

Universidad Abierta Interamericana



Trabajo Final de Ingeniería (Negocios)

Empresa **HOMECLINIC**

Alumno: De Hoz Matías – Legajo: 7279

Docente: Scali, Jorge

Sede: Lomas

Turno: Noche

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Índice

1. Descripción General	7
1.1 Descripción básica del negocio	8
1.2 Situación actual del negocio	10
1.4 Descripción de los factores principales que harán exitoso el proyecto	13
1.5 Estrategia: Definir Misión y Visión.....	15
1.5.1 Definición de la Misión.....	15
1.5.1.1 Marco Temporal.....	15
1.5.1.2 Definición del alcance y las competencias únicas del negocio	15
1.5.1.2.1 Alcance del Servicio.....	16
1.5.1.2.2 Alcance del Mercado.....	16
1.5.1.2.3 Alcance Geográfico.....	17
1.5.1.2.4 Competencias únicas.....	17
1.5.1.3 Desafíos	20
1.5.1.4 Declaración de la misión	22
1.5.2 Definición de la Visión	23
1.6 Identificación de la Oportunidad de Negocio	24
1.7 Capacidades Centrales	25
1.8 Propuesta de valor para el cliente	27
2. Análisis Estratégico.....	28
2.1 Análisis de Contexto.....	29
2.1.1 Descripción del escenario local	29
2.1.2 Factores Externos.....	30
2.1.2.1 Factores del Mercado.....	30
2.1.2.2 Factores Competitivos.....	34
2.1.2.3 Factores Económicos y Gubernamentales	38
2.1.2.4 Factores Tecnológicos	41

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.1.2.5 Factores Sociales	42
2.1.2.6 Resumen del atractivo de factores	43
2.1.2.7 Evaluación General de la Industria.....	44
2.1.3 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter.....	45
1-Rivalidad entre competidores.....	45
2-Amenazas de nuevos entrantes.....	46
3-Amenazas de los nuevos sustitutos	46
4-Poder de negociación de los proveedores.....	47
5-Poder de negociación de los clientes.....	48
2.1.4 Análisis Sectoria. Definición de Oportunidades y Amenazas de la Industria	49
2.2 Análisis de la Competencia	50
2.2.1 Principales Competidores Directos	50
2.2.1.1 Priority Home Care.....	50
2.2.1.2 MediHome.....	51
2.2.2 Análisis de Cadena de Valor	52
2.2.2.1 Nuestra Cadena de Valor	52
2.2.2.2 Cadena de Valor de la Competencia	54
2.2.2.2.1 PRIORITY HOME CARE SRL	54
2.2.2.2.1 MEDIHOME	56
2.2.3 Definición de Factores Claves de Éxito.....	58
2.2.3.1 Evaluación Competitiva de la Infraestructura Gerencial.....	58
2.2.3.2 Evaluación Competitiva de Recursos Humanos	60
2.2.3.3 Evaluación Competitiva de la Tecnología.....	62
2.2.3.4 Evaluación Competitiva de las Prestaciones del Servicio.....	63
2.2.3.5 Evaluación Competitiva de Comercialización y ventas	65
Empresa: Priority Home Care SRL	66
Empresa: MediHome.....	67
2.3 Fortalezas y Debilidades del negocio.....	68
2.3.1 Evaluación Competitiva General	68

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.3.2 Fortalezas y Debilidades.....	68
3. Análisis FODA	70
3.1 Cuadro FODA.....	71
3.2 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas	72
3.3 Conclusión: Atractivo de la Industria y Fortalezas del Negocio.....	73
4. Segmentación.....	74
4.1 Segmentación de Mercado	75
4.2 Bases y Descriptores para segmentar el mercado.....	77
4.2.1 Bases para segmentar el mercado	77
4.2.2 Descriptores de la segmentación	77
4.3 Perfiles y análisis de los segmentos	78
4.3.1 Base: Ubicación geográfica – Descriptor: Por regiones	78
4.3.2 Base: Tipo de cliente – Descriptor: Si es Obra Social o Prepaga	82
4.3.3 Base: Tamaño del cliente – Descriptor: Cantidad de afiliados.....	83
4.3.4 Base: Estrategia de compra – Descriptor: Si es Satisfactor u Optimizador.....	85
4.4 Selección Mercado Meta	86
5. Plan de Acción	91
5.1 Posicionamiento del negocio en la Matriz Atractivo de la Industria / Fortaleza del Negocio	92
5.2 Definición de programas generales de acción.....	93
5.2.1 Plan de Prestación de Servicios.....	93
5.2.2 Plan de Marketing	94
5.2.3 Plan de Administración	94
5.2.4 Plan de Tecnología	95
5.3 Definición de programas específicos de acción.....	96
5.3.1 Programas específicos de Prestación de Servicio	97
5.3.2 Programas específicos de Marketing	98

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.3.3 Programas específicos de Administración	101
5.3.4 Programas específicos de Tecnología	103
5.4 Diagrama de Gantt.....	105
6. Plan de Marketing	106
6.1 Objetivos y Estrategia	107
6.2 Metas de Posicionamientos y resultados esperados.....	108
6.3 Servicio. Estrategia de Servicio	109
6.3.1 Descripción del Servicio	109
6.3.2 Características del servicio que influyen en su compra	110
6.3.3 Estrategia de Servicio	111
6.4 Precio. Estrategia de Precio	129
6.4.1 Análisis de Precio.....	129
6.4.2 Análisis de Costos.....	131
6.4.3 Estrategia de Precio.....	132
6.5 Promoción. Mezcla de Promoción.....	136
6.5.1 Estrategias de Promoción.....	136
6.5.2 Mezcla de Promoción.....	137
6.5.2.1 Publicidad	137
6.5.2.2 Relaciones Públicas	138
6.5.2.3 Ventas Personales	140
6.5.2.4 Promoción de Ventas	142
6.5.3 modelo AIDA	146
6.6 Distribución.....	148
6.6.1 Factores condicionantes de la distribución.....	148
6.6.2 Estrategia de Distribución	149
6.6.3 Canales	150
6.6.4 Gestión del JIT (Just In Time).....	151
7. Estructura Organizacional	152

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7.1 Definición de la Estructura.....	153
7.2 Organigrama	154
7.3 Análisis de los puestos	155
7.3.1 Empleados de la estructura Inicial de la empresa.....	164
7.3.2 Empleados de la estructura Intermedia de la empresa	165
7.3.3 Empleados de la estructura Final de la empresa	166
7.4 Filosofía y sistema de trabajo	167
8. Presupuesto Financiero.....	168
8.1 Índice.....	169
8.2 Hipótesis	171
8.3 Modelo de Ingresos	177
8.3.1 Proyección de Ventas	179
8.4 Modelo de Egresos.....	191
8.4.1 Costos Fijos.....	193
8.4.2 Costos Variables	195
8.4.3 Costos RRHH.....	207
8.5 Modelo de Inversión	229
8.5.1 Préstamo	234
8.6 Amortizaciones	238
8.7 Presupuesto Financiero	241
8.8 Escenarios	244
9. Viabilidades	256
9.1 Viabilidad Financiera.....	257
9.2 Viabilidad Comercial	260
9.3 Viabilidad Legal	262
9.3.1 Aspectos Societarios.....	262
9.3.2 Aspectos Laborales.....	262

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

9.3.3	Habilitaciones	263
9.3.4	Conclusión	263
	ANEXOS	264
1.2	Anexos específicos del proyecto.....	265
1.2.1	Listado completo de análisis clínicos y estudios médicos.....	265
1.2.2	Información estadística y recortes periodísticos	273
1.2.2.1	Noticia Clarín: Salud Privada	273
1.2.2.2	Informe sobre el Gasto en Salud en la Argentina	278
1.2.2.3	Informe Concentración Medicina Prepaga	288
1.2.3	Listado de Obras Sociales y Prepagas en Argentina.....	290
1.2.4	Decreto 1615/96	300
1.2.5	Informe sobre Obras Sociales y Prepagas – iprofesional.com	303
1.2.6	Recorte periodístico de la situación económica Argentina – LaNacion.....	305
1.3	Bibliografía	310
	NORMAS ISO	311

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche	

1. Descripción General

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.1 Descripción básica del negocio

La empresa **HomeClinic** tiene como principal objetivo brindar a sus clientes particulares y pacientes (a través de Obras Sociales o Prepagas) la posibilidad de realizarse estudios y análisis clínicos en la comodidad de su hogar, sin la necesidad de tener que trasladarse hasta alguna institución médica (privada o pública).

El tema de salud en la Argentina siempre presenta oportunidades de mejora, debido a la poca inversión. Uno de los problemas más frecuentes en los hospitales públicos son las pobres instalaciones con las que cuentan, al igual los constantes paros de profesionales debido a los bajos sueldos. Estos inconvenientes traen aparejado demoras significativas en la realización y entrega de resultados de los análisis y estudios médicos.

Por otro lado se encuentran los institutos privados y las clínicas, que si bien cuentan con buenas estructuras edilicias así como también buenos presupuestos destinados a la realización de análisis y estudios clínicos, se ven desbordados por la gran cantidad de gente que acude a los mismos. Esto ocurre debido a que mucha gente al no poder realizarse los análisis o estudios pertinentes en los hospitales públicos se ve obligada a ir a clínicas privadas. Este gran caudal de pacientes provoca que los turnos a ser entregados sean para dentro de semanas y hasta inclusive meses, lo mismo ocurre para realizar los mismos y entregar los resultados.

Como se especificó en los párrafos anteriores, tanto en el ámbito público como privado existen falencias y sobre todo demoras en lo que hace a los análisis y estudios clínicos. Por tales motivos creemos que el servicio que ofrecemos podrá cubrir esas falencias, dándoles a los clientes particulares y pacientes (a través de Obras Sociales o Prepagas) la oportunidad de evitar las largas esperas e incomodidades. Gracias a la idea de la realización de análisis y estudios clínicos en sus hogares, los clientes podrán realizarlos en forma rápida, cómoda y fácil.

En cuanto al tipo de *E-Commerce*, **HomeClinic** adoptará una modalidad de B2C Business to Consumer (Empresa – Consumidor) ya que prestará un servicio para sus clientes particulares. Pero además adoptará una modalidad de B2B Business to Business ya que proveerá el servicio a Obras Sociales y Prepagas, que luego derivarán a sus clientes a nuestra empresa.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

En cuanto a la modalidad de *E-Business*, **HomeClinic** también seguirá la línea de B2C Business to Consumer (Empresa – Consumidor), ya que presentará soluciones tecnológicas para:

- La gestión de turnos: Será vía Web evitando así la necesidad de tener que comunicarse telefónicamente para la gestión de turnos.
- Estado de los Análisis y Estudios clínicos: Se presentará una herramienta Web para el seguimiento y notificación de los estados actuales de los análisis y estudios clínicos.
- Visualización Historia Clínica: El cliente podrá ver e imprimir su historia clínica relacionada a los análisis y estudios médicos vía Web.

HomeClinic opera en Zona Sur y Capital Federal, teniendo como sede principal su oficina en Lomas de Zamora.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

1.2 Situación actual del negocio

En la actualidad no existe ninguna empresa en el mercado que se dedique exclusivamente a la realización de análisis y estudios clínicos a domicilio, por lo cual **HomeClinic** sería una empresa pionera en brindar este tipo de servicio.

Sin embargo, en el mercado si existen competidores para áreas particulares del negocio, como por ejemplo hospitales y clínicas que se dedican a realizar extracciones de sangre a domicilio, o en caso particulares y de urgencia realizar imágenes (radiografías para gente discapacitada con la imposibilidad de dirigirse a algún establecimiento, por ejemplo) a domicilio. También existen empresas que se dedican a realizar Internaciones Domiciliarias, en las cuales las empresas ofrecen los servicios de estudios y análisis clínicos en el domicilio del paciente, pero como parte de la internación no como un servicio paralelo e independiente.

En esta primera etapa el objetivo principal de la empresa es ganarse la confianza de nuestros potenciales clientes, para formar un fuerte vínculo con los mismos. Por esta razón consideramos de suma importancia firmar convenios con la mayor cantidad posible de Obras Sociales del país.

En cuanto al mercado objetivo inicial, está orientado a pacientes de tercera edad, gente con alguna discapacidad, mujeres embarazadas, pacientes que se les presenta alguna dificultad a la hora de trasladarse a una institución médica para realizarse los estudios y/o análisis clínicos. El objetivo a futuro, una vez que la empresa se haya ganado una posición en el mercado y ganado la confianza de sus clientes, es abarcar a todo tipo de persona que prefiera la comodidad de su hogar a tener que dirigirse y esperar a ser atendido en una clínica u hospital.

Los servicios ofrecidos se dividen en dos grandes categorías: **Análisis Clínicos** y **Estudios Médicos**. Esta división se hace en base a que la realización de estos difiere en gran medida, por ejemplo una radiografía consiste en sacar una imagen sobre la zona afectada y luego entregarle esa imagen al cliente, mientras que por otro lado un análisis de sangre consiste en la extracción de la misma del cliente, su posterior análisis con equipos especiales y luego la generación de un reporte con los resultados del mismo que es lo que finalmente se le entrega al paciente.

A su vez cada una de estas divisiones se sub-divide en especialidades, que agrupan a un número de o bien análisis clínicos o bien estudios médicos. En la siguiente tabla se detallarán las especialidades de cada una de las categorías dejando el listado completo de los análisis y estudios en el **ANEXO (Ver Anexo 1.2.1)**.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Análisis Clínicos (especialidades)	Estudios Médicos
MICROBIOLOGÍA Y PARASITOLOGÍA	CARDIOVASCULARES NO INVASIVOS
INMUNOLOGÍA	DENSITOMETRÍA ÓSEA
BIOQUÍMICA	DIAGNÓSTICO MAMARIO
HEMATOLOGÍA	ECOGRAFÍA Y DOPPLER
	RADIOLOGÍA ADULTOS Y PEDIÁTRICA
	IMÁGENES DENTOMAXILOFACIALES
	RESONANCIA MAGNÉTICA
	TOMOGRAFÍA COMPUTADA MULTISLICE

La empresa ofrece además un servicio de gestión de turnos online, para que nuestros clientes puedan tramitar turnos para los análisis clínicos y estudios médicos mencionados anteriormente desde el sitio Web, evitando así tener que comunicarse telefónicamente. Por el lado de nuestra empresa, esto implica un ahorro de dinero en temas de contratación de recursos humanos para la gestión de turnos, como también de una infraestructura para dicho personal.

La herramienta Web también le da la posibilidad al cliente de visualizar el estado en el cual se encuentran sus estudios y/o análisis, como además su historia clínica relacionada a estudio y análisis anteriores.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.3 ¿Qué hace único a su negocio?

Lo que hace único a nuestro negocio es el servicio que prestamos, el cual abarca todo tipo de análisis clínicos y estudios médicos a domicilio evitando traslados y esperas innecesarias por parte de nuestro clientes.

Por otro lado ofrecemos una interfaz Web amigable y fácil de utilizar que le brindará al cliente toda información detallada de los servicios que proveemos. El cliente podrá gestionar sus turnos, incluyendo la reserva y cancelación, desde Internet sin necesidad de tener que llamar por teléfono.

El sitio Web También contará con un servicio de notificaciones automáticas vía e-mail con recordatorios de los turnos y fechas en las que se podrán visualizar los resultados de los mismos.

El cliente podrá optar por recibir los resultados de los estudios y/o análisis por correo, por e-mail, o directamente poder visualizarlos vía nuestro sitio Web.

Otro de los aspectos que hace único a nuestro negocio es la gran variedad de estudios médicos y análisis clínicos que ofrecemos, dándole al cliente la posibilidad de no tener que recurrir a otras instalaciones médicas para realizarse estudios y/o análisis que no estuviesen contemplados.

Como se detalla de las líneas anteriores, el sitio Web de nuestra empresa cumple un rol muy importante en el negocio y consideramos que es uno de los factores más importantes que ayuda a diferenciarnos de la competencia.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.4 Descripción de los factores principales que harán exitoso el proyecto

Dentro de los factores principales que se consideran harán exitoso el proyecto se encuentran:

- Originalidad: Como mencionamos anteriormente, el servicio prestado por **HomeClinic** es único en el mercado, por lo cual carece de un mercado grande inicial de competencia directa.

Como competencia directa se podría mencionar aquellas clínicas privadas que ofrecen como servicio principal internaciones domiciliarias, y ofreciendo en forma secundaria o como parte de las internaciones, la prestación de los mismo servicios que provee **HomeClinic**. Por otro lado si existen competidores indirectos, como los hospitales o clínicas privadas que prestan el servicio de realización de análisis clínicos y estudio médicos.

- Precios Competitivos: consideramos que nuestros precios estarán acordes a los que ofrecen las clínicas privadas para los clientes particulares, mientras que para aquellos que posean Obra Social el estudio o análisis clínico será cubierto por la misma como en cualquier otra institución médica. Cabe resaltar que se buscará tener convenios con la mayor cantidad posible de Obras Sociales para así poder abarcar un mayor mercado.
- Calidad del Servicio: Se considera que este será el punto clave para el éxito de nuestro negocio ya que iniciaremos nuestra actividad con dos unidades móviles equipadas con máquinas de última generación y con personal altamente capacitado para poder llevar a cabo los estudios y análisis clínicos de la mejor manera posible.
- La herramienta Web: El sitio Web que la brindará al cliente la posibilidad de gestionar los turnos, seguir el estado de los estudios y análisis clínicos, configurar notificaciones, etc. también se considera como unos de los aspectos esenciales que harán que nuestro negocio sea exitoso.
- Grupo de trabajo: Los profesionales contratados por la empresa para llevar a cabo los análisis clínicos y los estudios médicos estarán en constante capacitación para poder utilizar los equipos de última

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

generación. Esto dará un plus al conocimiento de nuestros empleados que los hará diferenciarse del resto de los profesionales de sus áreas.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.5 Estrategia: Definir Misión y Visión.

1.5.1 Definición de la Misión

A continuación se detallarán una serie de aspectos que definirán el contenido de la misión de la empresa.

1.5.1.1 Marco Temporal

El marco temporal de este negocio es de tres años. Va a imponerse en el mercado después de uno a dos años de actividad. Durante ese tiempo se harán determinadas pruebas y evaluaciones al respecto, se estima que será lenta su inserción debido a que es un negocio poco explorado en nuestro país y por ende la confianza del cliente será algo difícil de ganar, pero luego del periodo de adaptación, las facilidades que este proyecto otorgará, harán que se comiencen a utilizar con mayor frecuencia. Se va a incrementar la publicidad del servicio, lo cual permitirá que con el paso del tiempo más personas decidan consumir nuestros servicios. A su vez se hará una reestructuración del negocio si se cree necesario.

Primero se va a comenzar apuntando a personas discapacitadas y de mayoría de edad ubicadas en buenos aires más específicamente en Zona Sur, pero se planea expandirse con el tiempo a todo GBA y alrededores, así como también a todo tipo de personas (no solo a personas discapacitadas y/o de mayoría de edad).

1.5.1.2 Definición del alcance y las competencias únicas del negocio

A continuación se detallaran los alcances del negocio. Cabe destacar que como el proyecto es un emprendimiento no posee definidos alcances con anterioridad por ende, los alcances descriptos posteriormente son los que se pretenderán alcanzar durante el marco temporal establecido.

La siguiente tabla describe los diferentes niveles de prioridad o importancia con el cual se evaluarán los diferentes alcances:

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Escala de evaluación de prioridades para el alcance del negocio

ALCANCE	PRIORIDAD	EL SERVICIO, MERCADO o UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Nuevo	--	...considerando en forma muy tentativa para la actividad del negocio.
	-	...considerando en forma tentativa para la actividad del negocio.
	E	...recibirá el nivel necesario de recursos.
	+	...se le asignará un alto nivel de importancia y los recursos necesarios para lograr una fuerte ventaja competitiva.
	++	...se le asignará el nivel más alto de importancia y los recursos.

1.5.1.2.1 Alcance del Servicio

En este punto, se definirá el alcance del servicio, esto es la categorización de todos servicios que ofrecemos.

Producto	--	-	E	+	++
Análisis Clínicos					●
Estudios Médicos					●

1.5.1.2.2 Alcance del Mercado

En este punto, se definen los consumidores de nuestros servicios.

Producto	--	-	E	+	++
Personas Discapacitadas					●
Personas de Tercera edad					●
Personas adultas			●		
Niños y adolescentes		●			

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Infantes			●		
----------	--	--	---	--	--

1.5.1.2.3 Alcance Geográfico

En este punto, se detallarán las limitaciones en el ámbito geográfico. En una primera instancia se busca apuntar al mercado local de Argentina, no al mercado internacional.

Producto	--	-	E	+	++
Zona Sur, Buenos Aires					●
Capital federal y Gran Buenos aires				●	
Provincia de Buenos Aires			●		
República Argentina		●			

1.5.1.2.4 Competencias únicas

Las competencias únicas son las capacidades que destacan al negocio de una empresa entre otros competidores en la misma. Son capacidades que le brindan al negocio una ventaja única y sostenible sobre los competidores.

Conforme se efectúa la comparación con la definición del alcance del negocio, y a través del proceso para delinear el perfil de posicionamiento competitivo del mismo, se logró identificar los puntos fuertes y débiles de la empresa frente a sus competidores más importantes.

Al proveer un servicio innovador, no son muchos los competidores directos que se encuentran en este rubro, sin embargo existen competidores que brindan los mismos servicios, como hospitales o clínicas, pero ninguno de ellos de manera domiciliaria. La única empresa que provee un servicio de este tipo es **HomeClinic**, y eso no da una competencia única en el mercado.

Desde el punto de vista de la infraestructura gerencial, la empresa deberá tener la capacidad de controlar de forma directa el área operativa, ya que la misma estará cubierta por personal capacitado que utilizará las herramientas tanto para realizar las

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

extracciones, análisis y estudios, así como también para generar los resultados e informes correspondientes. A su vez deberá controlar el aérea de logística, encargada de trazar las rutas por las cuales se moverán las unidades.

La tecnología, entre otras cosas deberá tener la actualización necesaria y óptima para poder mantener la calidad del servicio. La empresa busca obtener una ventaja competitiva en este aspecto al poseer las unidades móviles equipas con tecnología de punta.

Escala de evaluación de prioridades para las competencias únicas

ALCANCE	PRIORIDAD	EL SERVICIO, MERCADO o UBICACIÓN GEOGRÁFICA
Nuevo	--	...podría convertirse en fuente de una ventaja competitiva, pero su importancia es muy incierta.
	-	...podría convertirse en fuente de una ventaja competitiva, pero su importancia es medianamente incierta.
	E	...será fuente de una ventaja competitiva significativa.
	+	...será fuente de una ventaja competitiva muy alta.
	++	...será fuente de una ventaja competitiva fundamental y altamente diferenciada.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Estos serán los factores fundamentales para una competencia única

Competencias únicas	--	-	E	+	++
Infraestructura gerencial					
Control general del servicio brindado.				●	
Capacidad de buscar acuerdos con Obras Sociales.					●
Capacidad de buscar nuevos nichos de mercado.		●			
Tecnología					
Equipamiento de las Unidades Móviles.					●
Adquisición de nuevos equipos para la realización de los análisis y estudios.			●		
Seguridad Informática, para mantener la privacidad de la información de nuestros clientes.				●	
Creación de interfaces sencillas de administración de los menús de la Web.		●			
Comercialización					
Integración de las unidades móviles para aumentar la riqueza del servicio ofrecido				●	
Reconocimiento del sitio y la marca					●
Venta telefónica de los servicios		●			
Venta directa de los servicios en las empresas		●			
Contratación desde la Web.					●

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.5.1.3 Desafíos

Se detallaran a continuación los desafíos que surgen a partir del alcance del negocio.

Desafíos a partir del alcance del producto
<ul style="list-style-type: none"> • Enfocar la totalidad de los recursos en la prestación de ambos servicios por igual, tanto para la realización de análisis clínicos como para la realización de estudio médicos. • Aumentar la penetración de nuestros servicios atrayendo al cliente (reducir los tiempos en la realización de los estudios y análisis).

Desafíos a partir del alcance del mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Centrarse principalmente en el mercado objetivo inicial (Personas de Tercera Edad y Personas Discapacitadas) a través de los diferentes canales de comunicación y planes de marketing. • Apuntar al mercado de Personas adultas e infantes que requieran de realización de análisis clínicos y estudios médicos

Desafíos a partir del alcance geográfico
<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar con toda la fuerza en Zona Sur, Buenos Aires. • Desarrollar una fuerte posición en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. • Desarrollar planes para incursionar en la totalidad de la provincia de Buenos Aires. • Analizar el resto del país con el fin de encontrar nuevos desafíos.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Desafíos a partir de las competencias únicas

- Trabajar para brindar la mejor atención al cliente.
- Mantener al personal capacitado para la correcta utilización de los nuevos equipos médicos.
- Desarrollar una relación de confianza con el cliente.
- Desarrollar acuerdos con la mayor cantidad posible de Obras Sociales (para atraer más clientes)
- Desarrollar una fuerte imagen en la provincia de Buenos Aires en materia de realización de análisis y estudios médicos.
- Desarrollo y mantenimiento del sitio Web.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.5.1.4 Declaración de la misión

HomeClinic ofrece un servicio que permitirá a sus clientes poder realizarse estudios y análisis clínicos desde la comodidad de su hogar, evitando tener que realizar traslados o largas colas de espera. También apuntamos a evitar la incertidumbre y espera en cuanto a los resultados de los mismos, ya que el cliente podrá consultarlos vía Web o bien solicitar su envío a domicilio.

En cuanto al servicio Web, ofrecemos al cliente una interfaz muy sencilla y amigable de utilizar, de manera que pueda desenvolverse fácilmente a través de la ella. La Web poseerá un sistema de turnos, un sistema de seguimiento de estado de los estudios médicos y análisis clínicos, una interfaz de visualización de los resultados, y entre otras funcionalidades la de consultas a profesionales capacitados que podrán atender cualquiera de sus dudas.

Alcance del Producto.
AHORA: Proveer un servicio único para la realización de estudios y análisis clínicos.
FUTURO: Alcanzar y mantener el liderazgo del mercado, como así también la mejora continua del servicio.
Alcance del Mercado.
AHORA: Proporcionar un servicio para la realización de estudios y análisis clínicos de manera cómoda, rápida, segura y fiable manteniendo ante todo la confianza del cliente.
FUTURO: Adaptar nuestro servicio de acuerdo a las necesidades más importantes de los clientes.
Alcance Geográfico.
AHORA: Zona Sur, Buenos Aires.
FUTURO: Expandirse a través de sedes, formando una red por todo el GBA y alrededores, Capital Federal, y más adelante por toda Argentina.
Competencias Únicas.
AHORA: Ser una de las empresas pioneras en enfocarse en este tipo de servicio de salud en el país.
FUTURO: Diferenciarse enormemente con la competencia que ira surgiendo con el tiempo,

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

ofreciendo un servicio con excelentes prestaciones.

1.5.2 Definición de la Visión

HomeClinic busca en primer lugar introducirse en la industria de salud de manera firme, a través la provisión de un servicio innovador en materia de análisis clínicos y estudios médicos. Poder ir desarrollando una cartera de clientes confiables, para poder empezar a expandir el área geográfica del negocio.

Por otro lado, ofrecer mejoras en las prestaciones de nuestros servicios, a partir de las falencias o carencias que los clientes encuentren a lo largo de toda nuestra cadena de valor. Conjuntamente a esto, **HomeClinic** buscará también la constante actualización de la herramienta Web a modo de mantener nuestra ventaja competitiva y hacerle más fácil el uso de la misma a nuestros clientes.

HomeClinic pretende ser una empresa exitosa en el mercado de salud, al replantear la forma en que se realizan los análisis clínicos y estudios médicos en el país.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.6 Identificación de la Oportunidad de Negocio

Actualmente muchos hospitales y clínicas privadas ofrecen los servicios de realización de análisis clínicos y estudios médicos, pero presentan diferentes falencias que se detallaran a continuación y que dejan en evidencia la gran oportunidad de negocio que se presenta para nuestra empresa.

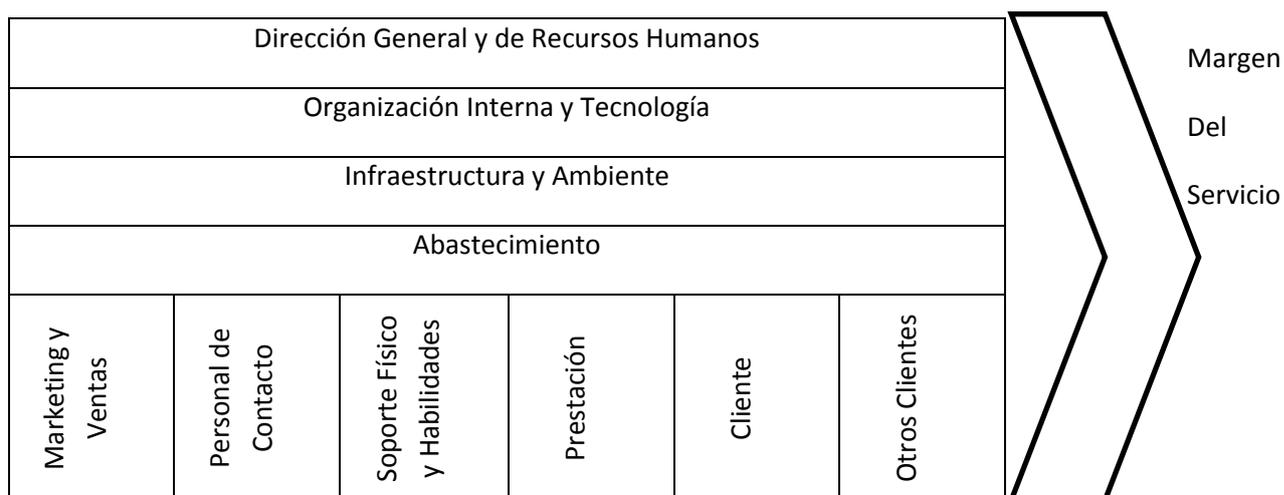
- En primer lugar las estructuras edilicias de los hospitales cada vez son más precarias debido a la poca inversión por parte del gobierno, lo que provoca que mucha gente prefiera realizarse los estudios o análisis pertinentes en instituciones privadas, por razones de seguridad y comodidad.
- En segundo lugar tanto las instituciones privadas como públicas no están preparadas para cubrir las constantes y crecientes demandas de estudios y análisis clínicos, lo que provoca grandes retrasos en los turnos así como también demoras en devolución de los resultados.
- En tercer lugar la gran mayoría de instituciones médicas carece de una gestión online de turnos, lo que obliga a los pacientes a tenerse que comunicar telefónicamente para realizar consultas, gestionar turnos, y demás, lo cual a su vez le implica al cliente una pérdida de tiempo e incluso en algunos casos incomodidad al tener que expresar que síntomas o qué tipo de estudio debe realizarse. Por otro lado también implica un gasto en infraestructura y personal para atención al cliente por parte de los hospitales o clínicas privadas.
- En cuarto lugar, la forma en que se prestan los servicios de estudios y análisis en la actualidad, implica que el paciente deba trasladarse hasta la institución médica pertinente, e incluso en algunos casos portando las muestras a ser analizadas. Al cliente esto le demanda tiempo y le genera la dificultad extra del llevado de las muestras, razón por la cual muchas veces los pacientes cancelan sus turnos.

Con lo expuesto previamente se puede apreciar que al ofrecer un servicio de realización de estudios médicos y análisis clínicos a domicilio, empleando una herramienta Web para la gestión de turnos, entre otras funcionalidades, permite solventar todas las falencias descritas, por lo cual podemos concluir en que el emprendimiento propuesto por **HomeClinic** es una excelente oportunidad de negocio.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.7 Capacidades Centrales

Para realizar el siguiente análisis se utilizó la cadena de valor que se expone debajo:



Las Capacidades centrales del negocio se detallan a continuación:

1. **Marketing y Ventas:** Las campañas publicitarias estarán más fuertemente dirigidas al ámbito Web, ya que la gran mayoría de las personas utilizan este medio para informarse.
2. **Personal de Contacto:** Los profesionales de **HomeClinic** cuenta con una fuerte capacitación para poder prestar de la mejor manera posible los diferentes servicios que la empresa ofrece, brindándole a los pacientes confianza y seguridad.
3. **SopORTE Físico y Habilidades:** La herramienta Web ofrecida será una de las armas más importantes para sobrevivir en el mercado, razón por la cual se mantendrá el sitio en constante actualización para que nuestros clientes puedan informarse y gestionar el consumo de nuestros servicios.
4. **Prestación: HomeClinic** ofrece un gran repertorio de estudios y análisis clínicos a domicilio que ninguna otra empresa en el mercado ha ofrecido hasta el momento.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5. **Cliente:** Tanto los profesionales como el sitio Web estarán preparados para recibir cualquier comentario por parte de nuestros clientes, permitiendo así un proceso sinérgico que permitirá a nuestra empresa seguir creciendo y mantenerse en el mercado.

6. **Otros Clientes:** Mientras mayores convenios con Obras Sociales y Prepagas logremos, mayor cantidad de pacientes tendremos, razón por la cual forjaremos la mayor cantidad posible de acuerdos con diferentes Obras Sociales y Prepagas, para así poder hacer crecer nuestra clientela.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.8 Propuesta de valor para el cliente

Para **HomeClinic** es de suma importancia poder ofrecerle al cliente lo que éste realmente desea evitando cualquier otro inconveniente posible. El cliente debe recibir, un valor extra a la hora de consumir nuestros servicios, como podrá ser: esperas de turnos reducidas, rapidez en la entrega de los resultados, buena atención a la hora de la realización de los estudios, etc.

Por todo lo expresado, la propuesta de valor para el cliente es:

- Facilidad de consumo de los servicios: el cliente podrá realizarse los estudios y/o análisis pertinentes en la comodidad de su hogar evitando tener que ir a alguna institución médica.
- Facilidad de gestión de turnos: está vinculado a la herramienta Web que le da al cliente la posibilidad de tramitar turnos, pedirlos y cancelarlos, en forma online eliminando las molestias de tener que comunicarse en forma telefónica.
- Canales de acceso a los servicios: El cliente podrá consultar acerca de los servicios ofrecidos, gestionar turnos, ver resultados todo a través de la herramienta Web en todo momento en cualquier parte.
- Eliminar demoras y esperas: El cliente ya no deberá esperar o hacer cola para ser atendido, ya que el estudio o análisis se realizará en donde él lo desee. En el caso de la entrega de los resultados de los estudios o análisis los tiempos serán los que requieran los estudios o análisis según su complejidad ya que se realizarán en forma inmediata.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2. Análisis Estratégico

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.1 Análisis de Contexto

En esta sección se analizará a la Industria de Salud y a la situación actual del país. Tener en cuenta de **no ligar este análisis a la empresa.**

2.1.1 Descripción del escenario local

Actualmente Argentina se encuentra en una crisis económico-financiera importante, en la que el gobierno tomo medidas que agravaron aún más la situación en el país.

Argentina hoy en día posee el índice más alto de inflación de Latino América, el cual llega al 25%. Con esto se arrastra una suba en los precios muy notoria para el bolsillo de los consumidores. A su vez se adoptaron medidas que restringen las importaciones, con el fin de proteger al mercado local, provocando que los insumos o maquinaria que no se produce en el país se mas difícil de conseguir, y obviamente a precios más elevados.

Otras de las medidas que empeoró la situación económica fue la de aplicar el cepo cambiario, que produjo la venta en paralelo de otras divisas con precios muy superiores a los oficiales (el Dólar paralelo hoy en día supera las 8 pesos Argentinos mientras que el oficial llega apenas a los 5 pesos Argentinos).

Lamentablemente la confiabilidad del INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) cayó notablemente al mentir en las estadísticas para disfrazar la inflación. Esto provoca que menos inversores inviertan en el país debido al desconcierto de estos índices oficiales poco creíbles.

Se estima que a pesar de todo el PBI se incrementará en un 3%, según fuentes oficiales, y se espera que el crecimiento siga esa misma cifra del 3%.

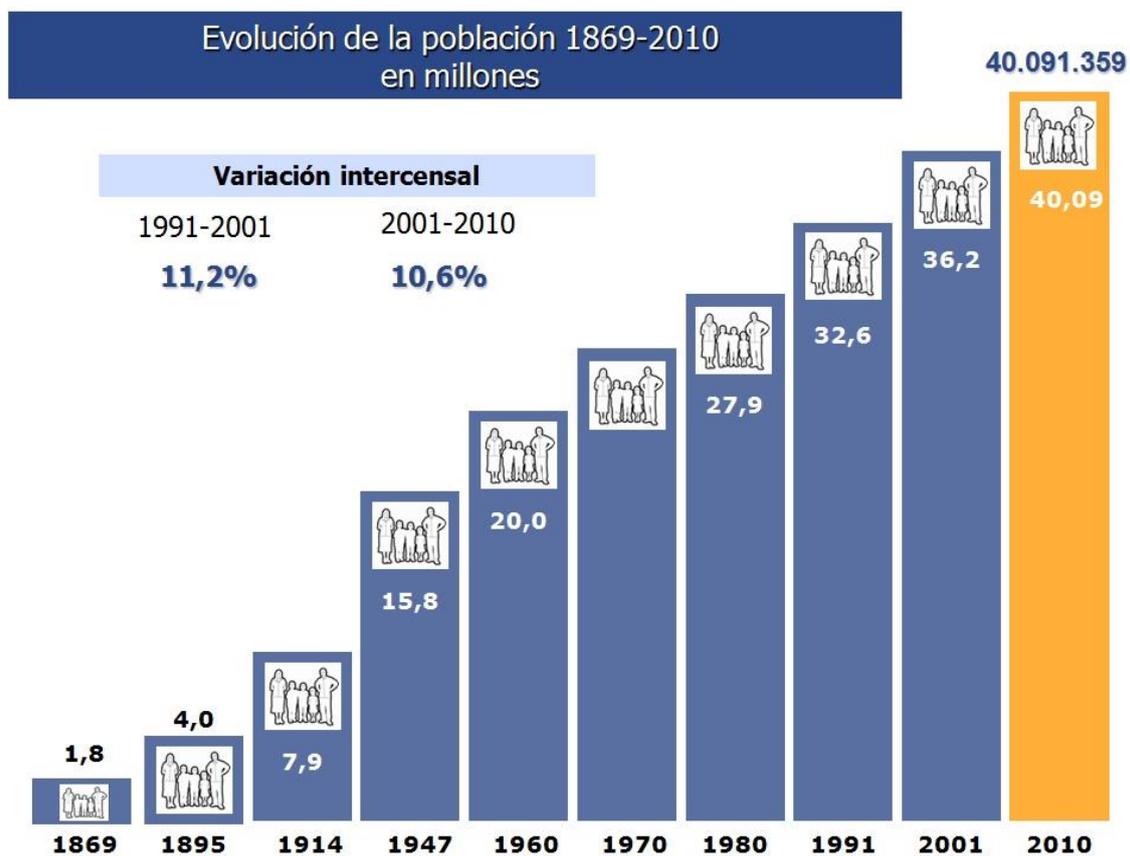
(Ver Anexo 1.2.6 Recorte periodístico de la situación económica Argentina – LaNacion)

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

2.1.2 Factores Externos

2.1.2.1 Factores del Mercado

A continuación se presentará información acerca del mercado que permitirán analizar y sacar conclusiones sobre el mismo:



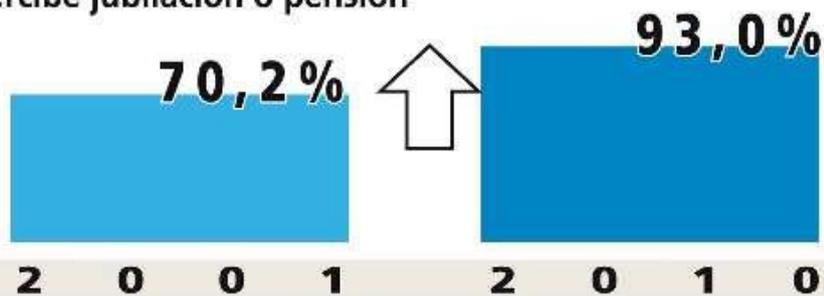
Censo 2010

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

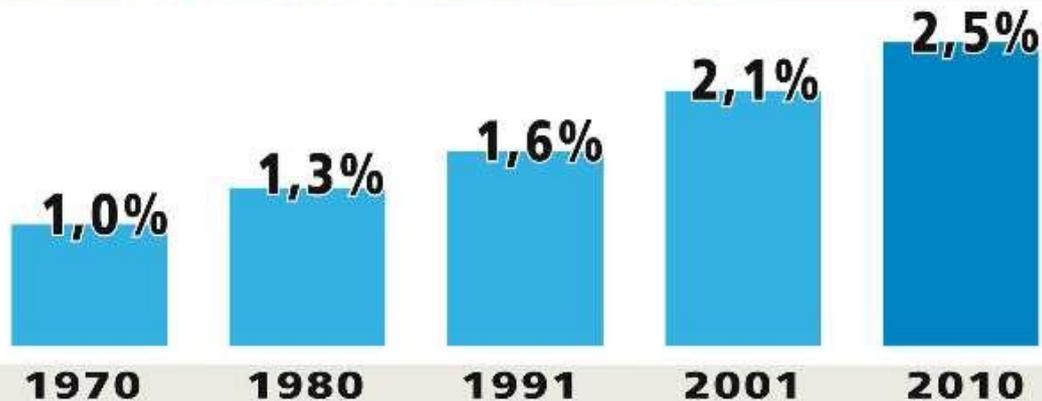
Nuevos datos sobre la población mayor

POBLACION MAYOR DE 65 AÑOS

Que percibe jubilación o pensión



PORCENTAJE DE LA POBLACION CON 80 AÑOS O MAS



Infografía TELAM

Censo 2010

Evolución de la cantidad de Obras Sociales en el País

2008			
Obras sociales	Beneficiarios		
	Total	Titulares	Familiares
283	18.231.181	10.987.663	7.243.518

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2009			
Obras sociales	Beneficiarios		
	Total	Titulares	Familiares
287	18.038.092	10.934.681	7.103.411

2010			
Obras sociales	Beneficiarios		
	Total	Titulares	Familiares
292	18.685.052	12.125.492	6.588.544

A partir de la información expuesta podemos concluir que:

- La tasa de crecimiento anual de la población Argentina está en constante aumento (un promedio de 10,6% anual)
- La expectativa de vida en la Argentina también está en crecimiento, cada vez hay más gente que vive más de 80 años.
- La cantidad de Obras Sociales también aumenta, así como la cantidad de afiliados a las mismas.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	Actual	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
	Futuro					
Tamaño del mercado		[Bar chart showing high attractiveness for both Actual and Future]				
Tasa de Crecimiento del mercado		[Bar chart showing high attractiveness for both Actual and Future]				
Diferenciación del producto		[Bar chart showing moderate attractiveness for both Actual and Future]				
Rentabilidad de la Industria		[Bar chart showing moderate attractiveness for both Actual and Future]				

El análisis indica que existen condiciones favorables que afectan al mercado de la industria de salud. El tamaño del mercado como la tasa de crecimiento del mismo, se debe fundamentalmente al aumento de la población y la esperanza de vida en la Argentina.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.1.2.2 Factores Competitivos

A continuación se listarán datos e información que permitirán realizar un mejor análisis de los factores competitivos:

Informe extraído de ADEMP (Asociación De Entidades Medicas Privadas)

PRESTACIONES AMBULATORIAS - CONSULTAS

Se constataron 7.72 consultas afiliado año, consumo ligeramente inferior a años anteriores. El 11.3% correspondieron a consultas de guardia, el resto en consultorios externos con un costo promedio de \$32.38 por consulta, un 21.3% más que en el año 2008.

Resultó un gasto promedio por afiliado mes de \$ 20.83, un 13.1% mayor al 2008.

Los aranceles promedio declarados vigentes a mayo 2010, incluyendo coseguros pero no IVA, para las consultas en consultorios externos resultaron de \$ 34.22 y \$ 41.88 para planes bajos y para planes altos respectivamente. Para las consultas de guardia en instituciones de \$ 42.64 y \$ 54.62 respectivamente según planes bajos o altos.

LABORATORIO

Se registraron 10.17 estudios de laboratorio ambulatorios por afiliado año a razón de 7.28 estudios promedio por orden, consumo similar a años anteriores, a un costo promedio de \$ 13.56 por estudio, un 23.9% superior al año 2008, con un gasto promedio por afiliado mes de \$ 11.49, un 23.5% más respecto al año 2008.

Resultaron 1.32 estudios promedio por consulta significando \$ 17.86 por consulta en concepto de gasto por laboratorio.

DIAGNOSTICO POR IMÁGENES

Se registraron 2.73 estudios de diagnóstico por imágenes por afiliado año, consumo similar a años anteriores, con un costo promedio de \$ 78.85 por estudio, un 26.8% superior al año 2008, con un gasto promedio de \$ 17.94 por afiliado mes, un 28.7% más que el año 2008.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

ESTUDIOS ANUALES POR INDIVIDUO

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DESDE EL AÑO 2004

	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009
RX	1,66	1,73	1,62	1,70	1,67	1,48
ECOGRAFIA	0,68	0,67	0,71	0,73	0,72	0,79
TAC	0,09	0,09	0,09	0,08	0,09	0,10
RESONANCIA	0,10	0,07	0,09	0,08	0,09	0,10

DIAGNÓSTICO POR IMÁGENES

DETALLE SEGUN TIPO DE ESTUDIO

	Consumo Anual por Individuo		Gasto por Individuo Mes	
Radiología	1,48	54,21%	3,60	20,08%
Ecografía	0,79	28,94%	5,60	31,21%
Tomografía Computada	0,10	3,66%	2,78	15,51%
Resonancia Magnética	0,10	3,66%	3,49	19,46%
Densitometría ósea	0,07	2,56%	0,75	4,20%
Medicina Nuclear	0,06	2,20%	0,65	3,64%
Otros est. x imag. no detallados	0,12	4,40%	1,06	5,90%
Total	2,73	100,00%	17,94	100,0%

El consumo en radiología convencional tiende a disminuir, mientras sube el de ecografía, tomografía computarizada y resonancia magnética.

Resultaron 0.35 estudios promedio por consulta significando un gasto \$ 27.89 en estudios por imágenes por consulta.

El detalle de consumos y gasto por individuo y por mes se muestra en los gráficos.

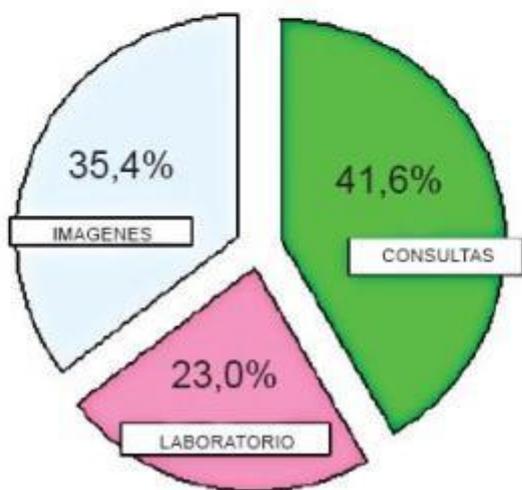
CONSULTA VESTIDA

Si consideramos como "consulta vestida básica promedio" la consulta más los estudios de laboratorio y de diagnóstico por imágenes por ella generada llegamos a un gasto de \$ 77.88 por consulta vestida, lo que significa un gasto afiliado mes de \$ 50.10 constituyendo un 51% del gasto ambulatorio y el 28.7% del gasto asistencial total.

El gasto en consulta vestida fue un 56.6% mayor que el año 2008 y un 154% mayor respecto al año 2004.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

CONSULTA VESTIDA BASICA				
NO INCLUYE MEDICAMENTOS NI ESTUDIOS ESPECIALIZADOS				
	\$ UNITARIO X PREST	INCIDENCIA	\$ CONS. VESTIDA	
CONSULTAS (C.Ext. + Guardia)	32,38	1,00	32,38	41,6%
LABORATORIO	13,56	1,32	17,90	23,0%
IMAGENES	78,85	0,35	27,60	35,4%
Gasto por consulta vestida (Consulta + Laboratorio + Imágenes)			77,88	100,0%



A partir de esta información podemos concluir que el mercado no es solo rentable sino muy numeroso, aproximadamente se realizan hoy en la Argentina unos 203.400.000 Análisis Clínicos anuales y 54.600.000 Estudios Médicos anuales. Por lo cual al ser la demanda muy alta, también lo es la oferta, cada vez más competidores entran en este mercado.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	Actual	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
	Futuro					
Intensidad competitiva						
Grado de concentración						
Barreras de Entrada						
Barreras de Salida						

Del análisis realizado podemos concluir que en cuanto a los factores competitivos se tiene que el atractivo no es muy grande, ya que existe un alto grado de competitividad.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

2.1.2.3 Factores Económicos y Gubernamentales

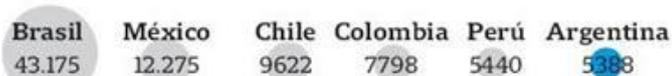
A continuación se proveerá información para llevar a cabo el siguiente análisis:

Estancado en medio del boom

	PBI (e) Var. i.a	Inflación (fin de periodo)	Industria (e) Var. i.a.	Inversión % PIB (e)	Actividad de la construcción (e)	Com. Ex. Estimac. 2012
Argentina	1,0%	25,6%	-1,2%	24,2%	-3,2%	-3,7%
Brasil	1,1%	5,8%	-2,1%	20,2%	3%	0,1%
Chile	5,5%	1,5%	2,6%	25,7%	8%	3,5%
Colombia	4,1%	2,4%	0,8%	23,1%	1%	10,3%
Peru	6,2%	2,6%	2,9%	25,2%	16%	7,8%
Uruguay	3,8%	7,5%	2,8%	19,6%	12%	6,9%

INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

En millones de dólares, datos del primer semestre de 2012 (últimos datos completos publicados).



Fuente: Abeceb, IPC Congreso, Organismos oficiales, Latin Focus, FMI, Cepal / LA NACION (e): Esperado

(Nota Completa Ver Anexo 1.2.6 Recorte periodístico de la situación económica Argentina – LaNación)

El gobierno ha tomado medidas como el Cepo Cambiario, que limitan las operaciones con moneda extranjera, tanto la compra como la venta. Por otro lado también ha tomado medidas que dificultan o limitan las importaciones.

Estas medidas dificultan a toda industria que pretenda un crecimiento, ya que de no producirse las maquinas o insumos que necesitan, dentro del país, se les dificulta mucho su obtención.

Por otro lado en 1996 se firmó el Decreto 1615/96 (**ver anexo 1.2.4 Decreto 1615/96**) mediante el cual todo trabajador con relación de dependencia -público o privado- se halla comprendido en alguna obra social.

En el 2004 se firmó la Resolución 310/2004, a partir de la cual se aprobó el PMO, Plan Médico Obligatorio. Este provee una canasta básica de prestaciones a través de la cual los beneficiarios tienen derecho a recibir prestaciones médico asistenciales. La obra social debe brindar las prestaciones del Programa Médico

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Obligatorio (PMO) y otras coberturas obligatorias, sin carencias, preexistencias o exámenes de admisión.

	Actual	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
	Futuro					
Inflación						
Impacto del cambio de la moneda extranjera						
Nivel Salarial						
Suministro de Mano de Obra						
Legislación(protección)						
Regulación						
Apoyo gubernamental						

Debido a la situación económica actual del país y a las medidas gubernamentales que rigen, los factores inherentes a la inflación y al impacto del cambio de moneda extranjera, son de muy poco atractivo.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

Por otro lado los factores ligados a la regulación, legislación y suministro de mano de obra, son atractivos. Como conclusión se puede decir que en lo que hace a los factores económicos y gubernamentales, la industria aparece como poco atractiva.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.1.2.4 Factores Tecnológicos

	Actual	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
	Futuro					
Madurez e inestabilidad						
Aspectos Web						
Calidad Software						
Calidad Hardware						
Equipamiento						
Complejidad						
Requerimientos de I&D de los servicios						
Requerimientos de I&D de los procesos						

A través de este análisis se puede ver que los factores tecnológicos son neutros para el atractivo de la industria.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

2.1.2.5 Factores Sociales

	Actual	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
	Futuro					
Impactos Ecológicos						
Ética Laboral						
Protección del consumidor						
Grado de sindicalización						

Hoy en día en la Argentina más del 40% de la población posee prepaga y Obra Social, lo que le permite al cliente un mayor asesoramiento en temas de salud. Los profesionales se encuentra muy capacitados, y en una industria como la de salud la ética laboral y la protección del consumidor son esenciales, razón por la cual cualquier organización sea pública o privada ponderiza estas cuestiones en su ámbito laboral.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.1.2.6 Resumen del atractivo de factores

	Actual	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
	Futuro					
Factores de Mercado						
Factores Competitivos						
Factores Económicos y Gubernamentales						
Factores Tecnológicos						
Factores Sociales						

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.1.2.7 Evaluación General de la Industria

	Actual	ATRACTIVO ESCASO	ATRACTIVO MEDIO	ATRACTIVO ELEVADO
	Futuro			
Factores de Mercado				

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.1.3 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter

1-Rivalidad entre competidores

- **Costos fijos:** estos no son elevados, en materia de salud existen diversas proveedoras nacionales de insumos para análisis y estudios clínicos, lo cual evita tener que realizar importaciones y reduce los costos.
- **Crecimiento Industrial:** Esta industria cuenta con la ventaja de estar en constante crecimiento debido a que está ligada a una necesidad básica de las personas. No existe la posibilidad de que esta industria entre en receso ya que la tasa de natalidad en la Argentina está en crecimiento y la expectativa de vida es cada vez mayor, por lo cual la población en la Argentina va en constante aumento, y debido a que toda persona necesita el consumo de servicios de salud, la industria se ve también en constante aumento.
- **Diferenciación del producto/servicio:** La posibilidad de diferenciación es muy limitada, no existen en esta industria muchas posibilidades de diferenciarse de la competencia.
- **Concentración y equilibrio:** En la actualidad existen más de 50 clínicas privadas, varios hospitales públicos y más de 100 laboratorios privados solo en el Gran Bs As por lo cual existe un equilibrio en la competencias, y a pesar de que hay instituciones muy reconocidas (Hospital Italiano, etc) no existe una concentración importante que acapare gran parte del mercado.
- **Sobrecapacidad industrial:** en este tipo de industria supone una capacidad homogénea y constante (todo el tiempo la gente se enferma), por lo cual no habría ciclos irregulares de sobrecapacidad. Una excepción a lo antes mencionado es la aparición de alguna epidemia (como por ejemplo la sucedida en el 2009 con la gripe aviar) en donde existe una creciente necesidad de realización de análisis y estudios.
- **Costo de cambio:** al haber mucha competencia que ofrece servicios de una calidad parecida, el costo de cambio es bajo, por lo cual se dificulta la retención de la clientela. En la mayoría de los casos este costo de cambio se ve afectado por la ubicación de la institución médica, lo cual si el cliente desea ir a otra institución, le supone un gasto extra de traslado que muy probablemente desee evitar.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2-Amenazas de nuevos entrantes

Al analizar las barreras para los nuevos entrantes nos encontramos con lo siguiente:

- **Capital Inicial:** El capital inicial necesario para montar un laboratorio con todas las prestaciones requeridas es elevado. Por lo cual dificulta la entrada de nuevos competidores.
- **Políticas gubernamentales:** Debido a políticas gubernamentales que rigen en la actualidad en el país, las importaciones de equipos tecnológicos se encuentran muy acotadas. Razón por la cual si no se tiene algún convenio o acuerdo con alguna empresa que pueda realizar importaciones, estas medidas suponen una dificultad para el ingreso a la industria.
- **Crecimiento de la Industria:** Por otro lado el constante crecimiento de esta industria y la poca posibilidad de una recesión en la misma, otorgan un mercado en donde no se esperan represarías por parte de los mayores competidores.
- **Costo de cambio:** El costo de cambio es muy bajo para los clientes, lo que favorece a la entrada de nuevos competidores, ya que no necesitan de tener un renombre o ser una marca muy reconocida.

3-Amenazas de los nuevos sustitutos

En esta industria, como ya mencionamos, existen muchos competidores de mayor o menor envergadura, pero todos ofrecen servicios de igual o similar calidad, lo cual provoca que los precios sean similares para todos los competidores.

Esto supone una “mediana” rentabilidad, ya que el cliente podría optar por consumir servicios de cualquier competidor ya que los costos son similares, en otras palabras el costo de cambio es bajo para el cliente.

En el caso de la industria de salud, no existen sustitutos relacionados a los servicios. Diferente es en el caso de otras industrias en donde si existen sustitutos, como por ejemplo en la industria automotriz, en la cual puede darse el caso de la aparición de una nueva forma de transporte, o que el cliente opte por una moto en vez de un automóvil.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

4-Poder de negociación de los proveedores

- **Número de Proveedores Importantes:** En la Argentina existen diversos proveedores de insumos para laboratorios, hospitales públicos y clínicas privadas, razón por la cual el poder de negociación de ellos no es muy elevado. Esto favorece a la industria, ya que se puede conseguir insumos a precios bajos y razonables.
- **Integración hacia Adelante:** La posibilidad de una integración hacia adelante por parte de los proveedores es muy baja, debido a la alta inversión inicial necesaria para poder competir en el mercado.
- **Integración hacia Atrás:** A su vez la posibilidad de que la industria se integre hacia atrás, también es muy baja debido a los precios que ofrecen los proveedores, y al alto costo que implicaría producir los propios insumos. En otras palabras es más barato comprar que producir.
- **Importancia de la industria para los proveedores:** Es claro que los proveedores se verán más beneficiados si la industria crece, ya que las empresas demandarán mayor cantidad de insumos para poder abastecer a su clientela. Debido a que los proveedores de insumos de salud, difícilmente se diversifiquen, están muy ligados al progreso de la industria de salud, razón por la cual la importancia de los proveedores para con la industria es alta.
- **Costo total de la industria contribuido a los proveedores:** Gran parte de los costos totales de la industria son provenientes de los insumos comprados a los proveedores, ya que para realizar cualquier tipo de estudio médico o análisis clínico se necesitan varios insumos como por ejemplo, tubos de ensayo, guantes descartables, jeringas, alcohol, etc.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5-Poder de negociación de los clientes

- **Número de consumidores importantes:** A la hora de analizar los consumidores de la industria de salud, nos encontramos que no hay grandes o chicos consumidores, sino que se detecta un nivel similar de consumo en todos los pacientes. Por otro lado cabe destacar que existen muchas Obras Sociales y Prepagas en esta Industria que acaparan a todos los pacientes, razón por la cual lo ideal sería tener la mayor cantidad de convenios con estas.
- **Costo de cambio:** Como mencionamos anteriormente, existen diversos competidores por lo cual el costo de cambio para los consumidores es bajo.
- **Integración hacia atrás:** Es muy improbable, casi imposible, que los consumidores realicen una integración hacia atrás, ya que los costos serían muy elevados para los beneficios que obtendría de esa integración.
- **Acciones gubernamentales:** Lo interesante de la industria de salud en la Argentina, es que a través de las leyes establecidas por el gobierno, es obligatorio que toda persona que trabaje en relación de dependencia tiene que tener Obra Social. Esto implica que los consumidores que se encuentren en esta posición, cuenten con la posibilidad de una cobertura total en la gran mayoría de los estudios y análisis básicos sin tener que pagar dinero extra de su bolsillo, lo cual a su vez alienta a que más clientes consuman los servicios de la industria.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

2.1.4 Análisis Sectoria. Definición de Oportunidades y Amenazas de la Industria

OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Constante crecimiento del mercado. • No existen sustitutos para los servicios de salud. • Escaso número de grandes e importantes competidores. Rivalidad más baja y posibilidad de formar oligopolios. • Creciente conocimiento de los consumidores respecto de los beneficios de los servicios de salud. • Mayor número de Obras Sociales y Prepagas en el país. • Mayor Cobertura por parte de las Obras Sociales y Prepagas en materia de Estudios Médicos y Análisis Clínicos. • Escasa probabilidad de integración hacia adelante por parte de los proveedores y de integración hacia atrás por parte de los consumidores. • Barreras de Entrada elevadas en cuanto al Capital Inicial.

AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo costo de cambio para los clientes. • Dependencia de los insumos de los proveedores. • Barreras gubernamentales para las importaciones. • Lealtad del consumidor final. • Recesión económica (inflación, cepo cambiario, etc.). • Barreras de Salida elevadas debido a los activos difíciles de liquidar (por ejemplo equipo para realizar análisis clínicos).

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

2.2 Análisis de la Competencia

En análisis que se detallará a continuación se eligieron los 2 competidores más importantes en temas de Servicios de Análisis Clínicos y Estudios Médicos a Domicilio. En esta primera etapa se presentarán las 2 empresas seleccionadas.

2.2.1 Principales Competidores Directos

2.2.1.1 Priority Home Care

Nombre: Priority Home Care

Sitio Web: <http://www.priorityhomecaresrl.com.ar/>

Información de la empresa:

“Priority Home Care es una empresa argentina con una vigencia de más de diez años en el mercado.

Ofrece servicios de asistencia integral a pacientes en su domicilio y dispone de profesionales altamente capacitados en el área de salud, quienes conforman un equipo humano multidisciplinario.

Nuestra experiencia, entrenamiento y capacitación nos brindan la solidez necesaria para cumplir con los más altos niveles operacionales, estratégicos y estándares de calidad.

Somos confiables, atendemos satisfactoriamente todas las necesidades en los procesos de la internación domiciliaria de baja, media y alta complejidad.”

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.2.1.2 MediHome

Nombre: MediHome

Sitio Web: <http://www.medihome.com.ar/index.php>

Información de la empresa:

*“Sabemos que hoy en día, los profesionales de la salud tienen en cuenta que no siempre es aconsejable someter al paciente a prolongadas internaciones hospitalarias en aras de su recuperación. La experiencia acumulada en los últimos años constata que es **el propio domicilio del paciente** el hábitat más indicado, siendo el espacio físico, psíquico y espiritual más adecuado para su mejor tratamiento. Así como la inclusión de la familia y su contención afectiva, claves para optimizar el entorno del paciente y contribuir a su mejoría.*

MEDIHOME cuenta con una vasta trayectoria en ese sentido. El **servicio integral de Internación Domiciliaria**, se encuentra capacitado para asistir al paciente de manera activa y personalizada en su propio hogar. Ocupándose de todas y cada una de sus necesidades. Cuidándolo con rigor científico, y acompañándolo con afecto y dedicación, respetando su persona y su dignidad humana. Privilegiando al paciente y a su entorno familiar.

MEDIHOME tiene como **objetivo**, a través de su equipo interdisciplinario, brindar al paciente una prestación similar en calidad técnica a la sanatorial, utilizando alternativas terapéuticas que brinda su grupo familiar y social, evitando los efectos no deseados de las estadías institucionales.

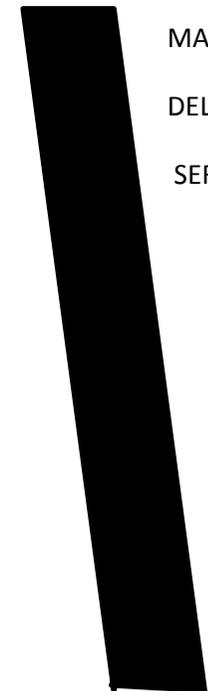
MEDIHOME garantiza la cobertura en una amplia región geográfica, por medio de nuestra Casa Central en la Ciudad de La Plata, y sucursales propias distribuidas estratégicamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Tandil, Mar del Plata, Bahía Blanca, Salta, Colón - Entre Ríos, Río III - Córdoba, Rojas y Unidades Operativas en el resto del país.”

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.2.2 Análisis de Cadena de Valor

2.2.2.1 Nuestra Cadena de Valor

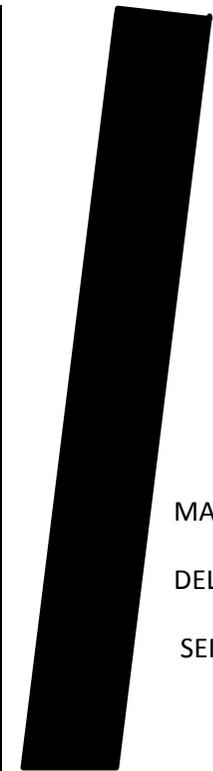
INFRAESTRUCTURA GERENCIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Cultura Corporativa Fuerte • Estructura Flexible • Mucha preocupación por los temas relacionados con la etica, seguridad, confianza y Protección del consumidor
RECURSOS HUMANOS
<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones laborales • Bajos costos de reclutamiento (la gestión de RRHH será terciarizada) • Excelente capacitación y desarrollo
TECNOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología de punta en los equipos. • Herramienta Web con muchas facilidades • Importante infraestructura de telecomunicaciones para conectar las Unidades Móviles • Alta calidad de software con interfaces muy amigables y fáciles de usar • Estrategia transversal de la herramienta Web
ABASTECIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con proveedores locales para conseguir los mejores precios del mercado.



MARGEN
DEL
SERVICIO

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

MARKETING Y VENTAS	PERSONAL DE CONTACTO	SOPORTE FÍSICO Y HABILIDADES	PRESTACIÓN	CLIENTE	OTROS CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Fuerte campaña de publicidad vía Web - Infraestructura de Información acerca de los profesionales, estudios y análisis de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal médico altamente capacitado. - Prevalcen los valores de ética y privacidad de los pacientes 	<ul style="list-style-type: none"> - Unidades Móviles con equipos de última generación - Gestión de turnos vía Web a través del sitio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de los estudio y análisis en el hogar del paciente - Rapidez en la entrega de los resultados - Varios medios para el envío de los resultados, vía publicación en la herramienta Web, a domicilio en mano o a través del correo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gran capacitación de los pacientes en cuanto a los servicios prestados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prestaremos servicios no solo a aquellos pacientes con cobertura médica sino también a clientes particulares.



MARGEN
DEL
SERVICIO

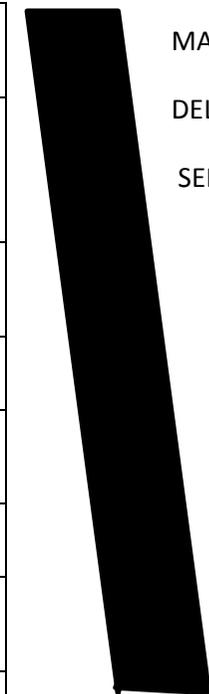
- En La Cadena de Valor de **HomeClinic** la fuente de diferenciación está dada por la inversión en tecnología en los aspectos marketing y ventas, la prestación en sí y en el soporte físico y habilidades.
- Otro de los aspectos claves en esta cadena de valor es el compromiso de los directores para transmitir la misión de la empresa y formar una fuerte cultura organizacional.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

2.2.2.2 Cadena de Valor de la Competencia

2.2.2.2.1 PRIORITY HOME CARE SRL

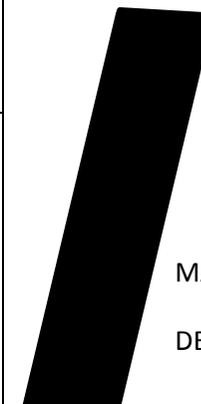
INFRAESTRUCTURA GERENCIAL
<ul style="list-style-type: none"> • Participación en forma activa del Director General • Fortalecer la integración humana y profesional de toda la institución • Cumplimiento de los procesos de Coordinación, Logística y Enfermería. • Priority Home Care es una empresa argentina con una vigencia de más de diez años en el mercado.
RECURSOS HUMANOS
<ul style="list-style-type: none"> • Asegurar la motivación y entrenamiento del Personal, en todos sus niveles. • Capacitación continua de sus profesionales.
TECNOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología de punta en los equipos. • Buena infraestructura de telecomunicaciones
ABASTECIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> • No se posee información



MARGEN
DEL
SERVICIO

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

MARKETING Y VENTAS	PERSONAL DE CONTACTO	SOPORTE FÍSICO Y HABILIDADES	PRESTACIÓN	CLIENTE	OTROS CLIENTES
- Contactos con el Paciente y su familia antes de comenzar el servicio.	- Personal médico altamente capacitado.	- No se posee información	- Asistencia integral a pacientes en su domicilio	- Indagación de satisfacción a través de encuestas.	- No se posee información



MARGEN
DEL

- En la Cadena de Valor de Priority Home Care SRL la diferenciación está dada en todos los aspectos por el gran compromiso de la gerencia y en la capacitación de los recursos humanos intervinientes.
- Otro de los puntos clave de esta cadena de valor esta dado en el área de Marketing y Ventas, al mantener contactos con los pacientes y familiares antes de la provisión del servicio, haciendo que el paciente se sienta más seguro y confiado.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

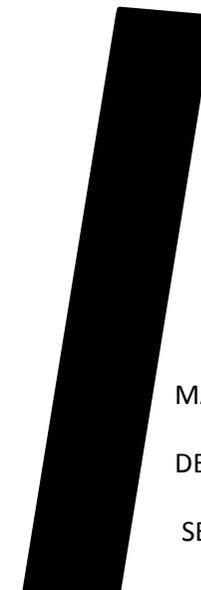
2.2.2.2.1 MEDIHOME

INFRAESTRUCTURA GERENCIAL
<ul style="list-style-type: none"> • MEDIHOME cuenta con una vasta trayectoria en el mercado. • Cobertura en una amplia región geográfica • Servicio de excelencia en Auditoría Médica Externa de Internación Domiciliaria Integral, dirigida a Agentes Financiadores • Empresa Líder del sector.
RECURSOS HUMANOS
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de reclutamiento de personal. • Personal con un amplio conocimiento en el manejo de equipos de última generación
TECNOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología de punta en los equipos. • Alta calidad de software con interfaces muy amigables y fáciles de usar • Buena infraestructura de telecomunicaciones
ABASTECIMIENTO
<ul style="list-style-type: none"> • <i>No se posee información</i>

MARGEN
DEL
SERVICIO

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

MARKETING Y VENTAS	PERSONAL DE CONTACTO	SOPORTE FÍSICO Y HABILIDADES	PRESTACIÓN	CLIENTE	OTROS CLIENTES
- No se posee información	- Personal médico altamente capacitado.	- Equipo interdisciplinario - Similar en calidad técnica que la sanatorial	- Internaciones hospitalarias en el propio domicilio del paciente - Servicio profesional de consultoría y asesoramiento - Traslado de pacientes.	- Amplia cartera de clientes (Obras Sociales, Prepagas, etc.)	- Nuevos emprendimientos de organizaciones.



MARGEN
DEL
SERVICIO

- En la Cadena de Valor de MediHome se puede ver que obtiene ventajas competitivas debido a su gran cartera de clientes y su amplia cobertura geográfica, como también el ser una marca reconocida y líder en el mercado.
- Gran parte de su diferenciación está dada por la variedad de servicios diferentes que ofrece, logrando una mayor clientela.
- Otro de los aspectos importantes es el programa de reclutamiento y capacitación de personal que posee la empresa.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.2.3 Definición de Factores Claves de Éxito

Se definieron los siguientes FCE para el análisis y comparación de **HomeClinic** con la competencia:

- Infraestructura gerencial
- Recursos Humanos
- Tecnología
- Prestaciones del Servicio
- Comercialización y ventas

A continuación se detallarán en una serie de cuadros comparativos, los FCE antes mencionados, haciendo la comparación entre HomeClinic y sus dos competidores directos más importantes (Priority Home Care SRL y MediHome)

2.2.3.1 Evaluación Competitiva de la Infraestructura Gerencial

Información que se tuvo en cuenta al realizar el análisis:

*“...**MEDIHOME** garantiza la cobertura en una amplia región geográfica, por medio de nuestra Casa Central en la Ciudad de La Plata, y sucursales propias distribuidas estratégicamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Tandil, Mar del Plata, Bahía Blanca, Salta, Colón - Entre Ríos, Río III - Córdoba, Rojas y Unidades Operativas en el resto del país..”*

*“(**Priority Home Care SRL**)...Para el logro de estos objetivos, que serán revisados periódicamente, el Director General asume la responsabilidad de participar en forma activa, a fin de fortalecer la integración humana y profesional de toda la institución, como base para la implantación y mantenimiento del Sistema de Gestión de la Calidad, así como de:*

- Proveer los recursos y medios necesarios.
- Asegurar la motivación y entrenamiento del Personal, en todos sus niveles.
- Promover y asegurar, el mejoramiento continuo de la eficacia del Sistema de la Calidad y la excelencia de las prestaciones...”

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	Priority Home Care SRL	GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
	MediHome					
Estructura de la Organización						
Participación Director General						
Cultura Corporativa						
Cobertura Geográfica						
Integración del Personal						
Vigencia en el Mercado						

Evaluación: Como se puede apreciar en aspectos de Infraestructura Gerencial no contamos con fortalezas evidentes, y a pesar de estar equilibrados en la mayoría de los aspectos con nuestros competidores, MediHome posee una vigencia en el mercado mucho mayor y una cobertura geográfica mucho más amplia que **HomeClinic**, razón por la cual esto deja en evidencia una debilidad. Con respecto a Priority Home Care SRL, el único aspecto que presentaría una leve debilidad es su vigencia en el mercado, que a pesar de ser menor que la de MediHome, es mayor que la nuestra.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.2.3.2 Evaluación Competitiva de Recursos Humanos

Información que se tuvo en cuenta al realizar el análisis:

“(Priority Home Care SRL)...Capacitación permanentes en Recursos Humanos profesionales y no profesionales en el área de la salud...”

Gestión de personas en las organizaciones

- Reclutamiento y selección
- Programas de integración
- Educación, entrenamiento y desenvolvimiento
- Implantación de educación continuada con enfoque multiprofesional
- Acompañamiento de desempeño profesional
- Sistema de remuneración y reconocimiento
- Diseño y enriquecimiento de cargos
- Levantamiento de perfil profesional
- Adecuación de cuadro profesional
- Mapeo de conocimientos y habilidades
- Estudios de Productividades

Reestructuración organizacional

- Diagnóstico organizacional.
- Análisis de estructuras, cargos y función.
- Elaboración de proyecto e implantación.
- Proyectos de descentralización en unidades de gestión.
- Asesoría, entrenamiento y desenvolvimiento de personas.

Implantación de modelos asistenciales

- Asesoría y consultoría en el planeamiento, elaboración, implantación y retroalimentación del Proyecto
- Adaptación del modelo asistencial enfocado en el paciente
- Entrenamiento y desenvolvimiento de los equipos durante el Proyecto
- Aplicación de entrenamientos cruzados
- Implantación de equipos multifuncionales
- ...”

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

	Priority Home Care SRL	GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
	MediHome					
Capacitación						
Motivación del Personal						
Reclutamiento Personal						
Relaciones Laborales						

Evaluación: Nuevamente en este análisis se puede apreciar el equilibrio con nuestros competidores. Se puede deducir una gran debilidad a la hora de hablar de capacitación de los recursos humanos con respecto a Priority Home Care SRL, ya que este cuenta con programas especializados de capacitación lo cual le otorga un plus en los servicios que presta.

Por otro lado podemos concluir en que tenemos una fortaleza leve con respecto a Priority Home Care SRL en cuanto al reclutamiento de Personal, ya que los costos son bajos debido a la tercerización, mientras que esto se convierte a su vez en una leve debilidad con respecto a MediHome que posee un programa exclusivo de reclutamiento, que a pesar de ser más costoso le provee mejores recursos.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.2.3.3 Evaluación Competitiva de la Tecnología

	Priority Home Care SRL					
	MediHome					
		GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Calidad de los Equipos						
Estrategia Horizontal de la tecnología						
Funcionalidad Herramienta Web						
Interfaces Web						
Infraestructura de Telecomunicaciones						
Calidad Software						
Desarrollo y mejoras del sitio Web						

Evaluación: La gran ventaja competitiva de **HomeClinic** se logra en este FCE, ya que la herramienta Web que proveemos nos solo otorga información al paciente como los sitios de la competencia, sino que a través de nuestro sitio el paciente podrá operar, podrá gestionar turnos, visualizar resultados, chequear el estados de sus análisis y estudios médicos, etc. Otro de los puntos fuertes es que la aplicación Web se utiliza no solo por los pacientes y/o clientes sino que también por todo el personal de la empresa pudiendo hacer tareas de monitoreo, actualizaciones de historias clínicas, actualización de la información, etc. **HomeClinic** también pondrá especial énfasis en la calidades del software generado y hardware adquirido, en adhesión a buenas medidas de seguridad que permitan proteger la información crítica tanto de nuestros pacientes como de nuestros clientes

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.2.3.4 Evaluación Competitiva de las Prestaciones del Servicio

Información que se tuvo en cuenta al realizar el análisis:

“...Servicios que dispone MEDIHOME - Internación Domiciliaria

*El Servicio Integral de Atención Médica Domiciliaria que **MEDIHOME** brinda, consiste en proveer, administrar e instalar todo lo necesario para llevar a cabo las indicaciones precisas emitidas por su médico tratante. Desde el más pequeño insumo, hasta el alquiler de sofisticados equipos, **MEDIHOME** pone todo el recurso humano necesario asegurando una atención médica en casa como si estuviese en una clínica.*

***MEDIHOME** capitaliza toda su experiencia y antecedentes en Internación Domiciliaria, brindando un servicio profesional de consultoría y asesoramiento dirigido a nuevos emprendimientos de organizaciones que deseen desarrollarse en este importantísimo servicio, que viene creciendo en la última década, como una solución integral y beneficiosa para los pacientes, los profesionales y los agentes financiadores (Obras sociales, Empresas de Medicina Prepagas, Compañías de Seguros, entre otras).*

Nuestro staff directivo, brinda además, un servicio de excelencia en Auditoría Médica Externa de Internación Domiciliaria Integral, dirigida a Agentes Financiadores. Estos diferenciales destacan a Medihome y lo posicionan como Líder del sector. Consúltenos.

Nuestra División de Traslados: "Calidad en Movimiento"

***MEDIHOME** tiene como objetivo amplificar su profesionalismo y propuestas de servicios, brindando la mejor respuesta en el traslado de pacientes.*

***Comprometidos con la excelencia** incorporamos permanentemente valor agregado, que jerarquiza nuestros servicios y persigue un real mejoramiento de la calidad de vida de los pacientes y de las personas con discapacidad.*

*La división de traslados tiene **convenio con PAMI**.*

Detalles y características generales del servicio:

- Servicio de traslados de pacientes y personas con discapacidad en corta y larga duración. Para adultos, adolescentes y niños.*
- Traslado programado de pacientes estables y personas con discapacidad hacia todo destino.*
- Móviles habilitados por el Ministerio de Salud, con equipamiento de última generación y con el máximo confort.*
- . Móviles con controles de seguridad permanentes y rigurosos, cuidado de la higiene, e incorporación de tecnología para mejorar la eficiencia del servicio.*
- Personal capacitado y con experiencia para brindar una asistencia profesional, tanto en las necesidades físicas como psicológicas de los pacientes.*
- El servicio está dirigido a múltiples públicos: Particulares, Obras Sociales, ART, Mutuales, Prepagos, entre otros.*
- Servicio de Call Center especializado, las 24 hs los 365 días, interconectado con los móviles en todo momento y lugar..."*

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

	Priority Home Care SRL	GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
	MediHome					
Diversificación de Servicios						
Calidad de los servicios						
Instalaciones						
Integración						

Evaluación: Como puntos fuertes para **HomeClinic** podemos mencionar que se elimina la necesidad de instalaciones físicas para llevar a cabo estudios y análisis y como consecuencia menores costos fijos (alquileres, impuestos, etc). Como punto débil relacionado a este Factor podemos nombrar el de la diversificación de servicios, ya que los competidores ya se encuentran diversificados ofreciendo diferentes servicios.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.2.3.5 Evaluación Competitiva de Comercialización y ventas

	Priority Home Care SRL					
	MediHome					
		GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Imagen del negocio						
Investigación del mercado						
Amplitud de la línea de servicios ofrecidos						
Ubicación y número de laboratorio						
Campañas Publicitarias						
Contacto con el paciente antes del estudio y/o análisis						
Contacto con el paciente después del estudio y/o análisis						

Evaluación: En este análisis se puede apreciar que **HomeClinic** tiene ciertas fortalezas en cuanto a las campañas publicitarias con respecto a sus competidores, como también una fortaleza leve en cuanto al contacto post estudio y/o análisis en cuanto a MediHome. Por otro lado se encuentra una gran debilidad en cuanto al contacto con el paciente pre estudio y/o análisis en comparación a Priority Home Care SRL.

De este análisis también podemos extraer como debilidades que nuestros competidores están hace más tiempo en el mercado, por lo que se creó una cierta lealtad a la marca. Otra de las debilidades es la dificultad en un principio del desarrollo de nuevos servicios por parte de **HomeClinic**. Por otro lado como ventajas o puntos fuertes se pueden destacar que a la hora de agregar un nuevo laboratorio, nos resulta mucho más sencillo, ya que no necesitamos de una ubicación física como si la requieren nuestros competidores. Con respecto a MediHome podemos rescatar otra ventaja que son las encuestas de satisfacción por parte de los pacientes, que nos permiten mejorar aún más nuestros servicios con un mejor panorama del mercado.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Empresa: Priority Home Care SRL

PUNTOS FUERTES
<ul style="list-style-type: none"> • Buena Imagen Corporativa • Buena Lealtad a la Marca • Cuenta con cierta diversificación de servicios • Buena I&D

PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> • Poca inversión en el desarrollo de la herramienta Web • Débil Estrategia Horizontal de la Tecnología • El vínculo entre la infraestructura Organizacional y la Tecnología es Débil • Dificultad para aumentar el número de laboratorios • Pobres campañas de publicidad

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Empresa: MediHome

Puntos Fuertes
<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte Imagen Corporativa • Buena Lealtad a la Marca • Empresa Líder en el mercado • Cuenta con cierta diversificación de servicios • Buena Cobertura Geográfica • Programas propias de capacitación del personal • Tiene Convenios con otras empresas de Salud

Puntos Débiles
<ul style="list-style-type: none"> • Poca inversión el desarrollo de la herramienta Web • Débil Estrategia Horizontal de la Tecnología • El vínculo entre la infraestructura Organizacional y la Tecnología es Débil • Pobres campañas de publicidad • Grandes costos fijos sobre las instalaciones, e insumos. • Pobre investigación del mercado.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2.3 Fortalezas y Debilidades del negocio

2.3.1 Evaluación Competitiva General

	FORTALEZA BAJA	FORTALEZA MEDIA	FORTALEZA ALTA
Infraestructura gerencial			
Marketing			
Recursos Humanos			
Tecnología			
Prestaciones del Servicio			
Comercialización y ventas			

2.3.2 Fortalezas y Debilidades

FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte Inversión Tecnológica • Excelente herramienta Web con muchas prestaciones • Gran campaña de publicidad vía Web y redes sociales. • Buenos Laboratorios Móviles. No existe infraestructura fija. • Buena investigación del mercado.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

DEBILIDADES

- Débil conocimiento e imagen de la Marca
- Falta mayor cobertura geográfica
- Pobre diversificación de servicios.
- Débiles programas de capacitación del personal

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

3. Análisis FODA

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

3.1 Cuadro FODA

FORTALEZAS

- Fuerte Inversión Tecnológica
- Excelente herramienta Web con muchas prestaciones
- Gran campaña de publicidad vía Web y redes sociales
- Buenos Laboratorios Móviles. No existe infraestructura fija.
- Buena investigación del mercado

OPORTUNIDADES

- Constante crecimiento del mercado.
- No existen sustitutos para los servicios de salud.
- Escaso número de grandes e importantes competidores. Rivalidad más baja y posibilidad de formar oligopolios.
- Creciente conocimiento de los consumidores respecto de los beneficios de los servicios de salud.
- Mayor número de Obras Sociales en el país.
- Mayor Cobertura por parte de las Obras Sociales en materia de Estudios Médicos y Análisis Clínicos.
- Escasa probabilidad de integración hacia adelante por parte de los proveedores y de integración hacia atrás por parte de los consumidores.
- Barreras de Entrada elevadas en cuanto al Capital Inicial.

- Débil conocimiento e imagen de la Marca
- Falta mayor cobertura geográfica
- Pobre diversificación de servicios
- Débiles programas de capacitación del personal

- Bajo costo de cambio para los clientes.
- Dependencia de los insumos de los proveedores.
- Barreras gubernamentales para las importaciones.
- Lealtad del consumidor final.
- Recesión económica (inflación, cepo cambiario, etc.).
- Barreras de Salida elevadas debido a los activos difíciles de liquidar (por ejemplo equipo para realizar análisis clínicos).

DEBILIDADES

AMENAZAS

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

3.2 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

En la matriz FODA expuesta en el punto anterior se puede ver que la industria promete grandes oportunidades de crecimiento, debido a diferentes puntos como el crecimiento de la población en el país, y la mayor cantidad de Obras Sociales y Prepagas. Esto provocaría que muchos quieran incursionar en esta industria, sin embargo, al encontrarse con altas barreras de entrada, como por ejemplo el capital necesario para iniciar la actividad, muchos desisten, otorgando una gran ventaja para aquellas empresas que ya integren la industria.

Por otro lado la grave situación económica del país hace que se presenten una serie de Amenazas, que agrupan desde una recesión económica, impidiendo que las empresas pueda invertir para crecer, hasta medidas de barreras en las importaciones, produciendo una gran dificultad a la hora de obtener repuestos o equipos.

En lo referente a las Fortalezas y Debilidades, consideramos que nuestras principales fortalezas están relacionadas con el uso y desarrollo tecnológico al aplicarlo en forma horizontal en la empresa, produciendo una herramienta Web integral aplicable no solo a los clientes y pacientes sino que también a todo el personal interno de la empresa. Al hablar de las debilidades, cabe resaltar que al ser una empresa joven se carece de una imagen de marca fuerte en el mercado y la cobertura geográfica no es tan amplia como la de nuestros competidores.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

3.3 Conclusión: Atractivo de la Industria y Fortalezas del Negocio.

Como conclusión podemos decir que la industria presenta un atractivo muy importante, si se posee el capital para iniciar la actividad, ya que al poder entrar en la misma, la supervivencia es relativamente sencilla en aspectos de amplitud de mercado y costos/beneficios.

Consideramos que gracias a nuestras fortalezas en el aspecto tecnológico, lograremos obtener varias ventajas competitivas que permitirán transformar las debilidades iniciales, como la débil cobertura inicial, en potenciales fortalezas.

A través de buenas campañas de publicidad en las redes sociales, no solo se logrará mejorar la imagen de la empresa sino que también se podrá ampliar el alcance de nuestros servicios.

Otro aspecto a tener en cuenta es la devolución y comunicación con nuestros pacientes, que nos permitirán mejorar la calidad de nuestros servicios.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

4. Segmentación

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

4.1 Segmentación de Mercado

HomeClinic se dedica a la realización de Estudio médicos y Análisis clínicos a domicilio, por lo cual el siguiente análisis se realizará sobre la segmentación de negocio.

Los potenciales clientes de **HomeClinic** son las Obras Sociales y Prepagas, que son negocios, y no a consumidores.

A continuación detallaremos los criterios que harán que nuestra segmentación sea exitosa:

- Rentabilidad: Un segmento debe de ser lo suficientemente grande como para justificar el desarrollo, la creación y el mantenimiento de una mezcla de marketing especial.

En nuestro caso los segmentos estarán determinados por los prestadores de servicios de salud, que en la Argentina son mas de 200 clientes que agrupan a un total de aproximadamente 20.000.000 de argentinos, por ende este criterio no presenta problemas.

- Identificación y mensurabilidad: Los segmentos deben ser identificables y mesurables.

Como mencionamos anteriormente los posibles integrantes de los segmentos son fácilmente identificables, y se puede medir su tamaño a través de la cantidad de afiliados que posean.

- Accesibilidad: La empresa será capaz de alcanzar a los miembros de los segmentos determinados con mezclas de marketing a medida.

Como los servicios que ofrecemos, realización de estudios y análisis a domicilio, son de salud, tienen como objetivo poder llegar a todos los miembros de los segmentos.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

- Capacidad de respuesta: Solo debe tratarse a un segmento de manera diferente, si este se comporta del mismo modo que los demás segmentos.

En nuestro caso los servicios innovadores de salud que ofrecemos permitirán que todo segmento a ser analizado se comporte de manera similar.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

4.2 Bases y Descriptores para segmentar el mercado

4.2.1 Bases para segmentar el mercado

Dentro de las bases que usaremos para segmentar el mercado se encuentran:

- Macrosegmentación:
 - Ubicación geográfica
 - Tipo de cliente
 - Tamaño de cliente

- Microsegmentación:
 - Estrategias de compra

4.2.2 Descriptores de la segmentación

A continuación se listarán los descriptores para las bases de segmentación mencionadas en el punto anterior.

Bases de segmentación	Descriptores
Ubicación geográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Por regiones
Tipo de cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Si es Obra Social o Prepaga
Tamaño de cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de afiliados
Estrategias de compra	<ul style="list-style-type: none"> • Si tienen un perfil satisfactor u optimizador

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

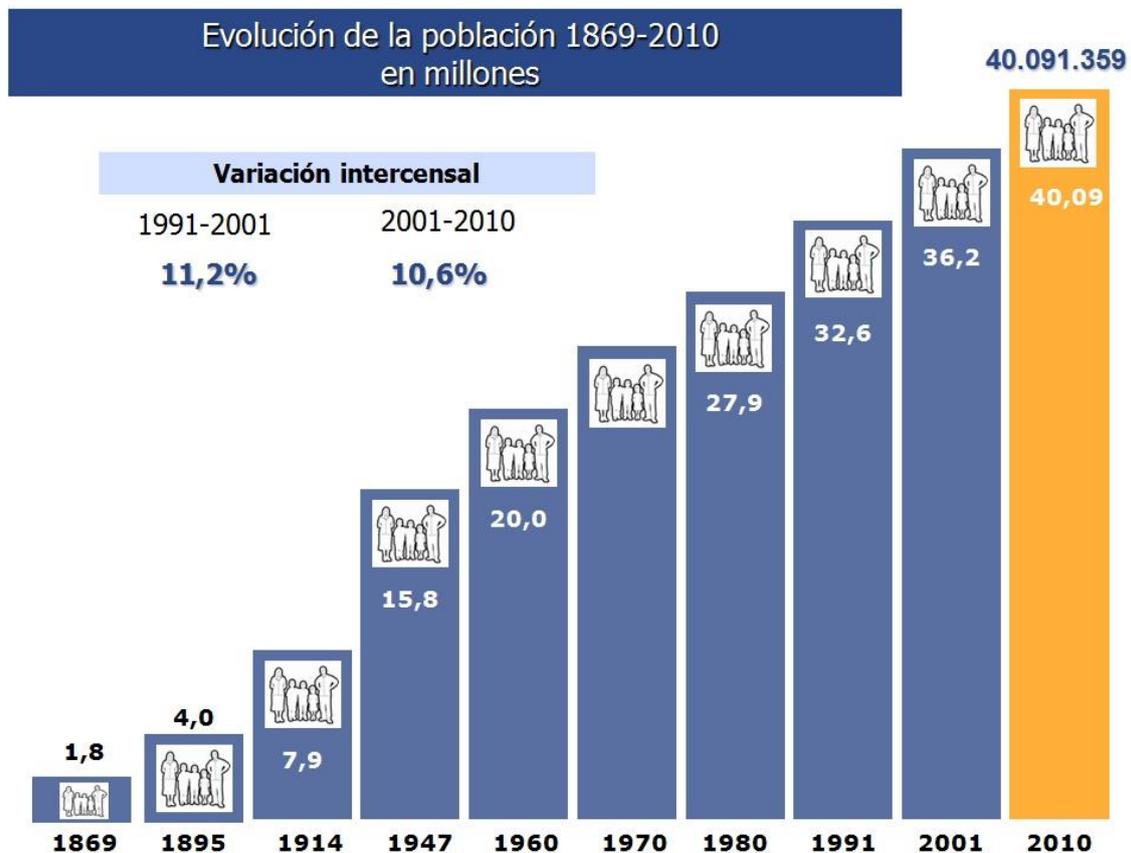
4.3 Perfiles y análisis de los segmentos

A continuación se pasará a analizar cada uno de los descriptores dando como resultado los diferentes segmentos.

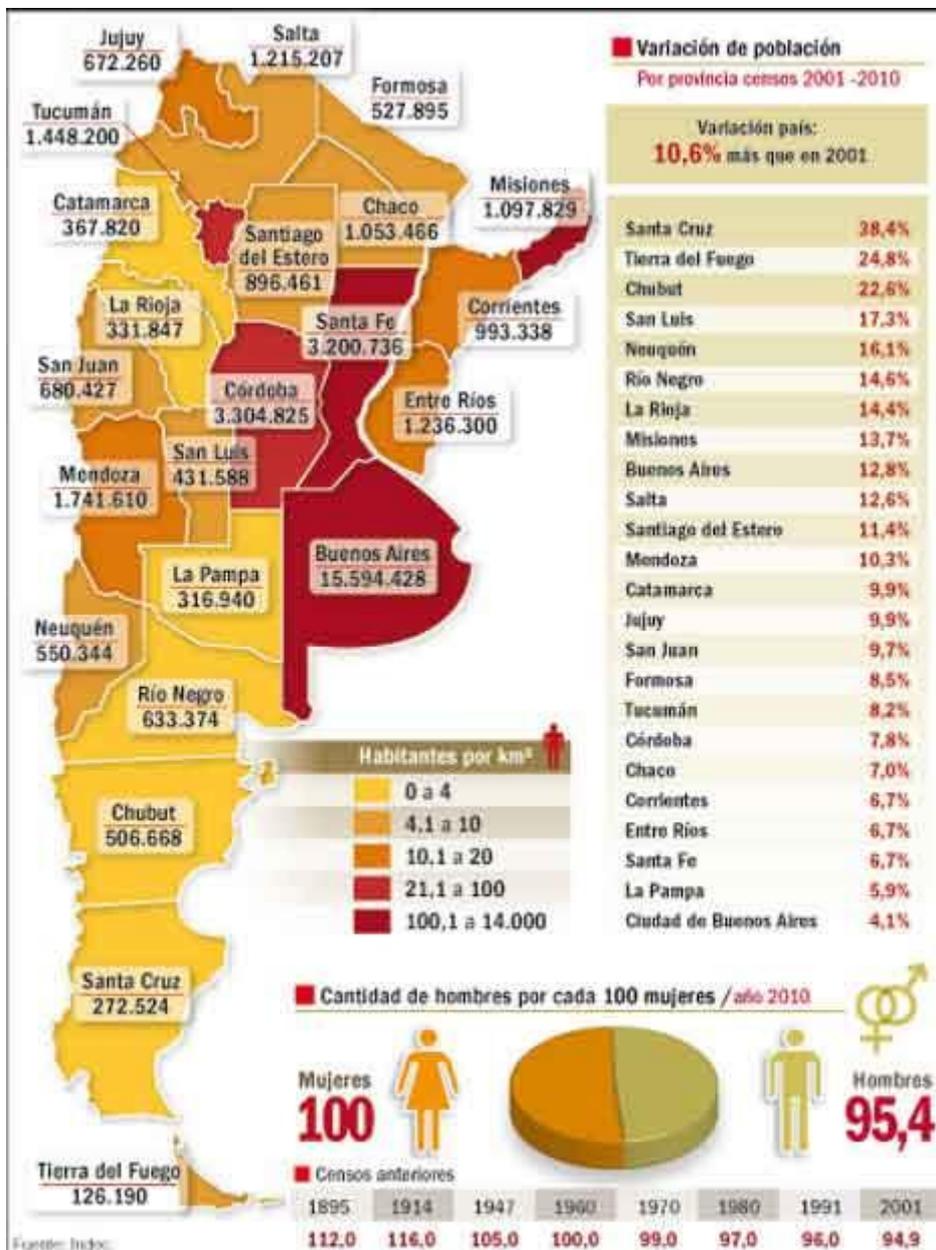
4.3.1 Base: Ubicación geográfica – Descriptor: Por regiones

Debido a que apuntamos a la prestación de servicios de salud, consideramos que segmentar el mercado por regiones, nos va a dar una mejor proyección de donde están concentrados la mayor cantidad de posibles pacientes (que también expresa donde nuestros posibles clientes, las prepagas y obras sociales, centraran sus esfuerzos).

A continuación se expone información acerca de los diferentes segmentos:



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		



A partir de la información expuesta, extraída de diferentes páginas basadas en el censo nacional del 2010 (**ver Bibliografía**), podemos concluir que la población en Argentina está en constante aumento, y que la mayor concentración de la población, el 46,11%, se encuentra en la provincia de Buenos Aires, luego le siguen Córdoba, Santa Fe y Mendoza. Por otro lado Tierra del Fuego, Santa Cruz y La Pampa poseen la menor cantidad de población.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Otra de las conclusiones a las que se llega, es que el promedio de crecimiento de la población es de 10,6%, siendo que Santa Cruz, Tierra del Fuego y Chubut, están muy por encima de esa cifra denotando un gran crecimiento en la población de esas zonas.

Al encontrarse la mayor concentración de habitantes en el Gran Buenos Aires, decidimos segmentar esta región en otras 3 sub-regiones, que sería Zona Norte, Zona Sur y Zona Oeste. A continuación se expone información referida a estas sub-regiones:

“...Zona Norte

(Vicente López, San Isidro, San Fernando, Tigre, General San Martín, San Miguel, José C. Paz, Malvinas Argentinas, Pilar), se ha caracterizado por sus barrios y urbanizaciones cerradas para sectores de la clase alta y así como importantes centros industriales, principalmente de las industrias del automóvil y farmacológica, si bien también incluye sectores de clase media, clase baja e incluso de villas de emergencia....” (fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Gran_Buenos_Aires)

“...Zona Oeste

(La Matanza, Merlo, Moreno, Morón, Gral. Rodríguez, Marcos Paz, Hurlingham, Ituzaingó, Tres de Febrero), es una zona muy industrial de urbanización más reciente, que recibe a gran parte de los migrantes internos y fronterizos. El extenso partido de La Matanza, con más de 1,7 millones de habitantes (C-2010), solo superado en población por cuatro provincias, tiene una gran importancia social, política y económica....” (fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Gran_Buenos_Aires)

“...Zona Sur

(Avellaneda, Quilmes, Berazategui, Florencio Varela, Lanús, Lomas de Zamora, Almirante Brown, Esteban Echeverría, Ezeiza, Presidente Perón y San Vicente) es el área industrial tradicional del país, donde se instalaron los frigoríficos desde fines del siglo XIX. Separada de la Ciudad de Buenos Aires y la zona Oeste por el Riachuelo, es la zona donde se hacen más evidentes las desigualdades sociales y urbanas del Gran Buenos Aires, con importantes zonas comerciales y residenciales y gran cantidad de barrios de nivel socio-económico bajo y asentamientos irregulares....” (fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Gran_Buenos_Aires)

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Zona Norte:

- Vicente López 269.420
- San Isidro 291.608
- Tigre 380.709
- General San Martín 422.830
- San Miguel 175.561
- José C. Paz 223.630
- Malvinas Argentinas 321.883
- Pilar 298.190

Total 2.383.831 de Habitantes

Zona Oeste:

- La Matanza 1.772.730
- Merlo 524.207
- Moreno 462.242
- Morón 319.934
- Gral. Rodríguez 87.500
- Marcos Paz 53.462
- Hurlingham 181.241
- Ituzaingó 142.835
- Tres de Febrero 343.774

Total 3.887.925 de Habitantes

Zona Sur:

- Avellaneda 340.985
- Quilmes 580.829
- Berazategui 320.224
- Florencio Varela 423.992
- Lanús 212.234
- Lomas de Zamora 613.192
- Almirante Brown 555.731
- Esteban Echeverría 300.959
- Ezeiza 163.722
- San Vicente 59.478

Total 3.571.336 de Habitantes

(Datos extraídos de <http://mantenersealmargen.blogspot.com.ar/2011/06/poblacion-argentina-2010.html>)

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

4.3.2 Base: Tipo de cliente – Descriptor: Si es Obra Social o Prepaga

En Argentina existen dos tipos básicos de proveedores de servicios de salud, los cuales son las Obras Sociales (públicas) y las Prepagas (Privadas) que engloban a casi la totalidad de las personas del país.

En el **anexo 1.2.3 Listado de Obras Sociales y Prepagas en Argentina** se encuentra el listado completo de todas las Obras Sociales y Prepagas en nuestro país.

A partir del Decreto 1615/96 (**ver anexo 1.2.4 Decreto 1615/96**) el trabajador con relación de dependencia -público o privado- se halla comprendido en alguna obra social. Un empleado luego puede optar por afiliarse a una Prepaga, y derivar aportes desde la Obra Social a la cual está comprendido, siempre y cuando tenga convenio con la prepaga.

Otro dato a resaltar, es la existencia del Programa Médico Obligatorio (PMO), que es una canasta básica de prestaciones a través de la cual los beneficiarios tienen derecho a recibir prestaciones médico asistencial. La obra social debe brindar las prestaciones del Programa Médico Obligatorio (PMO) y otras coberturas obligatorias, sin carencias, preexistencias o exámenes de admisión.

A través la información expuesta podemos concluir que existen 2 segmentos a la hora de hablar de tipo de cliente, los cuales son, el segmento de Obras Sociales y el segmento de Prepagas.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

4.3.3 Base: Tamaño del cliente – Descriptor: Cantidad de afiliados

Para realizar el análisis del Tamaño del Cliente, nos vamos a enfocar en la cantidad de afiliados que poseen. Como mencionamos en el análisis anterior, a partir del Decreto 1615/96 (**ver anexo 1.2.4 Decreto 1615/96**) el trabajador con relación de dependencia -público o privado- se halla comprendido en alguna obra social, a medida que la población aumente y la tasa de empleo crezca, el número de afiliados va a ir aumentando.



Cantidad de obras sociales y beneficiarios según naturaleza institucional. Total del país. Año 2010

Naturaleza de la obra social	2010			
	Obras sociales	Beneficiarios		
		Total	Titulares	Familiares
Total ⁽¹⁾	292	18.685.052	12.125.492	6.588.544
Sindicales	207	12.280.785	6.825.817	5.454.968
Personal de dirección	27	1.000.902	624.940	375.962
Administración mixta	3	4.133.283	3.895.910	237.373
Resto	55	1.270.082	778.825	520.241

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

“...La cantidad de afiliados a prepagas asciende a 3,5 M. OSDE, que suma la calidad de prepaga y obra social, es uno de los principales actores seguido por Swiss Medical y Galeno. De las principales operadoras, tres extendieron sus negocios al sector de seguros y medios de comunicación entre otros

La cantidad de afiliados a las empresas de medicina prepaga asciende a 3,5 millones de personas, según un estudio privado, aunque en el Ministerio de Salud estiman que "ronda los dos millones". En tanto, sobre una veintena de empresas que absorben 93% del mercado, sólo tres concentran 60% de las afiliaciones, indican los informes.

No hay información oficial respecto del funcionamiento de estas compañías ya que no dependen ni del propio Ministerio ni de la Superintendencia de Seguros de Salud...”

“...La lista de grandes actores es encabezada por OSDE, con poco más de un millón de afiliados entre la obra social y la prepaga, Swiss Medical con 544.000 y Galeno, con 542.000, de acuerdo a datos que forman parte de un estudio integral sobre servicios de salud de la consultora Key Market...” (Nota Completa ver anexo 1.2.5 Informe sobre Obras Sociales y Prepagas – iprofesional.com)

De la información expuesta podemos concluir que la tasa de desempleo esta en decrecimiento, lo que implica que mayor cantidad de personas posee empleo en relación de dependencia y por consiguiente está asociado a una Obra Social por decreto. En otras palabras el tamaño de nuestros potenciales clientes se encuentra en constante aumento.

Por otro lado existen más de 290 proveedores de servicios de salud que poseen en total una cantidad próxima a las 20.000.000 de personas. Por lo cual existen muchos segmentos diferentes a partir de esta Base de segmentación, razón por la cual los agruparemos en tres segmentos básicos: el Segmento de las Grandes Prepagas, el segmento del Resto de las Prepagas, y el segmento de las Obras Sociales.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

4.3.4 Base: Estrategia de compra – Descriptor: Si es Satisfactor u Optimizador

Para este análisis cabe resaltar que hay dos grandes grupos o segmentos que son:

- El Satisfactor: este establece contacto con proveedores conocidos y hace el pedido al primero que satisfaga los requerimientos.
- El Optimizador: este considera numerosos proveedores, solicita cotizaciones y estudia cuidadosamente todas las propuestas antes de tomar una decisión.

Nuevamente, como en los análisis anteriores, podemos agrupar dos grandes segmentos, por un lado las Obras Sociales dentro del segmento Satisfactor, y por el otro las Prepagas dentro del segmento Optimizador.

- Las Obras Sociales no buscan obtener una rentabilidad sino satisfacer las necesidades básicas, razón por la cual no presta mayor interés ni a la Calidad, ni a la Confiabilidad, ni a la Satisfacción de sus clientes.
- Las Prepagas, a diferencia de las Obras Sociales, si busca la mayor rentabilidad posible para obtener mayores ganancias, para lo cual busca continuamente aumentar el número de afiliados. Por esta razón es que las Prepagas ponen mucho énfasis en el nivel de Satisfacción de sus clientes, la Calidad de los servicios que ofrece, y la Confiabilidad.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

4.4 Selección Mercado Meta

La estrategia de mercado meta que adoptaremos es la de “Mercado Meta Concentrado”, a través de la cual seleccionaremos un nicho de mercado (un segmento del mercado) para concentrar los esfuerzos de ventas. Esto nos permitirá concentrarnos en las necesidades específicas de los miembros de este segmento.

Una vez definida la estrategia y hecho el análisis descrito en el punto anterior, pasaremos a especificar nuestro mercado meta, exponiendo los resultados obtenidos del análisis de cada una de las bases y descriptores:

- En lo referente a segmentación por región podemos mencionar lo siguiente :

“...El sector privado de la salud local enlaza tres subsistemas. El mayor de ellos es el de las obras sociales sindicales nacionales y provinciales, con 14.513.956 y 6.291.186 afiliados, respectivamente, entre las cuales manejaron durante 2009 la cifra de \$29.072 millones. Por otra parte el PAMI, siempre con los datos de 2009, atendió a 4.065.000 beneficiarios, jubilados y pensionados y movió \$9.181 millones.

En tanto, el subsistema privado propiamente dicho (donde se admiten los "fines de lucro" a diferencia de los dos subsistemas anteriores), ofrecido por empresas de medicina prepaga o sanatorios, clínicas u hospitales de comunidades de modo directo, cubre a 4.600.000 personas de poder adquisitivo medio o alto que gastaron en 2009 \$12.807 millones.

Los datos corresponden al informe 2010 de la consultora de mercado Key Market sobre el gasto de salud en la Argentina. Allí se detalla que alrededor del 65% se encuentra en la Capital Federal, Gran Buenos Aires y las principales ciudades del país: Rosario, Santa Fe, Córdoba y Mendoza...” (Nota completa en Anexo 1.2.2.1 Noticia Clarín: Salud Privada)

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Sistema privado de salud

Acceso al sistema privado de salud

12%

De la población de poder adquisitivo medio a alto no cubierta por obra social o que decide rediseñar este aporte a una cobertura privada



Beneficiarios privados

4.620.000

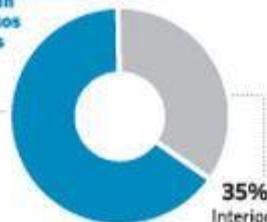
DATOS 2009

FUENTE KEY MARKET

Concentración en la cartera de clientes de prepagas y mutuales

65%

Capital Federal y Gran Buenos Aires



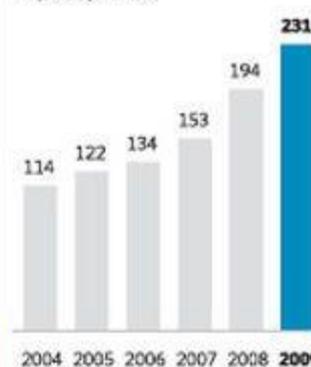
Gasto del sistema privado de seguros de salud

12.807

en millones de \$ corrientes

Prima media del mercado*

En pesos por mes



* VALOR PROMEDIO DE LA C.U.J.S.A.

Como conclusión se va a segmentar primero en 5 grandes categorías: Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Córdoba y Mendoza, ya que la mayoría del gasto público se encuentra en esas provincias.

Teniendo estas 5 grandes categorías, y al tener que seleccionar alguno de ellos en particular para concentrar una estrategia, se va a tomar como segmento perteneciente al mercado meta el segmento de Buenos Aires, que concentra la mayoría del gasto en salud, y dentro de este segmento apuntaríamos a la región de Zona Sur, que a pesar de contar con una cantidad menor de habitantes que la Zona Oeste, existe una mayor diferenciación social lo que permite tener una mayor cartera de potenciales clientes, debido a las diferentes afiliaciones de los pacientes (aquellos de mayor poder adquisitivo optarán por afiliarse a una Prepaga, mientras que aquellos de menor poder adquisitivo optarán por afiliarse a una Obra Social).

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

- En una segunda base para la segmentación habíamos mencionado el tipo de cliente, que agruparía dos grandes categorías o segmentos:
 - Obras Sociales (sin fines de lucro)
 - Medicina Prepaga (con fines de lucro)

En lo referente a este tema podemos mencionar el siguiente extracto de un informe sobre el gasto en salud en la Argentina:

“...Las obras sociales provinciales atienden a 6.291.186 afiliados y la medicina prepaga cuenta 4.620.000 y es la única que se maneja por criterios de rentabilidad empresarial...” (Nota completa en Anexo 1.2.2.2 Informe sobre el Gasto en Salud en la Argentina)

Como conclusión podemos decir que si bien las Obras Sociales acaparan a un mayor número de afiliados, este segmento de clientes es sin fines de lucro por lo cual su interés por la provisión de nuestros tipos de servicios no será mucho.

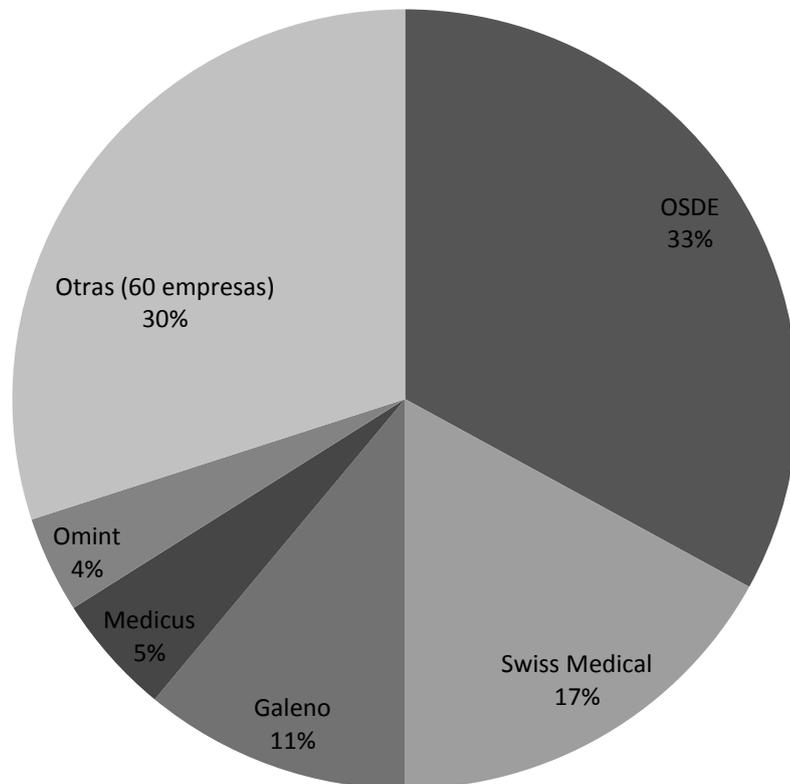
Por otra parte la Medicina Prepaga que a pesar de tener un número menor de afiliados pero que sigue siendo importante, si persigue fines de lucro, por lo cual va a buscar complacer a sus afiliados de manera de aumentar su número, razón por la cual sus intereses en proveer servicios como los que ofrece **HomeClinic** son muchos mayores.

A la hora de optar por uno de estos segmentos, nos centraríamos en el grupo de Medicina Prepaga, por las condiciones descritas en el párrafo anterior.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

- Al hablar del tamaño del cliente, estamos hablando de la cantidad de afiliados que posee. Con respecto a esto podemos mencionar el siguiente extracto de un informe:

“...actualmente, sólo cinco empresas (OSDE, Swiss Medical, Galeno, Omint y Medicus, en orden de importancia) acumulan más de 3,1 millones de los clientes, lo que representa más de un 70% del total...” (Nota completa en Anexo 1.2.2.3 Informe Concentración Medicina Prepaga)



Como Conclusión podemos decir que nuestro mercado meta va a estar conformado por estas 5 prepagas que conforman el 70% del mercado.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

- La última Base de segmentación elegida para el análisis es la de la Estrategia de Compra de los Clientes.

A partir de la información expuesta a la hora de analizar esta base de segmentación sacamos como conclusión que vamos a optar para nuestro mercado meta por el segmento Optimizador, ya que van a tener mayor interés en los servicios que **HomeClinic** prestará.

Una vez realizado el presente análisis y llegado a las conclusiones mencionadas en esta sección pasamos a definir nuestro Mercado Meta:

Nos enfocaremos en el segmento comprendido por las 5 Prepagas que controlan el 70% del mercado (OSDE, Swiss Medical, Galeno, Medicus y Omint) ubicado en la provincia de Buenos Aires, más específicamente en Zona Sur.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche	

5. Plan de Acción

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.1 Posicionamiento del negocio en la Matriz Atractivo de la Industria / Fortaleza del Negocio



En esta matriz se exponen las diferentes estrategias a seguir dependiendo del atractivo del mercado y las fortalezas del negocio.

En base a esta matriz y a los resultados de nuestros análisis expuestos en el punto 2 y punto 3 del presente proyecto definiremos la estrategia que adoptaremos.

HomClinic adoptará una estrategia del tipo “**Ganar Selectivamente**”, ya que el atractivo de la industria y nuestras fortalezas se encuentran en un nivel medio. El plan consiste en invertir en segmentos de buena rentabilidad y bajo precio.

Se prevé que en un futuro se cambiará de estrategia por una del tipo “**Crecer Selectivamente**”, para invertir en segmentos atractivos, neutralizar a la competencia y aumentar la rentabilidad vía la productividad, esto será posible gracias a la mejor posición competitiva que iremos consiguiendo con el correr del tiempo.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.2 Definición de programas generales de acción

Uno de los requisitos clave para la formulación efectiva de una estrategia de negocios es la coherencia entre los programas de acción y los resultados de los análisis previos.

En primer lugar definiremos los planes generales de acción, los cuales a pesar de ser pocos (en nuestro caso definiremos 4) serán lo suficientemente motivadores como para lograr que la organización alcance un nivel más elevado de desempeño. A continuación se listan los programas generales de acción:

- Plan de Prestación de Servicios
- Plan de Marketing
- Plan Administrativo
- Plan Tecnológico

Ahora pasaremos a detallar cada uno de los planes generales de acción antes mencionados.

5.2.1 Plan de Prestación de Servicios

PRESTACIÓN DE SERVICIOS	
Descripción	Desarrollo de procesos y metodologías que permitan aplicar los más altos estándares a la logística de la prestación de nuestros servicios en el domicilio de nuestros pacientes.
Responsable	Jefe de Servicio de Salud
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/16
Indicadores Claves	Cantidad de Estudios Médicos realizados en tiempo y forma. Cantidad de Análisis Clínicos realizados en tiempo y forma. Cantidad de Resultados generados y entregados en tiempo y forma. Cantidad de Pacientes satisfechos.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.2.2 Plan de Marketing

MARKETING	
Descripción	Brindar una prestación de Servicios eficiente, segura y de calidad. Llevar a cabo estrategias de Precio y Promoción. Desarrollar procesos y estrategias de distribución para nuestros servicios
Responsable	Gerente General
Fecha de Inicio	02/04/15
Fecha de Finalización	01/04/16
Indicadores Claves	Cantidad de avisos y propagandas en la Web. Tamaño de las campañas publicitarias. Cantidad de personas que conocen los servicios que ofrece HomeClinic. Cantidad de pacientes conformes con los servicios recibidos Cantidad de clientes satisfechos en términos de precios Cantidad de Promociones ofrecidas a nuestros clientes y pacientes

5.2.3 Plan de Administración

ADMINISTRACIÓN	
Descripción	Desarrollo de procesos y metodologías que permitan el mejor rendimiento, eficiencia y eficacia de los aspectos contables y de Recursos Humanos. A su vez también se desarrollaran los procesos inherentes a las compras y facturación.
Responsable	Gerente General
Fecha de Inicio	03/08/13
Fecha de Finalización	01/04/16
Indicadores Claves	Presentismo. Cumplimiento de Objetivos. Cantidad de falencias en los diferentes procesos. Contrataciones. Despidos.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.2.4 Plan de Tecnología

TECNOLOGÍA	
Descripción	<p>Este plan de acción engloba todas las tareas del desarrollo de nuestro sitio Web, que comprenden: El análisis, el diseño, el desarrollo, la implementación y la mantención.</p> <p>Por otro lado también abarca la selección y elaboración de soluciones en aspectos de seguridad, software y hardware para los diferentes procesos del negocio.</p>
Responsable	Ingeniero en Sistemas
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/15
Indicadores Claves	<p>Nivel de avance en el desarrollo del sitio Web.</p> <p>Cantidad de adquisiciones de Hardware.</p> <p>Cantidad de medidas de seguridad implementadas.</p> <p>Tasa de falla de las soluciones tecnológicas.</p> <p>Tasa de falla en los Hardwares.</p>

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.3 Definición de programas específicos de acción

A continuación se enuncian los diferentes programas específicos de acción, que apoyan a los programas generales de acción:

- Plan de Prestación de Servicio
 - Implementación de Normas de calidad y estándares para la logística

- Plan de Marketing
 - Servicio
 - Precio
 - Promoción
 - Distribución

- Plan de Administración
 - Recursos Humanos
 - Administración circuitos contables
 - Gestión Contable

- Plan de Tecnología
 - Desarrollo del Sitio Web
 - Implementación de normas de seguridad

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.3.1 Programas específicos de Prestación de Servicio

Implementación de Normas de calidad y estándares para la logística	
Descripción	Llevar a cabo Normas y procesos que permitan alcanzar los estándares de calidad impuestos por las normas ISO. Lograr cumplir con los tiempos y formas impuestas por los pacientes.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar estándares para la forma de la prestación de los servicios en tiempo y forma. • Control de las hojas de ruta • Llevar a cabo controles sobre los tiempos de los estudios y análisis
Responsable	Gerente General
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Choferes
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/15

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.3.2 Programas específicos de Marketing

Servicio	
Descripción	Llevar a cabo procesos y tareas que aseguren la calidad de nuestros servicios para así poder satisfacer de la mejor manera las necesidades de nuestros pacientes y clientes.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar controles de seguridad para el manejo de muestras. • Establecer normas y controles de higiene. • Establecer procesos para controlar el funcionamiento de los equipos. • Realización de Estudios Médicos y Análisis Clínicos
Responsable	Jefe de Servicio de Salud (Bioquímico)
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de Servicio de Salud (Bioquímico) • Técnico en Imágenes • Técnico de Laboratorio • Médico Clínico
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/15

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Precio	
Descripción	Realizar tareas relacionadas a la investigación del mercado a fin de recabar la suficiente información para adoptar buenas estrategias de precios.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Estimar Demanda • Estimar Costos • Estimar Utilidades • Llevar a cabo una estrategia precios • Implementar fijaciones de precios
Responsable	Gerente General
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Terciarizado
Fecha de Inicio	02/04/14
Fecha de Finalización	31/07/14

Promoción	
Descripción	Analizar, planear y llevar a cabo estrategias de mezcla de promoción teniendo en cuenta el concepto AIDA.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad (1) • Relaciones Públicas (2) • Ventas Personales (3)
Responsable	Gerente General
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General (2) • Personal Administrativo (3) • Terciarizado (1)
Fecha de Inicio	04/08/14
Fecha de Finalización	01/04/15

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Distribución	
Descripción	Asegurar que las Unidades Móviles estén correctamente equipadas y aprovisionadas para poder operar correctamente. Llevar a cabo comunicaciones regulares y periódicas con nuestros proveedores de insumos y repuestos para las maquinas.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar controles en las unidades móviles • Llevar a cabo tareas de aprovisionamiento • Planear chequeos rutinarios de los equipos
Responsable	Gerente General
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Choferes • Jefe de Servicio de Salud (Bioquímico) • Técnico en Imágenes • Técnico de Laboratorio • Médico Clínico • Terciarizado (Limpieza, Técnicos y mecánicos)
Fecha de Inicio	04/08/14
Fecha de Finalización	01/04/15

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.3.3 Programas específicos de Administración

Recursos Humanos	
Descripción	Llevar a cabo todas las tareas vinculadas a la administración de recursos humanos, desde las vinculaciones de nuevos recursos hasta las desvinculaciones de los mismos.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla búsquedas de RRHH • Realizar entrevistas • Llevar a cabo la selección del personal • Realizar seguimiento de rendimiento de nuestros empleados • Tramitar las desvinculaciones de los recursos de nuestra empresa
Responsable	Gerente General
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General • Terciarizado
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/15

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Administración circuitos contables	
Descripción	Llevar a cabo todos los procesos relacionados a los circuitos contables de la organización
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión Cobros (1) • Gestión Ventas (2) • Gestión Pagos (3) • Gestión Compras (4)
Responsable	Gerente General
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General (2 y 4) • Tesorero (1 y 3)
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/15

Gestión contable	
Descripción	Llevar a cabo las tareas y proceso vinculados a la gestión contable de la organización
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Libro Diario (1) • Bancos (2) • Balance General (3) • Impuestos (4) • Sueldos (5)
Responsable	Gerente General
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Contador General
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/15

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

5.3.4 Programas específicos de Tecnología

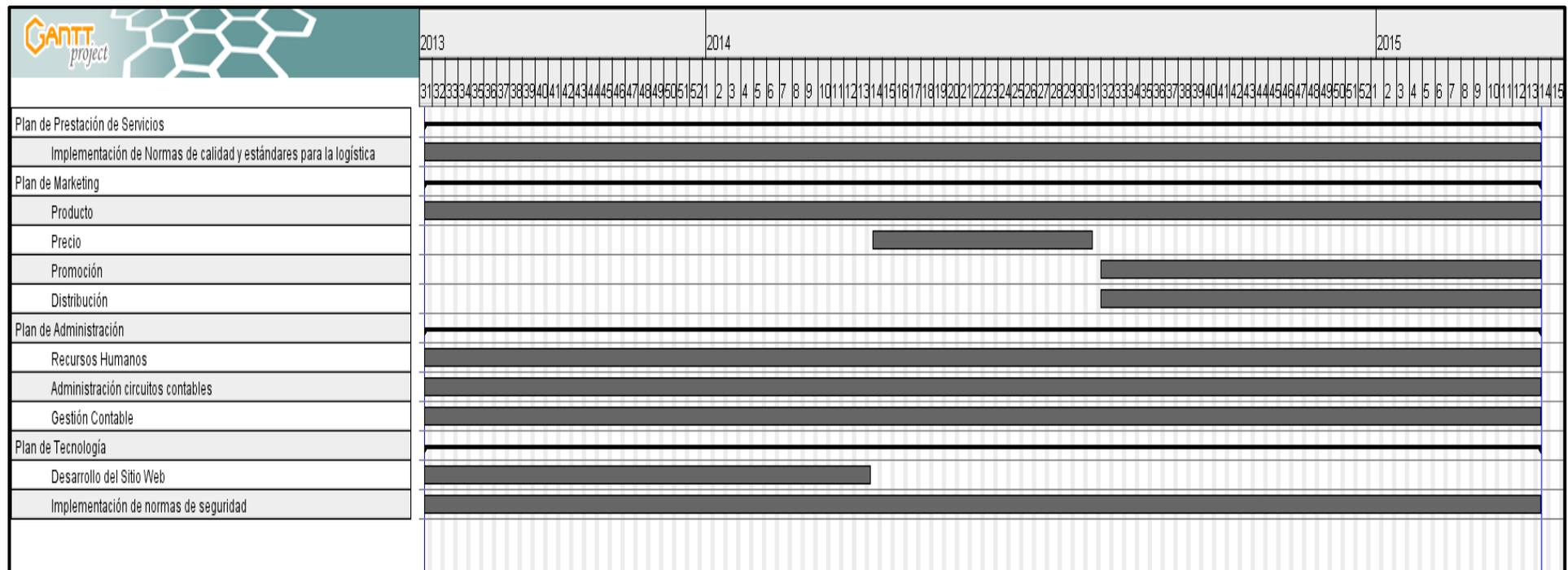
Desarrollo del Sitio Web	
Descripción	Dentro de este programa se incluyen todas las tareas relacionadas al desarrollo de la solución tecnológica.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis • Diseño • Programación • Pruebas • Documentación • Implementación • Mantenimiento
Responsable	Ingeniero en Sistemas
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en Sistemas • Analista Funcional • Programadores • Personal de QA • Personal de Seguridad Informática
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/14

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Implementación de normas de seguridad	
Descripción	Desarrollar las políticas de seguridad a implementar a nivel de software, hardware, redes, e infraestructura.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de requerimientos de Seguridad • Desarrollar políticas de seguridad de Software • Desarrollar políticas de seguridad de Hardware • Desarrollar políticas de seguridad de Redes • Desarrollar políticas de seguridad de Infraestructura • Control de las políticas de seguridad
Responsable	Ingeniero en Sistemas
Equipo de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en Sistemas • Analista Funcional • Programadores • Personal de QA • Personal de Seguridad Informática
Fecha de Inicio	01/08/13
Fecha de Finalización	01/04/15

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

5.4 Diagrama de Gantt



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche	

6. Plan de Marketing

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.1 Objetivos y Estrategia

HomeClinic provee servicios de salud a sus cliente, Prepagas, para satisfacer las necesidades de los pacientes afiliados a los mismos. Por esta razón es que centraremos nuestra estrategia de marketing, en un marketing de relaciones con constantes interacciones con los pacientes.

Cabe destacar que se seguirá un marketing de relaciones de nivel 3, a través del cual mediante nexos financieros y sociales, y vínculos estructurales, ofreceremos un servicio con valor agregado que nos diferenciara enormemente de nuestra competencia.

Esto último logrará que más pacientes quieran consumir nuestros servicios, debido al grado de personalización de los mismos, lo cual a su vez obligará a potenciales clientes contratarnos para poder satisfacer las necesidades de sus afiliados.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.2 Metas de Posicionamientos y resultados esperados

Al hablar de metas de posicionamiento y resultados esperados podemos detallar lo siguiente:

- Se espera que toda Zona Sur conozca la empresa y los servicios que provee.
- Se espera concientizar a los potenciales pacientes de los beneficios de consumir nuestros servicios.
- Se espera despertar el interés y deseo de que los pacientes opten por consumir nuestros servicios antes que de los de la competencia, clínicas privadas o laboratorios.
- Llevar a cabo importantes campañas de publicidad.
- Establecer buenas estrategias de promoción.
- Llevar a cabo estrategias de precio y fijación de precios acordes al mercado y la competencia.
- Implementar un canal de distribución eficiente, eficaz y de gran calidad.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.3 Servicio. Estrategia de Servicio

En esta sección se detallará todos los aspectos relacionados con las características de nuestros servicios y la estrategia a seguir en torno a los servicios.

6.3.1 Descripción del Servicio

HomeClinic provee servicios de salud, más específicamente, ofrece servicios de realización de Estudios Médicos y Análisis Clínicos a Domicilio. El listado completo de los servicios que se proveen o brindan se encuentran en el Anexo (**ver 1.2.1 Listado completo de análisis clínicos y estudios médicos**)

Los servicios que provee HomeClinic son del tipo durable y no estacional, ya que los mismo involucran servicios rutinarios y necesarios en materia de salud por toda la población, y por ende son consumidos periódicamente y no en forma aislada en un período de tiempo particular.

HomeClinic por el momento, no provee ningún otro tipo de servicio. Tampoco provee servicios de traslados o consultas a domicilio. Por otro lado tampoco ofrece ningún tipo de bien de consumo al cliente o paciente.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.3.2 Características del servicio que influyen en su compra

En esta sección enumeraremos aquellas características que poseen nuestros servicios que hace que los consumidores los prefieran antes que los de la competencia.

- **Comodidad:** Los servicios serán brindados en los hogares de los pacientes, evitando así traslados innecesarios y molestos a las instituciones médicas para consumir servicios similares. Esta característica es una de las más influyentes a la hora de optar por nuestro servicio en vez del de la competencia.
- **Confiabilidad:** Los servicios se ofrecen de manera segura, precisa y uniforme por profesionales altamente capacitados.
- **Sensibilidad:** Los servicios se realizan a domicilio teniendo en cuenta las comodidades del paciente como aspecto fundamental, razón por la cual este otro aspecto también es de suma importancia, ya que se relaciona con la puntualidad del servicio prestado. Si no somos puntuales entonces los pacientes no van a estar conformes y dejarán de consumir nuestros servicios.
- **Seguridad y Empatía:** Estos aspectos también influyen en gran medida a la calidad de nuestro servicio y por ende al consumo del mismo, razón por la cual nuestros profesionales se encuentran altamente capacitados y estarán siempre a disposición de los pacientes ante cualquier inconveniente o duda.
- **Tangibilidad:** Por último podemos mencionar la tangibilidad de nuestros servicios, al mencionar que las unidades móviles contarán con equipos de última generación.

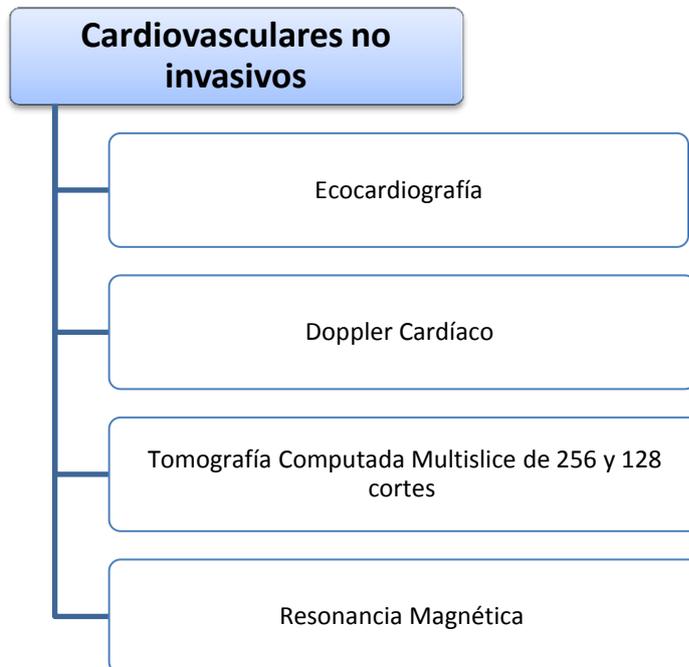
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.3.3 Estrategia de Servicio

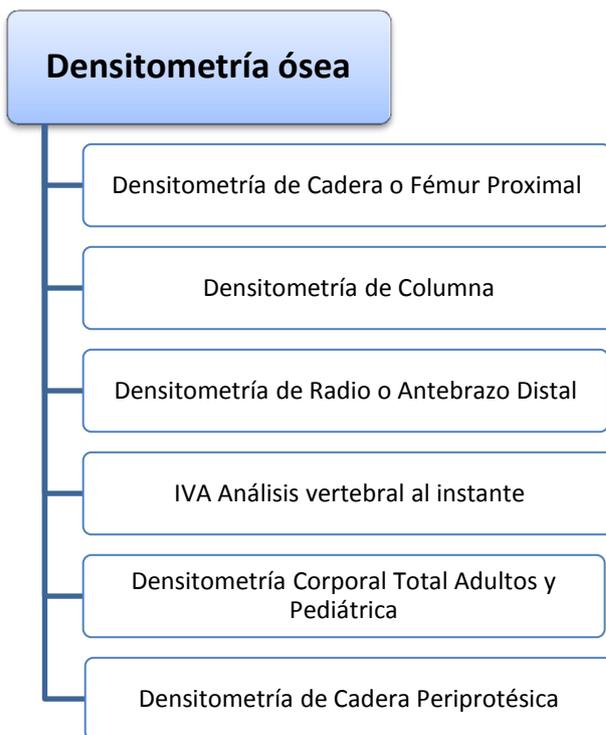
Antes de comenzar a describir la estrategia que se adoptará cabe mencionar que a pesar que nuestros clientes directos son las Prepagas (serán las que nos pagaran los servicios prestados), nuestros servicios están destinados a satisfacer las necesidades de los pacientes, en otras palabras a los clientes de nuestros clientes.

Hecha la observación previa pasaremos a detallar la estrategia que se adoptará. Ya que nuestros servicios apuntan a la realización de estudios médicos y análisis clínicos, ofreceremos varias líneas de servicios con varios servicios unitarios cada una de ellas. Decidimos por otro lado categorizar las diferentes líneas de servicios en dos grandes grupos: Estudios Médicos y Análisis Clínicos. A continuación detallaremos por categoría las líneas de servicios y sus servicios unitarios:

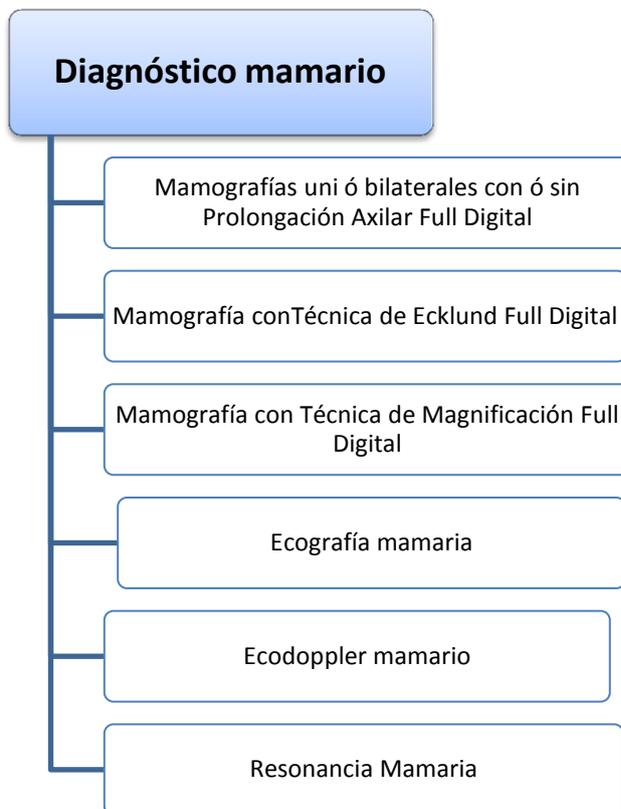
Estudios Médicos



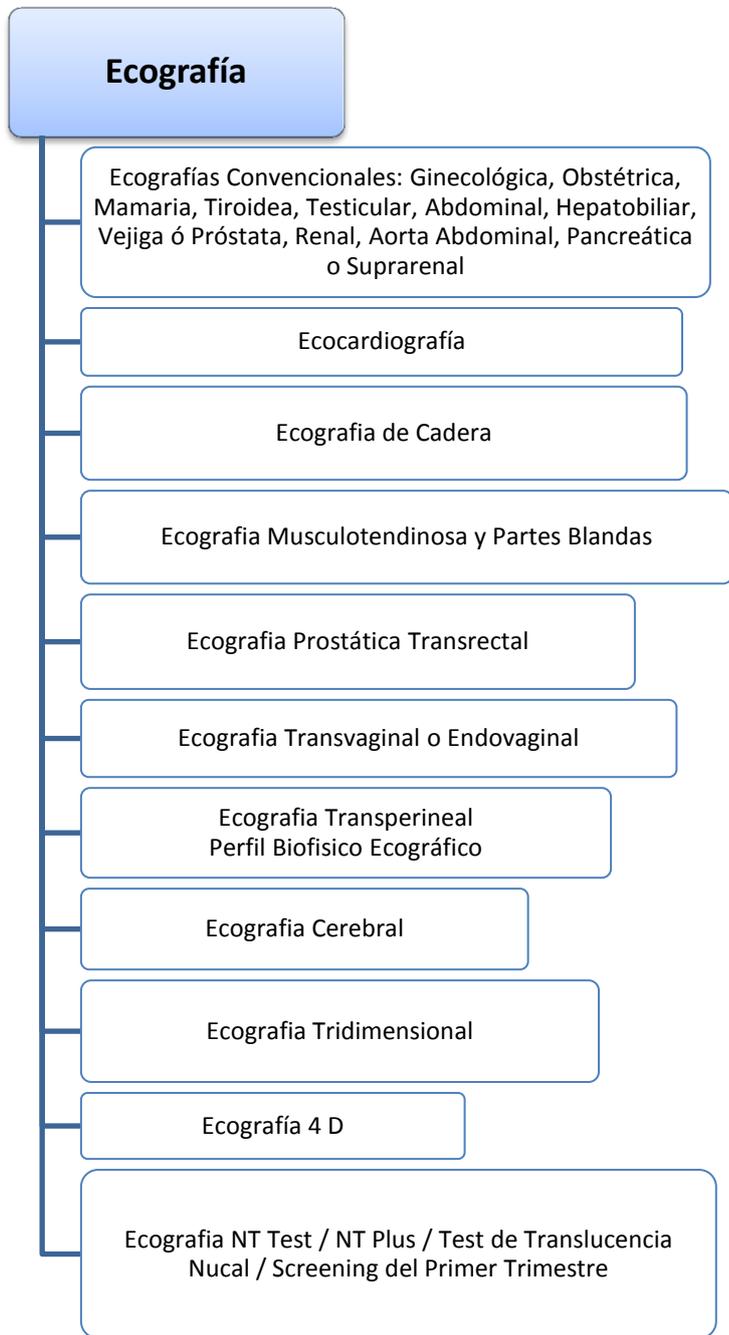
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



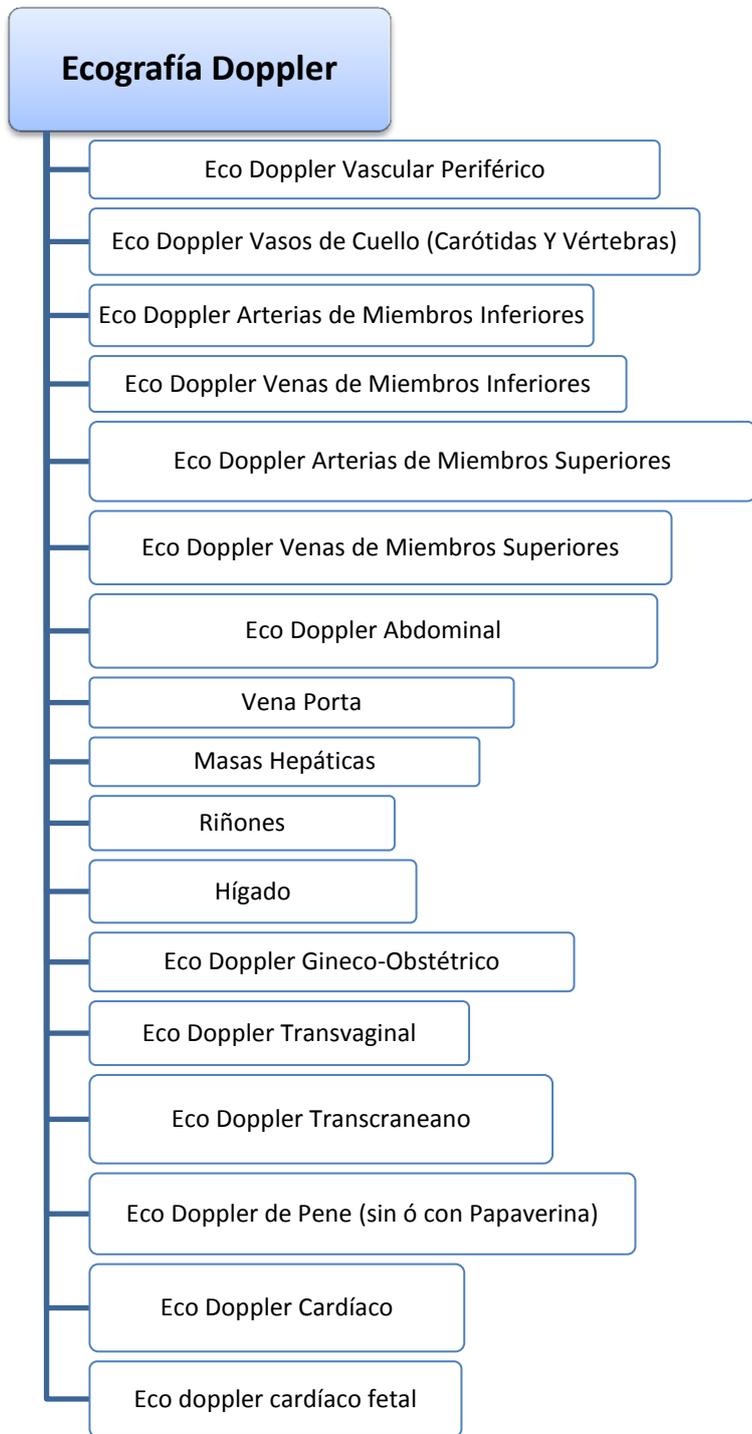
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



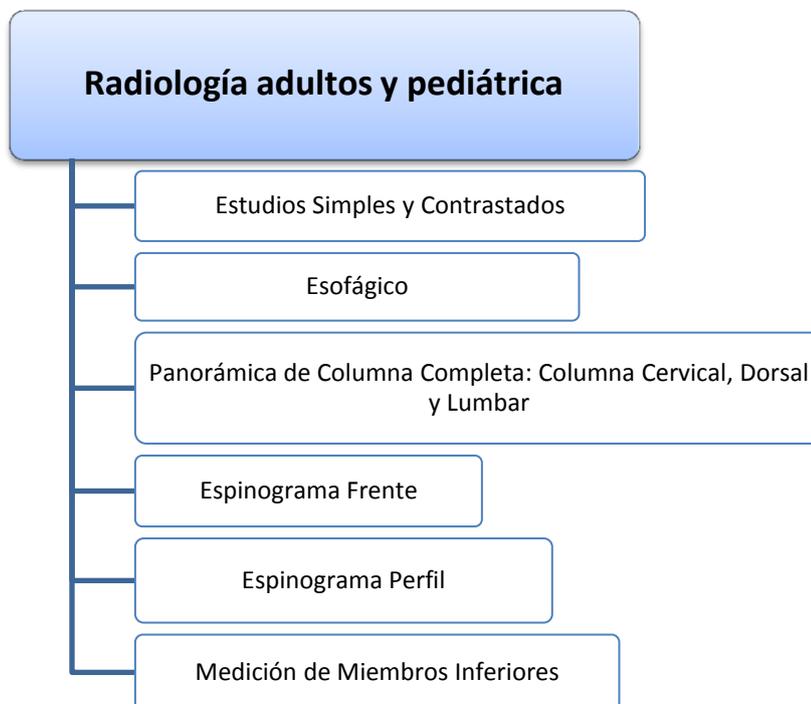
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



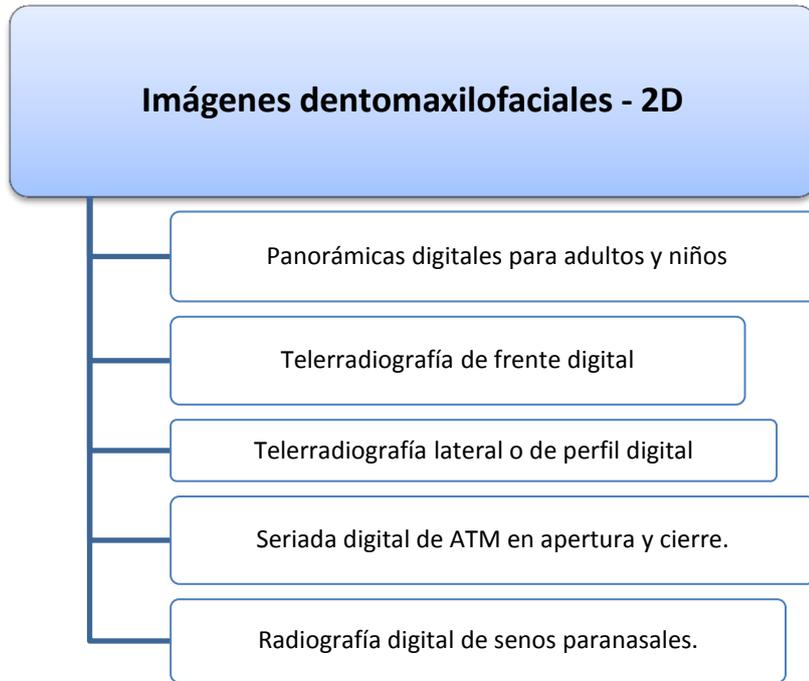
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



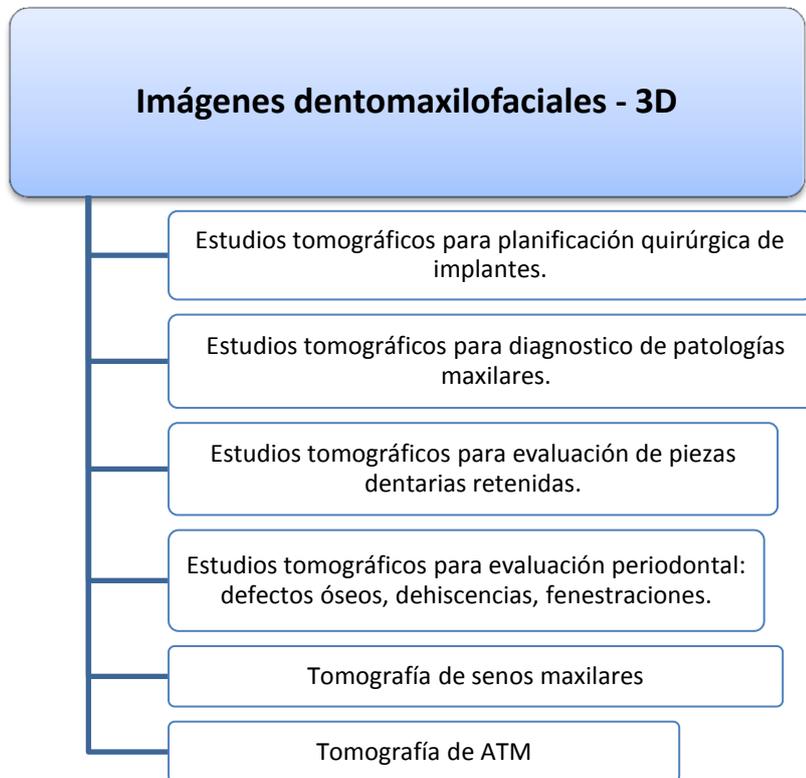
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



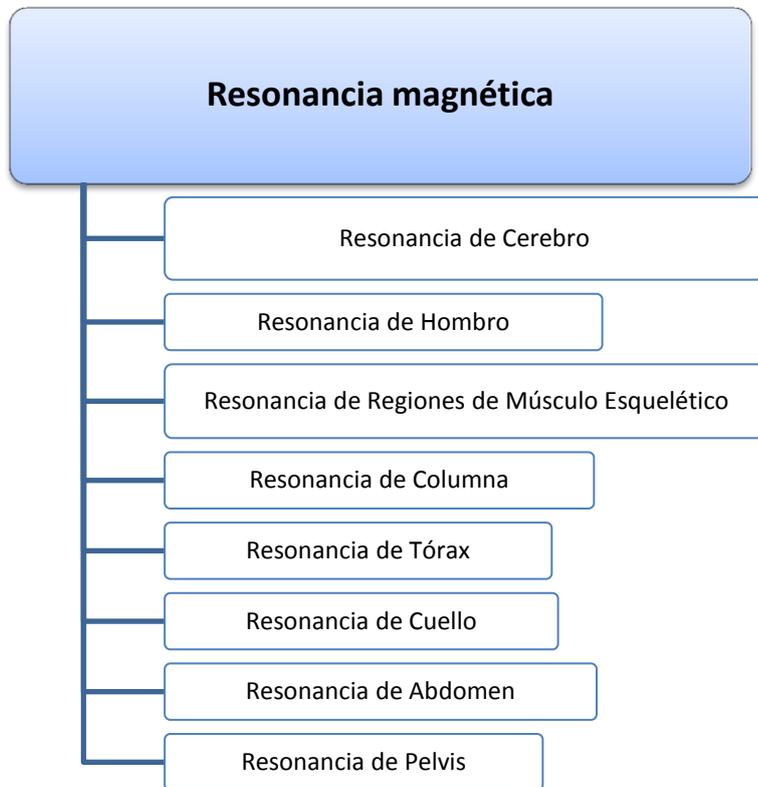
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



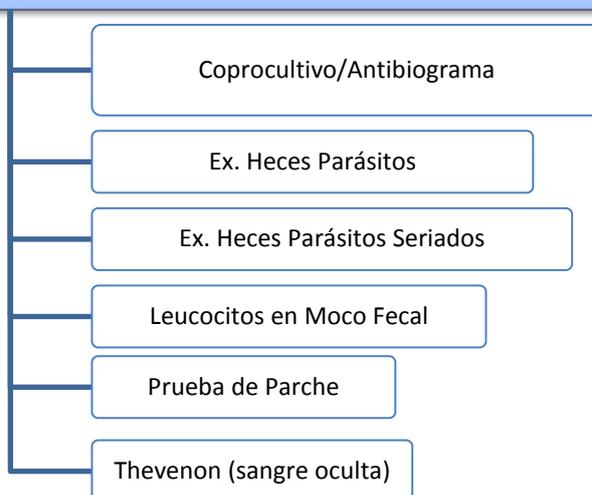
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

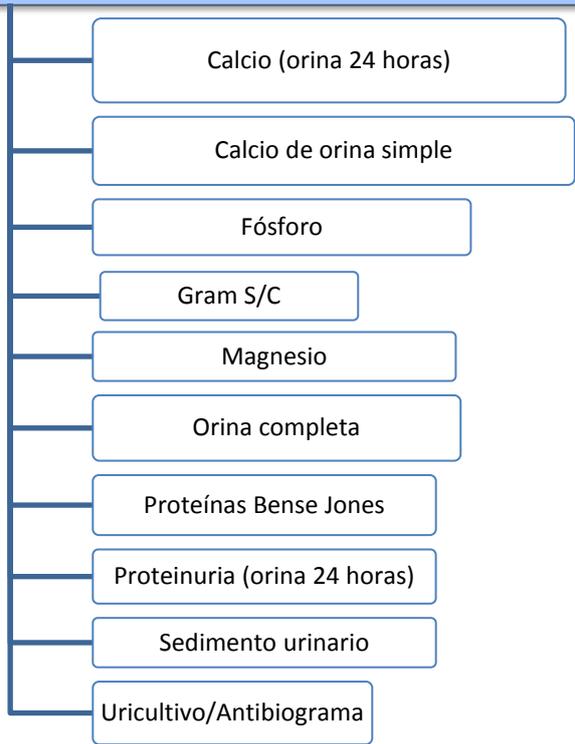
Análisis Clínicos

Microbiología y parasitología - Heces

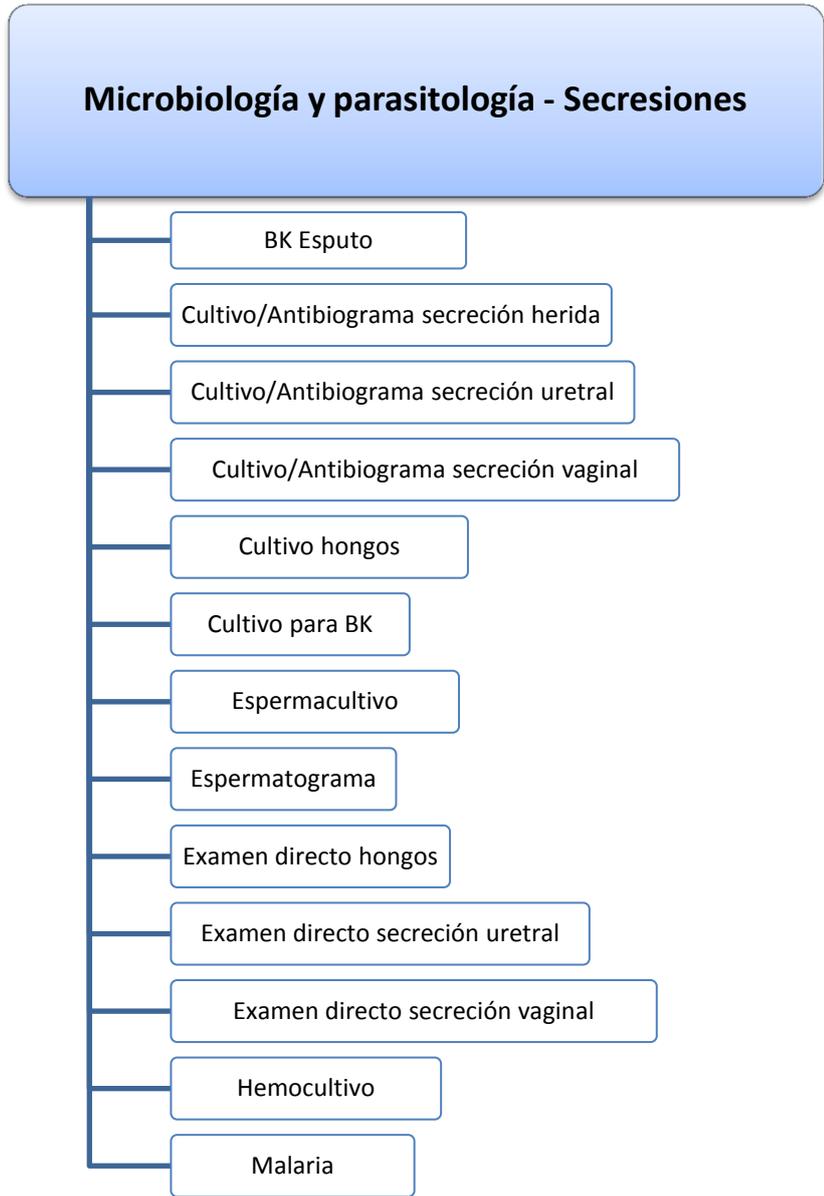


	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

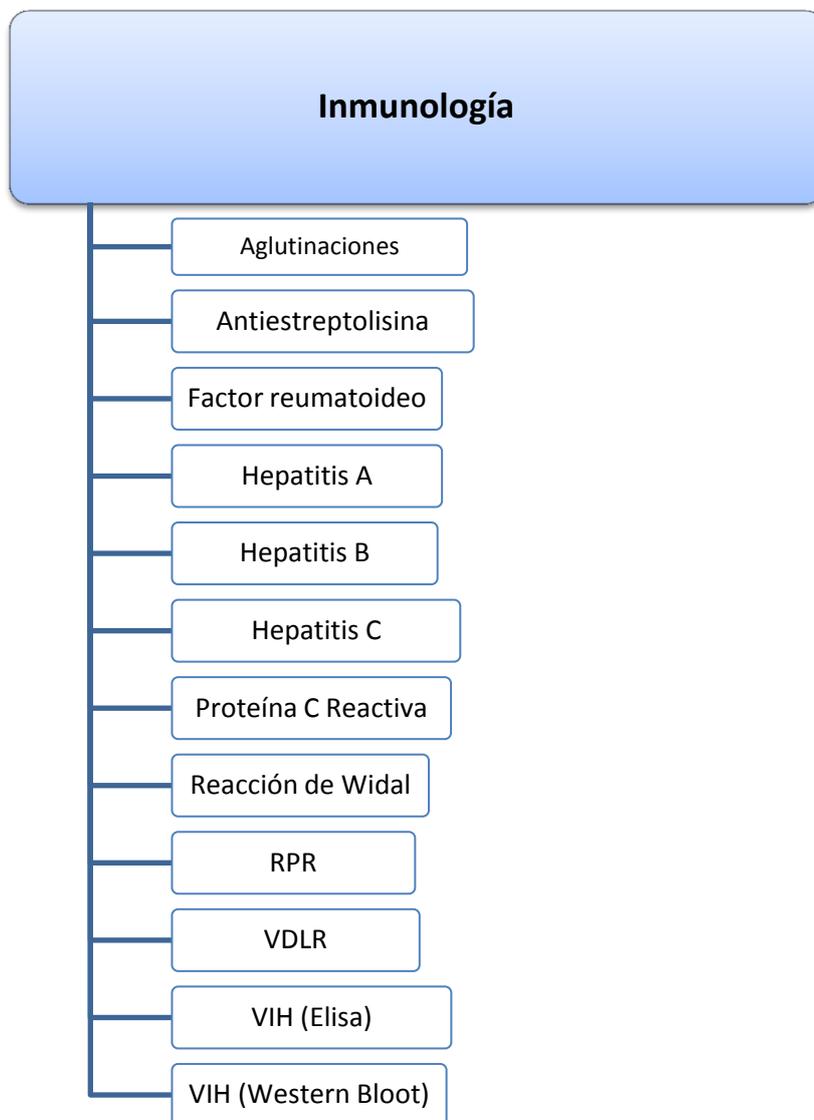
Microbiología y parasitología - Orina



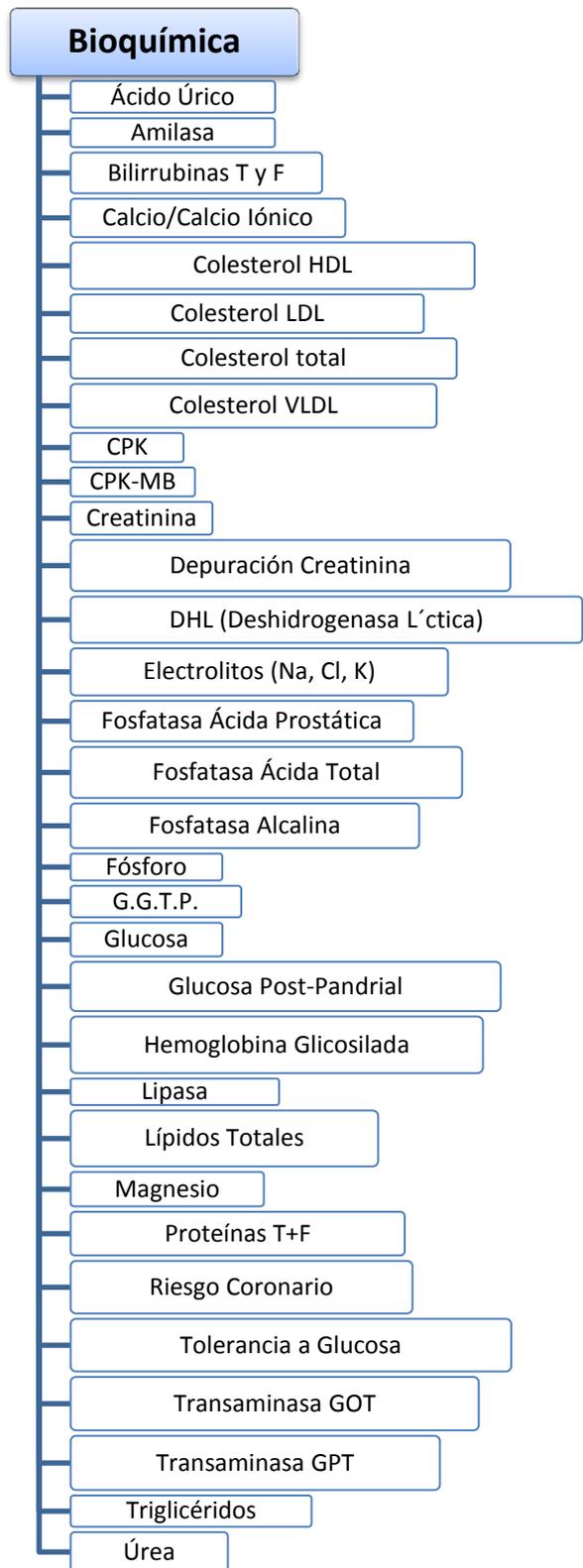
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



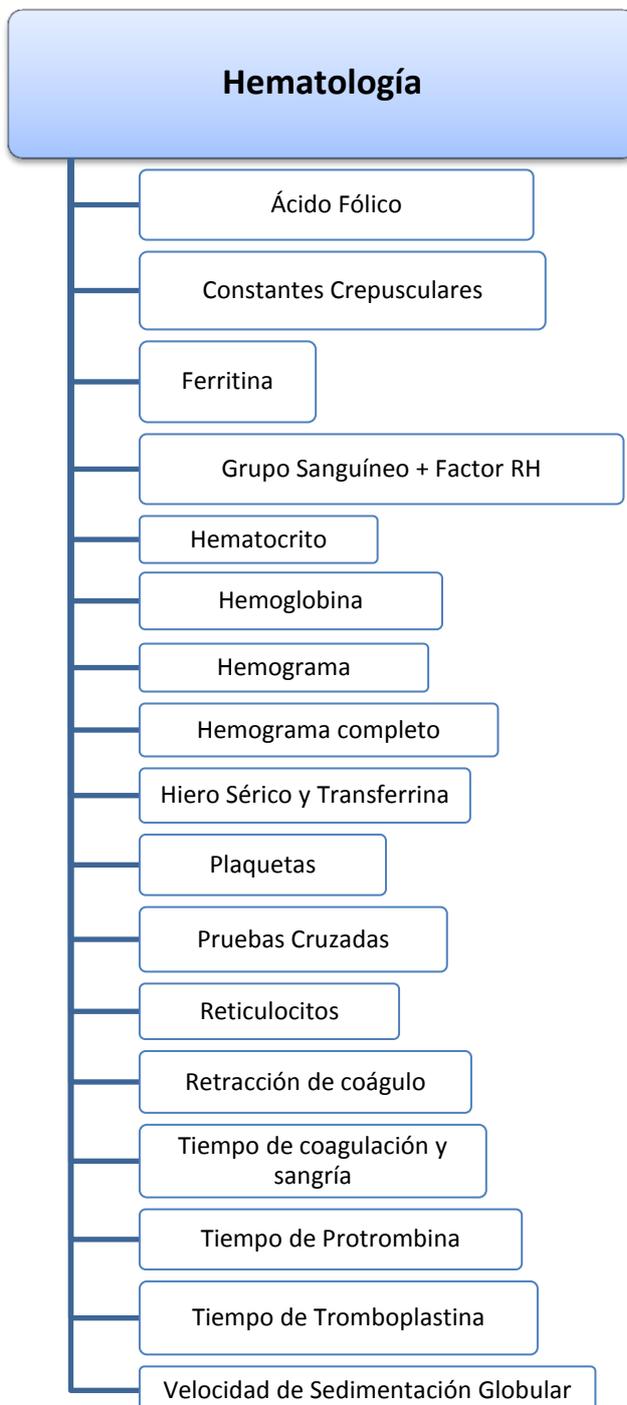
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Como se puede apreciar en los listados anteriores, **HomeClinic** ofrece una gran amplitud de líneas de servicios, y cada una de ellas es lo suficientemente profunda como para cubrir todas las necesidades que puedan tener nuestros pacientes.

Una vez detalladas las líneas de servicios y sus servicios unitarios (las familias de servicios) pasaremos a describir la marca de la empresa, junto a su logo y slogan.

Comenzaremos hablando de la estrategia de marca que adoptaremos. En primer lugar nuestros servicios no son genéricos, por ende vamos a utilizar una **MARCA**. En segundo lugar nuestra marca será del tipo *FABRICANTE*, ya que somos los propietarios de los servicios. En tercer y último lugar, nuestra marca será general para todos nuestros servicios, por lo cual se trata de una *MARCA DE FAMILIA*.

Cabe destacar que la marca se registrará para proteger su uso, y poseer el uso exclusivo de la misma.

Ya analizada la estrategia de marca, pasaremos a detallar la marca y sus componentes:

Marca



HomeClinic

Medicina en la comodidad de su hogar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

CONCEPTOS	ELEMENTO
NOMBRE	HomeClinic
LOGO	
SLOGAN	<i>Medicina en la comodidad de su hogar</i>

- El **NOMBRE**: de la marca representa el nombre de la empresa, **HOMECLINIC**.
- El **LOGO**: Se eligió este logo no solo por su estética, sino que también porque representa o da la imagen de calidad a nivel mundial sobre los servicios que ofrecemos. No se puntualizó en un logo pura y exclusivamente sobre servicios de salud, porque se prevé una diversificación a futuro sobre otros rubros.
- El **SLOGAN**: se escogió este slogan "*Medicina en la comodidad de su hogar*", ya que en primera medida se brindarán servicios de salud en los hogares de los pacientes. Se prevé el cambio de slogan en un futuro si se decide una diversificación de rubros.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

En cuanto a la marca electrónica:

- Utilizaremos el dominio **HomeClinicSA**
- Utilizaremos el sub-dominio **.com.ar**
- El nombre del dominio sería www.homeclinicsa.com.ar
- Registraremos ese nombre en www.nic.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.4 Precio. Estrategia de Precio

En esta sección se describirá la estrategia de precio a seguir, así como también aquellos factores que condicionan nuestros precios.

6.4.1 Análisis de Precio

A continuación se listarán los precios de Estudios Médicos y Análisis Clínicos de nuestros principales competidores.

Estudio	Priority Home Care	MediHome
Cardiovasculares no invasivos	\$ 210,00	\$ 200,00
Densitometría ósea	\$ 230,00	\$ 220,00
Diagnóstico mamario	\$ 280,00	\$ 280,00
Ecografía	\$ 220,00	\$ 200,00
Ecografía Doppler	\$ 350,00	\$ 330,00
Radiología adultos y pediátrica	\$ 220,00	\$ 200,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 230,00	\$ 200,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 300,00	\$ 270,00
Resonancia Magnética	\$ 700,00	\$ 725,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Análisis	Priority Home Care	MediHome
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 110,00	\$ 130,00
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 110,00	\$ 125,00
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 110,00	\$ 130,00
Inmunología	\$ 110,00	\$ 130,00
Bioquímica	\$ 120,00	\$ 160,00
Hematología	\$ 120,00	\$ 150,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.4.2 Análisis de Costos

A continuación se listarán los Costos Fijos (CF) y los Costos Variables (CV)

Costo	Períodos		
	Año 1	Año 2	Año 3
<u>Costos Fijos</u>	\$ 237.420,00	\$ 291.770,00	\$ 346.120,00
<u>Costos Variables</u>	\$ 202.840,00	\$ 332.821,50	\$ 488.147,10
<u>Costos RRHH</u>	\$ 2.440.884,80	\$ 3.431.782,40	\$ 4.019.724,40
TOTALES	\$ 2.881.144,80	\$ 4.056.373,90	\$ 4.853.991,50

Costo	Períodos		
	Año 1	Año 2	Año 3
<u>Costos Fijos</u> *	\$ 2.678.304,80	\$ 3.723.552,40	\$ 4.365.844,40
<u>Costos Variables</u>	\$ 202.840,00	\$ 332.821,50	\$ 488.147,10
TOTALES	\$ 2.881.144,80	\$ 4.056.373,90	\$ 4.853.991,50

* contiene <u>Costos RRHH</u>

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.4.3 Estrategia de Precio

En primer lugar definiremos nuestra unidad de consumo de servicio. En cuanto a nuestra unidad de consumo de los servicios está basada en 3 aspectos:

- El tiempo que lleva la realización del estudio o análisis. Están incluidos los tiempos de traslado de la unidad móvil, los tiempos que lleva realizar el estudio o análisis, y los tiempos que se tarda en generar el resultado.
- Los insumos que se necesitan para llevar a cabo el estudio o análisis.
- La complejidad del estudio o análisis a realizar.

En segundo lugar perseguiremos como objetivo de precios, un mix de las categorías de precios conformado por los objetivos “*precios orientados a los ingresos*” y “*precios orientados al patrocinio*”. Este mix a la hora de definir los precios nos permitirá fijar los mismos acordes a las demanda y a las utilidades que buscamos percibir.

A partir de los dos puntos expuestos anteriormente, pasaremos de detallar la estrategia de precio que llevaremos a cabo. Esta es la **Estrategia de Precios por Estatus**, que consiste en la fijación de precios idénticos o parecidos al de la competencia. Igualar a la competencia puede ser la forma más segura de supervivencia a largo plazo si la empresa es pequeña.

Una vez definida nuestra estrategia de precios a seguir, y luego de haber determinado los precios de la competencia, pasaremos a detallar nuestra lista de precios conjuntamente con una estimación de las ganancias a percibir.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Estudio	HomeClinic
Cardiovasculares no invasivos	\$ 200,00
Densitometría ósea	\$ 220,00
Diagnóstico mamario	\$ 280,00
Ecografía	\$ 200,00
Ecografía Doppler	\$ 330,00
Radiología adultos y pediátrica	\$ 200,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 200,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 270,00
Resonancia Magnética	\$ 725,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Análisis	HomeClinic
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 110,00
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 110,00
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 110,00
Inmunología	\$ 110,00
Bioquímica	\$ 120,00
Hematología	\$ 120,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Se calcula que cada Unidad realizará un promedio de 24 Análisis y 12 Estudios por día, generando un ingreso promedio de \$9300 diarios. Se comenzará con 2(dos) Unidades Móviles, debido al volumen de la demanda de los servicios, y se irán incorporando nuevas unidades a medida que aumente el volumen.

	Período		
	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	\$ 3.227.500,00	\$ 5.385.150,00	\$ 7.820.575,00
Egresos	\$ 2.881.144,80	\$ 4.056.373,90	\$ 4.853.991,50
Total	\$ 346.355,20	\$ 1.328.776,10	\$ 2.966.583,50

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.5 Promoción. Mezcla de Promoción

En esta sección describiremos tanto las estrategias de promoción que utilizaremos, así como también, las diferentes acciones que llevaremos a cabo para dicho fin y su relación con el modelo **AIDA**.

6.5.1 Estrategias de Promoción

En una primera etapa utilizaremos tres estrategias de promoción para poder insertar nuestros servicios en el mercado y despertar el interés y deseo de los pacientes, y por consiguiente de nuestros potenciales clientes. A continuación detallaremos estas estrategias conjuntamente del “porqué” de las mismas.

1. Creación de una fuerte imagen organizacional: crearemos una buena imagen a través de las excelentes instalaciones donde se llevarán los estudios y análisis, conjuntamente con una muy buena apariencia de los profesionales que realizarán los mismos.

Esto dará una imagen de empresa segura y confiable, y por ende atraerán más la atención nuestros potenciales clientes.

A su vez también logrará brindar confianza y seriedad a los servicios prestados, permitiendo a nuestros pacientes sentirse seguros durante la consumición de los servicios.

2. Compromiso con la comunicación poscompra: llevaremos a cabo encuestas de satisfacción online para que los pacientes nos den su feedback por los servicios consumidos.

Esto no solo nos servirá para mejorar las formas en que se realiza el trabajo, sino que también hará sentir a los pacientes como parte importante de la empresa al influir en las decisiones que se toman.

3. Estrategia “*PULL*”: Buscaremos incentivar y convencer a los consumidores finales de nuestros servicios, los pacientes, en vez de centrar nuestros esfuerzos en nuestros potenciales clientes.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Esto permitirá que la demanda por nuestros servicios crezca, obligando a las Prepagas de todos aquellos afiliados que tienen interés de consumir nuestros servicios, nos contraten y paguen por los mismos.

6.5.2 Mezcla de Promoción

A continuación detallaremos todas aquellas acciones que tomaremos en cuanto a la promoción de los servicios segregado por aspecto o elemento.

6.5.2.1 Publicidad

En cuanto a la publicidad podemos mencionar que se apuntará tanto a publicidad online, a través de las redes sociales, como publicidad offline, como volantes de propaganda.

Esto permitirá que podamos llegar a un gran número de posibles consumidores, haciéndoles conocer de nuestra existencia y de los servicios que ofrecemos para despertar el deseo sobre los mismos.

Pasaremos a listar los tipos de publicidad que emplearemos y los costos de estos:

- Publicidad Online :
 - Publicidad en Facebook. Costo asociado aproximado de \$500.
- Publicidad Offline :
 - Anuncios Spot de Radio de 20 segundos de duración. Costo asociado aproximado de \$120 mensual (emisoras de Zona Sur).
 - Volantes propaganda. Costo asociado aproximado por 10.000 volantes \$720.
 - Anuncios en diarios LA RAZON (Capital Federal y Gran Buenos Aires). Costo asociado aproximado por módulo \$3.000

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.5.2.2 Relaciones Públicas

En cuanto a las Relaciones Públicas vamos a apuntar a establecer buenos vínculos tanto con los propios clientes, las Prepagas, como también con los clientes de nuestros clientes, los pacientes, a fin de poder obtener publicidad no pagada.

Al enfocarnos en establecer buenas relaciones con nuestros clientes, lograremos que estos publiquen en sus sitios web, los beneficios de nuestros servicios, a fin de poder obtener mayor número de afiliados y lograr una ventaja competitiva en el mercado al ofrecer un servicio diferente con respecto a sus competidores. Esto hará que nuestra empresa reciba publicidad extra por medio de nuestros clientes, sin tener que pagarla.

Para lograr esto realizaremos congresos e invitaremos a los representantes de las Obras Sociales y las Prepagas de Zona Sur no solo para exponer nuestros servicios sino también para capacitarlos sobre los mismos, y así lograr que conozcan los servicios que ofrecemos y sus ventajas en comparación a nuestros competidores.

El otro aspecto al que apuntamos establecer buenos vínculos de relaciones es con los pacientes. Estos son a fin de cuentas los verdaderos consumidores de nuestros servicios, y la mejor publicidad posible se logra al satisfacer y dejar conforme a ellos, ya que luego recomendarán nuestros servicios a otros pacientes. Esto último brindará a la empresa otra fuente no paga de publicidad.

Otro de los factores vitales a la hora de hablar de las relaciones públicas, son los profesionales que harán las órdenes médicas para la realización de los análisis clínicos y estudios médicos. Por esta razón consideramos muy importante el informar y hacer conocer a estos nuestros servicios.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Para lograr que los profesionales conozcan a nuestra empresa, los servicios que ofrecemos y las ventajas de trabajar con nuestra compañía, realizaremos congresos y convenciones invitando a profesionales de diferentes especialidades vinculados a determinadas prepagas y obras sociales. De esta manera lograremos que los profesionales conozcan nuestros servicios y despertaremos su interés para que nos recomienden en un futuro a la hora de enviar a sus pacientes a realizarse estudios médicos y análisis clínicos.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.5.2.3 Ventas Personales

A pesar de que no existen punto de ventas, sino por el contrario la atención del cliente es parte integral de los servicios que ofrecemos a través de la Unidades Móviles, también proveeremos un sistema de atención del cliente telefónica, a través de la cual los usuarios podrán consultar todas sus dudas y ser asistidos durante la utilización de nuestro sitio web.

Cabe mencionar que contaremos con un personal de administración altamente capacitado, con conocimiento del negocio y de la herramienta web, y también familiarizada con la nomenclatura nacional para poder asistir a los pacientes a la hora de elegir un estudio médico o análisis clínico.

Pasaremos a detallar más las aptitudes a capacitar necesarias para nuestro personal:

- El personal administrativo estará altamente capacitado para poder asistir a los pacientes en cualquier duda o inquietud.
- El personal administrativo estará capacitado para asistir a los pacientes a gestionar un turno si estos lo necesitasen.
- El personal administrativo expondrá las cualidades de seriedad, amabilidad, seguridad, buen trato personal y respeto.
- El personal médico siempre estará uniformado a la hora de las atenciones domiciliarias para exponer una imagen seria, segura y comprometida con el trabajo
- El personal médico estará capacitado para brindar la mejor atención al cliente posible, de manera de mantener formas formales, respetuosas, de seguridad y amabilidad.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

Consideramos que los aspectos antes expuestos son esenciales para promocionar nuestros servicios, ya que los mismos favorecerán a brindar una buena imagen de la empresa en temas de trato personal, que al fin de cuentas es lo que hará que los pacientes vuelvan a elegirnos antes que a la competencia.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.5.2.4 Promoción de Ventas

En cuanto a este aspecto de promoción no se poseen muchas posibilidades a ser explotadas en nuestro mercado de negocios, sin embargo expondremos una idea de promoción de ventas que nos permitirá lograr que los pacientes consuman nuestros servicios, en otras palabras que el interés y deseo de los mismos pase a la acción.

Esta idea se basa en contratar a visitadores médicos vinculados a médicos de diferentes especialidades de las 5 prepagas principales expuestas en nuestro mercado meta, los cuales entregarán una serie de formularios a dichos profesionales que permitirán que sus pacientes se realicen estudios médicos y análisis clínicos en nuestras empresa sin costo alguno.

Estos formularios son una especie de cupón o vale para la realización de estudios médicos o análisis clínicos gratis. Estos cupones son limitados y abarcan aquellos estudios y análisis de baja complejidad. La idea de estos vales es que el paciente conozca nuestros servicios sin tener que pagar por los mismos.

Estos Cupones poseen las siguientes características:

- Un cupón por paciente.
- Su fecha de utilización debe ser anterior a su fecha de validez
- Estos cupones solo cubren aquellos análisis y estudios básicos de baja complejidad
- Solo podrán ser emitidos por profesionales autorizados
- El costo total del análisis o estudio es cubierto por HomeClinic, ni la prepaga ni el paciente tendrá cargo alguno.
- Los cupones deben ser emitidos por profesionales dentro de Zona Sur.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

A continuación se expone uno de estos formularios o vales a modo de ejemplo:

Cupón de Análisis Clínico		Validez
Fecha:		
Dirección:		
Análisis:		
Profesional		
Nombre:		
Especialidad:		
Matricula:		
Firma:		
Paciente		
Nombre:		
DNI:		
Prepaga:		
Nro Afiliado:		
Firma:		
HomeClinic Profesional		
Nombre:		
Matricula:		
Firma:		

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Cupón de Análisis Clínico		Validez
Fecha:	01/01/2014	01/13/2014
Dirección:	Juncal 123, Temperley	
Análisis:	Ecografía abdominal	
Profesional		
Nombre:	Juan Pérez	
Especialidad:	Médico Clínico	
Matricula:	12345678	
Firma:		
Paciente		
Nombre:	Pablo Ledesma	
DNI:	33111222	
Prepaga:	Swiss Medical	
Nro Afiliado:	0800 1234 1223 1335	
Firma:		
HomeClinic Profesional		
Nombre:	Martin Araujo	
Matricula:	87654321	
Firma:		

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

A través de estos cupones se espera obtener los siguientes beneficios:

- Los pacientes conozcan nuestros servicios.
- Los profesionales conozcan nuestros servicios.
- Los clientes conozcan los beneficios de nuestros servicios.
- Los profesionales recomienden nuestros servicios a sus pacientes.
- Los pacientes estén a gusto y quieren volver a consumir nuestros servicios.
- Nuestros clientes se interesen por contratarnos debidos a la satisfacción de sus clientes por nuestros servicios

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.5.3 modelo AIDA

A continuación detallaremos en forma de cuadro las relaciones entre los diferentes elementos de la mezcla de promoción con el modelo AIDA.

Acciones	AIDA			
	Atención	Interés	Deseo	Acción
Publicidad en Facebook	Muy eficaz	Muy eficaz	Muy eficaz	Eficaz
Spot de Radio en emisoras locales	Eficaz	Poco Eficaz	Poco Eficaz	Poco Eficaz
Volantes propagandas	Muy eficaz	Eficaz	Muy eficaz	Poco Eficaz
Anuncios diario La Razón	Muy eficaz	Muy eficaz	Muy eficaz	Eficaz
Establecer buenos vínculos con los clientes	Muy eficaz	Eficaz	Muy eficaz	Eficaz
Establecer buenos vínculos con los pacientes	Muy eficaz	Eficaz	Muy eficaz	Eficaz

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Congresos para las Prepagas y Obras Sociales	Muy eficaz	Muy eficaz	Eficaz	Poco Eficaz
Congresos y Convenciones para los Profesionales	Muy eficaz	Muy eficaz	Eficaz	Poco Eficaz
Cupones o Vales	Eficaz	Eficaz	Muy eficaz	Muy eficaz

Cabe resaltar que debido a que **HomeClinic** ofrece servicios a negocios, y además se encuentra en la industria de salud, la gran mayoría de las acciones están relacionadas a publicidad y relaciones públicas. Esto es porque a diferencia de un bien de consumo, no se pueden llevar a cabo estrategias de promoción de ventas, en otras palabras y por citar un ejemplo, no se podrían regalar “muestras de radiografías” o un “2 x1 en resonancias magnéticas”, etc.

Por otro lado resulta muy difícil incentivar a los consumidores finales a que consuman nuestros servicios, en el sentido de que solo se realizarán un estudio médico o un análisis clínico en caso de encontrarse enfermo o que un médico se lo haya indicado. Diferente es lo que ocurre con otros tipos de servicios, como por ejemplo los gimnasios, en donde muy comúnmente hay promociones en los importes de las cuotas dependiendo de la cantidad de personas que se anoten juntas.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.6 Distribución

En esta sección detallaremos la estrategia de distribución que utilizaremos para proveer a los consumidores finales con nuestros servicios.

6.6.1 Factores condicionantes de la distribución

A continuación se listarán aquellos factores que consideramos fundamentales en la determinación de la elección del canal de distribución:

- Ubicación
- Tiempo
- Conveniencia
- Necesidades de los pacientes

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.6.2 Estrategia de Distribución

Una vez determinados los factores condicionantes de nuestro canal de distribución, pasaremos a describir nuestra estrategia de distribución.

HomeClinic ofrece una serie de servicios de salud para aquellos pacientes afiliados a nuestros clientes, Prepagas, por lo cual el método de entrega es DIRECTA, ya que a diferencia de un bien de consumo, el servicio debe realizarse y consumirse en el momento estando presente el paciente.

Otro de los aspectos a tener en cuenta en nuestra estrategia de distribución, fueron los puntos de venta, nuevamente al no ser un bien de consumo que se venda y luego el consumidor puede utilizarlo o consumirlo cuando le plazca, los servicios que ofrecemos deben realizarse y consumirse en el momento. Por esta razón es que no poseemos puntos de venta, pero sí proveemos nuestros servicios a través de nuestras Unidades Móviles.

Al poseer Unidades Móviles, logramos que uno de los condicionantes de la distribución quede muy acotado, ya que podremos satisfacer las necesidades de nuestros pacientes en un rango más o menos amplio, toda Zona Sur.

Por último en nuestra estrategia de distribución tuvimos muy presente el tema de los tiempos y comodidad de los consumidores, razón por la cual consideramos como parte de la estrategia el dirigirnos a los domicilios de nuestros pacientes, a fin de minimizar el traslado de los mismos y reducir los tiempos que a estos le lleva realizarse estudios médicos y análisis clínicos.

Como conclusión podemos decir que vamos a orientar nuestra estrategia de distribución a un enfoque de “*Reducción al mínimo del tiempo de espera*”.

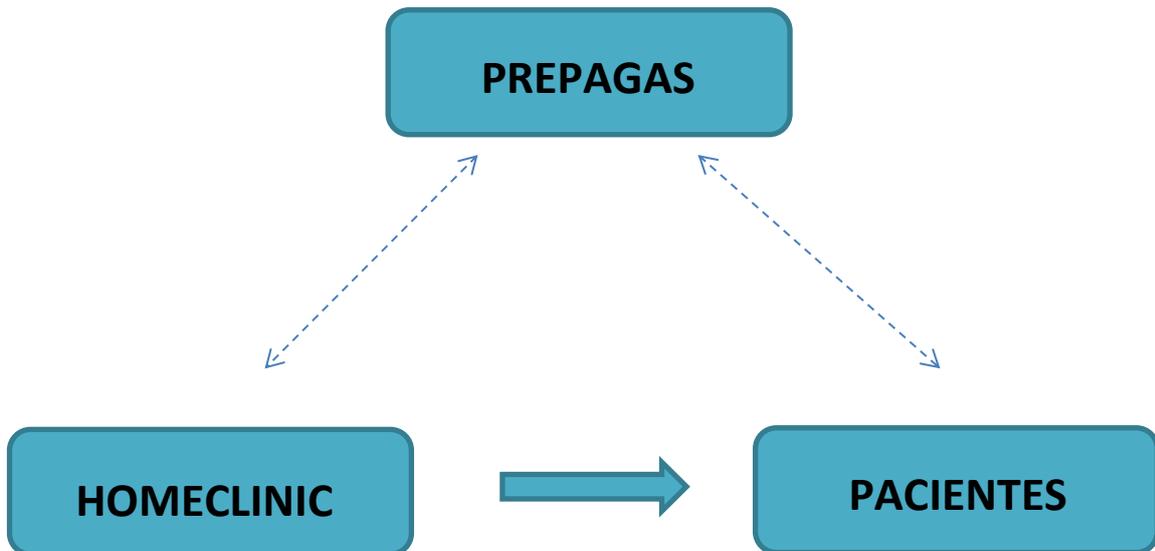
	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.6.3 Canales

Como expusimos anteriormente, **HomeClinic** no posee puntos de venta sino Unidades Móviles, y además proveemos servicios de salud que deben ser consumidos por los pacientes en el momento. Por estas razones, es que por el momento poseemos un solo canal principal de distribución, compuestos por las Unidades Móviles, los profesionales que llevan a cabo los estudios médicos y análisis clínicos, y también los propios pacientes que son los consumidores finales de nuestros servicios.

Otro factor a tener en cuenta son nuestros clientes, que también integran el canal de distribución pero con una relación indirecta a lo que hace a la distribución en sí.

A continuación graficaremos la composición de nuestro canal principal y único de distribución:



A pesar de ser una cadena de distribución directa, entre proveedor de servicios (**HomeClinic**) y los consumidores finales (**Pacientes**), también hay un tercer agente involucrado, las **Prepagas**, que si bien no participan directamente en la distribución de los servicios, juegan un papel fundamental ya que conecta a nuestra empresa, con su rol de Cliente, con los consumidores finales, con su rol de Empresa de salud que brinda cobertura. En conclusión nosotros solo proveeremos servicios de salud a aquellos pacientes afiliados a nuestros clientes.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

6.6.4 Gestión del JIT (Just In Time)

Con respecto a la gestión del JIT (Just In Time) podemos mencionar la solución tecnológica que ofrece **HomeClinic**.

Esta solución permitirá mejorar notablemente los tiempos en el canal de distribución, ya que permitirá a los pacientes gestionar turnos, obtener información acerca de los estudios y análisis, de los profesionales, etc, y también permitirá a los mismos visualizar el estado y/o resultado de sus estudios y análisis.

Por otro lado la herramienta también les facilitará el trabajo a los profesionales encargados de llevar a cabo los estudios y análisis, ya que estos podrán realizar toda tarea administrativa por medio de la herramienta web.

Otro de los aspectos a tener en cuenta es que las Uidades Móviles contarán con tecnología de punta que permitirá reducir los tiempos de realización de estudios médicos y análisis clínicos.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7. Estructura Organizacional

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7.1 Definición de la Estructura

HomeClinic es una empresa joven y pequeña que está dando sus primeros pasos en el mercado, razón por la cual consideramos que la estructura más óptima en esta etapa es una estructura formal y funcional, ya que reúne las siguientes características:

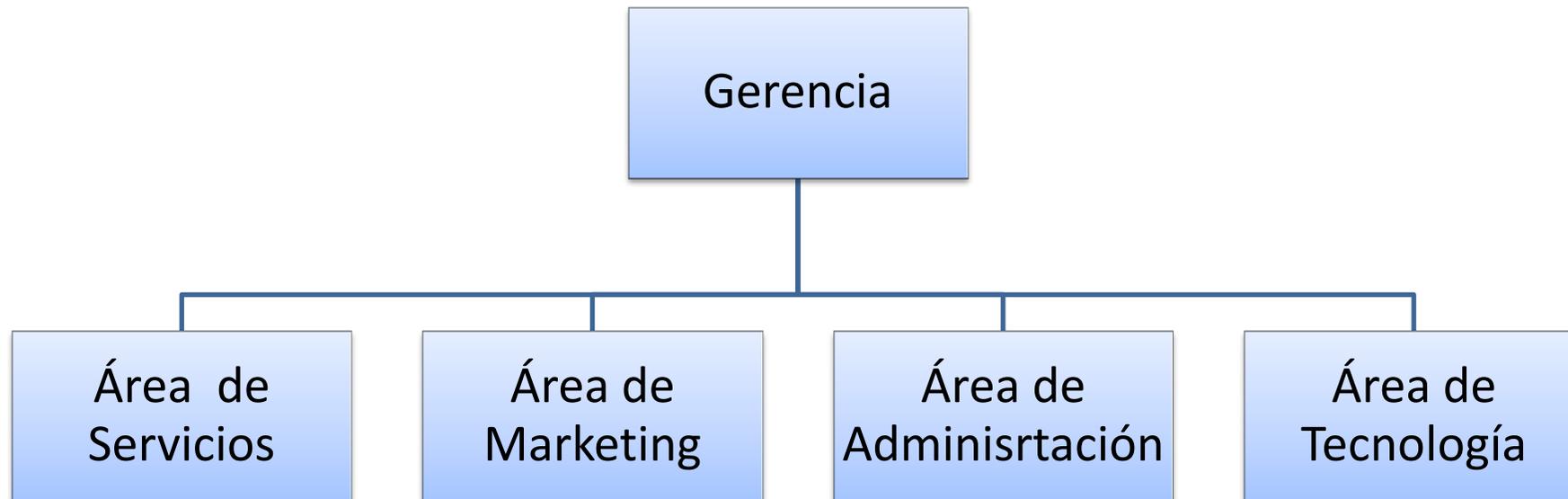
- Autoridad funcional o dividida. Es una autoridad que se sustenta en el conocimiento.
- Ningún superior tiene autoridad total sobre los subordinados, sino autoridad parcial y relativa.
- Línea directa de comunicación. Directa y sin intermediarios, busca la mayor rapidez posible en las comunicaciones entre los diferentes niveles.
- Descentralización de las decisiones. Las decisiones se delegan a los órganos cargos especializados.
- Énfasis en la especialización. Especialización de todos los órganos a cargo.

Y además ofrece las siguientes ventajas:

1. Proporciona el máximo de especialización a los diversos órganos, lo cual permite que cada cargo se concentre exclusivamente en su trabajo o función.
2. La especialización en todos los niveles, permite la mejor supervisión técnica posible, pues cada cargo responde ante “expertos” en su campo de especialización.
3. Desarrolla la comunicación directa sin intermediarios, más rápida y con menos interferencias.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7.2 Organigrama



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7.3 Análisis de los puestos

A continuación listaremos y detallaremos los puestos de trabajo requeridos por la organización, incluyendo los perfiles requeridos y las remuneraciones pretendidas, para las diferentes etapas del proyecto (Inicial, Intermedia, Final).

Área de Tecnología

Puesto	Personal de Sistema
Descripción puesto a cubrir	Se necesita una persona calificada capaz de realizar mantenimiento y soporte de los equipos informáticos de la empresa.
Perfil del recurso	
Edad	Entre 20 años y 25 años
Sexo	Masculino/Femenino
Conocimientos requeridos	Instalación de equipos. Reparación de equipos. Soporte sobre el software y hardware que se empleará.
Nivel de Estudios	Título de reparador de PC.
Disponibilidad	Full-Time de 9:00 a 18:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 8.000

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Área de Servicios (logística)

Puesto	Chofer
Descripción puesto a cubrir	Se buscan 3 Choferes para conducir vehículos de alta complejidad. Se busca una persona altamente responsable.
Perfil del recurso	
Edad	A partir de 35 años
Sexo	Masculino
Conocimientos requeridos	Poseer experiencia comprobable de al menos 4 años en puestos similares. Persona responsable y puntual.
Nivel de Estudios	Secundario Completo
Disponibilidad	Full-Time de 8:00 a 20:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 7.000

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Área de Administración

Puesto	Personal Administrativo
Descripción puesto a cubrir	Se buscan personas para realizar tareas administrativas y Facturación de Obras Sociales. Se buscan personas dinámicas y proactivas.
Perfil del recurso	
Edad	A partir de 22 años
Sexo	Masculino/Femenino
Conocimientos requeridos	<p>Poseer experiencia comprobable de al menos 2 años en puestos similares.</p> <p>Poseer conocimientos contables.</p> <p>Poseer conocimientos de herramientas office.</p> <p>Buena manejo de Handy (Deseable).</p> <p>Poseer manejo de nomenclador nacional.</p> <p>Buena predisposición para atender y capacitar a los pacientes telefónicamente.</p> <p>Buenos modales.</p>
Nivel de Estudios	<p>Secundario Completo.</p> <p>Se valoran estudios complementarios.</p>
Disponibilidad	Part-Time de 8:00 a 14:00 o de 14:00 a 20:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 5.600

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Puesto	Contador General
Descripción puesto a cubrir	Se busca Contador General con experiencia. Sus responsabilidades serán la administración general de la empresa, prácticas contables, confección de balances, bancos, liquidación de sueldos, declaraciones de impuestos nacionales y provinciales.
Perfil del recurso	
Edad	A partir de 25 años
Sexo	Masculino/Femenino
Conocimientos requeridos	<p>Poseer experiencia comprobable de al menos 3 año en puestos similares.</p> <p>Poseer conocimientos contables.</p> <p>Poseer conocimientos de herramientas office.</p> <p>Poseer manejo de nomenclador nacional.</p> <p>Poseer conocimientos de declaración de impuestos nacionales y provinciales.</p>
Nivel de Estudios	Título Universitario – Contador General
Disponibilidad	Full-Time de 10:00 a 18:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 10.000

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Puesto	Tesorero
Descripción puesto a cubrir	Estamos en búsqueda de un perfil con experiencia en el sector financiero de empresas de no menor a 3 años.
Perfil del recurso	
Edad	A partir de 25 años
Sexo	Masculino/Femenino
Conocimientos requeridos	<p>De tener conocimiento en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La realización de pagos y el seguimiento de los mismos. Debe ser criterioso y lograr una autonomía en la toma de decisiones en estos circuitos administrativos. • La apertura, seguimiento y cierre de la caja, con un informe de novedades y situación al Gerente. • Diseñar, integrar, implementar y controlar el manejo de la información contable y administrativa, fiscal y financiera. • La realización de proyecciones financieras, que colaboren a su toma de decisión en conjunto con el Gerente. • Analizar e interpretar la información financiera para realizar una toma de decisión.
Nivel de Estudios	Debe estar graduado o próximo a hacerlo en carreras universitarias de Cs. Económicas
Disponibilidad	Full-Time de 10:00 a 18:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 8.000

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Área de Servicios (prestación)

Puesto	Técnico en imágenes
Descripción puesto a cubrir	Se buscan Técnicos en imágenes para llevar a cabo los estudios médicos pertinentes, dentro de los cuales se encuentran rayos, resonancias y ecografías
Perfil del recurso	
Edad	A partir de 23 años
Sexo	Masculino/Femenino
Conocimientos requeridos	Se valora experiencia previa comprobable. Manejo de equipos portátiles
Nivel de Estudios	Universitario o tecnicatura completa – Técnico de Imágenes
Disponibilidad	Full-Time de 8:00 a 20:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 7.500

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Puesto	Técnico de Laboratorio
Descripción puesto a cubrir	Se buscan Técnicos de Laboratorio para llevar a cabo los análisis clínicos pertinentes, manejo básico de laboratorio, identificación de muestras, esterilización.
Perfil del recurso	
Edad	A partir de 23 años
Sexo	Masculino/Femenino
Conocimientos requeridos	<p>Poseer experiencia previa comprobable de al menos 2 años trabajando en puestos similares.</p> <p>Poseer conocimientos de las distintas terminologías médicas para los análisis, diagnósticos y abreviaciones respectivas.</p> <p>Capacidad para realizar extracciones intravenosas, recolectar muestras de origen biológico no sanguíneas, preparar anticoagulantes.</p> <p>Capacidad para trasladar y manipular muestras.</p> <p>Buena predisposición y responsable.</p>
Nivel de Estudios	Universitario o tecnicatura completa – Técnico de Laboratorio
Disponibilidad	Full-Time de 8:00 a 20:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 6500

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Puesto	Médico Clínico
Descripción puesto a cubrir	Se buscan Médicos Clínicos que se encarguen de informar los estudios médicos correspondientes en el momento de su realización.
Perfil del recurso	
Edad	A partir de 27 años
Sexo	Masculino/Femenino
Conocimientos requeridos	<p>Poseer experiencia previa comprobable de al menos 2 años trabajando en puestos similares.</p> <p>Ser capaz de informar estudios de rayos, ecografías y resonancias.</p>
Nivel de Estudios	Universitario completo – Título de médico
Disponibilidad	Full-Time de 8:00 a 20:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 9000

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Puesto	Bioquímico
Descripción puesto a cubrir	Se busca un Bioquímico con altos conocimientos sobre el funcionamiento de laboratorios y tareas de liderazgo para conducir el departamento de servicios de salud.
Perfil del recurso	
Edad	A partir de 30 años
Sexo	Masculino/Femenino
Conocimientos requeridos	<p>Poseer experiencia previa comprobable de al menos 4 años trabajando en puestos similares.</p> <p>Coordinar y/o promover la realización de los controles, pruebas, validaciones políticas y procedimientos para asegurar la calidad de los servicios.</p> <p>Cumplimentar los requerimientos legales y técnicos exigidos por la autoridad sanitaria.</p> <p>Manejo de documentación para presentación a entidades regulatorias, entre otras tareas inherentes al sector de aseguramiento y calidad.</p> <p>Capacidad para informar los análisis clínicos correspondientes.</p>
Nivel de Estudios	Universitario completo – Título de Bioquímico
Disponibilidad	Full-Time de 8:00 a 20:00
Idiomas	Español
Remuneración Bruta	\$ 15000

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7.3.1 Empleados de la estructura Inicial de la empresa

A partir de los puestos mencionados anteriormente, se detalla la lista de empleados necesarios para conformar la estructura inicial de la empresa.

Cantidad de Empleados – Estructura Inicial	
Empleado	Cantidad
Personal de Sistemas	1
Chofer	3
Técnico en Imágenes	3
Técnico de Laboratorio	3
Médico Clínico	3
Bioquímico	1
Secretaria	3
Contador General	1
Tesorero	1

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7.3.2 Empleados de la estructura Intermedia de la empresa

A partir de los puestos mencionados anteriormente, se detalla la lista de empleados necesarios para conformar la estructura intermedia de la empresa.

Cantidad de Empleados – Estructura Inicial	
Empleado	Cantidad
Personal de Sistemas	1
Chofer	5
Técnico en Imágenes	5
Técnico de Laboratorio	5
Médico Clínico	5
Bioquímico	1
Secretaria	3
Contador General	1
Tesorero	1

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7.3.3 Empleados de la estructura Final de la empresa

A partir de los puestos mencionados anteriormente, se detalla la lista de empleados necesarios para conformar la estructura final de la empresa.

Cantidad de Empleados – Estructura Inicial	
Empleado	Cantidad
Personal de Sistemas	1
Chofer	6
Técnico en Imágenes	6
Técnico de Laboratorio	6
Médico Clínico	6
Bioquímico	1
Secretaria	4
Contador General	1
Tesorero	1

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7.4 Filosofía y sistema de trabajo

Como filosofía de trabajo **HomeClinic** anhela impartir un ambiente honesto, seguro, confiable, y responsable.

Ya que nos encontramos en la industria de salud consideramos que estos valores son esenciales para poder sobrevivir en la misma, razón por la cual esperamos que todos nuestros empleados tengan incorporados estos valores y los lleven a la práctica.

Una buena imagen de empresa segura, honesta, confiable y responsable, hará que los pacientes se sientan más cómodos al realizarse estudios médicos y análisis clínicos en nuestra empresa en vez de en la competencia.

Otro punto a tener en cuenta en la metodología de trabajo es la seriedad, ya que estaremos en contacto con clientes de mucha jerarquía. Esto nos lleva a tener que implementar reglamentaciones de vestimenta, para mantener una imagen de empresa seria y comprometida con el trabajo que realiza.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8. Presupuesto Financiero

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.1 Índice

	HomeClinic	Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías	Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	

	TRABAJO FINAL DE INGENIERIA Alumno: De Hoz, Matías Proyecto: HomeClinic Profesor: Scali, Jorge <i>Universidad Abierta Interamericana</i> 2013
---	---

ÍNDICE	
	Hipótesis
	Modelo de Ingresos
	Proyección de Ventas
	Modelo de Egresos
	Costos Fijos
	Costos Variables
	Costos de RRHH
	Amortizaciones
	Modelo de Inversión
	Presupuesto Financiero
	Escenarios
	Planes de Contingencia

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.2 Hipótesis

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver Inicio

Hipótesis

MERCADO META: Nos enfocaremos en el segmento comprendido por las 5 Prepagas que controlan el 70% del mercado (OSDE, Swiss Medical, Galeno, Medicus y Omint) ubicado en la provincia de Buenos Aires, más específicamente en Zona Sur.

A partir de un informe realizado en el 2010 por la consultora de mercado Key Market, se estima que a finales del año 2009 existían 4.620.000 afiliados a la medicina prepaga en todo el país, y que el 65% de esa cantidad se concentraba en Capital Federal y el Gran Buenos Aires (3.003.000).

Según el censo nacional realizado en el 2010 en la Argentina habitan 40.091.359 personas. 15.594.428 de esas personas residen en Buenos Aires (38,89%). La población total de Buenos Aires se divide en 4 regiones Zona Norte - 2.383.831 (15,29%), Zona Oeste - 3.887.925(24,93%), Zona Sur - 3.571.336(22,09%), Capital Federal y alrededores - 5.751.336 (37,69%)

Llevando los números antes mencionados a la actualidad y manteniendo los mismos porcentajes, tenemos que aproximadamente hoy en día existen 42.000.000 de habitantes en la Argentina, de los cuales el 38,89% (16.333.800) viven en Buenos Aires, y más específicamente en Zona Sur residen 3.608.136 de personas (nuestro mercado meta). Por otro lado se estima que hoy en día existen 3.147.524 afiliados a prepagas en Buenos Aires, por lo cual teniendo en cuenta los porcentajes de población, estimamos que en Zona Sur aproximadamente existen 695.288 afiliados a prepagas.

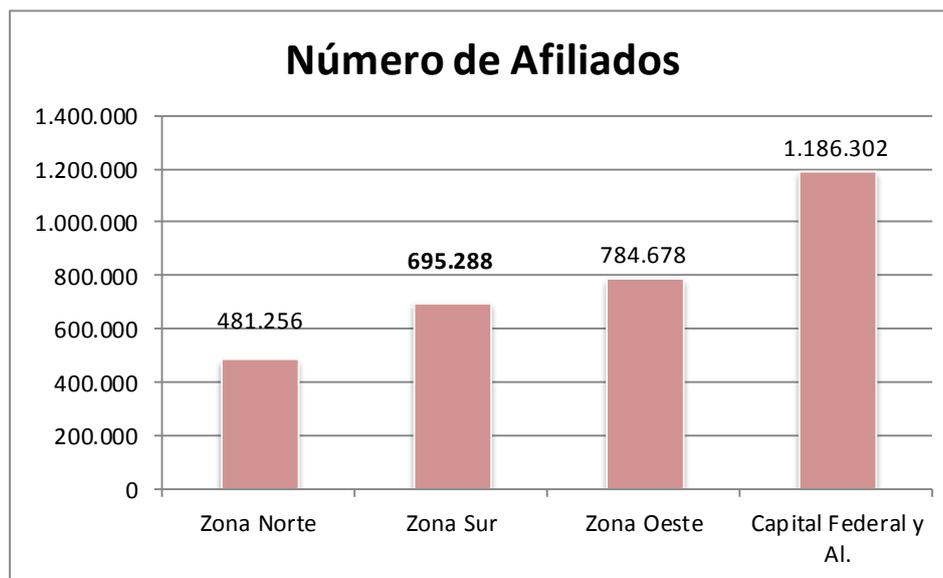
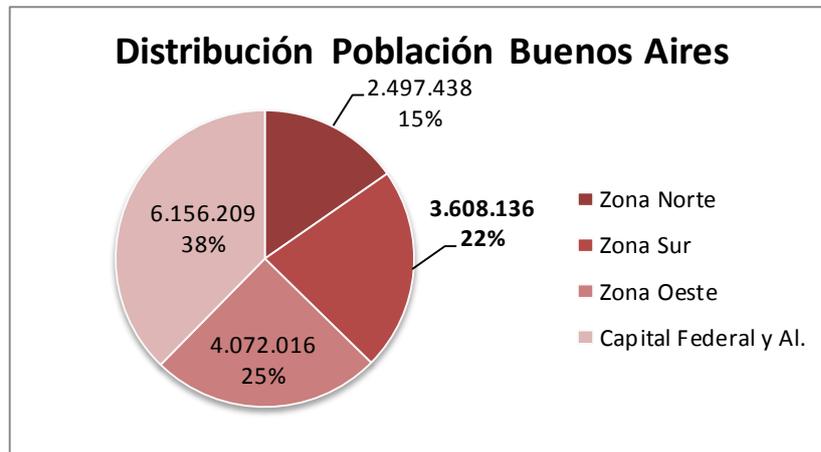
Región	Población
Zona Norte	2.497.438
Zona Sur	3.608.136
Zona Oeste	4.072.016
Capital Federal y Al.	6.156.209

Total	16.333.800
--------------	-------------------

Región	Nro. Afiliados
Zona Norte	481.256
Zona Sur	695.288
Zona Oeste	784.678
Capital Federal y Al.	1.186.302

Total	3.147.524
--------------	------------------

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



A partir de datos estadísticos, sabemos que el 70% de esos afiliados corresponden a las 5 prepagas más grandes del país, las cuales conforman nuestro Mercado Meta. Por ende nuestro potencial máximo de pacientes es de 490.000.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Grupo	Nro. Afiliados	Porcentaje del mercado
Mercado Meta	486.702	70%
Resto	153.589	30%

Total	695.288	100%
--------------	----------------	-------------

Se estima que una persona saludable se realiza un promedio de entre 3 a 5 estudios médicos y/o análisis clínicos por año. Por lo que vamos a tomar un promedio de 4 estudios y análisis por afiliado, dandonos un total de 1.960.000 estudios y análisis en un año por los afiliados en Zona Sur

Se determino que la capacidad máxima de servicios que podra brindar cada Unidad Móvil es de 20 Estudios Médicos, y 40 Análisis Clínicos por día. Esto se determino en base a la cantidad de horas de la jornada laboral y a la complejidad promedio de los estudios y análisis.

4 Estudio y/o Análisis Promedio por afiliado por año

Estudios Promedios	Nro. Afiliados	Total de Estudios
4	486.702	1.946.808

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Productos	Precio
Análisis Clínicos	
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 110,00
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 110,00
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 110,00
Inmunología	\$ 110,00
Bioquímica	\$ 120,00
Hematología	\$ 120,00
Análisis Clínicos	
Cardiovasculares no invasivos	\$ 200,00
Densitometría ósea	\$ 220,00
Diagnóstico mamario	\$ 280,00
Ecografía	\$ 200,00
Ecografía Doppler	\$ 330,00
Radiología adultos y pediátrica	\$ 200,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 200,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 270,00
Resonancia Magnética	\$ 725,00

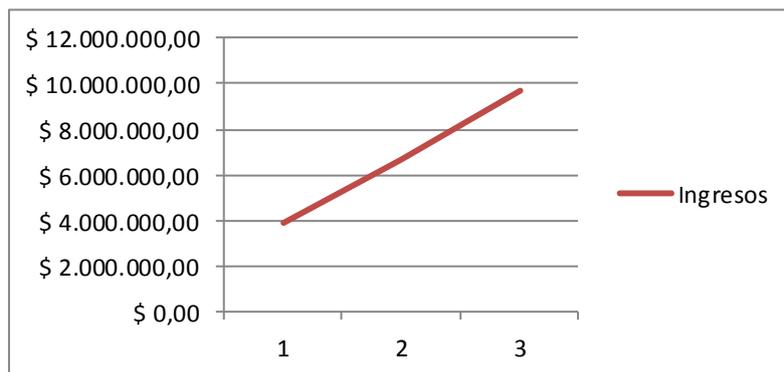
En base a los diferentes precios de los Análisis Clínicos que varían entre los \$100 y \$150 y de los Estudios Médicos que varían de entre los \$300 hasta los \$750, se tomaron promedios para estimar las posibles ingresos, estos promedios son para los análisis \$115 y para los estudios \$425

Se calcula que cada Unidad realizará un promedio de 24 Análisis y 12 Estudios por día, generando un ingreso promedio de \$9300 diarios. Se comenzará con 2(dos) Unidades Móviles, debido al volumen de la demanda de los servicios, y se irán incorporando nuevas unidades a medida que aumente el volumen.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

Se estima que durante el primer año se tendrá una demanda aproximada de 18.000 estudios y análisis, un 0,91 % del mercado total de Zona Sur. Se prevee un aumento del 60% para el segundo año (1,46% - 28.800) y un aumento del 50% para el tercer año (2,18% - 43.200)

Año	Unidades M.	Cant. Estudios	Precio Prom.	Cant. Analisis	Precio Prom.	Ingreso Total
1	2	6.000	\$ 425	12.000	\$ 115	\$ 3.930.000
2	3	10.800	\$ 425	18.000	\$ 115	\$ 6.660.000
3	4	15.200	\$ 425	28.000	\$ 115	\$ 9.680.000



	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

8.3 Modelo de Ingresos

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver Inicio

Modelo de Ingresos

Productos	Precio	Años					
		1		2		3	
		Cantidad	Total	Cantidad	Total	Cantidad	Total
Análisis Clínicos							
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 110,00	1000	\$ 110.000,00	1560	\$ 171.600,00	2640	\$ 290.400,00
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 110,00	2000	\$ 220.000,00	3120	\$ 343.200,00	4810	\$ 529.100,00
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 110,00	2000	\$ 220.000,00	3120	\$ 343.200,00	4810	\$ 529.100,00
Inmunología	\$ 110,00	2000	\$ 220.000,00	3120	\$ 343.200,00	4810	\$ 529.100,00
Bioquímica	\$ 120,00	2000	\$ 240.000,00	3120	\$ 374.400,00	4810	\$ 577.200,00
Hematología	\$ 120,00	3000	\$ 360.000,00	3960	\$ 475.200,00	6120	\$ 734.400,00
Estudios Médicos							
Cardiovasculares no invasivos	\$ 200,00	500	\$ 100.000,00	950	\$ 190.000,00	1435	\$ 287.000,00
Densitometría ósea	\$ 220,00	500	\$ 110.000,00	950	\$ 209.000,00	1435	\$ 315.700,00
Diagnóstico mamario	\$ 280,00	500	\$ 140.000,00	950	\$ 266.000,00	1435	\$ 401.800,00
Ecografía	\$ 200,00	1000	\$ 200.000,00	1760	\$ 352.000,00	2320	\$ 464.000,00
Ecografía Doppler	\$ 330,00	500	\$ 165.000,00	950	\$ 313.500,00	1435	\$ 473.550,00
Radiología adultos y pediátrica	\$ 200,00	1500	\$ 300.000,00	2570	\$ 514.000,00	3095	\$ 619.000,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 200,00	250	\$ 50.000,00	455	\$ 91.000,00	880	\$ 176.000,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 270,00	250	\$ 67.500,00	455	\$ 122.850,00	880	\$ 237.600,00
Resonancia Magnética	\$ 725,00	1000	\$ 725.000,00	1760	\$ 1.276.000,00	2285	\$ 1.656.625,00
TOTALES		18000	\$ 3.227.500,00	28800	\$ 5.385.150,00	43200	\$ 7.820.575,00



Proyección de Ventas

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.3.1 Proyección de Ventas

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		



Volver Inicio



Volver Modelo de Ingresos

Proyección de Ventas

Ventas Mensuales año 1

Productos	Precio	Cantidad	Total	Mes 1		Mes 2	
				Cantidad	Total	Cantidad	Total
Análisis Clínicos							
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 110,00	1000	\$ 110.000,00	45	\$ 4.950,00	55	\$ 6.050,00
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 110,00	2000	\$ 220.000,00	90	\$ 9.900,00	110	\$ 12.100,00
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 110,00	2000	\$ 220.000,00	90	\$ 9.900,00	110	\$ 12.100,00
Inmunología	\$ 110,00	2000	\$ 220.000,00	90	\$ 9.900,00	110	\$ 12.100,00
Bioquímica	\$ 120,00	2000	\$ 240.000,00	90	\$ 10.800,00	110	\$ 13.200,00
Hematología	\$ 120,00	3000	\$ 360.000,00	135	\$ 16.200,00	165	\$ 19.800,00
TOTALES		12000	\$ 1.370.000,00	540	\$ 61.650,00	660	\$ 75.350,00
Estudios Médicos							
Cardiovasculares no invasivos	\$ 200,00	500	\$ 100.000,00	25	\$ 5.000,00	30	\$ 6.000,00
Densitometría ósea	\$ 220,00	500	\$ 110.000,00	25	\$ 5.500,00	30	\$ 6.600,00
Diagnóstico mamario	\$ 280,00	500	\$ 140.000,00	25	\$ 7.000,00	30	\$ 8.400,00
Ecografía	\$ 200,00	1000	\$ 200.000,00	50	\$ 10.000,00	60	\$ 12.000,00
Ecografía Doppler	\$ 330,00	500	\$ 165.000,00	25	\$ 8.250,00	30	\$ 9.900,00
Radiología adultos y pediátrica	\$ 200,00	1500	\$ 300.000,00	75	\$ 15.000,00	90	\$ 18.000,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 200,00	250	\$ 50.000,00	15	\$ 3.000,00	17	\$ 3.400,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 270,00	250	\$ 67.500,00	15	\$ 4.050,00	17	\$ 4.590,00
Resonancia Magnética	\$ 725,00	1000	\$ 725.000,00	50	\$ 36.250,00	60	\$ 43.500,00
TOTALES		6000	\$ 1.857.500,00	305	\$ 94.050,00	364	\$ 112.390,00

TOTALES AÑO 1	18000	\$ 3.227.500,00
----------------------	--------------	------------------------

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

AÑO 1									
Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6		Mes 7	
Cantidad	Total								
70	\$ 7.700,00	90	\$ 9.900,00	90	\$ 9.900,00	90	\$ 9.900,00	90	\$ 9.900,00
140	\$ 15.400,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00
140	\$ 15.400,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00
140	\$ 15.400,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00
140	\$ 16.800,00	180	\$ 21.600,00	180	\$ 21.600,00	180	\$ 21.600,00	180	\$ 21.600,00
210	\$ 25.200,00	270	\$ 32.400,00	270	\$ 32.400,00	270	\$ 32.400,00	270	\$ 32.400,00
840	\$ 95.900,00	1080	\$ 123.300,00	1080	\$ 123.300,00	1080	\$ 123.300,00	1080	\$ 123.300,00
37	\$ 7.400,00	44	\$ 8.800,00	42	\$ 8.400,00	42	\$ 8.400,00	42	\$ 8.400,00
37	\$ 8.140,00	44	\$ 9.680,00	42	\$ 9.240,00	42	\$ 9.240,00	42	\$ 9.240,00
37	\$ 10.360,00	44	\$ 12.320,00	42	\$ 11.760,00	42	\$ 11.760,00	42	\$ 11.760,00
80	\$ 16.000,00	85	\$ 17.000,00	85	\$ 17.000,00	85	\$ 17.000,00	85	\$ 17.000,00
37	\$ 12.210,00	44	\$ 14.520,00	42	\$ 13.860,00	42	\$ 13.860,00	42	\$ 13.860,00
111	\$ 22.200,00	128	\$ 25.600,00	128	\$ 25.600,00	128	\$ 25.600,00	128	\$ 25.600,00
18	\$ 3.600,00	21	\$ 4.200,00	21	\$ 4.200,00	21	\$ 4.200,00	21	\$ 4.200,00
18	\$ 4.860,00	21	\$ 5.670,00	21	\$ 5.670,00	21	\$ 5.670,00	21	\$ 5.670,00
80	\$ 58.000,00	85	\$ 61.625,00	85	\$ 61.625,00	85	\$ 61.625,00	85	\$ 61.625,00
455	\$ 142.770,00	516	\$ 159.415,00	508	\$ 157.355,00	508	\$ 157.355,00	508	\$ 157.355,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12	
Cantidad	Total								
90	\$ 9.900,00	90	\$ 9.900,00	90	\$ 9.900,00	90	\$ 9.900,00	110	\$ 12.100,00
180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	220	\$ 24.200,00
180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	220	\$ 24.200,00
180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	180	\$ 19.800,00	220	\$ 24.200,00
180	\$ 21.600,00	180	\$ 21.600,00	180	\$ 21.600,00	180	\$ 21.600,00	220	\$ 26.400,00
270	\$ 32.400,00	270	\$ 32.400,00	270	\$ 32.400,00	270	\$ 32.400,00	330	\$ 39.600,00
1080	\$ 123.300,00	1320	\$ 150.700,00						
42	\$ 8.400,00	42	\$ 8.400,00	42	\$ 8.400,00	42	\$ 8.400,00	70	\$ 14.000,00
42	\$ 9.240,00	42	\$ 9.240,00	42	\$ 9.240,00	42	\$ 9.240,00	70	\$ 15.400,00
42	\$ 11.760,00	42	\$ 11.760,00	42	\$ 11.760,00	42	\$ 11.760,00	70	\$ 19.600,00
85	\$ 17.000,00	85	\$ 17.000,00	85	\$ 17.000,00	85	\$ 17.000,00	130	\$ 26.000,00
42	\$ 13.860,00	42	\$ 13.860,00	42	\$ 13.860,00	42	\$ 13.860,00	70	\$ 23.100,00
128	\$ 25.600,00	128	\$ 25.600,00	128	\$ 25.600,00	128	\$ 25.600,00	200	\$ 40.000,00
21	\$ 4.200,00	21	\$ 4.200,00	21	\$ 4.200,00	23	\$ 4.600,00	30	\$ 6.000,00
21	\$ 5.670,00	21	\$ 5.670,00	21	\$ 5.670,00	23	\$ 6.210,00	30	\$ 8.100,00
85	\$ 61.625,00	85	\$ 61.625,00	85	\$ 61.625,00	85	\$ 61.625,00	130	\$ 94.250,00
508	\$ 157.355,00	508	\$ 157.355,00	508	\$ 157.355,00	512	\$ 158.295,00	800	\$ 246.450,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas		Comisión: 5ªA			Turno: Noche

Ventas Mensuales año 2

Productos	Precio	Cantidad	Total	Mes 1		Mes 2	
				Cantidad	Total	Cantidad	Total
Análisis Clínicos							
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 110,00	1560	\$ 171.600,00	140	\$ 15.400,00	140	\$ 15.400,00
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 110,00	3120	\$ 343.200,00	280	\$ 30.800,00	280	\$ 30.800,00
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 110,00	3120	\$ 343.200,00	280	\$ 30.800,00	280	\$ 30.800,00
Inmunología	\$ 110,00	3120	\$ 343.200,00	280	\$ 30.800,00	280	\$ 30.800,00
Bioquímica	\$ 120,00	3120	\$ 374.400,00	280	\$ 33.600,00	280	\$ 33.600,00
Hematología	\$ 120,00	3960	\$ 475.200,00	360	\$ 43.200,00	360	\$ 43.200,00
TOTALES		18000	\$ 2.050.800,00	1620	\$ 184.600,00	1620	\$ 184.600,00
Estudios Médicos							
Cardiovasculares no invasivos	\$ 200,00	950	\$ 190.000,00	110	\$ 22.000,00	110	\$ 22.000,00
Densitometría ósea	\$ 220,00	950	\$ 209.000,00	110	\$ 24.200,00	110	\$ 24.200,00
Diagnóstico mamario	\$ 280,00	950	\$ 266.000,00	110	\$ 30.800,00	110	\$ 30.800,00
Ecografía	\$ 200,00	1760	\$ 352.000,00	180	\$ 36.000,00	180	\$ 36.000,00
Ecografía Doppler	\$ 330,00	950	\$ 313.500,00	110	\$ 36.300,00	110	\$ 36.300,00
Radiología adultos y pediátrica	\$ 200,00	2570	\$ 514.000,00	270	\$ 54.000,00	270	\$ 54.000,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 200,00	455	\$ 91.000,00	45	\$ 9.000,00	45	\$ 9.000,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 270,00	455	\$ 122.850,00	45	\$ 12.150,00	45	\$ 12.150,00
Resonancia Magnética	\$ 725,00	1760	\$ 1.276.000,00	180	\$ 130.500,00	180	\$ 130.500,00
TOTALES		10800	\$ 3.334.350,00	1160	\$ 354.950,00	1160	\$ 354.950,00

TOTALES AÑO 2 28800 \$ 5.385.150,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas		Comisión: 5ºA			Turno: Noche

AÑO 2									
Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6		Mes 7	
Cantidad	Total								
125	\$ 13.750,00	125	\$ 13.750,00	125	\$ 13.750,00	125	\$ 13.750,00	125	\$ 13.750,00
250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00
250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00
250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00
250	\$ 30.000,00	250	\$ 30.000,00	250	\$ 30.000,00	250	\$ 30.000,00	250	\$ 30.000,00
315	\$ 37.800,00	315	\$ 37.800,00	315	\$ 37.800,00	315	\$ 37.800,00	315	\$ 37.800,00
1440	\$ 164.050,00	1440	\$ 164.050,00	1440	\$ 164.050,00	1440	\$ 164.050,00	1440	\$ 164.050,00
60	\$ 12.000,00	60	\$ 12.000,00	70	\$ 14.000,00	70	\$ 14.000,00	70	\$ 14.000,00
60	\$ 13.200,00	60	\$ 13.200,00	70	\$ 15.400,00	70	\$ 15.400,00	70	\$ 15.400,00
60	\$ 16.800,00	60	\$ 16.800,00	70	\$ 19.600,00	70	\$ 19.600,00	70	\$ 19.600,00
120	\$ 24.000,00	120	\$ 24.000,00	140	\$ 28.000,00	130	\$ 26.000,00	140	\$ 28.000,00
60	\$ 19.800,00	60	\$ 19.800,00	70	\$ 23.100,00	70	\$ 23.100,00	70	\$ 23.100,00
180	\$ 36.000,00	180	\$ 36.000,00	210	\$ 42.000,00	190	\$ 38.000,00	210	\$ 42.000,00
30	\$ 6.000,00	30	\$ 6.000,00	35	\$ 7.000,00	35	\$ 7.000,00	35	\$ 7.000,00
30	\$ 8.100,00	30	\$ 8.100,00	35	\$ 9.450,00	35	\$ 9.450,00	35	\$ 9.450,00
120	\$ 87.000,00	120	\$ 87.000,00	140	\$ 101.500,00	130	\$ 94.250,00	140	\$ 101.500,00
720	\$ 222.900,00	720	\$ 222.900,00	840	\$ 260.050,00	800	\$ 246.800,00	840	\$ 260.050,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas		Comisión: 5ºA			Turno: Noche

Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12	
Cantidad	Total								
125	\$ 13.750,00	125	\$ 13.750,00	125	\$ 13.750,00	125	\$ 13.750,00	155	\$ 17.050,00
250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	310	\$ 34.100,00
250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	310	\$ 34.100,00
250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	250	\$ 27.500,00	310	\$ 34.100,00
250	\$ 30.000,00	250	\$ 30.000,00	250	\$ 30.000,00	250	\$ 30.000,00	310	\$ 37.200,00
315	\$ 37.800,00	315	\$ 37.800,00	315	\$ 37.800,00	315	\$ 37.800,00	405	\$ 48.600,00
1440	\$ 164.050,00	1440	\$ 164.050,00	1440	\$ 164.050,00	1440	\$ 164.050,00	1800	\$ 205.150,00
70	\$ 14.000,00	70	\$ 14.000,00	70	\$ 14.000,00	70	\$ 14.000,00	120	\$ 24.000,00
70	\$ 15.400,00	70	\$ 15.400,00	70	\$ 15.400,00	70	\$ 15.400,00	120	\$ 26.400,00
70	\$ 19.600,00	70	\$ 19.600,00	70	\$ 19.600,00	70	\$ 19.600,00	120	\$ 33.600,00
140	\$ 28.000,00	140	\$ 28.000,00	140	\$ 28.000,00	140	\$ 28.000,00	190	\$ 38.000,00
70	\$ 23.100,00	70	\$ 23.100,00	70	\$ 23.100,00	70	\$ 23.100,00	120	\$ 39.600,00
210	\$ 42.000,00	210	\$ 42.000,00	210	\$ 42.000,00	210	\$ 42.000,00	220	\$ 44.000,00
35	\$ 7.000,00	35	\$ 7.000,00	35	\$ 7.000,00	35	\$ 7.000,00	60	\$ 12.000,00
35	\$ 9.450,00	35	\$ 9.450,00	35	\$ 9.450,00	35	\$ 9.450,00	60	\$ 16.200,00
140	\$ 101.500,00	140	\$ 101.500,00	140	\$ 101.500,00	140	\$ 101.500,00	190	\$ 137.750,00
840	\$ 260.050,00	840	\$ 260.050,00	840	\$ 260.050,00	840	\$ 260.050,00	1200	\$ 371.550,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Ventas Mensuales año 3

Productos	Precio	Cantidad	Total	Mes 1		Mes 2	
				Cantidad	Total	Cantidad	Total
Análisis Clínicos							
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 110,00	2640	\$ 290.400,00	230	\$ 25.300,00	230	\$ 25.300,00
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 110,00	4810	\$ 529.100,00	420	\$ 46.200,00	420	\$ 46.200,00
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 110,00	4810	\$ 529.100,00	420	\$ 46.200,00	420	\$ 46.200,00
Inmunología	\$ 110,00	4810	\$ 529.100,00	420	\$ 46.200,00	420	\$ 46.200,00
Bioquímica	\$ 120,00	4810	\$ 577.200,00	420	\$ 50.400,00	420	\$ 50.400,00
Hematología	\$ 120,00	6120	\$ 734.400,00	555	\$ 66.600,00	555	\$ 66.600,00
TOTALES		28000	\$ 3.189.300,00	2465	\$ 280.900,00	2465	\$ 280.900,00
Estudios Médicos							
Cardiovasculares no invasivos	\$ 200,00	1435	\$ 287.000,00	125	\$ 25.000,00	125	\$ 25.000,00
Densitometría ósea	\$ 220,00	1435	\$ 315.700,00	125	\$ 27.500,00	125	\$ 27.500,00
Diagnóstico mamario	\$ 280,00	1435	\$ 401.800,00	125	\$ 35.000,00	125	\$ 35.000,00
Ecografía	\$ 200,00	2320	\$ 464.000,00	195	\$ 39.000,00	195	\$ 39.000,00
Ecografía Doppler	\$ 330,00	1435	\$ 473.550,00	125	\$ 41.250,00	125	\$ 41.250,00
Radiología adultos y pediátrica	\$ 200,00	3095	\$ 619.000,00	285	\$ 57.000,00	285	\$ 57.000,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 200,00	880	\$ 176.000,00	55	\$ 11.000,00	55	\$ 11.000,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 270,00	880	\$ 237.600,00	55	\$ 14.850,00	55	\$ 14.850,00
Resonancia Magnética	\$ 725,00	2285	\$ 1.656.625,00	195	\$ 141.375,00	195	\$ 141.375,00
TOTALES		15200	\$ 4.631.275,00	1285	\$ 391.975,00	1285	\$ 391.975,00

TOTALES AÑO 3 43200 \$ 7.820.575,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

AÑO 3									
Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6		Mes 7	
Cantidad	Total								
215	\$ 23.650,00	215	\$ 23.650,00	215	\$ 23.650,00	215	\$ 23.650,00	215	\$ 23.650,00
390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00
390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00
390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00
390	\$ 46.800,00	390	\$ 46.800,00	390	\$ 46.800,00	390	\$ 46.800,00	390	\$ 46.800,00
490	\$ 58.800,00	490	\$ 58.800,00	490	\$ 58.800,00	490	\$ 58.800,00	490	\$ 58.800,00
2265	\$ 257.950,00	2265	\$ 257.950,00	2265	\$ 257.950,00	2265	\$ 257.950,00	2265	\$ 257.950,00
125	\$ 25.000,00	125	\$ 25.000,00	115	\$ 23.000,00	115	\$ 23.000,00	115	\$ 23.000,00
125	\$ 27.500,00	125	\$ 27.500,00	115	\$ 25.300,00	115	\$ 25.300,00	115	\$ 25.300,00
125	\$ 35.000,00	125	\$ 35.000,00	115	\$ 32.200,00	115	\$ 32.200,00	115	\$ 32.200,00
195	\$ 39.000,00	195	\$ 39.000,00	190	\$ 38.000,00	190	\$ 38.000,00	190	\$ 38.000,00
125	\$ 41.250,00	125	\$ 41.250,00	115	\$ 37.950,00	115	\$ 37.950,00	115	\$ 37.950,00
285	\$ 57.000,00	285	\$ 57.000,00	245	\$ 49.000,00	245	\$ 49.000,00	245	\$ 49.000,00
55	\$ 11.000,00	55	\$ 11.000,00	80	\$ 16.000,00	80	\$ 16.000,00	80	\$ 16.000,00
55	\$ 14.850,00	55	\$ 14.850,00	80	\$ 21.600,00	80	\$ 21.600,00	80	\$ 21.600,00
195	\$ 141.375,00	195	\$ 141.375,00	185	\$ 134.125,00	185	\$ 134.125,00	185	\$ 134.125,00
1285	\$ 391.975,00	1285	\$ 391.975,00	1240	\$ 377.175,00	1240	\$ 377.175,00	1240	\$ 377.175,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12	
Cantidad	Total								
215	\$ 23.650,00	215	\$ 23.650,00	215	\$ 23.650,00	215	\$ 23.650,00	245	\$ 26.950,00
390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	460	\$ 50.600,00
390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	460	\$ 50.600,00
390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	390	\$ 42.900,00	460	\$ 50.600,00
390	\$ 46.800,00	390	\$ 46.800,00	390	\$ 46.800,00	390	\$ 46.800,00	460	\$ 55.200,00
490	\$ 58.800,00	490	\$ 58.800,00	490	\$ 58.800,00	490	\$ 58.800,00	600	\$ 72.000,00
2265	\$ 257.950,00	2265	\$ 257.950,00	2265	\$ 257.950,00	2265	\$ 257.950,00	2685	\$ 305.950,00
115	\$ 23.000,00	115	\$ 23.000,00	115	\$ 23.000,00	115	\$ 23.000,00	130	\$ 26.000,00
115	\$ 25.300,00	115	\$ 25.300,00	115	\$ 25.300,00	115	\$ 25.300,00	130	\$ 28.600,00
115	\$ 32.200,00	115	\$ 32.200,00	115	\$ 32.200,00	115	\$ 32.200,00	130	\$ 36.400,00
190	\$ 38.000,00	190	\$ 38.000,00	190	\$ 38.000,00	190	\$ 38.000,00	210	\$ 42.000,00
115	\$ 37.950,00	115	\$ 37.950,00	115	\$ 37.950,00	115	\$ 37.950,00	130	\$ 42.900,00
245	\$ 49.000,00	245	\$ 49.000,00	245	\$ 49.000,00	245	\$ 49.000,00	240	\$ 48.000,00
80	\$ 16.000,00	80	\$ 16.000,00	80	\$ 16.000,00	80	\$ 16.000,00	100	\$ 20.000,00
80	\$ 21.600,00	80	\$ 21.600,00	80	\$ 21.600,00	80	\$ 21.600,00	100	\$ 27.000,00
185	\$ 134.125,00	185	\$ 134.125,00	185	\$ 134.125,00	185	\$ 134.125,00	210	\$ 152.250,00
1240	\$ 377.175,00	1240	\$ 377.175,00	1240	\$ 377.175,00	1240	\$ 377.175,00	1380	\$ 423.150,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche	

Justificaciones de las proyecciones

(1) Se prevee que como se trata de un emprendimiento, el consumo de nuestros servicios durante los primeros meses del AÑO 1 irán no serán los máximos definidos en las hipótesis. Sin embargo, estos, irán en aumento, hasta alcanzar el promedio estipulado en el Mes 4 del mismo año.

(2) Cantidad de Análisis Clínicos: la distribución de las estimaciones esta dada en función de con que frecuencia se realizan los diferentes tipos de análisis. Por ejemplo los análisis de sangre (Hematología) son los mas frecuentes y por eso el volumen de estos es mayor que los del resto; En el otro extremo tenemos los análisis de Heces (Microbiología y parasitología – Heces) que son los menos requeridos, y por ello su volumen es el menor de todos.

(3) Cantidad de Estudios Médicos: la distribución de las cantidades previstas a ser consumidas estan dadas por razones similares a la de los análisis clínicos, por la frecuencia en la que son requeridos, sin embargo en estos existe otro factor determinante que influye en el volumen requerido, este factor es la comodidad. Debido a esto último se evitan incomodidades y esperas molestas en instituciones médicas, lo cual se prevee beneficiará enormemente la realización de estos tipos de estudios. Por eso se estima que las Resonancias Magnéticas, Radiología adultos y pediátrica y Ecografías serán los mas consumidos; por otro lado se tienen las Imágenes dentomaxilofaciales – 2D y 3D, que por son las de menor volumen, y que por lo general son requeridas en conjunto, razón por las cual sus cantidades son iguales.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.4 Modelo de Egresos

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver

Modelo de Egresos

Costo	Períodos		
	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Fijos	\$ 237.420,00	\$ 291.770,00	\$ 346.120,00
Costos Variables	\$ 202.840,00	\$ 332.821,50	\$ 488.147,10
Costos RRHH	\$ 2.440.884,80	\$ 3.431.782,40	\$ 4.019.724,40
TOTALES	\$ 2.881.144,80	\$ 4.056.373,90	\$ 4.853.991,50

Costo	Períodos		
	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Fijos *	\$ 2.678.304,80	\$ 3.723.552,40	\$ 4.365.844,40
Costos Variables	\$ 202.840,00	\$ 332.821,50	\$ 488.147,10
TOTALES	\$ 2.881.144,80	\$ 4.056.373,90	\$ 4.853.991,50

* contiene [Costos RRHH](#)

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.4.1 Costos Fijos

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		



Volver Inicio



Volver Modelo de Egresos

Costos Fijos

Costo Fijo	Años			
	1	2	3	
Servicios				
Luz	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	(\$ 450 por mes)
Agua	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	(\$ 80 por mes)
Gas	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	(\$ 60 por mes)
Teléfono e Internet	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	(\$ 800 por mes)
Expensas	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	(\$ 300 por mes)
Alquileres				
Alquiler Oficina*	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00	
Honorarios				
Mantenimiento Sitio Web	\$ 96.000,00	\$ 96.000,00	\$ 96.000,00	(\$ 8000 por mes)
Esterilización Unidades Móviles**	\$ 48.000,00	\$ 72.000,00	\$ 96.000,00	(\$ 2000 por Unidad por mes)
Mantenimiento				
Mantenimiento Equipo	\$ 1.000,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00	
Mantenimiento Unidades Móviles	\$ 1.200,00	\$ 1.800,00	\$ 2.400,00	
Seguros y Patentes				
Seguros Unidades Móviles***	\$ 32.000,00	\$ 48.000,00	\$ 64.000,00	(\$ 16000 por Unidad por año)
Patentes Unidades Móviles***	\$ 5.000,00	\$ 7.500,00	\$ 10.000,00	(\$ 2500 por Unidad por año)
Seguros Equipos***	\$ 21.500,00	\$ 32.250,00	\$ 43.000,00	
Promoción				
Redes Sociales	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	
Diario la Razón	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	
Folletería	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	
Spot de Radio	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	
Comisiones Bancarias				
Comisiones Bancarias	\$ 18.000,00	\$ 24.000,00	\$ 30.000,00	
TOTALES \$ 237.420,00 \$ 291.770,00 \$ 346.120,00				

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.4.2 Costos Variables

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver Inicio



Volver Modelo de Egresos

Costos Variables

Tabla de costos	
Elemento	Costo por Unidad
1 - Guantes Latex	\$ 0,50
2 - Aguja s Múltiples	\$ 0,80
3 - Jeringas	\$ 0,40
4 - Laminas Portaobjetos	\$ 0,33
5 - Tubos de Ensayo	\$ 1,34
6 - Frascos Coprologicos	\$ 0,45
7 - Tiras de Orina	\$ 0,60
8 - Serologia + Controles (Reactivos)	\$ 4,00
9 - Aplicadores de Algodón	\$ 0,15
10 - Imagen Película Rayos	\$ 10
11 - Líquido Revelador Imagen 5L	\$ 150
12 - Combustible 1L	\$ 7,50
13 - Toner Impresora Color	\$ 200,00

Sitios de donde se extrajeron los precios (se convirtió a Pesos Argentinos)

<http://insumelab.com/index.php/lista-de-precios>

<http://spanish.alibaba.com/product-gs/agfa-x-ray-film-medical-film-fuji-image-film-1243136598.html>

<http://spanish.alibaba.com/product-gs/x-ray-fixer-liquid-concentrate-automatic-manual-5liters-501057484.html>

Se estima que por cada imagen en promedio se gastará 10mL (\$1,50)

Se estima que por cada Estudio y Análisis en promedio se gastará 200mL (\$1,30)

Se estima que cada estudio/análisis consumirá \$2,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Costos Variables por Análisis / Estudio		
Análisis/Estudio	Insumos necesarios	Costo Total
Microbiología y parasitología – Heces	1 - 4 - 6 - 12 -13	\$ 4,78
Microbiología y parasitología – Orina	1 - 5 - 7 - 12 -13	\$ 5,94
Microbiología y parasitología – Secreciones	1 - 4 - 5 - 9 - 12 -13	\$ 5,82
Inmunología	1 - 4 - 5 - 8 - 12 -13	\$ 9,67
Bioquímica	1 - 4 - 5 - 8 - 12 -13	\$ 9,67
Hematología	1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 8 - 12 -13	\$ 10,87
Cardiovasculares no invasivos	10 - 11 - 12 -13	\$ 15,00
Densitometría ósea	10 - 11 - 12 -13	\$ 24,00
Diagnóstico mamario	10 - 11 - 12 -13	\$ 15,75
Ecografía	10 - 11 - 12 -13	\$ 15,75
Ecografía Doppler	10 - 11 - 12 -13	\$ 15,75
Radiología adultos y pediátrica	10 - 11 - 12	\$ 16,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	10 - 11 -12	\$ 13,75
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	10 - 11 - 12	\$ 13,75
Resonancia Magnética	10 - 11 - 12 -13	\$ 21,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

Costos Variables Mensuales año 1

Productos	Costo	Cantidad	Total	Mes 1		Mes 2	
				Cantidad	Total	Cantidad	Total
Análisis Clínicos							
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 4,78	1000	\$ 4.780,00	45	\$ 215,10	55	\$ 262,90
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 5,94	2000	\$ 11.880,00	90	\$ 534,60	110	\$ 653,40
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 5,82	2000	\$ 11.640,00	90	\$ 523,80	110	\$ 640,20
Inmunología	\$ 9,67	2000	\$ 19.340,00	90	\$ 870,30	110	\$ 1.063,70
Bioquímica	\$ 9,67	2000	\$ 19.340,00	90	\$ 870,30	110	\$ 1.063,70
Hematología	\$ 10,87	3000	\$ 32.610,00	135	\$ 1.467,45	165	\$ 1.793,55
TOTALES		12000	\$ 99.590,00	540	\$ 4.481,55	660	\$ 5.477,45
Estudios Médicos							
Cardiovasculares no invasivos	\$ 15,75	500	\$ 7.875,00	25	\$ 393,75	30	\$ 472,50
Densitometría ósea	\$ 24,00	500	\$ 12.000,00	25	\$ 600,00	30	\$ 720,00
Diagnóstico mamario	\$ 15,75	500	\$ 7.875,00	25	\$ 393,75	30	\$ 472,50
Ecografía	\$ 15,75	1000	\$ 15.750,00	50	\$ 787,50	60	\$ 945,00
Ecografía Doppler	\$ 15,75	500	\$ 7.875,00	25	\$ 393,75	30	\$ 472,50
Radiología adultos y pediátrica	\$ 16,00	1500	\$ 24.000,00	75	\$ 1.200,00	90	\$ 1.440,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 13,75	250	\$ 3.437,50	15	\$ 206,25	17	\$ 233,75
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 13,75	250	\$ 3.437,50	15	\$ 206,25	17	\$ 233,75
Resonancia Magnética	\$ 21,00	1000	\$ 21.000,00	50	\$ 1.050,00	60	\$ 1.260,00
TOTALES		6000	\$ 103.250,00	305	\$ 5.231,25	364	\$ 6.250,00
TOTALES AÑO 1		18000	\$ 202.840,00				

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

AÑO 1									
Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6		Mes 7	
Cantidad	Total								
70	\$ 334,60	90	\$ 430,20	90	\$ 430,20	90	\$ 430,20	90	\$ 430,20
140	\$ 831,60	180	\$ 1.069,20	180	\$ 1.069,20	180	\$ 1.069,20	180	\$ 1.069,20
140	\$ 814,80	180	\$ 1.047,60	180	\$ 1.047,60	180	\$ 1.047,60	180	\$ 1.047,60
140	\$ 1.353,80	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60
140	\$ 1.353,80	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60
210	\$ 2.282,70	270	\$ 2.934,90	270	\$ 2.934,90	270	\$ 2.934,90	270	\$ 2.934,90
840	\$ 6.971,30	1080	\$ 8.963,10	1080	\$ 8.963,10	1080	\$ 8.963,10	1080	\$ 8.963,10
37	\$ 582,75	44	\$ 693,00	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50
37	\$ 888,00	44	\$ 1.056,00	42	\$ 1.008,00	42	\$ 1.008,00	42	\$ 1.008,00
37	\$ 582,75	44	\$ 693,00	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50
80	\$ 1.260,00	85	\$ 1.338,75	85	\$ 1.338,75	85	\$ 1.338,75	85	\$ 1.338,75
37	\$ 582,75	44	\$ 693,00	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50
111	\$ 1.776,00	128	\$ 2.048,00	128	\$ 2.048,00	128	\$ 2.048,00	128	\$ 2.048,00
18	\$ 247,50	21	\$ 288,75	21	\$ 288,75	21	\$ 288,75	21	\$ 288,75
18	\$ 247,50	21	\$ 288,75	21	\$ 288,75	21	\$ 288,75	21	\$ 288,75
80	\$ 1.680,00	85	\$ 1.785,00	85	\$ 1.785,00	85	\$ 1.785,00	85	\$ 1.785,00
455	\$ 7.847,25	516	\$ 8.884,25	508	\$ 8.741,75	508	\$ 8.741,75	508	\$ 8.741,75

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas		Comisión: 5ºA			Turno: Noche

Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12	
Cantidad	Total								
90	\$ 430,20	90	\$ 430,20	90	\$ 430,20	90	\$ 430,20	110	\$ 525,80
180	\$ 1.069,20	180	\$ 1.069,20	180	\$ 1.069,20	180	\$ 1.069,20	220	\$ 1.306,80
180	\$ 1.047,60	180	\$ 1.047,60	180	\$ 1.047,60	180	\$ 1.047,60	220	\$ 1.280,40
180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	220	\$ 2.127,40
180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	180	\$ 1.740,60	220	\$ 2.127,40
270	\$ 2.934,90	270	\$ 2.934,90	270	\$ 2.934,90	270	\$ 2.934,90	330	\$ 3.587,10
1080	\$ 8.963,10	1080	\$ 8.963,10	1080	\$ 8.963,10	1080	\$ 8.963,10	1320	\$ 10.954,90
42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	70	\$ 1.102,50
42	\$ 1.008,00	42	\$ 1.008,00	42	\$ 1.008,00	42	\$ 1.008,00	70	\$ 1.680,00
42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	70	\$ 1.102,50
85	\$ 1.338,75	85	\$ 1.338,75	85	\$ 1.338,75	85	\$ 1.338,75	130	\$ 2.047,50
42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	42	\$ 661,50	70	\$ 1.102,50
128	\$ 2.048,00	128	\$ 2.048,00	128	\$ 2.048,00	128	\$ 2.048,00	200	\$ 3.200,00
21	\$ 288,75	21	\$ 288,75	21	\$ 288,75	23	\$ 316,25	30	\$ 412,50
21	\$ 288,75	21	\$ 288,75	21	\$ 288,75	23	\$ 316,25	30	\$ 412,50
85	\$ 1.785,00	85	\$ 1.785,00	85	\$ 1.785,00	85	\$ 1.785,00	130	\$ 2.730,00
508	\$ 8.741,75	508	\$ 8.741,75	508	\$ 8.741,75	512	\$ 8.796,75	800	\$ 13.790,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Costos Variables Mensuales año 2

Productos	Costo	Cantidad	Total	Mes 1		Mes 2	
				Cantidad	Total	Cantidad	Total
Análisis Clínicos							
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 4,78	1560	\$ 7.456,80	140	\$ 669,20	140	\$ 669,20
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 5,94	3120	\$ 18.532,80	280	\$ 1.663,20	280	\$ 1.663,20
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 5,82	3120	\$ 18.158,40	280	\$ 1.629,60	280	\$ 1.629,60
Inmunología	\$ 9,67	3120	\$ 30.170,40	280	\$ 2.707,60	280	\$ 2.707,60
Bioquímica	\$ 9,67	3120	\$ 30.170,40	280	\$ 2.707,60	280	\$ 2.707,60
Hematología	\$ 10,87	3960	\$ 43.045,20	360	\$ 3.913,20	360	\$ 3.913,20
TOTALES		18000	\$ 147.534,00	1620	\$ 13.290,40	1620	\$ 13.290,40
Estudios Médicos							
Cardiovasculares no invasivos	\$ 15,00	950	\$ 14.250,00	110	\$ 1.650,00	110	\$ 1.650,00
Densitometría ósea	\$ 24,00	950	\$ 22.800,00	110	\$ 2.640,00	110	\$ 2.640,00
Diagnóstico mamario	\$ 15,75	950	\$ 14.962,50	110	\$ 1.732,50	110	\$ 1.732,50
Ecografía	\$ 15,75	1760	\$ 27.720,00	180	\$ 2.835,00	180	\$ 2.835,00
Ecografía Doppler	\$ 15,75	950	\$ 14.962,50	110	\$ 1.732,50	110	\$ 1.732,50
Radiología adultos y pediátrica	\$ 16,00	2570	\$ 41.120,00	270	\$ 4.320,00	270	\$ 4.320,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 13,75	455	\$ 6.256,25	45	\$ 618,75	45	\$ 618,75
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 13,75	455	\$ 6.256,25	45	\$ 618,75	45	\$ 618,75
Resonancia Magnética	\$ 21,00	1760	\$ 36.960,00	180	\$ 3.780,00	180	\$ 3.780,00
TOTALES		10800	\$ 185.287,50	1160	\$ 19.927,50	1160	\$ 19.927,50
TOTALES AÑO 2		28800	\$ 332.821,50				

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

AÑO 2									
Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6		Mes 7	
Cantidad	Total								
125	\$ 597,50	125	\$ 597,50	125	\$ 597,50	125	\$ 597,50	125	\$ 597,50
250	\$ 1.485,00	250	\$ 1.485,00	250	\$ 1.485,00	250	\$ 1.485,00	250	\$ 1.485,00
250	\$ 1.455,00	250	\$ 1.455,00	250	\$ 1.455,00	250	\$ 1.455,00	250	\$ 1.455,00
250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50
250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50
315	\$ 3.424,05	315	\$ 3.424,05	315	\$ 3.424,05	315	\$ 3.424,05	315	\$ 3.424,05
1440	\$ 11.796,55	1440	\$ 11.796,55	1440	\$ 11.796,55	1440	\$ 11.796,55	1440	\$ 11.796,55
60	\$ 900,00	60	\$ 900,00	70	\$ 1.050,00	70	\$ 1.050,00	70	\$ 1.050,00
60	\$ 1.440,00	60	\$ 1.440,00	70	\$ 1.680,00	70	\$ 1.680,00	70	\$ 1.680,00
60	\$ 945,00	60	\$ 945,00	70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50
120	\$ 1.890,00	120	\$ 1.890,00	140	\$ 2.205,00	130	\$ 2.047,50	140	\$ 2.205,00
60	\$ 945,00	60	\$ 945,00	70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50
180	\$ 2.880,00	180	\$ 2.880,00	210	\$ 3.360,00	190	\$ 3.040,00	210	\$ 3.360,00
30	\$ 412,50	30	\$ 412,50	35	\$ 481,25	35	\$ 481,25	35	\$ 481,25
30	\$ 412,50	30	\$ 412,50	35	\$ 481,25	35	\$ 481,25	35	\$ 481,25
120	\$ 2.520,00	120	\$ 2.520,00	140	\$ 2.940,00	130	\$ 2.730,00	140	\$ 2.940,00
720	\$ 12.345,00	720	\$ 12.345,00	840	\$ 14.402,50	800	\$ 13.715,00	840	\$ 14.402,50

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas		Comisión: 5ºA			Turno: Noche

Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12	
Cantidad	Total								
125	\$ 597,50	125	\$ 597,50	125	\$ 597,50	125	\$ 597,50	155	\$ 740,90
250	\$ 1.485,00	250	\$ 1.485,00	250	\$ 1.485,00	250	\$ 1.485,00	310	\$ 1.841,40
250	\$ 1.455,00	250	\$ 1.455,00	250	\$ 1.455,00	250	\$ 1.455,00	310	\$ 1.804,20
250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	310	\$ 2.997,70
250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	250	\$ 2.417,50	310	\$ 2.997,70
315	\$ 3.424,05	315	\$ 3.424,05	315	\$ 3.424,05	315	\$ 3.424,05	405	\$ 4.402,35
1440	\$ 11.796,55	1440	\$ 11.796,55	1440	\$ 11.796,55	1440	\$ 11.796,55	1800	\$ 14.784,25
70	\$ 1.050,00	70	\$ 1.050,00	70	\$ 1.050,00	70	\$ 1.050,00	120	\$ 1.800,00
70	\$ 1.680,00	70	\$ 1.680,00	70	\$ 1.680,00	70	\$ 1.680,00	120	\$ 2.880,00
70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50	120	\$ 1.890,00
140	\$ 2.205,00	140	\$ 2.205,00	140	\$ 2.205,00	140	\$ 2.205,00	190	\$ 2.992,50
70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50	70	\$ 1.102,50	120	\$ 1.890,00
210	\$ 3.360,00	210	\$ 3.360,00	210	\$ 3.360,00	210	\$ 3.360,00	220	\$ 3.520,00
35	\$ 481,25	35	\$ 481,25	35	\$ 481,25	35	\$ 481,25	60	\$ 825,00
35	\$ 481,25	35	\$ 481,25	35	\$ 481,25	35	\$ 481,25	60	\$ 825,00
140	\$ 2.940,00	140	\$ 2.940,00	140	\$ 2.940,00	140	\$ 2.940,00	190	\$ 3.990,00
840	\$ 14.402,50	840	\$ 14.402,50	840	\$ 14.402,50	840	\$ 14.402,50	1200	\$ 20.612,50

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Costos Variables Mensuales año 3

Productos	Costo	Cantidad	Total	Mes 1		Mes 2	
				Cantidad	Total	Cantidad	Total
Análisis Clínicos							
Microbiología y parasitología – Heces	\$ 4,78	2640	\$ 12.619,20	230	\$ 1.099,40	230	\$ 1.099,40
Microbiología y parasitología – Orina	\$ 5,94	4810	\$ 28.571,40	420	\$ 2.494,80	420	\$ 2.494,80
Microbiología y parasitología – Secreciones	\$ 5,82	4810	\$ 27.994,20	420	\$ 2.444,40	420	\$ 2.444,40
Inmunología	\$ 9,67	4810	\$ 46.512,70	420	\$ 4.061,40	420	\$ 4.061,40
Bioquímica	\$ 9,67	4810	\$ 46.512,70	420	\$ 4.061,40	420	\$ 4.061,40
Hematología	\$ 10,87	6120	\$ 66.524,40	555	\$ 6.032,85	555	\$ 6.032,85
TOTALES		28000	\$ 228.734,60	2465	\$ 20.194,25	2465	\$ 20.194,25
Estudios Médicos							
Cardiovasculares no invasivos	\$ 15,00	1435	\$ 21.525,00	125	\$ 1.875,00	125	\$ 1.875,00
Densitometría ósea	\$ 24,00	1435	\$ 34.440,00	125	\$ 3.000,00	125	\$ 3.000,00
Diagnóstico mamario	\$ 15,75	1435	\$ 22.601,25	125	\$ 1.968,75	125	\$ 1.968,75
Ecografía	\$ 15,75	2320	\$ 36.540,00	195	\$ 3.071,25	195	\$ 3.071,25
Ecografía Doppler	\$ 15,75	1435	\$ 22.601,25	125	\$ 1.968,75	125	\$ 1.968,75
Radiología adultos y pediátrica	\$ 16,00	3095	\$ 49.520,00	285	\$ 4.560,00	285	\$ 4.560,00
Imágenes dentomaxilofaciales – 2D	\$ 13,75	880	\$ 12.100,00	55	\$ 756,25	55	\$ 756,25
Imágenes dentomaxilofaciales – 3D	\$ 13,75	880	\$ 12.100,00	55	\$ 756,25	55	\$ 756,25
Resonancia Magnética	\$ 21,00	2285	\$ 47.985,00	195	\$ 4.095,00	195	\$ 4.095,00
TOTALES		15200	\$ 259.412,50	1285	\$ 22.051,25	1285	\$ 22.051,25

TOTALES AÑO 3 43200 \$ 488.147,10

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

AÑO 3									
Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6		Mes 7	
Cantidad	Total								
215	\$ 1.027,70	215	\$ 1.027,70	215	\$ 1.027,70	215	\$ 1.027,70	215	\$ 1.027,70
390	\$ 2.316,60	390	\$ 2.316,60	390	\$ 2.316,60	390	\$ 2.316,60	390	\$ 2.316,60
390	\$ 2.269,80	390	\$ 2.269,80	390	\$ 2.269,80	390	\$ 2.269,80	390	\$ 2.269,80
390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30
390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30
490	\$ 5.326,30	490	\$ 5.326,30	490	\$ 5.326,30	490	\$ 5.326,30	490	\$ 5.326,30
2265	\$ 18.483,00								
125	\$ 1.875,00	125	\$ 1.875,00	115	\$ 1.725,00	115	\$ 1.725,00	115	\$ 1.725,00
125	\$ 3.000,00	125	\$ 3.000,00	115	\$ 2.760,00	115	\$ 2.760,00	115	\$ 2.760,00
125	\$ 1.968,75	125	\$ 1.968,75	115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25
195	\$ 3.071,25	195	\$ 3.071,25	190	\$ 2.992,50	190	\$ 2.992,50	190	\$ 2.992,50
125	\$ 1.968,75	125	\$ 1.968,75	115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25
285	\$ 4.560,00	285	\$ 4.560,00	245	\$ 3.920,00	245	\$ 3.920,00	245	\$ 3.920,00
55	\$ 756,25	55	\$ 756,25	80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00
55	\$ 756,25	55	\$ 756,25	80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00
195	\$ 4.095,00	195	\$ 4.095,00	185	\$ 3.885,00	185	\$ 3.885,00	185	\$ 3.885,00
1285	\$ 22.051,25	1285	\$ 22.051,25	1240	\$ 21.105,00	1240	\$ 21.105,00	1240	\$ 21.105,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12	
Cantidad	Total								
215	\$ 1.027,70	215	\$ 1.027,70	215	\$ 1.027,70	215	\$ 1.027,70	245	\$ 1.171,10
390	\$ 2.316,60	390	\$ 2.316,60	390	\$ 2.316,60	390	\$ 2.316,60	460	\$ 2.732,40
390	\$ 2.269,80	390	\$ 2.269,80	390	\$ 2.269,80	390	\$ 2.269,80	460	\$ 2.677,20
390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	460	\$ 4.448,20
390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	390	\$ 3.771,30	460	\$ 4.448,20
490	\$ 5.326,30	490	\$ 5.326,30	490	\$ 5.326,30	490	\$ 5.326,30	600	\$ 6.522,00
2265	\$ 18.483,00	2265	\$ 18.483,00	2265	\$ 18.483,00	2265	\$ 18.483,00	2685	\$ 21.999,10
115	\$ 1.725,00	115	\$ 1.725,00	115	\$ 1.725,00	115	\$ 1.725,00	130	\$ 1.950,00
115	\$ 2.760,00	115	\$ 2.760,00	115	\$ 2.760,00	115	\$ 2.760,00	130	\$ 3.120,00
115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25	130	\$ 2.047,50
190	\$ 2.992,50	190	\$ 2.992,50	190	\$ 2.992,50	190	\$ 2.992,50	210	\$ 3.307,50
115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25	115	\$ 1.811,25	130	\$ 2.047,50
245	\$ 3.920,00	245	\$ 3.920,00	245	\$ 3.920,00	245	\$ 3.920,00	240	\$ 3.840,00
80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00	100	\$ 1.375,00
80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00	80	\$ 1.100,00	100	\$ 1.375,00
185	\$ 3.885,00	185	\$ 3.885,00	185	\$ 3.885,00	185	\$ 3.885,00	210	\$ 4.410,00
1240	\$ 21.105,00	1240	\$ 21.105,00	1240	\$ 21.105,00	1240	\$ 21.105,00	1380	\$ 23.472,50

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.4.3 Costos RRHH

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		



Volver Inicio



Volver Modelo de Egresos

Costos RRHH

Costos RRHH Mensuales año 1

Productos	Mes 1			
	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
Área de Tecnología				
Personal de Sistemas (1)	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
Área de Servicios (Logística)				
Chofer (1)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (2)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (3)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Área de Servicios (Prestación)				
Técnico en Imágenes (1)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (2)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (3)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico de Laboratorio (1)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (2)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (3)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Médico Clínico (1)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (2)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (3)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Bioquímico (1)	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
Área de Administración				
Secretaria (1)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Secretaria (2)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Secretaria (3)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Contador General (1)	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
Tesorero (1)	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
TOTALES	\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90

	Sueldos	Jubilaciones	Obras Sociales	ART	TOTAL
TOTALES AÑO 1	\$ 1.921.400,00	\$ 326.638,00	\$ 115.284,00	\$ 77.562,80	\$ 2.440.884,80

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 2				Mes 3			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90	\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 4								Mes 5			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART				
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10				
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10				
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10				
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10				
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10				
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10				
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10				
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10				
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10				
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10				
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10				
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10				
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10				
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10				
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10				
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10				
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10				
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10				
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10				
\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90	\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90				

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

AÑO 1							
Mes 6				Mes 7			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 22.500,00	\$ 3.825,00	\$ 1.350,00	\$ 903,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 221.700,00	\$ 37.689,00	\$ 13.302,00	\$ 8.926,90	\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 8				Mes 9			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90	\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 10				Mes 11			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90	\$ 147.800,00	\$ 25.126,00	\$ 8.868,00	\$ 5.970,90

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Mes 12			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 22.500,00	\$ 3.825,00	\$ 1.350,00	\$ 903,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10
\$ 221.700,00	\$ 37.689,00	\$ 13.302,00	\$ 8.926,90

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Costos RRHH Mensuales año 2

Productos	Mes 1			
	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
Área de Tecnología				
Personal de Sistemas (1)	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
Área de Servicios (Logística)				
Chofer (1)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (2)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (3)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (4)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (5)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Área de Servicios (Prestación)				
Técnico en Imágenes (1)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (2)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (3)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (4)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (5)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico de Laboratorio (1)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (2)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (3)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (4)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (5)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Médico Clínico (1)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (2)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (3)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (4)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (5)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Bioquímico (1)	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
Área de Administración				
Secretaria (1)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Secretaria (2)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Secretaria (3)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Contador General (1)	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
Tesorero (1)	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
TOTALES	\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70

	Sueldos	Jubilaciones	Obras Sociales	ART	TOTAL
TOTALES AÑO 2	\$ 2.701.400,00	\$ 459.238,00	\$ 162.084,00	\$ 109.060,40	\$ 3.431.782,40

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas		Comisión: 5ªA			Turno: Noche

Mes 2				Mes 3			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70	\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 4				Mes 5			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70	\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

AÑO 2							
Mes 6				Mes 7			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 22.500,00	\$ 3.825,00	\$ 1.350,00	\$ 903,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 311.700,00	\$ 52.989,00	\$ 18.702,00	\$ 12.551,70	\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 8				Mes 9			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70	\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 10				Mes 11			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70	\$ 207.800,00	\$ 35.326,00	\$ 12.468,00	\$ 8.395,70

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Mes 12			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 22.500,00	\$ 3.825,00	\$ 1.350,00	\$ 903,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10
\$ 311.700,00	\$ 52.989,00	\$ 18.702,00	\$ 12.551,70

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Costos RRHH Mensuales año 3

Productos	Mes 1			
	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
Área de Tecnología				
Personal de Sistemas (1)	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
Área de Servicios (Logística)				
Chofer (1)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (2)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (3)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (4)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (5)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Chofer (6)	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
Área de Servicios (Prestación)				
Técnico en Imágenes (1)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (2)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (3)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (4)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (5)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico en Imágenes (6)	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
Técnico de Laboratorio (1)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (2)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (3)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (4)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (5)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Técnico de Laboratorio (6)	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
Médico Clínico (1)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (2)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (3)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (4)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (5)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Médico Clínico (6)	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
Bioquímico (1)	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
Área de Administración				
Secretaria (1)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Secretaria (2)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Secretaria (3)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Secretaria (4)	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Contador General (1)	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
Tesorero (1)	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
TOTALES	\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20

	Sueldos	Jubilaciones	Obras Sociales	ART	TOTAL
TOTALES AÑO 3	\$ 3.164.200,00	\$ 537.914,00	\$ 189.852,00	\$ 127.758,40	\$ 4.019.724,40

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 2				Mes 3			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20	\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 4				Mes 5			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20	\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

AÑO 3							
Mes 6				Mes 7			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 22.500,00	\$ 3.825,00	\$ 1.350,00	\$ 903,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 365.100,00	\$ 62.067,00	\$ 21.906,00	\$ 14.703,20	\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 8				Mes 9			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20	\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería			AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías				Legajo: 7279		
	Sede: Lomas		Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Mes 10				Mes 11			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10	\$ 7.000,00	\$ 1.190,00	\$ 420,00	\$ 283,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10	\$ 7.500,00	\$ 1.275,00	\$ 450,00	\$ 303,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10	\$ 6.500,00	\$ 1.105,00	\$ 390,00	\$ 263,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10	\$ 9.000,00	\$ 1.530,00	\$ 540,00	\$ 363,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10	\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10	\$ 10.000,00	\$ 1.700,00	\$ 600,00	\$ 403,10
\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10	\$ 8.000,00	\$ 1.360,00	\$ 480,00	\$ 323,10
\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20	\$ 243.400,00	\$ 41.378,00	\$ 14.604,00	\$ 9.835,20

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Mes 12			
Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 10.500,00	\$ 1.785,00	\$ 630,00	\$ 423,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 11.250,00	\$ 1.912,50	\$ 675,00	\$ 453,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 9.750,00	\$ 1.657,50	\$ 585,00	\$ 393,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 13.500,00	\$ 2.295,00	\$ 810,00	\$ 543,10
\$ 22.500,00	\$ 3.825,00	\$ 1.350,00	\$ 903,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
\$ 15.000,00	\$ 2.550,00	\$ 900,00	\$ 603,10
\$ 12.000,00	\$ 2.040,00	\$ 720,00	\$ 483,10
\$ 365.100,00	\$ 62.067,00	\$ 21.906,00	\$ 14.703,20

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

8.5 Modelo de Inversión

	HomeClinic	Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías		Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	



Volver Inicio

Modelo de Inversión

Período	Total Inversión
Año 0	\$ 1.288.465,85
Año 1	\$ 323.023,96
Año 2	\$ 328.812,96

Inversión Año 0			
Elemento	Precio por Unidad	Cantidad	Total
Bienes Oficina			
Escritorio*	\$ 800,00	12	\$ 9.600,00
Silla*	\$ 600,00	12	\$ 7.200,00
Computadora*	\$ 4.000,00	12	\$ 48.000,00
Celulares(radio)**	\$ 389,00	5	\$ 1.945,00
Licencias			
Sql Server 2008****	-	-	\$ 4.426,78
Visual Studio 2010***	-	-	\$ 5.266,15
Windows 7*	-	-	\$ 980,00
Sitio Web			
Desarrollo Sitio Web	-	-	\$ 85.000,00 Ver detalle
Bienes Unidades Móviles			
Ecógrafo Portatil	\$ 25.630,00	2	\$ 51.260,00
Máquina de rayos Portatil	\$ 32.000,00	2	\$ 64.000,00
Maquina de Resonancias	\$ 480.000,00	1	\$ 480.000,00
Incubadoras	\$ 37.352,47	2	\$ 74.704,94
Microscopios	\$ 4.773,08	2	\$ 9.546,16
Analizador de Hematología	\$ 9.531,98	2	\$ 19.063,96
Centrífuga	\$ 9.347,43	2	\$ 18.694,86
Celulares(radio)**	\$ 389,00	2	\$ 778,00
Computadora*	\$ 4.000,00	2	\$ 8.000,00
Rodados			
Unidad Móvil	\$ 200.000,00	2	\$ 400.000,00
TOTAL			\$ 1.288.465,85

\$ 717.269,92	Todos los equipos médicos serán adquiridos por medio del aporte de capital de los socios.
\$ 571.195,93	El resto de los bienes, rodados y licencias seran financiadas por medio de un préstamo

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Inversión Año 1			
Elemento	Precio por Unidad	Cantidad	Total
Bienes Unidades Móviles			
Ecógrafo Portatil	\$ 25.630,00	1	\$ 25.630,00
Máquina de rayos Portatil	\$ 32.000,00	1	\$ 32.000,00
Incubadoras	\$ 37.352,47	1	\$ 37.352,47
Microscopios	\$ 4.773,08	1	\$ 4.773,08
Analizador de Hematología	\$ 9.531,98	1	\$ 9.531,98
Centrífuga	\$ 9.347,43	1	\$ 9.347,43
Celulares(radio)**	\$ 389,00	1	\$ 389,00
Computadora*	\$ 4.000,00	1	\$ 4.000,00
Rodados			
Unidad Móvil	\$ 200.000,00	1	\$ 200.000,00

TOTAL	\$ 323.023,96
--------------	----------------------

Inversión Año 2			
Elemento	Precio por Unidad	Cantidad	Total
Bienes y Útiles			
Escritorio*	\$ 800,00	1	\$ 800,00
Silla*	\$ 600,00	1	\$ 600,00
Computadora*	\$ 4.000,00	1	\$ 4.000,00
Celulares(radio)**	\$ 389,00	1	\$ 389,00
Bienes Unidades Móviles			
Ecógrafo Portatil	\$ 25.630,00	1	\$ 25.630,00
Máquina de rayos Portatil	\$ 32.000,00	1	\$ 32.000,00
Incubadoras	\$ 37.352,47	1	\$ 37.352,47
Microscopios	\$ 4.773,08	1	\$ 4.773,08
Analizador de Hematología	\$ 9.531,98	1	\$ 9.531,98
Centrífuga	\$ 9.347,43	1	\$ 9.347,43
Celulares(radio)**	\$ 389,00	1	\$ 389,00
Computadora*	\$ 4.000,00	1	\$ 4.000,00
Rodados			
Unidad Móvil	\$ 200.000,00	1	\$ 200.000,00

TOTAL	\$ 328.812,96
--------------	----------------------

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Desarrollo Sitio Web

Etapas	Personas involucradas	Cantida de Horas	Precio por Hora	Total de días	Total \$
Relevamiento	Ingeniero en Sistemas	16	\$ 93,75	2	\$ 1.500,00
Análisis	Ingeniero en Sistemas	80	\$ 93,75	10	\$ 7.500,00
Diseño	Ingeniero en Sistemas	80	\$ 93,75	10	\$ 10.000,00
	Personal Seguridad Informática	40	\$ 62,50		
Codificación	Desarrolador .NET jr	400	\$ 37,50	50	\$ 45.000,00
	Desarrolador .NET sr	400	\$ 75,00		
Pruebas	Personal QA	160	\$ 37,50	20	\$ 8.500,00
	Personal Seguridad Informática	40	\$ 62,50		
Implementación	Ingeniero en Sistemas	40	\$ 93,75	5	\$ 6.250,00
	Personal Seguridad Informática	40	\$ 62,50		
Post-Implementación	Ingeniero en Sistemas	40	\$ 93,75	5	\$ 6.250,00
	Personal Seguridad Informática	40	\$ 62,50		
TOTALES				102	\$ 85.000,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Sitios de donde se extrajeron los precios (se convirtió a Pesos Argentinos)	
*	http://www.mercadolibre.com.ar/
**	http://tienda.nextel.com.ar/telefonos/i706.html
***	http://www.grupocomputacionaldeco.com/esp/index/item/69/49/visual-studio-professional-2010
****	http://www.amazon.com/SQL-Server-2008-R2-Workgroup/dp/B003KWQB3U

Sitios de donde se extrajeron los precios de los equipos (se convirtió a Pesos Argentinos)	
	http://www.toutenkamion.com/medico-especial.html
	http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-477361084-ecografo-portatil-mindray-dp-2200-transductor-convexo- JM
	http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-475752599-equipo-rodante-para-rayos-x-ionoray-200ma-100kv- JM
	http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-478140501-resonancia-magnetica-sistema- JM
	http://www.labotienda.com/es/catalogo/agitadores_incubadores-con-agitacion_Refrigerados_Incubador-refrigerado-c-agitacion-400x450-mm.aspx
	http://www.labotienda.com/es/catalogo/optica_microscopios_Profesionales_Microscopio-triocular-opt.-infinito-138-8.aspx
	http://spanish.alibaba.com/product-gs/full-automatic-hematology-analyzer-cbc-6000-356109161.html
	http://www.labotienda.com/es/catalogo/centrifugas_alta-velocidad_Microhematocrito_Centrifuga-microhematocrito-digital-2924.aspx

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.5.1 Préstamo

	HomeClinic	Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías		Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	

SIMULADOR SISTEMA FRANCES

Más Información en:

<http://www.infonetprofesional.com.ar>

DATOS A CARGAR	
CAPITAL:	\$ 571.195,93
PLAZO (máximo 120 meses):	60
TASA EFECTIVA MENSUAL:	0,91%
TOTAL SEGURO (total a pagar):	\$ 1.000,00
TASA IVA:	0,00%

VALOR DE LA CUOTA 12.413,07



Volver Presupuesto Financiero

9,90% TNA

http://www.bna.com.ar/pymes/py_credito_s.asp

CUADRO DE AMORTIZACIÓN							
NRO. CUOTA	CAPITAL ADEUDADO	INTERES	IVA INTERES	AMORTIZACION	SEGURO	CUOTA TOTAL	SALDO CAPITAL
1	\$ 571.195,93	\$ 5.197,88	\$ -	\$ 7.198,52	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 563.997,41
2	\$ 563.997,41	\$ 5.132,38	\$ -	\$ 7.264,03	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 556.733,38
3	\$ 556.733,38	\$ 5.066,27	\$ -	\$ 7.330,13	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 549.403,24
4	\$ 549.403,24	\$ 4.999,57	\$ -	\$ 7.396,84	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 542.006,41
5	\$ 542.006,41	\$ 4.932,26	\$ -	\$ 7.464,15	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 534.542,26
6	\$ 534.542,26	\$ 4.864,33	\$ -	\$ 7.532,07	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 527.010,18
7	\$ 527.010,18	\$ 4.795,79	\$ -	\$ 7.600,61	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 519.409,57
8	\$ 519.409,57	\$ 4.726,63	\$ -	\$ 7.669,78	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 511.739,79
9	\$ 511.739,79	\$ 4.656,83	\$ -	\$ 7.739,57	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 504.000,22
10	\$ 504.000,22	\$ 4.586,40	\$ -	\$ 7.810,00	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 496.190,21
11	\$ 496.190,21	\$ 4.515,33	\$ -	\$ 7.881,08	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 488.309,13
12	\$ 488.309,13	\$ 4.443,61	\$ -	\$ 7.952,79	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 480.356,34
13	\$ 480.356,34	\$ 4.371,24	\$ -	\$ 8.025,16	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 472.331,18
14	\$ 472.331,18	\$ 4.298,21	\$ -	\$ 8.098,19	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 464.232,98
15	\$ 464.232,98	\$ 4.224,52	\$ -	\$ 8.171,89	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 456.061,10
16	\$ 456.061,10	\$ 4.150,16	\$ -	\$ 8.246,25	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 447.814,85
17	\$ 447.814,85	\$ 4.075,12	\$ -	\$ 8.321,29	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 439.493,55
18	\$ 439.493,55	\$ 3.999,39	\$ -	\$ 8.397,02	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 431.096,54
19	\$ 431.096,54	\$ 3.922,98	\$ -	\$ 8.473,43	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 422.623,11
20	\$ 422.623,11	\$ 3.845,87	\$ -	\$ 8.550,54	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 414.072,57

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería				AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías					Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA			Turno: Noche			

21	\$ 414.072,57	\$ 3.768,06	\$ -	\$ 8.628,35	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 405.444,23
22	\$ 405.444,23	\$ 3.689,54	\$ -	\$ 8.706,86	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 396.737,36
23	\$ 396.737,36	\$ 3.610,31	\$ -	\$ 8.786,10	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 387.951,27
24	\$ 387.951,27	\$ 3.530,36	\$ -	\$ 8.866,05	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 379.085,22
25	\$ 379.085,22	\$ 3.449,68	\$ -	\$ 8.946,73	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 370.138,48
26	\$ 370.138,48	\$ 3.368,26	\$ -	\$ 9.028,15	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 361.110,34
27	\$ 361.110,34	\$ 3.286,10	\$ -	\$ 9.110,30	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 352.000,03
28	\$ 352.000,03	\$ 3.203,20	\$ -	\$ 9.193,21	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 342.806,83
29	\$ 342.806,83	\$ 3.119,54	\$ -	\$ 9.276,86	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 333.529,96
30	\$ 333.529,96	\$ 3.035,12	\$ -	\$ 9.361,28	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 324.168,68
31	\$ 324.168,68	\$ 2.949,93	\$ -	\$ 9.446,47	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 314.722,21
32	\$ 314.722,21	\$ 2.863,97	\$ -	\$ 9.532,43	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 305.189,77
33	\$ 305.189,77	\$ 2.777,23	\$ -	\$ 9.619,18	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 295.570,59
34	\$ 295.570,59	\$ 2.689,69	\$ -	\$ 9.706,71	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 285.863,88
35	\$ 285.863,88	\$ 2.601,36	\$ -	\$ 9.795,05	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 276.068,83
36	\$ 276.068,83	\$ 2.512,23	\$ -	\$ 9.884,18	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 266.184,65
37	\$ 266.184,65	\$ 2.422,28	\$ -	\$ 9.974,13	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 256.210,52
38	\$ 256.210,52	\$ 2.331,52	\$ -	\$ 10.064,89	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 246.145,63
39	\$ 246.145,63	\$ 2.239,93	\$ -	\$ 10.156,48	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 235.989,15
40	\$ 235.989,15	\$ 2.147,50	\$ -	\$ 10.248,91	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 225.740,25
41	\$ 225.740,25	\$ 2.054,24	\$ -	\$ 10.342,17	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 215.398,08
42	\$ 215.398,08	\$ 1.960,12	\$ -	\$ 10.436,28	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 204.961,79
43	\$ 204.961,79	\$ 1.865,15	\$ -	\$ 10.531,25	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 194.430,54
44	\$ 194.430,54	\$ 1.769,32	\$ -	\$ 10.627,09	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 183.803,45
45	\$ 183.803,45	\$ 1.672,61	\$ -	\$ 10.723,80	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 173.079,65
46	\$ 173.079,65	\$ 1.575,02	\$ -	\$ 10.821,38	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 162.258,27
47	\$ 162.258,27	\$ 1.476,55	\$ -	\$ 10.919,86	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 151.338,41
48	\$ 151.338,41	\$ 1.377,18	\$ -	\$ 11.019,23	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 140.319,19
49	\$ 140.319,19	\$ 1.276,90	\$ -	\$ 11.119,50	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 129.199,68
50	\$ 129.199,68	\$ 1.175,72	\$ -	\$ 11.220,69	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 117.978,99
51	\$ 117.978,99	\$ 1.073,61	\$ -	\$ 11.322,80	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 106.656,20
52	\$ 106.656,20	\$ 970,57	\$ -	\$ 11.425,84	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 95.230,36
53	\$ 95.230,36	\$ 866,60	\$ -	\$ 11.529,81	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 83.700,55
54	\$ 83.700,55	\$ 761,68	\$ -	\$ 11.634,73	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 72.065,82
55	\$ 72.065,82	\$ 655,80	\$ -	\$ 11.740,61	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 60.325,21
56	\$ 60.325,21	\$ 548,96	\$ -	\$ 11.847,45	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 48.477,76
57	\$ 48.477,76	\$ 441,15	\$ -	\$ 11.955,26	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 36.522,50
58	\$ 36.522,50	\$ 332,35	\$ -	\$ 12.064,05	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 24.458,45
59	\$ 24.458,45	\$ 222,57	\$ -	\$ 12.173,83	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 12.284,62
60	\$ 12.284,62	\$ 111,79	\$ -	\$ 12.284,62	\$ 16,67	\$ 12.413,07	\$ 0,00

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.6 Amortizaciones

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		



Volver Inicio

Amortizaciones

Período	Total Amortización
Año 1	\$ 182.413,88
Año 2	\$ 236.716,27
Año 3	\$ 290.397,57

Amortizaciones Año 1					
Ítem	Valor	Amortiza en (años)	Valor Amortización anual	Cantidad de Ítems	Valor Total Amortización anual
Bienes y Útiles					
Escritorio	\$ 800,00	10	\$ 80,00	12	\$ 960,00
Silla	\$ 600,00	10	\$ 60,00	12	\$ 720,00
Computadora	\$ 4.000,00	5	\$ 800,00	12	\$ 9.600,00
Ecógrafo Portatil	\$ 25.630,00	10	\$ 2.563,00	2	\$ 5.126,00
Máquina de rayos Portatil	\$ 32.000,00	10	\$ 3.200,00	2	\$ 6.400,00
Incubadoras	\$ 37.352,47	10	\$ 3.735,25	2	\$ 7.470,49
Microscopios	\$ 4.773,08	10	\$ 477,31	2	\$ 954,62
Analizador de Hematología	\$ 9.531,98	10	\$ 953,20	2	\$ 1.906,40
Centrífuga	\$ 9.347,43	10	\$ 934,74	2	\$ 1.869,49
Maquina de Resonancias Portatil	\$ 480.000,00	10	\$ 48.000,00	1	\$ 48.000,00
Celulares(radio)	\$ 389,00	10	\$ 38,90	7	\$ 272,30
Licencias					
Sql Server 2008	\$ 4.426,78	5	\$ 885,36	1	\$ 885,36
Visual Studio 2010	\$ 5.266,15	5	\$ 1.053,23	1	\$ 1.053,23
Windows 7	\$ 980,00	5	\$ 196,00	1	\$ 196,00
Sitio Web					
Desarrollo Sitio Web	\$ 85.000,00	5	\$ 17.000,00	1	\$ 17.000,00
Rodados					
Unidad Móvil	\$ 200.000,00	5	\$ 40.000,00	2	\$ 80.000,00
TOTAL					\$ 182.413,88

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Amortizaciones Año 2					
Ítem	Valor	Amortiza en (años)	Valor Amortización anual	Cantidad de Ítems	Valor Total Amortización anual
Bienes y Útiles					
Escritorio	\$ 800,00	10	\$ 80,00	12	\$ 960,00
Silla	\$ 600,00	10	\$ 60,00	12	\$ 720,00
Computadora	\$ 4.000,00	5	\$ 800,00	15	\$ 12.000,00
Ecógrafo Portatil	\$ 25.630,00	10	\$ 2.563,00	3	\$ 7.689,00
Máquina de rayos	\$ 32.000,00	10	\$ 3.200,00	3	\$ 9.600,00
Incubadoras	\$ 37.352,47	10	\$ 3.735,25	3	\$ 11.205,74
Microscopios	\$ 4.773,08	10	\$ 477,31	3	\$ 1.431,92
Analizador de	\$ 9.531,98	10	\$ 953,20	3	\$ 2.859,59
Centrífuga	\$ 9.347,43	10	\$ 934,74	3	\$ 2.804,23
Maquina de Resonancias	\$ 480.000,00	10	\$ 48.000,00	1	\$ 48.000,00
Celulares(radio)	\$ 389,00	10	\$ 38,90	8	\$ 311,20
Licencias					
Sql Server 2008	\$ 4.426,78	5	\$ 885,36	1	\$ 885,36
Visual Studio 2010	\$ 5.266,15	5	\$ 1.053,23	1	\$ 1.053,23
Windows 7	\$ 980,00	5	\$ 196,00	1	\$ 196,00
Sitio Web					
Desarrollo Sitio Web	\$ 85.000,00	5	\$ 17.000,00	1	\$ 17.000,00
Rodados					
Unidad Móvil	\$ 200.000,00	5	\$ 40.000,00	3	\$ 120.000,00

TOTAL	\$ 236.716,27
--------------	----------------------

Amortizaciones Año 3					
Ítem	Valor	Amortiza en (años)	Valor Amortización anual	Cantidad de Ítems	Valor Total Amortización anual
Bienes y Útiles					
Escritorio	\$ 800,00	10	\$ 80,00	13	\$ 1.040,00
Silla	\$ 600,00	10	\$ 60,00	13	\$ 780,00
Computadora	\$ 4.000,00	5	\$ 800,00	17	\$ 13.600,00
Ecógrafo Portatil	\$ 25.630,00	10	\$ 2.563,00	4	\$ 10.252,00
Máquina de rayos	\$ 32.000,00	10	\$ 3.200,00	4	\$ 12.800,00
Incubadoras	\$ 37.352,47	10	\$ 3.735,25	4	\$ 14.940,99
Microscopios	\$ 4.773,08	10	\$ 477,31	4	\$ 1.909,23
Analizador de	\$ 9.531,98	10	\$ 953,20	4	\$ 3.812,79
Centrífuga	\$ 9.347,43	10	\$ 934,74	4	\$ 3.738,97
Maquina de Resonancias	\$ 480.000,00	10	\$ 48.000,00	1	\$ 48.000,00
Celulares(radio)	\$ 389,00	10	\$ 38,90	10	\$ 389,00
Licencias					
Sql Server 2008	\$ 4.426,78	5	\$ 885,36	1	\$ 885,36
Visual Studio 2010	\$ 5.266,15	5	\$ 1.053,23	1	\$ 1.053,23
Windows 7	\$ 980,00	5	\$ 196,00	1	\$ 196,00
Sitio Web					
Desarrollo Sitio Web	\$ 85.000,00	5	\$ 17.000,00	1	\$ 17.000,00
Rodados					
Unidad Móvil	\$ 200.000,00	5	\$ 40.000,00	4	\$ 160.000,00

TOTAL	\$ 290.397,57
--------------	----------------------

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.7 Presupuesto Financiero

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver Inicio

Presupuesto Financiero

	Períodos				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Total Ingresos		\$ 3.227.500,00	\$ 5.385.150,00	\$ 7.820.575,00	
Egresos					
Costos Variables		\$ 202.840,00	\$ 332.821,50	\$ 488.147,10	
Costos Fijos		\$ 237.420,00	\$ 291.770,00	\$ 346.120,00	
Costos RR.HH.		\$ 2.440.884,80	\$ 3.431.782,40	\$ 4.019.724,40	
Intereses Préstamos		\$ -57.917,29	\$ -47.485,76	\$ -35.856,32	
Utilidades antes de Impuestos		\$ 288.437,91	\$ 1.281.290,34	\$ 2.930.727,18	
IIBB (3% Anual)		\$ -96.825,00	\$ -161.554,50	\$ -234.617,25	
IIGG (35% Anual) *			\$ -3.219,66	\$ -309.056,85	\$ -943.638,48
Utilidad después de Impuestos		\$ 191.612,91	\$ 1.116.516,18	\$ 2.387.053,08	
Inversion	\$ -571.195,93	\$ -323.023,96	\$ -328.812,96		
Préstamos ** Ver Detalle	\$ 571.195,93				
Amortización de capital		\$ -90.839,59	\$ -101.271,13	\$ -112.900,56	
Capital Inicial	\$ -717.269,92				
Flujo de Fondos	\$ -717.269,92	\$ -222.250,64	\$ 686.432,10	\$ 2.274.152,52	\$ -943.638,48

* Al total del impuesto de Ganancias le descontamos las amortizaciones.

** Se pedirá un préstamo por el monto de \$ 571.195,93 para poder adquirir los bienes necesarios para llevar a cabo el negocio. Página 242 de 312

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	Períodos					
	Año 1		Año 2		Año 3	
	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital
Préstamo Año 0	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56
TOTALES	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56

Tasa de Corte	VAN	TIR
40%	\$ 216.409,19	58%

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

8.8 Escenarios

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver Inicio

Escenarios

Matriz de Riesgo

Prob. Ocurrencia	Nivel de Impacto		
	1	2	3
Menor a 25%	L	L	L
Entre 25,1% y 50%	L	M	M
Entre 50,1% y 74,9%	M	M	G
Mayor a 75%	M	G	G

Riesgo	Prob. Ocurrencia	Nivel de Impacto	Evaluación del Riesgo	
Aumentan los Precios de los Insumos	80	2	G	 Escenario N°1
Ingreso de Nuevo competidor al mercado	75	3	G	 Escenario N°2
Menor participación en el mercado de la prevista	30	2	M	 Escenario N°3

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver Inicio



Volver Escenarios

Escenario N° 1

En este escenario los precios de los insumos se mantienen estables durante el primer año de operación, sin embargo a partir del segundo año los mismo aumentan un 50% con respecto a lo previsto.

	Períodos				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Total Ingresos		\$ 3.227.500,00	\$ 5.385.150,00	\$ 7.820.575,00	
Egresos					
Costos Variables		\$ 202.840,00	\$ 499.232,25	\$ 732.220,65	
Costos Fijos		\$ 237.420,00	\$ 291.770,00	\$ 346.120,00	
Costos RR.HH.		\$ 2.440.884,80	\$ 3.431.782,40	\$ 4.019.724,40	
Intereses Préstamos		\$ -57.917,29	\$ -47.485,76	\$ -35.856,32	
Utilidades antes de Impuestos		\$ 288.437,91	\$ 1.114.879,59	\$ 2.686.653,63	
IIBB (3% Anual)		\$ -96.825,00	\$ -161.554,50	\$ -234.617,25	
IIGG (35% Anual) *			\$ -3.219,66	\$ -250.813,09	\$ -858.212,73
Utilidad después de Impuestos		\$ 191.612,91	\$ 950.105,43	\$ 2.201.223,29	
Inversion	\$ -571.195,93	\$ -323.023,96	\$ -328.812,96		
Préstamos ** Ver Detalle	\$ 571.195,93				
Amortización de capital		\$ -90.839,59	\$ -101.271,13	\$ -112.900,56	
Capital Inicial	\$ -717.269,92				
Flujo de Fondos	\$ -717.269,92	\$ -222.250,64	\$ 520.021,35	\$ 2.088.322,73	\$ -858.212,73

* Al total del impuesto de Ganancias le descontamos las amortizaciones.

** Se pedirá un préstamo por el monto de \$ 571.195,93 para poder adquirir los bienes necesarios para llevar a cabo el negocio.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	Períodos					
	Año 1		Año 2		Año 3	
	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital
Préstamo Año 0	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56
TOTALES	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56

Tasa de Corte	VAN	TIR
40%	\$ 107.390,85	49%

Como conclusión de este caso, podemos decir que a pesar de que los precios de los insumos aumenten en un 50% y de que nuestra rentabilidad baje, la rentabilidad del negocio todavía sigue siendo favorable por 9 puntos teniendo en cuenta una Tasa de Corte del 40%.

	HomeClinic	Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías	Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	



Volver Inicio



Volver Escenarios

Escenario N° 2

En este escenario ingresa un nuevo competidor al mercado durante el año 2 haciendo que nuestros ingresos disminuyan un 10% durante el mismo. Se prevee que en el año 3 lograremos aumentar las ventas llegando hasta solo un 6% menos de lo estimado.

	Períodos				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Total Ingresos		\$ 3.227.500,00	\$ 4.846.635,00	\$ 7.351.340,50	
Egresos					
Costos Variables		\$ 202.840,00	\$ 299.539,35	\$ 458.858,27	
Costos Fijos		\$ 237.420,00	\$ 291.770,00	\$ 346.120,00	
Costos RR.HH.		\$ 2.440.884,80	\$ 3.431.782,40	\$ 4.019.724,40	
Intereses Préstamos		\$ -57.917,29	\$ -47.485,76	\$ -35.856,32	
Utilidades antes de Impuestos		\$ 288.437,91	\$ 776.057,49	\$ 2.490.781,51	
IIBB (3% Anual)		\$ -96.825,00	\$ -145.399,05	\$ -220.540,22	
IIGG (35% Anual) *			\$ -3.219,66	\$ -137.879,76	\$ -794.584,45
Utilidad después de Impuestos		\$ 191.612,91	\$ 627.438,78	\$ 2.132.361,53	
Inversion	\$ -571.195,93	\$ -323.023,96	\$ -328.812,96		
Préstamos ** Ver Detalle	\$ 571.195,93				
Amortización de capital		\$ -90.839,59	\$ -101.271,13	\$ -112.900,56	
Capital Inicial	\$ -717.269,92				
Flujo de Fondos	\$ -717.269,92	\$ -222.250,64	\$ 197.354,70	\$ 2.019.460,97	\$ -794.584,45

* Al total del impuesto de Ganancias le descontamos las amortizaciones.

** Se pedirá un préstamo por el monto de \$ 571.195,93 para poder adquirir los bienes necesarios para llevar a cabo el negocio.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	Períodos					
	Año 1		Año 2		Año 3	
	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital
Préstamo Año 0	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56
TOTALES	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56

Tasa de Corte	VAN	TIR
40%	\$ -28.124,32	38%

Como conclusión de este caso, podemos decir que el ingreso de un nuevo competidor importante en el mercado durante en el año 2, hace que nuestra rentabilidad caiga por debajo de la Tasa de Corte. Por esta razón, planteamos el siguiente Plan de Contingencia.

Plan de Contingencia

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver Inicio



Volver Escenario N°2

Planes de Contingencia

Como plan de contingencia para mitigar este escenario desfavorable y temporal se decide resindirle el contrato a una de las secretarias a mediados del año 2 (30/06/2014).

	Períodos				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Total Ingresos		\$ 3.227.500,00	\$ 4.846.635,00	\$ 7.351.340,50	
Egresos					
Costos Variables		\$ 202.840,00	\$ 299.539,35	\$ 458.858,27	
Costos Fijos		\$ 237.420,00	\$ 291.770,00	\$ 346.120,00	
Costos RR.HH.		\$ 2.440.884,80	\$ 3.407.301,05	\$ 3.927.231,20	
Intereses Préstamos		\$ -57.917,29	\$ -47.485,76	\$ -35.856,32	
Utilidades antes de Impuestos		\$ 288.437,91	\$ 800.538,84	\$ 2.583.274,71	
IIBB (3% Anual)		\$ -96.825,00	\$ -145.399,05	\$ -220.540,22	
IIGG (35% Anual) *			\$ -3.219,66	\$ -146.448,23	\$ -826.957,07
Utilidad después de Impuestos		\$ 191.612,91	\$ 651.920,13	\$ 2.216.286,26	
Inversion	\$ -571.195,93	\$ -323.023,96	\$ -328.812,96		
Préstamos ** Ver Detalle	\$ 571.195,93				
Amortización de capital		\$ -90.839,59	\$ -101.271,13	\$ -112.900,56	
Capital Inicial	\$ -717.269,92				
Flujo de Fondos	\$ -717.269,92	\$ -222.250,64	\$ 221.836,05	\$ 2.103.385,70	\$ -826.957,07

* Al total del impuesto de Ganancias le descontamos las amortizaciones.

** Se pedirá un préstamo por el monto de \$ 571.195,93 para poder adquirir los bienes necesarios para llevar a cabo el negocio.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas		Comisión: 5ºA			Turno: Noche

Sueldo y Aportes Secretaria				
	Sueldo	Jubilación	Obra Social	ART
Mes 1	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 2	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 3	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 4	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 5	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 6	\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
TOTALES	\$ 36.400,00	\$ 6.188,00	\$ 2.184,00	\$ 1.474,60
Mes 7	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 8	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 9	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 10	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 11	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 12	\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
Mes 13	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 14	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 15	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 16	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 17	\$ 5.600,00	\$ 952,00	\$ 336,00	\$ 227,10
Mes 18	\$ 8.400,00	\$ 1.428,00	\$ 504,00	\$ 339,10
TOTALES	\$ 72.800,00	\$ 12.376,00	\$ 4.368,00	\$ 2.949,20

Indemnización	
Indemnización	\$ 11.200,00
Mes de preaviso	\$ 5.600,00
SAC preaviso	\$ 466,65
Vacaciones no gozadas	\$ 1.568,00
SAC sobre vacaciones	\$ 130,60
SAC proporcional	\$ 2.800,00
TOTAL	\$ 21.765,25

Total de sueldo y aportes 6 meses año 2 :	\$ 46.246,60
Total de sueldo y aportes año 3 :	\$ 92.493,20

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	Períodos					
	Año 1		Año 2		Año 3	
	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital
Préstamo Año 0	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56
TOTALES	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56

Tasa de Corte	VAN	TIR
40%	\$ 2.643,75	40%

Como conclusión podemos rescatar que despidiendo a una de nuestras empleadas logramos mitigar el escenario desfavorable. Se estima que será una situación temporal por lo cual en un futuro se incorporará mas personal a nuestro staff, y se estima mejorar la rentabilidad del negocio.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		



Volver Inicio



Volver Escenarios

Escenario N° 3

En este escenario no se consigue alcanzar la participación de mercado propuesta para el año 3, haciendo que tanto nuestros ingresos y egresos se vean afectados. La participación prevista para el año 3 era del 2,18%, sin embargo se alcanzaría el 1,96% (el 90% de lo previsto)

	Períodos				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Total Ingresos		\$ 3.227.500,00	\$ 5.385.150,00	\$ 7.038.517,50	
Egresos					
Costos Variables		\$ 202.840,00	\$ 332.821,50	\$ 439.332,39	
Costos Fijos		\$ 237.420,00	\$ 291.770,00	\$ 346.120,00	
Costos RR.HH.		\$ 2.440.884,80	\$ 3.431.782,40	\$ 4.019.724,40	
Intereses Préstamos		\$ -57.917,29	\$ -47.485,76	\$ -35.856,32	
Utilidades antes de Impuestos		\$ 288.437,91	\$ 1.281.290,34	\$ 2.197.484,39	
IIBB (3% Anual)		\$ -96.825,00	\$ -161.554,50	\$ -211.155,53	
IIGG (35% Anual) *			\$ -3.219,66	\$ -309.056,85	\$ -695.215,10
Utilidad después de Impuestos		\$ 191.612,91	\$ 1.116.516,18	\$ 1.677.272,02	
Inversion	\$ -571.195,93	\$ -323.023,96	\$ -328.812,96		
Préstamos ** Ver Detalle	\$ 571.195,93				
Amortización de capital		\$ -90.839,59	\$ -101.271,13	\$ -112.900,56	
Capital Inicial	\$ -717.269,92				
Flujo de Fondos	\$ -717.269,92	\$ -222.250,64	\$ 686.432,10	\$ 1.564.371,45	\$ -695.215,10

* Al total del impuesto de Ganancias le descontamos las amortizaciones.

** Se pedirá un préstamo por el monto de \$ 571.195,93 para poder adquirir los bienes necesarios para llevar a cabo el negocio.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

	Períodos					
	Año 1		Año 2		Año 3	
	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital	Intereses	Amortizacion Capital
Préstamo Año 0	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56
TOTALES	\$ 57.917,29	\$ 90.839,59	\$ 47.485,76	\$ 101.271,13	\$ 35.856,32	\$ 112.900,56

Tasa de Corte	VAN	TIR
40%	\$ 31.647,35	43%

Como conclusión de este caso, podemos decir que a pesar de no alcanzar la participación de mercado estipulada para el año 3, la rentabilidad del negocio todavía sigue siendo favorable por 3 puntos teniendo en cuenta una Tasa de Corte del 40%.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

9. Viabilidades

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

9.1 Viabilidad Financiera

Para realizar este análisis nos basamos en el Presupuesto Financiero definido en el punto 8 de la presenta carpeta.

En primer lugar los indicadores económicos especificados en el Presupuesto Financiero resultan favorables para nuestro negocio.

Por un lado la VAN (Valor Actual Neto) dio como resultado: **\$ 216.409,19**, lo cual indica que nuestra inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida (*se tomó una tasa de corte igual al 40%*)

Por otro lado la TIR (Tasa Interna de Retorno) dio como resultado: **58%**, lo cual indica que nuestro es negocio es rentable, ya que se tomó como tasa de corte un 40% y la TIR es mayor a esa tasa por 14 puntos.

En segundo lugar se plantearon diferentes escenarios desfavorables para nuestro negocio, en los cuales:

- Primer escenario: *“En este escenario los precios de los insumos se mantienen estables durante el primer año de operación, sin embargo a partir del segundo año los mismo aumentan un 50% con respecto a lo previsto.”*
 - **VAN: \$ 107.390,85**
 - **TIR: 49%**
 - **Conclusión:** Como conclusión de este caso, podemos decir que a pesar de que los precios de los insumos aumenten en un 50% y de que nuestra rentabilidad baje, la rentabilidad del negocio todavía sigue siendo favorable por 9 puntos teniendo en cuenta una Tasa de Corte del 40%.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

- Segundo escenario: *“En este escenario ingresa un nuevo competidor al mercado durante el año 2 haciendo que nuestros ingresos disminuyan un 10% durante el mismo. Se prevee que en el año 3 lograremos aumentar las ventas llegando hasta solo un 6% menos de lo estimado.”*
 - **VAN: \$ -28.124,32**
 - **TIR: 38%**
 - **Conclusión:** Como conclusión de este caso, podemos decir que el ingreso de un nuevo competidor importante en el mercado durante el año 2, hace que nuestra rentabilidad caiga por debajo de la Tasa de Corte. Por esta razón, planteamos el siguiente Plan de Contingencia.
 - **Plan de Contingencia:** Como plan de contingencia para mitigar este escenario desfavorable y temporal se decide rescindirle el contrato a una de las secretarias a mediados del año 2 (30/06/2014).
 - **VAN: \$ 2.643,75**
 - **TIR: 40%**
 - **Conclusión:** Como conclusión podemos rescatar que despidiendo a una de nuestras empleadas logramos mitigar el escenario desfavorable. Se estima que será una situación temporal por lo cual en un futuro se incorporará más personal a nuestro staff, y la rentabilidad del negocio será mayor.

- Tercer escenario: *“En este escenario no se consigue alcanzar la participación de mercado propuesta para el año 3, haciendo que tanto nuestros ingresos y egresos se vean afectados. La participación prevista para el año 3 era del 2,18%, sin embargo se alcanzaría el 1,96% (el 90% de lo previsto)”*
 - **VAN: \$ 31.647,35**
 - **TIR: 43%**
 - **Conclusión:** Como conclusión de este caso, podemos decir que a pesar de no alcanzar la participación de mercado estipulada para el año 3, la rentabilidad del negocio todavía sigue siendo favorable por 3 puntos teniendo en cuenta una Tasa de Corte del 40%.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

A partir de lo antes expuesto podemos decir que el negocio es factible en aspectos financieros, ya que no existe ningún impedimento financiero para poder llevar a cabo el mismo; y que a pesar de que se presenten situaciones adversas como las antes expuestas, el negocio, es lo suficientemente rentable como para afrontarlas sin inconvenientes.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

9.2 Viabilidad Comercial

Para analizar la viabilidad Comercial, vamos a hacer referencia al análisis expuesto en el punto 6 de la presente carpeta, en el cual se plantean las diferentes estrategias a desarrollar en cuanto a la comercialización de nuestros servicios.

En primer lugar todas la líneas de servicios y servicios unitarios mencionados en el punto 6.3.3, abarcan los Estudios Médicos y Análisis Clínicos que son realizados más frecuentemente por los pacientes, por lo cual visto desde esta perspectiva es un proyecto comercialmente hablando muy viable.

En segundo lugar haremos referencia a los costos y precios de venta. En el punto 6.4 de la presente carpeta se lista con mayor detalle todos los costos inferidos de los servicios prestados, así como también una lista con los precios de cada uno de los servicios que brindaremos. En ambos casos **HomeClinic** se encuentra en valores muy similares a la de sus principales competidores, ya que adoptamos una **Estrategia de Precios por Estatus**. Por ende estos aspectos tampoco suponen ningún impedimento comercial para desarrollar nuestro proyecto.

En tercer lugar nos centraremos en analizar la Promoción de nuestros servicios. En cuanto a este aspecto contamos con diferentes formas de promoción, desde promoción *off-line* como **volantes** o **publicidad en periódicos** hasta promoción *on-line* con **publicidad en las redes sociales**, pasando también por **cupones** válidos para la realización de algún Estudio o Análisis. A partir de lo antes mencionado podemos concluir que contamos con variadas formas de promoción, por lo cual no serían un impedimento para nuestro proyecto.

Por último mencionaremos la distribución de nuestros servicios. Cabe destacar que al tratarse de servicios, estos deben ser consumidos en el momento de su prestación. Con esto último presente, y con el conocimiento de nuestro negocio, las Unidades Móviles proveen el canal DIRECTO ideal para el consumo de nuestros servicios, por lo cual no necesitamos contratar ningún tercero para distribuir nuestros servicios. Para concluir podemos afirmar que este aspecto tampoco impone restricciones en cuanto a la factibilidad comercial de nuestro proyecto.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Como conclusión podemos decir que el negocio es factible en aspectos comerciales, ya que no existe ningún impedimento comercial para poder llevar a cabo el mismo; Tanto las estrategias de servicios, como las de precios y costos, y como las de promoción y distribución no imponen ningún impedimento comercial para llevar a cabo nuestra actividad.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

9.3 Viabilidad Legal

Al hablar de la viabilidad Legal debemos hacer mención a tres aspectos principales:

- Aspectos Societarios
- Aspectos Laborales
- Habilitaciones

9.3.1 Aspectos Societarios

La empresa **HomeClinic** es una empresa del tipo **S.R.L.**, ya que la responsabilidad de los socios está acotada al capital aportada a la empresa.

HomeClinic está constituida por 3 socios encargados de aportar el capital inicial necesario para llevar a cabo el negocio.

HomeClinic cumple con todo lo impuesto por la **Ley de Sociedades Comerciales** (*Ley 19550*).

9.3.2 Aspectos Laborales

HomeClinic se encuadra y cumple con todas las leyes laborales necesarias para hacer que el proyecto sea viable. Las leyes son:

- Ley Laboral – Ley 20744
- PMO (Plan Médico Obligatorio) – Ley 24754
- Ley de Obras Sociales – Ley 19032
- Sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones – Ley 24241
- FATSA – Convenio Colectivo de Trabajo – Convenio 108 y 459/06

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

9.3.3 Habilitaciones

HomeClinic cuenta con todas las habilitaciones necesarias del municipio de Lomas de Zamora para poder llevar a cabo su actividad empresarial.

9.3.4 Conclusión

Como conclusión podemos decir que el negocio es factible en aspectos legales, ya que no existe ningún impedimento legal para poder llevar a cabo el mismo; En todos los aspectos analizados previamente se denota el cumplimiento de todas las leyes necesarias para llevar a cabo nuestro negocio.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

ANEXOS

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.2 Anexos específicos del proyecto

1.2.1 Listado completo de análisis clínicos y estudios médicos

A continuación se detallarán los diferentes análisis clínicos y estudios médicos que ofrece nuestra empresa separados por especialidades:

ANÁLISIS CLÍNICOS

1. MICROBIOLOGÍA Y PARASITOLOGÍA

Heces

Coprocultivo/Antibiograma
 Ex. Heces Parásitos
 Ex. Heces Parásitos Seriados
 Leucocitos en Moco Fecal
 Prueba de Parche
 Thevenon (sangre oculta)

Orina

Calcio (orina 24 horas)
 Calcio de orina simple
 Fósforo
 Gram S/C
 Magnesio
 Orina completa
 Proteínas Bense Jones
 Proteinuria (orina 24 horas)
 Sedimento urinario
 Uricultivo/Antibiograma

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

Secreciones

BK Esputo

Cultivo/Antibiograma

secreción herida

Cultivo/Antibiograma

secreción uretral

Cultivo/Antibiograma

secreción vaginal

Cultivo hongos

Cultivo para BK

Espermacultivo

Espermatograma

Examen directo hongos

Examen directo secreción

uretral

Examen directo secreción

vaginal

Hemocultivo

Malaria

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

2. INMUNOLOGÍA

Aglutinaciones
 Antiestreptolisina
 Factor reumatoideo
 Hepatitis A
 Hepatitis B
 Hepatitis C
 Proteína C Reactiva
 Reacción de Widal
 RPR
 VDRL
 VIH (Elisa)
 VIH (Western Blot)

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

3. BIOQUÍMICA

Ácido Úrico
 Amilasa
 Bilirrubinas T y F
 Calcio/Calcio Iónico
 Colesterol HDL
 Colesterol LDL
 Colesterol total
 Colesterol VLDL
 CPK
 CPK-MB
 Creatinina
 Depuración Creatinina
 DHL (Deshidrogenasa Láctica)
 Electrolitos (Na, Cl, K)
 Fosfatasa Ácida Prostática
 Fosfatasa Ácida Total
 Fosfatasa Alcalina
 Fósforo
 G.G.T.P.
 Glucosa
 Glucosa Post-Pandrial
 Hemoglobina Glicosilada
 Lipasa
 Lípidos Totales
 Magnesio
 Proteínas T+F
 Riesgo Coronario
 Tolerancia a Glucosa
 Transaminasa GOT
 Transaminasa GPT
 Triglicéridos
 Úrea

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

4. HEMATOLOGÍA

Ácido Fólico
 Constantes Crepusculares
 Ferritina
 Grupo Sanguíneo + Factor RH
 Hematocrito
 Hemoglobina
 Hemograma
 Hemograma completo
 Hiero Sérico y Transferrina
 Plaquetas
 Pruebas Cruzadas
 Reticulocitos
 Retracción de coágulo
 Tiempo de coagulación y sangría
 Tiempo de Protrombina
 Tiempo de Tromboplastina
 Velocidad de Sedimentación Globular

ESTUDIOS MÉDICOS

1. CARDIOVASCULARES NO INVASIVOS

Ecocardiografía
 Doppler Cardíaco
 Tomografía Computada Multislice de 256 y 128 cortes
 Resonancia Magnética

2. DENSITOMETRÍA ÓSEA

Densitometría de Cadera o Fémur Proximal
 Densitometría de Columna
 Densitometría de Radio o Antebrazo Distal
 IVA Análisis vertebral al instante
 Densitometría Corporal Total Adultos y Pediátrica
 Densitometría de Cadera Periprotésica

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

3. DIAGNÓSTICO MAMARIO

Mamografías uni ó bilaterales con ó sin Prolongación Axilar Full Digital
 Mamografía con Técnica de Ecklund Full Digital
 Mamografía con Técnica de Magnificación Full Digital
 Ecografía mamaria
 Ecodoppler mamario
 Resonancia Mamaria.

4. ECOGRAFÍA Y DOPPLER

Ecografía

Ecografías Convencionales: Ginecológica, Obstétrica, Mamaria, Tiroidea,
 Testicular, Abdominal, Hepatobiliar, Vejiga ó Próstata, Renal, Aorta Abdominal,
 Pancreática o Suprarenal
 Ecocardiografía
 Ecografía de Cadera
 Ecografía Musculotendinosa y Partes Blandas
 Ecografía Prostática Transrectal
 Ecografía Transvaginal o Endovaginal
 Ecografía Transperineal
 Perfil Biofísico Ecográfico
 Ecografía Cerebral
 Ecografía Tridimensional
 Ecografía 4 D
 Ecografía NT Test / NT Plus / Test de Translucencia Nucal / Screening del
 Primer Trimestre

Ecografía Doppler

Eco Doppler Vascular Periférico
 Eco Doppler Vasos de Cuello (Carótidas Y Vértebras)
 Eco Doppler Arterias de Miembros Inferiores
 Eco Doppler Venas de Miembros Inferiores
 Eco Doppler Arterias de Miembros Superiores
 Eco Doppler Venas de Miembros Superiores
 Eco Doppler Abdominal
 Vena Porta
 Masas Hepáticas
 Riñones

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Hígado
Eco Doppler Gineco-Obstétrico
Eco Doppler Transvaginal
Eco Doppler Transcraneano
Eco Doppler de Pene (sin ó con Papaverina)
Eco Doppler Cardíaco
Eco doppler cardíaco fetal

5. RADIOLOGÍA ADULTOS Y PEDIÁTRICA

Estudios Simples y Contrastados
Esofágico
Panorámica de Columna Completa: Columna Cervical, Dorsal y Lumbar
Espinograma Frente
Espinograma Perfil
Medición de Miembros Inferiores

6. IMÁGENES DENTOMAXILOFACIALES

Imágenes 2D

Panorámicas digitales para adultos y niños
Telerradiografía de frente digital
Telerradiografía lateral o de perfil digital
Seriada digital de ATM en apertura y cierre.
Radiografía digital de senos paranasales.

Imágenes 3D

Tomografías maxilares:
Estudios tomográficos para planificación quirúrgica de implantes.
Estudios tomográficos para diagnóstico de patologías maxilares.
Estudios tomográficos para evaluación de piezas dentarias retenidas.
Estudios tomográficos para evaluación periodontal: defectos óseos, dehiscencias, fenestraciones.
Tomografía de senos maxilares
Tomografía de ATM

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

7. RESONANCIA MAGNÉTICA

Resonancia de Cerebro
 Resonancia de Hombro
 Resonancia de Regiones de Músculo Esquelético
 Resonancia de Columna
 Resonancia de Tórax
 Resonancia de Cuello
 Resonancia de Abdomen
 Resonancia de Pelvis

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

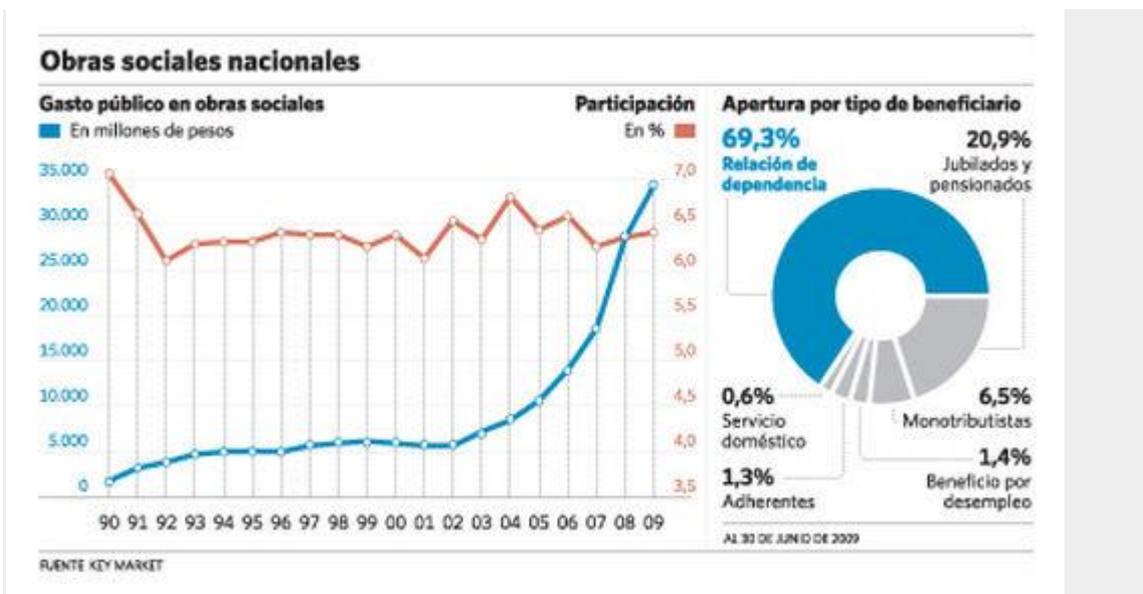
1.2.2 Información estadística y recortes periodísticos

1.2.2.1 Noticia Clarín: Salud Privada

Salud privada: obras sociales y medicina prepaga en Argentina

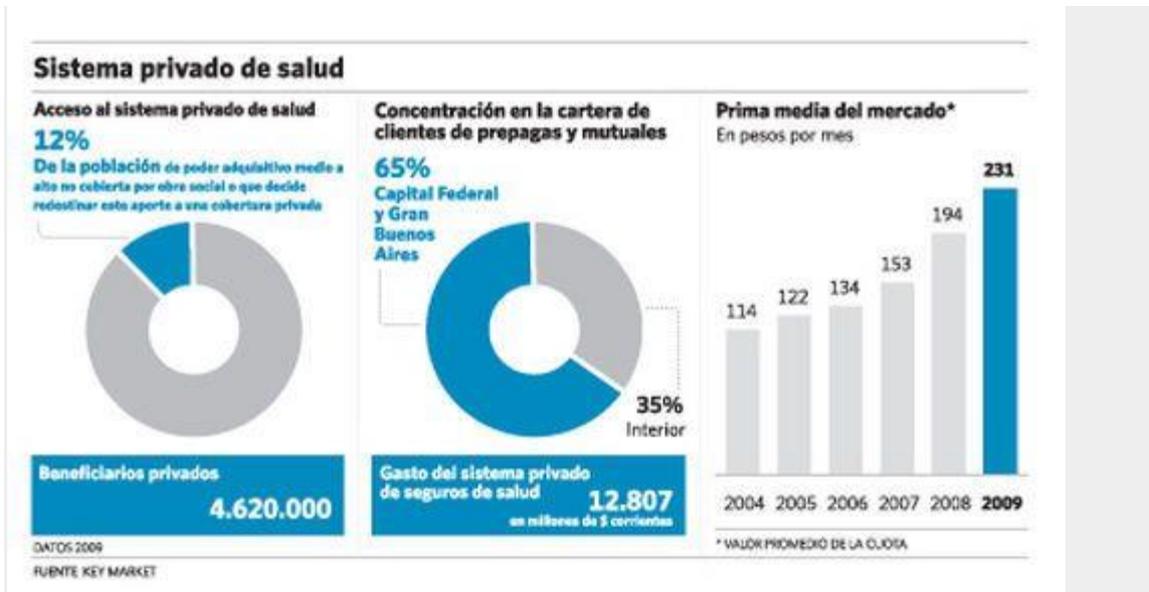
A diferencia de los países desarrollados, el sector privado de salud crece. Un sistema único con beneficios, costos y omisiones.

Por **ANAHÍ ABELEDO**



Obras sociales nacionales.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		



Sistema privado de salud.

A contramano de la tendencia en los países más desarrollados, en la Argentina el sector privado de la salud crece sin prisa, pero sin pausa, en la captación de nuevos afiliados de la mano de las obras sociales, que actúan como principales financiadores y socios directos en muchos casos de las entidades prestadoras de servicios médicos.

Pese a la expansión, el sector arrastra quejas y cuestionamientos hacia el sistema integral de salud argentino. Mientras el retraso en las tarifas (actualmente bajo control de la Secretaría de Comercio Interior) es el reclamo coyuntural más escuchado, el Programa Médico Obligatorio (PMO) es el blanco estratégico hacia donde se disparan las críticas.

El sector privado de la salud local enlaza tres subsistemas. El mayor de ellos es el de las obras sociales sindicales nacionales y provinciales, con 14.513.956 y 6.291.186 afiliados, respectivamente, entre las cuales manejaron durante 2009 la cifra de \$29.072 millones. Por otra parte el PAMI, siempre con los datos de 2009, atendió a 4.065.000 beneficiarios, jubilados y pensionados y movió \$9.181 millones.

En tanto, el subsistema privado propiamente dicho (donde se admiten los "fines de lucro" a diferencia de los dos subsistemas anteriores), ofrecido por empresas de medicina prepaga o sanatorios, clínicas u hospitales de comunidades de modo directo, cubre a 4.600.000 personas de poder adquisitivo medio o alto que gastaron en 2009 \$12.807 millones.

Los datos corresponden al informe 2010 de la consultora de mercado Key Market sobre el gasto de salud en la Argentina. Allí se detalla que alrededor del 65% se encuentra en la Capital Federal, Gran Buenos Aires y las principales ciudades del país: Rosario, Santa Fe,

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Córdoba y Mendoza.

Para poner en el contexto las cifras, vale decir que el gasto total del país en salud fue de \$102.000 millones y que más de 17 millones de personas, el 43% de la población, queda fuera de las coberturas mencionadas anteriormente y dentro de la atención pública (hospitales estatales), que manejó sólo el 28% del total de los recursos. En 2007 ese porcentaje era aún mayor, un 45%, lo que indica el avance del sector privado, especialmente a través de la afiliación a obras sociales.

Planes: aumentos y retrasos

Según el informe de la consultora, durante 2009, el valor de un plan promedio para una persona de hasta 30 años rondó los \$330 mensuales, mientras que para una familia estuvo alrededor de los \$956 por mes.

Si se toma la prima media de mercado (el valor promedio de la cuota), el aumento no es paralelo al de la inflación ni al incremento de precios autorizado por el Gobierno para las prepagas. En 2004, la cuota media fue de \$114; en 2007: \$153; en 2008: \$194 y en 2009: \$231.

Esto se debe a que "los precios promedio de los planes no evolucionan exactamente como la curva de los aumentos autorizados debido a que se agregan e informan planes de menor punto de precio (incluyen copagos, etc) a los que efectivamente son contratados por la población", aclara el estudio de Key Market.

Darío Durand, gerente general de Medifé, dice que en 2009 "se notó una marcada disminución de la incorporación de nuevos afiliados. Quienes pagan la totalidad de la cuota de sus bolsillos retrasaron su decisión de tomar una prepa u optaron por empresas con cuotas de menor precio", también sintieron la detención del crecimiento del empleo formal.

Durand sostiene que los costos aumentaron más que los ingresos y se redujo el margen de utilidad ya que no pueden trasladarse en su totalidad a los precios por el "límite lógico" del poder de compra de sus asociados. No obstante, observa una lenta recuperación en el segundo trimestre de este año para revertir la "meseta" de crecimiento que se produjo en 2009.

Entre los problemas del sector menciona "la acrítica incorporación de nuevas tecnologías y medicamentos al mercado sin una adecuada regulación de la obligación de cobertura" y el retraso en el pago de reintegros de la APE a las obras sociales. Sugiere que el Estado debe hacer una amplia convocatoria para definir los límites de obligaciones de cobertura.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

Por su parte Jorge Cherro, presidente de la Asociación de Clínicas, Sanatorios y Hospitales Privados de la República Argentina (ADECRA), reconoce que "existe un retraso arancelario crónico superior al 30%, que proviene del fin de la convertibilidad de la que salimos mal parados cuando se hizo duro reponer insumos en dólares: aparatología, medicamentos". A lo que se agrega el problema de conseguir recursos financieros para pagar los aumentos salariales del personal que representa un 60% de los costos".

"Tenemos una matriz tributaria muy injusta, una gran parte de nuestra actividad está exenta de IVA (la facturación a obras sociales y PAMI), pero la totalidad de nuestras compras están gravadas con IVA, sólo podemos utilizar para desgravar el IVA el porcentaje de facturación con IVA nuestra, que es la particular. Estamos conversando para que se nos permita utilizar ese excedente técnico del IVA como un crédito fiscal para el pago de otras cargas. Esto ayudaría a las clínicas más chicas, que son las que más dependen de la seguridad social y menos facturación con IVA pueden hacer".

Desde otra óptica, Claudio Belocopitt, presidente de Swiss Medical Group, dice que la gente percibe que las empresas de medicina prepaga cobran cuotas muy caras porque hay una superposición de roles confusos según los cuales el sector privado estaría reemplazando o compensando carencias del sistema público.

"El sistema funciona mal, el 45 o el 50% de la gente no tiene cobertura y se tiene la sensación de que si no se tiene obra social o una prepaga nos puede pasar cualquier cosa. La gente compra nuestros servicios porque se siente desprotegida, forzada a hacerlo y entonces todo le parece caro. En países ricos, los mejores sistemas de salud están en manos del Estado, como en Inglaterra o España".

Belocopitt considera que "lo que hay que resolver es garantizar el derecho a la salud para todos, el sistema debe ser público. El sector privado puede dar lo adicional: atender o brindar mejor hotelería, siempre hay quien va a querer algo diferente. Deberíamos tener usuarios que contraten el servicio porque les guste y no porque no tienen más opción".

Coincide en que "la tecnología es carísima, cada vez más, estamos obligados a dar todo lo que existe y sólo podemos financiarnos con la suba de cuotas; se genera un círculo poco sano". Como ejemplo cita tratamientos con medicación oncológica de \$100.000 mensuales; operaciones artificiales de corazón que cuestan hasta \$2.500.000 o la nueva vacuna contra el cáncer prostático que vale US\$90.000 la unidad.

Hugo Quintana es el titular de la Asociación de Personal de Organismos de Control (APOC), cuya obra social, OSPOCE, ya tiene 300.000 afiliados. "El costo de la medicina en el mundo aumenta entre un 7 y un 8% anual, por el avance tecnológico", informa.

Advierte que el problema crecerá; ya en algunos países donde los sistemas médicos

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

públicos son muy buenos "se restringen los servicios a pacientes mayores de cierta edad, porque es muy costoso para su expectativa de vida" y destaca que en la Argentina "no se restringe nada, no se discrimina a nadie por la edad, eso está muy bien, pero deben decirnos cómo se paga".

Para Quintana, "el sistema argentino de obras sociales es el mejor y debe fortalecerse con crecimiento económico y mayor empleo, también hay que tener un buen sistema de salud pública". El sindicalista reclama también un organismo regulador de las empresas de medicina prepaga, un retraso inexplicable del Congreso, donde hay varios proyectos de ley en este sentido, "porque nadie las controla".

La concentración del mercado

"Como característica general se evidencia una concentración de empresas, como evidencia la adquisición por parte de Omint de CS Salud (ex Consolidar Salud), que pertenecía al Grupo BBVA Banco Francés".

Muchas empresas contratan planes de medicina prepaga para ofrecer algunos beneficios mayores a sus empleados. Estos acuerdos corporativos están en la mira de las grandes empresas de medicina prepaga, en 2007 representaron el 45% de sus cápitas (el 55% era contratado de modo individual), en 2009 ese porcentaje llegó al 48% de las cápitas.

Las 15 primeras obras sociales representan el 54% del total de los afiliados a este tipo de obra social (incluye obras sociales de dirección y obras sociales sindicales).

Las diez principales obras sociales representan el 46% de este tipo de cápitas. Entre las principales se encuentran OSECAC (Empleados de comercio), OSPRERA (Personal rural y estibadores) y OSPECOM (Personal de la construcción).

Si se distingue por tipo de beneficiario, dentro de las obras sociales, el 69,3% se trata de trabajadores en relación de dependencia; el 20% son jubilados y pensionados; el 6,5%, monotributistas; el 1,4% son beneficios por desempleo; un 1,3%, adherentes, y el 0,6% corresponde al servicio doméstico.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche	

1.2.2.2 Informe sobre el Gasto en Salud en la Argentina

El gasto salud en Argentina

El gasto en salud en Argentina oscila en 120 mil millones de pesos anuales, equivalente al 10,20 por ciento del PBI, el más elevados de América Latina y con niveles casi similares a los países desarrollados, pero alrededor de 17 millones de habitantes carecen de cualquier cobertura y, cuando se desglosa la inversión directa del Estado en el sistema de salud, el porcentaje se reduce al 2,19 por ciento del PBI.

La pregunta que subsiste desde hace tiempo en Argentina es si se gasta mucho en salud o existe un equilibrio entre la inversión y los resultados. Se trata de un debate irresuelto, pues los economistas tienen diferentes parámetros para medir el costo de la salud en la Argentina. En la mayoría de los casos confronta una mirada economicista con la opinión de los sanitaristas, más proclives a medir los resultados que los costos.

El economista **Keneth Arrow**, Premio Nobel de Economía 1972, advirtió que “en salud, la sola aplicación de las fuerzas de mercado hace a los enfermos y los grupos desfavorecidos, aún más enfermos y vulnerables” y que “en salud es muy difícil distinguir entre bienes públicos y privados”.

Cualquiera de las dos miradas implica aceptar que en Argentina existe un debate irresuelto sobre la eficacia del gasto en salud y sobre el modelo que debería adoptar el país, en un contexto en que el paciente/afiliado/asociado suele expresar inconformismo con las prestaciones, ya sean públicas, privadas o a través del sistema de obras sociales.

Las obras sociales sindicales, el PAMI y las obras sociales provinciales, en conjunto aportaran cobertura a alrededor de 22 millones de personas este año, según las últimas estadísticas de la Superintendencia de Servicios de Salud.

Las obras sociales representan entre el 38 y 40 por ciento del gasto total en salud de Argentina.

Las obras sociales provinciales atienden a otros 6.291.186 afiliados y **la medicina prepaga** cuenta 4.620.000 y es la única que se maneja por criterios de rentabilidad empresarial.

Las últimas estadísticas disponibles del Ministerio de Salud, de asociaciones profesionales y de consultoras privadas, indican que las obras sociales invierten alrededor de 30 mil millones de pesos anuales, el Pami se financia con 9.181 millones, las privadas gastan alrededor de 14 mil millones y el Estado destina otros 29.016 millones.

El Ministerio de Salud de la Nación precisó que del gasto global en salud, el gasto público y de la seguridad social representa el 5,28 por ciento del PBI. **Ese porcentaje se desglosa en 2,19 por ciento del PBI de gasto público y 3,09 del PBI de la seguridad social.**

El presupuesto nacional transfiere a la salud pública el 0,34 por ciento del PBI, los presupuestos provinciales en salud aportan el 1,52 por ciento del PBI, y los municipios contribuyen con 0,33 por ciento

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

del PBI. Entre los tres, redondean el 2,19 por ciento del PBI en gasto público. Cabe aclarar que provincia y municipios reciben transferencias de recursos del Presupuesto Nacional.

A su vez, el presupuesto de las obras sociales sindicales equivalen al 1,59 por ciento del PBI y los recursos se originan exclusivamente con el aporte de los salarios.

Las obras sociales provinciales afrontan un gasto en salud equivalente al 0,74 por ciento del PBI y también se financian con aportes salariales del 8 al 10 por ciento.

El sector privado representa el 4,92 por ciento del PBI con un gasto de bolsillo de 3,46 por ciento en pagos directos y por grupo familiar, y 1,46 por ciento de seguros privados corporativos.

Las obras sociales, pilar del sistema

De acuerdo a las estadísticas de la Superintendencia de Servicios de Salud en el país existen **287 obras sociales sindicales** que atienden a 12.355.765 afiliados. Las de personal de dirección aportan otros 1.038.651 afiliados y el PAMI declara 4.131.060 beneficiarios. Los monotributistas ascienden a 874.204 y el personal de servicio doméstico registrado es de 179.472 contribuyentes.

Con las obras sociales por empresa, estatales, por convenio o por adhesión, el sistema registra 18.711.351 afiliados, un crecimiento considerable con relación a los 15.514.299 afiliados contabilizados por la Superintendencia en 2005.

De los más de 18 millones de afiliados (a julio de 2011), 10 millones son titulares y el resto familiares. En 2006 existían 288 obras sociales (una más) y atendieron a 15.502.139 personas.

Del total de obras sociales, 208 son sindicales y brindan cobertura a 12.355.765 trabajadores y empleados con relación de dependencia, de los cuales 6.611.825 son titulares y el resto familiares.

Las obras sociales de personal de dirección registradas son 27 con 1.038.615 afiliados directos y existen tres de administración mixta, que incluye el PAMI.

En la categoría de obras sociales de empresas estatales (Atanor y Papel Misionero, por ejemplo) hay 21.887 beneficiarios y las obras sociales de empresas (corresponde a una sola por empresa) prestan cobertura a 15.643 personas.

Los 18 millones con cobertura de obras sociales significan alrededor del 45 por ciento de la población y el 3,09 por ciento promedio del PBI, incluyendo al PAMI.

Las obras sociales provinciales proporcionan cobertura al 12,5 por ciento de los argentinos, el PAMI aporta casi otro 10 por ciento y, finalmente, el subsector privado tiene afiliado al 9 por ciento de la población.

Pero, según las estimaciones de la Superintendencia de Servicios de Salud, existen 6,5 millones de personas con doble cobertura, a través del sistema privado y de las obras sociales y el PAMI.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

La Superintendencia de Servicios de Salud precisó que el total de beneficiarios de obras sociales, 7.250.994 habitan en la provincia de Buenos Aires, 2.775.757 en la Capital Federal y 1.525.018 en Córdoba.

En Catamarca los beneficiarios del sistema de obras sociales son 147 mil, en San Luís, 175 mil, en La Pampa, 143 mil y en Formosa, 123 mil.

El Superintendente de Servicios de Salud, **Ricardo Bellagio**, comparó recientemente que “hace 40 años, con la vieja ley 18.610 de obra sociales, el 99 por ciento de los recursos eran aportes y contribuciones. Hoy, esa cifra representa tan solo el 65 por ciento del total de la seguridad social nacional”. Igualmente, Bellagio aseguró que “nuestro problema no es la accesibilidad sino la inclusión de la población en los sistemas de salud”.

El funcionario detalló que las obras sociales sindicales abarcan el 48 por ciento de la población, pero estimó que con las obras sociales provinciales, los demás sistemas y el PAMI, la cobertura alcanza al 60 por ciento de la población. “En algunos años, vamos a llegar al 90 por ciento”, pronosticó.

Para Bellagio “todo acto de salud es público” y que la división de los subsistemas “es solamente desde el punto de vista del financiamiento, nada más”.

En cuanto a la actuación del Programa Médico Obligatorio (PMO) afirmó que “el problema del costo no es sólo nacional, sino también regional” y anunció que se trabaja en la elaboración de un PMO “regional”.

Bellagio también informó que la Superintendencia trabaja con la Gerencia de Gestión Estratégica de la Salud sobre “los requerimientos de las obras sociales como de prestadores y de los beneficiarios, sobre las nuevas tecnologías”.

“Si nosotros financiamos permanentemente las nuevas tecnologías de una forma discrecional estaríamos utilizando un gran porcentaje de recursos, mientras que la atención primaria de la salud sólo representa un 13 por ciento del gasto”, comparó.

Bellagio además anticipó que se trabaja con el presidente de la Corte Suprema de Justicia, Ricardo Lorenzetti, y con las autoridades del Ministerio de Salud, en un proyecto de “Ley de Mediación” ante la creciente judicialización de las prestaciones que reclaman los afiliados, muchas veces impulsados por los laboratorios desde las sombras.

Esa ley permitirá que antes de recurrir a la justicia para reclamar una prestación o un medicamento, el demandante deberá acudir a la Superintendencia de Servicios de Salud que será la instancia previa y obligatoria donde canalizar la demanda, tanto en el ámbito de la seguridad social como de la medicina privada.

También informó que se trabaja con las ART en un proyecto para que las aseguradoras asuman los juicios por mala praxis que actualmente golpean directamente a las obras sociales.

Gasto en salud, crecimiento en últimos años

El crecimiento del gasto en Salud ha sido exponencial **desde la crisis del 2001, cuando ascendía a**

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

alrededor de 20 mil millones de pesos. En realidad, los ajustes habían comenzado con la presidencia de Fernando De la Rúa en el 2000.

El gasto público en salud (gobierno nacional, provinciales, municipales) en 2001 fue de apenas de 13.718 millones de pesos. En 2004 ascendió a 19.451 millones y en 2006 saltó a 29.995 millones, cifra que se ha mantenido estable desde entonces, ya que el último informe estadístico del Ministerio de Salud indicó una inversión de 29.016 millones.

El incremento del mercado de salud en los últimos años en cuanto a financiamiento y facturación se basó fundamentalmente en el crecimiento de los afiliados a las obras sociales que recuperaron la cantidad de asociados de la década del 90.

Sin embargo, un informe de la consultora Key Market estimó que en los últimos años el incremento de los gastos en salud obedecieron esencialmente al aumento de los precios, aproximadamente el 25 por ciento. Por ejemplo, el crecimiento del sector entre 2009 y 2010 fue de 20 por ciento, pero 15 por ciento fue por el efecto precios y 5 por ciento como crecimiento real.

Además, la recuperación de afiliados desde 2003 como reflejo de la creación de empleos, se contrapuso con la existencia de 17.257.893 personas que en 2009 debieron acudir al hospital público porque carecían de cualquier tipo de cobertura. La cifra se ha mantenido con leves variaciones, según el Ministerio de Salud.

La inversión directa del Estado –nacional, provincial y municipal- para atender a este segmento de la población alcanzó a 29 mil millones de pesos en los últimos años, equivalente a 2,19 por ciento del PBI o al 28 por ciento del financiamiento total. Del gasto público, el 14,3 por ciento promedio correspondió al gobierno nacional, el 14,9 por ciento a los gobiernos provinciales y a la Ciudad de Buenos Aires y el 9,9 por ciento a las municipalidades.

El gasto público en salud también reconoce de diferencias sustanciales, pues la ejecución del Ministerio de Salud a través de sus principales programas (Incacai, Remediar, Profe, Anmat, dengue y Médicos Comunitarios, entre otros, ha sido de 108 pesos en la Ciudad de Buenos Aires y de 32 pesos en la provincia de Buenos Aires en promedio por habitante.

En Santa Fe el gasto del Ministerio de Salud de la Nación (en dinero y especies) alcanzó apenas a 27 pesos por habitante, en Córdoba a 30 pesos por habitante. Tucumán recibió un gasto público nacional de 84 pesos por habitante y Chaco de 72,44 pesos.

Los programas nacionales representaron el 14, 85 por ciento del gasto en salud de la provincia de Misiones, el 14,10 por ciento de Santiago del Estero, el 13,20 por ciento de Corrientes, el 12 por ciento de Tucumán, el 8,20 de la Ciudad de Buenos Aires y el 6,59 por ciento de la provincia de Buenos Aires. La incidencia de estos programas fue casi nula en Neuquén, Tierra del Fuego y Santa Cruz, donde representaron entre el 1,11 y 1,40 por ciento del gasto provincial en salud.

En contraposición a los millones de argentinos sin ninguna cobertura, Uruguay y Argentina son los países de América Latina con el mayor gasto por habitante en medicina privada, con porcentajes estimados en el 3,3 ciento del PBI. Lejos, sigue Brasil con 1,4 por ciento y Chile con 1,2 por ciento.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Las 17 millones de personas que recurren al sector público, representan ente el 43 y el 45 por ciento de la población argentina sin posibilidad de optar por otra cobertura que no sea la que proporciona el Estado. **No tiene elección entre el sistema de obras sociales sindicales o la oferta privada. Es el hospital público su referencia sanitaria ineludible.**

En la composición del gasto en salud, las obras sociales, el PAMI y el sector privado representan el 72 por ciento del total, de acuerdo a las estadísticas del Indec, las cámaras del sector Acami y Adem, y la consultora Key Market. De ese gasto privado, el 40 por ciento corresponde a obras sociales, el 31 a gastos de bolsillo, el 18 por ciento a la medicina privada y el 11 por ciento al Pami. El sistema público y estatal, representan solo el 28 por ciento promedio del gasto en salud anual.

Además, se estima que el 20 por ciento del gasto privado es de bolsillo del afiliado, en medicamentos o prestaciones que no están cubiertas en las cartillas de los planes familiares más económicos.

Las obras sociales, entidades sin fines de lucro, están clasificadas en dos grupos: las nacionales reguladas por la ley 23.660 y que representan el 60 por ciento del gasto del sector, y las provinciales que concentran el 40 por ciento restante. **Las sindicales registradas por la Superintendencia de Servicios de Salud son 206 y las de personal de dirección 27.**

Gasto y eficacia, más no es mejor
La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha estimado que del financiamiento global de la salud, el 33 por ciento corresponde al gasto público que realizan los Estados, excluida la seguridad social.

La seguridad social representa el 26 por ciento del financiamiento global y los **seguros privados el 19 por ciento**. Existe otro 22 por ciento promedio, que debe financiarse los gastos en salud por fuera de las tres variantes apuntadas, pero siempre con desembolso de su bolsillo.

Según la Organización Panamericana de la Salud el gasto en salud en Argentina es el más alto de América Latina con 663 dólares por cápita, con una mortalidad infantil de 16 por cada mil nacidos y una mortalidad materna de 77 por cada mil nacimientos, cifras precedentes a la extensión de la Asignación Universal por Hijos a los embarazos.

En Uruguay, el gasto en salud es de 582 dólares por cápita, con una mortalidad infantil de 14 por mil y una mortalidad materna de 20 por mil. En términos comparativos y críticos, en Argentina la mortalidad de niños menores de 5 años es del 13 por mil, mientras que Chile con un gasto menor en dólares por habitante es de 7 por mil y en Brasil, con un gasto de 267 dólares por habitante, la mortalidad infantil es de 7 por 10 mil.

Argentina se ubicaba en el lugar 75 del ranking mundial por su inversión en salud con un índice de eficiencia del 72,2 por ciento, según un estudio realizado por la OMS hace algunos años. Cuba se encontraba en el puesto 39 con 83 por ciento de eficiencia. Entre los países europeos, Alemania alcanzaba un nivel de eficiencia del 90,2 por ciento y Francia, al tope del ranking, registraba una eficiencia de 99,4 por ciento, con relación al gasto realizado.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Un informe de la consultora Key Market señaló recientemente que “lo que se mantiene es la dispersión en los servicios (de salud) y la sensación de que los **recursos son importantes pero no se utilizan bien. Este es una característica del sistema de salud argentino desde hace muchos años**”.

Si bien el sistema en su conjunto aparece como un entramado que garantiza la salud a todos los argentinos, persisten las inequidades según el lugar de residencia, pues las diferencias persisten en la calidad de los servicios y no solo en el sector público, sino también en el privado.

Por ejemplo, la oferta de las empresas privadas de medicina queda concentrada en Capital Federal, Buenos Aires, Santa Fe, Rosario, Córdoba y Mendoza. **Durante el XIII Congreso Argentino de Salud** realizado en septiembre del año pasado en Mendoza, la Asociación Civil de Actividades Médicas Integradas (Acami), afirmó que “el 65 por ciento de la tecnología médica, aparatología de diagnósticos, medicina nuclear, tomógrafos, resonadores y ecógrafos, se concentra en un radio de 60 kilómetros del centro porteño”.

La entidad calculó que en Argentina se gasta 25 mil millones de dólares anuales en salud, “pero el 43 por ciento de la gente sólo tiene cobertura del hospital público”.

Ese universo además de carecer de obra social y prepaga, al acudir al hospital público tampoco tenía descuentos en medicamentos, explicó el secretario de Acami, Hugo Magonza.

“Los recursos no se distribuyen con equidad entre la población” denunció la entidad, comparando que en la región metropolitana o en las grandes ciudades se concentra la mayor cantidad de médicos, los principales centros de atención y la última tecnología, mientras que en el interior estos servicios están mucho más menguados y dispersos.

Las comparaciones estadísticas entre Argentina y otros países de la región indicarían que el gasto en salud en el país arroja resultados menos eficientes que Uruguay y Chile.

Pero, los propios economistas admiten que es impreciso el método para calcular la eficiencia de cualquier sistema de salud y el único consenso en el ámbito sanitario es medir las tasas de morbilidad y mortalidad infantil y materna.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha señalado que para que los sistemas de salud sean equitativos deben contar con un fuerte componente de gasto público —no menos del 60%— y un bajo aporte de bolsillo.

En los países de la región, el aporte del gobierno en este sector es equivalente al 55% del total, mientras que la contribución privada alcanzó en promedio alrededor del 45%, un 80% de la cual fue solventada directamente por los hogares.

A su vez el gasto público provincial por habitante sin cobertura de salud, asciende a 32.538 pesos anuales en Santa Cruz y a 16.497 pesos en Tierra del Fuego, para descender a 8.309 pesos en la Ciudad de Buenos Aires. La provincia de Buenos Aires, en el otro extremo destina 1.396 pesos de gasto público provincial por habitante sin cobertura de salud, según las últimas estadísticas disponibles de 2009. Por debajo se encuentran sólo Corrientes con 1.300 y Misiones con 1.191 pesos.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Según estadísticas del Ministerio de Salud y el centro de estudios de la Fundación Mediterránea, el gasto nacional promedio en salud es de 588 pesos, pero con sustanciales variaciones. Una vez más, en Santa Cruz es de 2.496 pesos por habitante, en Neuquén de 2.400 y en Tierra del Fuego 2.307. En Santa Fe es de 483 pesos, mientras que Buenos Aires, Misiones, Córdoba y Corrientes gastan un promedio de 400 pesos por habitante.

Medicina privada, más concentrada

El sector de la medicina privada es uno de los más concentrados de la economía argentina, pues cinco empresas embolsan el 75 por ciento de la facturación. La facturación en 2009 superó los 13 mil millones de pesos, pero ese puñado de prestadoras recaudó 9.750 millones.

Las cinco empresas concentradas son Medicus, Osde, Galeno, Swiss Medical y Omint con el 75 por ciento de la facturación, mientras que el 25 por ciento restante se reparta entre 60 empresas.

La consultora Key Market precisó que Osde factura el 39 por ciento, Swiss Medical 18 por ciento, Galeno 12 por ciento, Medicus 6 por ciento, Omint 4 por ciento, Consolidar 4 por ciento, Medifé 3 por ciento, los hospitales de comunidad en su conjunto 6 por ciento, Staff Médico el 1 por ciento y el resto el 7 por ciento.

Osde tiene además el 29 por ciento de las cápitras, Swiss Medical el 15 por ciento, Galeno el 14 por ciento, Médicus el 5 por ciento, Consolidar el 5 por ciento, Medifé el 4, Omint el 3 por ciento, los hospitales de comunidad el 6 por ciento, Staff Médico el 1 por ciento y el resto el 18 por ciento.

En la facturación del segmento de la obras sociales de dirección, Osde también lidera con el 47 por ciento, escoltada de ASE con 25 por ciento, OSDEPYM con 8 por ciento, OSIM 4 por ciento, Luis Pasteur con 4 por ciento, OSDIPP 3 por ciento y Osdo con el 2 por ciento.

En cápitras, también la concentración se reparte entre Osde con el 57 por ciento y ASE con el 17 por ciento. Luego aparece OSDEPYM con 9 por ciento, OSIM con el 3 por ciento y Luis Pasteur con 3 por ciento.

La consultora Claves pronosticó que a partir de la nueva ley de reglamentación de la medicina privada, **“se espera que el mercado se oriente hacia una mayor concentración entre las cinco líderes del sector que puedan solventarse y tener respaldo financiero”**.

La consultora pronosticó como “principales tendencias estratégicas del sector” -a partir de la reglamentación de la ley- una mayor concentración y “la desaparición de empresas pequeñas que no estén preparada para competir y afrontar mayores costos y prestaciones al Plan Médico Obligatorio (PMO)”.

También pronosticó “la integración vertical a través de infraestructura de las grandes empresas: tendencia hacia la integración con proveedores propios (clínicas, centros médicos, sanatorios) y alianzas con prestadores de prestigio”. Otra de las tendencias, según la consultora, será el crecimiento hacia el interior del país a través de estrategias de adquisiciones y/o infraestructura propia”.

Esta estrategia permitirá “generar un eficiente manejo de costos y es una forma de solventar la escasez de camas para internación”, señaló el informe. En Argentina existe “una dicotomía entre la falta de camas del sector público y en gran parte del sector

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

privado y el auge de la oferta de las denominadas “Camas Premium” que ofrecen los planes más caros de las empresas de medicina privada, coincidió un informe de la consultora Key Market. La consultora Claves estimó que la rentabilidad del sector oscila en el 3 por ciento, pero algunas como Swiss Medical y Osde están por encima de ese porcentaje.

Las empresas del sector aseguran que participan con el 16 por ciento del total de afiliados a la seguridad social, mientras que las obras sociales en su conjunto tienen el 84 por ciento del mercado.

En facturación, las prepagas se adjudican el 26 por ciento de la facturación y el 74 por ciento restante corresponde a las obras sociales.

El crecimiento promedio del sector privado ha sido del 20 por ciento anual, pero 15 por ciento por precios y solo 5 por ciento por crecimiento de afiliados. Las empresas del sector están agrupadas en dos cámaras empresarias: Cimara con 27 asociadas entre las que se destacan Galeno, Medicus y Swiss Medical, y Ademp, con 34 asociadas en todo el país.

La concentración se extiende a la población en condiciones de pagar la medicina privada, pues del 65 por ciento de los cuatro y medio millones de afiliados al sistema de poder adquisitivo de medio a alto residen en la ciudades de Buenos Aires y Rosario y en las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Mendoza.

Osde, una de las dos “Premium” del sector junto con Medicus, declaró 1.5 millones de afiliados, de los cuales 50 por ciento residen en Capital Federal y Gran Buenos Aires.

El Hospital Italiano, entidad sin fines de lucro pero con servicios contratados, tiene 140 mil socios y una facturación anual de mil millones de pesos.

Claudio Belocopit, presidente de Swiss Medical, en declaraciones al portal MedPrepaga, admitió que los afiliados “perciben” que las empresas de medicina prepaga **“cobran cuotas muy caras”** y que **“el sistema funciona mal”**.

Belocopit advirtió que “existe una superposición de roles confusos según los cuales el sector privado estaría reemplazando o compensando carencias del sector público”.

“El sistema funciona mal, el 45 o el 50 por ciento de la gente no tiene cobertura y se tiene la sensación de que si no se tiene obra social o una prepaga nos puede pasar cualquier cosa”, señaló el empresario, considerado un “exitoso” exponente patronal del sector salud.

En un ataque de igualitarismo, **Belocopit** afirmó que “lo que tenemos que resolver es garantizar el derecho a la salud para todos” y resaltó que **“el sistema debe ser público”**, comparando que “en países ricos como Inglaterra o España, los mejores sistemas de salud están en manos del Estado”.

La diferencia entonces, entre público y privado, debería reducirse a la oferta de hotelería “porque siempre hay alguien que va a querer algo diferente”.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Belocopit admitió el desborde gastos que origina la competencia entre privados: “la tecnología es cada vez más cara, estamos obligados a dar todo que existe y solo podemos financiarnos con la suba de cuotas, se genera un círculo vicioso”.

Según sus cálculos, un tratamiento oncológico implica un costo mensual de 100 mil pesos y operaciones ratificales de corazón hasta 2.500.000 pesos. Un informe de las cámaras de las empresas de medicina privada, admitió que por cada mil pesos invertidos se le suma una rentabilidad de 23 por ciento (230 pesos). El precio sería de 1.230 pesos, a los que se le suman los impuestos directos hasta incrementarse a 1.556 pesos el precio del servicio.

Según la Asociación de Clínicas, Sanatorios y Hospitales Privados (Adecra) en la estructura de costos las remuneraciones representan el 62 por ciento, incluidas los honorarios médicos, los insumos médicos (imágenes, reactivos de laboratorio y medicamentos) absorben otro 22,7 por ciento y los insumos no médicos (alimentación, lavandería, oxígeno líquido) otro 10,6 por ciento y finalmente la energía eléctrica y el gas apenas el 1,1 por ciento.

Según la cámara empresaria, existe un retraso del 38 por ciento entre los costos y la cotización del servicio de sus asociadas, pues el precio que cobran las prestadoras es de 445 pesos y debería ser, según la patronal, de 616 pesos si se trasladara el aumento de los insumos.

La Asociación de Clínicas y Sanatorios en una reciente campaña dirigida a sus afiliados advirtió sobre las supuestas acechanzas futura que percibe la organización entre las que menciona “un sueldo mínimo de 4000 pesos para una enfermera”, “**la extensión anárquica del PMO**”, la prohibición (eventual) de derivar aportes al limitar “el régimen de libertad de elección” y “La discrecionalidad y ausencia de transparencia” en los fondos de la APE.

Las empresas de medicina privada se beneficiaron de la desregulación de la década del 90 y capturaron la “crema” del sistema, que transfirieron sus aportes desde el sistema de obras sociales sindicales, hasta entonces cerrado.

El sistema desregulado permitió el ingreso indirecto de las empresas privadas a la competencia con las obras sociales mediante “convenios de colaboración” de prestaciones entre determinadas obras sociales y las prepagas. La puerta de ingreso al sistema privado se completó con la “libre elección” que permitió mudarse de una obra social a otra que tuviera convenios con una prepaga.

Por eso el grueso de los asociados de las prepagas proviene de las obras sociales y se estima que son 2.5 millones los empleados en relación de dependencia los que derivan el aporte obligatorio a una entidad privada, a través de una obra social.

Empresarios del sector aseguraron en recientes declaraciones al diario *Ámbito Financiero* que **el 60 por ciento de los aportantes son empleados “desregulados” y el 40 por ciento restante paga sus cuotas directamente**. También se quejaron de las recientes paritarias del sector que según los empresarios eleva el pago de remuneraciones al 80 por ciento de la estructura de costos, incluidos los médicos de cartilla.

Ranking de obras sociales

De acuerdo a la Superintendencia de Servicios de Salud, la obra social de mayor envergadura en

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche	

Argentina es Osecac, de Empleados de Comercio, con 1.028.000 afiliados y un aporte promedio por afiliado de 200,8 pesos.

El segundo lugar es para la obra social de los estibadores-Uatre con 352 mil afiliados y un ingreso promedio de 147,5 pesos por asociado. La obra social de construcción figura con 343 mil afiliados y un aporte promedio de 186,4 pesos.

UPCN tiene 214 mil afiliados y un aporte promedio de 350,2 pesos, mientras que la obra social de Gastronómicos posee 184 mil afiliados con un ingreso promedio de 189 pesos.

Comisarios Navales que es la puerta de ingreso a Osde, declara 151 mil afiliados y un aporte promedio de 517,4 pesos. La UOM posee 146 mil afiliados y un aporte promedio de 286,9 pesos.

Técnicos de Vuelo tiene apenas 77 mil afiliados pero con ingresos de 418,5 pesos por afiliado. Transporte de Carga tiene 66 mil afiliados y un promedio de 295,8 pesos por afiliado.

Empleados de Comercio es la que más recauda con 206.559.000 pesos anuales, escoltada por Osde que declara alrededor de 147 millones de pesos. En tercer lugar en recaudación se ubica Comisarios Navales –asociada con Osde- con 79.753.000 millones y muy cerca, UPCN, recauda 74.800.000 millones.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche	

1.2.2.3 Informe Concentración Medicina Prepaga

Concentración: 5 empresas de medicina prepaga tienen el 70% del mercado

Unas 3,15 millones de personas están asociadas a cinco compañías de medicina privada: OSDE, Swiss Medical, Galeno, Omint y Medicus. Representa más del 70% del total.



A tres meses de haberse sancionado la Ley de Regulación de Prepagas, empezó a quedar en claro por qué las grandes empresas del sector fueron la punta de lanza del lobby para trabar la norma. Es que, actualmente, las cinco compañías de mayor envergadura concentran el 70,1% de los más de 4,5 millones de afiliados en todo el país. El dato surge de un informe de la consultora Claves Información Competitiva, que analiza las perspectivas del sector ante la inminente puesta en marcha de la ley y destaca la fuerte concentración del negocio en pocas manos: actualmente, sólo cinco empresas (OSDE, Swiss Medical, Galeno, Omint y Medicus, en orden de importancia) acumulan más de 3,1 millones de los clientes, lo que representa más de un 70% del total, cuando en 2001 las mismas compañías controlaban el 50,3% del mercado.

El trabajo indica que este fenómeno seguirá incrementándose a pesar de las quejas constantes de los grandes jugadores, y aclara que esto sucederá con “una tendencia a la desaparición de empresas pequeñas que no están preparadas para competir y afrontar mayores costos en las prestaciones”. La estadística indica que las cinco compañías pasaron del 50% del mercado al 62,3% en 2005; registraron una baja de 5 puntos

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche		

porcentuales en 2006, volviendo a crecer hasta el 69,2% en 2008. Un año después hubo una pequeña baja donde las compañías equipararon el 68,4% del mercado, superando el 70% en 2010. ¿De dónde rescataron las prepagas más pacientes? Buena parte son clientes nuevos, algunos pocos que migraron de compañías chicas y, desde que se desregularon las obras sociales (año 2000), subió el número de pacientes que redireccionaron sus aportes laborales a la medicina privada.

El informe asegura que, si bien las empresas ven en la ley una amenaza para su estatus financiero, ninguna “ha frenado sus planes de inversión y expansión”. De hecho, la expectativa es que este año el sector experimente un crecimiento del 22,5% en sus ingresos. Esta cifra, equiparable a la facturación de cualquier otro sector económico, no tiene descontados los gastos y se desprende de dos causas básicas: “los aumentos autorizados en las cuotas de las prepagas, y el incremento en la cantidad de cápita de cada compañía”, explicó a Tiempo Argentino Gonzalo Vázquez, director de Claves, y agregó que “las empresas tienen una ganancia anual del 3%”. Esta cifra, según Vázquez, pone a las prepagas en los cinco puestos finales de un ranking de 60 sectores de la economía que explican el 85% del PBI nacional.

FUENTE:TiempoArgentino

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.2.3 Listado de Obras Sociales y Prepagas en Argentina

ACA Salud	www.acasalud.com.ar
Accord Salud	www.accordsalud.com.ar
ADOS Asociación de Obras Sociales de Comodoro Rivadavia	www.adoscomodoro.org.ar
Aetna	www.aetna.com
Agua y Energía de Capital Federal MAYEE	www.mayee.com.ar
AIC Asociación del Personal de Dirección y Jerárquico de la Industria del Cigarrillo	www.aicsalud.com.ar
ALL Medicine	www.allmedicinesa.com.ar
Alta Salud	www.altasaludsrl.com.ar
AMFFA Asociación Mutual de Farmacéuticos Florencio Ameghino	www.amffa.com.ar
AMPAR Asociación Mutual del Personal de Philips Argentina	www.ampar.org
AMTA Asociación Mutual del Transporte Automotor	www.amta.org.ar
AMUR Asociación Mutual Ruralista	www.amur.com.ar
ANDAR Obra Social de Viajantes Vendedores de la República Argentina	www.ieseve.edu.ar/redsocial/andar/html/andar.htm
APDIS Asociación del Personal de Dirección de la Industria Siderúrgica	www.apdis.com.ar
Apres Servicios Médicos	www.apres.com.ar
APROSS Administración Provincial del Seguro de Salud de Córdoba	www.apross.gov.ar
Aproval Gerenciadora de Ceramistas	www.aproval.com.ar
APSOT Asociación del Personal Superior de la Organización Techint	www.apsot.com
ASE Acción Social de Empresarios	www.ase.com.ar
ASIMRA Obra Social de Supervisores Metalmeccánicos de la República Argentina	www.asimra.org.ar
Asistencia Sanitaria Integral ASI Protección Médica Sanatorio Modelo de Caseros	www.sanatoriomodelo.com.ar
Asistir en Salud	www.asistirensalud.com.ar
Asociación de Empleados de Farmacia	www.edef.org.ar
Asociación Judicial Bonaerense	www.ajb.org.ar
Asociación Médica de Rosario Salud	www.amr.org.ar
Asociación Médica Federal	www.amf.org.ar
Asociación Mutual del Personal de Sancor	www.amps.com.ar
Asociación Mutual del Personal Jerárquico de Bancos Oficiales Nacionales JERARQUICOS SALUD	www.jerarquicossalud.com.ar
Asociación Mutual Mercantil Argentina	www.amma.org.ar
Asociación Regional de Diálisis y Transplantes Renales de Capital Federal y Provincia de Buenos Aires	www.renal.org.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Asociart ART	www.asociart.com.ar
Austral O.M.I.	www.australomi.com.ar
Axa Assistance	www.axa-assistance.com.ar
Bristol Medicine	www.bristolmedicine.com.ar
Bristol Park	www.bristolpark.com.ar
Caja de Odontólogos de la Provincia de Buenos Aires	www.cajaodontologospba.org.ar
CAMPSIC Cooperativa de Asistencia Médica del Personal Superior del la Industria del Caucho	www.campsic.com
CASA Caja de Previsión Social para Abogados dela Provincia de Buenos Aires	www.cajaabogados.org.ar
Centro Gallego de Buenos Aires	www.galiciasalud.com.ar
Centro Médico Pueyrredón	www.cm-pueyrredon.com.ar
Círculo Oficiales de Mar de la Armada Asociación Profesional y Mutual	www.circuloofmar.org.ar
CM Salud Circulo Médico Salud Vicente López	www.cmsaludonline.com.ar
Cna Art	www.cnaart.com.ar
Cobermed	www.cobermed.com
Colegio de Escribanos de la Ciudad de Buenos Aires	www.colegio-escribanos.org.ar
Colegio de Escribanos Provincia de Buenos Aires	www.colescba.org.ar
Comedica	www.comedica.com.ar
Comi	www.comi.com.ar
Compir Pirelli	www.compir.com.ar
Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	www.consejo.org.ar/consejosalud/consejosalud.htm
Consolidar Art	www.consolidar.com.ar
Construir Salud Obra Social del Personal de la Construcción	www.construirsalud.com.ar
Corporación Médica Asistencial	www.corporacion.com.ar
DAS Dirección de Ayuda Social para el Personal del Congreso de la Nación	www.das.gov.ar
DASMI Dirección de Asistencia Social y Medicina Integral de la Universidad Nacional de Luján	www.dasmi.unlu.edu.ar
Docthos	www.docthos.com.ar
DOSUBA	www.dosuba.com.ar
Emergencias Emersur	www.emersur.com
Emergencias Emme	www.emme-sa.com.ar
Emergencias Médicas Mano	www.mano.com.ar
Emergencias S.A.	www.emergencias.com.ar
Emergencias Unidad Coronaria	www.ucmq.com
Emergencias Vittal	www.vittal.com.ar
Emergencias y Prevención Ecco	www.ecco.com.ar
Famyl S. A.	www.famyl.com.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Fedecamaras	www.osfedecamaras.com.ar
Federación Argentina de Obras Sociales de Personal de Dirección	www.faosdir.org.ar
Federación Argentina de Trabajadores de Prensa	www.fatpren.org.ar
Federación Argentina Sindical del Petróleo y Gas Privados	www.petroleoygas.com.ar
Federación de Educadores Bonaerenses Febos	www.febos.com.ar
Femeba Salud	www.femeba.org.ar
Femédica	www.femédica.com.ar
Forjar Salud	www.forjarsalud.com
Fundación Argentina para el desarrollo de la Medicina Preventiva y Familiar	www.fundaprev.org
Fundación Galicia Salud	www.galiciasalud.com.ar
Fundec	www.fundec.org.ar
Galeno	www.e-galeno.com.ar
Galeno SPM TIM Life Ceprimed	www.e-galeno.com.ar
Generen	www.genesen.com.ar
Grupo Euro Salud	www.grupoeurosalud.com
Health Medical	www.healthmedical.com.ar
Helios Salud	www.fundacionhelios.org.ar
Hominis	www.mphominis.com.ar
Hope	www.whope.com.ar
IASEP Instituto de Asistencia Social para Empleados Públicos de Formosa	www.iasep.gov.ar
IMAS Derimed SA	www.imas.com.ar
INSSSEP Instituto de Seguridad Social del Chaco	www.insssep.com
Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados PAMI	www.pami.org.ar
Interacción Art	www.interaccion.com.ar
IOMA Instituto de Obra Médica Asistencial	www.ioma.gba.gov.ar
IOSEP Instituto de Obra Social del Empleado Provincial de Santiago del Estero	www.iosep.gov.ar
IOSPER Instituto de Obra Social de la Provienciade Entre Ríos	www.iosper.gov.ar
IPAUSS Instituto Provincial Autárquico Unificado de Seguridad Social de Tierra del Fuego	www.ipauss.gov.ar
IPS Instituto de Previsión Social Misiones	www.ips.misiones.gov.ar
IPS Instituto Provincial de Salud de Salta	www.ipssalta.gov.ar
IPSST Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán	www.ipsst.gov.ar
ISJ Instituto de Seguros de Jujuy	www.isj.gov.ar
Jerárquicos Salud	www.jerarquicosalud.com.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

La Caja Art	www.lacaja.com.ar
La Mutual Argentina Salud	www.lamutual.org.ar
Liberty Art	www.libertyargentina.com.ar
Luis Pasteur	www.oslpasteur.com.ar
Luz y Fuerza OSFATLYF	www.luzyfuerzasalud.org.ar
Mapfre Salud	www.mapfresalud.com.ar
Medco Salud	www.medcosalud.com.ar
Medical Corporative Trade	www.medicalcorporativetrade.com
Medicals	www.medicals-sa.com.ar
Medicien	www.swissmedical.com.ar
Medicus	www.medicus.com.ar
Medifé	www.medife.com.ar
Municipalidad de Tres de Febrero	www.tresdefebrero.gov.ar
Mutual del Personal del Agua y la Energía de Mendoza	http://mutualaye.com.ar/
Mutual Farmacéutica de la República Argentina Amffa	www.amffa.com.ar
Mutual Odontológica Argentina MOA	www.moa.org.ar
Mutual Personal de Agua y Energía de la Capital Federal	www.mayee.com.ar
Nubial	www.swissmedical.com.ar
Obra Acción Social de Empresarios	www.ase.com.ar
Obra Social Aceros Paraná OSAP	www.osapsalud.com.ar
Obra Social Agentes de Propaganda Médica	www.apm.org.ar
Obra Social Asociación del Personal de la Dirección	www.apdis.com.ar
Obra Social Asociación Mutual del Personal de Philips Argentina Ampar	www.ampar.org
Obra Social Ceras Johnson	www.johnson.com.ar
Obra Social Ciudad de Buenos Aires	www.obsba.org.ar
Obra Social Cooperativa de Asistencia Mutua y Turismo del Personal de las Sociedades Pirelli Ltda	www.compir.com.ar
Obra Social de Actividades Empresarias	www.osim.com.ar
Obra Social de Actores	www.osa.org.ar
Obra Social de Aeronavegantes	www.aeronavegantes.com
Obra Social de Agentes de Loterías y Afines de la República Argentina OSALARA	www.aleara.com.ar
Obra Social de Arbitros Deportivos de la República Argentina OSADRA	www.osadra.org.ar
Obra Social de Choferes de Camiones OSCHOCA	www.camioneros-ba.org.ar
Obra Social de Conductores Navales de la República Argentina	www.siconara.org.ar
Obra Social de Dirección	www.osdo.com.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Obra Social de Docentes Particulares de Capital Federal OSDOP	www.sadopcapital.org
Obra Social de Empleados de Agencias de Informes OSEADI	www.oseadi.com.ar
Obra Social de Empleados de Despachantes de Aduana OSEDA	www.oseda.com.ar
Obra Social de Empleados de Prensa de Córdoba PRENSALUD	www.osepc.com.ar
Obra Social de Empleados Públicos de Catamarca Osep	www.osep-catamarca.gov.ar
Obra Social de Empleados Públicos de Mendoza Osep	www.osep.mendoza.gov.ar
Obra Social de Empleados Textiles y Afines Osetya	www.osetya.com.ar
Obra Social de Empresarios, Profesionales y Monotributistas	www.osdepym.com.ar
Obra Social de Entidades Deportivas y Civiles	www.ospedyc.org.ar
Obra Social de Futbolistas Argentinos Agremiados	www.agremiados.com.ar
Obra Social de Guardavidas y Afines de la República Argentina	www.sugara.com.ar
Obra Social de Jefes y Oficiales Maquinistas Navales OSJOMN	www.osjomn.com.ar
Obra Social de la Actividad Minera	www.aomaosam.org.ar
Obra Social de la Asociación de Técnicos de Vuelo de Líneas Aéreas OSTVLA	www.tecnicosdevuelo.org.ar
Obra Social de la Cámara de la Industria Curtidora Argentina OSCICA	www.cica.org.ar
Obra Social de la Ciudad de Buenos Aires OBSBA	www.obsba.org.ar
Obra Social de la Federación Argentina de Trabajadores de Luz y Fuerza OSFATLYF	www.luzyfuerzasalud.org.ar
Obra Social de la Federación Argentina del Trabajador de las Universidades Nacionales OSFATUN	www.osfatun.com
Obra Social de la Federación Gremial de la Industria de la Carne y sus Derivados	www.obrasocialdelacarne.org.ar
Obra Social de la Unión del Personal Civil de la Nación	www.unionpersonal.com.ar
Obra Social de La Unión Obrera Metalúrgica de la República Argentina OSUOMRA	www.uom.org.ar
Obra Social de la Unión Obrera Metalúrgica Seccional Tres de febrero	www.uomtresdefebrero.org.ar
Obra Social de la Unión Obreros y Empleados Tintoreros Sobrereros y Lavaderos de la República Argentina	www.uoetsylra.org
Obra Social de la Universidad de Buenos Aires	www.dosuba.com.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

DOSUBA	
Obra Social de la Universidad Nacional del Litoral	www.unl.edu.ar
Obra Social de Legisladores de la República Argentina	www.clnoslera.com.ar
Obra Social de Locutores OSDEL	www.locutores.org.ar
Obra Social de los Inmigrantes Españoles y sus Descendientes residentes en la República Argentina OSPANA	www.ospana.com.ar
Obra Social de los Médicos	www.osmedica.com.ar
Obra Social de los Médicos de la Provincia de Buenos Aires OSMEBA	www.femeba.org.ar
Obra Social de los Músicos OSDEM	www.sadem.org.ar
Obra Social de los Trabajadores de la Educación Privada OSTEP	www.ostep.com.ar
Obra Social de los Trabajadores Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina OSUTHGRA	www.uthgra.org.ar
Obra Social de los Trabajadores Viales	www.vialsalud.com.ar
Obra Social de Mandos Medios de Telecomunicaciones en la Republica Argentina y Mercosur OSMMEDT	www.osmmedt.org.ar
Obra Social de Ministros Secretarios y Subsecretarios OSMISS	www.osmiss.org.ar
Obra Social de Peones de Taxis de la Capital Federal OSPETAX	www.ospetax.org.ar
Obra Social de Personal de Dirección APDIS	www.apdis.com.ar
Obra Social de Personal de Entidades Deportivas y Civiles OSPEDYC	www.ospedyc.org.ar
Obra Social de Petroleros de Córdoba	www.ospecor.com.ar
Obra Social de Petroleros OSPE	www.ospesalud.com.ar
Obra Social de Portuarios Argentinos OSPA	www.ospaort.com.ar
Obra Social de Prensa FATPREN	www.fatpren.org.ar
Obra Social de Recibidores de Granos y Anexos OSRGA	www.amsalud.com.ar
Obra Social de Relojeros Joyeros y Afines de la República Argentina OSRJA	www.surja.com.ar
Obra Social de Seguros OSSEG	www.osseg.org.ar
Obra Social de Supervisores Metalmecánicos de la República Argentina	www.asimra.org.ar
Obra Social de Técnicos de Fútbol OSTECF	www.ostecf.com.ar
Obra Social de Televisión	www.tvosalud.com.ar
Obra Social de Trabajadores de la Industria del Cuero y Afines OSPICA	www.ospica.org.ar
Obra Social de Trabajadores de las Comunicaciones OSTRAC	www.aatrac.org.ar
Obra Social de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires	www.ostpba.org.ar
Obra Social de Trabajadores Viales	www.vialsalud.com.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Obra Social de Viajantes Vendedores de la República Argentina Andar	www.ieseve.edu.ar/redsocial/andar/html/andar.htm
Obra Social de YPF	www.osypf.com.ar
Obra Social del Ministerio de Economía	www.osme.org.ar
Obra Social del Personal Aeronáutico OSPA	www.ospa.com.ar
Obra Social del Personal Asociado a la Asociación Mutual SANCOR	www.sancorsalud.com.ar
Obra Social del Personal Auxiliar de Casas Particulares OSPACP	www.ospacp.org.ar
Obra Social del Personal de Aeronavegación de Entes Privados	www.ospadep.com
Obra Social del Personal de Aguas Gaseosas y Afines OSPAGA	www.ospaga.com.ar
Obra Social del Personal de Dirección de Empresas de Alimentación OPDEA	www.opdea.org
Obra Social del Personal de Dirección de Empresas de Frutos del País	www.frutosdelpais.org.ar
Obra Social del Personal de Dirección de la Industria Cervecera y Maltera SERVESALUD	www.servesalud.com.ar
Obra Social del Personal de Dirección de la Industria Maderera OSMAD	www.osmad.org.ar
Obra Social del Personal de Dirección de la Industria Metalúrgica OSIM	www.osim.com.ar
Obra Social del Personal de Dirección de la Industria Privada del Petróleo OSDIPP	www.osdipp.com.ar
Obra Social del Personal de Dirección de la Sanidad LUIS PASTEUR	www.oslpasteur.com.ar
Obra Social del Personal de Dirección de las Empresas de Alimentación OPDEA	www.opdea.org
Obra Social del Personal de Dirección de Perfumería WHOPE	www.whope.com.ar
Obra Social del Personal de Edificios de Renta y Horizontal OSPERYH	www.fateryh.com.ar
Obra Social del Personal de Estaciones de Servicio OSPES	www.ospes.org.ar
Obra Social del Personal de Farmacia	www.ospf.org.ar
Obra Social del Personal de Imprenta, Diarios y Afines OSPIDA	www.ospida.org.ar
Obra Social del Personal de Jaboneros OSPEJ	www.osjaboneros.com.ar
Obra Social del Personal de la Actividad Perfumista	www.ospap.org.ar
Obra Social del Personal de la Actividad del Turf OSPAT	www.ospat.com.ar
Obra Social del Personal de la Actividad Vial Santa Fe OSPAVIAL	www.ospavial.com.ar
Obra Social del Personal de la Actividad Vitivinícola OSPAV	www.ospav.com.ar
Obra Social del Personal de la Construcción Construir Salud	www.construirsalud.com.ar
Obra Social del Personal de la Enseñanza	www.ospepweb.com.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Privada	
Obra Social del Personal de la Industria Cinematográfica OSPIC	http://www.sicacine.org.ar/
Obra Social del Personal de la Industria de la Alimentación de la Provincia de Buenos Aires	www.ospiapba.org.ar
Obra Social del Personal de la Industria del Caucho	www.ospic-socaya.org.ar
Obra Social del Personal de la Industria del Plástico OSPIP	www.ospip.org.ar
Obra Social del Personal de la Industria del Textil OSPIT	www.ospit.org.ar
Obra Social del Personal de la Industria del Vestido	www.osvestido.com.ar
Obra Social del Personal de la Industria Ladrillera a Máquina OSPILM	www.ospilm.com.ar
Obra Social del Personal de la Industria Maderera	www.ospim.com.ar
Obra Social del Personal de la Industria Textil	www.ospit.org.ar
Obra Social del Personal de la Industria y Actividades del Neumático OSPIN	www.ospin.org.ar
Obra Social del Personal de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco	www.dasu.com.ar
Obra Social del Personal de las Telecomunicaciones OSPETELCO	www.ospetelco.org
Obra Social del Personal de los Organismos de Control de la República Argentina	www.apoc.org.ar
Obra Social del Personal de Prensa de la República Argentina	www.osppra.com.ar
Obra Social del Personal de Prensa de Rosario OSPRO	www.ospro.com.ar
Obra Social del Personal de Prensa de Tucumán	www.osppt.com.ar
Obra Social del Personal de Seguridad Comercial, Industrial e Investigaciones Privadas OSPSIP	www.ospsip.org.ar
Obra Social del Personal de Telecomunicaciones de la República Argentina OSTEL	http://200.45.71.180/ostel/
Obra Social del Personal de Televisión	www.satv.org.ar
Obra Social del Personal del Automóvil Club Argentino OSPACA	www.ospaca.com
Obra Social del Personal del Caucho OSPECA	www.ospeca.org.ar
Obra Social del Personal del Espectáculo Público	www.ospepsalud.com.ar
Obra Social del Personal del Papel, Cartón y Químicos	www.ospapel.org.ar
Obra Social del Personal del Sindicato Gráfico Paraná, Centro y Sur de Entre Ríos	www.sindicatografico.com.ar
Obra Social del Personal Marítimo OSPM	www.ospm.com.ar
Obra Social del Personal Rural y Estibadores	www.osprera.org.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

de la República Argentina OSPRERA	
Obra Social del Personal Superior de la Industria del Caucho y otras actividades industriales CAMPSIC	www.campsic.com
Obra Social del Personal Superior de Mercedes Benz Argentina	www.apsdca.com.ar
Obra Social del Personal de Estaciones de Servicio	www.ospes.org.ar
Obra Social del Poder Judicial	www.ospjn.gov.ar
Obra Social del Servicio Penitenciario Nacional	www.obrasocialspf.com.ar
Obra Social del Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor OSMATA	www.smata.com.ar
Obra Social Federación Argentina Trabajadores Pasteleros, Confiteros, Pizzeros y Alfajeros de la República Argentina	www.federacion.pasteleros.org.ar
Obra Social Federal de la Federación Nacional de Trabajadores de Obras Sanitarias OSFFeNTOS	www.fentos.org.ar
Obra Social Ferroviaria OSFE	www.osfe.org.ar
Obra Social Industria Aceitera	www.sindicato-aceitero.com.ar
Obra Social Mutualidad Industrial Textil Argentina OSMITA	www.obrasocialmita.com.ar
Obra Social para el Personal de Obras y Servicios Sanitarios OSOSS	www.ososs.com.ar
Obra Social para el Personal del Ministerio de Economía OSME	www.osme.org.ar
Obra Social para Empleados de Comercio y Actividades Civiles OSECAC	www.osecac.org.ar
Obra Social para la Actividad Docente OSPLAD	www.osplad.org.ar
Obra Social para Pilotos de Líneas Aéreas OSPLA	www.ospla.org.ar
Obra Social Personal de la Sanidad Argentina OSPSA	www.sanidad.org.ar
Obra Social Portuarios Argentinos	www.ospaport.com.ar
Obra Social Trabajadores Empresas de Electricidad OSTEE	www.osteeluzmedica.com.ar
Obra Social YPF	www.osypf.com.ar
Osde Binario	www.osde.com/osde_binario/
Osmecon Salud Asociación de Médicos de Gal. San Martín y Tres de Febrero	www.osmeconsalud.org.ar
PAMI Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados	www.pami.org.ar
Paramedic	www.paramedic.com.ar
Plan Nacional Médico Planamed	www.planamed.com.ar
Prevención Art	www.prevencionart.com.ar
Primedic Salud	www.primedic-salud.com.ar
Privamed	www.privamedsa.com

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

PROFE Programa Federal de Salud	www.msal.gov.ar/hm/site/prog_profe.asp
Proteger	www.redproteger.com.ar
Protexia	www.protexia.com.ar
Provincia Art	www.provinciart.com.ar
Qualitas	www.qualitas.com.ar
Red Argentina de Salud	www.rascomra.com.ar
Salud y Seguridad Ocupacional, Ambiental e Industrial	www.ecofield.com.ar
Sama Servicio Asistencial Médico Adventista	www.sama-adra.com.ar
Sami Centro Médico Mar del Plata	www.samimdp.com.ar
Sami Salud	www.osmecon-sami.com.ar
San Gerónimo Servicios de Salud	www.sangeronimo-salud.com.ar
San Isidro Salud Osmecon Salud	www.cmsanisidro.com.ar
Servesalud	www.servesalud.com.ar
Sindicato Gráfico de Paraná, Centro y Sur de Entre Ríos	www.sindicatografico.com.ar
Sistema de Protección Médica SPM AMSA	www.e-galeno.com.ar
Sistema Médico Prepago de la Federación Médica Gremial de la Capital Federal FEMEDICA	www.femedica.com.ar
Sociedad Alemana de Socorros a Enfermos DKV	www.dkv.com.ar
Staff Médico	www.staffmedico.com
Suteba	www.suteba.org.ar
Swiis Medical Group	www.swissmedical.com.ar
Tim	www.e-galeno.com.ar
Uai Salud	www.uaisalud.com.ar
Unión Docentes de la Provincia de Buenos Aires Udocba	www.udocba.org.ar
Universal Assistance	www.universal-assistance.com
Universidad Tecnológica Nacional Dasuten	www.dasuten.utn.edu.ar
Uom	www.uom.org.ar
Visitar	www.visitar.com.ar
Vita's	www.vitas-sa.com.ar

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

1.2.4 Decreto 1615/96

SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD

Decreto 1615/96

Constitúyese el citado organismo descentralizado, en jurisdicción del Ministerio de Salud y Acción Social, como consecuencia de la fusión de la Administración Nacional del Seguro de Salud (ANSSAL), el Instituto Nacional de Obras Sociales (INOS) y la Dirección Nacional de Obras Sociales (DINOS).

Bs. As., 23/12/96

Ver Antecedentes Normativos

VISTO las Leyes 23.660, 23.661 y sus Decretos reglamentarios y la Ley 24.629 y

CONSIDERANDO:

Que según lo dispuesto por la Ley 24.629 es facultad del Poder Ejecutivo Nacional realizar en su ámbito la reorganización de la Administración Pública Nacional para lograr una mayor eficiencia mediante, entre otras acciones, la reorganización de Organismos que presentan objetivos, competencias, funciones y responsabilidades superpuestas, duplicadas o cuyo mantenimiento se hubiere tornado manifiestamente innecesario.

Que el correcto desenvolvimiento del SISTEMA NACIONAL DEL SEGURO DE SALUD exige una supervisión eficiente y racionalizada, con una clara identificación de sus objetivos, funciones y responsabilidades, en un proceso de desregulación progresivo cuyo inicio está instalado en el sistema.

Que resulta necesario mantener las competencias del control de gestión previstas por las Leyes 23.660 y 23.661 y sus Decretos reglamentarios a ejecutar por un nuevo Organismo que responda a los lineamientos antes mencionados.

Que por otra parte es menester consolidar la actual dinámica de perfeccionamiento hacia modalidades de organización y funcionamiento más eficiente y justas en que se halla inmerso el SISTEMA NACIONAL DEL SEGURO DE SALUD.

Que la desregulación del sistema, la exigencia del cumplimiento del Programa Médico Obligatorio y la Garantía de Calidad en la prestación resultan aspectos de significativa importancia que deben resguardarse con la mayor urgencia y, en ese contexto, es necesario unificar la autoridad de aplicación de la normativa vigente en materia del Sistema Nacional del Seguro de Salud.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ªA		Turno: Noche	

Que la UNIDAD DE REFORMA Y MODERNIZACION DEL ESTADO ha tomado la intervención que le compete.

Que el presente se dicta en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 99, incisos 1) y 2) de la Constitución Nacional y los artículos 7º, 8º y concordantes de la Ley 24.629.

Por ello,

EL PRESIDENTE DE LA NACION ARGENTINA

DECRETA:

Artículo 1º — Fusi6nase en la jurisdicci6n del MINISTERIO DE SALUD Y ACCION SOCIAL la ADMINISTRACION NACIONAL DEL SEGURO DE SALUD (ANSSAL), creada por la Ley 23.661, el INSTITUTO NACIONAL DE OBRAS SOCIALES (INOS) creado por la Ley 18.610 y la DIRECCION NACIONAL DE OBRAS SOCIALES (DINOS) creada por la Ley 23.660, constituyendo la SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD.

Art. 2º — La citada Superintendencia funcionar6 como organismo descentralizado de la Administraci6n P6blica Nacional en jurisdicci6n del MINISTERIO DE SALUD Y ACCION SOCIAL, con personalidad jur6dica, y con un r6gimen de autarqu6a administrativa, econ6mica y financiera, en calidad de ente de supervisi6n, fiscalizaci6n y control de los agentes que integran el Sistema Nacional del Seguro de Salud.

Art. 3º — La SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD se har6 cargo del personal, el activo, y asumir6 el pasivo de los entes que se fusionan, conforme la normativa legal vigente. El personal transferido mantendr6 sus respectivos niveles, grados, y adicionales de revista vigentes al 31 de diciembre de 1996.

Art. 4º — La SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD asumir6 las competencias, objetivos, funciones, facultades, derechos y obligaciones de las entidades que se fusionan por este acto en el marco de su competencia, con excepci6n de las mencionadas en el Art6culo 10.

Art. 5º — As6gnase a la SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD la fiscalizaci6n del cumplimiento del PROGRAMA MEDICO OBLIGATORIO (PMO).

Art. 6º — As6gnase a la SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD controlar el cumplimiento de lo dispuesto en los art6culos 15 y 16 del Decreto 578/93 del PODER EJECUTIVO NACIONAL, en lo que hace al Hospital P6blico de Autogesti6n (HPA).

Art. 7º — As6gnase asimismo a la SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD la fiscalizaci6n del cumplimiento del PROGRAMA NACIONAL DE GARANTIA DE CALIDAD DE LA ATENCION MEDICA en los entes comprendidos en el Sistema.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ª		Turno: Noche	

Art. 8º — Asígnase a la SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD supervisar el cumplimiento del ejercicio del derecho de opción de los beneficiarios del sistema para la libre elección de obras sociales.

Art. 9º — La máxima autoridad de la SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD estará a cargo de un Directorio integrado por UN (1) Superintendente, quien ejercerá la Presidencia del Directorio, y CUATRO (4) Directores en representación de los Ministerios DE SALUD, DE ECONOMIA, DE TRABAJO, EMPLEO Y FORMACION DE RECURSOS HUMANOS y DE DESARROLLO SOCIAL Y MEDIO AMBIENTE, todos ellos designados por el PODER EJECUTIVO NACIONAL.

(Artículo sustituido por art. 1º del [Decreto Nº 27/2000](#) B.O. 12/01/2000)

Art. 10. — *(Artículo derogado por art. 10 del [Decreto Nº 53/98](#) B.O. 20/01/1998)*

Art. 11. — La SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD se financiará con los recursos previstos para los entes fusionados con la excepción de lo establecido en el artículo 10 del presente decreto, debiendo procederse oportunamente a la adecuación de las partidas presupuestarias correspondientes.

Art. 12. — Los organismos que se fusionan por las disposiciones del presente decreto mencionados en el artículo 1º, implementarán en las ocasiones previstas en los artículos 13 y 14 la unificación de sus respectivas áreas de apoyo.

Art. 13. — La SUPERINTENDENCIA DEL SERVICIO DE SALUD en el plazo de NOVENTA (90) días presentará al Ministerio de Salud y Acción Social la propuesta de estructura organizativa del organismo correspondiente al primer nivel operativo, de acuerdo a la normativa vigente en la materia, Decreto Nº 1545/94 y Resolución de la Secretaría de la Función Pública Nº 422/94, adecuando los recursos humanos a las competencias, objetivos y funciones que se le han asignado a la citada entidad por el presente, con las limitaciones impuestas por el artículo 7º, último párrafo de la Ley 24.629.

Art. 14. — *(Artículo derogado por art. 5º del [Decreto Nº 651/97](#) B.O. 21/07/1997)*

Art. 15. — Comuníquese el presente acto administrativo a la Comisión Mixta de Reforma del Estado y de Seguimiento de las Privatizaciones (Ley 23.696).

Art. 16. — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. — MENEM. — Jorge A. Rodríguez. — Alberto J. Mazza.

Antecedentes Normativos

- *Artículo 10 sustituido por art. 1º del [Decreto Nº 651/97](#) B.O. 21/07/1997.*

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

1.2.5 Informe sobre Obras Sociales y Prepagas – iprofesional.com

Quién es quién en la medicina prepaga

La cantidad de afiliados a prepagas asciende a 3,5 M. OSDE, que suma la calidad de prepaga y obra social, es uno de los principales actores seguido por Swiss Medical y Galeno. De las principales operadoras, tres extendieron sus negocios al sector de seguros y medios de comunicación entre otros

La **cantidad de afiliados a las empresas de medicina prepaga asciende a 3,5 millones de personas**, según un estudio privado, aunque en el Ministerio de Salud estiman que "ronda los dos millones". En tanto, sobre una veintena de empresas que absorben 93% del mercado, sólo tres concentran 60% de las afiliaciones, indican los informes.

No hay información oficial respecto del funcionamiento de estas compañías ya que no dependen ni del propio Ministerio ni de la Superintendencia de Seguros de Salud a cargo de Héctor Capaccioli

La lista de grandes actores es encabezada por OSDE, con poco más de un millón de afiliados entre la obra social y la prepaga, Swiss Medical con 544.000 y Galeno, con 542.000, de acuerdo a datos que forman parte de un estudio integral sobre servicios de salud de la consultora Key Market.

A excepción de OSDE, el resto de los grandes opera principalmente con centros propios. Consolidar dispone de las clínicas Santa Isabel y Bazterrica; Medicus se abastece de tres grandes sedes con su marca y tiene el Sanatorio Otamendi; Omint (de la familia Villa Larroudet) posee la Clínica del Sol; en tanto que los hospitales comunitarios líderes (Alemán, Italiano, Francés y Británico) crearon su prepaga a partir de sus instalaciones.

Por su parte, Galeno, firma propiedad de Julio Fraomeni en un 99% que en 2001 adquirió SPM y AMSA, atiende en tres filiales del Sanatorio Trinidad (Palermo, San Isidro y Quilmes) que le pertenecen, al igual que el Instituto Dupuytren y el Sanatorio Mitre.

Swiss Medical es propiedad en un 75% al **empresario Claudio Belocopitt**, y además de utilizar la Clínica Suizo Argentina, el Sanatorio Agote y otras dependencias con su

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

marca, extendió sus operaciones a campos como el de seguros y el de medios de comunicación (Radio del Plata). Consolidar, del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, y la organización civil "sin fines de lucro" OSDE, son los otros dos actores que tienen activos en AFJP y seguros, entre varias áreas.

La posesión de grandes clínicas y sanatorios en el **haber de las prepagas no es un detalle menor habida cuenta que las empresas** informan que uno de los motivos del pretendido aumento sería la presión que ejercen los proveedores, aunque cierto es que casi todos los operadores se abastecen además de terceros o entrecruzan sus instalaciones.

El estudio de **Key Market atribuye a Jorge Aufiero y a José de All 34,36% de Medicus**, mientras el restante 31,07% pertenece a la familia Pavlovski. En tanto, Acción Social de Empresarios (ASE) creó su marca Medifé, en el mismo segmento en que opera OSDE.

LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR QUE NEGOCIAN CON EL GOBIERNO

Desde el año pasado, una de las caras más visible del sector es la del empresario **Claudio Belocopitt**, titular de Swiss Medical Group (SMG), una compañía nacional con inversores suizos que además cuenta con una rama de negocios dedicada al mercado asegurador.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

1.2.6 Recorte periodístico de la situación económica Argentina – LaNacion

La Argentina tuvo en 2012 los peores indicadores de la región

Fue superada por los demás países en crecimiento, producción industrial, construcción, inversión y empleo; y tuvo la inflación más alta

Por [Carlos Manzoni](#) | LA NACION

"El mundo se nos cayó encima", suele decir la presidenta Cristina Kirchner para justificar la [fuerte caída en la performance económica del país](#) .

Según parece, [el mundo se ha caído encima de la Argentina](#) , pero no de sus vecinos: el año pasado fue superada por casi todos ellos en indicadores clave como crecimiento, actividad industrial, construcción, inflación y empleo, en un contexto internacional muy favorable para la región. Así, va camino de convertirse en la oveja negra de América latina, justo cuando el contexto externo para los países del área es muy favorable.

[El desempleo en Brasil llega a su mínimo histórico](#) , las inversiones llueven en Chile y Colombia y la construcción bate récords en Perú, mientras que la industria uruguayana mantiene un ritmo aceptable. Salvo en el caso de la producción industrial, donde apenas supera a Brasil, [la Argentina pierde en los principales indicadores frente a todos sus vecinos](#) , según un análisis de la consultora abeceb.com basado en las cifras oficiales de cada país.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Estancado en medio del boom

	PBI (e) Var. i.a.	Inflación (fin de periodo)	Industria (e) Var. i.a.	Inversión % PIB (e)	Actividad de la construcción (e)	Com. Ex. Estimac. 2012
Argentina	1,0%	25,6%	-1,2%	24,2%	-3,2%	-3,7%
Brasil	1,1%	5,8%	-2,1%	20,2%	3%	0,1%
Chile	5,5%	1,5%	2,6%	25,7%	8%	3,5%
Colombia	4,1%	2,4%	0,8%	23,1%	1%	10,3%
Peru	6,2%	2,6%	2,9%	25,2%	16%	7,8%
Uruguay	3,8%	7,5%	2,8%	19,6%	12%	6,9%

INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

En millones de dólares, datos del primer semestre de 2012 (últimos datos completos publicados).

Brasil	México	Chile	Colombia	Perú	Argentina
43.175	12.275	9622	7798	5440	5388

Fuente: Abecéb, IPC Congreso, Organismos oficiales, Latin Focus, FMI, Cepal / LA NACION

(e) : Esperado

Algo similar ocurre con la inflación. La Argentina no sólo está a la cabeza del ranking regional, sino que es el único país de América latina que en 2012 mostró una aceleración con respecto al año anterior, aun cuando se tomen como indicador real las cuestionadas estadísticas del Indec.

Luciana Díaz Frers, directora del programa de Política Fiscal del Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (Cippec), dice que los motivos por los cuales el país muestra menor crecimiento relativo en la región están relacionados con los desincentivos a la inversión privada.

"La incertidumbre provocada por la inflación, las restricciones en el mercado cambiario, la estatización de YPF y algunas trabas al comercio exterior actúan negativamente sobre el ambiente de negocios", explicó Díaz Frers.

Fue precisamente la restricción cambiaria la que derrumbó a la construcción, que, según datos del Indec, cayó 3,2% en 2012, la mayor variación negativa de la última década. En igual período y rubro, Perú creció 18%; Uruguay, 12%; Chile, 14%, Brasil, 3%, y Colombia, 1% por ciento.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

Esta debacle comenzó a germinar a fines de 2011. A partir de allí, al país se le acabó el superávit comercial, con lo que, según Marina Dal Poggetto, directora de Estudio Bein & Asociados, le quedaban dos caminos: abrir la cuenta capital o tocar el tipo de cambio. "No hizo ni una cosa ni la otra, sino que limitó el acceso al mercado cambiario, prohibió por decreto la fuga de capitales y entregó reservas para financiar importaciones -dijo la economista-. Eso originó la brecha cambiaria que terminó por perjudicar a sectores clave de la economía, con la construcción a la cabeza."

FÁBRICAS FRENADAS

Por el lado de la industria, las comparaciones tampoco dejan bien parada a la Argentina. Mientras en Perú, Uruguay y Chile este rubro creció 2,9%, 2,8% y 2,6%, respectivamente, y en Colombia 0,8%, aquí registró una caída de 1,2% sólo superada por la de Brasil, que fue del 2,1%. "En este ítem golpeó muy fuerte la baja de la industria automotriz, afectada por trabas a las importaciones, caída del mercado interno y menor demanda brasileña", señaló Rodrigo Álvarez, socio y director de la consultora Analytica.

Otro factor que golpeó a la industria es el hecho de que el ritmo de consumo que alimentaba a cierto sector manufacturero ya no se puede sostener. Como dice Dal Poggetto, se terminó el aumento de salarios en dólares que se había registrado en los últimos años. En su opinión, a diferencia de sus vecinos regionales, la Argentina le dio prioridad al corto plazo con un excesivo fogoneo al consumo y desatendió la inflación, algo que en 2012 se pagó con menor crecimiento.

Si de inflación se habla, ahí sí que el país está a la cabeza. Como se advirtió, su índice no sólo es el más alto de la región, sino también el que más subió en 2012. Según los datos publicados por cada país, en todos los casos los precios se expandieron a un ritmo más moderado que el año anterior. Salvo aquí, donde, pese a la fuerte desaceleración de la actividad económica, subieron más que hace un año. En diciembre de 2011, la inflación anual, según el promedio de las estimaciones privadas que presentan los diputados de la oposición, fue del 22,8%. En 2012, el índice del Congreso consignó una inflación anual del 25,6 por ciento.

Hasta Venezuela, la reina de la inflación, exhibió una desaceleración notoria en puntos porcentuales, al pasar de 27,6% en 2011 a 20,1% en 2012. En Chile, en tanto, la tasa se redujo a la tercera parte: pasó de 4,4 a 1,5 por ciento. Incluso en

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche		

países como Uruguay y Brasil, donde la tasa estuvo por encima de la meta fijada por los respectivos gobiernos, los precios crecieron en 2012 a un ritmo menor que el año anterior.

El empleo, otro caballito de batalla exhibido de manera recurrente por el Gobierno, tampoco ayuda al país a imponerse en la región aunque sea en un aspecto. Mientras que Brasil anunció el jueves pasado que la desocupación había alcanzado allí su mínimo histórico -un 5,5%, según el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE)- y Chile registró un índice de 6,1% según el Instituto Nacional de Estadísticas de ese país, la Argentina se mantiene en 6,9%, según confirmó días atrás la presidenta Cristina Kirchner.

Javier Lindemboin, director del Centro de Estudios sobre Población, Empleo y Desarrollo (Ceped) de la UBA, dice que es una pena que el país no aproveche la bonanza regional, derivada del buen precio de las commodities, para mejorar sus índices de desempleo. "Esa bonanza sólo ha alcanzado para evitar que el país profundice sus dificultades, derivadas en gran parte de su propia gestión", analizó.

POCO ATRACTIVOS AL CAPITAL

En inversión extranjera directa, en tanto, los 5388 millones de dólares que recibió el país hasta el primer semestre de 2012 (último dato publicado) sólo le alcanzan para ubicarse sexto en la región, detrás de Brasil (US\$ 43.175 millones), México (US\$ 12.275 millones), Chile (US\$ 9622 millones), Colombia (US\$ 7798 millones) y Perú (US\$ 5440 millones). Álvarez destaca que este rubro ya venía mal en el país y estima que los datos definitivos de 2012 van a dar que fue el peor año en este aspecto.

La explicación para esta sequía de inversiones es muy simple: como analiza Álvarez, cuando no hay libertad para reenviar las utilidades a su casa central, las empresas se vuelven reacias a volcar capital en el país. "Sobre todo cuando no hay horizonte de salida del control para girar dividendos -acotó el economista-. Es más: muchas compañías tienen que hacer un esfuerzo muy grande ante sus sedes para justificar inversiones aquí."

La Argentina decidió correr más rápido que el resto de la región, pero en 2012 comenzó a quedarse sin energía y con el sabor amargo de saber que, pese a haber forzado al extremo el gasto público, no mejoraba significativamente sus

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013	
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279		
	Sede: Lomas	Comisión: 5ª		Turno: Noche		

indicadores económicos. Por el contrario, sus pares regionales empezaron a mirar desde arriba cómo se convertía en la oveja negra de América latina.

A CONTRAMANO DE UN BUEN MOMENTO

La economía argentina tuvo en 2012 resultados magros

- **-1,2%**
Industria
Fue la caída que tuvo aquí el sector fabril, sólo superada por Brasil (-2,1%). En otros países creció: Perú (2,9%), Uruguay (2,8%), Chile (2,6%) y Colombia (0,8%)
- **-3,7%**
Comercio exterior
En exportaciones hubo retroceso. En cambio, crecieron en Colombia (10,3%), Perú (7,8%), Uruguay (6,9%), Chile (3,5%) y Brasil (0,1%)
- **Inflación**
Es el único rubro en que la Argentina es líder. El resto de la región, salvo Venezuela, no supera el 6%
- **-3,2%**
Construcción
El cepo cambiario le asestó un golpe demoledor a este sector que, por el contrario, mejoró en Perú (16%), Uruguay (12%), Chile (8%), Brasil (3%) y Colombia (1%)

MALA NOTA EN COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior fue otro punto flojo de la Argentina en 2012. Los datos oficiales del primer semestre, únicos disponibles, muestran que quedó 5ª entre los exportadores. Brasil exportó US\$ 117.214 millones; México, 184.137 millones; Venezuela, 49.500 millones; Chile, 40.580 millones, y la Argentina, 39.647 millones.

Pero según Marcelo Elizondo, director de la consultora DNI, las proyecciones de la Cepal para 2012 colocan a la Argentina con el peor resultado: el comercio del país cayó 3,7% y el de Brasil, 0,1%; mientras que crecieron el de Colombia (10,3%), Perú (7,8%), Uruguay (6,9%) y Chile (3,5%). El promedio regional será 3%.

	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

1.3 Bibliografía

Páginas Web de las cuales se incluyó información acerca de análisis clínicos y estudios médicos:

- Diagnósticos Maipu : <http://www.diagnosticomaipu.com/>
- MedLab : <http://www.medlab.com.pe>
- CoroLab : <http://laboratoriocorolab.com/>
- <http://www.analisisclinico.es/el analisis>
- Buena Salud : <http://www.buenasalud.com/>

Páginas Web de donde se sacó información estadística de la industria y acerca de la competencia:

- <http://www.webmedicaargentina.com.ar/PRINCIPALES/hospitales.htm>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Pandemia_de_gripe_A_\(H1N1\)_de_2009-2010_en_Argentina](http://es.wikipedia.org/wiki/Pandemia_de_gripe_A_(H1N1)_de_2009-2010_en_Argentina)
- http://www.deis.gov.ar/publicaciones/archivos/indicadores_2012.pdf
- http://q-analysis.blogspot.com.ar/2010/12/censo-del-bicentenario-en-argentina_29.html
- <http://www.radioinfoval.com.ar/rv/?p=1325>
- <https://sites.google.com/site/portalargentinodesalud/obras-sociales-y-prepagas>
- <http://www.rankia.com.ar/foros/bancos-ar/temas/1725408-evolucion-tasa-desempleo-argentina>
- <http://www.iprofesional.com/index.php?p=nota&idx=34951>

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	HomeClinic		Trabajo Final de Ingeniería		AÑO 2013
	Alumno: De Hoz, Matías			Legajo: 7279	
	Sede: Lomas	Comisión: 5ºA		Turno: Noche	

NORMAS ISO