



ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN EN LOS CLIENTES DE LA CLÍNICA SVELTIC DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Jeanette Adriana Espinoza Lastra

Estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte
Avda. de las Américas frente al Cuartel Modelo, Guayaquil-Ecuador
adrianaespinozalas@hotmail.com

MBA.Félix Dav id Freire Sierra

Docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte
Avda. de las Américas frente al Cuartel Modelo, Guayaquil-Ecuador
ffreires@ulvr.edu.ec

Msc.Ketty Rodriguez

Av. Francisco de Orellana, ciudadela El Bosque, Guayaquil-Ecuador
ka-rquez.rquez@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jeanette Adriana Espinoza Lastra, Félix Dav id Freire Sierra y Ketty Rodriguez (2017): “Análisis de la satisfacción en los clientes de la Clínica Sveltic de la ciudad de Guayaquil”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (agosto 2017). En línea:
<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/08/clientes-clinica-sveltic.html>

Resumen:

El desarrollo de este artículo se direccionó a un estudio de la satisfacción en la atención médica en la Clínica Sveltic para poder identificar los factores que inciden positivamente en la demanda actual de los clientes logrando posicionar la imagen de la clínica. La investigación ayudara a generar mayor difusión, conocimiento y satisfacción a los clientes incrementando su participación económica en el mercado, ofreciendo un servicio de calidad con mejores resultados estéticos post quirúrgicos a través de un proceso de rehabilitación para la recuperación y con la ayuda de los tratamientos complementarios aplicados en las zonas menos favorecidas del cuerpo, se conseguirá que el cliente retome su vida normal en el menor tiempo posible para generar mayor satisfacción y fidelización de los clientes. Sveltic busca canales adecuados para la comunicación médico – cliente y utiliza en la cirugía equipos con nuevos avances tecnológicos que ofrecen mejores beneficios a los clientes. En la actualidad las cirugías estéticas representan una inversión que ha incrementado su oferta como resultado de la gran demanda en los últimos años.

PALABRAS CLAVES: Métricas de la Web – Diseño de la oferta – Top of mind – Posicionamiento – Servicio de Post venta.

Abstract

The development of this article was directed to a study of the satisfaction in the medical care in the Clinic Sveltic to be able to identify the factors that have a positive impact on the current demand of the clients, in order to position the image of the clinic. The research will help to generate greater diffusion, knowledge and satisfaction to the clients by increasing their economic participation in the market, offering a quality service with better post-surgical aesthetic results through a rehabilitation process for recovery and with the help of treatments Complementary in the less favored areas of the body, the client will return to normal life in the shortest possible time to generate greater satisfaction and customer loyalty. Sveltic looks for channels suitable for medical - client communication and uses in equipment surgery with new technological advances that offer better benefits to clients. At present esthetic surgeries represent an investment that has increased its offer as a result of the great demand in recent years.

KEYWORDS: Metrics of the Web - Design of the offer - Top of mind - Positioning - After Sales Service.

1.- INTRODUCCIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Cirugía plástica es una rama de la medicina que permite corregir imperfecciones corporales ya sea congénitas, de tipo accidental y/o vanidad, en la actualidad existen clientes en la clínica Sveltic que al no estar conforme con su cuerpo se someten a la intervenciones quirúrgicas buscando de esta forma la perfección de su imagen corporal, y sin embargo no sienten una recuperación satisfactoria especialmente en el proceso de cicatrización, debido a varios factores lo cual genera, insatisfacción ya que esperan resultados a corto plazo.

La intervención quirúrgica viene seguida de un programa de rehabilitación usando técnicas adecuadas para una recuperación satisfactoria, la cual requiere del uso de equipos de rehabilitación post quirúrgicas, los que no han sido adquiridos por la clínica, y es necesario enviar a los clientes a realizar los tratamientos complementarios a otros centros estéticos, lo que causa complicaciones como: infección, quemaduras, ceroma, irritación o necrosis de la piel.

Los clientes demuestran un grado de inconformidad, debido a los diferentes tratamientos complementarios a los que deben de ser sometidos y por el régimen alimenticio que debe seguirse después de una Cirugía Plástica, afectando de esta manera a los ingresos económicos de la clínica y ocasionando en los pacientes un descontento porque muchas veces no tienen disponibilidad de tiempo, y no obtienen un resultado inmediato, todo esto puede ocasionar la deserción de clientes de la clínica Sveltic y un mensaje negativo a los futuros prospectos.

Es importante realizar un estudio de la satisfacción en la atención médica en la Clínica Sveltic para lograr identificar los factores que inciden positivamente en la demanda actual de los pacientes clientes para este servicio, logrando posicionar la imagen de la clínica respecto a sus servicios médicos de estética.

Se ha establecido la formulación del problema de la siguiente manera:
¿Cuál será el grado de satisfacción de los clientes de la clínica Sveltic de la ciudad de Guayaquil?

Objetivo general

Desarrollar un análisis de la satisfacción en los clientes de la clínica Sveltic de la ciudad de Guayaquil

Objetivos específicos

- Especificar qué tipos de procedimientos médicos son los de mayor requerimiento por parte de los clientes de Sveltic
- Analizar las limitaciones que se presentan con mayor frecuencia en la recuperación médica de los clientes
- Distinguir los factores que inciden positivamente en la demanda actual de los servicios médicos estéticos
- Identificar los beneficios de mayor valor que perciben los clientes en su— recuperación estética

2.- MATERIALES Y MÉTODOS

Para la investigación fue necesario conseguir mayor información que nos permita conocer a fondo la situación general de la Clínica Sveltic, para poder formular la hipótesis y conocer las oportunidades que nos permita solucionar el problema de los clientes insatisfechos de la clínica, por lo tanto se empleó una investigación descriptiva y exploratoria, con un enfoque de estudio cualitativo y cuantitativo. Se utilizó la técnica de las encuestas y entrevistas para que el investigador pueda profundizar en la información. Se realizó una investigación Descriptiva y de campo las cuales permitieron la recolección de datos, para luego proceder al análisis e interpretación de los resultados.

El siguiente estudio está enfocado en la base de datos de la Clínica Sveltic información que ha sido proporcionada por el Dr. Juan Pablo Menéndez Zavala que es Propietario y Representante legal de la Clínica Sveltic se determinó según los datos de la Clínica Sveltic 221 personas (2016). Se considera como objeto de estudio a personas mayores de 18 años de la ciudad de Guayaquil.

Tomando en consideración lo acotado en el párrafo anterior, la muestra entonces es una mínima parte de la población, la misma que se obtiene a partir de una fórmula específica según el número de personas que conforman la población y ante lo indicado se considerará la aplicación de la fórmula finita dado a que se conoce a la cantidad de personas que componen la población, identificando el 95% como porcentaje de aceptación y un 5% de margen de error del 5%.

Se considera como objeto de estudio a los habitantes de la ciudad de Guayaquil que constan en la base de datos de los clientes de la Clínica Sveltic y son 221 personas, el cálculo de la muestra determinó un total de 141 encuestas, dirigida a personas de la clase media alta y alta de la Clínica Sveltic.

3.- ANÁLISIS DE RESULTADOS

Después de una ardua investigación, se pudo analizar lo que se presenta a continuación:

¿Se ha sometido alguna vez a una operación de cirugía estética?

Tabla 1. Operación de cirugía estética

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	58	41

No	83	59
TOTAL	141	100

Elaborado por: Los autores

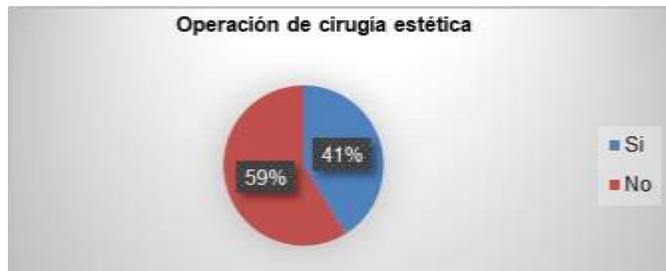


Figura 1. Operación de Cirugía Estética

Elaborado por: Los autores

El 41% de los encuestados indican que si se han realizado alguna operación de cirugía estética para mejorar su autoestima favoreciendo su imagen física, el 59 % consideran que no se han realizado ninguna operación pero de existir la necesidad si lo harían. Por lo tanto, existe un mercado potencial para poder promocionar la estética dentro de los mismos pacientes.

¿Las intervenciones quirúrgicas son técnicas usadas para la mejorar su salud?

Tabla 2. Las intervenciones quirúrgicas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Siempre	20	14
Casi siempre	44	31
Alguna vez	42	30
Rara vez	30	21
Nunca	5	4
TOTAL	141	100

Elaborado por: Los autores

Figura 2. Las Intervenciones quirúrgicas



Elaborado por: Los autores

El 55% (30,21,4%) de los encuestados considera que no siempre las intervenciones quirúrgicas mejoran la salud por lo que la Clínica Svetic debe considerar el enfoque de la comunicación al servicio estético más que a la salud o bienestar. Esto considera que la información para los clientes debe apuntar al servicio de belleza e imagen de los pacientes.

¿Cree usted que las intervenciones quirúrgicas fortalecen aspectos emocionales, psicológicos y sociales?

Tabla 3. Aspectos emocionales, psicológicos y sociales

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Bastante	63	45
Un poco	56	40
En nada	22	15
TOTAL	141	100

Elaborado por: Los autores



Figura 3. Aspectos emocionales, psicológicos y sociales

Elaborado por: Los autores

Según las respuestas de los encuestados indican que la mayoría de los clientes considera que las intervenciones quirúrgicas estéticas fortalecen aspectos emocionales, psicológicos y sociales del paciente de Sveltic, lo que significa que la clínica debe posicionar estos atributos en la mente de los pacientes a fin de que generen referencias e incrementen la cantidad de clientes en el área de las intervenciones quirúrgicas estéticas.

¿Si pudiera modificar una parte de su cuerpo para mejorar su imagen se haría una cirugía?

Tabla 4. Cirugía estética para mejorar la imagen

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	128	91
No	13	9
TOTAL	141	100

Elaborado por: Los autores



Figura 4. Cirugía estética para mejorar la imagen

Elaborado por: Los autores

Si el 91% de los clientes considera importante realizarse una mejora estética a su imagen corporal entonces Sveltic debe enfocar su comunicación comercial a la importancia de la imagen física para que las personas sientan bienestar físico y emocional e incrementar su participación en el mercado estético.

¿Cree usted que la asistencia post operatoria es importante después de la cirugía?

Tabla 5. Asistencia post operatoria

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Nada de acuerdo	1	1
Poco de acuerdo	8	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	11
Muy de acuerdo	53	37
Completamente de acuerdo	64	45
TOTAL	141	100

Elaborado por: Los autores

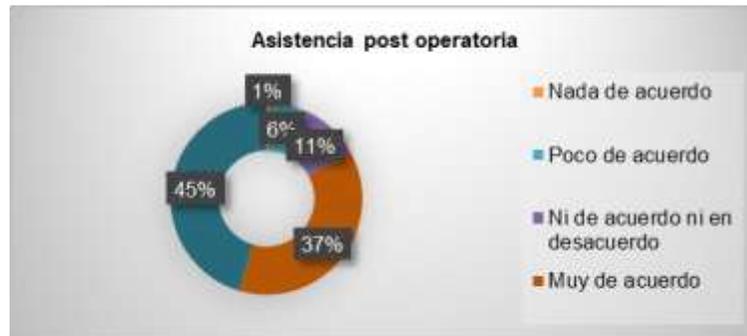


Figura 5. Asistencia post operatorio.

Elaborado por: Los autores

El 1% indican que la asistencia post operatoria no es necesaria después de la cirugía ya que al ser evaluados por el médico no necesitan ese servicio adicional y prefieren irse a descansar a su casa, el 6% consideran que la asistencia post operatoria no es muy importante después de la cirugía ya que el médico es quien hace las recomendaciones necesarias para los cuidados post operatorios, el 11% que de ser necesario realizarían los cuidados en el post operatorio el 37% que la asistencia post operatoria si es importante después de la cirugía porque se podrían presentar ciertos inconvenientes médicos que solo los profesionales podrían resolver, el 45% de los encuestados están completamente de acuerdo que la asistencia post operatoria es importante después de la cirugía y consideran que se encuentran más tranquilos con los cuidados de un profesional.

¿Sabía usted que las técnicas quirúrgicas permiten una recuperación más rápida y menos dolorosa?

Tabla 6 Recuperación más rápida y con menos dolor

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	71	51
No	69	49
TOTAL	140	100

Elaborado por: Los autores

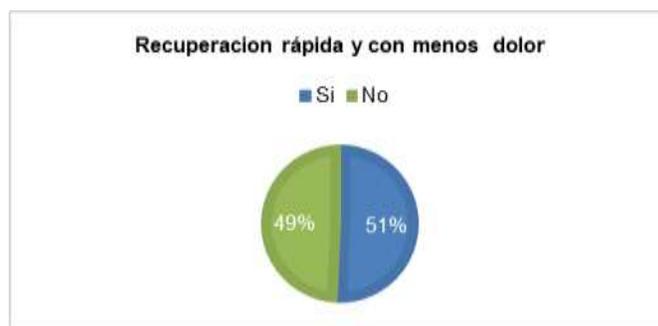


Figura 6. Recuperación rápida y menor dolor

Elaborado por: Los autores

El 51% opina que las técnicas quirúrgicas actualmente permiten una recuperación más rápida y con menos dolor debido al avance de la tecnología ya que garantiza una recuperación más rápida y satisfactoria, esto incrementa la seguridad de las personas que buscan una cirugía estética sin riesgos y menos dolor, el 49% consideran que las técnicas quirúrgicas continúan siendo dolorosas y aunque la recuperación es más rápida hay muchas personas que se preocupan más por su imagen corporal que por el dolor después de la cirugía.

¿Considera usted que las técnicas quirúrgicas presentan ventajas fundamentales para corregir imperfecciones?

Tabla 7. Técnicas quirúrgicas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Siempre	30	21
Casi siempre	65	46
Alguna vez	25	18
Rara vez	18	13
Nunca	3	2

TOTAL	141	100
--------------	-----	-----

Elaborado por: Los autores



Figura 7. Técnicas quirúrgicas

Elaborado por: Los autores

El 21% de los encuestados indican que las operaciones de cirugía estética corrigen imperfecciones físicas mejorando la apariencia de las personas, el 46% consideran que las técnicas quirúrgicas si presentan ventajas para resaltar rasgos físicos haciendo lucir más atractivas a las personas, el 18% indica que son necesarias cuando ha ocurrido algún accidente y se han presentado traumas físicos como fracturas etc, el 13% indican que rara vez son necesarios y que con terapias se pueden corregir daños físicos, el 2% que con el tiempo se enferman más por lo tanto las técnicas quirúrgicas no son tan necesarias.

¿Está usted de acuerdo en que un estilo de vida sano y un plan de ejercicios adecuados limitaría la necesidad de una cirugía?

Tabla 8. Ejercicios para limitar la cirugía estética

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Nada de acuerdo	11	8
Poco de acuerdo	35	25
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	35
Muy de acuerdo	26	18
Completamente de acuerdo	20	14
TOTAL	141	100

Elaborado por: Los autores



Figura 8. Ejercicios para limitar la cirugía estética

Elaborado por: Los autores

El 68% de los pacientes de Sveltic no considera importante que el estilo de vida y los ejercicios limitan la necesidad de una cirugía. Los pacientes de Sveltic en su mayoría piensan que teniendo una dieta sana igual se realizarían una cirugía. Sveltic deberá fomentar la importancia de la imagen física y de la juventud más que la dieta o ejercicios.

¿Qué factores consideras importantes en una cirugía estética?

Tabla 9. Factores importantes en una cirugía estética

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Buen trato	30	21
Calidad del servicio	56	40
Precios	35	25
Otros	20	14
TOTAL	141	100

Elaborado por: Los autores

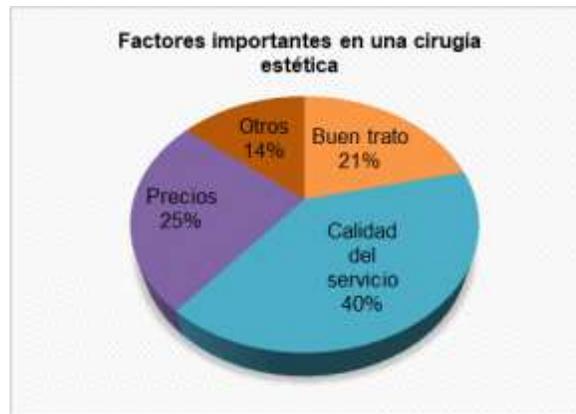


Figura 9. Factores importantes en una cirugía estética

Elaborado por: Los autores

El 21% de los encuestados indican que el buen trato es importantes en una cirugía estética pues eleva el nivel de confianza en los clientes quienes esperan resultados satisfactorias en la cirugía, el 40% de los encuestados indican que la calidad del servicio es importantes en una cirugía estética ya tiene la seguridad de un especialista y profesional sin temor a correr riesgos sanitarios, 25% de los encuestados indican que el precio es un factor importante al momento de realizar una cirugía estética pues consideran realizarse futuras intervenciones quirúrgicas, 14% indican que los resultados son muy importantes debido a que el cliente busca la satisfacción personal.

¿Recomendaría los servicios de la clínica Sveltic a sus amigos o familiares?

Tabla 10. Recomendación de Servicios en Clínica Sveltic

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	137	97
No	4	3

TOTAL	141	100
--------------	-----	-----

Elaborado por: Los autores

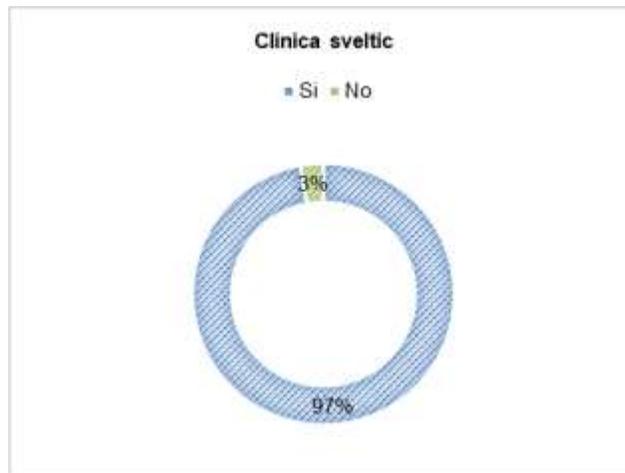


Figura 10. Recomendación de Servicios en Clínica Sveltic

Elaborado por: Los autores

El 97% de los encuestados indican que si recomendaría los servicios de la clínica Sveltic a sus amigos o familiares por la calidad que ofrecen las cirugías y buen servicio, el 3% consideran que no es necesario hacerlo debido a que no se han realizado ninguna intervención quirúrgica . La satisfacción de la imagen personal es vital para una vida saludable tanto física como psicológica. Debido a ello la clínica Sveltic ofrece intervenciones quirúrgicas dedicadas identificar las mejoras opciones que debe incluir el aspecto estético de las personas.

¿Considera usted que la clínica Sveltic ofrece un servicio de cirugía satisfactorio?

Tabla 11. Servicio de cirugía satisfactorio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Siempre	50	35
Casi siempre	47	33
Alguna vez	42	30
Rara vez	1	1
Nunca	1	1
TOTAL	141	100

Elaborado por: Los autores



Figura 11. Servicio de cirugía satisfactorio

Elaborado por: Los autores

El 35% considera que la clínica Sveltic ofrece un servicio de cirugía satisfactorio, la belleza juega un papel muy importante en la sociedad actual y los servicios quirúrgicos se requieren con más frecuencia, el 33% consideran que de ser requerida se realizarían otra cirugía que destaque ciertos partes de su cuerpo, el 30% opina que de ser necesario por alguna situación médica o por enfermedad si se realizarían alguna cirugía, el 1% indica que conocen la calidad y servicio de la clínica pero no tienen experiencias de cirugía alguna y esperan no tener que necesitar de ninguna.

Efectos de la cirugía estética.

Tabla 12. Efectos de la cirugía estética

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Satisfacción	25	50
Seguridad	14	28
post quirúrgico	8	16
Riesgos	3	6
TOTAL	50	100

Elaborado por: Los autores



Figura 12. Efectos de la cirugía estética

Elaborado por: Los autores

El Dr. Juan Pablo Menéndez indica que la cirugía plástica es una necesidad que corrige imperfecciones en el cuerpo humano y que a través de ello muchos clientes han logrado una satisfacción psicológica y social, durante 8 años se ha dedicado a realizar cirugías estéticas en Guayaquil, Brasil, México y Colombia utilizando el tratamiento más adecuado para cada cliente con el objetivo de resaltar la belleza y lograr un cliente satisfecho con su propia imagen mejorando su estilo de vida.

28% La clínica Sveltic nace con la idea de hacer arte y gracias a los avances de la medicina moderna, ofrece un servicio de calidad que esta al alcance de todo el mundo, se puede mejorar el aspecto anatómico de las personas cuyo cambio es muy radical y tiene gran impacto emocional haciendo que influya positivamente en su vida personal y social. 16% Como el procedimiento del post quirúrgico es mínimamente invasivo, es un procedimiento ambulatorio, es decir que el cliente no tendrá la necesidad de hospitalizarse a menos que sea necesario, es necesario el uso adecuado de la faja y de los masajes de drenaje linfático, el ultrasonido desinflamara el área tratada si es que hay una partícula de tejido adiposo el ultrasonido lo disuelve y la carboxiterapia da oxígeno para despejar aquellas áreas donde se vean irregularidades. Como en cualquier procedimiento medico el 6% se incorpora ayuda psicológica antes de someterse a la cirugía estética debido a que se pueden presentar complicaciones post operatorias como: un edema que se va eliminando en un período variable de acuerdo a las características del drenaje linfático, sangrado o infección de cada paciente y que se presentan en aquellas áreas donde se realizó la extracción de la grasa, a pesar de que la anestesia es local se puede presentar reacciones adversas o alergias como laringoespasmos y convulsiones que son tratadas profesionalmente.

1.- DISCUSIÓN:

Lo más importante es poder conocer el grado de satisfacción de los clientes de la Clínica Guayaquil, si están conformes con la cirugía, si no hubieron complicaciones, que la recuperación sea exitosa en el menor tiempo posible todas estas inquietudes y expectativas de lo que el cliente espera de la Clínica Sveltic. Crear un plan de acción controlado y vigilado por el medico tratando va a dar a los clientes de la clínica Sveltic, mayor seguridad no solo para el paciente sino para el Cirujano ya que tendrá todo bajo su control.

Posteriormente se pudo conocer la opinión de los clientes respecto al servicio que recibieron y se descubrió que es satisfactoria, pero que les agradaría que los tratamientos complementarios se puedan realizar en el mismo lugar por el factor tiempo. Los clientes desean que se actualice constantemente la página web para poder conocer las promociones que se van a crear ya que la tecnología que mantiene la Clínica Sveltic quien la representa dignamente el Dr Juan Pablo Menéndez

Zavala y la diferentes labores sociales que realiza son de mucha ayuda a la comunidad, sin fines de lucro.

La importancia de la atención médica y la rehabilitación consiste en que cada día el número de problemas de salud aumentan debido a la mala alimentación y a los diferentes complejos personales que adoptan las personas frente a una sociedad en constante evolución y cambios por mejorar la apariencia personal frente una sociedad exigente. Muchas personas tienen más problemas para alcanzar y mantener un nivel óptimo de autonomía y salud.

En la actualidad no existe ya una sola institución pública o privada, grande o pequeña, nacional o internacional que no esté haciendo uso de herramientas de marketing para <<vender>> sus productos, sus servicios... o sus sentimientos, valores o ideas. Cuando estas <<ideas>> son <<sociales>>, hablamos de marketing social. (Navarro, 2012)

El poco conocimiento de los servicios de rehabilitación en la apariencia física, disminuye la pronta recuperación del paciente esto lo obliga a distanciarse de eventos sociales y otros aspectos personales, la medicina y las ciencias que promueve la salud previenen y diagnostican el estado de las enfermedades, y establece como prioridad el logro de objetivos del paciente y de la reintegración a la sociedad utilizando medios físicos terapéuticos naturales o modificados con ayuda técnica.

La estética es la disciplina que investiga las condiciones de lo hermoso que se encuentra en la naturaleza y en el arte, y mantiene una estrecha relación con la belleza. Por esta razón la estética usa las diferentes acciones con el fin de lograr la belleza corporal, esto incluye a los tratamientos quirúrgicos y los mínimamente invasivos y complementarios. Un segundo problema radica en los productos placenteros, que ofrecen al cliente la satisfacción de necesidades inmediatas y son muy rentables, pero no son necesariamente beneficiosos para los clientes y la sociedad en el largo plazo. (Belz, Peattie, & Galí, 2013)

Actualmente, existen muchas clínicas estéticas y doctores especializados en la rama de Cirugía plástica, reconstructiva y estética brindando sus servicios para que las personas puedan cambiar y mejorar su aspecto exterior, logrando de esta manera poder cumplir con sus expectativas y deseos tan anhelados de mejorar su apariencia física. Existen valores estéticos que son los juicios de valores sobre el aspecto y las emociones que se pueden provocar con elegancia, y originalidad.

2.- PROPUESTA

Con la presente propuesta del plan de marketing se pretende incrementar la satisfacción de los clientes de la clínica Svetic en el post operatorio estableciendo estrategias de marketing que permitan el cumplimiento de los objetivos planteados y la calidad del servicio ofrecido a los clientes de la Clínica para valorar el cuadro clínico y el estado en que se encuentra el cliente, las expectativas, el tipo de procedimiento y los resultados que se esperan obtener.

Los masajes post quirúrgicos DLM (drenaje linfático manual), forman parte del tratamiento de recuperación del cliente, el objetivo es mejorar los resultados después de la cirugía. La intervención del terapeuta estético es muy importante después de una cirugía porque los tratamientos previos y posteriores van a mejorar los resultados, facilitando la recuperación y garantizando un beneficio y satisfacción para el cliente.

El tratamiento es de mucha importancia debido a que realiza la reabsorción y evacuación del edema post quirúrgico que se acumula alrededor de la zona intervenida y provoca una tensión muy molesta para el cliente, en el post quirúrgico se realizan los masajes DLM que consiste en una serie de maniobras manuales y que consisten en realizar suaves movimientos que drenan por la vía linfática las sustancias de desecho, a la eliminación de los fármacos utilizados, para mejorar la circulación, disminuir la inflamación, y mejorar la cicatrización.

El Impacto que se va a obtener es que las personas tomen conciencia que la medicina estética ha avanzado notablemente y la necesidad de verse mayor aumenta cada día, a través de la cirugía muchos clientes han mejorado su apariencia física o su rostro en el quirófano, esto influye de forma positiva en su vida diaria a nivel personal, social, emocional y psicológico.

La clínica Sveltic evalúa aspectos que van más allá de la imagen física, está orientada a la superación personal, el impacto de una cirugía estética sobre la satisfacción personal en los clientes es muy positivo, la predisposición a explorar nuevas experiencias y otros espacios para el confort personal se verá incrementada con la cirugía a laser.

El concepto de belleza existe desde la antigüedad y busca mantener la apariencia juvenil y la belleza. La apariencia es un factor esencial en las interrelaciones humanas y siempre ha estado asociada al éxito profesional y social sugiere la Organización Mundial de la Salud (OMS).

CONCLUSIÓN:

Existe un alto nivel de satisfacción del cliente en los procedimientos médicos realizados por la clínica Sveltic, se cumple con todos los objetivos establecidos al ofrecer mayores beneficios y obtener una mejor posición competitiva, los clientes están satisfecho con la autoimagen personal es vital para una vida saludable, no sólo físicamente sino también psicológicamente, la clínica busca aumentar su participación en el mercado y tener un impacto positivo en su servicio financiero.

Es importante conocer qué tan satisfechos se encuentran sus clientes al recibir los beneficios por el servicio médico recibido en la calidad del servicio (su recuperación medica), la seguridad, medicamentos, eficacia del tratamiento, confiabilidad, competencia del personal y precios quirúrgicos, los tratamientos médicos que generan satisfacción en los clientes adquieren cada vez más relevancia, se valora además del tratamiento en el post operatorio, la clínica, los medios y el personal, la atención al cliente es fundamental en este tipo de tratamientos, el tratamiento laser brinda resultados fabulosos sin necesidad de sufrir dolor o molestias.

Las limitaciones de mayor frecuencia que se presentan en una intervención quirúrgica para la recuperación física y emocional de los clientes es la ansiedad que a menudo es confundida con el estrés debido a componentes psíquicos, fisiológicos y conductuales ya que la cirugía constituye un potente estresor complejo debido a las características del procedimiento quirúrgico, miedo a no despertar de la anestesia, sentir dolor durante la operación que puedan provocar los procedimientos invasivos previos a la intervención, efectos de la anestesia como resultado de la cirugía.

La atención al cliente en el post operatorio de la clínica Sveltic es relativamente rápida este proceso se prolongará en el tiempo suficiente para que la inflamación haya desaparecido por completo para facilitar este proceso, un tratamiento específico contribuirá a mejorar la calidad del servicio dentro de los márgenes posibles que vienen condicionados por la capacidad de recuperación de cada paciente.

Los medios de comunicación están entre los factores que inciden positivamente en el servicio médico se define la demanda estética que están dispuestos a adquirir los clientes con la técnica de láser los resultados son satisfactorios y la recuperación rápida de los clientes la han consolidado como un procedimiento seguro y mínimamente invasivo para corregir los acúmulos grasos localizados por un precio determinado de acuerdo a los gustos o preferencias.

Los beneficios que perciben los clientes en la recuperación estética son muchísimos más aun cuando se trata de alcanzar un nivel de belleza o perfección, corregir deformaciones faciales, físicas, asimetría de senos, reconstrucciones mediante cirugía plástica reparadora que elevan la autoestima sin complejos o traumas.

RECOMENDACIÓN:

El desarrollo de un plan de marketing para la fidelización de los clientes de la clínica Sveltic en la ciudad de Guayaquil fortalecerá sus relaciones con los demás e incrementará su participación en el

mercado a través de un servicio con procedimientos médicos de calidad cumpliendo con los objetivos establecidos en este proyecto.

La influencia de los medios de comunicación y su relación con los estereotipos sociales de belleza influyen positivamente en los clientes de la clínica Sveltic, para ello es necesario analizar las limitaciones que se presentan con mayor frecuencia en la recuperación de sus clientes y dar a conocer que las imperfecciones del cuerpo pueden ser corregidas a través de una cirugía a laser que proporciona cambios externos importantes y permanentes en los clientes sin dolor.

Realizar modificaciones médicas estéticas (físicas) llevan a grandes transformaciones e influyen positivamente en la autoestima de los clientes. La importancia de la cirugía estética en la demanda actual logra una mayor aceptación en aspectos emocionales, psicológicos y sociales provocando una imagen positiva.

Durante la recuperación y adaptación del cliente se experimentan cambios físicos en la cirugía plástica, es importante que el cliente se sienta seguro esto hará más rápida su recuperación y su inserción a las actividades laborales y sociales.

La información constante y continua como estrategia de marketing en tratamientos post operatorio y quirúrgico crea mayor interés y satisfacción en la recuperación estética de los clientes, atiende y satisface las dudas individuales de sus clientes ofreciendo confianza y seguridad.

REFERENCIAS

Kotler Philip & Armstrong Gary, (2011). *Fundamentos de Marketing*, México, Editorial: Pearson Prentice Hall, Sexta Edición.

Miranda Juan, (2012). *Gestión de Proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera – económica – social – ambiental*. Madrid. MMEditores

Nadal Jordy (2013). Estudio de Mercado. *Guías prácticas de Marketing*. Madrid.

Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, autores del libro "Marketing"

Ferrell & Hartline (2012). En su libro *Estrategia de Marketing*.

Liévano, M. y Shears, M.(comp), 2011. *Avatares del cuerpo contemporáneo*. UANL. *Colección tendencias*. Monterrey, Nuevo León. México, ISBN 978-07-433527-9; e implicancias entre el sujeto y la subjetividad, en Liévano, M. (comp) 2011.

BIBLIOGRAFÍA DE CITAS

Análisis del mercado, (Publicaciones Vértice, 2012, pág. 35).

Atención médica y rehabilitación marketing social. (Navarro, 2012).

Beneficios de las técnicas de reconstrucción, *SECPRE* - la Sociedad española de

Calidad del servicio, (López-Pinto, Mas, & Viscarri, 2010, pág. 363).

Cirugía Plástica Reparadora y Estética, (2016). Clientes, (Pineiro, 2013).

Comportamiento del consumidor, (Aliza, 2014). Estudio realizado por la Universidad de Florida.

Weinzweig, (2011). *Competencia*, *Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética* (2013), (p. 993)

Estética (Belz, Peattie, & Galí, 2013).

Juan Pablo Aracil, (2012). Tesis doctoral *Elaboración y validación de un cuestionario de calidad de vida relacionado con la salud en la cirugía plástica-estética*, Universidad Jaume I de Castellón.
Pineiro, (2013). *La Reconstrucción estética*.

Leonardo Yáñez Ortiz, (2011). Presentación de tesis previo a la obtención del título de médico cirujano en *Influencia de la cirugía bariátrica en pacientes con obesidad mórbida*, Universidad Regional Autónoma de los Andes de los Andes, (UNIANDÉS), Ambato.

Lorena Paola Duque Ayala, (2011). En su tesis previo a la obtención del título de licenciada en comunicación social "*El rol de los medios de comunicación masiva (televisión) y el impacto estético de la cirugía plástica en jóvenes y mujeres*"

Martha Patricia Liévano Franco, (2012). Tesis doctoral, *Usos de la cirugía estética: un acercamiento a la (re) construcción del cuerpo y la subjetividad femeninos*, Universitat Autònoma de Barcelona, Facultad de Psicología.

BIBLIOGRAFÍA

Diccionario de Términos Médicos. Recuperado de <http://www.diccionariomedico.net/>

Diccionario de Marketing (2012). Recuperado de <http://www.publirecta.com/diccionario-de-marketing-a/> Diccionario de Términos Médicos

<http://www.medicapanamericana.com/landings/Diccionario-de-terminos-medicos.aspx>

Diccionario Académico de Medicina. Recuperado de <http://www.idiomamedico.org/>

Diccionario de la Real Academia de Lenguas. Recuperado de <http://www.rae.es/>

Diccionario de Términos Médicos. Recuperado de <http://www.diccionariomedico.net/>

Diccionario de Marketing Recuperado de <http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketin>

Diego Contreras y Jenifer Ojeda. Recuperado de <http://www.significadode.org/potencializar.htm>

Dr. Jorge Patiño Recuperado de http://www.drjorgepatino.com/arti_pac/carboxiterapia.html

<http://guiacirugiaestetica.com/posicionamiento-web-clinicas-de-estetica/>

[Dra. Kyrenia Sánchez Rodríguez¹ y Dr. Roidel Alessandrini González Centro Internacional de Restauración Neurológica \(CIREN\). Algunas consideraciones éticas sobre la cirugía plástica. Recuperado de http://www.bvs.sld.cu/revistas/cir/vol46_4_07/cir12407.htm](http://www.bvs.sld.cu/revistas/cir/vol46_4_07/cir12407.htm)

[Marvision del Ecuador. Quito-Ecuador, Sitios webs; www.marvision.com.ec / www.marvisiondelecuador.com, Email: rrosero@marvision.com.ec, msn: marvision100@hotmail.com](http://www.marvision.com.ec/)

McCarthy (2009). *Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la práctica*, Editorial: Díaz de Santos, Tercera Edición. Pág. 56.

Bioterapias: Recuperado de <http://www.bio-terapias.com/>

Ramírez Almaguer, Vidal Marrero & Domínguez Rodríguez (2012). Etapas del análisis de factibilidad, Compendio bibliográfico, Centro Universitario "Vladimir Hich Lenin" Las Tunas, Cuba.

Rodríguez A. (2012). *Antología del Comportamiento del Consumidor*. Pág. 15

Vera M.J. Trujillo L.A. (2011). *El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurant como antecedente de la Lealtad del Cliente* : México.

[La salud](http://definicion.de/salud/#ixzz4OlgkzaPc). Recuperado de <http://definicion.de/salud/#ixzz4OlgkzaPc>

Recuperado de <http://www.definicionabc.com/derecho/derechos-del-consumidor.php>

Recuperado de http://www.bvs.sld.cu/revistas/cir/vol46_4_07/cir12407.htm

SECPRE, (2016). *Sociedad española de Cirugía Plástica Reparadora y Estética Participación del mercado*, (Baños, 2012, pág. 98).

Baños, (2012). *Servicios post venta*, (Dr. Miranda, 2012). pág. 101

Publicidad, *Pintado Blanco y Sánchez Herrera*, (2013).

SECPRE, (2016). *Sociedad española de Cirugía Plástica Reparadora y Estética*

Stanton, William, (2011). En su libro *Fundamentos de marketing*.

Sociedad española de Cirugía Plástica Estética. Recuperado de <http://www.seme.org/profesionales/textos/txtCientifico.php?id=56>.

Tecnología de punta, (Dr. Menéndez, 2012) Pág. 97.

Ventaja competitiva Parrish, (2014).

Ventajas de la cirugía plástica para los clientes, (Fernández, 2010, pág. 189).

