

BeautyDent Odontología

Autores

- Román Andrés Santos Hoyos
- Víctor Adrián De La Torre Marmolejo
- Juan Pablo Riaño Fernández

Profesor

Luis Carlos Rojas Uribe

Programa

Especialización en gerencia integral de servicios en salud

Escuela de Administración

Sábado 15 de Noviembre del 2025

Bogotá, Colombia

2025



Declaramos bajo gravedad de juramento, que hemos escrito el presente proyecto integrador de especialización por nuestra propia cuenta, y que por lo tanto, su contenido es original. Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”. Román Andrés Santos Hoyos, Víctor Adrián De La Torre Marmolejo , Juan Pablo Riaño Fernández / Sábado 15 de Noviembre del 2025.

Declaración de exoneración de responsabilidad: “Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él”. Román Andrés Santos Hoyos, Víctor Adrián De La Torre Marmolejo , Juan Pablo Riaño Fernández / Sábado 15 de Noviembre del 2025.

## BeautyDent Odontología Especializada

Empresa con más de 15 años de experiencia en odontología odontología estética y salud oral en Bogotá.

Ofrecemos un modelo interdisciplinario con equipo de especialistas altamente calificado.

Nuestra clínica se distingue por su infraestructura moderna con tecnología de punta y un ambiente cálido y seguro para los pacientes.

★ **¡No es una franquicia! Garantizamos atención personalizada y personalizada y continua por el mismo equipo.**



### Más de 15 años de experiencia

En tratamientos de salud oral y estética dental



### Tecnología de punta

Infraestructura moderna con las últimas innovaciones



### Equipo de especialistas

Profesionales altamente calificados y experimentados



### Ambiente cálido y seguro

Para todos nuestros pacientes



## Misión

Ser **referentes** en salud oral y odontología estética, impulsando la innovación y la calidad clínica mediante la exploración de nuevos mercados y una atención centrada en el paciente.



Innovación



Calidad Clínica



Paciente Centrado



## Visión

Ser la clínica odontológica de **referencia en Bogotá** por su atención excepcional, tecnología avanzada e innovación con calidez humana.



Atención Excepcional



Tecnología Avanzada



Innovación con Calidez

Matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas) para evaluar situación interna y externa de BeautyDent, sirviendo como insumo para decisiones estratégicas.

## Proceso para Factores Externos

### 1. Identificación de factores críticos

Externos: Amenazas y Oportunidades

---

### 2. Ponderación de factores

Asignación de porcentajes según impacto

---

### 3. Evaluación de factores

Asignación de valores: 3-4 para oportunidades, 1-2 para amenazas

---

### 4. Cálculo del resultado final

Multiplicación de ponderación por evaluación

## Proceso para Factores Internos

### 1. Identificación de factores críticos

Internos: Debilidades y Fortalezas

---

### 2. Ponderación de factores

Asignación de porcentajes según impacto

---

### 3. Evaluación de factores

Asignación de valores: 3-4 para fortalezas, 1-2 para debilidades

---


### 4. Cálculo del resultado final

Multiplicación de ponderación por evaluación

## Posición de Resistencia

BeautyDent se encuentra en una **posición de resistencia**, operando en un entorno medianamente hostil.

La empresa carece de las capacidades internas óptimas para responder eficazmente, lo que le confiere **desventajas competitivas** frente a organizaciones similares.

 Esto indica que BeautyDent necesita implementar estrategias urgentes para mejorar su posición competitiva.

### Evaluación DOFA

#### Fortalezas

Capacidades internas positivas

#### Debilidades

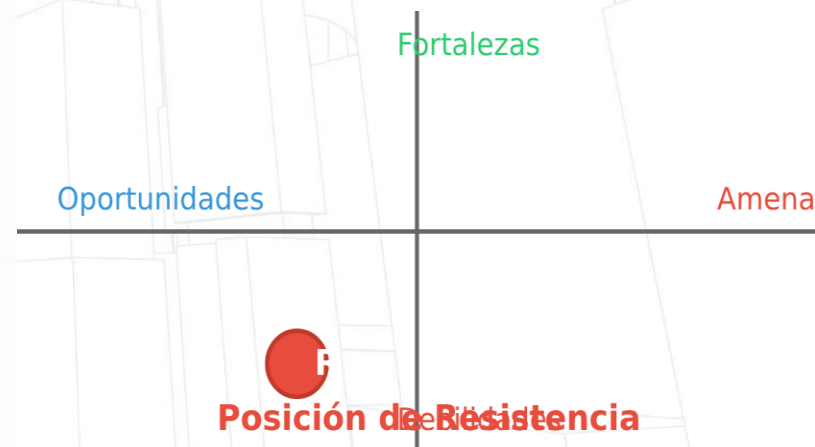
Capacidades internas negativas

#### Oportunidades

Factores externos positivos

#### Amenazas

Factores externos negativos



## Propuestas para fortalecer la presencia digital

### Optimización SEO

Mejorar la visibilidad en motores de búsqueda con contenido específico para búsquedas relacionadas con odontología estética y tratamientos dentales.

### Gestión de Redes Sociales

Actividad regular en plataformas sociales con contenido educativo y entretenido sobre salud bucal y belleza dental.

### Email Marketing

Campañas de comunicación personalizadas para pacientes y leads, con consejos dentales y ofertas especiales.


### Presencia Online

Actualización constante del sitio web y perfiles en directorios dentales para mejorar el posicionamiento competitivo.

## Actividades Clave

### PROCESO: MARKETING / INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Pregunta	Listar Actividades por proceso
¿Qué hace el empleado?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda continua de nuevas estrategias para conectar con el público objetivo de los servicios ofertados por la clínica.</li> <li>• Diseño de piezas publicitarias (físicas y digitales) así como otras estrategias (campañas, eventos, que resulten llamativas y logren el mayor alcance posible.</li> <li>• Atraer potenciales clientes dándoles a conocer los servicios ofertados de una manera atractiva.</li> <li>• Explorar nuevos mercados potenciales a los que se les pueda ofrecer los servicios prestados</li> </ul>
¿Cómo lo hace?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de tendencias de consumo, identificar patrones en compras y ventas en los consumidores de productos idénticos o similares a los ofertados.</li> <li>• Uso de herramientas de diseño digital (Canva, Photoshop, Blender, etc...).</li> <li>• Uso de plataformas digitales y redes sociales (Facebook, Instagram, Tiktok, etc...).</li> <li>• Consultas con grupos focales, realización de encuestas, feedback de los clientes.</li> </ul>

 *Implementar estas estrategias mejorará la visibilidad digital y atraerá a nuevos pacientes.*

Estrategias para optimizar el equipo de especialistas y mejorar la calidad del servicio al paciente




## Composición del Equipo

- ✓ Modelo interdisciplinario con especialistas altamente calificados
- ✓ Equilibrio adecuado entre odontólogos, auxiliares y administrativos




## Calidad del Servicio

- ✓ Atención personalizada y continua por el mismo equipo
- ✓ Protocolos estandarizados para garantizar la calidad



## Desarrollo Profesional

- ✓ Programas de actualización continua en tecnología dental
- ✓ Participación en conferencias y eventos profesionales



## Colaboración Interna

- ✓ Comunicación efectiva entre especialistas
- ✓ Reuniones periódicas para casos complejos



*Un equipo talentoso y bien gestionado es la base para una atención odontológica de excelencia*

## Fortalecimiento del Sistema de Gestión de Calidad

BeautyDent implementa el sistema PAMEC para garantizar la excelencia en los tratamientos odontológicos y mejorar continuamente la calidad del servicio.

### Objetivos Clave:

- ✓ Estándares de calidad internacionales
- ✓ Procesos odontológicos optimizados
- ✓ Excelencia en la atención al paciente
- ✓ Mejora continua basada en indicadores

💡 La calidad es fundamental para BeautyDent. Nuestro compromiso es la excelencia clínica y la satisfacción del paciente.

## Cronograma del PAMEC 2024-2025

CRONOGRAMA DEL PAMEC 2024-2025

QUÉ	QUIEN	FECHA	
		INICIO	FINAL
1. Autoevaluación	Gerente - Comité de Calidad. Asesora Externa	abr-24	may-24
2. Selección de procesos a mejorar	Gerente - Comité de Calidad. Auditoría	abr-24	may-24
3. Priorización de procesos	Gerente - Comité de Calidad	may-24	jun-24
4. Definición de la calidad esperada	Gerente - Comité de Calidad	may-24	jun-24
5. Medición inicial del desempeño de los procesos	Gerente - Comité de Calidad	jun-24	jul-24
6. Plan de acción para procesos seleccionados	Gerente - Comité de Calidad. Encargada Gestión.	ago-24	sep-24
7. Ejecución del plan de acción	Gerente - Comité de Calidad. Encargada Gestión.	sep-24	dic-25
8. Evaluación del mejoramiento	Gerente - Comité de Calidad. Encargada Gestión.	sep-24	dic-25
9. Aprendizaje Organizacional	Gerente - Comité de Calidad. Encargada Gestión.	dic-24	ene-25
10. Seguimiento de indicadores	comités	ago-24	dic-25



### Autoevaluación

Evaluación inicial de los procesos y cumplimiento de estándares



### Planificación

Diseño de acciones para mejorar procesos críticos

## Estrategias para la viabilidad económica:

 **Gestión eficiente del flujo de caja**  
Monitoreo constante y análisis proactivo de ingresos y egresos.

 **Inversión estratégica en tecnología**  
Actualización de infraestructura para mejorar eficiencia operativa.

 **Diversificación de servicios**  
Expansión de gama de tratamientos para aumentar ingresos.

## Proyección de Flujo de Caja

### PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA

(+) valores residuales							\$ -
							\$ -
(-) Inversion el capital de trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Cash Flow</b>	<b>-\$ 30.000.000</b>	\$ 44.663.068	\$ 58.031.548	\$ 74.073.724	\$ 93.324.336	\$ 116.425.070	
Beneficio fiscal	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Free Cash flow / flujo de caja libre</b>	<b>-\$ 30.000.000</b>	\$ 44.663.068	\$ 58.031.548	\$ 74.073.724	\$ 93.324.336	\$ 116.425.070	
(+) Prestamo	\$ 89.046.788						
(-) Intereses		\$ 6.888.652	\$ 5.586.413	\$ 4.583.974	\$ 2.632.195	\$ 959.644	
(-) Abono a capital		\$ 14.968.262	\$ 16.270.501	\$ 17.686.035	\$ 19.224.720	\$ 20.897.270	
<b>Equity Cash Flow/flujo de caja proyect</b>	<b>\$ 59.046.788</b>	<b>\$ 22.806.154</b>	<b>\$ 36.174.634</b>	<b>\$ 51.803.716</b>	<b>\$ 71.467.422</b>	<b>\$ 94.568.155</b>	
<b>Valor presente de los flujos futuros</b>		\$ 21.116.809	\$ 33.495.031	\$ 47.966.404	\$ 66.173.539	\$ 87.563.107	
		\$ 22.806.154	\$ 36.174.634	\$ 51.803.716	\$ 71.467.422	\$ 94.568.155	
<b>VNA (valor presente neto) FORMULA</b>	<b>\$ 335.866.869</b>						
<b>VNA (valor presente neto) EXCEL</b>	<b>\$ 335.866.869</b>						
<b>TIR (tasa interna de retorno)</b>	<b>#¡NUM!</b>						



El valor presente neto (VNA) de los flujos futuros es de \$335,866,869

## Conclusiones

1. El análisis integral evidencia que BeautyDent es una organización con una base clínica sólida y un enfoque centrado en el paciente, pero que requiere fortalecer su gestión estratégica, operativa y digital para responder de manera efectiva a un entorno competitivo y asegurar su posicionamiento sostenible en el sector odontológico.
2. La articulación entre calidad asistencial, talento humano especializado, gestión financiera responsable e innovación tecnológica constituye el eje central para la sostenibilidad y el crecimiento de BeautyDent, permitiéndole avanzar hacia un modelo de atención eficiente, rentable y alineado con estándares superiores de calidad en salud.

## Referencias bibliográficas

1. Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. Harvard Business Review, 86(1), 78–93.
2. Kotler, P., Shalowitz, J., & Stevens, R. J. (2021). *Strategic marketing for health care organizations: Building a customer-driven health system* (2nd ed.). Jossey-Bass.
3. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). *Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes*. Harvard Business School Press.
4. Donabedian, A. (2005). *Evaluating the quality of medical care*. Milbank Quarterly, 83(4), 691–729. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2005.00397.x>
5. Organización Mundial de la Salud. (2021). *Global strategy on digital health 2020–2025*. OMS. <https://www.who.int>
6. Ministerio de Salud y Protección Social. (2016). *Resolución 256 de 2016: Sistema de información para la calidad*. <https://www.minsalud.gov.co>
7. Ministerio de Salud y Protección Social. (2018). *Resolución 3280 de 2018: Rutas integrales de atención en salud*. <https://www.minsalud.gov.co>
8. Superintendencia Nacional de Salud. (2023). *Guía para la implementación del PAMEC en IPS*. <https://www.supersalud.gov.co>
9. Shortell, S. M., & Kaluzny, A. D. (2016). *Health care management: Organization design and behavior* (6th ed.). Cengage Learning.
10. Berwick, D. M., Nolan, T. W., & Whittington, J. (2008). *The triple aim: Care, health, and cost*. Health Affairs, 27(3), 759–769. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.27.3.759>
11. Gómez-García, M., & Vargas-Urrego, P. (2020). *Marketing de servicios de salud y experiencia del paciente*. Revista Gerencia y Políticas de Salud, 19(39), 1–15. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgps19-39.mssp>
12. Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
13. Institute for Healthcare Improvement. (2023). *Quality improvement essentials toolkit*. <https://www.ihl.org>
14. OECD. (2022). *Health care quality indicators*. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://www.oecd.org>
15. Organización Panamericana de la Salud. (2020). *Calidad de la atención y seguridad del paciente*. OPS. <https://www.paho.org>