron que algunas veces facilitaban el logro de los objetivos, indica que se deben modificar los planes para que el CRSV cumpla los objetivos que se han propuesto.



## 2. ORGANIZACIÓN

### Pregunta 2.1:

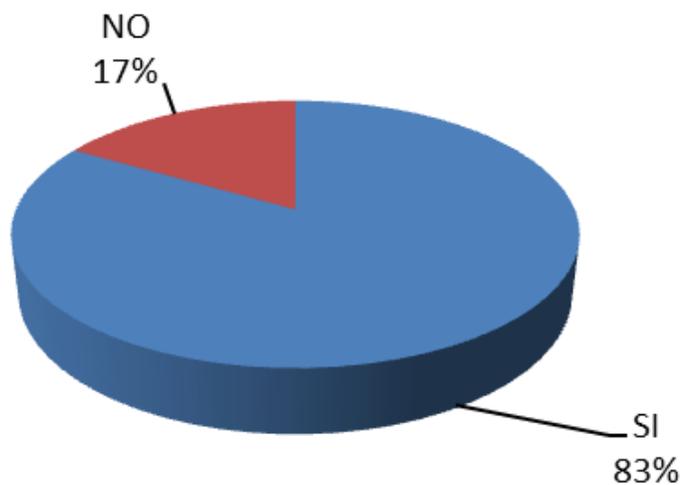
Existe organigrama.

Objetivo: Determinar si existe organigrama en el Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que si existe organigrama, mientras que el otro 17% dijeron que no.



**Pregunta 2.2:**

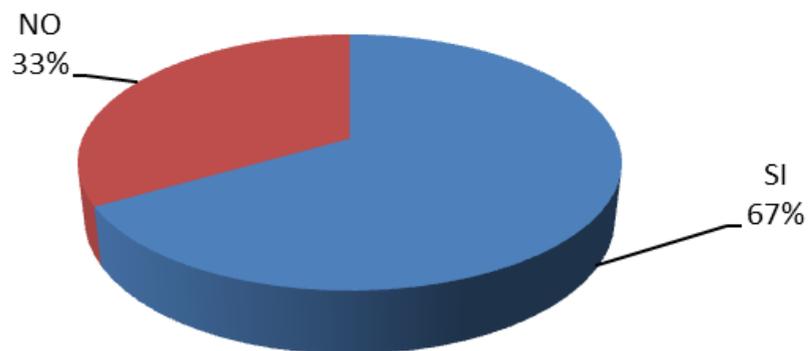
Posee cada colaborador un detalle de funciones que conlleva su puesto de trabajo.

Objetivo: Conocer si cada colaborador posee un detalle de funciones que conlleva su puesto de trabajo.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 67% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que si posee un detalle de funciones que conlleva su puesto de trabajo, mientras que el otro 33% dijeron que no. Esto es súper importante porque cada personal debe estar seguro de las funciones que debe desarrollar en su puesto de trabajo de lo contrario se podría decir que las actividades que desarrolle podrían ser equivocadas.



**Pregunta 2.3:**

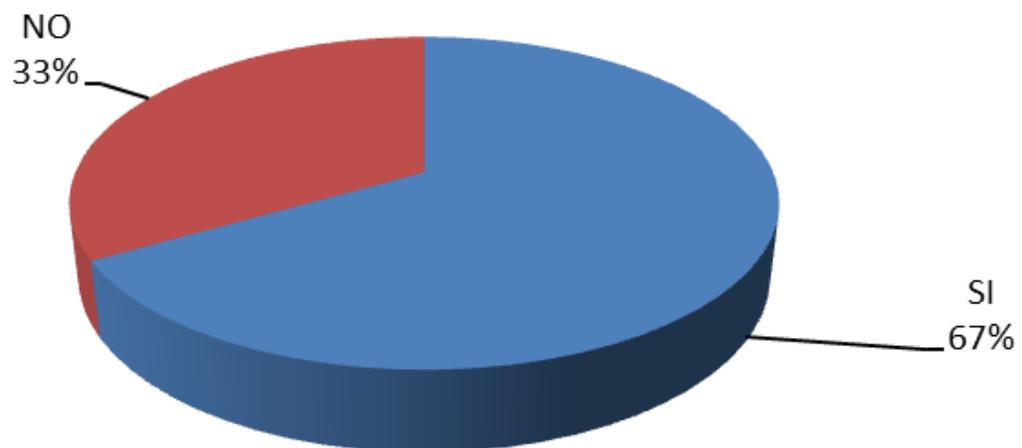
Las funciones desarrolladas coinciden con las estipulas para el cargo que desempeña.

Objetivo: Saber si las funciones que realizan el personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia coinciden con las estipulas para el cargo que desempeña.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 67% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia (CRSV) opinaron que sus funciones desarrolladas coinciden con el cargo que desempeña, mientras que el 33% dijeron que no, se debe hacer evaluaciones sobre las funciones que cada persona realiza para ayudar al logro de los objetivos del CRSV.



**Pregunta 2.4:**

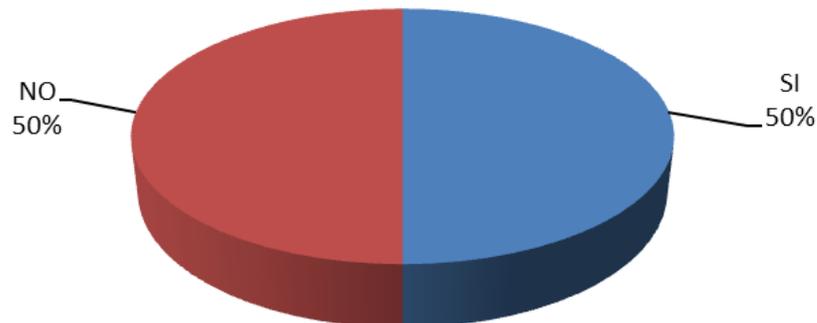
Existe un flujo libre de información en todas las direcciones.

Objetivo: Conocer si existe un flujo libre de información en todas las direcciones, del Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	50%
NO	3	50%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que si existe un flujo libre de información en todas las direcciones, mientras que el otro 50% dijeron que no. Es decir que no hay seguridad al momento de opinar sobre el flujo libre de información, y es algo que debería implementarse para poder tener mejor una comunicación.



**Pregunta 2.5:**

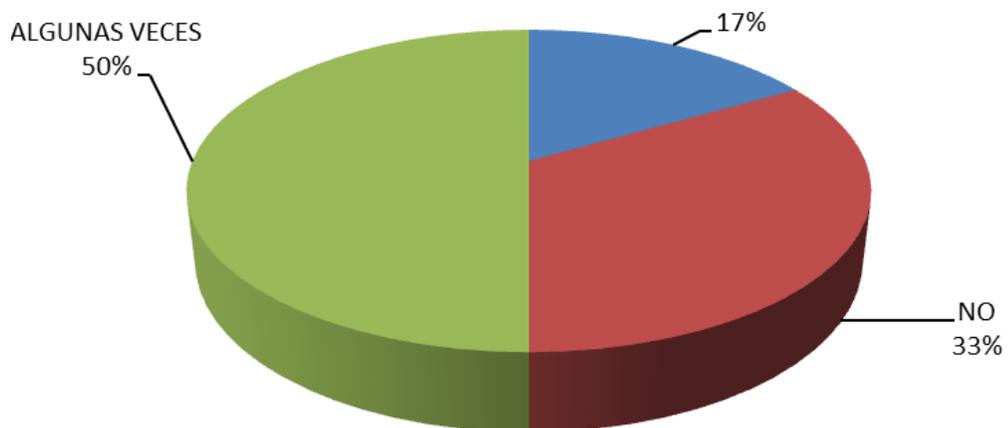
Existe un buen ambiente laboral..

Objetivo: Saber la opinión del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia sobre el ambiente laboral.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	17%
NO	2	33%
ALGUNAS VECES	3	50%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que algunas veces existe un buen ambiente laboral, un 33% dijeron que no, mientras que solamente el 17%, es decir una persona opinó que había buen ambiente laboral, deben implementarse talleres para poder mejorar el ambiente laboral.



### 3. DIRECCIÓN

#### Pregunta 3.1:

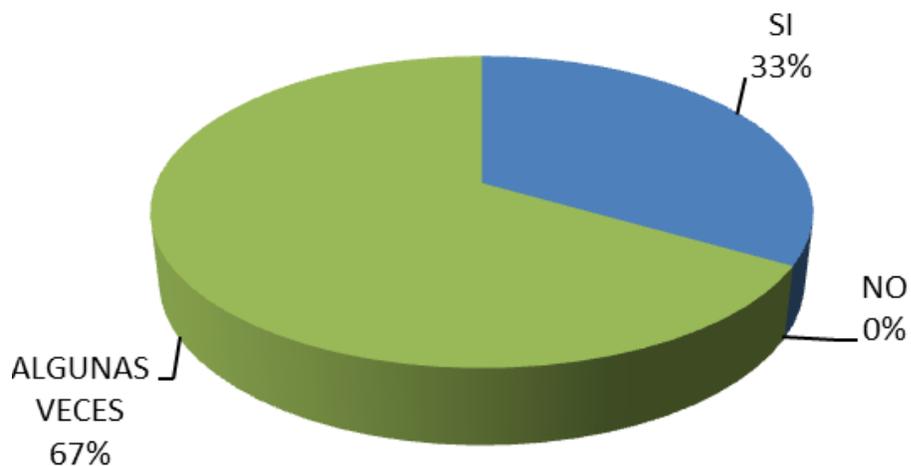
Existe trabajo en equipo.

Objetivo: Determinar si existe trabajo en equipo dentro del Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	33%
NO	0	0%
ALGUNAS VECES	4	67%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 67% del personal administrativo del Centro Regional De Salud Valencia opinaron que algunas veces se trabaja en equipo, mientras que el otro 33% dijeron que siempre se trabaja en equipo. Es decir que aún existe individualismo en el Centro Regional de Salud Valencia por lo que la implementación de los talleres ayudará en el trabajo en equipo.



**Pregunta 3.2:**

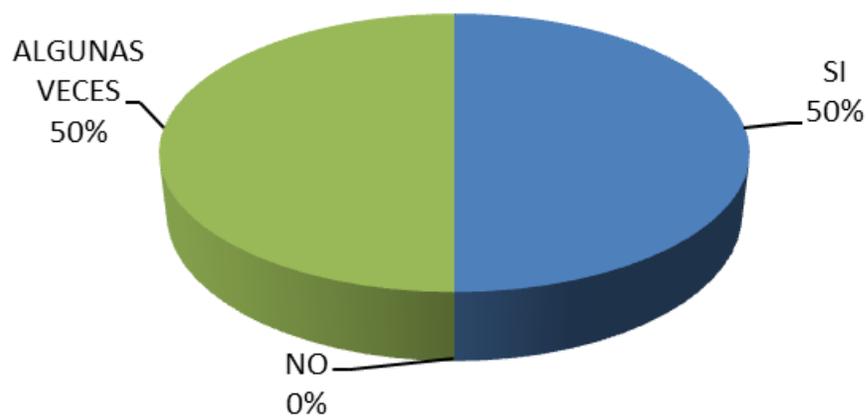
El personal respeta las líneas de mando.

Objetivo: Determinar si el personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia respeta las líneas de mando.

SI	3	50%
NO	0	0%
ALGUNAS VECES	3	50%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que si se respeta las líneas de mando, y el otro 50% dijeron que algunas veces se respetaba, no existe mando y si las hay no le toman la importancia necesaria.



**Pregunta 3.3:**

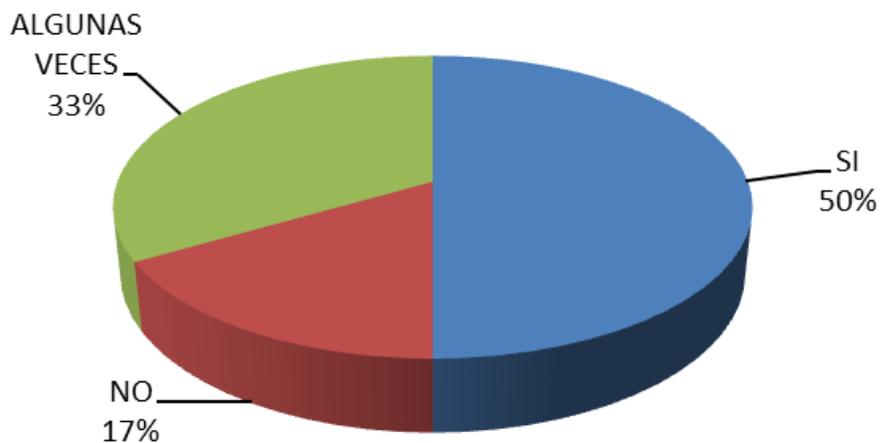
La gerencia demuestra habilidad para resolver conflictos.

Objetivo: Saber si la gerencia demuestra habilidad para resolver conflictos que se presentan en el Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	50%
NO	1	17%
ALGUNAS VECES	2	33%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que la gerencia si demuestra habilidad para resolver los conflictos que se presentan, el 17% dijo que no, mientras que el 33% dijeron que solo algunas veces. Es decir que los conflictos muchas veces pueden durar demasiado tiempo, por lo que esto puede afectar en el ambiente laboral y en el cumplimiento de los objetivos.



**Pregunta 3.4:**

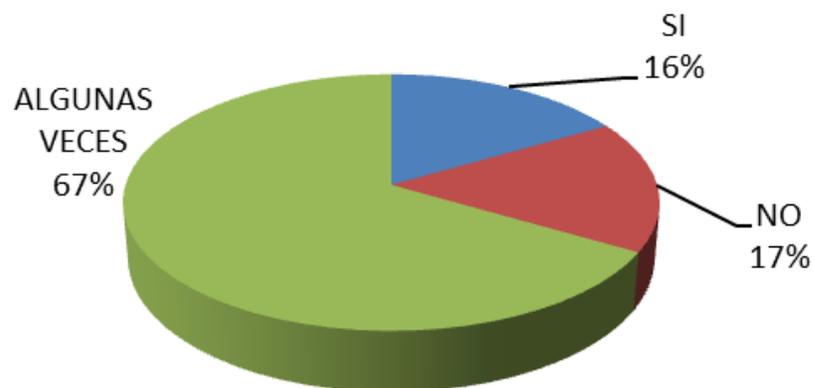
La gerencia demuestra habilidad para responder a los cambios del entorno.

Objetivo: Conocer si la gerencia demuestra habilidad para responderá los cambios del entorno del Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	17%
NO	1	17%
ALGUNAS VECES	4	67%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 67% de los encuestados opinaron que algunas veces la gerencia demostraba tener habilidad ante los cambios del entorno, mientras que el 17% opinaron que sí y a la vez opinaron con ese mismo porcentaje que la gerencia no tenía habilidad antes el cambio del entorno. Se debe mejorar y desarrollar más la habilidad para poder enfrentar todos los cambios que se presente en el entorno y tratar que esos cambios sean para bien del Centro Regional de Salud Valencia.



**Pregunta 3.5:**

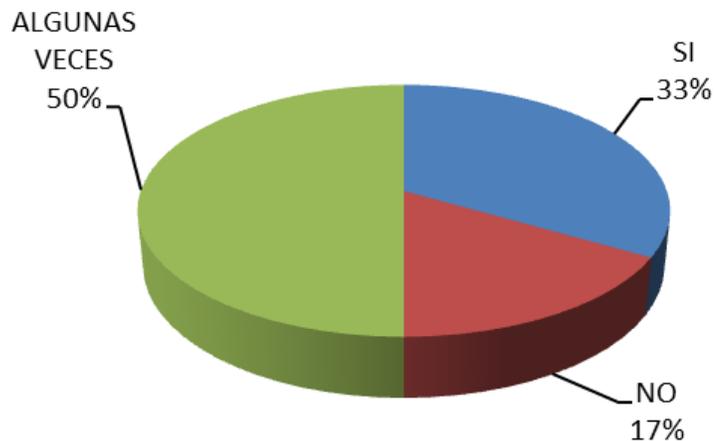
La gerencia demuestra habilidad para enfrentar a la competencia.

Objetivo: Conocer la opinión del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia sobre la habilidad que demuestra la gerencia para enfrenta a la competencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	33%
NO	1	17%
ALGUNAS VECES	3	50%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que la gerencia demostraba tener habilidad para enfrentarse a la competencia, un 33% dijeron que si, mientras que solamente el 17%, es decir una persona opinó que no tenían habilidad para enfrentarse a la competencia. Se debe estar preparado para poder siempre mantener ventaja ante la competencia.



#### 4. CONTROL

##### Pregunta 4.1:

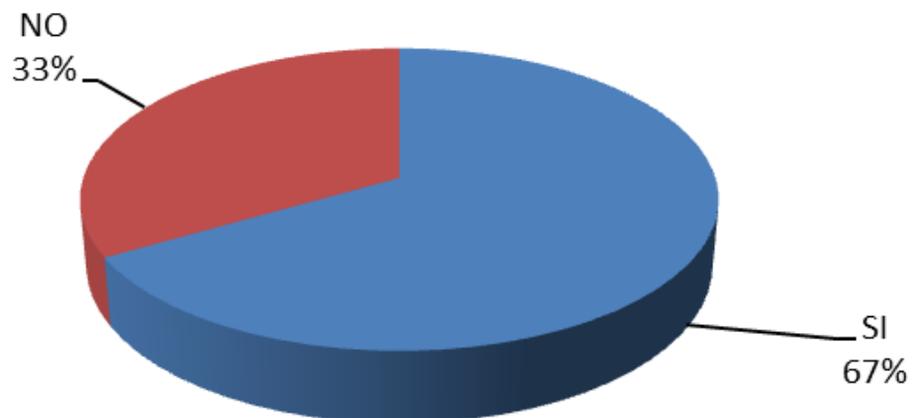
Existen mecanismos para medir el desempeño.

Objetivo: Determinar si en el Centro Regional de Salud Valencia existen mecanismos para medir el desempeño del personal administrativo.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	67%
NO	2	33%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 67% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados opinaron que si contaban con mecanismos que median su desempeño, y un 33% opinaron que no. Es decir que no todos los empleados son evaluados de acuerdo a su desempeño laboral.



**Pregunta 4.2:**

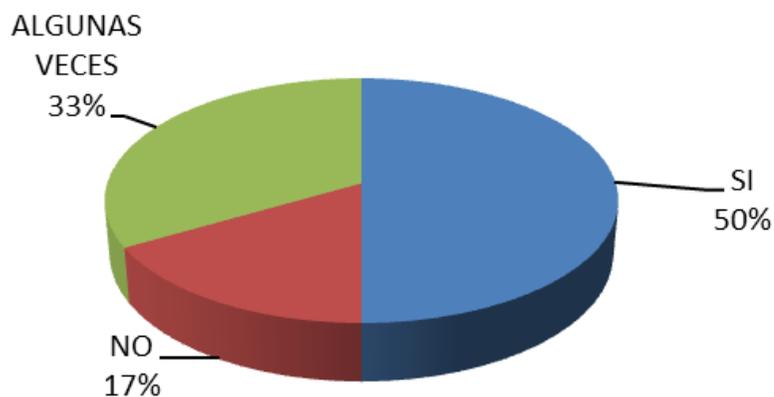
Hay evaluaciones de resultados.

Objetivo: Determinar si existen evaluaciones de resultados para el personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	50%
NO	1	17%
ALGUNAS VECES	2	33%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia opinaron que tienen evaluaciones de resultados, 33% dijeron que algunas veces, mientras que un 17% opinaron que no tenían evaluaciones para los resultados. Falta la implementación de evaluación sobre los desempeños de cada empleado y podría ser este un factor que afecta el logro eficiente de los objetivos.



**Pregunta 4.3:**

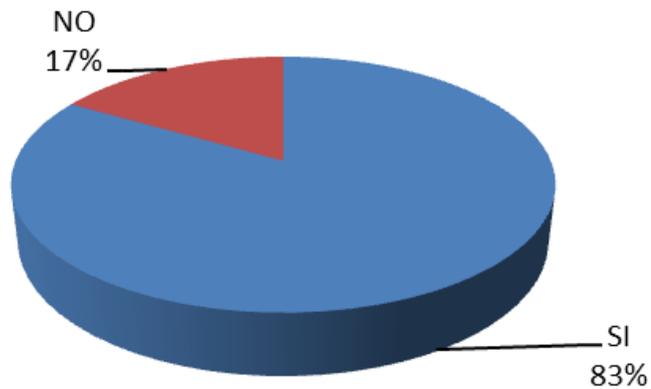
Se realizan evaluaciones al área gerencial o administrativa.

Objetivo: Determinar si se realizan evaluaciones al área gerencial o administrativa.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia encuestados opinaron que si realizan evaluaciones al área gerencial o administrativo, y un 17% dijeron que no. Es decir que no todos realizan esta evaluación.



**Pregunta 4.4:**

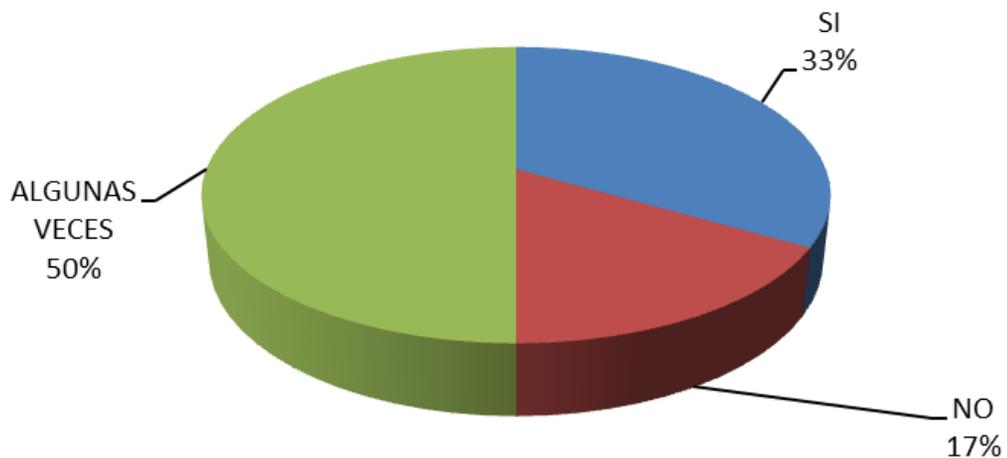
Los problemas que interfieren en el desarrollo de las actividades son detectados oportunamente.

Objetivo: Determinar si el Centro Regional de Salud Valencia detectan oportunamente los problemas que interfieren en el desarrollo de las actividades.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	33%
NO	1	17%
ALGUNAS VECES	3	50%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 50% del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia(CRSV) dijeron que algunas veces se detecta oportunamente los problemas que interfieren en el desarrollo de las actividades, mientras que un 33% opina si y el resto, es decir el 17% dijeron que no. El CRSV debe de detectar lo antes posibles los problemas para que estos no afecten en el desarrollo de las actividades y en el logro de los objetivos que se tienen.



**Pregunta 5:**

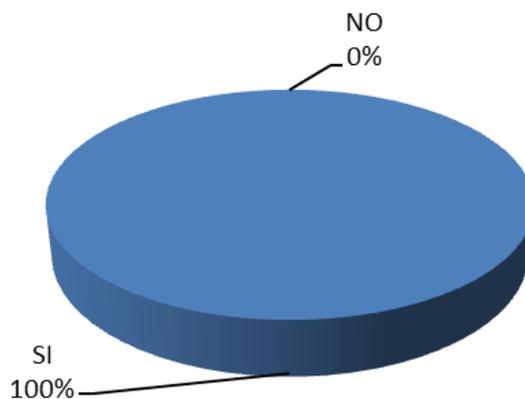
¿Considera que los servicios proporcionados cumplen con los estándares de calidad exigidos en el mercado?

Objetivo: Conocer la opinión del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia para determinar si los servicios proporcionados cumple con los estándares de calidad exigidos en el mercado.

	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

Con el 100% podemos afirmar que el Centro Regional de Salud Valencia cumple con los estándares de calidad exigidos en el mercado, estando a la vanguardia con la tecnología.



**Pregunta 6:**

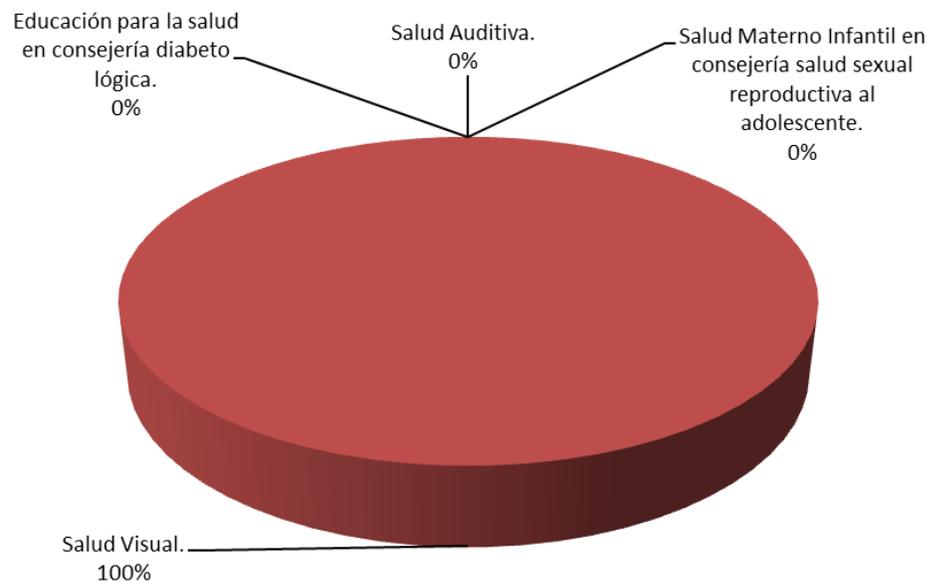
¿Cuál de los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia considera que es el más solicitado?

Objetivo: Clasificar por importancia los servicios que brinda el centro de salud.

	Frecuencia	Porcentaje
Salud Auditiva.	0	0%
Salud Visual.	6	100%
Educación para la salud en consejería diabeto lógica.	0	0%
Salud Materno Infantil en consejería salud sexual reproductiva al adolescente.	0	0%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El personal administrativo está de acuerdo que el servicio que más solicita las personas es el de Salud Visual, dejando con el 0% los servicios de salud auditiva, educación para la salud en consejería diabeto lógica y Salud materno infantil en consejería en salud sexual reproductiva al adolescente.



**Pregunta 7:**

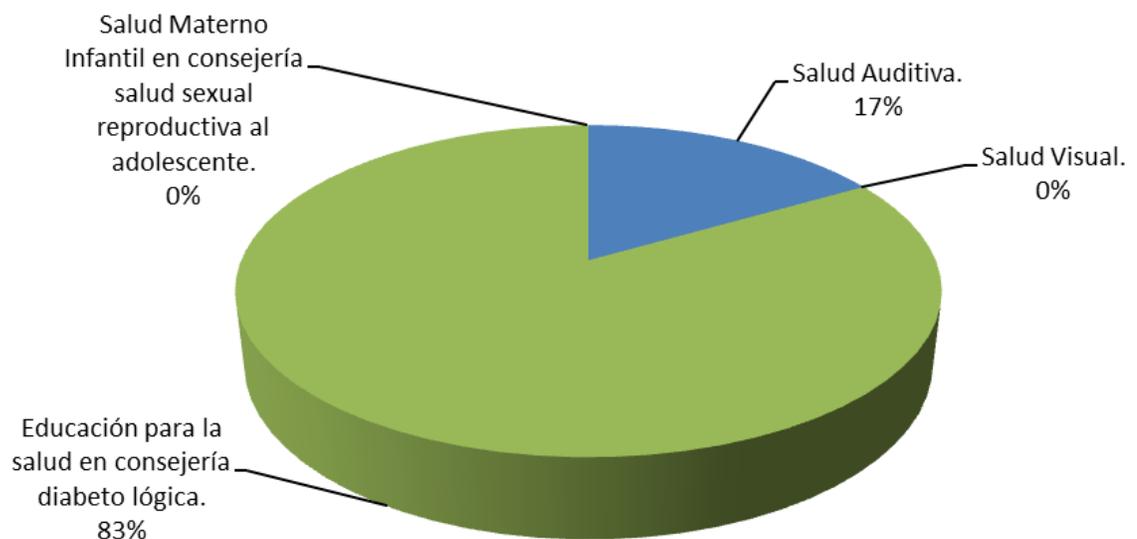
¿Cuál de los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia considera que es el menos solicitado?

Objetivo: Identificar el servicio menos solicitado que brinda el centro de salud.

	Frecuencia	Porcentaje
Salud Auditiva.	1	17%
Salud Visual.	0	0%
Educación para la salud en consejería diabeto lógica.	5	83%
Salud Materno Infantil en consejería salud sexual reproductiva al adolescente.	0	0%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

Con un 83% el personal administrativo opinó que el servicio menos solicitado es la educación para la salud en consejería diabeto lógica, seguido con un 17% la salud auditiva, dejando con un 0% la Salud materno infantil en consejería en salud sexual reproductiva al adolescente y Salud Visual por ser de las más solicitadas.



**Pregunta 8:**

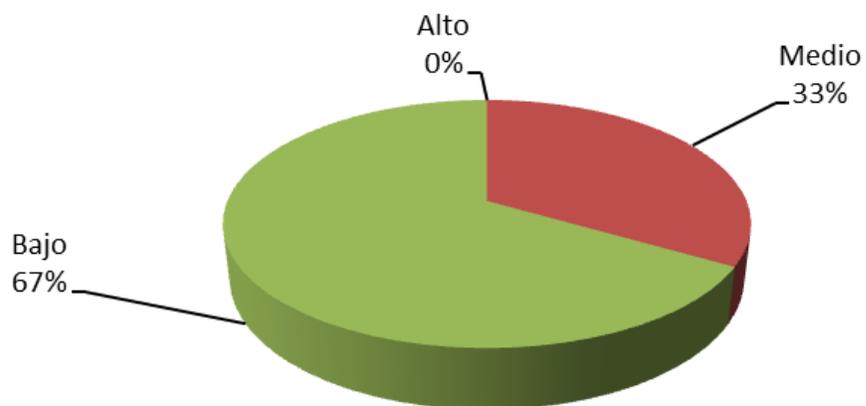
¿Cómo considera el costo por los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia?

Objetivo: Conocer la opinión de las personas sobre el costo por los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	0	0%
Medio	2	33%
Bajo	4	67%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 67% de los encuestados opinaron que el costo por los servicios proporcionado por el Centro Regional de Salud Valencia es bajo con respecto a los servicios médicos, y con un 33% dijeron opinaron que dichos costos estaban en un rango intermedio, es decir que los servicios prestados son de calidad y económicos.



**Pregunta 9:**

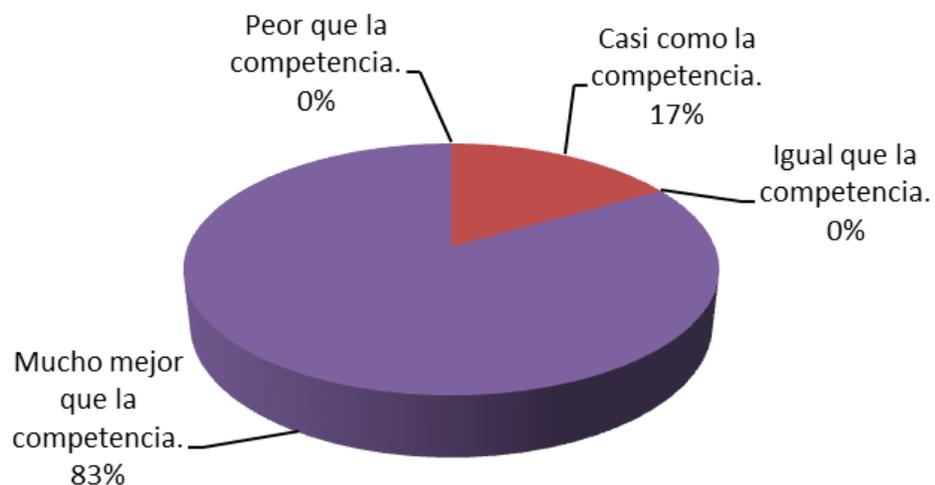
¿Cómo considera el costo por servicio en comparación con la competencia?

Objetivo: Conocer la opinión de las personas sobre el costo por los servicios que brinda el Centro Regional de Salud Valencia a comparación de los demás centro de salud.

	Frecuencia	Porcentaje
Peor que la competencia.	0	0%
Casi como la competencia.	1	17%
Igual que la competencia.	0	0%
Mucho mejor que la competencia.	5	83%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% de los encuestados opinaron que el costo por los servicios proporcionado por el Centro Regional de Salud Valencia es mucho mejor que la competencia con respecto a los servicios médicos de la competencia, y con un 17% dijeron opinaron que dichos costos estaban casi como el de la competencia, podemos concluir que el Centro Regional de Salud Valencia da servicios de salud con un precio accesible.



**Pregunta 10:**

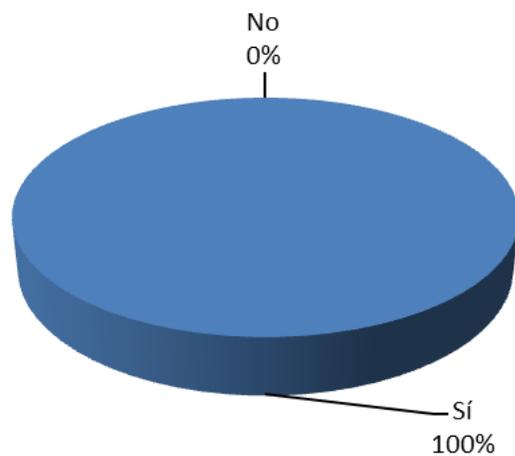
¿La ubicación del Centro Regional de Salud Valencia es la adecuada?

Objetivo: Conocer si la ubicación del Centro Regional de Salud Valencia es la mejor para obtener un número mayor de paciente en el área de salud.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	100%
No	0	0%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% de los encuestados opinaron que el costo por los servicios proporcionado por el Centro Regional de Salud Valencia es mucho mejor que la competencia con respecto a los servicios médicos de la competencia, y con un 17% dijeron opinaron que dichos costos estaban casi como el de la competencia, podemos concluir que el Centro Regional de Salud Valencia da servicios de salud con un precio accesible.



**Pregunta 11:**

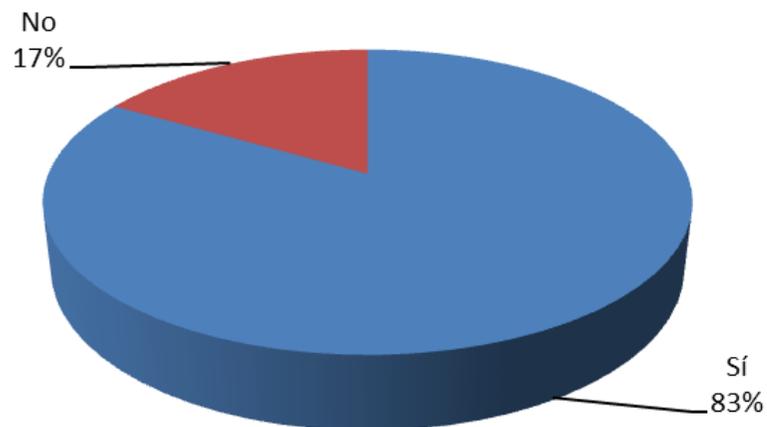
¿Considera que existe una buena distribución de las instalaciones de Centro Regional de Salud Valencia?

Objetivo: Determinar si el Centro Regional de Salud Valencia tiene una buena distribución de las instalaciones.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	83%
No	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% de los encuestados opinaron que si existía una buena distribución de las instalaciones del Centro Regional de Salud Valencia, mientras que el 17% dijo que no, que estaba mal distribuido.



**Pregunta 12:**

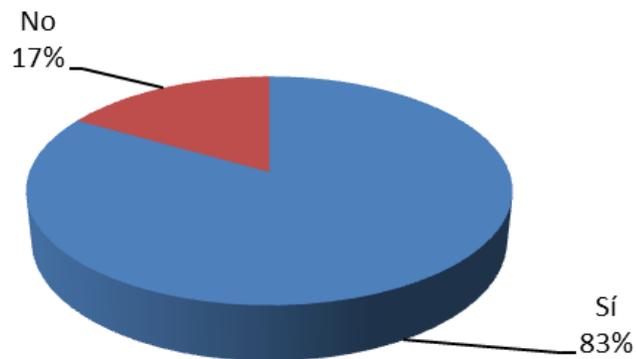
¿El equipo médico cumple con los estándares exigidos por el mercado?

Objetivo: Conocer la opinión del personal administrativo sobre el si el equipo médico del Centro Regional de Salud Valencia cumple con los estándares que exige el mercado de salud.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	83%
No	1	17%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 83% de los encuestados opinaron que el equipo médico cumple con los estándares exigidos por el mercado de salud, es decir que el centro de salud cuenta con equipamiento que está a la vanguardia, mientras que el 17% opino que no.



**Pregunta 13:**

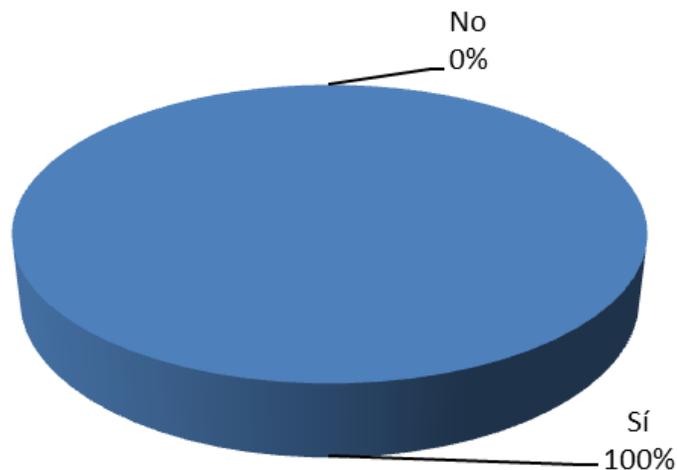
¿Cree usted que hay satisfacción posterior al servicio brindado que motiven al usuario a regresar?

Objetivo: Conocer la opinión sobre la satisfacción de los clientes con el servicio que se brinda en el centro de salud.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	100%
No	0	0%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 100% de los encuestados opinaron que todos los pacientes quedaban satisfechos con el servicio que se le brindaba en el Centro Regional de Salud Valencia.



**Pregunta 14:**

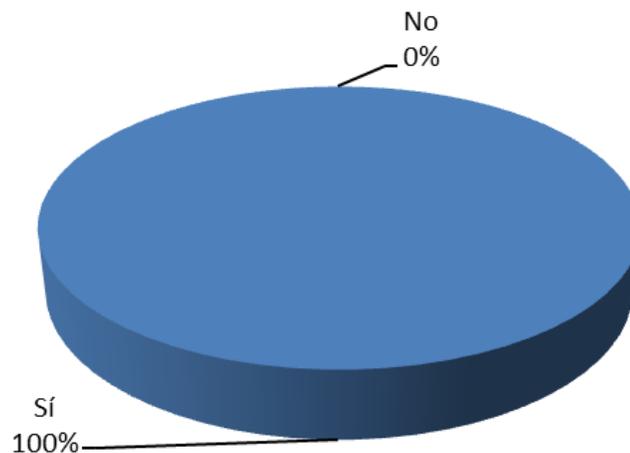
¿Considera que la ubicación y accesibilidad del Centro Regional de Salud Valencia para los usuarios es adecuada?

Objetivo: Saber si la ubicación y accesibilidad del centro de salud es la más adecuada para los usuarios y brindarles un mejor servicio.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	100%
No	0	0%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 100% de los encuestados opinaron que la ubicación y accesibilidad del centro de salud es la más adecuada para los usuarios, es decir que no existe problema alguno con respecto a esto.



**Pregunta 15:**

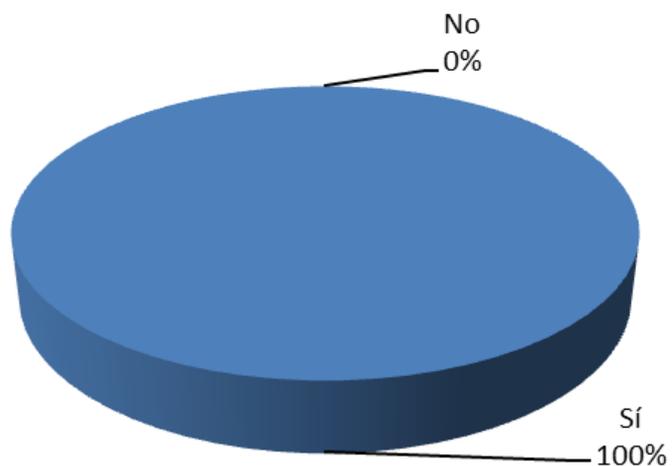
¿Cree usted que el Centro Regional de Salud Valencia da a conocer los servicios que ofrece al público en general?

Objetivo: Conocer la opinión sobre la satisfacción de los clientes con el servicio que se brinda en el centro de salud.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	100%
No	0	0%
TOTAL	6	100%

Interpretación:

El 100% de los encuestados opinaron que todos los pacientes quedaban satisfecho con el servicio que se le brindaba en el Centro Regional de Salud Valencia.



**Pregunta 15:**

¿Considera conveniente promocionar los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia?

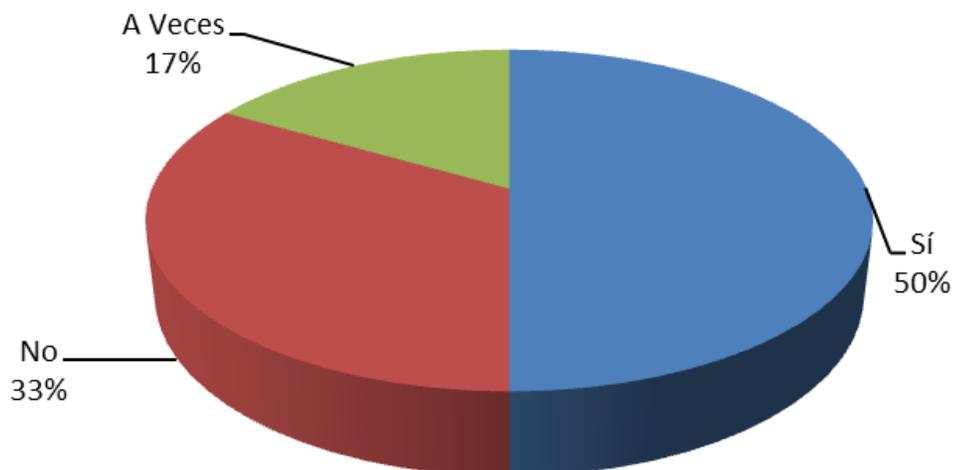
**Objetivo:**

Conocer la opinión de los encuestados en referencia a que si consideran conveniente la promoción de los servicios de salud que son ofrecidos por este centro médico asistencial.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	50%
No	2	33%
A Veces	1	17%
TOTAL	6	100%

**Interpretación:**

De los encuestados el 50% considera conveniente la promoción de los servicios, así también se obtuvo un 33% de respuestas que opinaron que no y que el 17% dijo que solo algunas veces era conveniente promocionar información sobre dicho centro, siendo muy desconocido por muchas personas.



**Pregunta 16:**

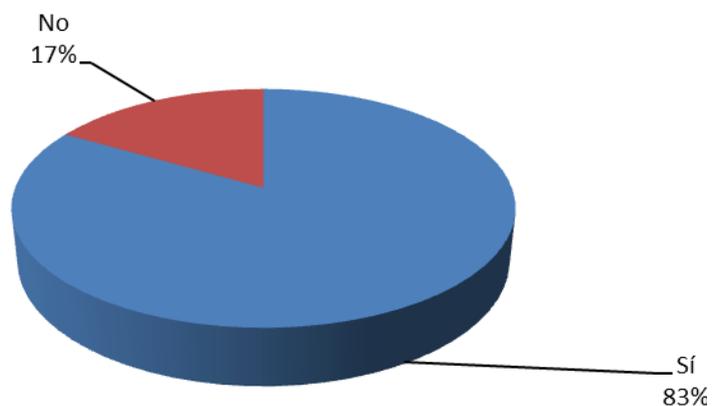
¿Estima usted que es necesario promocionar los servicios del Centro Regional de Salud Valencia?

**Objetivo:**

Conocer la opinión del personal administrativo Del Centro Regional de Salud Valencia sobre la necesidad de promocionar los servicios del Centro Regional de Salud Valencia.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	83%
No	1	17%
TOTAL	6	100%

De los encuestados el 83% considera necesario la promoción de los servicios. Por lo que se puede determinar la necesidad que un plan de promoción del centro de salud por la carencia de conocimiento de su existencia por parte de la población universitaria favoreciendo los ingresos del mismo centro, así también se obtuvo un 17% de respuestas que opinaron que no.



**Pregunta 17:**

¿Cuál considera que es el medio más efectivo para dar a conocer los servicios?

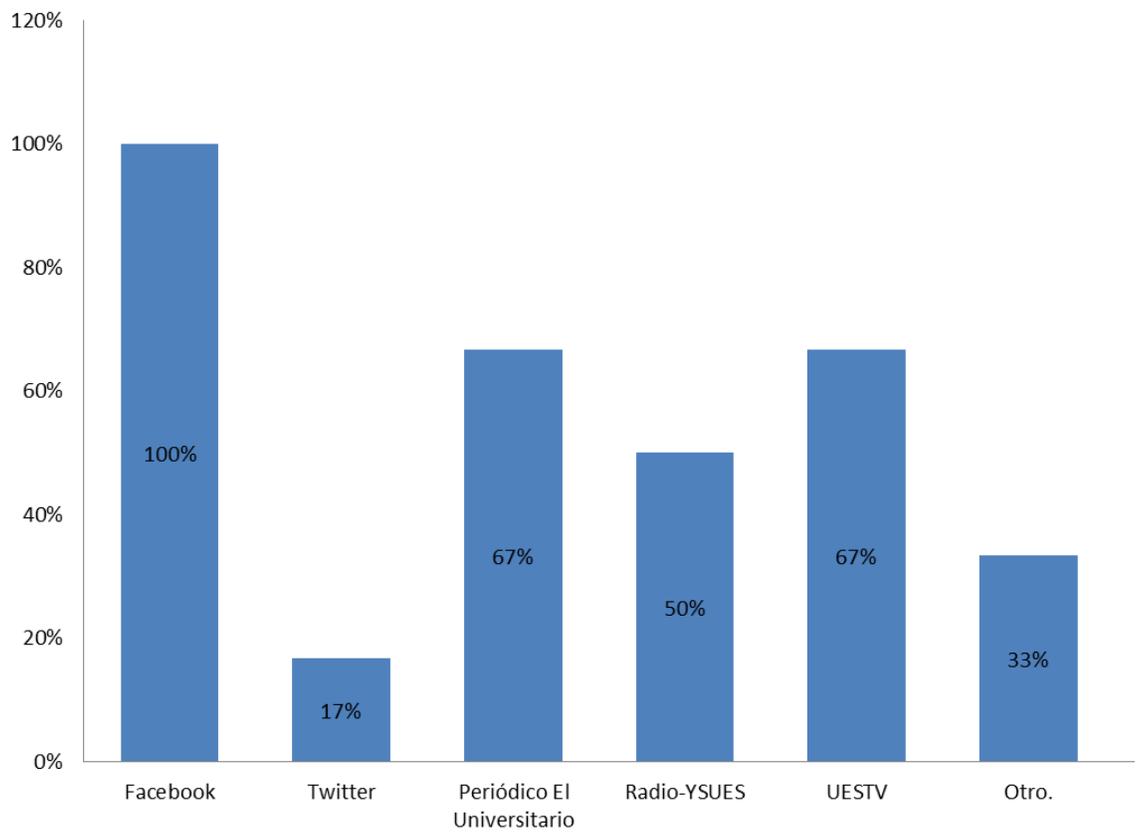
**Objetivo:**

Conocer la opinión del personal administrativo del Centro Regional de Salud Valencia acerca de cuál es el medio más efectivo para la promoción de los servicios de salud que se brinda.

	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	6	100%
Twitter	1	17%
Periódico El Universitario	4	67%
Radio-YSUES	3	50%
UESTV	4	67%
Otro-Programa matutino	2	33%
TOTAL	20	333%

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera que el medio más efectivo para promocionar los servicios ofrecidos por este centro de salud podrían ser a través de la red social denomina Facebook, mientras que un 67% considera que debería de ser realizada la promoción a través de la UESTV y el Periódico EL Universitario, con un 50% opinaron que el mejor medio era Radio-YSUES, el 33% dijo que Otros medios no mencionados y Programa matutino y dejando con un mínima diferencia el 17% opinaron necesario promocionar mediante Twitter como última opción.



**Pregunta 18:**

¿Actualmente se brindan costos especiales para el personal académico y administrativos de la Universidad de El Salvador?

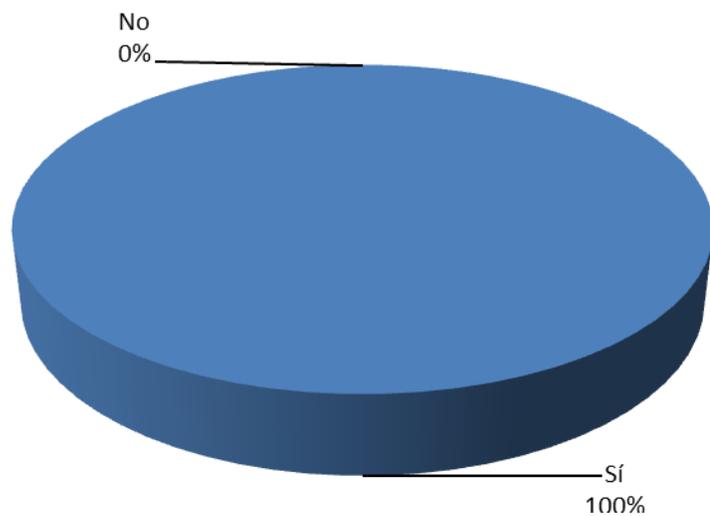
**Objetivo:**

Determinar si existe algún beneficio para el personal académico y administrativos de la Universidad de El Salvador

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	100%
No	0	0%
TOTAL	6	100%

**Interpretación:**

El 100% de los encuestados opinaron que si existe beneficio como personal administrativo y académico de la Universidad de El Salvador con respecto a los costos que se tienen para cada uno de ellos.



**Pregunta 19:**

Se siente motivado/a para realizar su trabajo

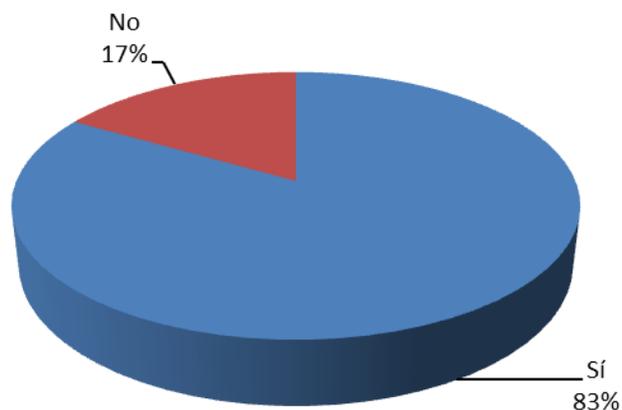
**Objetivo:**

Determinar si el personal administrativo del CENTRO REGIONAL DE SALUD VALENCIA realiza su trabajo con motivación.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	83%
No	1	17%
TOTAL	6	100%

**Interpretación:**

El 83% opinó que sí se siente motivado al momento de realizar su trabajo, mientras que el 17% dijo que no, por lo tanto esta persona puede ser que no se desempeñe de la mejor manera por no estar motivado.



# **ANEXO 4**

**CUESTIONARIO**

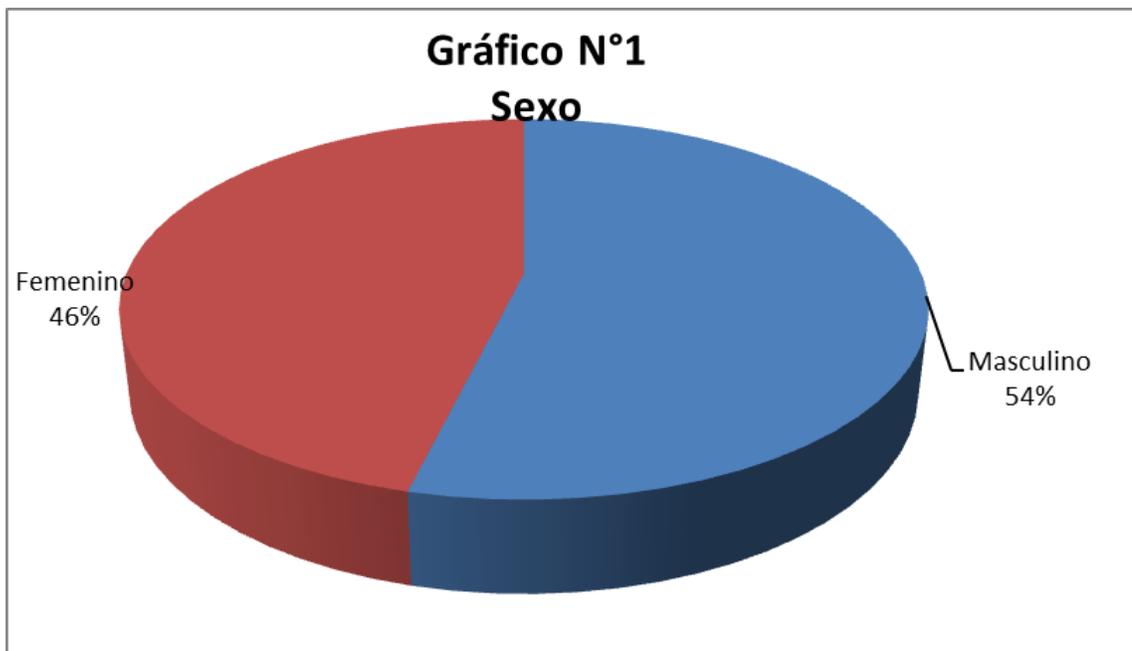
**DIRIGIDO AL PERSONAL  
ADMINISTRATIVO DE LA  
UNIVERSIDAD DE EL  
SALVADOR.**

## **DATOS GENERALES**

### **Pregunta 1:**

Sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	14	54%
Femenino	12	46%
Total	26	100%

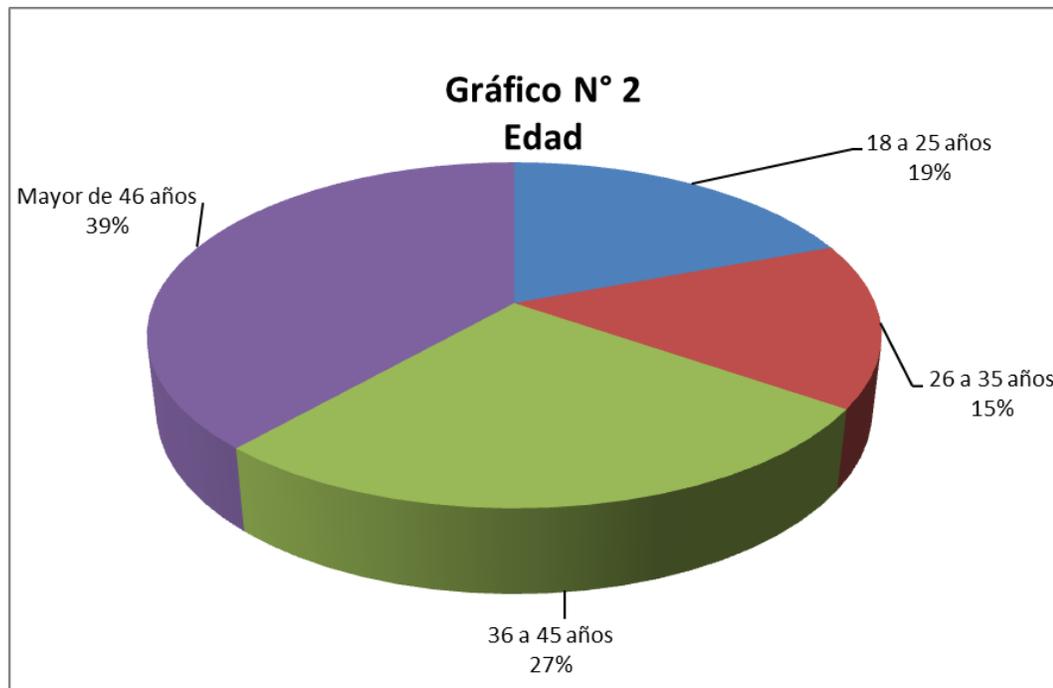


Para la investigación la muestra estuvo constituida por veintiséis personales administrativos de la Universidad de El Salvador de los cuales catorce fueron masculinos y doce femeninos.

**Pregunta 2:**

Edad

<b>18 a 25 años</b>	5	19%
<b>26 a 35 años</b>	4	15%
<b>36 a 45 años</b>	7	27%
<b>Mayor de 46 años</b>	10	38%
<b>Total</b>	26	100%

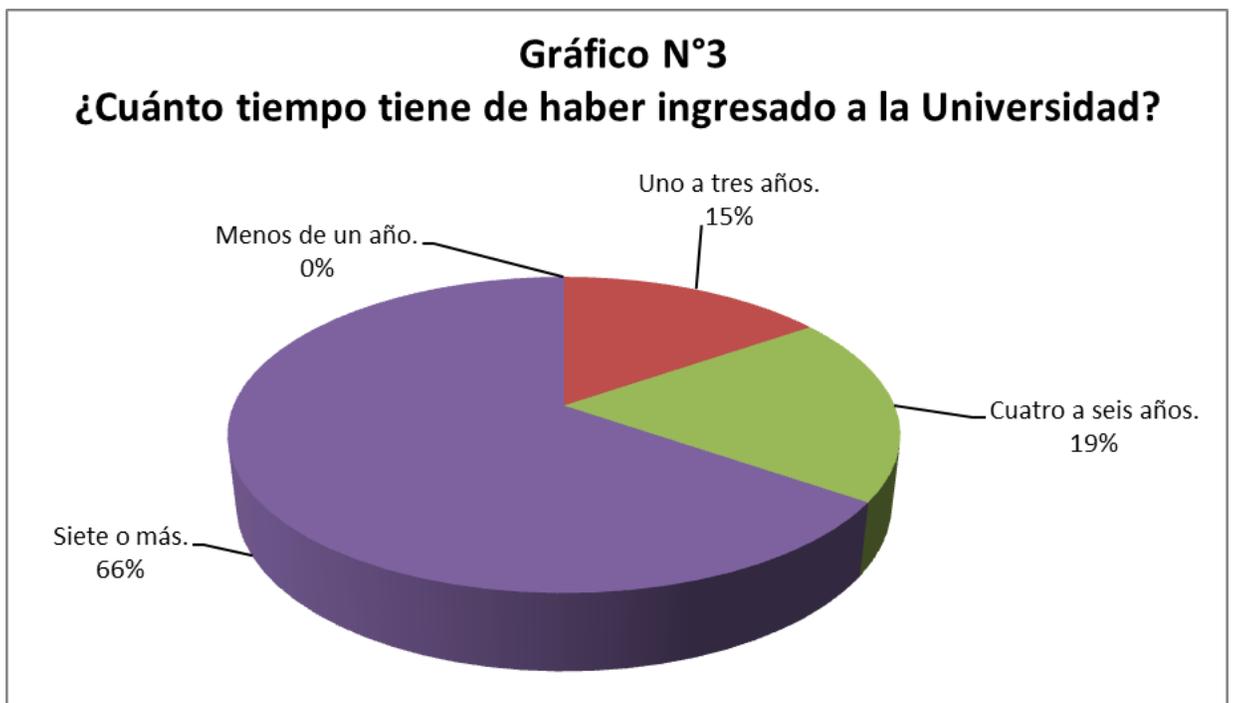


El 38% del personal administrativo de la Universidad tienen más de 46 años de edad, el 27% se encuentran dentro del rango de 36 a 45 años de edad, mientras que solo el 19% opinaron estar en el rango de 18 a 25 años de edad y únicamente el 15% dijo tener de 26 a 35 años.

**Pregunta 3:**

3. ¿Cuánto tiempo tiene de haber ingresado a la Universidad como personal administrativo?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Menos de un año.</b>	0	0%
<b>Uno a tres años.</b>	4	15%
<b>Cuatro a seis años.</b>	5	19%
<b>Siete o más.</b>	17	65%
<b>Total</b>	26	100%



El 65% del personal administrativo opinó tener más de siete años de haber ingresado a la Universidad, el 19% dijo estar en el rango de cuatro a seis años, y solo el 15% dijo tener de uno a tres años.

## **CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Pregunta 1:**

¿Ha visitado alguna vez un centro de salud?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	26	100%
<b>No</b>	0	0%
<b>Total</b>	26	100%

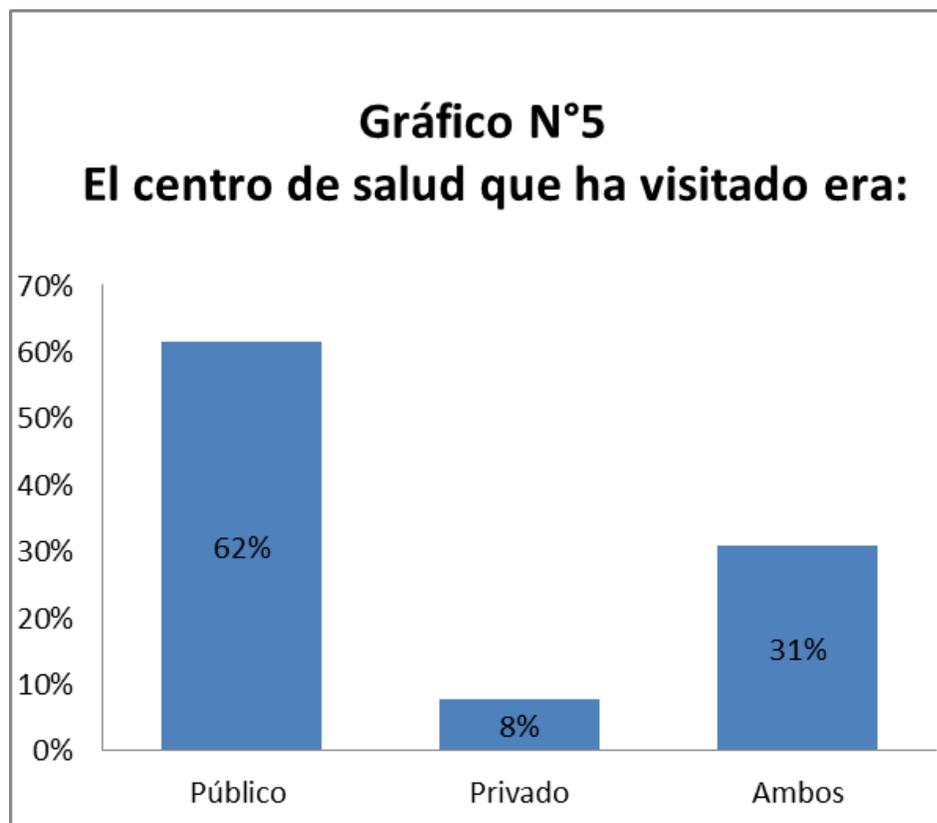


**Interpretación:** El personal administrativo de la Universidad en su totalidad ha realizado una visita a algún centro de salud, por lo siempre es necesario que contar con un centro de salud que esté a la disposición de la población en general.

**Pregunta 2:**

El centro de salud visitado era:

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Público</b>	16	62%
<b>Privado</b>	2	8%
<b>Ambos</b>	8	31%
<b>TOTAL</b>	26	100%



**Interpretación:** La mayor parte del personal administrativo de la Universidad opinó que el centro de salud que habían visitado había sido público, y solo 1 de cada 10 opinaron haber visitado un centro de salud privado, mientras que de 3 de cada 10 seleccionaron ambas opciones, es decir que son más frecuentados los centros de salud públicos.

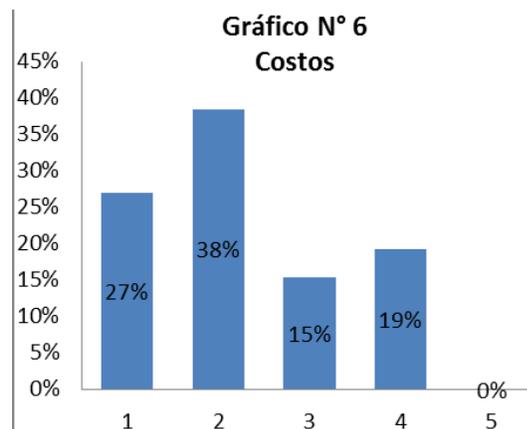
**Pregunta 3:**

¿Al momento de visitar un centro de salud que es lo primero que toma en cuenta?

Ordene del 1 al 5 tomando en cuenta que el 1 es el más importante.

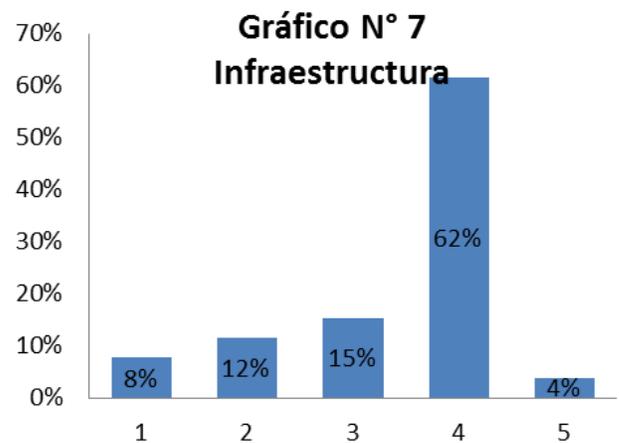
	Costos.	Infraestructura.	Ubicación.	Atención.	Otros
1	7	2	3	14	
2	10	3	7	6	
3	4	4	11	5	2
4	5	16	3	1	1
5	0	1	2	0	15
TOTAL	26	26	26	26	26

	Costos.	Porcentaje
1	7	27%
2	10	38%
3	4	15%
4	5	19%
5	0	0%
TOTAL	26	100%



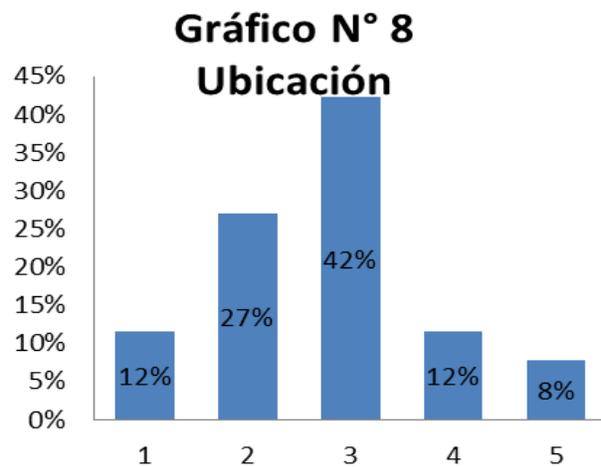
**Interpretación:** Los costos son considerados por el personal administrativo de la UES como el segundo aspecto de mayor importancia al visitar un centro de salud, por lo cual se considera que debido a los costos que maneja el Centro Regional de Salud Valencia se pudiese aprovechar de esa ventaja sobre sus competidores.

	Infraestructura.	Porcentaje
1	2	8%
2	3	12%
3	4	15%
4	16	62%
5	1	4%
TOTAL	26	100%



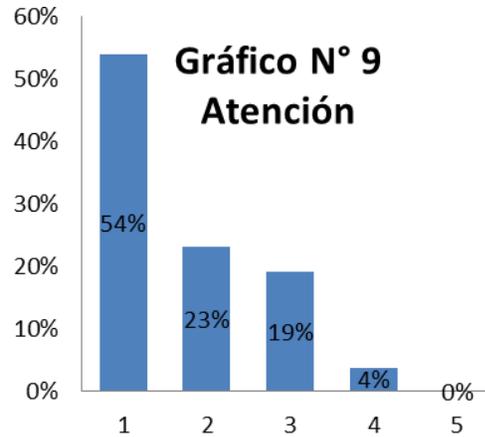
**Interpretación:** La infraestructura se ubica en los últimos lugares de preferencia para el personal administrativo de la UES, teniendo la posición número 4 con un 62% en el orden de prioridades tomadas en cuenta para visitar los centros de salud, por lo que no es considerado importante.

	Ubicación.	Porcentaje
1	3	12%
2	7	27%
3	11	42%
4	3	12%
5	2	8%
TOTAL	26	100%



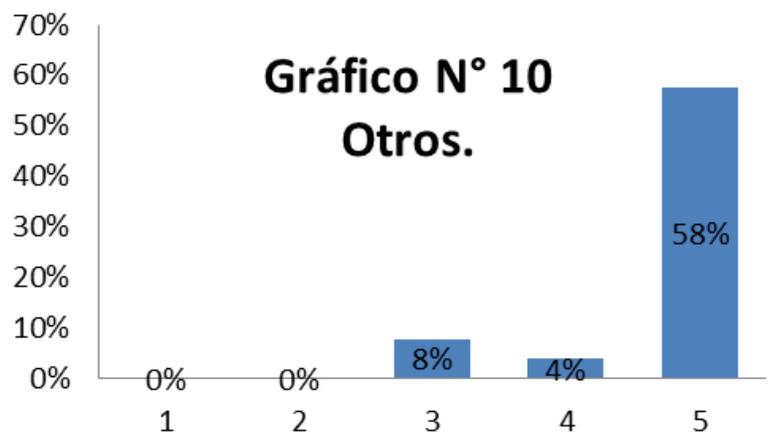
**Interpretación:** La ubicación tiene la posición número 3 con un 42% teniendo cierto grado de importancia para visitar los centros de salud, según el personal administrativo de la Universidad de El Salvador, se recomienda tener una ubicación accesible para la población.

	Atención.	Porcentaje
1	14	54%
2	6	23%
3	5	19%
4	1	4%
5	0	0%
TOTAL	26	100%



**Interpretación:** Según la mayoría del personal administrativo de la UES la atención es el principal aspecto a tomar en consideración al momento de realizar una visita médica, colocándolo en la posición 1 con un porcentaje del 54%, por lo que es necesario ofrecer la mejor atención médica y así aumentar la demanda de pacientes.

	Otros	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	2	8%
4	1	4%
5	15	58%
TOTAL	26	100%

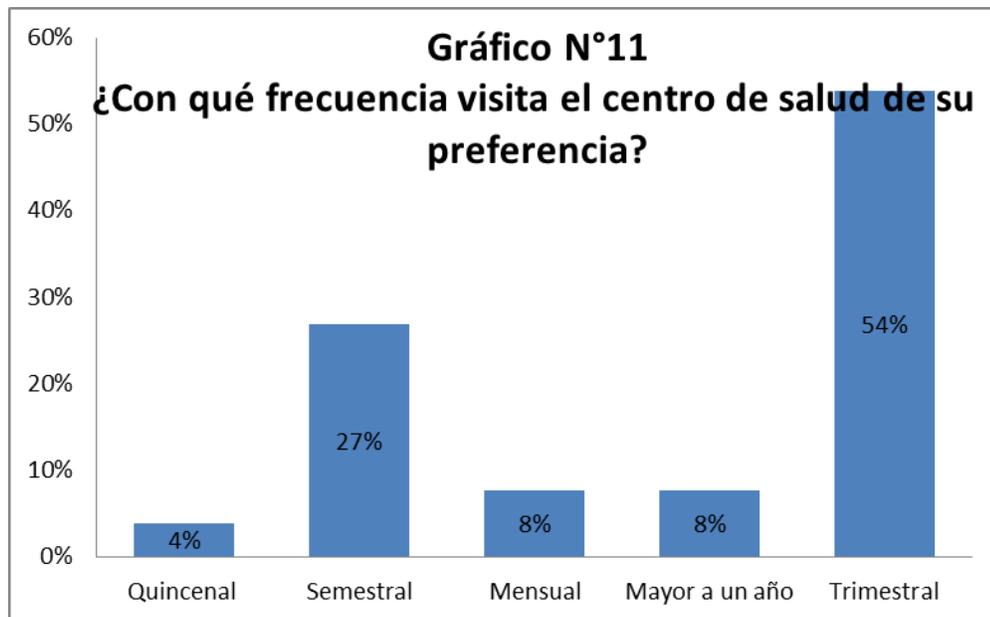


**Interpretación:** Únicamente el 58% del personal administrativo de la UES seleccionaron como último aspecto de importancia, opciones no enlistadas que pudiesen ser temas relacionados a calidad, prestigio, personal médico entre otros.

**Pregunta 4:**

¿Con qué frecuencia visita el centro de salud de su preferencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Quincenal	1	4%
Semestral	7	27%
Mensual	2	8%
Mayor a un año	2	8%
Trimestral	14	54%
TOTAL	26	100%



**Interpretación:** La mayoría del personal administrativo de la Universidad de El Salvador seleccionó que la frecuencia con la que realizan una visita a un centro médico es aproximadamente trimestralmente, denotando un buen estado de salud.

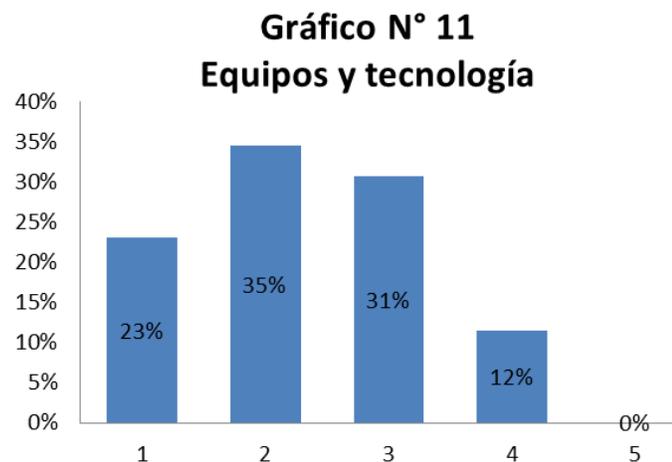
**Pregunta 5:**

¿En qué aspectos consideras que se deben de destacar los centros de salud?

Ordene del 1 al 5, tomando en cuenta que el 1 es el más importante.

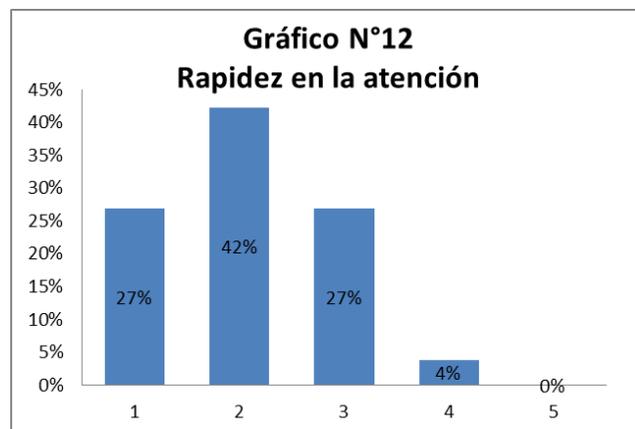
	Equipos y tecnología	Rapidez en la atención	Atención oportuna	Limpieza	Otros
1	6	7	10	2	1
2	9	11	6	0	0
3	8	7	5	6	0
4	3	1	5	17	0
5	0	0	0	1	18
TOTAL	26	26	26	26	26

	Equipos y tecnología	Porcentaje
1	6	23%
2	9	35%
3	8	31%
4	3	12%
5	0	0%
TOTAL	26	100%



**Interpretación:** En todo lugar los equipos y tecnología son necesarios para poder dar un excelente servicio y según del personal administrativo de la UES es uno de los tres aspectos más importantes en los que se debe de destacar un centro de salud, ya que 31% ubicaron este aspecto en la posición número tres.

	Rapidez en la atención	Porcentaje
1	7	27%
2	11	42%
3	7	27%
4	1	4%
5	0	0%
TOTAL	26	100%



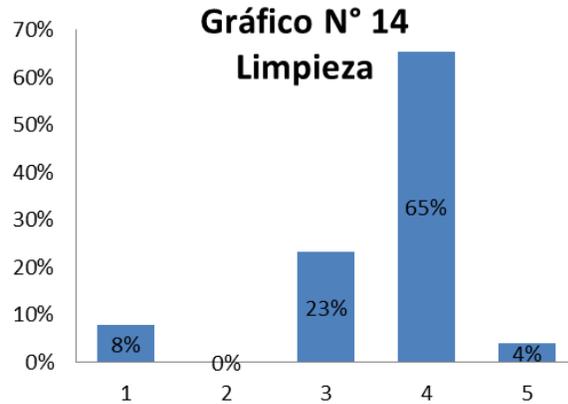
**Interpretación:** La rapidez en la atención se ubica en la posición número dos con un porcentaje de representación del 42%, por lo cual se puede concluir que es de relevancia que todos los centros de salud puedan atender a los pacientes con la mayor rapidez posible.

	Atención oportuna	Porcentaje
1	10	38%
2	6	23%
3	5	19%
4	5	19%
5	0	0%
TOTAL	26	100%



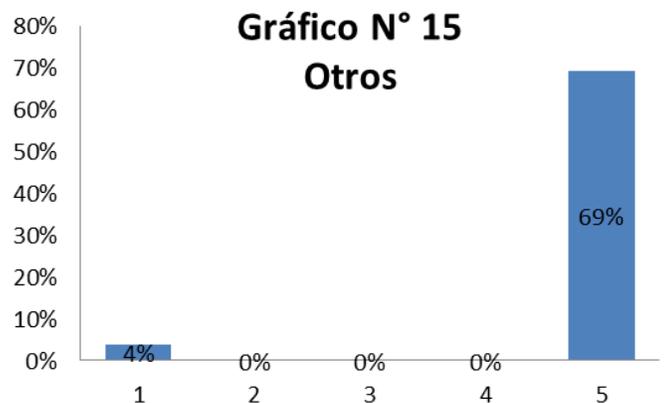
**Interpretación:** La mayoría del personal administrativo de la UES considera que el principal aspecto en el cual los centros de salud deben de enfocarse es la atención oportuna para poder tener un mejor estado de salud.

	Limpieza	Porcentaje
1	2	8%
2	0	0%
3	6	23%
4	17	65%
5	1	4%
TOTAL	26	100%



**Interpretación:** Gran cantidad del personal administrativo de la UES opinaron que la limpieza es un aspecto no tan importante ya que lo posicionan en la posición número 4 con un 65%, sin embargo un 8% si lo considera importante colocándolo en la posición número 1.

	Otros	Porcentaje
1	1	4%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	18	69%
TOTAL	26	100%

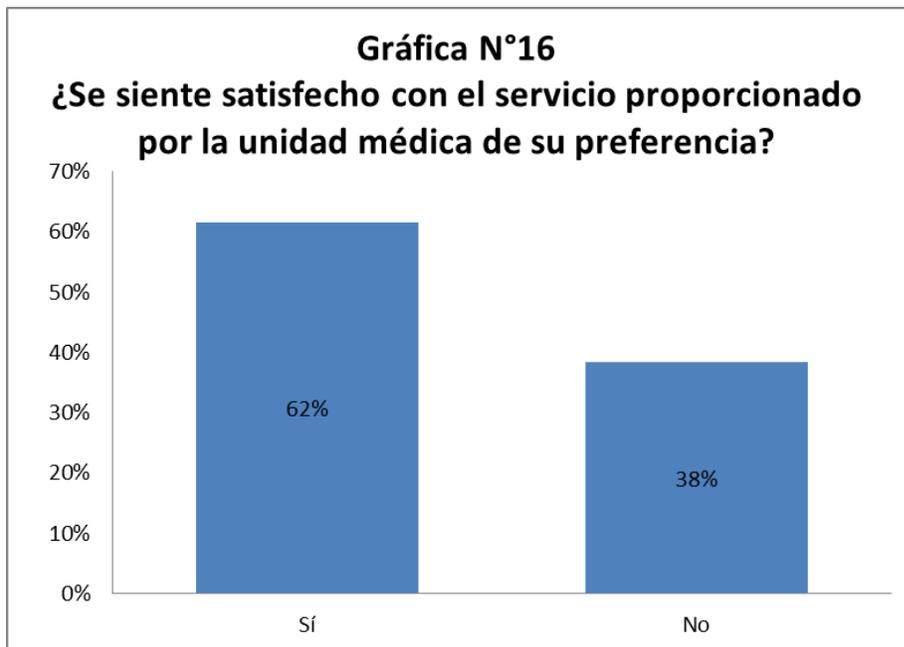


**Interpretación:** Solamente el 69% del personal administrativo de la UES afirmaron que existen otros factores los cuales no fueron enlistados, que tienen un grado de importancia menor a los que seleccionaron pero que si consideran importante como lo son la amabilidad del personal, seguridad.

**Pregunta 6:**

¿Se siente satisfecho con el servicio proporcionado por la unidad médica de su preferencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	16	62%
No	10	38%
TOTAL	26	100%

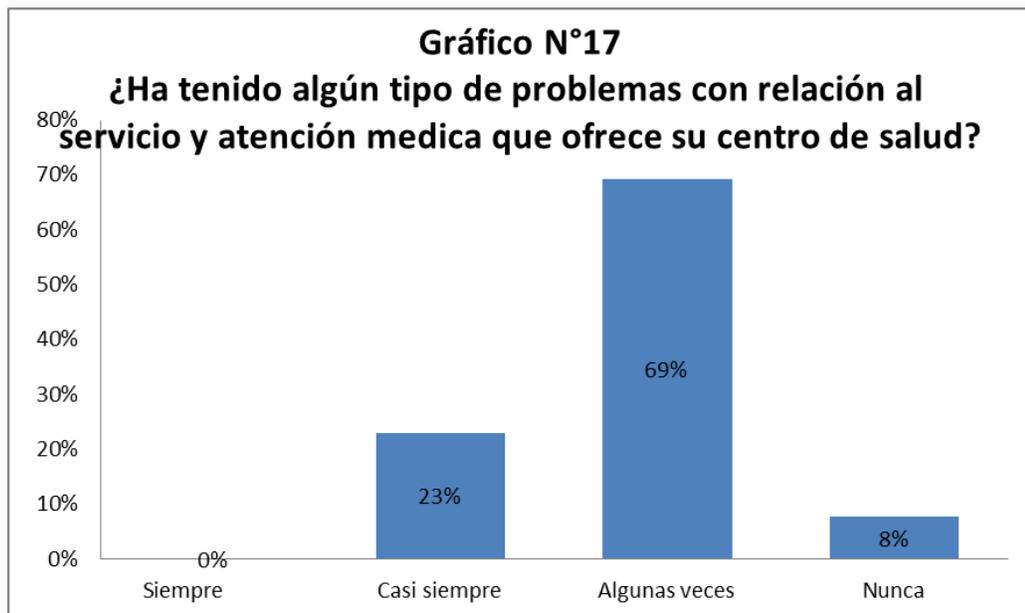


**Interpretación:** Seis de cada 10 personales administrativos de la UES afirmaron sentirse satisfechos de los servicios recibidos por parte del centro de salud que visitaron, teniendo dicho centro como uno de su preferencia y siendo fiel al servicio que este brinda.

**Pregunta 7:**

¿Ha tenido algún tipo de problema con relación al servicio y atención medica que ofrece su centro de salud?

Siempre	0	0%
Casi siempre	6	23%
Algunas veces	18	69%
Nunca	2	8%
TOTAL	26	100%

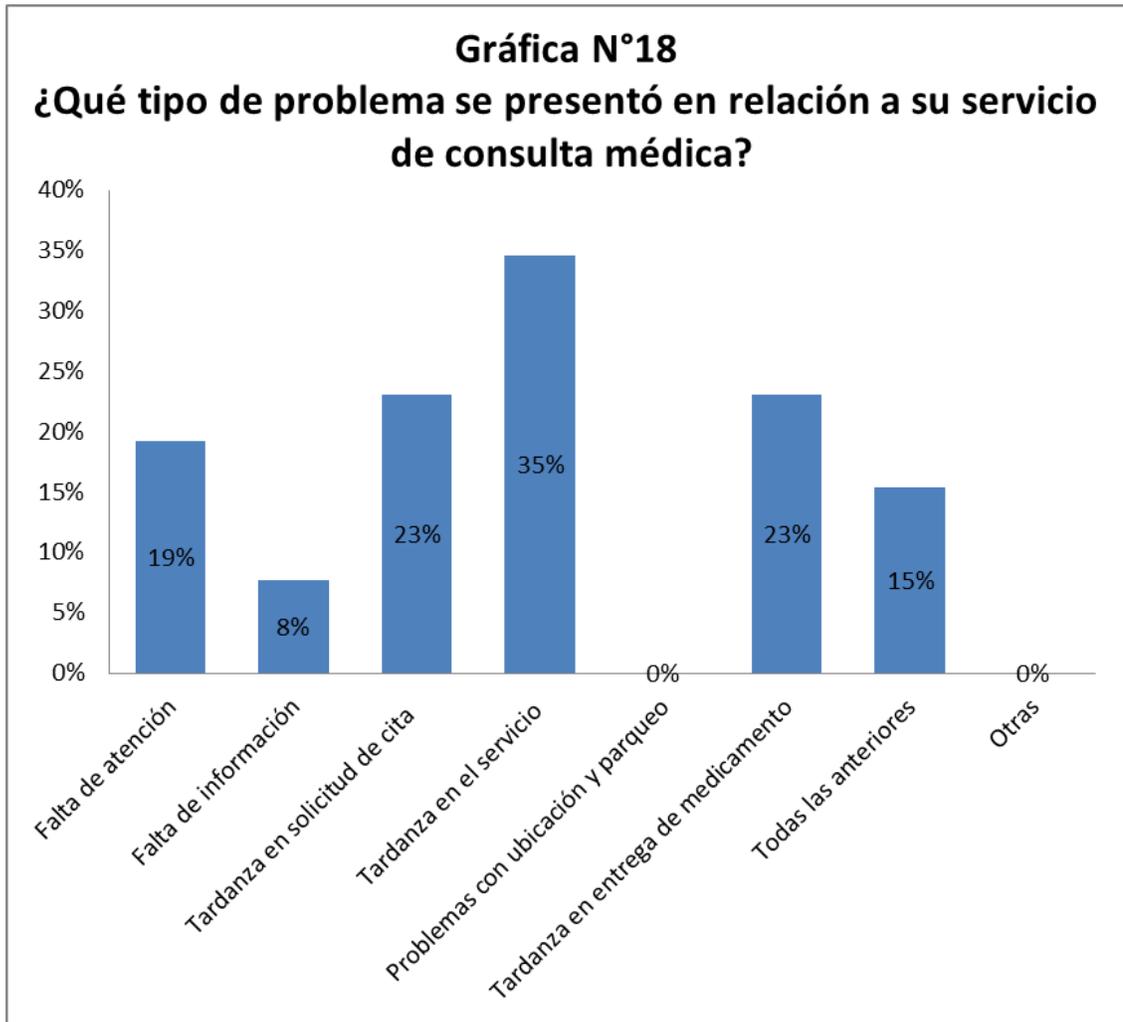


**Interpretación:** El personal administrativo de la UES en su gran mayoría afirmaron que la frecuencia con la que presentan un problema con relación al servicio y atención al momento de realizar su visita al centro de salud es *algunas veces*, es decir que por cada visita que realizan se les es muy probable encontrarse con un inconveniente, aunque no pase con frecuencia.

**Pregunta 8:**

¿Qué tipo de problema se presentó en relación a su servicio de consulta médica?

	Frecuencia	Porcentaje
Falta de atención	5	19%
Falta de información	2	8%
Tardanza en solicitud de cita	6	23%
Tardanza en el servicio	9	35%
Problemas con ubicación y parqueo	0	0%
Tardanza en entrega de medicamento	6	23%
Todas las anteriores	4	15%
Otras	0	0%
TOTAL	26	100%

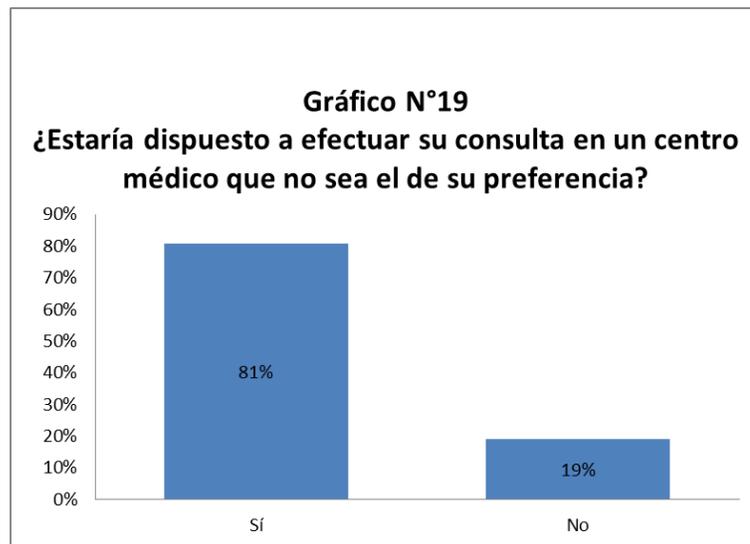


**Interpretación:** El personal administrativo de la UES consideran que la tardanza en el servicio es uno de los principales problemas presentados al momento de realizar la visita médica al centro de salud, así también con un menor porcentaje la tardanza en la entrega de medicamento y tardanza en la solicitud de citas al momento de asistir al centro de salud, estos son problemas que se deben evitar realizar para que el centro de salud pueda atraer a más pacientes.

**Pregunta 9:**

¿Estaría dispuesto a efectuar su consulta en un centro médico que no sea el de su preferencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	21	81%
No	5	19%
TOTAL	26	100%

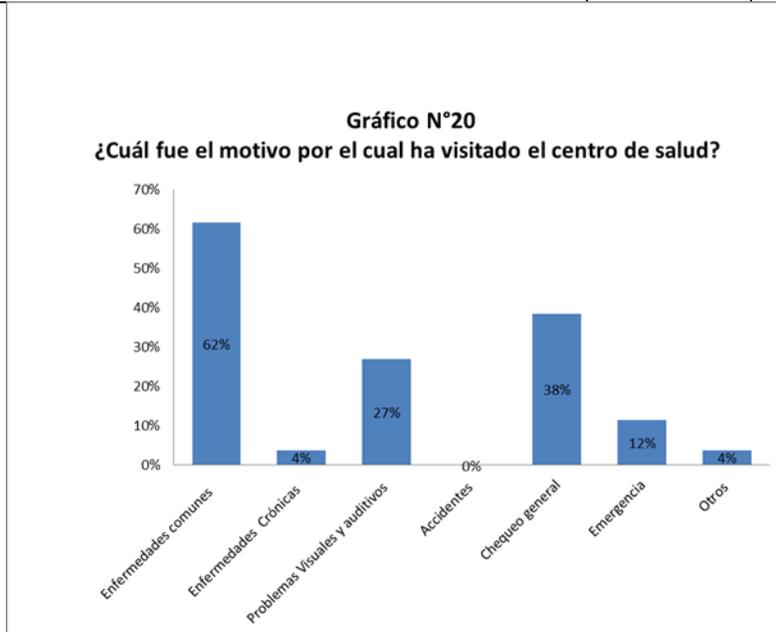


**Interpretación:** Casi la totalidad del personal administrativo de la UES afirmaron que estarían dispuestos a realizar su consulta médica en un lugar que no sea de su preferencia con el fin de descubrir si el nuevo centro de salud a visitar les ofreciera una mejor comodidad en el proceso de la realización de su consulta.

**Pregunta 10:**

¿Cuál fue el motivo por el cual ha visitado el centro de salud?

	Frecuencia	Porcentaje
Enfermedades comunes	16	62%
Enfermedades Crónicas	1	4%
Problemas Visuales y auditivos	7	27%
Accidentes	0	0%
Chequeo general	10	38%
Emergencia	3	12%
Otros	1	4%
TOTAL	26	100%



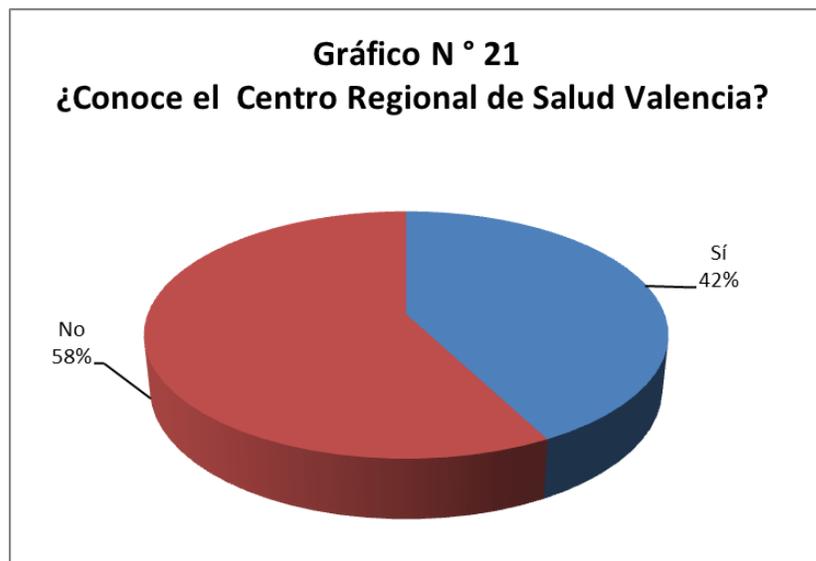
**Interpretación:** La mayoría del personal administrativo afirmaron que el motivo por el cual han visitado el centro de salud es por enfermedades comunes y como segunda opción con el 38% por chequeo general. , es decir que sus visitas no son por enfermedades graves, ni complicadas, denotando un estado de salud estable.

**Pregunta 11:**

¿Conoce el Centro Regional de Salud Valencia?

Si su respuesta es NEGATIVA, hasta aquí finaliza su cuestionario.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	11	42%
No	15	58%
TOTAL	26	100%

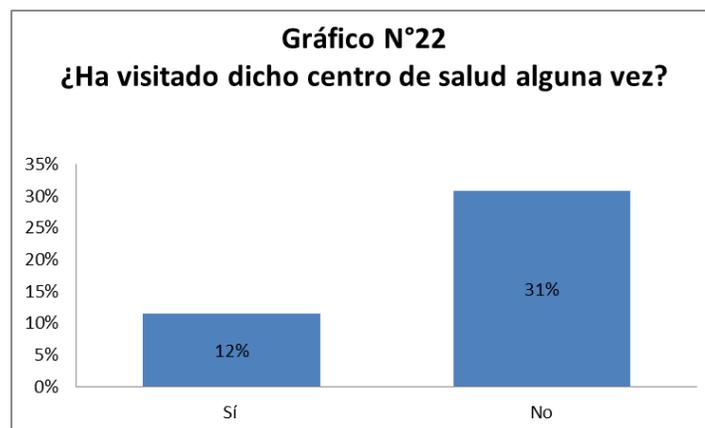


**Interpretación:** Seis de cada diez personal administrativo de la UES confirmaron que no conocían el Centro Regional de Salud Valencia. Es decir que la mayoría no lo conoce a pesar de ser personal administrativo de la Universidad de El Salvador.

**Pregunta 12:**

¿Ha visitado dicho centro de salud alguna vez?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	12%
No	8	31%
TOTAL	11	100%



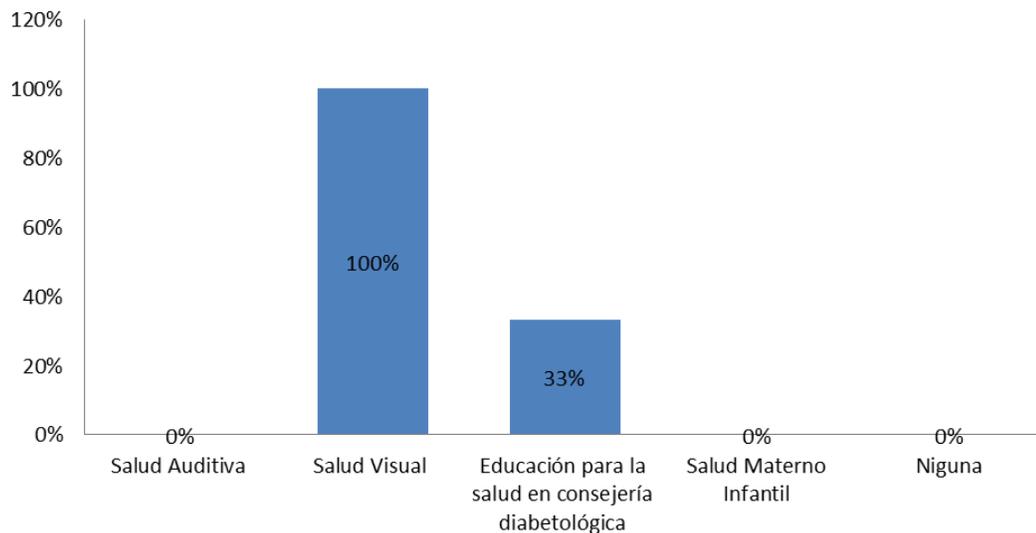
**Interpretación:** Podemos confirmar que el 12% del personal administrativo han visitado alguna vez el Centro Regional de Salud Valencia, siendo este un porcentaje muy bajo para poder ingresar al mercado de salud, se necesita darse a conocer más al público.

**Pregunta 13:**

¿Cuáles de los siguientes servicios brindados por el Centro Regional de Salud Valencia ha hecho uso usted?

	Frecuencia	Porcentaje
Salud Auditiva	0	0%
Salud Visual	3	100%
Educación para la salud en consejería diabetológica	1	33%
Salud Materno Infantil	0	0%
Ninguna	0	0%
TOTAL	3	100%

**Gráfica N°23**  
**¿Cuáles de los siguientes servicios brindados por el Centro Regional de Salud Valencia ha hecho uso usted?**

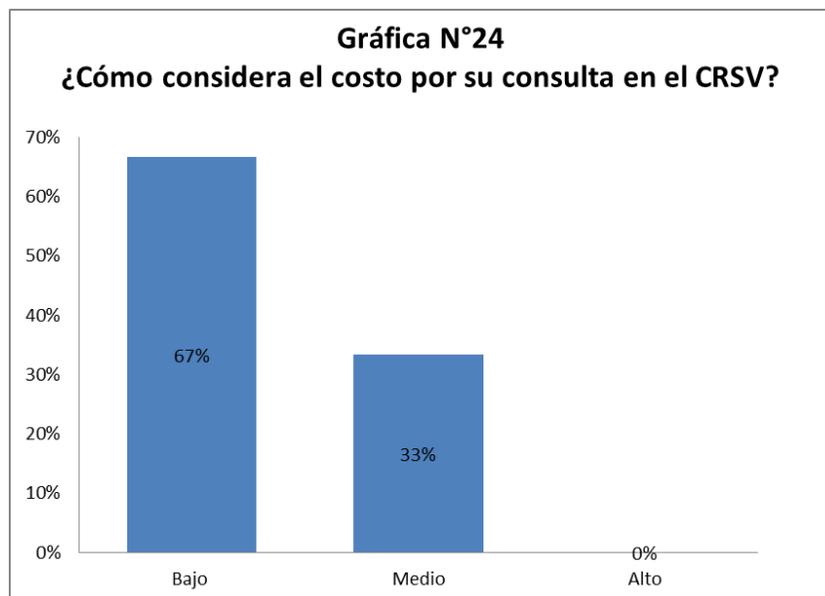


**Interpretación:** La totalidad del personal administrativo han hecho uso del servicio de Salud Visual brindado por el Centro Regional de Salud Valencia, siendo esta una de la necesidad con mayor auge dentro de la población.

**Pregunta 14:**

¿Cómo considera el costo por consulta en el Centro Regional de Salud Valencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	67%
Medio	1	33%
Alto	0	0%
TOTAL	3	100%

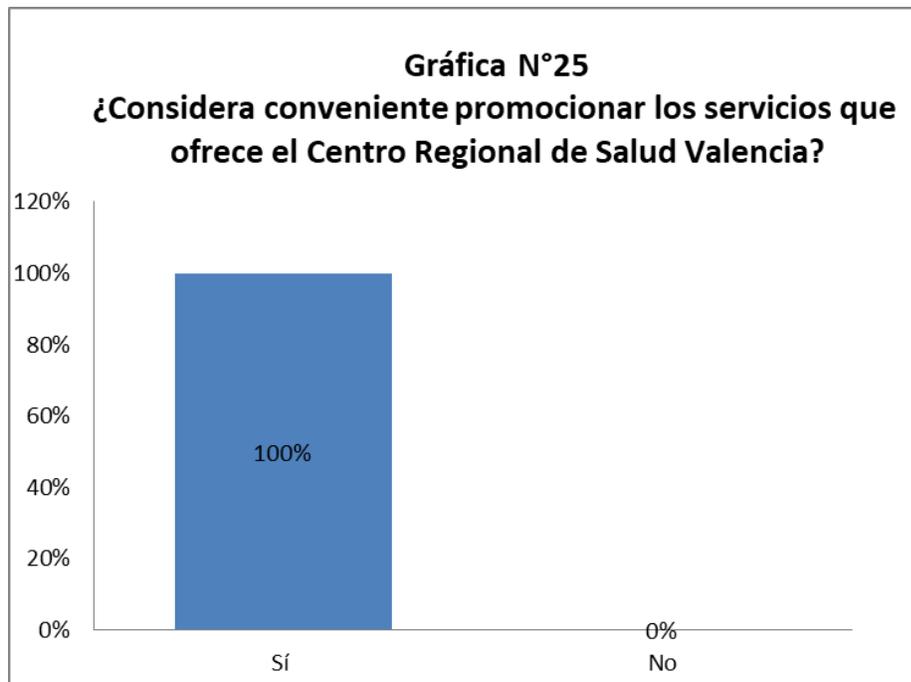


**Interpretación:** El 67% del personal administrativo que han hecho uso de los servicios brindados opinaron que el costo por consulta en el Centro Regional de Salud Valencia es bajo, mientras que 33% opinaron que tienen un costo medio, es decir que el costo no sería ningún inconveniente para poder aumentar o mantener una demanda alta de los pacientes.

**Pregunta 15:**

¿Considera conveniente promocionar los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	100%
No	0	0%
TOTAL	3	100%

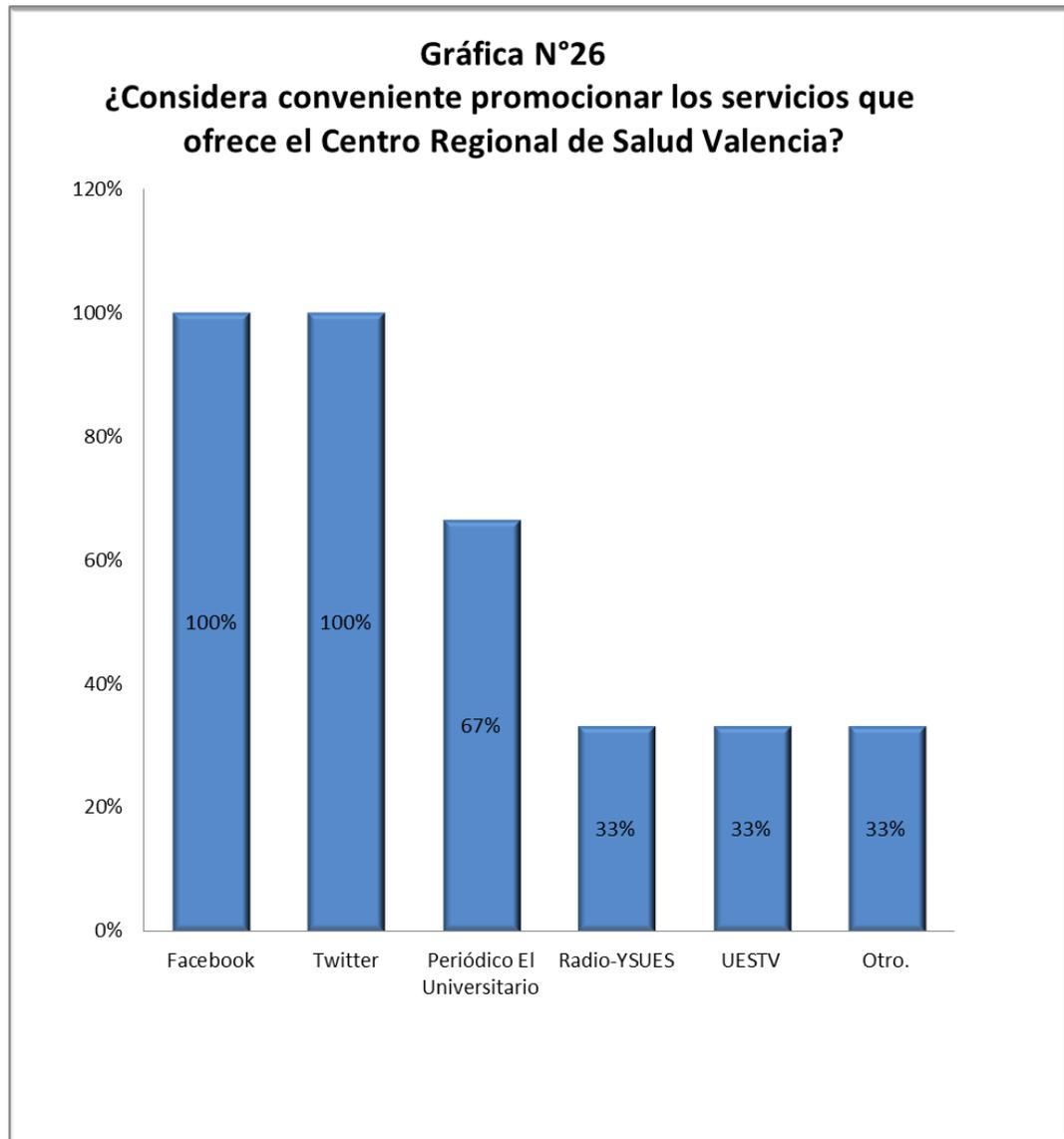


**Interpretación:** Todo el personal administrativo de la UES opinó que es conveniente promocionar los servicios que ofrece el Centro Regional de Salud Valencia, por la falta de información sobre dicho centro, siendo muy desconocido por muchas personas.

**Pregunta 16:**

¿Cuál consideras que es el medio más efectivo para promocionar al Centro Regional de Salud Valencia?

	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	3	100%
Twitter	3	100%
Periódico El Universitario	2	67%
Radio-YSUES	1	33%
UESTV	1	33%
Otro.	1	33%
TOTAL	3	100%



**Interpretación:** La mayor parte del personal administrativo de la UES opinó que los medios más efectivos para promocionar los servicios del Centro Regional de Salud Valencia son el Facebook y Twitter, ya que son los medios más utilizados hoy en día por la población.

**ANEXO 5**

**GUÍA DE  
ENTREVISTA.**

## GUÍA DE ENTREVISTA.

**Dirigida a:** Dr. Marvin Humberto Montoya Villacorta.

**Objetivo:** La siguiente guía de entrevista tiene la finalidad de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el tema de investigación dando respuesta a preguntas orientadas a obtener información exigida por los objetivos específicos del estudio.

**1. ¿Cuál es su opinión con respecto al Centro Regional de Salud Valencia?**

Es un centro de salud que cumple con los requisitos del mercado, que tiene personal altamente calificado para la atención a nuestros pacientes, que como ventaja competitiva que poseemos sobre los demás centros asistenciales es el bajo costo por consultoría.

**2. ¿Considera que el Centro Regional de Salud Valencia es reconocido en el sector de salud en comparativa con otros centros asistenciales?**

Considero que no hemos realizado una campaña en la cual se comunique quienes somos, que ofrecemos para que las personas se den cuenta sobre los servicios que manejamos, es increíble que inclusive nuestra propia comunidad universitaria posea una carencia de información con respecto a la existencia de este centro de salud, no podemos esperar visitas de personas ajenas a la universidad si ni siquiera estas hacen uso de nuestras instalaciones y equipo.

**3. ¿Cuáles son los servicios médicos que con mayor frecuencia son requeridos por los pacientes?**

Los servicios con mayor demanda son los de Salud visual y auditiva ya que nuestro fuerte son los servicios oftalmológicos ya que el paciente no solo puede realizar sus chequeo visual si no que puede adquirir sus lentes a un bajo costo.

**4. ¿Cuáles considera que son las ventajas que posee el Centro Regional de Salud Valencia?**

Nuestra infraestructura, equipo médico, accesibilidad en su ubicación, seguridad, parqueo, costos bajos, personal altamente capacitado ya que no solo somos un centro asistencial si no que un centro de formación para los estudiantes de medicina.

**5. A pesar de mencionar tantas ventajas que posee el Centro Regional de Salud Valencia a su favor porque considera que hay poca afluencia de pacientes.**

Es muy simple considero que la causa primordial es su poca promoción de servicios dentro de la Universidad como fuera ya que teniendo tantas facilidades con las redes sociales no hemos empleado un plan promocional.

**6. ¿Cuáles considera que serían los medios más efectivos para la promoción de los servicios médicos ofrecidos por el Centro Regional de Salud Valencia?**

Como Universidad de El Salvador tenemos muchas herramientas a nuestro favor como lo son el periódico universitario, la radio universitaria las cuales pudieran aprovecharse, por nuestra parte podemos crear una red social donde se informe desde la ubicación de nuestro centro hasta las tarifas por servicio.

**7. ¿Considera que es de mucha importancia la realización de un plan de promoción?**

Definitivamente como te lo digo, tenemos muchas ventajas lastimosamente no las hemos impulsado.

**8. ¿Cree usted que las personas que han acudido a hacer uso de los servicios de salud en el Centro Regional de Salud Valencia se sienten satisfechas?**

Difícilmente pudiese medir el nivel de satisfacción de ellos sin embargo te garantizo que concluyen su tratamiento médico, lo que significa que le dan continuidad a sus asistencia con nosotros y al finalizarlo estos refieren a más personas incrementando la demanda a través de un publicidad realizada por los mismos usuarios.

**9. ¿Cuál es el modo de pago con el que cuentan?**

Únicamente contamos con el efectivo, pero sería bueno implementar otras formas de pago, para que el paciente se sienta seguro al momento de trasladarse a nuestro lugar.

**10. ¿Existe algún beneficio con respecto al costo para el personal administrativo, docentes y estudiantes de la Universidad de El Salvador?**

Claro el personal administrativo, los docentes y los estudiantes tienen una consideración con respecto al precio.