

**TECNOLÓGICO
UNIVERSITARIO
PICHINCHA**



INSTITUTO TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO “HONORABLE CONSEJO
PROVINCIAL DE PICHINCHA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DERMATOLÓGICO
EN EL SECTOR DE CALDERÓN**

Trabajo de titulación presentado como requisito previo para optar por el título de Tecnólogo/a
Superior en Administración De Empresas

AUTOR: NATHALIE MISHALLE RODRIGUEZ GRANJA

TUTOR: Ing. Johanna Villavicencio

D.M.Q. - Julio 2024

AUTORÍA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

El abajo firmante en calidad de estudiante de la carrera de Tecnología en Administración de Empresas promoción 1MDTSA1, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún Proyecto de Grado aquí o en otra institución o calificación profesional y son absolutamente originales, auténticos y personales; A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, para el aprovechamiento de futuras generaciones.

Quito, 20 febrero 2024

Atentamente,
Nathalie Mishelle Rodriguez Granja

C.I. 1727398602

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Tecnológico Universitario “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” certifico:

Que el Trabajo de Investigación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DERMATOLÓGICO EN EL SECTOR DE CALDERÓN**” presentado por la estudiante **NATHALIE MISHALLE RODRIGUEZ GRANJA** de la promoción, 1MDTSA1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito, febrero del 2024

Atentamente,

Ing. Johanna Villavicencio

Cédula. 1717116501

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de grado a Dios que me ilumino en mi largo camino a mi titulación y me dio sabiduría siempre y jamás me sentí sola, sentí su manto mágico a cada momento de mi carrera, a mis padres en especial a mi padre Marcelo Rodríguez la persona que con su ejemplo me motivo a terminar mi carrera, mi madre Elena Granja me dio los recursos económicos necesarios para seguir mi proceso de preparación académica. ya que, sin mis padres no lo hubiese logrado, a mis hijos Zamira y Ethan que son el motor de mi vida, ellos son mi motivación para alcanzar mis anhelos y mis metas

A mi hermano Josué Rodríguez quien con su voz de aliento me animo a cada momento a terminar mis estudios y para terminar a mi amor y Compañero de vida Edison que les agradezco por estar siempre presente y por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Familia, mis padres y mi hermano por el apoyo incondicional para enfrentarme a las dificultades que se presentan cada día., por ser quien me regalo las fuerzas necesarias para seguir adelante a pesar de las adversidades que se presentan en la vida, por ser un ser que me quiere y siempre podré contar con su aliento.

A mi tutor de proyecto, por tener paciencia y tolerancia, sabiduría y conocimiento y darme el aliento para poder culminar con la elaboración del proyecto.

A mis maestros del Instituto Tecnológico Universitario “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” porque me impartieron sus conocimientos y experiencias en el transcurso de mi vida estudiantil y que me ayudaron de una u otra forma para hacer posible la realización del proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

<i>AUTORÍA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA</i>	<i>ii</i>
<i>APROBACIÓN DEL TUTOR</i>	<i>iii</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>iv</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>v</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>xi</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xiii</i>
<i>IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</i>	<i>1</i>
Descripción del problema.....	1
<i>ÁRBOL DE PROBLEMAS</i>	3
<i>ANTECEDENTES</i>	4
<i>JUSTIFICACIÓN</i>	5
1. Demanda insatisfecha:.....	5
2. Potencial de mercado:	6
3. Competencia limitada:.....	6
4. Avances en tecnología:.....	6
5. Profesionales capacitados.....	6
6. Rentabilidad:	6
<i>OBJETIVO GENERAL</i>	7
<i>OBJETIVO ESPECÍFICOS</i>	7
<i>CAPÍTULO I</i>	7
<i>1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO</i>	7
1.1. Necesidad o problemas para resolver.....	8
<i>1.2. MARCO TEÓRICO</i>	10
a) Mercado y demanda:.....	13
b) Servicios dermatológicos:.....	13
c) Recursos humanos	13
d) Infraestructura y equipamiento:	13
e) Estrategias de marketing y promoción.....	14
f) Análisis financiero	14
g) Aspectos legales y regulatorios:.....	14
h) Evaluación de riesgos:	14
Tratamientos disponibles:.....	18

1.3. MARCO CONCEPTUAL.....	22
1.4. MARCO LEGAL.....	24
CAPÍTULO II.....	26
2. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA.....	26
2.1. MODELO DE INVESTIGACIÓN.....	26
2.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	28
2.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:.....	28
2.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	30
2.3.1. Investigación de mercado:.....	30
2.3.2. Investigación de la competencia:.....	30
2.3.3. Investigación de costos y viabilidad financiera:.....	30
2.4. LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	31
2.4.1. Investigación de la industria:.....	31
2.4.2. Investigación de proveedores y productos:.....	31
2.5. LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	32
2.6. ANÁLISIS FODA.....	33
ESTRATEGIAS ENCONTRADAS EN F.O.D.A.:.....	35
SÍNTESIS F.O.D.A.....	35
Determinación de la muestra.....	37
ENCUESTA.....	39
CAPÍTULO III.....	49
3. PROPUESTA.....	49
3.1. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	49
Nombre de la empresa:.....	50
Logo de la empresa:.....	50
3.1.1. Misión:.....	50
3.1.2. Visión:.....	51
Servicios que prestará la empresa.....	52
3.2. PROPUESTA TÉCNICA.....	53
3.3. PROPUESTA ORGANIZACIONAL.....	54
Valores:.....	54
Estrategias:.....	55
Implementación:.....	56
3.4. PROPUESTA FINANCIERA.....	57
3.5. ESTUDIO ECONÓMICO.....	57
3.7. INGRESOS.....	61

<i>CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES</i>	76
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	76
<i>Bibliografía</i>	77
<i>ANEXOS</i>	78
Encuesta a los consumidores.....	78
Hoja de vida del personal Dermatólogo.....	81
Enfermedades de la piel	86
Procedimiento estético	87
Personal Médico Calificado	88
DEMOCENTRO VEN A MI	89

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Tratamientos comunes de dermatología</i>	11
<i>Tabla 2. Enfermedades más comunes de la piel en el Ecuador.</i>	12
<i>Tabla 3. Farmacias o puntos de venta dermatológicos en la ciudad de Quito</i>	17
<i>Tabla 4. Tabla FODA</i>	33
<i>Tabla 5. Matriz cruzada de Estrategias F.O.D.A</i>	34
<i>Tabla 6. Segmentación de la población del barrio de Calderón.</i>	38
<i>Tabla 7. Servicios que se darán al paciente en el dermocentro</i>	52
<i>Tabla 8. Inversión Inicial</i>	57
<i>Tabla 9. Activos Fijos</i>	58
<i>Tabla 10. Activos Diferidos</i>	59
<i>Tabla 11. Capital de trabajo</i>	60
<i>Tabla 12. Proyección de ventas</i>	61
<i>Tabla 13. Información del préstamo</i>	65
<i>Tabla 14. Estado de resultados</i>	67
<i>Tabla 15. Márgenes de rentabilidad</i>	68
<i>Tabla 16. Primer mes de gasto</i>	69
<i>Tabla 17. Reposición</i>	70
<i>Tabla 18. RENTABILIDAD DEL PROYECTO</i>	72
<i>Tabla 19. TMAR</i>	73
<i>Tabla 20. VAN</i>	73
<i>Tabla 21. TIR</i>	74
<i>Tabla 22. PAYBACK</i>	74

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Árbol de problemas realizado por el investigador</i>	<i>3</i>
<i>Figura 2. Las principales cadenas de farmacias más grandes del país. Realizado por el investigador.</i>	<i>17</i>
<i>Figura 3. Resultado de personas examinados por dermatólogos en los 3 últimos meses</i>	<i>39</i>
<i>Figura 4. Conocimiento de puntos de venta dermatológico.....</i>	<i>40</i>
<i>Figura 5. Realización de procedimientos estéticos</i>	<i>41</i>
<i>Figura 6. Patologías en los encuestados los últimos 3 años</i>	<i>42</i>
<i>Figura 7. Factibilidad de encontrar productos de la piel</i>	<i>43</i>
<i>Figura 8. Revisión de lunares en la piel.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 9. Valor por una consulta dermatológica.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 10. Valor por el tratamiento completo de la piel.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 11. Envíos sin recargo de los productos.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 12. Conocimientos de los laboratorios farmacéuticos</i>	<i>48</i>
<i>Figura 13. Logo de la empresa, realizado por el investigador.....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 14. Calle principal: García Moreno y Panamericana Norte</i>	<i>51</i>
<i>Figura 15. Vista superior del dermocentro Ven a mi. Realizado por el investigador</i>	<i>53</i>

RESUMEN

La decisión de abrir un punto dermatológico surge de la creciente demanda de atención dermatológica por parte de la población. Los trastornos de la piel como el acné, la rosácea, el eczema y el cáncer de piel están aumentando en todo el mundo, lo que ha llevado a un mayor interés en la consulta de dermatólogos profesionales, con la creciente demanda de atención dermatológica, abrir un centro especializado en el cuidado de la piel y puede ser una opción lucrativa. Además de diagnóstico y tratamiento de enfermedades de la piel, este tipo de clínica puede ofrecer servicios estéticos para mejorar la apariencia de la piel.

La creación de un punto dermatológico es un paso importante en la expansión de los servicios de atención médica especializada en el cuidado de la piel. Este tipo de clínica se dedica exclusivamente a diagnosticar y tratar enfermedades de la piel, así como a ofrecer servicios estéticos para mejorar la apariencia de esta.

El marco teórico de plan de negocios para la creación de un Punto Dermatológico incluye la investigación del mercado y la demanda, la definición de los servicios y recursos necesarios, las estrategias de marketing, el análisis financiero, los aspectos legales y regulatorios, y la evaluación de riesgos., se debe llevar a cabo una investigación exhaustiva sobre los aspectos fundamentales de la dermatología, esto permitirá desarrollar un enfoque teórico sólido y una comprensión clara de las bases del negocio. Se requiere de una inversión inicial significativa en equipos especializados. Es fundamental contar con los instrumentos adecuados para realizar diagnósticos precisos, como lupas, lámparas de Wood y

dermatoscopios. Además, se necesitará contar con un quirófano equipado con láseres y equipos de eliminación de lunares y verrugas.

Además de la inversión en equipos, se debe tener en cuenta la contratación de profesionales cualificados. Un punto dermatológico requiere de la presencia de un dermatólogo titulado, así como de técnicos especializados en estética facial y corporal. Estos profesionales deben tener una formación académica sólida y contar con experiencia en el tratamiento de enfermedades de la piel.

Una vez que el punto dermatológico esté funcionando, es importante establecer una buena red de colaboración y derivación con otros profesionales de la salud. Esto es especialmente relevante si se quiere ofrecer una atención integral a los pacientes, ya que algunos trastornos de la piel pueden estar relacionados con problemas internos y requerir la intervención de otros especialistas médicos.

En cuanto a los servicios ofrecidos, un punto dermatológico puede abarcar desde el tratamiento de enfermedades de la piel hasta la realización de procedimientos estéticos. Algunas clínicas dermatológicas ofrecen tratamientos láser para eliminar manchas, cicatrices o vello no deseado. También pueden ofrecer inyecciones de botox o rellenos dérmicos para reducir las arrugas y mejorar la apariencia de la piel.

Palabras Claves: dermatología, proceso, piel, servicio, clientes, pacientes.

ABSTRACT

The decision to open a dermatology clinic arises from the growing demand for dermatological care by the population. Skin disorders such as acne, rosacea, eczema, and skin cancer are increasing worldwide, leading to a greater interest in seeking professional dermatologists. With the growing demand for dermatological care, opening a specialized skin care center can be a lucrative option. In addition to diagnosing and treating skin diseases, this type of clinic can offer aesthetic services to improve the appearance of the skin.

Creating a dermatology clinic is an important step in expanding specialized healthcare services for skin care. This type of clinic is exclusively dedicated to diagnosing and treating skin diseases, as well as offering aesthetic services to improve its appearance.

The theoretical framework of a business plan for the creation of a Dermatology Clinic includes market research and demand, definition of necessary services and resources, marketing strategies, financial analysis, legal and regulatory aspects, and risk assessment. A thorough investigation of the fundamental aspects of dermatology must be carried out, which will allow for the development of a solid theoretical approach and a clear understanding of the foundations of the business.

A significant initial investment in specialized equipment is required. It is essential to have the proper instruments for accurate diagnoses, such as magnifying glasses, Wood lamps,

and dermatoscopes. Additionally, an equipped operating room with lasers and equipment for mole and wart removal will be necessary.

In addition to the investment in equipment, the hiring of qualified professionals must be taken into account. A dermatology clinic requires the presence of a certified dermatologist, as well as technicians specialized in facial and body aesthetics. These professionals must have solid academic training and experience in the treatment of skin diseases.

Once the dermatology clinic is up and running, it is important to establish a good network of collaboration and referral with other healthcare professionals. This is especially relevant if comprehensive care is to be offered to patients, as some skin disorders may be related to internal problems and require the intervention of other medical specialists.

Regarding the services offered, a dermatology clinic can range from treating skin diseases to performing aesthetic procedures. Some dermatological clinics offer laser treatments to remove spots, scars, or unwanted hair. They can also provide botox injections or dermal fillers to reduce wrinkles and improve the appearance of the skin.

Keywords: dermatology, process, skin, service, clients, patients.)

IDENTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector de Calderón no cuenta con un punto dermatológico especializado que brinde atención integral a los problemas de la piel de sus habitantes. Actualmente, las personas que requieren de servicios dermatológicos deben trasladarse a otros sectores de la ciudad, lo que representa una inconveniencia y un gasto adicional para ellos.

El problema radica en la falta de acceso a servicios dermatológicos especializados en el sector de Calderón. Muchas personas en esta zona pueden estar sufriendo de problemas de la piel, como acné, dermatitis, psoriasis, entre otros, y no tienen la posibilidad de recibir tratamiento adecuado cerca de su lugar de residencia.

Esto puede tener consecuencias negativas para la salud de los habitantes de Calderón, ya que los problemas dermatológicos no tratados adecuadamente pueden convertirse en enfermedades crónicas y afectar la calidad de vida de las personas.

Descripción del problema

El problema radica en la falta de disponibilidad de un punto dermatológico en Calderón especializado que brinde una amplia gama de productos dermatológicos de calidad para ayudar a los pacientes con problemas en la piel, así también la falta de acceso a productos adecuados y asesoramiento profesional para pacientes con problemas en la piel.

La creación de un punto que satisfaga esta necesidad sería de gran beneficio para mejorar la calidad de vida de los pacientes y proporcionarles una solución integral para sus afecciones cutáneas.

A menudo, los pacientes con afecciones cutáneas, como acné, eczema, psoriasis, manchas, arrugas, entre otros, se enfrentan a dificultades para acceder a productos específicos y adecuados para su tipo de piel y condición.

Además, la falta de conocimiento y asesoramiento adecuado por parte de profesionales dermatólogos contribuye a que los pacientes prueben varios productos sin obtener los resultados deseados, agravando así sus problemas cutáneos.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

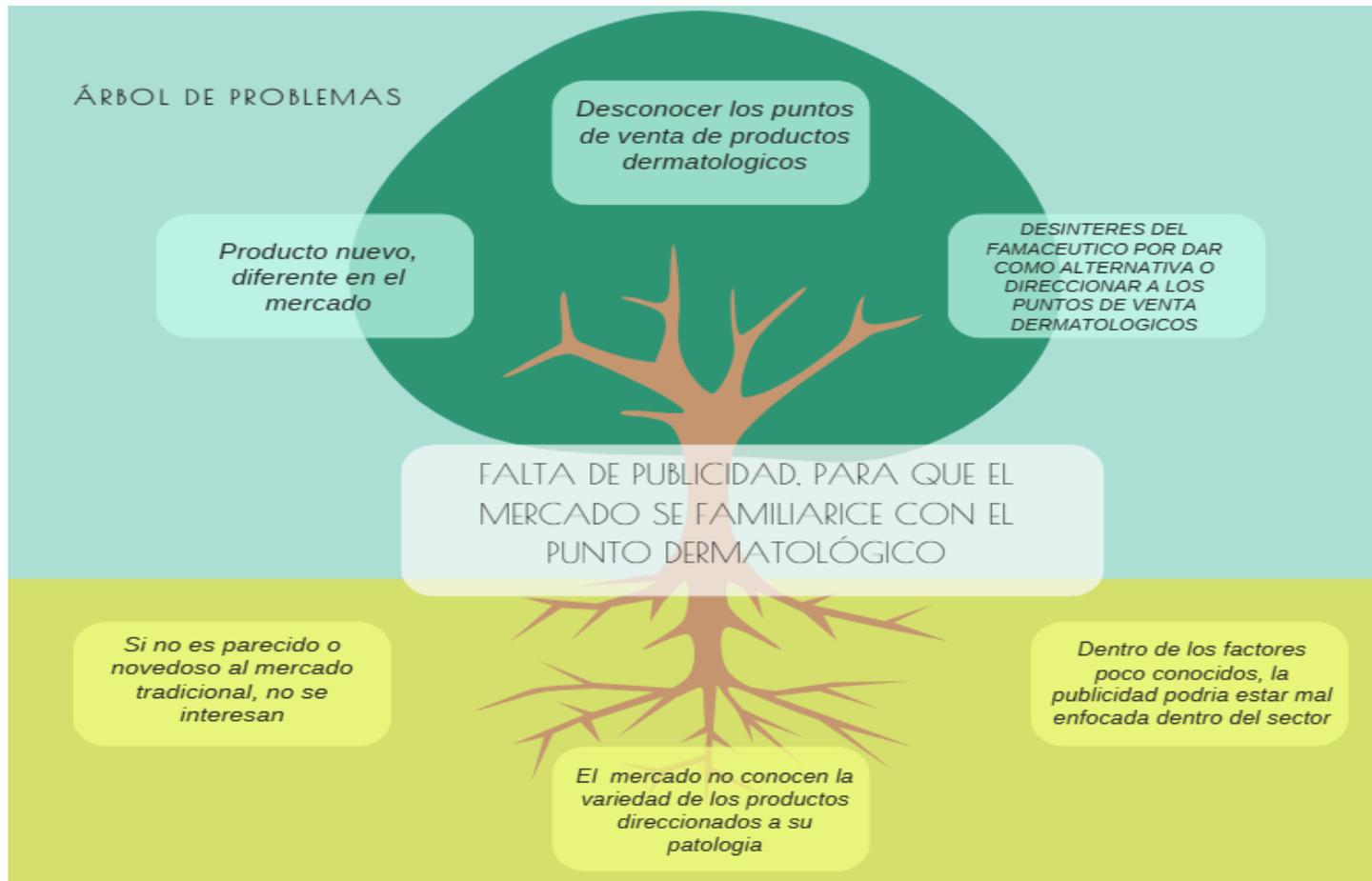


Figura 1. Árbol de problemas realizado por el investigador

ANTECEDENTES

En la ciudad de Quito se encuentra conformada la Sociedad Ecuatoriana de Dermatología Núcleo Pichincha, la misma que está constituida por 129 médicos dermatólogos los que tienen como misión la actualización continua de conocimientos, así como el desarrollo de sus integrantes.

"Uno de los principales puntos dermatológicos que destacan en la medicina es la importancia de la piel como órgano de protección y barrera del cuerpo humano. Además de su función protectora, la piel también juega un papel crucial en la termorregulación, la hidratación y la comunicación sensorial. Cualquier alteración en la piel puede indicar la presencia de una enfermedad o trastorno subyacente, lo que hace que los puntos dermatológicos sean vitales para el diagnóstico y tratamiento eficaz de diversas enfermedades"

(Márquez Polo, (2021).)

La parroquia de Calderón ha experimentado un crecimiento demográfico significativo en los últimos años, cuenta con una buena infraestructura y conexiones de transporte, y ha crecido la demanda de consultas dermatológicas por la razón de que la atención de pacientes es de manera individualizada y con diferentes patologías dermatológicas.

En la actualidad los médicos dermatólogos realizan actividades clínicas y estéticas para el cuidar la piel de los pacientes, es decir, en el tratamiento clínico se pueden ver patologías como rosácea, acné, hiperpigmentación, cáncer de la piel, etc., en algunos casos para analizar la piel del paciente se lo hace a través de biopsias, extrayendo parte del tejido del cuerpo; Por

otro lado las actividades estéticas como peelings, colocación de toxina botulínica y ácido hialurónico, limpiezas faciales, etc. y al tener su población una buena capacidad de pago, les permite acceder a servicios dermatológicos de calidad, por lo que se genera una oportunidad de establecer un punto dermatológico en el sector de Calderón en razón que actualmente, hay una falta de puntos dermatológicos, y esto garantiza la viabilidad económica del negocio, y ayuda a tener un enfoque más informado y realista sobre las oportunidades y desafíos que se pueden presentar implementar un punto dermatológico en la zona de Calderon .

JUSTIFICACIÓN

La creación de un punto dermatológico en el sector de Calderón se justifica debido a la demanda insatisfecha de servicios en la zona, el potencial de mercado existente, la competencia limitada, los avances en tecnología médica, la disponibilidad de profesionales capacitados y la rentabilidad del sector.

La justificación de crear un punto dermatológico en el sector de Calderón se basa en varios factores:

1. Demanda insatisfecha: Existe una creciente demanda de servicios dermatológicos en la zona, dado el crecimiento urbano y la falta de establecimientos especializados en esta área. Muchos residentes de Calderón deben desplazarse a otros sectores para recibir atención dermatológica, lo cual resulta incómodo y poco accesible.

2. Potencial de mercado: Calderón es un sector en desarrollo con una gran población y un creciente poder adquisitivo. Esto significa que existe una base de clientes potenciales dispuestos a pagar por servicios dermatológicos de calidad.

3. Competencia limitada: Si bien es cierto que existen algunos establecimientos de salud en Calderón, la mayoría de ellos no brindan servicios dermatológicos especializados. Esto representa una oportunidad para diferenciarse y captar una parte del mercado.

4. Avances en tecnología: La tecnología médica ha avanzado considerablemente en el campo de la dermatología en los últimos años. La inversión en equipos y tecnología de última generación permitiría brindar diagnósticos y tratamientos precisos y efectivos, lo cual sería valorado por los clientes.

5. Profesionales capacitados: Existe un talento médico especializado en dermatología disponible en la zona, lo cual facilita la formación de un equipo médico altamente capacitado y profesional.

6. Rentabilidad: Los servicios dermatológicos suelen tener un margen de rentabilidad elevado debido al alto valor agregado y a la demanda constante. Esto garantiza la sostenibilidad económica del negocio y la posibilidad de reinversión en mejoras y expansión.

OBJETIVO GENERAL

- Establecer un centro dermatológico de excelencia en el sector de Calderón, brindando servicios de calidad, personalizados en el campo de la dermocosmética, con la presencia de un profesional de dermatología altamente capacitado.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis exhaustivo del mercado dermatológico en el área de Calderón, para la realización del punto de venta dermatológico.
- Establecer alianzas estratégicas con proveedores de productos dermatológicos de calidad, diseñar y ejecutar estrategias de marketing efectivas que promuevan los servicios dermatológicos del negocio.
- Mantener actualizados los conocimientos y las habilidades del personal médico mediante la formación continua, evaluar y mejorar constantemente los procesos internos para asegurar un flujo de trabajo eficiente y sin problemas.
- Establecer tarifas competitivas que reflejen el valor agregado de los servicios ofrecidos y contribuir a la comunidad a través de programas de educación y concienciación sobre el cuidado de la piel.

CAPÍTULO I

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DERMATOLÓGICO EN EL SECTOR DE CALDERÓN”.

1.1. Necesidad o problemas para resolver

El presente plan de negocios tiene como necesidad la creación de un punto dermatológico en el sector de Calderón. Este proyecto surge como respuesta a la creciente demanda de servicios dermatológicos en la zona, así como la falta de establecimientos especializados en el cuidado de la piel.

El punto dermatológico estará enfocado en brindar una amplia gama de servicios relacionados con el cuidado y tratamiento de la piel. Contará con un equipo de profesionales altamente capacitados y ofrecerá servicios como diagnóstico y tratamiento de enfermedades de la piel, tratamientos cosméticos, cirugías menores y asesoramiento personalizado en el cuidado de la piel.

Además, el centro contará con tecnología de vanguardia y productos de alta calidad, asegurando así la efectividad y seguridad de los tratamientos realizados. Esto contribuirá a generar confianza y fidelización por parte de los clientes, lo que a su vez permitirá mantener una cartera estable de pacientes.

El sector de Calderón ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, lo que ha generado un aumento en la demanda de servicios de salud. Esto incluye el cuidado de la piel, que se ha vuelto una prioridad para muchas personas. Por lo tanto, la

ubicación estratégica del punto dermatológico en este sector nos permitirá aprovechar estas oportunidades de mercado y captar a un público objetivo diverso.

En cuanto al modelo de negocio, el punto dermatológico se sustentará principalmente en el pago de honorarios por parte de los clientes. Además, se buscará establecer alianzas estratégicas con otros centros de salud y spa para captar mayor cantidad de clientes. Asimismo, se promoverá una estrategia de marketing digital para dar a conocer los servicios y atraer a potenciales clientes.

La creación de un punto dermatológico en el sector de Calderón representa una oportunidad única para brindar servicios de calidad en el cuidado de la piel y cubrir una demanda insatisfecha en la zona. La combinación de profesionales capacitados, tecnología de vanguardia y una ubicación estratégica nos permitirá posicionarnos como líderes en el mercado y generar rentabilidad a largo plazo.

1.2. MARCO TEÓRICO

La decisión de abrir un punto dermatológico surge de la creciente demanda de atención dermatológica por parte de la población. Los trastornos de la piel como el acné, la rosácea, el eczema y el cáncer de piel están aumentando en todo el mundo, lo que ha llevado a un mayor interés en la consulta de dermatólogos profesionales, con la creciente demanda de atención dermatológica, abrir un centro especializado en el cuidado de la piel y puede ser una opción lucrativa. Además de diagnóstico y tratamiento de enfermedades de la piel, este tipo de clínica puede ofrecer servicios estéticos para mejorar la apariencia de la piel.

La creación de un punto dermatológico es un paso importante en la expansión de los servicios de atención médica especializada en el cuidado de la piel. Este tipo de clínica se dedica exclusivamente a diagnosticar y tratar enfermedades de la piel, así como a ofrecer servicios estéticos para mejorar la apariencia de esta.

El marco teórico de plan de negocios para la creación de un Punto Dermatológico incluye la investigación del mercado y la demanda, la definición de los servicios y recursos necesarios, las estrategias de marketing, el análisis financiero, los aspectos legales y regulatorios, y la evaluación de riesgos., se debe llevar a cabo una investigación exhaustiva sobre los aspectos fundamentales de la dermatología, esto permitirá desarrollar un enfoque teórico sólido y una comprensión clara de las bases del negocio.

Se requiere de una inversión inicial significativa en equipos especializados. Es fundamental contar con los instrumentos adecuados para realizar diagnósticos precisos, como lupas, lámparas de Wood y dermatoscopios. Además, se necesitará contar con un quirófano equipado con láseres y equipos de eliminación de lunares y verrugas.

Además de la inversión en equipos, se debe tener en cuenta la contratación de profesionales cualificados. Un punto dermatológico requiere de la presencia de un dermatólogo titulado, así como de técnicos especializados en estética facial y corporal. Estos profesionales deben tener una formación académica sólida y contar con experiencia en el tratamiento de enfermedades de la piel. (Fernández-Guarachi, 2020)

Tabla 1. Tratamientos comunes de dermatología

Tratamientos en Dermatología
Tratamiento para eliminar manchas
Dermatoscopia para detectar enfermedades y tumores de la piel
Diagnóstico y tratamiento de cáncer de piel
Rejuvenecimiento facial (depilación, tatuajes)
Láser de piel
Extracción de lunares
Tratamiento de verrugas

Nota 1. Los tratamientos que realizan los dermatólogos solo pueden ser tratados en un consultorio médico, tanto en consulta privada como en consulta pública.

Una vez que el punto dermatológico esté funcionando, es importante establecer una buena red de colaboración y derivación con otros profesionales de la salud. Esto es especialmente relevante si se quiere ofrecer una atención integral a los pacientes, ya que algunos trastornos de la piel pueden estar relacionados con problemas internos y requerir la intervención de otros especialistas médicos.

Tabla 2. Enfermedades más comunes de la piel en el Ecuador.

ENFERMEDADES MAS COMUNES EN LA PIEL	
Enfermedad	Descripción
Acné	Afección de la piel que causa la formación de granos y espinillas
Dermatitis	Inflamación de la piel que causa enrojecimiento, picazón y descamación
Psoriasis	Enfermedad crónica de la piel caracterizada por parches rojos y escamosos
Eccema	Afección de la piel que causa enrojecimiento, picazón y sequedad
Rosácea	Enfermedad de la piel que causa enrojecimiento y vasos sanguíneos visibles
Verrugas	Crecimientos no cancerosos en la piel causados por el virus del papiloma humano
Quemaduras	Daño en la piel causado por el calor, el frío, la radiación o productos químicos
Herpes	Infección viral que causa ampollas en los labios, genitales o cerca de la boca
Hongos en la piel	Infecciones fúngicas que pueden afectar diferentes áreas del cuerpo
Urticaria	Erupción cutánea que se caracteriza por protuberancias rojas y con picazón

Nota. Estas son las enfermedades que según la OMS han estado más presentes en el Ecuador.

En cuanto a los servicios ofrecidos, un punto dermatológico puede abarcar desde el tratamiento de enfermedades de la piel hasta la realización de procedimientos estéticos. Algunas clínicas dermatológicas ofrecen tratamientos láser para eliminar manchas, cicatrices o vello no deseado. También pueden ofrecer inyecciones de botox o rellenos dérmicos para reducir las arrugas y mejorar la apariencia de la piel. (Gálvez, 2017) (González-Sixto, 2019)

Para ello se debe analizar los siguientes puntos:

- a) **Mercado y demanda:** es un análisis detallado del mercado objetivo, identificando la demanda potencial de servicios dermatológicos en la zona de influencia. Esto implica analizar factores demográficos, socioeconómicos y de salud, así como la competencia existente y las oportunidades de mercado.
- b) **Servicios dermatológicos:** se describe en detalle los servicios que se ofrecerán en el Punto Dermatológico, como consultas médicas, tratamientos estéticos, dermatología clínica, cirugías dermatológicas, entre otros. También se debe analizar la viabilidad técnica y financiera de implementar estos servicios.
- c) **Recursos humanos:** definir el equipo de profesionales de la salud que formarán parte del Punto Dermatológico, como dermatólogos, cirujanos dermatológicos, enfermeras especializadas, entre otros. Se debe analizar la disponibilidad de estos profesionales y la capacidad de gestionar correctamente su contratación y retención.
- d) **Infraestructura y equipamiento:** Evaluar los diferentes aspectos relacionados con la infraestructura del Punto Dermatológico, como la ubicación, el tamaño y las características físicas del local. Además, se debe analizar el equipamiento necesario para ofrecer los servicios dermatológicos, como equipos médicos, mobiliario, sistemas informáticos, etc.

- e) **Estrategias de marketing y promoción:** Definir una estrategia de marketing y promoción para dar a conocer el Punto Dermatológico y atraer a los pacientes. Esto implica diseñar estrategias de publicidad, promociones, relaciones públicas, presencia en redes sociales, entre otros.
- f) **Análisis financiero:** Realizar un análisis detallado de los costos y los ingresos esperados del Punto Dermatológico. Esto incluye estimar los gastos operativos, el costo de los servicios, los precios de venta, las proyecciones de demanda y las previsiones financieras.
- g) **Aspectos legales y regulatorios:** Analizar los aspectos legales y regulatorios relacionados con la creación y funcionamiento de un Punto Dermatológico, como la obtención de permisos y licencias, la cumplimiento de regulaciones sanitarias, entre otros.
- h) **Evaluación de riesgos:** Identificar y evaluar los posibles riesgos y obstáculos que podrían afectar la viabilidad del proyecto, como la falta de demanda, la competencia agresiva, los cambios en las políticas de salud, entre otros. Se deben establecer estrategias para mitigar estos riesgos y asegurar la sostenibilidad del negocio. (Alcalay, (2018).)

Analizar y estudiar diferentes aspectos relacionados con el campo de la dermatología, como los avances en tratamientos y tecnologías, las necesidades del mercado, la competencia existente y las tendencias actuales del sector, por tal razón se detalla a continuación:

- **Dermatología:** Es la rama de la medicina que se encarga del diagnóstico y tratamiento de las enfermedades que afectan la piel, cabello y uñas se explorarán los diferentes campos y especialidades de la dermatología, como la dermatología clínica, dermatología estética y dermatología quirúrgica.
- **Piel:** La piel es el órgano más grande del cuerpo humano y actúa como una barrera protectora contra agentes externos. Está compuesta por tres capas: epidermis, dermis y tejido subcutáneo.
- **Enfermedades dermatológicas:** enfermedades de la piel más frecuentes: Hay una amplia variedad de enfermedades de la piel, pero algunas de las más comunes incluyen:

Acné: una afección cutánea que se caracteriza por la presencia de comedones (puntos negros y blancos), pápulas, pústulas y, en algunos casos, nódulos y quistes.

Dermatitis: Es una inflamación de la piel que puede ser causada por alergias, irritantes o enfermedades autoinmunes. Hay diferentes tipos de dermatitis, como la dermatitis atópica, seborreica y de contacto.

Dermatitis atópica: una enfermedad crónica de la piel que produce picazón, sequedad y enrojecimiento. También se asocia con la aparición de eccema.

Dermatitis de contacto: una reacción inflamatoria de la piel causada por el contacto con una sustancia irritante o alérgica.

Psoriasis: una enfermedad crónica autoinmune que se caracteriza por la aparición de parches de piel roja, escamosa y pica.

Infecciones cutáneas: Son causadas por bacterias, hongos o virus y pueden manifestarse como infecciones como el impétigo, la tiña, el herpes o el molusco contagioso.

Tecnologías y equipamiento: las tecnologías y equipos más utilizados en la dermatología, como láseres, equipos de radiofrecuencia, entre otros. Se evaluarán sus beneficios, funcionamiento y costos.

Competencia: se analizará la competencia existente en el área de influencia del punto dermatológico y cadenas de farmacias grandes. Se deben identificar los principales competidores y sus ventajas competitivas, así como también las oportunidades de diferenciación para el proyecto. (Agúndez, 2015) (Luna, 2015)



Figura 2. Las principales cadenas de farmacias más grandes del país. Realizado por el investigador.

Tabla 3. Farmacias o puntos de venta dermatológicos en la ciudad de Quito

LISTA DE FARMACIAS DERMATOLOGICAS POTENCIALES EN QUITO	SECTOR Y SECURSALES
COMFARPI	NORTE -SUR-CUMBAYA
MEDI PIEL	NORTE-SUR-TUMBACO
ECUAFARMA	NORTE-CUMBAYA
FARMACIA DERMATOLOGICA	CENTRO NORTE
DERMOFARMA	NORTE
ETERNIA DERMA	CENTRO NORTE
LUNA PIEL	NENTRO NORTE

Nota 2. Los puntos de venta dermatológicos mencionados están por toda la ciudad pero desde el sector de Carcelén hasta el sector del Pintado al sur de Quito, ninguna se sitúa en el barrio de Calderón.

Tratamientos disponibles:

Los tratamientos para las enfermedades de la piel varían dependiendo de la afección y su gravedad. Algunos tratamientos comunes incluyen:

- *Medicamentos tópicos*: como cremas, lociones, ungüentos y geles para aliviar los síntomas y tratar enfermedades como el acné, la psoriasis y la dermatitis.
- *Medicamentos sistémicos*: cuando las afecciones son más graves o no responden a los tratamientos tópicos, los dermatólogos pueden prescribir medicamentos orales o inyectables.
- *Terapia de luz*: la fototerapia, también conocida como terapia de luz, se utiliza para tratar enfermedades como la psoriasis y el vitiligo mediante la exposición controlada a la radiación ultravioleta.
- *Cirugía*: se pueden realizar procedimientos quirúrgicos, como la eliminación de lunares o la extirpación de lesiones cutáneas sospechosas de cáncer de piel.
- *Terapia fotodinámica*: Se utiliza luz y ciertos medicamentos fotosensibilizantes para destruir células cancerosas.
- *Cirugía dermatológica*: Se realiza para extirpar lesiones cutáneas, como tumores o quistes.
- *Cryoterapia*: Se utiliza nitrógeno líquido para congelar y destruir tejido cutáneo anormal, como verrugas o queratosis actínica.

Es importante destacar que el diagnóstico y tratamiento adecuados de las enfermedades de la piel deben ser realizados por un dermatólogo, ya que cada caso puede requerir un enfoque personalizado.

- a) **Excelencia clínica:** Ofrece atención médica de calidad, con profesionales altamente capacitados y utilizando técnicas y tecnologías de última generación.
- b) **Enfoque integral:** Ofrece un servicio completo que incluya tanto el diagnóstico y tratamiento de enfermedades dermatológicas, como también procedimientos estéticos y programas de cuidado preventivo.
- c) **Atención personalizada:** Ofrece un trato personalizado y cercano a los pacientes, escuchando sus necesidades y brindándoles soluciones individualizadas.

En la actualidad las enfermedades de la piel pueden ser difíciles de diagnosticar debido a sus características visuales, los médicos especializados realizar un diagnóstico preciso a través de exámenes clínicos y pruebas dermatológicas. Esto evita la confusión en el diagnóstico y garantiza que los pacientes reciban el tratamiento adecuado. (Rincón, 2018); (González, 2019)

En los últimos años, se ha observado un aumento en la preocupación por el cuidado de la piel y la necesidad de contar con profesionales capacitados y especializados en dermatología. Sin embargo, la oferta de servicios en esta área en el sector de Calderón es limitada, lo que hace necesario la creación de un centro especializado que satisfaga esta demanda.

Es de suma importancia para la comunidad los médicos dermatólogos quienes son especialistas en el diagnóstico y tratamiento de enfermedades de la piel, como el acné, la dermatitis, las infecciones fúngicas, las enfermedades autoinmunes de la piel y el cáncer de piel. Tener acceso a estos profesionales es crucial para recibir un diagnóstico adecuado y recibir un tratamiento para estas enfermedades; también desempeñan un papel importante en la educación sobre el cuidado de la piel.

Los médicos dermatólogos son expertos en la detección temprana del cáncer de piel, pueden proporcionar información sobre cómo protegerse del sol de manera adecuada, cómo mantener una piel sana y cómo manejar afecciones de la piel de forma correcta. Esto es especialmente relevante en una parroquia de Calderón, donde el clima puede ser soleado y la exposición solar excesiva es un factor de riesgo para el desarrollo de cáncer de piel, las actividades al aire libre son comunes, y la población puede desconocer las medidas preventivas necesarias para evitar enfermedades de la piel por esta razón estos especialistas son clave para mantener una buena la salud cutánea y prevenir complicaciones graves, como el cáncer de piel. (Pacheco, 2020)

La ventaja de tener un punto dermatológico especializado en Calderón es que los pacientes pueden recibir una atención integral y personalizada para el cuidado de su piel. Los profesionales pueden evaluar la condición de la piel, realizar diagnósticos precisos y recomendar tratamientos adecuados, es importante que adicional tenga la venta de productos, estos expertos pueden recomendar productos a los clientes adecuados para su cuidado. Además,

un punto dermatológico bien establecido puede ofrecer una amplia variedad de productos dermatológicos y ofrecer a los pacientes la posibilidad de adquirir productos dermatológicos de alta calidad, así como recibir asesoramiento médico experto sobre el cuidado y tratamiento de la piel incluyendo cremas, lociones, limpiadores, protectores solares, tratamientos específicos para el acné, la rosácea, las manchas en la piel, entre otros.

Los pacientes pueden encontrar en este lugar una gama completa de opciones para el cuidado de la piel, adaptadas a sus necesidades individuales y también ofrece a los pacientes un espacio especializado donde pueden recibir atención médica y tratamiento específico para enfermedades de la piel y asesoramiento experto en el campo de la dermatología. (Salinas, 2021)

Muchas veces, los pacientes no tienen acceso directo a dermatólogos, lo que dificulta la atención adecuada de enfermedades de la piel, algunos deben esperar largos periodos de tiempo o acudir a lugares más lejanos para recibir el tratamiento adecuado. Esto es especialmente importante en casos de enfermedades dermatológicas agudas, como infecciones cutáneas o reacciones alérgicas, donde la pronta intervención médica es fundamental y así muchas enfermedades de la piel pueden prevenirse o controlarse mejor si se detectan en etapas tempranas. (Smith, 2020)

1.3. MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual, se describen los aspectos clave de este proyecto, incluyendo su justificación, objetivos, servicios ofrecidos y referencias bibliográficas, requiere un análisis de mercado para identificar la demanda de servicios dermatológicos en un área determinada, así como un estudio financiero para evaluar la viabilidad del proyecto. Es necesario también contar con un equipo médico cualificado y con la infraestructura adecuada para brindar una atención de calidad.

La dermatología es una especialidad médica que se enfoca en el diagnóstico, tratamiento y prevención de enfermedades y condiciones relacionadas con la piel, cabello y uñas. La demanda de servicios dermatológicos ha aumentado significativamente en los últimos años debido al creciente interés en la estética y en el cuidado de la piel. (Ruiz, 2015)

El objetivo principal de un punto dermatológico es brindar una atención especializada y de calidad a los pacientes, a través de un equipo multidisciplinario de dermatólogos, dermatólogos estéticos y otros especialistas en cuidado de la piel. Este equipo debe contar con la formación y experiencia necesaria para realizar diagnósticos precisos y ofrecer tratamientos efectivos para una amplia gama de afecciones dermatológicas.

Entre los servicios que un punto dermatológico puede ofrecer se incluyen:

1. **Consultas dermatológicas:** Evaluación y diagnóstico de enfermedades de la piel, tales como acné, psoriasis, eczemas, dermatitis, entre otras.

2. **Cirugía dermatológica:** Realización de biopsias, extirpación de tumores cutáneos benignos y malignos, entre otros procedimientos quirúrgicos en la piel.
3. **Dermatología estética:** Tratamientos para el rejuvenecimiento de la piel, como la aplicación de botox, rellenos dérmicos, peelings químicos y tratamientos láser.
4. **Dermatología pediátrica:** Atención médica especializada en niños y adolescentes con afecciones de la piel, como erupciones cutáneas, alergias, y otras enfermedades específicas de esta etapa de la vida.
5. **Enfermedades de transmisión sexual (ETS):** Diagnóstico y tratamiento de enfermedades de transmisión sexual que afectan la piel, como herpes, sarna, verrugas genitales, entre otras. (Kumar V,Ahuja A,Gupta R. , 2019)

1.4. MARCO LEGAL

Son los aspectos legales y normativos que deben cumplirse para operar legalmente en el campo de la dermatología. Algunos de los aspectos legales que debes considerar son los siguientes:

- I. **Licencias y permisos:** son necesarias para operar como un negocio de atención médica. Esto puede incluir una licencia de funcionamiento, un registro de establecimiento de atención médica, y cualquier otro permiso requerido por las autoridades competentes.
- II. **Conformidad normativa:** se debe cumplir con las normativas y regulaciones pertinentes a la práctica médica y la prestación de servicios dermatológicos. Esto puede incluir el cumplimiento de estándares de seguridad, regulaciones sanitarias y normas de calidad en la atención médica.
- III. **Personal médico calificado:** es aquel personal médico que trabajarán en el punto dermatológico estén debidamente calificados y tengan las licencias y certificaciones requeridas para ejercer la dermatología.
- IV. **Protección de datos personales:** Al tratar con información sensible de los pacientes, como su historial médico y datos personales, se debe cumplir con las leyes de protección de datos personales y garantizar la confidencialidad y seguridad de esta información.

- V. **Seguro médico:** Tener un seguro médico adecuado para cubrir cualquier posible riesgo u reclamación que pudiera surgir durante la prestación de servicios dermatológicos.

- VI. **Reglamentación de productos:** En caso de vender productos dermatológicos, se debe asegurar de cumplir con las regulaciones aplicables a la venta y comercialización de estos productos, como etiquetado adecuado, cumplimiento de requisitos de seguridad y registro de productos, si es necesario.

- VII. **Publicidad y marketing:** Cumplir con las leyes de publicidad y marketing en el campo de la medicina. Esto puede incluir restricciones sobre la promoción de servicios médicos, la veracidad de la información en la publicidad y la necesidad de obtener el consentimiento del paciente antes de utilizar sus testimonios o imágenes en materiales promocionales.

Es importante consultar con profesionales legales y de la salud para garantizar el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones aplicables en tu ubicación específica antes de comenzar tu negocio de punto dermatológico. (Legal, 2016)

CAPÍTULO II

2. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

2.1. MODELO DE INVESTIGACIÓN

En la elaboración de este proyecto se utilizó una combinación en los enfoques cualitativo y cuantitativo, se puede obtener una visión completa y detallada sobre la viabilidad del negocio propuesto en la creación de un punto dermatológico en Quito, Ecuador.

El enfoque cuantitativo se basará en recolectar y analizar datos numéricos para evaluar la viabilidad del negocio. Algunos aspectos cuantitativos que se pueden considerar en el plan de negocios incluyen:

- a. **Estudio de mercado:** Realizar encuestas y análisis de datos demográficos para determinar la demanda de servicios dermatológicos en Quito. Identificar el tamaño de mercado, segmentos potenciales y competencia existente.
- b. **Análisis financiero:** Realizar proyecciones financieras y determinar los costos de inversión, gastos operativos, ingresos esperados y retorno de la inversión. Evaluar la viabilidad económica del proyecto.
- c. **Estudio de precios:** Investigar los precios promedio de los servicios dermatológicos en la zona y determinar la estructura de precios competitiva para el negocio. Evaluar la rentabilidad y la fijación de precios adecuada.
- d. **Análisis de riesgos:** Evaluar los riesgos potenciales del negocio, como la variación en la demanda de servicios dermatológicos, cambios en la regulación

gubernamental y competencia adicional. Realizar un análisis costo-beneficio para minimizar los riesgos y maximizar los beneficios. (Martínez, 2009)

El enfoque cualitativo, por otro lado, se centrará en recopilar y analizar datos no numéricos para evaluar las necesidades y preferencias de los clientes, así como los factores subjetivos relacionados con el éxito del negocio. Algunos aspectos cualitativos que se pueden considerar en el plan de negocios incluyen:

- Investigación cualitativa de mercado: Realizar entrevistas a potenciales clientes para comprender sus necesidades específicas en términos de servicios dermatológicos. Identificar preferencias, expectativas y demandas no cubiertas.
- Análisis de la competencia: Evaluar la calidad y reputación de los competidores existentes en el mercado local. Analizar sus fortalezas y debilidades para identificar oportunidades y amenazas para el negocio propuesto.
- Estudio de satisfacción del cliente: Realizar encuestas y entrevistas a clientes potenciales para obtener retroalimentación sobre los servicios dermatológicos existentes en la zona. Identificar áreas de mejora y oportunidades para la diferenciación del negocio.
- Análisis de factibilidad técnica: Evaluar la disponibilidad y accesibilidad de recursos técnicos necesarios para ofrecer servicios dermatológicos de calidad. Considerar la capacidad de firmar acuerdos con proveedores de equipos y productos confiables.

(Sánchez, 2008)

2.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

2.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El tipo de investigación que se debe realizar para desarrollar un plan de negocios para la creación de un punto dermatológico sería una investigación de mercado y una investigación de viabilidad. Estos estudios proporcionarán una base sólida para la elaboración de un plan de negocios completo y detallado que aborde todos los aspectos clave del establecimiento y éxito del punto dermatológico

2.2.1.1. Investigación de mercado: Esta investigación implica recopilar datos e información sobre la industria de la dermatología y el mercado objetivo al que se dirigirá el negocio. Algunos aspectos clave a investigar incluyen:

2.2.1.1.1. Demanda de servicios dermatológicos: Analizar el tamaño y la demanda del mercado local de servicios dermatológicos para determinar si hay suficiente demanda para justificar la creación de un nuevo punto.

2.2.1.1.2. Competencia: Evaluación de la competencia existente en la zona, identificando a otros centros dermatológicos u otros profesionales de la piel. Analizar sus servicios y precios, así como su reputación en el mercado.

2.2.1.1.3. Perfil del cliente objetivo: Investigar las necesidades, hábitos y preferencias de los posibles clientes objetivo. Obtener información demográfica (edad, sexo, ubicación, etc.) y realizar encuestas o entrevistas para comprender sus necesidades y expectativas.

- 2.2.1.1.4. Tendencias de la industria: Evaluar las tendencias actuales y futuras de la industria dermatológica, como nuevos tratamientos, tecnologías o enfoques de cuidado de la piel.
- 2.2.1.2. **Investigación de viabilidad:** Esta investigación implica evaluar si el proyecto de negocio es factible y viable en términos financieros y operativos. Algunos aspectos por considerar:
- 2.2.1.2.1. Análisis de costos: Estimar los costos asociados con el establecimiento y funcionamiento del punto dermatológico, como el alquiler del local, equipo médico, materiales, productos cosméticos y salarios del personal.
- 2.2.1.2.2. Análisis de ingresos: Prever los ingresos potenciales a través de la prestación de servicios dermatológicos, como consultas, tratamientos, procedimientos estéticos y venta de productos relacionados.
- 2.2.1.2.3. Rentabilidad y retorno de la inversión (ROI): Evaluar la rentabilidad y el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial.
- 2.2.1.2.4. Recursos y capacidades necesarias: Identificar los recursos humanos y técnicos necesarios para operar eficientemente el punto dermatológico.
- 2.2.1.2.5. Aspectos legales y regulatorios: Investigar los requisitos legales y regulatorios relacionados con la apertura y operación de un centro dermatológico, como licencias, permisos y cumplimiento normativo. (García, (2007).)

2.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Es necesario realizar una investigación exhaustiva en varios niveles para tomar decisiones informadas y diseñar una estrategia sólida para el éxito del negocio.

Los niveles de investigación que se deben considerar:

2.3.1. **Investigación de mercado:** Es fundamental comprender el mercado dermatológico en Quito. Esto implica identificar el tamaño del mercado, el crecimiento esperado, la demanda de servicios dermatológicos, la competencia existente y las tendencias del mercado. Esta investigación puede implicar encuestas a clientes potenciales, análisis de estadísticas y datos demográficos, y entrevistas con expertos en el sector.

2.3.2. **Investigación de la competencia:** Es importante identificar y analizar a los competidores directos e indirectos que ofrecen servicios dermatológicos en Quito. Esto implica investigar sus servicios, precios, posicionamiento en el mercado, reputación y estrategias de marketing. La investigación de la competencia permitirá identificar oportunidades y amenazas en el mercado y diseñar estrategias para diferenciarse.

2.3.3. **Investigación de costos y viabilidad financiera:** Es necesario realizar un análisis cuidadoso de los costos asociados con la creación y operación de un punto dermatológico en Quito. Esto incluye el costo del alquiler o compra de un local, los gastos de personal, los costos de equipos y tecnología, los costos de marketing y

publicidad, entre otros. Además, se debe realizar un estudio de viabilidad financiera para evaluar la rentabilidad del negocio y el retorno de la inversión esperado.

2.4. LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Es importante utilizar técnicas de investigación para obtener información relevante y precisa al desarrollar un plan de negocios para un punto dermatológico, recopilar información relevante y precisa sobre el mercado, la industria, la viabilidad financiera, los proveedores y productos, así como las regulaciones legales y regulatorias. Esta investigación ayudará a tomar decisiones informadas y aumentará las posibilidades de éxito del negocio.

2.4.1. Investigación de la industria: Para comprender la industria dermatológica y las tendencias actuales, es importante investigar y analizar informes y estadísticas del sector. Se pueden analizar datos de crecimiento, demanda, regulaciones y tendencias tecnológicas en el campo de la dermatología.

2.4.2. Investigación de proveedores y productos: Es necesario investigar y seleccionar proveedores confiables de equipos, productos y suministros necesarios para el punto dermatológico. Se puede realizar una investigación exhaustiva para comparar precios, calidad y opciones de proveedores. Además, es importante investigar y evaluar los productos dermatológicos disponibles en el mercado y determinar qué productos serán ofrecidos en el punto dermatológico.

2.5. LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estos instrumentos de investigación pueden ayudar a recopilar información relevante y tomar decisiones informadas al planificar el establecimiento de un punto dermatológico. Es importante realizar un análisis exhaustivo antes de invertir en este tipo de negocio para evaluar su viabilidad y asegurarse de satisfacer las necesidades del mercado. Se puede utilizar el Análisis FODA: (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) puede ser un instrumento útil para evaluar las fortalezas y debilidades internas de la empresa, así como las oportunidades y amenazas en el entorno externo. Este análisis puede proporcionar información valiosa para el desarrollo de estrategias empresariales.

2.6. ANÁLISIS FODA

Tabla 4. Tabla FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Conocimiento especializado en dermatología.2. Amplia gama de productos dermatológicos de calidad.3. Buena reputación y credibilidad en el mercado.	<ol style="list-style-type: none">1. Crecimiento del mercado de productos dermatológicos.2. Creciente interés por el cuidado de la piel y la belleza.3. Posibilidad de expandir el negocio a través de alianzas estratégicas con dermatólogos reconocidos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Competencia en el mercado de productos dermatológicos.2. Falta de experiencia en la gestión de un punto de venta.3. Limitaciones en el presupuesto para la promoción y publicidad del negocio.	<ol style="list-style-type: none">1. Cambios en las regulaciones sanitarias que afecten la comercialización de productos dermatológicos.2. Ingresos de competidores con marcas consolidadas en el mercado.3. Posible disminución en la demanda de productos dermatológicos debido a cambios en las tendencias de consumo.

Elaborador por: Realizado por Nathalie Rodríguez

Tabla 5. Matriz cruzada de Estrategias F.O.D.A

<p style="text-align: center;">EXTERNAS</p> <p style="text-align: center;">INTERNAS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento del mercado de productos dermatológicos. 2. Creciente interés por el cuidado de la piel y la belleza. 3. Posibilidad de expandir el negocio a través de alianzas estratégicas con dermatólogos reconocidos. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cambios en las regulaciones sanitarias que afecten la comercialización de productos dermatológicos. 2. Ingresos de competidores con marcas consolidadas en el mercado. 3. Posible disminución en la demanda de productos dermatológicos debido a cambios en las tendencias de consumo.
<p>FORTALEZAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento especializado en dermatología. 2. Amplia gama de productos dermatológicos de calidad. 3. Buena reputación y credibilidad en el mercado. 	<p>F.O.</p> <p>F1.O1: Utilizar el conocimiento especializado en dermatología y la amplia gama de productos de calidad para capitalizar en el crecimiento del mercado de productos dermatológicos.</p> <p>F2.O2: Establecer alianzas estratégicas con dermatólogos reconocidos para expandir el negocio y aumentar la credibilidad en el mercado.</p> <p>F3.O3: Aprovechar el aumento del interés por el cuidado de la piel y la belleza para promocionar los productos y servicios de la empresa.</p>	<p>F.A.</p> <p>F1.A1: Utilizar la buena reputación y credibilidad en el mercado para hacer frente a la competencia de marcas consolidadas.</p> <p>F2.A2.F3.: Estar atentos a los cambios en las regulaciones sanitarias y adaptar los productos y procesos de comercialización para cumplir con los requisitos.</p>
<p>DEBILIDADES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia en el mercado de productos dermatológicos. 2. Falta de experiencia en la gestión de un punto de venta. 3. Limitaciones en el presupuesto para la promoción y publicidad del negocio. 	<p>D.O.</p> <p>D1.O1: Adquirir experiencia en la gestión de un punto de venta mediante capacitaciones o contratación de personal especializado.</p> <p>D2.O2: Aprovechar las oportunidades de crecimiento del mercado para generar ingresos que permitan invertir en la promoción y publicidad del negocio.</p>	<p>D.A.</p> <p>D1.A1: Buscar alianzas con proveedores o distribuidores para hacer frente a las limitaciones en el presupuesto y la competencia de marcas consolidadas.</p> <p>D2.A2.D3: Estar preparados para posibles cambios en las tendencias de consumo y diversificar la oferta de productos para mantenerse relevantes en el mercado.</p>

Elaborado por: Nathalie Rodriguez

ESTRATEGIAS ENCONTRADAS EN F.O.D.A.:

1. Aprovechar la fortaleza en conocimiento y amplia gama de productos para diferenciarse de la competencia y posicionarse como un punto de venta confiable y especializado en dermatología.
2. Aprovechar las oportunidades de crecimiento del mercado y de expansión a través de alianzas estratégicas con dermatólogos reconocidos para aumentar la visibilidad y credibilidad del negocio.
3. Superar las debilidades a través de la formación de un equipo de trabajo con experiencia en gestión de puntos de venta y la optimización del presupuesto para promoción y publicidad.
4. Mitigar las amenazas a través de un monitoreo constante de las regulaciones sanitarias y de la competencia, así como de la diversificación de productos y servicios para adaptarse a las tendencias del mercado.

SÍNTESIS F.O.D.A

Compendio de Combinaciones Matriz F.O.D.A.

F.O.

F1.O1: Utilizar el conocimiento especializado en dermatología y la amplia gama de productos de calidad para capitalizar en el crecimiento del mercado de productos dermatológicos.

F2.O2: Establecer alianzas estratégicas con dermatólogos reconocidos para expandir el negocio y aumentar la credibilidad en el mercado.

F3.O3: Aprovechar el aumento del interés por el cuidado de la piel y la belleza para promocionar los productos y servicios de la empresa.

F.A.

F1.A1: Utilizar la buena reputación y credibilidad en el mercado para hacer frente a la competencia de marcas consolidadas.

F2.A2.F3.: Estar atentos a los cambios en las regulaciones sanitarias y adaptar los productos y procesos de comercialización para cumplir con los requisitos.

D.O.

D1.O1: Adquirir experiencia en la gestión de un punto de venta mediante capacitaciones o contratación de personal especializado.

D2.O2: Aprovechar las oportunidades de crecimiento del mercado para generar ingresos que permitan invertir en la promoción y publicidad del negocio.

D.A.

D1.A1: Buscar alianzas con proveedores o distribuidores para hacer frente a las limitaciones en el presupuesto y la competencia de marcas consolidadas.

D2.A2.D3: Estar preparados para posibles cambios en las tendencias de consumo y diversificar la oferta de productos para mantenerse relevantes en el mercado.

Determinación de la muestra

El cálculo de muestra estadística en un estudio es importante para tener una idea de a cuantas personas debemos realizar la encuesta, ya que la población es de cada sector es una gran cantidad y para tener un mejor manejo se realiza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{(N - 1) * e^2 + z^2 * P * Q}$$

Donde:

z^2 : Nivel de confianza

σ^2 : Desviación estándar

e^2 : Margen de error

N : El tamaño total de la población.

$$n = \frac{1,44^2 * 0,5 * 0,5 * 152242}{(152242 - 1) * 0,05^2 + 1,44^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 208 \text{ encuestados}$$

A continuación se muestra el tipo de segmentación que se tomó como referencia:

Tabla 6. Segmentación de la población del barrio de Calderón.

TIPOS DE SEGMENTACION	VARIABLE DE SEGMENTACION
DEMOGRAFIA	EDAD: DE LOS 30 A 60 AÑOS
	GENERO: INDISTINTO
GEOGRAFIA	PARROQUIA DE CALDERON

Nota: Se ha segmentado la población de un total de 152.242 habitantes para tener una muestra estadística.

ENCUESTA

Se ha realizado una encuesta basándonos en el número de muestra, han sido 208 personas que viven en el sector de Calderón, a continuación los resultados:

1. ¿Se ha realizado exámenes dermatológicos durante los 3 últimos meses?

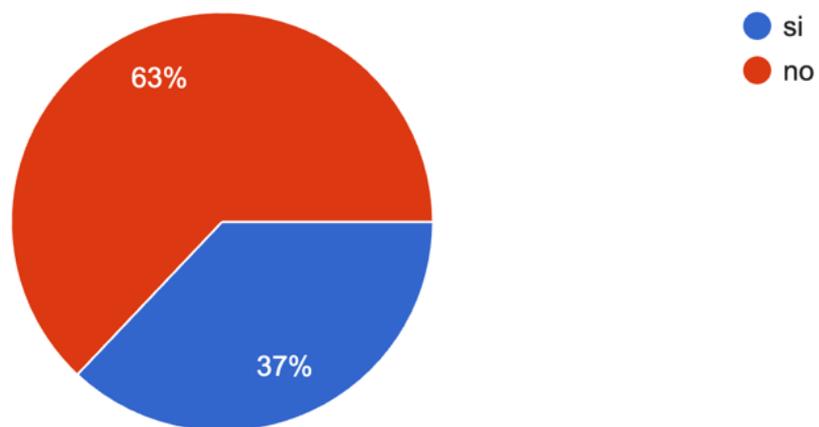


Figura 3. Resultado de personas examinados por dermatólogos en los 3 últimos meses

Análisis: Basado en los datos proporcionados, podemos concluir que, durante los últimos tres meses, el porcentaje de respuestas negativas en los exámenes dermatológicos fue del 63%, mientras que el porcentaje de respuestas positivas fue del 37%.

Se ve una oportunidad de crear una campaña para un diagnóstico oportuno para los pacientes.

2. ¿Conoce algún punto de venta dermatológico en Quito?

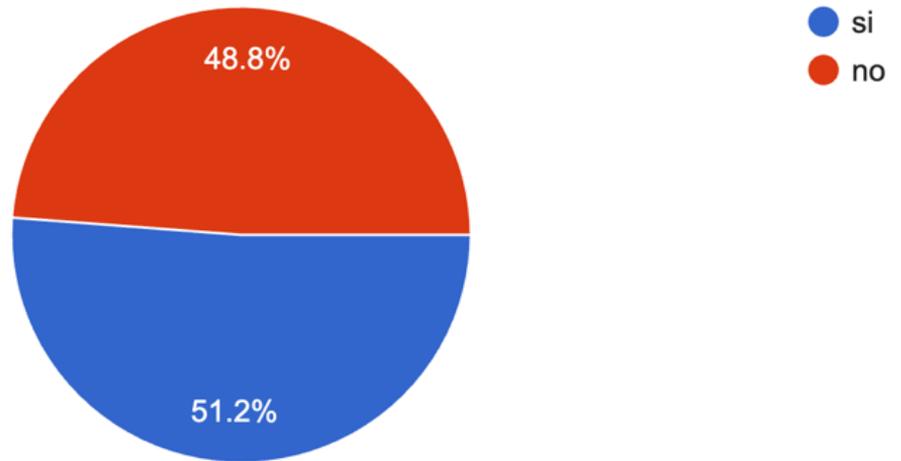


Figura 4. Conocimiento de puntos de venta dermatológico

Análisis: El 51,2% de los encuestados si conocen o sin han ido a un punto de venta dermatológico, que mientras el resto que es casi la mitad del 100% no conoce.

3. ¿Se ha realizado procedimiento estéticos?

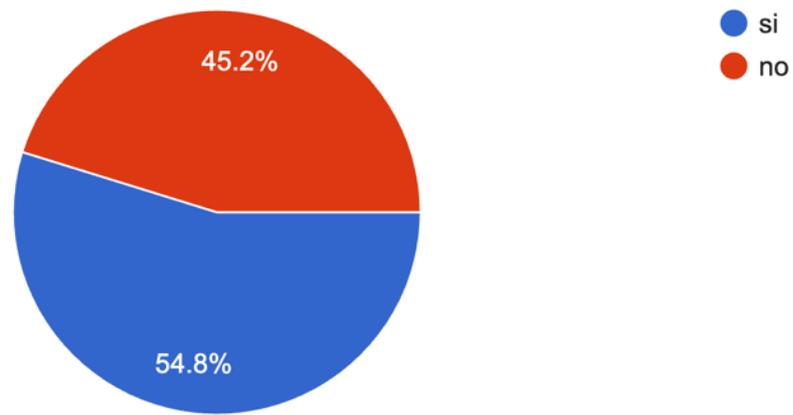


Figura 5. Realización de procedimientos estéticos

Análisis: La mayoría de los encuestados se han realizado procedimientos dermatológicos con un total de 54,8% mientras que el 45,2% no se ha realizado, es una oportunidad de mercado para hacer publicidad del mismo.

4. ¿Cuál de las siguientes patologías ha tenido durante los 3 últimos años?

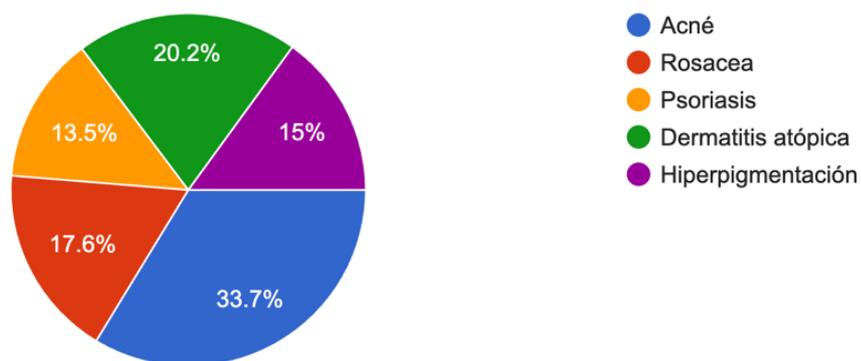


Figura 6. Patologías en los encuestados los últimos 3 años

Análisis: Las patologías más comunes han estado presentes en todos los encuestados, que han pasado a lo largo de los años. La más común es el acné con un 33,7% y le sigue la dermatitis atópica con un 20,2%. Este es un mercado grande para poder adquirir diferentes productos para las necesidades de todos los pacientes.

5. Considera que los productos de la piel son fáciles de adquirirlos?

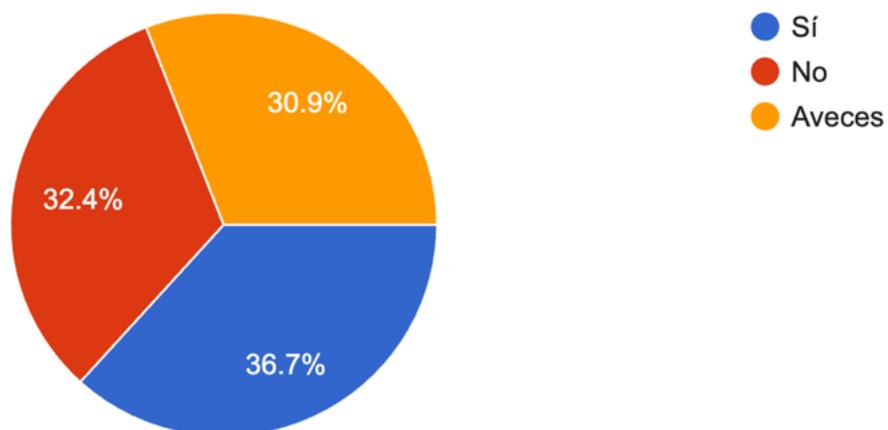


Figura 7. Factibilidad de encontrar productos de la piel

Análisis: Este es un resultado bastante apretado entre si consideran fáciles adquirir los productos y no, por ende tener un punto de venta dermatológico al alcance de todos es una buena oportunidad de crecimiento.

6. ¿Ha sido examinado por los lunares existentes en tu piel?

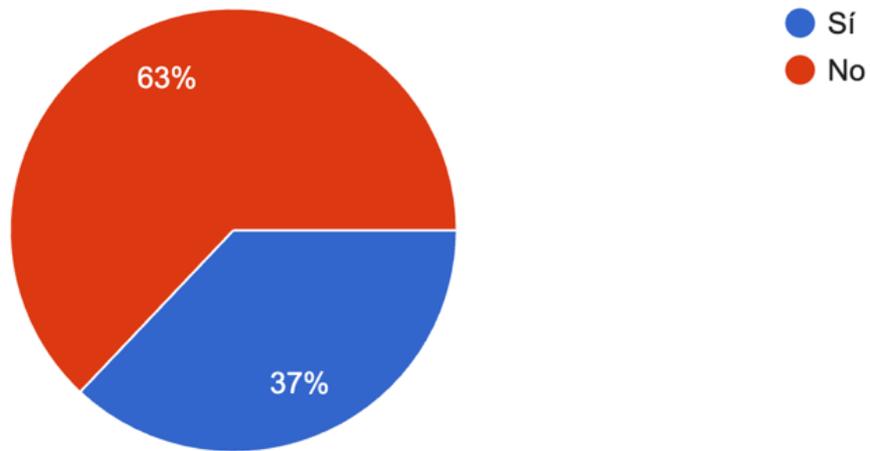


Figura 8. Revisión de lunares en la piel

Análisis: El 63% de los encuestado no han sido examinados por lunares en la piel, estos lunares pueden ser benignos o malignos, dando paso a una buena alternativa de campaña para llamar la atención de todos los pacientes.

7. ¿Cuál es el valor promedio que estás dispuesto a pagar por una consulta dermatológica?

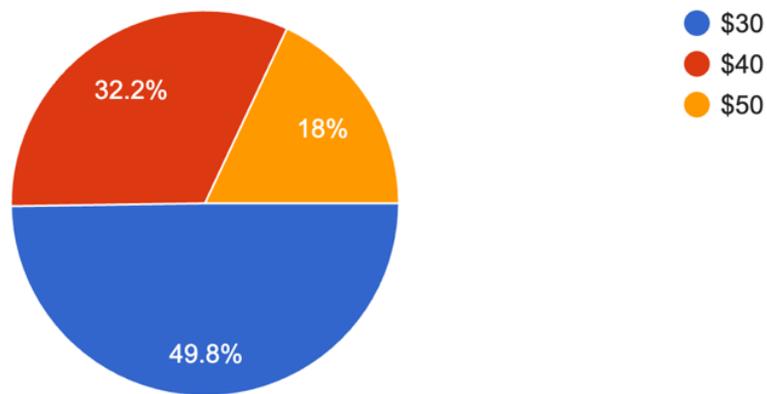


Figura 9. Valor por una consulta dermatológica

Análisis: Casi el 50% de los encuestado están a favor que cada consulta médica cueste alrededor de 30%, esto es debido a la sectorización que se está basando el proyecto.

8. Cuál es el valor promedio que estás dispuesto a pagar por un tratamiento de tu piel?

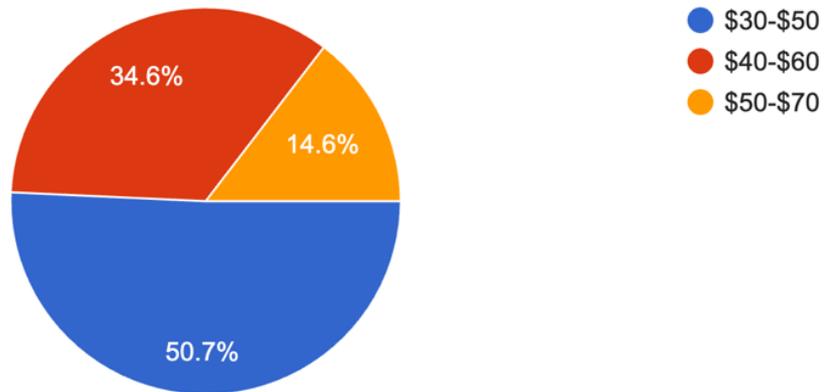


Figura 10. Valor por el tratamiento completo de la piel

Análisis: Los tratamiento dermatológicos son costosos pero más del 50% de los encuestados, estan dispuestos a pagar entre \$30 a \$50 USD por tratamiento, esto es un foco para poder obtener y vender productos del mercado de alto y bajo coste.

9. Te gustaría que un punto dermatológico tenga servicio a domicilio sin recargo adicional?

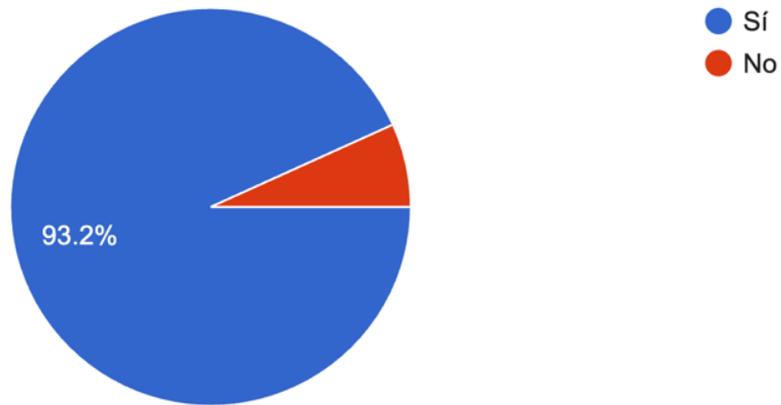


Figura 11. Envíos sin recargo de los productos.

Análisis: Más del 90% de los encuestados está a favor de que los productos puedan ser entregados de forma domiciliaria sin costo alguno.

10. ¿Cuál de todas las empresas es la que más conoces?

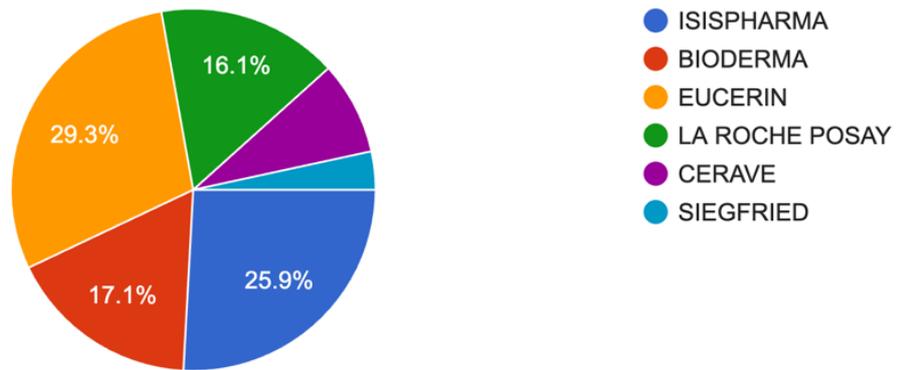


Figura 12. Conocimientos de los laboratorios farmacéuticos

Análisis: Como se puede observar, se debe tener algunos productos de todas los laboratorio más conocidos del Ecuador, debido a que las prescripciones y publicidad hacen que los pacientes conozcan más el producto, y mucho más de Eucerin, Isispharma y Bioderma.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA

3.1. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Los puntos de ventas de productos dermatológicos-estéticos son escasos en la parroquia de Calderón. creando la necesidad de la existencia de la creación de una empresa o negocio que atienda las necesidades de los pacientes que acuden a las citas médicas de la especialidad de Dermatología y estética, en razón de que ambas áreas médicas, tiene una alta demanda de pacientes que acuden con varias patologías relacionadas a la piel, como es el cáncer a la piel, enfermedades cutáneas como el acné, exposición a la contaminación ambiental, los rayos ultravioleta, entre otros. Este tipo de mercado necesita un lugar donde adquirir sus productos relacionados a la piel y así entrar en un **MERCADO COMPETITIVO Y SATISFACER LA DEMANDA.**

Por lo tanto, voy a crear un punto dermatológico llamado **DERMACENTRO VEN A MI**, con venta de productos dermatológicos se convierte en una solución necesaria para mejorar la calidad de vida de los pacientes. Este punto no solo proporcionaría una amplia gama de productos, sino que también contaría con dermatólogos especializados que asesorarían y guiarían a los pacientes para obtener los productos más adecuados para su tipo de piel y afecciones específicas.

Nombre de la empresa:

DERMACENTRO VEN A MI

Logo de la empresa:



Figura 13. Logo de la empresa, realizado por el investigador

3.1.1. Misión:

Proveer a los pacientes productos dermatológicos de alta calidad, que les ayuden a mejorar la salud y apariencia de su piel. Ofrecer un servicio integral y personalizado, brindando información y asesoramiento profesional para satisfacer las necesidades individuales de cada paciente. Ser un referente en el cuidado dermatológico, promoviendo la salud y el bienestar de los clientes.

3.1.2. Visión:

Ser reconocidos como el punto dermatológico líder en la venta de productos y servicios especializados para el cuidado de la piel. Mantener una continua innovación en la oferta de productos y en la atención al cliente, utilizando tecnología de vanguardia y manteniendo una relación estrecha con expertos en dermatología. Ser el lugar al que los clientes acuden confiados en encontrar soluciones efectivas y de confianza para los problemas de la piel.

3.1.3. Localización:

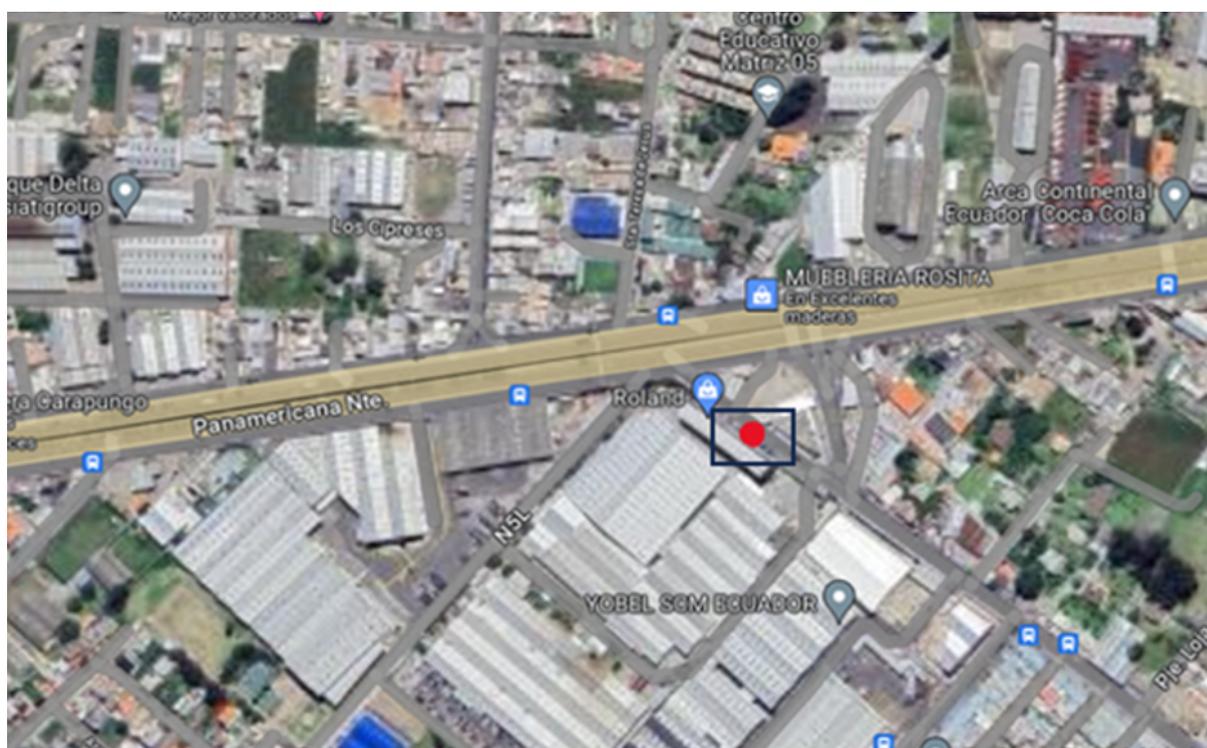


Figura 14. Calle principal: García Moreno y Panamericana Norte

Servicios que prestará la empresa

Tabla 7. Servicios que se darán al paciente en el dermocentro

QUE INCUYE LA CONSULTA MEDICA DERMATOLOGICA
APERTURA DE HISTORIA CLINICA
RECOPIACION DE INFORMACION DEL PACIENTE
CHEQUEO DEL PACIENTE
ENVIO DE EXAMENES
TRATAMIENTO

Nota. Realizado por el investigador

3.2. PROPUESTA TÉCNICA

La realización del punto de venta dermatológico se va a dividir entre el departamento de ventas y el de consulta médica. Dermocentro Ven a MI va a tener exhibidores en la sala central del local junto con el counter de servicio al cliente y asesoramiento de la dependiente de turno.

A continuación, se ha realizado el plano de cómo va a ser el punto de venta dermatológico:

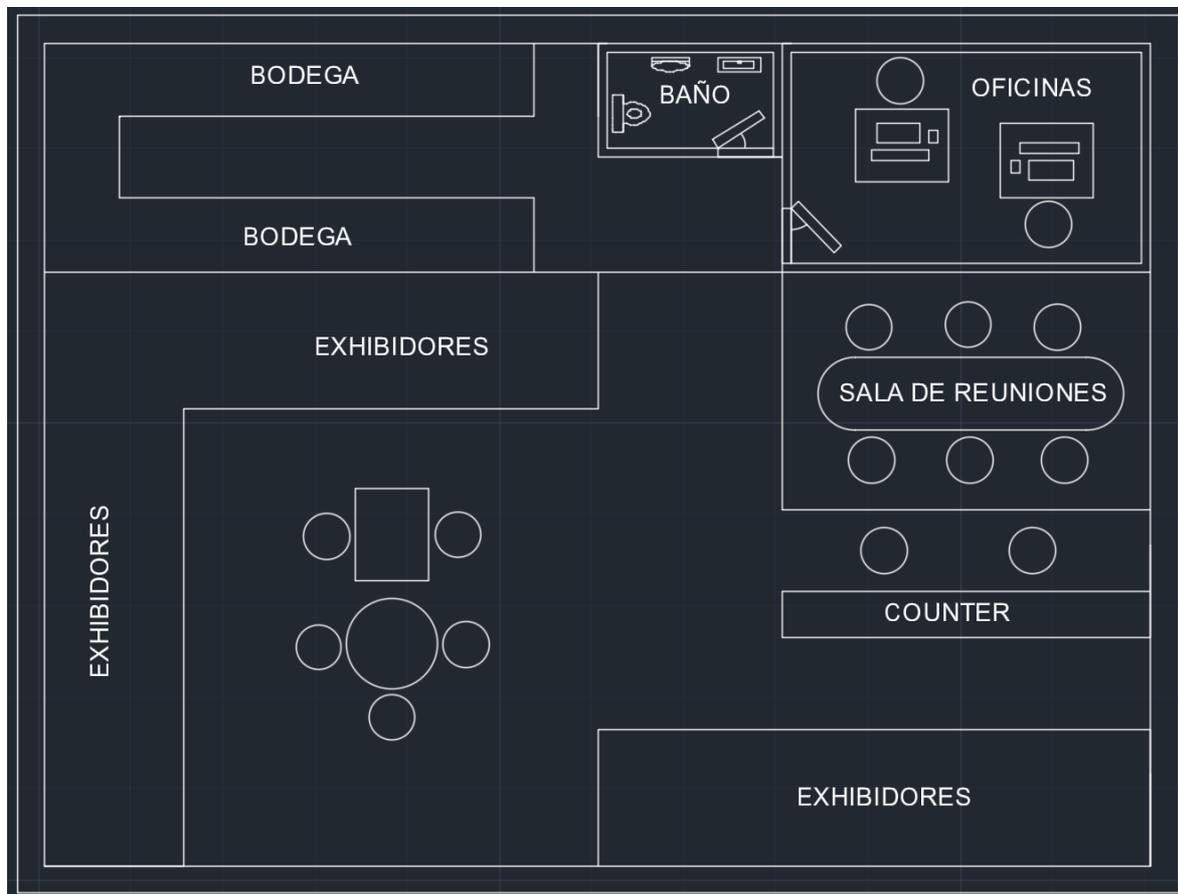


Figura 15. Vista superior del dermocentro Ven a mi. Realizado por el investigador

3.3. PROPUESTA ORGANIZACIONAL

La propuesta organizacional en una empresa dermatológica líder y confiable, que sea reconocida por su excelencia en el cuidado de la piel y su compromiso con la satisfacción del cliente

Valores:

1. **Calidad:** Nos esforzamos por ofrecer servicios dermatológicos de alta calidad y utilizar los mejores productos y equipos en nuestros tratamientos.
2. **Ética:** Actuamos con integridad y ética en todas nuestras interacciones con clientes y proveedores.
3. **Honestidad:** Nos comprometemos a ser honestos y transparentes en todo momento, brindando información precisa y detallada sobre los tratamientos y procedimientos.
4. **Trabajo en equipo:** Fomentamos un ambiente de trabajo colaborativo, donde todos los miembros del equipo se sientan valorados y motivados para trabajar juntos hacia nuestros objetivos comunes.
5. **Innovación:** Estamos comprometidos con la investigación y el desarrollo continuo de nuevas soluciones dermatológicas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
6. **Responsabilidad social:** Nos preocupamos por la salud y el bienestar de nuestras comunidades, y buscamos participar en programas y actividades de responsabilidad social corporativa.

Estrategias:

1. Mejorar continuamente nuestros servicios y mantenernos actualizados con los avances en el campo de la dermatología.
2. Desarrollar alianzas estratégicas con proveedores de productos dermatológicos de alta calidad.
3. Invertir en tecnología y equipos de vanguardia para garantizar resultados eficaces y seguros en nuestros tratamientos.
4. Capacitar y actualizar constantemente a nuestro personal médico y de apoyo para ofrecer servicios de calidad y mantenerse al tanto de las últimas técnicas y procedimientos.
5. Implementar programas de educación y concientización sobre la importancia del cuidado de la piel y la prevención de enfermedades dermatológicas.
6. Establecer una fuerte presencia en medios de comunicación y plataformas en línea para ampliar nuestro alcance y llegar a más clientes potenciales.

Implementación:

1. Establecer un comité de calidad y mejora continua para supervisar y evaluar regularmente nuestros servicios y buscar oportunidades de mejora.
2. Establecer alianzas estratégicas con proveedores de renombre en la industria dermatológica para asegurar el suministro de productos de calidad.
3. Destinar fondos para la adquisición de tecnología y equipos de punta, así como para la formación y capacitación de nuestro personal.
4. Desarrollar campañas de marketing y publicidad para difundir los servicios y valores de nuestra empresa a nivel local y nacional.
5. Establecer programas de educación y concientización sobre el cuidado de la piel en escuelas, centros de salud y comunidades locales.
6. Monitorear y evaluar regularmente el desempeño de nuestras estrategias y ajustar según sea necesario para garantizar el logro de nuestros objetivos.

Perez-Cupa, C. A., Puerto-Romero, A. N., & Serrano-Hernández, L. D. (2020). Propuesta para estructurar un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2015, en la empresa Asisderma clínica de la piel.

3.4. PROPUESTA FINANCIERA

Para la realización del proyecto, se necesitan tanto la implementación de bienes muebles como también de equipos tecnológicos para la parte administrativa y para la parte médica. Adicional se debe contar con 3 personas para realizar el emprendimiento.

1. Una dermatóloga de alta calidad
2. Dependiente de farmacia para la venta y recomendaciones de productos
3. Gerente de la empresa que se base en los negocios con los laboratorios farmacéuticos, publicidad y marketing de las redes sociales.

Todo esto se expresa en el análisis de costos de a continuación:

3.5. ESTUDIO ECONÓMICO

3.5.1. Inversión Inicial

El proyecto se pondrá en marcha con una inversión inicial de \$ 14,500.80, la cual se divide en:

Tabla 8. Inversión Inicial

INVERSION INICIAL	
Activos fijos	5.000
Activos diferidos	3.250
Capital de trabajo	6.250,80
TOTAL DEL PROYECTO	14,500.80

Nota. Realizado por el investigador

3.5.2. Activos Fijos

Los mismos que representan a la adquisición de todos los activos que van a formar parte de las instalaciones del PUNTO DERMATOLÓGICO DERMOCENTRO VEN A MI EN EL SECTOR DE CALDERÓN. Con un total de \$ 5,000 como se detalla a continuación.

Tabla 9. Activos Fijos

CANTIDAD	TIPO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL
1	Escritorio	\$ 150,00	\$ 150,00	10
1	Teléfono para almacén- básico	\$ 60,00	\$ 60,00	4
2	Computadora	\$ 800,00	\$ 1.600,00	3
2	Silla tipo ejecutiva	\$ 50,00	\$ 100,00	10
1	Caja registradora	\$ 180,00	\$ 180,00	15
1	Pistola para código de barras	\$ 100,00	\$ 100,00	10
1	Mueble grande	\$ 250,00	\$ 150,00	20
1	Aire	\$ 550,00	\$ 550,00	4
6	Figurillas	\$ 120,00	\$ 720,00	10
12	Exhibidores	\$ 30,00	\$ 360,00	8
2	Lámparas	\$ 25,00	\$ 50,00	10
1	Alfombrado	\$ 100,00	\$ 100,00	10
6	Perchas	\$ 100,00	\$ 600,00	20
113	Armadores	\$ 2,47	\$ 280,00	5
TOTAL			\$ 5.000,00	

Nota. Realizado por el investigador

3.5.3. Activos Diferidos

Son los diferentes permisos en los cuales la empresa va a incurrir para poder funcionar como tal o bienes intangibles, entre los cuales se incluye los trámites legales por

constitución y adecuaciones QUE EL PUNTO DERMATOLÓGICO DERMOCENTRO VEN A MI UBICADO EN CALDERÓN necesita con un total de \$ 3,250

Tabla 10. Activos Diferidos

DETALLE	COSTO
Registro en la Superintendencia de compañías	\$ 200,00
Municipio	\$ 100,00
Permiso de bomberos	\$ 50,00
Trámites legales	\$ 500,00
Adecuaciones e instalación de perchas	\$ 750,00
Depreciación Anual	\$1.246,47
Sistema de iluminación	\$ 403,53
TOTAL	\$3.250,00

Nota. Realizado por el investigador

3.6. CAPITAL DE TRABAJO

Es el costo con que incurre por la compra de la materia prima, que para este proyecto sería arriendo, sueldos, servicios básicos, publicidad, arriendo, etc. Inicialmente del primer mes que cubren con los gastos de ordenamiento del proyecto.

A continuación, el detalle del Capital de trabajo, el mismo que se ha previsto para los siguientes meses del año 1.

Tabla 11. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos Suministros de Oficina	\$ 450,00
Mantenimiento y reparaciones	\$ 250,80
Servicios básicos	\$ 150,00
Gasto arriendo	\$ 800,00
Publicidad	\$1.150,00
Gastos de Servicio de Limpieza	\$ 200,00
Gasto suministros de operaciones	\$ 49,00
Gastos de Movilidad	\$ 120,00
Gasto uniforme	\$ 500,00
Sueldos y salarios	\$1.200,00
Aportaciones	\$ 650,00
Distribución	\$ 731,00
Total:	\$ 6.250.80

Nota. Realizado por el investigador

La Tabla 11, detalla los componentes del capital de trabajo. Los sueldos y salarios ascienden a \$1.200 cada mes, las aportaciones al IESS suman \$650. El gasto de publicidad, incluye los afiches promocionales, página web, mantenimiento de la página web sostenimiento de la página web y campaña publicitaria digitales principalmente. El primer mes el gasto es de \$1.150 este valor varía de acuerdo a las ventas ya que se destina el 5% del total.

Los servicios básicos suman en total, \$150. El servicio de limpieza mensualmente cuesta \$200.00 y el gasto del arriendo es de \$800, el mismo que incluye el servicio de agua potable. El costo de distribución es del 8%, el monto varía de acuerdo a las ventas. El gasto uniforme se lo realiza una vez al año, por lo tanto, este valor se considera únicamente como esencial del primer mes de capital de trabajo. A partir del segundo mes se destinan \$40 para

imprevistos. El capital de trabajo estimado en la inversión es para los primeros 6 meses de la vida del proyecto.

3.7. INGRESOS

La ganancia o ingresos provendrán de las ventas del total de los productos de belleza y otros productos de la línea dermatológica, las mismas que fueron apreciados anualmente, gracias al cálculo de la demanda el precio del producto de entrada de \$20.99 y 19.99 será un valor adicional de \$9.99.

Tabla 12. Proyección de ventas

Proyección de la demanda de acuerdo a los requerimientos de producción				
Año	Unidades	Crecimiento	Incremento	Proyección
1	30.000	5,00%	1500	31.500
2	32.500	7,00%	2275	34.775
3	35.000	10,00%	3500	38.500
4	37.500	8,50%	3187	40.867
5	40.000	9,75%	3900	43.900

Nota. Realizado por el investigador

3.8. Costos Fijos, Variables y Gastos

3.8.1. Costos fijos

Los costos fijos se componen de los siguientes valores:

Nómina Mano de Obra Directa

Corresponde al sueldo del Mercaderista, que trabajará en la Trastienda dentro del PUNTO DERMATOLÓGICO DERMOCENTRO VEN A MI es el encargado del área de realización de los pedidos y productos. Este valor es de \$400, 00. El cual incluye el salario quincenal más los beneficios de ley.

Servicios básicos

Estos costos corresponden al consumo de electricidad, que se estimó mediante el modelo de la estimación de balanza, ya que es el artefacto que hará el mayor consumo de este servicio adicional.

Se estima que el consumo del área administrativa es de \$80 al mes incluido la tarifa de alumbrado público, Cuerpo de Bomberos, factura de consumo y recolección de basura. Total, mensual es de \$100.00, El agua potable está incluida en el arriendo del local.

3.8.1.1. Costo Depreciación

Se considera la depreciación de la maquinaria para la elaboración y empaque de los productos de belleza dermatológicos, los mismos que están depreciados para 10 años, al igual que el mobiliario. Los equipos de cómputo se deprecian para 3 años.

3.9. COSTOS VARIABLES

Se consideran los costos variables a los costos que varían de acuerdo con la producción. Por lo tanto, estos costos corresponden a las materias primas y mano de obra, para la atención de los clientes y pedidos de productos tanto físicamente como a domicilio, para el PUNTO DERMATOLÓGICO DERMOCENTRO VEN A MI.

3.10. GASTOS ADMINISTRATIVOS

3.10.1. Nómina del personal

Se consideran los sueldos y salarios, además las provisiones de beneficios para los empleados. Los sueldos del Gerente General, quien además es el encargado del área administrativa,

Talento humano y financiero, el encargado de marketing y de las ventas, suman \$800 al mes. El personal operativo recibe de manera mensual un valor de \$400,00 dólares. Dando un total de pagos por sueldos y salarios al mes, totaliza \$1.200,00.

3.10.2. Arriendo del local y servicios básicos

El arriendo mensual del local es de \$800,00 este valor incluye lo que es guardianía y el servicio del agua potable.

Para el gasto de electricidad, se considera el 64% del total de \$80,00 por concepto de consumo administrativo, el total es de \$131.20.

El gasto por concepto del servicio telefónico fijo y celular, se calculó la base de \$25,00 en promedio por consumo normal.

3.10.3. Gasto mantenimiento de activos fijos, limpieza y suministros de oficina

La provisión para el mantenimiento de los activos fijos suma \$150 mensuales. El gasto en suministros de limpieza incluye en los servicios de limpieza, ya que la empresa que ofrece este servicio incluye los materiales.

Los suministros de oficina, pertenecen a los gastos por concepto de papelería, tinta de impresora, tinta de huéllero, esferográficos, lápices, resaltadores, resmas, ligas, calculadoras, sumadoras, estiletes, fundas, sobres manila, gavetas, rollos de caja, rollos de datafast, fundas para los cosméticos, Las compras de suministros se estiman por \$450 mensuales.

3.10.4. Uniformes

Se requiere de varios uniformes para el personal de ventas, administrativo y bodega, los cuales se renueva 1 vez al año. El monto total es de \$500.

3.10.5. Gasto de depreciación y amortización

En el gasto depreciación, están considerados, la maquinaria y equipos de producción depreciados a 10 años, los muebles y enseres entre 10 a 20 años y los equipos de cómputo a 3 años.

3.10.6. Gastos de ventas

Los gastos de ventas incluyen los recursos utilizados para vender los productos dermatológicos.

3.10.7. Gasto campaña publicitaria

Por un valor de publicidad y material consiste con el monto de ventas, ya que se destinará el 5% de este monto para efectos publicitarios. En el caso del primer mes, se estima que se destinarán \$1.150 ya que además de la publicidad mensual estimada, se consideran los gastos por el diseño de la página web y servicio de hosting.

Dentro de la publicidad se incluirá anuncios en radios, wasspp, Instagram, televisión y anuncios en otro tipo de redes sociales.

3.10.8. Gasto de Movilización

Incluyen los gastos por concepto de movilización, por concepto de la gestión de ventas que se realice mensualmente. El valor estimado es \$120 dólares

3.10.9. Gasto financiero

Corresponde al pago del interés del préstamo solicitado a la Corporación Financiera Nacional, el monto del préstamo equivale al 50% del total de la inversión inicial, \$7,250.40 con

un interés anual del 5%. El plazo es a 5 años, las cuotas son fijas por el valor de \$126.88 mensual.

El 50% adicional es aportación de los socios, quienes aportan a su vez con \$2416 cada uno. Con un total de 3 socios.

Tabla 13. Información del préstamo

Total, Inversión Inicial	14,500.80			
Estructura del Capital	Propio	50%	\$ 7,250.40	
	Deuda L/P	50%	\$ 7,250.40	
Monto	7,250.40			
Tasa de interés	0,05	anual	0,00417	mensual
Plazo	5	años	60	meses
Pagos mensuales fijos				
Cuota	\$ 126.88			

Nota. Realizado por el investigador

3.11. Proyección de resultados

En el Estado de Resultados se tomó en cuenta una proyección mensual a partir del año 1 al año 5.

3.11.1. Ventas

En esta proyección de ventas se tomó en cuenta de la información que se obtuvo en el estudio de mercado de acuerdo a la demanda y producción de la que se vaya a necesitar.

Por lo que en el primer año se piensa que las ventas subsistirán aproximadamente a los \$90.000 para finales del año. Son 31.500 unidades en promedio que se deben gestionar tanto en tratamientos como despacho de productos dermatológicos.

3.11.2. Gastos generales

En los gastos generales se encuentran los gastos de suministros de oficina, mantenimiento, gasto de servicios básicos, gasto publicidad, movilización, los servicios de limpieza, gastos de constitución del negocio y el gasto arriendo

3.12. Utilidad

La utilidad neta en el primer año, es negativa, a partir del segundo año el negocio genera una utilidad neta de \$3.657,55, Seguido por \$9.488,99, en el tercer año. Para el cuarto año, la utilidad neta asciende a \$13.062,67 hasta alcanzar los \$20.803,86 en el quinto año.

La siguiente tabla Muestra el Estado de Resultados para mayor detalle.

Tabla 14. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO – ANUAL

	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 50.000,00	\$ 56.263,00	\$ 63.524,00	\$ 75.262,00	\$ 81.635,00
(=)	\$ 18.551,51	\$ 19.200,00	\$ 23.360,74	\$ 26.036,74	\$ 28.286,91
UTILIDAD BRUTA	\$ 31.448,49	\$ 37.063,00	\$ 40.163,26	\$ 49.225,26	\$ 53.348,09
Gastos sueldos	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00
Gastos generales	\$ 12.500,00	\$ 13.120,00	\$ 10.560,00	\$ 13.200,00	\$ 12.800,00
Gastos de depreciación	\$ 446,23	\$ 500,00	\$ 523,20	\$ 582,30	\$ 592,52
Gastos de amortización	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMP/ y PART.	\$ -497,74	\$ 4.443,00	\$ 10.080,06	\$ 16.442,96	\$ 20.955,57
Gastos de intereses(-)	\$ 600,00	\$ 785,45	\$ 591,07	\$ 380,29	\$ 151,71
UTILIDAD ANTES DE IMP/Y PART.	\$ -1.097,74	\$ 3.657,55	\$ 9.488,99	\$ 16.062,67	\$ 20.803,86
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$ 402,52	\$ 1.876,68	\$ 3.432,43	\$ 5.185,63
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -1.097,74	\$ 3.657,55	\$ 9.488,99	\$ 16.062,67	\$ 20.803,86
12% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	\$ 2.215,91	\$ 4.279,10	\$ 6.464,75
UTILIDAD NETA	\$ -1.097,74	\$ 3.657,55	\$ 9.488,99	\$ 16.062,67	\$ 20.803,86

Nota. Realizado por el investigador

3.13. Margen bruto y operativo

Tabla 15. Márgenes de rentabilidad

AÑO	1	2	3	4	5
MARGEN BRUTO	62.89%	65.87%	63.23%	65.41%	65.35%
MARGEN OPERACIONAL	-0.99%	7.90%	15.87%	21.85%	25.67%
MARGEN NETO	-2.20%	6.50%	14.93%	21.34%	25.48%

Nota. Realizado por el investigador

En el año 1 el resultado del negocio, arroja un margen neto negativo que indica pérdida del -2.20%, para el segundo año el negocio presenta un margen del 6.50%. Para el año 3, el negocio alcanza un margen neto de 14.93%, el año 4 un 21.34% y el año 5 el 25.48% esto nos indica que el negocio se llega a consolidar.

3.14. Estado de flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo está formado de 3 ocupaciones, operacional, de inversión y de financiamiento. En el lapso inicial, las ocupaciones operacionales son negativas debido a que no hay operaciones y solamente registra egresos por criterio de compra de materia prima. Las actividades de inversión, presenta un valor negativo por la adquisición de propiedad y equipo, el valor registrado es de \$8.568. Sin embargo, las ocupaciones de financiamiento son positivas gracias al préstamo de la CFN, recibido y el capital aportado por los aliados. El crecimiento neto en efectivo, es negativo a lo largo del primer año de vida del negocio, con la excepción del mes de noviembre, donde registra un incremento de \$403. Estos flujos negativos cambian a partir del segundo año, donde el negocio comienza a lanzar valores positivos, este comportamiento

continuará hasta el año 5. Como consecuencia, el efectivo final de lapso muestra durante los 5 años proyectados valores positivos.

3.15. Flujo de efectivo operativo

Para el primer mes los valores son los siguientes:

Tabla 16. Primer mes de gasto

Gastos suministros de oficina	\$ 450.00
Mantenimiento y reparaciones	\$ 250.80
Servicios básicos	\$ 150
Gasto arriendo	\$ 800
Publicidad	\$ 1.150
Gastos de Constitución	\$ 200
Gastos de Servicio de Limpieza	\$ 200
Gastos de Movilidad	\$ 120
GASTOS OPERACIONALES	\$ 3320.80

Nota. Realizado por el investigador

3.16. Capital de trabajo

El capital de trabajo son los valores necesarios para cubrir las operaciones del negocio. Como lo muestra la tabla anterior.

3.17. Gastos de capital

Los gastos de capital, constituyen la inversión en los activos fijos, valores detallados en la inversión inicial. La maquinaria, equipos, muebles y enseres serán remplazados cuando hayan alcanzado el periodo de su vida útil. Para el mes 0 el valor es de \$5.000

Los valores de reposición se han estimado de la siguiente manera:

Tabla 17. Reposición

Equipos, muebles y enseres	Valor Presente	Valor Futuro
Equipos de producción	\$ 1280,45	\$ 1327.44
Equipos de cómputo	\$ 1.758	\$ 1822.52
Muebles y enseres	\$ 1.489	\$ 1543.65
Suministros	\$ 500	\$ 518.35
Total:	\$ 5027.45	\$ 5211.96

Nota. Realizado por el investigador

En la Tabla se puede apreciar el valor presente de los activos fijo, los mismos que para determinar el valor futuro se realizó el cálculo utilizando la inflación anual de 3,67%.

3.18. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, ayuda a establecer las ventas al giro del negocio para que los ingresos cubran exactamente los costos y gastos del proyecto. En el primer mes el número de productos varios dermatológicos es de 2625 a \$19,99 por unidad, el punto de equilibrio se obtuvo de la suma de los costos, gastos, depreciación, amortización y gastos de interés, esto dividido para el precio unitario menos el costo variable total unitario.

El punto de equilibrio va disminuyendo cada mes, esto por la variación en el precio y otras variaciones en gastos, tal es el caso que el punto de equilibrio al final del primer año es de 1.983 productos a ser despachados y utilizados en los tratamientos dermatológicos.

3.19. Flujo de caja TIR y VAN

El tiempo de recuperación de inversión de nuestro proyecto se vería reflejado en 5 años, se cuenta con un Capital Propio otorgado entre 2 socios por un total de \$ 7,250.40 y un préstamo por 7,250.40 dando un total de 14,500.80.

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. (Arias, 2014).

3.20. RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Tabla 18. RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Tasa pasiva	0,0566
Tasa activa	0,1088
Capital	
Propio	7250,4
Préstamo	7250,4
TOTAL	14500,8

AÑO	FLUJO
0	-1097,74
1	3657,55
2	9488,99
3	16062,67
4	20803,86
5	25999,05

WACC- Costo promedio
Ponderado del capital (CPPC)

Nota. Realizado por el investigador

3.21. COSTO DE CAPITAL (TMAR)

Tabla 19. TMAR

DETALLE	Valor en libros	% financiamiento	Costo	CPPC
Aporte Socios	7.250,40	50	5,66%	2,830%
Aporte Terceros	7.250,40	50	10,88%	5,440%
Inversión Inicial	14.500,80	100	WACC	8,270%

WACC/CPPC	8,27%
Premio al riesgo	4,00%
Inflación	-1,13%
Tasa de descuento	11,14%

Nota. Realizado por el investigador

3.22. VAN

Tabla 20. VAN

VAN=	FO	+	FO								
	$(1+i)^0$		$(1+i)_1$		$(1+i)_2$		$(1+i)_3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
	-1.097,74	+	3.657,55	+	9.488,99	+	16.062,67	+	20.803,86	+	25.999,05
VAN=											
	$(1,08270)^0$		$(1,08270)_1$		$(1,08270)_2$		$(1,08270)_3$		$(1,08270)^4$		$(1,08270)^5$
	-1.097,74	+	3.657,55	+	9.488,99	+	16.062,67	+	20.803,86	+	25.999,05
VAN=											
	1		1,0827		1,17224		1,26918		1,37414		1,48779
VAN=	-1097,74	+	3378,17493	+	8094,75022	+	12655,9432	+	15139,5491	+	17474,9461
VAN=	55645,6235										

Nota. Realizado por el investigador

3.23. TIR

Tabla 21. TIR

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN Menor	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		108,00%		109,00%	
0	-1.097,74		-1.097,74		-1.097,74
1	3.657,55	0,48076923	1.758,44	0,4784689	1.750,02
2	9.488,99	0,23113905	2.193,28	0,228932488	2.172,34
3	16.062,67	0,11112455	1.784,96	0,109537076	1.759,46
4	20.803,86	0,05342526	1.111,45	0,052410084	1.090,33
5	25.999,05	0,02568522	667,79	0,025076595	651,97
			6.418,17		6.326,38

Nota. Realizado por el investigador

3.24. PAYBACK

Tabla 22. PAYBACK

	Inversión		14.500,80
Años	Flujo de caja	Flujos de caja actualizados	Flujos de caja acumulados
1	3.657,55	3.378,17	3.378,17
2	9.488,99	8.094,75	11.472,93
3	16.062,67	12.655,94	24.128,87
4	20.803,86	15.139,55	39.268,42
5	25.999,05	17.474,95	56.743,36
Años			1
Meses			3
Días			26
1 AÑOS, 3 MESES, 26 DIAS			

Nota. Realizado por el investigador

$$PRI = X + \frac{I_0 - Y}{Z}$$

$$PRI = 1 + 0,23924529$$

$$PRI = 1,23924529 \quad \text{1 AÑO}$$

$$PRI = 2,87094352 \quad \text{3 MES}$$

$$26,1283056 \quad \text{26 DIAS}$$

COSTO/OPORTUNIDAD

$$CO = \frac{\text{Flujos acumulados}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$CO = 3,91311952$$

$$CO = 3,9$$

ANÁLISIS

El proyecto es rentable al observar que el TIR es superior a la TMAR adicional el VAN nos presenta un capital de 55645,62 y el costo de invertir en este proyecto es del 3,9%

CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

CONCLUSIONES

- La creación de un punto dermatológico en Quito es una oportunidad potencialmente rentable, ya que existe una demanda significativa de servicios dermatológicos en la ciudad.
- Es importante contar con profesionales altamente capacitados y con experiencia en dermatología para garantizar la calidad de los servicios ofrecidos.
- Se debe realizar un estudio de mercado exhaustivo para identificar la competencia existente y determinar las mejores estrategias de marketing y publicidad.

RECOMENDACIONES

- Realizar un análisis de viabilidad económica y financiera antes de establecer el punto dermatológico, considerando los costos de inversión, los gastos operativos y los ingresos potenciales.
- Contratar a dermatólogos con experiencia y reconocimiento en el campo, lo que ayudará a atraer a un público objetivo más amplio y a generar confianza en los servicios ofrecidos.
- Implementar un sistema de gestión eficiente para agilizar los procesos de agendamiento de citas, seguimiento de pacientes y facturación y se deben implementar medidas estrictas de higiene y esterilización para garantizar la seguridad de los pacientes y cumplir con los estándares sanitarios.

Bibliografía

- Agúndez, M. (2015). Dermatología Empresarial. *Grupo San Román*.
- Alcalay, M. ((2018).). Cómo crear y gestionar una clínica dermatológica. . *EdikaMed*.
- Fernández-Guarachi, P. V.-P.-F. (2020). *Guía de dermatología*. . Fondo Editorial UCSS.
- Gálvez, M. y. (2017). Patologías dermatológicas más frecuentes en un punto dermatológico. *Revista Argentinade Dermatología*, 98(1), 37-43.
- García, M. ((2007).). Impacto de la creación de un punto dermatológico en la calidad de la atención en dermatología. . *Revista Española de Dermatología e Inmunología Clínica*, , 10(2), 50-65.
- González, A. y. (2019). Implementación de un punto dermatológico como estrategia de atención primaria en salud. . *Revista Chilena de Medicina Familiar*, 10(3), 124-136.
- González-Sixto, B. L. (2019). *Manual de dermatología clínica*. . Editorial Medica Panamericana.
- Guía de dermatología*. Fondo Editorial UCSS. (Fernández-Guarachi, P., Vargas-Pizarro, Y., & Vargas-Franco, J. (2020).). 2020.
- Kumar V,Ahuja A,Gupta R. . (2019). *Annual Profile of Female Dermatology Outpatients- A Dermatocal Survey*. *International Journal of Dermatology and Clinical Research*. , 5(4): 187-195.
- Legal, C. &. (2016). Manual de creación de empresas: De la idea al proyecto empresarial. *Ediciones Pirámide*.
- Luna, J. B. (2015). Gestión para dermatólogos emprendedores. Colegio mexicano de Dermatología.
- Márquez Polo. ((2021).). Revisión de diferentes métodos de evaluación de eficacia de productos cosméticos antienvjecimiento. *D. J.* .
- Martínez, A. (2009). Análisis de la demanda de atención dermatológica y propuesta de creación de un punto dermatológico. *Revista de la Asociación Española de Dermatología*, , 22(4), 150-165.
- Pacheco, L. y. (2020). Análisis de la viabilidad de la creación de un punto dermatológico en una zona rural. . *Revista Española de Medicina Rural y General*,, 5(1), 45-58.
- Rincón, F. y. (2018). Marco teórico para el diseño y desarrollo de un punto dermatológico en el ámbito de la atención primaria de salud. *Revista de Investigación en Salud Comunitaria*, 4(2), 78-92.
- Ruiz, J. (2015). *Análisis de la situación de la dermatología en el ámbito sanitario y propuesta de creación de un punto dermatológico*. . Universidad ABC.: Tesis doctoral. .
- Salinas, J. y. (2021). Evaluación de la calidad de atención de un punto dermatológico en una comunidad urbana desfavorecida. En *Journal de Salud Pública*, (págs. 14(2), 67-78.).
- Sánchez, P. (2008). Evaluación de la implementación de un punto dermatológico en un hospital público. . *Revista de Dermatología Clínica y Experimental*, , 18(1), 32-47.
- Smith, J. .. (2020). Creando un punto dermatológico: Una guía práctica para profesionales de la salud. . *NY: Editorial Dermacare*.

ANEXOS

Encuesta a los consumidores

ENCUESTA DE PUNTO DE VENTA DERMATOLÓGICO

Esta encuesta está dirigida a los pobladores de la parroquia de Calderón. Tener en cuenta que un punto de venta dermatológico es una farmacia para comprar productos dermocosméticos.

nathyrodriguez1313@gmail.com [Cambiar cuenta](#)



No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Se ha realizado exámenes dermatológicos durante los 3 últimos meses? *

- si
- no

Conoce algun punto de venta dermatologico en Quito?

- si
- no

Se ha realizado procedimientos estéticos?

- si
- no

Cual de las siguientes patologías ha tenido durante los 3 ultimos años?

- Acné
- Rosacea
- Psoriasis
- Dermatitis atópica
- Hiperpigmentación

Considera que los productos de la piel son fáciles de adquirirlos?

- Sí
- No
- A veces

Has sido examinado por los lunares existentes en tu piel?

- Sí
- No

Cual es el valor promedio que estas dispuesto a pagar por una consulta dermatológica?

- \$30
- \$40
- \$50

Cual es el valor promedio que estas dispuesto a pagar por un tratamiento de tú piel?

- \$30-\$50
- \$40-\$60
- \$50-\$70

Te gustaría que un punto dermatológico tenga servicio a domicilio sin recargo adicional?

- Sí
- No

Cual de todas estas empresas es la que mas conoces?

- ISISPHARMA
- BIODERMA
- EUCERIN
- LA ROCHE POSAY
- CERAVE
- SIEGFRIED

Hoja de vida del personal Dermatólogo

Katty Marcela Méndez Flores

Correo Electrónico: katty.mendezf@gmail.com
Teléfono: 0995644111

CURRICULUM - VITAE



- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. - NOMBRE: | Katty Marcela Méndez Flores |
| 2. - FECHA DE NACIMIENTO: | 06 de Noviembre de 1991 |
| 3. - NACIONALIDAD: | Ecuatoriana |
| 4.- CÉDULA DE IDENTIDAD: | 1724631047 |
| 5. - ESTADO CIVIL: | Soltero |
| 6.- DIRECCIÓN: | De Las Brevas E8-64 y Av. El Inca - Quito |
| 7.- CORREO ELECTRÓNICO: | katty_men@hotmail.com |
| 8.- TELÉFONOS: | 022 265 405 / 0995 644 111 |

- RADLA VIRTUAL XXXVIII. Reunión Anual De Dermatólogos Latinoamericanos, Abril 2021. **PRESENTACIÓN DE POSTER ELECTRÓNICO Y GANADOR DE BECA.**
- CILAD V20 - 1° Congreso Virtual Ibero Latinoamericano De Dermatología, CILAD, Noviembre 2020. **ASISTENTE.**
- Primeras Jornadas De Especialidades Dermatológicas. SOCIEDAD ECUATORIANA DE DERMATOLOGÍA NÚCLEO AZUAY, Octubre 2019. **ASISTENTE.**
- IX Congreso Internacional De Dermatología AEDCA- V Congreso De Terapéutica Dermatológica, ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE DERMATOLOGÍA Y CIENCIAS AFINES, UNIVERSIDAD ESPÍRITU SANTO, MSP, Agosto 2019.
- “XVII Congreso Nacional De Dermatología”- Primer Encuentro Latinoamericano De Dermatología Pediátrica, “La Piel Por Todo Lo Alto”. SOCIEDAD ECUATORIANA DE DERMATOLOGÍA, UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS, MSP, Octubre 2018. **EXPOSITOR Y ASISTENTE.**
- X Congreso De Actualización En Ginecología Y Pediatría. ASOCIACIÓN NACIONAL DE MÉDICOS RURALES, UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS, MSP, JULIO 2018. **PONENTE DE DOS CASOS CLÍNICOS.**
- IV Congreso Internacional De Especialidades Pediátricas, INSTITUTO DE SALUD MATERNO INFANTIL ISAMI, UIDE, MSP, Junio 2018. **EXPOSITOR Y ASISTENTE.**
- CON-TACTO, ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DERMATÓLOGOS PARA EL DIAGNÓSTICO TEMPRANO DE LA ARTRITIS PSORIÁSICA. ABBVIE, 2018.
- I Congreso Internacional Avances En La Investigación Y I De La Práctica Clínica En Enfermedades Cardiovasculares Y Metabólicas: Buscando Soluciones Para Las Enfermedades Crónicas No Transmisibles, UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL, COLEGIO DE MÉDICOS DE PICHINCHA, ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE MEDICINA INTERNA, MSP, Abril 2018.

9. - ESTUDIOS ACADÉMICOS:

SUPERIOR

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS
CARRERA DE MEDICINA

- **TÍTULO OBTENIDO:** MÉDICO GENERAL
- **SENESCYT N°:** 1005-15-1421616
- **CEAACES:** 25 DE JUNIO DEL 2015.

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

UNIVERSIDAD UTE

POSGRADO DE DERMATOLOGÍA 2019-2022

- HOSPITAL DE ESPECIALIDADES CARLOS ANDRADE MARÍN
- CEPI CENTRO DE LA PIEL.

- **TÍTULO OBTENIDO:** ESPECIALISTA EN DERMATOLOGÍA
- **SENESCYT N°:** 1032-2022-2515230

COLEGIO IBERO-LATINOAMERICANO DE DERMATOLOGÍA

DIPLOMATURAS CILAD 2020

- **TÍTULO OBTENIDO:** DIPLOMATURA EN ENFERMEADES DE LAS UÑAS

SOCIEDAD IBERO-LATINOAMERICANA DE DERMATOPATOLOGÍA

- **TÍTULO OBTENIDO:** DIPLOMATURA EN DERMATOPATOLOGÍA BÁSICA

COLEGIO IBERO-LATINOAMERICANO DE DERMATOLOGÍA

DIPLOMATURAS CILAD 2021

- **TÍTULO OBTENIDO:** DIPLOMATURA EN TRICOLOGÍA

10.- PUBLICACIONES:

- **SEGUNDO AUTOR:** Melanoma Maligno: Frecuencia Y Distribución En Un Hospital De Referencia De La Seguridad Social." *Práctica Familiar Rural* 5, N° 1 (2020). DOI: <http://dx.doi.org/10.23936/pfr.v5i1.150>.
- **PRIMER AUTOR:** LEUCEMIA CUTIS: REPORTE DE UN CASO. Biomedical Journal / Revista Biomédica. Volumen 1, N°2, Junio 2018.

11.- EXPERIENCIA LABORAL:

HOSPITAL DE ESPECIALIDADES CARLOS ANDRADE MARÍN

UNIDAD TÉCNICA DE DERMATOLOGÍA

CARGO: MÉDICO TRATANTE

TIEMPO: DESDE MAYO DEL 2023 HASTA LA ACTUALIDAD.

HOSPITAL DE ESPECIALIDADES DE LAS FF. AA N°1 QUITO

ÁREA CLÍNICO-QUIRÚRGICA

SERVICIO DE DERMATOLOGÍA

CARGO: MÉDICO RESIDENTE ASISTENCIAL

TIEMPO: 1AÑO 8 MESES (2017-2019)

11.- ESTUDIOS ADICIONALES:

- Jornadas Nacionales de Dermatología 2022. Sociedad Ecuatoriana de Dermatología Núcleo Azuay. **EXPOSITOR Y ASISTENTE.**
- CILAD 2022 - 23° Congreso Ibero Latinoamericano de Dermatología celebrado del 30 de junio al 3 de julio de 2022 en Madrid, España. **PRESENTACIÓN DE PÓSTER ELECTRÓNICO.**

Katty Marcela Méndez Flores

Correo Electrónico: katty.mendezf@gmail.com
Teléfono: 0995644111

- Curso De Actualización En Emergencias Y Desastres, UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO, DECROEVENTOS MEDIC, MSP, Febrero 2018.
- "XII Curso Nacional De Actualizacion En Medicina Interna, Terapia Intensiva Y Emergencias", organizado por la Escuela de Medicina de la Universidad Internacional del Ecuador y AXXIS Hospital, Mayo 2017.
- Curso AMLS -"Advanced Medical Life Support", CORPORACIÓN EMERGENCIAS MÉDICAS S.A, XXIX JORNADAS MÉDICAS VOZANDES, Marzo 2017.

13.- IDIOMAS:

Español (Nativo), Ingles B2.

14.- REFERENCIAS PERSONALES:

DRA. NELLY MACHADO
Médico Especialista en Dermatología.
Telf.: 0996189593

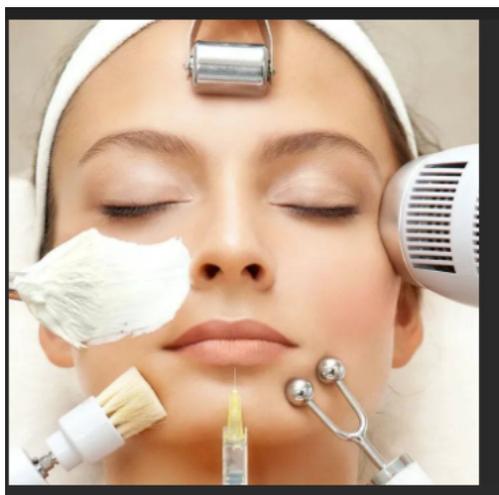
DR. FRANKLIN CABRERA
Médico Especialista en Dermatología.
Telf.: 0995831646

DR. GERMAN GUALA
Médico Especialista en Geriatría
Telf.: 0988183748

Enfermedades de la piel



Procedimiento estético





Personal Médico Calificado



DEMOCENTRO VEN A MI

