



Las empresas privadas de salud.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Autor: Ana Cristina Vidales

Reg. N°: 967.218

Prof. Tutor: Guillermo Blancaq

Área: PyMES

Contador Público – USAL

*A mis padres y
a Pablo.*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CONTENIDO

OBJETIVOS	IV
INTRODUCCIÓN	V
CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES	
LAS CLÍNICAS COMO EMPRESAS	2
CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DE LAS CLÍNICAS	3
CLÍNICA ARGENTINA S.R.L.: ASPECTOS GENERALES	9
CAPÍTULO 2: ASPECTOS CONTABLES	
SISTEMA CONTABLE EN LAS EMPRESAS DE SALUD	18
ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LOS ESTADOS CONTABLES	20
Razones de actividad.....	21
Razones de liquidez.....	22
Razones de endeudamiento.....	24
Razones de rentabilidad	26
CONTABILIDAD GERENCIAL.....	26
Contabilidad del costo total	28
Contabilidad diferencial	28
Contabilidad de responsabilidades	29
CAPÍTULO 3: ASPECTOS IMPOSITIVOS	
IMPUESTO A LAS GANANCIAS Y GANANCIA MINIMA PRESUNTA	31
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	32
IMPUESTO A LOS INGRESOS BRUTOS	33
CAPÍTULO 4: MARKETING SANITARIO	
CONCEPTO DE MARKETING	35
RELACIÓN ENTRE MARKETING Y ESTRATEGIA	35

MERKETING SANITARIO	36
ANÁLISIS DE MERCADOS Y CLIENTES	37
1. Caracterización del contexto o entorno	37
2. Caracterización de la demanda sanitaria	38
3. Caracterización de la oferta	39
4. Los otros clientes	40
POLÍTICA DE PRODUCTOS	41
Precios y costos	41
DISTRIBUCIÓN	42
1. Accesibilidad	42
2. Personal en contacto	44
COMUNICACIÓN	45
Imagen corporativa	45
Medios de comunicación	46
Promoción	47
Comunicación personal	47
Relaciones públicas	48
ALGUNAS CONCLUSIONES	49
	
CAPÍTULO 5: GESTIÓN DE LA CALIDAD SANITARIA	
MARKETING SANITARIO Y GARANTÍA DE CALIDAD	53
LA GESTIÓN DE LA CALIDAD	53
CALIDAD SANITARIA	54
EDICIENCIA	56
CONTROL DE CALIDAD	57
Fuentes de información para el control de calidad	58
CLÍNICA ARGENTINA S.R.L. Y CALIDAD SANITARIA	60
ANEXO 1	63

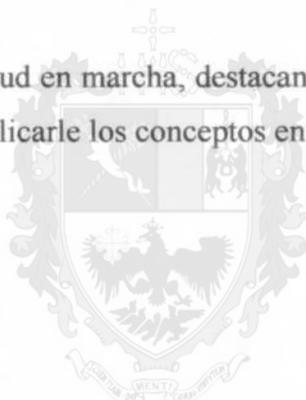
ANEXO 2	66
CONCLUSIÓN	95
BIBLIOGRAFÍA	97



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

OBJETIVOS

- ✓ Estudiar las características particulares de las empresas privadas de salud.
- ✓ Analizar los aspectos contables relacionados con las mismas.
- ✓ Determinar las normas impositivas que le son aplicables.
- ✓ Evaluar la posibilidad de aplicar políticas de marketing y de calidad en este tipo de instituciones.
- ✓ Destacar los principales problemas de estas empresas y medidas más efectivas a aplicar en las mismas.
- ✓ Analizar una empresa de salud en marcha, destacando debilidades y fortalezas de la misma y la posibilidad de aplicarle los conceptos enunciados a lo largo del trabajo.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo nos proponemos realizar un estudio de las organizaciones privadas dedicadas al sector salud. Dichas organizaciones son muy particulares, tienen muchas características concretas que las diferencian del resto, lo cual justifica un estudio específico y profundo sobre las mismas.

A pesar de sus diferencias constituyen empresas y por lo tanto, aunque en distinta forma, todas las normas de las mismas le son aplicables, esto es un punto importante que, de ser tenido en cuenta siempre, podría llevar al progreso de ellas.

Las empresas de salud no son organizaciones fáciles, muy por el contrario, su conducción y dirección constituye un problema en todas ellas y un tema de gran vigencia en la actualidad.

Además de tal problema podemos citar que estas empresas no escapan a la crisis general que se encuentra atravesando el país en este momento y principalmente se ven afectadas por el problema estructural que existe en el sistema de cobertura médica, un sistema en decadencia en la Argentina.

Consideramos importante estudiar la forma de lograr que estas instituciones crezcan y se superen a pesar de los problemas mencionados, y creemos que la misma podría llegar a ser la implantación de políticas nunca antes vistas en las mismas como son el planeamiento estratégico, la gestión de la calidad, utilización de la contabilidad gerencial, el desarrollo de un plan de marketing, etc. El análisis de todas estas y su aplicación a las empresas privadas de salud será la base del presente trabajo.

Paralelamente con el estudio del tema, realizaremos un estudio de una de estas instituciones, describiendo su funcionamiento y destacando sus debilidades y fortalezas y, en caso de corresponder, realizando algún tipo de propuesta para mejorarla.

El presente trabajo se estructura en 5 capítulos y 2 Anexos que los sustentan.

En el capítulo 1 calificaremos a estas instituciones como “empresas” y a partir de allí estudiaremos las características distintivas de las mismas respecto de las empresas en general.

En el capítulo 2 haremos un análisis de las particularidades del sistema contable utilizado en las empresas de salud. Asimismo, realizaremos un análisis económico-financiero de una empresa en particular para determinar en dónde se encuentra el mayor problemas en estas instituciones. Finalmente analizaremos qué tipo de contabilidad gerencial sería más apropiado aplicar a estas empresas.

En el capítulo 3 estudiaremos el alcance de las distintas leyes impositivas vigentes respecto a estas instituciones.

Por su parte, el capítulo 4 lo dedicaremos a realizar un análisis sobre la posibilidad de implantar un plan de marketing en las empresas de salud y dirigir el funcionamiento de las mismas hacia el cliente, hacia su satisfacción.

De la misma forma el capítulo 5 se dedicará al análisis de la aplicación de políticas tendientes a la gestión de la calidad.

Nuestro propósito no es otro que reconocer las particularidades de estas empresas, analizar sus problemas y buscar soluciones que las hagan fuertes y rentables.

UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Capítulo 1: Aspectos Generales



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR



LAS CLÍNICAS COMO EMPRESAS

Las organizaciones que nos proponemos estudiar en el presente trabajo son las Clínicas Privadas de Salud y consideramos que como primera medida en el análisis debemos determinar si las mismas son verdaderamente EMPRESAS para determinar si las podemos estudiar como tales.

El debate formulado entre los partidarios de igualar a estas organizaciones a una empresa y los que se resistían a equiparar estos conceptos fue muy apasionado hace varios años; sin embargo, parece que en la actualidad se encuentra resuelto. La conclusión del debate fue, sintéticamente, que dichas instituciones constituyen una empresa pero de características muy especiales. Nosotros realizaremos nuestro propio análisis para arribar a idéntica conclusión.

En general se ha definido a la empresa como una organización para obtener una ganancia. Sin embargo, según Drucker esta definición no es válida ya que si bien la ganancia y la rentabilidad son esenciales para la supervivencia de la empresa, no constituyen el fin de la misma, sino un factor limitativo, una consecuencia implícita de su existencia.

Para Drucker una empresa es una institución que tiene un propósito definido: crear un cliente. *“El cliente es quien determina la naturaleza de la empresa. Solo el cliente, con su disposición a pagar por un artículo o un servicio, convierte a los recursos económicos en riqueza. El cliente es el cimiento de una empresa y el factor que le permite perdurar.”* (Drucker: 1998, 25)

Así, partiendo de los conceptos mencionados, podemos decir que la idea de obtener una ganancia se encuentra implícita en las organizaciones objeto del presente trabajo como en cualquier otra empresa, ya que no existe un grupo de médicos decididos a unirse para invertir y crear una institución de este tipo si pensaran que la actividad de la misma no será rentable.

Por otra parte creemos que este tipo de organizaciones también debería tener como propósito crear un cliente, su objetivo debe ser ganarse la confianza y credibilidad de la población de manera que las personas ante cualquier necesidad concurren a ésta organización y no a otra, que la elijan.