

**Desarrollo de un plan de mercadeo con base en la viabilidad comercial de apertura
de servicios en salud de alta complejidad en el Municipio de Florencia Caquetá**

Liliana De La Cruz Esparza

Especialización en Gerencia y Mercadeo Estratégico, Universidad ECCI

Seminario de investigación II

Profesor Torres Duque Pedro Mauricio

13 de agosto 2023

Desarrollo de un plan de mercadeo con base en la viabilidad comercial de Apertura de Servicios de alta complejidad en el Municipio de Florencia Caquetá

Autor:

Liliana De La Cruz Esparza código: 00000129049

Profesor Torres Duque Pedro Mauricio

Universidad ECCI

Especialización en Gerencia y Mercadeo Estratégico

Seminario de investigación II

Bogotá D. C. Agosto, 2023

13 de agosto 2023

Dedicatoria

A Dios.

Por estar siempre conmigo, su infinito amor y haber permitido culminar mi proyecto de investigación.

Al Profesor Pedro

Por su conocimiento, orientación y experiencia para no desfallecer en el proyecto.

A mi familia

A mis hijos Juan Camilo, Pau y Majo por ser mi motor cada día, a mi familia por sus consejos, motivación e impulsarme a lograr mis metas.

Introducción

En el Departamento del Caquetá es necesario realizar un análisis a partir de las condiciones demográficas, sociales, perfil epidemiológico y remisiones de la población y ejecutar planes estratégicos con el fin de contemplar la creación e implementación de servicios de mayor demanda con el propósito de acercar la oferta de servicios de salud a la población según las necesidades y expectativas de los mismos que no están siendo ofrecidas actualmente.

Este proyecto me llevo a realizar una investigación de mercado en los servicios de salud del Departamento del Caquetá resaltando la importancia de implementar servicios de alta complejidad con el fin de evitar remisiones, demora en la atención e insatisfacción de los usuarios, adicionalmente es importante la cobertura de salud para las personas que tienen dificultades en vías de acceso a otros departamentos por temporadas de lluvia y desastres naturales.

Posteriormente, se proponen estrategias de mercadeo para el año 2024 que permitan comercializar los servicios no prestados en el municipio de Florencia Caquetá a los diferentes clientes que hay en el sector.

Se empleó una investigación de tipo cualitativo que nos permita realizar una investigación documental estructural porque se busca información aportada por ente territorial e IPS de salud confiable que nos permitan implementar una metodología basada en la recopilación y análisis de datos objetivos y cuantitativos que permita diseñar un plan de mercadeo que permita comercializar las especialidades de mayor demanda de servicios de salud con base a las necesidades de los pacientes que no están ofrecidas en el Municipio en Florencia.

Resumen

El presente proyecto realizo una investigación de mercado de los servicios de salud del Municipio de Florencia, con información aportada por ente territorial y una IPS de salud. Según condiciones demográficas, sociales, perfil epidemiológico y remisiones del departamento es necesario la apertura de servicios de alta complejidad como hemodinamia, una vez se cuente con especialista altamente calificado y herramientas tecnológicas se puede diseñar el plan de marketing. Con relación a la metodología, se empleó una investigación de tipo cualitativo que nos permita realizar una investigación documental estructural que permita diseñar un plan de mercadeo para comercializar las especialidades de mayor demanda de servicios de salud con base a las necesidades de los pacientes.

Abstract

This project carried out a market investigation of the health services of the Municipality of Florencia, with information provided by a territorial entity and a health IPS. Depending on demographic and social conditions, epidemiological profile and department referrals, it is necessary to open highly complex services such as hemodynamics. Once you have a highly qualified specialist and technological tools, you can design the marketing plan. In relation to the methodology, qualitative research was used that allows us to carry out a structural documentary investigation that allows us to design a marketing plan to market the specialties with the greatest demand for health services based on the needs of patients.

Palabras claves

Servicios de alta complejidad, Mercadeo, epidemiologia, hemodinamia, marketing en salud, herramientas tecnológicas, balanced Score card, Power bi.

Highly complex services, Marketing, epidemiology, hemodynamics, health marketing, technological tools, balanced Score card, Power bi.

Tabla de contenido

Introducción

1. Título

2. Problema de investigación

2.1 Descripción del problema

2.2 Formulación del problema

2.3 Hipótesis

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

3.2 Objetivos específicos

4. Justificación

5. Marcos de referencia

5.1 Estado del arte

5.1.1 Nacionales

5.1.2 Internacionales

5.2 Marco teórico

5.3 Marco legal

5.4 Marco Demográfico

5.5 Marco institucional

6. Marco metodológico de la investigación.

6.1 Paradigma

6.2 Población y muestra

6.3 Procedimiento de muestreo

6.4 Trabajo de campo

6.5 Método de consecuencia de información para la investigación

6.6 Herramienta de investigación

6.7 Revisión y verificación de información

6.8 Información documental aportada por personal de secretaria de salud

6.9 Información documental aportada por la IPS

7. Resultados

7.1 Discusión

7.2 propuesta de solución

7.2.1. proyecto a implementar: hemodinamia

7.2.2 Ingresos operacionales

7.2.3. Proyección anual

7.2.4. Implementación digital

7.2.5. Construcción de herramientas

8. Análisis financiero

8.1 Presupuesto publicitario

8.2 Estado de pérdidas y ganancias histórico

8.3 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

8.4 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

8.5 Balance general proyectado

9. Balance Score Card BSC

10. Conclusiones

11. Sugerencias

12. Referencias Bibliográficas

Lista de tablas

Tabla 1. Distribución de la población atendida según régimen de seguridad social, en una IPS de Florencia 2016-2020

Tabla 2. Diagnósticos de ingreso en una IPS de Florencia 2019 – 2022

Tabla 3. Comportamiento general de las remisiones en una IPS año 2022.

Tabla 4. Remisiones pacientes de urología 2022.

Tabla 5. Pacientes remitidos para psiquiatría 2022.

Tabla 6. Remisiones pacientes cirugía cardiovascular 2022

Tabla 7. Pacientes remitidos cirugía vascular 2022.

Tabla 8. Remisión a cirugía plástica 2022.

Tabla 9. Proyecto a implementar: Hemodinamia

Tabla 10. Ingresos operacionales

Tabla 11. Proyección anual de ventas, costos y otros.

Tabla 12. Implementación digital

Tabla 13. Contratación de una comunicadora social

Tabla 14. Tablero de comando integral BSC

Lista de Ilustraciones

Diagrama 1. Distribución de médicos generales según el nivel de complejidad en el municipio de Florencia Caquetá.

Diagrama 2. Patologías frecuentes por lo que consultan en el servicio de urgencias y consulta externa en el municipio de Florencia.

Diagrama 3. Patologías que remiten con mayor frecuencia a instituciones de mayor complejidad.

Diagrama 4. Especialidad a implementar en la ciudad de Florencia.

Diagrama 5. Herramientas tecnológicas a implementar en la ciudad de Florencia.

Diagrama 6. Procedimientos de alta complejidad a realizar en la ciudad de Florencia.

1. Título

Plan de mercadeo con base en la viabilidad comercial de Apertura de Servicios de alta complejidad en el Municipio de Florencia Caquetá.

2. Problema de investigación

2.1 Descripción del Problema

En la actualidad ha existido un aumento gradual de la demanda de servicios de atención médica, en el Municipio de Florencia, la cual ha sido paralela al aumento también gradual, de la cobertura en el Sistema de Seguridad Social y de otros fenómenos de origen social que se presentan en nuestra zona geográfica. El Municipio sufre a su vez una importante transformación epidemiológica, que debe conllevar a generar acciones estratégicas, para aumentar, no solo la cantidad, sino la calidad de los servicios de salud ofertados a la población y a adaptarse a las necesidades que demanden dichos cambios demográficos. Se ha observado muchas deficiencias en el servicio de salud al no contar con especialistas en el departamento del Caquetá, los usuarios se quejan por la demora para una cita con un especialista, interponen quejas o derechos de petición a las Entidades prestadoras de salud o Supersalud, sistema de remisiones no pertinente por flujo correcto, inadecuado e inoportuno de pacientes, entre los diferentes niveles de complejidad al no ser una urgencia, algunos usuarios prefieren pagar los servicios de salud de manera particular o desplazarse a otras ciudades para buscar soluciones efectivas a sus necesidades. A nivel de las instituciones los problemas son el aumento de costos a las Entidades Administradoras de Planes de Beneficio (EAPB), incremento de costos por estancia hospitalaria prolongada, consumo de insumos y medicamentos esperando que el usuario sea aceptado en otra institución, glosas indiscriminadas calificadas como no pertinentes por iniciar remisiones de forma prioritaria donde se debe realizar de forma ambulatoria aunque en ocasiones hay factores externos como la presión que ejerce el usuario y la familia para ser atendido en otro nivel de atención por demora en la asignación de cita con especialista.

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

De esta manera se presenta una oportunidad para que las Instituciones prestadoras de salud (IPS) puedan ampliar su participación en el mercado, garantizando expectativas de los pacientes según las necesidades, bienestar, confianza, satisfacción de los pacientes y familiares.

Para las Instituciones prestadoras de salud esta nueva perspectiva le puede permitir una diversificación de productos, servicios e innovación tecnológica a la población Caqueteña, a través de estrategias de comercialización y publicidad de los servicios.

Se hace necesario:

- Apertura de servicios de alta complejidad
- Publicidad en medios de comunicación
- Crear alianzas estratégicas con las Entidades Administradoras de Planes de Beneficio.
- Contar con especialistas altamente calificados

2.2 Formulación del Problema

El realizar un análisis interno y externo de la población y de las instituciones prestadoras de salud en el departamento del Caquetá nos ayuda a establecer cuáles son las necesidades de la población en el mercado de la salud y de esta manera implementar un plan estratégico en el mercado de la salud.

Por lo anterior, la pregunta que guiara la presente investigación es: ¿Cuál es el plan de mercadeo más estratégicos y eficiente para ofertar los servicios de especialidades de mayor demanda según las necesidades de los pacientes que no están siendo ofrecidas en el departamento de Florencia – Caquetá?

2.3 Hipótesis

El realizar análisis de las morbilidades y remisión de los pacientes nos ayuda a identificar que especialistas deben contratar las Instituciones Prestadoras de Salud para la apertura de nuevos servicios de salud de alta complejidad en la ciudad de Florencia.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de mercadeo que permita comercializar las especialidades de mayor demanda de servicios de salud con base a las necesidades de los pacientes que no están ofrecidas en el Municipio en Florencia Caquetá.

3.2 Objetivos Específicos

Realizar una investigación de mercado que permita analizar las necesidades de atención en salud de la población del Caquetá a partir de las condiciones demográficas, sociales, perfil epidemiológico y remisiones que requieren manejo por fuera del departamento con el propósito de establecer todo lo necesario para la apertura de nuevos servicios de salud con enfoque de alta complejidad.

Realizar una investigación documental para analizar el entorno empresarial del sector salud en el municipio Florencia Caquetá para establecer soluciones empresariales y medidas estratégicas en la población caqueteña.

Proponer estrategias de mercadeo para el año 2024 que permitan comercializar los servicios no prestados en el municipio de Florencia Caquetá a los diferentes clientes que hay en el sector.

4. JUSTIFICACIÓN

El propósito de este trabajo es realizar un análisis de las comorbilidades más frecuentes del departamento del Caquetá que al no ofrecer las IPS no son atendidas por el especialista acorde a su patología específica, deben iniciar proceso de remisión para recibir un manejo integral fuera del departamento generando inoportunidad en la atención, todo tipo de incomodidades y sobrecostos derivados del desplazamiento a otras ciudades tanto a los familiares como a la Entidad Prestadora de Salud.

El contar con estrategias necesarias para mejorar la situación real en nuestro entorno con nuevos especialistas como: cirugía vascular, cirugía pediátrica, cirugía de tórax, endocrinología, neurología, medicina del dolor y cuidados paliativos, medicina del deporte y procedimientos adicionales que pueden realizar estos profesionales y que actualmente no se ofrecen en el departamento del Caquetá, esto nos puede ayudar en el flujo correcto y oportuno entre los diferentes niveles de servicios de atención generando bienestar para el paciente y su familia, disminución de la mortalidad y disminución de costos adicionales para las Entidades Prestadoras de Salud (EPS).

La identificación de estos servicios como detonante del incremento de remisiones que exponen la salud y la vida de las personas se puede convertir en análisis de plan de mercadeo nos permite mejorar la atención para los pacientes y adicionalmente mejorar los procesos asistenciales, administrativos con especialistas altamente calificados, servicios de alta complejidad e innovación tecnológica logrando potencializar el crecimiento de la IPS adquiriendo un buen posicionamiento y reconocimiento a nivel municipal y departamental en el Caquetá.

5. MARCOS DE REFERENCIA

5.1 ESTADO DEL ARTE

5.1.1. Nacionales

Título: Estrategias gerenciales para la gestión del talento humano en salud para la promoción de la motivación, el liderazgo y la toma de decisiones en el personal de enfermería.

Autor: Rodríguez-Morales, A. J.

Repositorio posgrado en salud pública

Año: Medellín, 2020

La actividad de los gerentes se ha convertido en un reto para la administración eficaz y eficiente de las instituciones de salud, a fin de lograr los objetivos de salud para disminuir las tasas de morbi-mortalidad y el mejoramiento de la calidad de vida (Castro, 2000).

No solo debemos considerar la parte financiera, sino también generar la prestación de servicios con máxima calidad es decir con la posibilidad de que el usuario tenga acceso a los servicios de salud, oportunidad al obtener servicios que requiere el usuario sin que se presenten retrasos que pongan en riesgo su vida, seguridad con el fin de minimizar el riesgo de sufrir eventos adversos durante su atención en la institución, pertinencia para que los usuarios reciban los servicios que requieran, continuidad que todas las intervenciones requeridas sean sin interrupciones innecesarias y la satisfacción del usuario indispensable con el fin de generar bienestar al usuario y su núcleo familiar.

Título: “Marketing en salud, una opción para mejorar la calidad de los servicios de salud”.

Autor: Castro, Mayela.

Revista científica de ciencias de la salud.

Año: 2019.

En la actualidad toda empresa incrementa sus ventas e ingresos al aplicar adecuadamente las técnicas de marketing (Castro, 2019). Es decir, las instituciones que mejor logren prestar sus servicios y logren satisfacer a los usuarios o clientes son las que alcanzan sus metas, comprendiendo que las necesidades y deseos del mercado saben llegar a través de las técnicas de marketing.

Esto supone un reto importante para las empresas que estaban confiadas en la fidelidad de sus clientes que tradicionalmente atendían. La institución centro de esta investigación, está frente al desafío de comprender que si bien es cierto en la actualidad cuenta con un portafolio de servicios que le permite realizar convenios importantes con las EPS de la región, su propuesta de valor aún carece de un alcance acorde a las necesidades que el departamento del Caquetá tiene.

Esta condición representa una oportunidad para que otras organizaciones del ecosistema de la salud nacional o internacional, puedan aprovechar, haciendo presencia en la región, creando una infraestructura adecuada con estrategias de mercadeo que atiendan las necesidades de la población.

Título: Endomarketing como estrategia de desarrollo para la perdurabilidad de las empresas con trabajadores.

Autor: Acevedo Escandón, Yeni Carolina

Editorial: Bogotá, Universidad ciencias aplicadas y Ambientales,

Resumen: el trabajo de grado realizado por Acevedo, considera que “una de las problemáticas más recurrente por parte de las empresas tiene que ver con el alto nivel de rotación de sus jóvenes profesionales y con la poca fidelización que manifiestan. Busca resaltar la importancia del Endomarketing dentro de las organizaciones para lograr cambios dentro de estas generaciones y la forma en que perciben la organización y determinar de qué manera el Endomarketing como estrategia de desarrollo contribuye a la perdurabilidad de las empresas donde sus empleados son Millennialns”.

Una de las estrategias de marketing que busca implementar acciones desde dentro de la organización y que marcaría diferencia en el personal de la IPS, es el marketing interno o endomarketing. Su objetivo es mejorar la comunicación, la motivación y el compromiso de los empleados con la empresa su misión, visión y valores. El endomarketing busca crear un ambiente de trabajo agradable y estimulante para los empleados, lo que se traduce en una mejor productividad, una reducción de la rotación de personal y una mejor atención al cliente.

El endomarketing es una estrategia importante porque el personal médico de la Institución prestadora de salud, son el activo más valioso, y si se sienten valorados, motivados y comprometidos con su trabajo, pueden ser un factor clave en el éxito de la institución. Además, el endomarketing también puede mejorar la imagen externa de la Institución prestadora de salud, ya que los empleados comprometidos y satisfechos son más propensos a transmitir una imagen positiva de la empresa a sus pacientes, amigos, familiares y contactos profesionales.

De acuerdo a la complejidad de cada institución, deben prestar servicios de salud con calidad, eficacia y eficiencia pero la identificación de necesidades de un servicio no habilitado o no disponible, nos lleva a iniciar proceso de referencia con el fin de resolver su situación de salud en algunas ocasiones de forma oportuna pero en otros casos se genera inoportunidad al no

tener convenio con las instituciones o tampoco contar con el recurso humano especialmente el subespecializado, escasa disponibilidad de traslado para otras ciudades, remisiones innecesarias por no pertinencia debido a enfoques clínicos inadecuados.

Todas estas situaciones podrían ser causa de hospitalización prolongada.

5.1.2. Internacionales

Título: Ecoepidemiología y epidemiología satelital: nuevas herramientas en el manejo de problemas en salud pública

Autor: Rodríguez-Morales, A. J.

Revista Peruana de medicina experimental y salud pública

Año: 2005.

La salud pública se considera que es una de las ciencias médicas en las cuales se han ido interesando un mayor número de diferentes especialidades y profesiones, logrando aportar nuevos avances para el abordaje de los pacientes. Es interesante entender que los cambios del medio ambiente han generado la necesidad de estudiar los mismos generando múltiples patologías (Rodríguez-Morales, 2005).

Las instituciones de salud en los últimos años se han encargado de definir objetivos a un corto tiempo con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios e iniciar una planeación estratégica realizando análisis y delimitación del sistema, un análisis estructural prospectivo, formulación de estrategias para tomar decisiones correctas hacia un futuro.

Título: Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros- capítulo XV:

Medición estratégica de las empresas turísticas y hoteleras: balanced Score card.

Autor: Izaguirre Sotomayor, Manuel Hernán.

No siempre se deben formular los mismos objetivos para todas las empresas, sino que cada ejecutivo determinara los objetivos del Balance Score Card o cuadro de mando integral de acuerdo con la estrategia empresarial implementada y evaluar desde la perspectiva financiera, perspectiva del cliente, perspectiva de los procesos internos y finalmente la perspectiva de innovación o crecimiento y aprendizaje. Spendolini, 1994 considera que la mejor practica realizada por la competencia, es utilizar el benchmarking, que consiste en realizar un análisis real que nos brinde información para la toma de decisiones en busca de nuevos proyectos. Y por otro lado, Hammer & Champy considera que la reingeniería sirve para optimizar o reinventar los procesos operativos o de gestión, para lograr mejoras en los costos, la calidad y la rapidez en los procesos productivos.

Título: Fundamentos de Mercadotecnia.

Autor: Molina, Blanca Estela, Cruz, Zoily Mery, Aguilar, Dora del Carmen, García,

Karina Milene, Mafug, Magali, Romero, Marco Antonio.

Universidad Autónoma de Chapas

Año: 2019.

Para Philip Kotler la mercadotecnia “Es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo, obteniendo una utilidad. El marketing identifica las necesidades y los deseos insatisfechos. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y la potencial utilidad. Determina con precisión cuales segmentos puede tender a mejorar la compañía y diseña y promueve los productos y servicios apropiados”. Es decir, es necesario realizar un estudio de las necesidades, expectativas y demandas de productos o servicios que requieren los usuarios, logrando así la apertura de otras instituciones o servicios con calidad

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

para ofertar a los clientes y ser diferentes a las que se encuentran, creando un valor agregado y ventaja competitiva.

Dentro de las estrategias que propone el marketing está la conocida investigación de mercado, la cual pretende conocer en detalle cuales son las necesidades más apremiantes de la población de Florencia en término de servicios de salud especializados, su nivel de satisfacción con los proveedores en salud de la región, la expectativa que tienen en relación a servicios médicos especializados, la pertinencia de contar con esos servicios en Florencia, su percepción en relación a la pertinencia de los servicios remitidos a otras entidades ubicadas fuera del departamento, si intención de pago en caso de que estos servicios fueran ofrecidos de manera local y otros detalles que desde la perspectiva financiera, tecnológica, profesional, política y de infraestructura, pudieran facilitar la viabilidad de ofrecer dichos servicios.

Sumado a ello, dentro de las herramientas del marketing se propone el análisis que se le puede hacer a la IPS desde la perspectiva de las 4 P del marketing: Precio, promoción, producto y plaza, en el marco de un DOFA, que permita visualizar el escenario que la IPS tiene en relación al estado actual de cada una de estas variables, haciendo énfasis especialmente en producto, siendo este el detonante que conlleva a las remisiones que generar experiencias poco positivas para los usuario y que pone en riesgo sus vidas.

Título: El proceso de posicionamiento en el marketing: pasos y etapas.

Urbina, Nerio Olivar.

Universidad de Concepción. Revista Academia y Negocios. Venezuela.

Año: 2021.

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

Para lograr la ansiada competitividad, posicionamiento de sus productos y el mejoramiento de sus coberturas de atención, las empresas o instituciones de salud, están utilizando el marketing (Castro, 2019). Esto implica que los profesionales de salud deben ser altamente calificados, creativos e innovadores con aplicación de últimas tecnologías avanzadas produciendo beneficio a la comunidad y una estrategia exitosa para la institución que logre la satisfacción de las necesidades de los clientes de forma superior a la competencia con productos de calidad y con un precio justo.

Título: Economía social y solidaria

Autor: Coraggio, José Luis

Editorial: Quito, Ecuador. Ediciones Abya-yala

Año: 2011.

La teoría de la economía social y solidaria basa sus supuestos en una dignificación del ser humano y asegura que a través del adecuado manejo de los recursos se pueden redistribuir adecuadamente los excedentes que se generen en la realización de las diversas actividades económicas, estoy de acuerdo con esta teoría porque a través de las necesidades del paciente podemos ofrecer alternativas de servicios para los usuarios y a nivel de la institución crecimiento empresarial con impacto social y financiero.

Es en las necesidades de una comunidad donde debe nacer la iniciativa de las instituciones. En este caso particular, la Instituciones prestadoras de salud pueden explorar los caminos y decisiones políticas, legales y financieras para evaluar la viabilidad de crear los servicios que busquen garantizar el bienestar, la salud y la preservación de la vida de las personas la región.

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

El análisis DOFA le va a permitir a las Instituciones prestadoras de salud formular estrategias para aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar a tiempos sus oportunidades y anticiparse al efecto de sus amenazas. (Serna, 2008). Lo anterior es fundamental para las instituciones para realizar análisis del sector y de las patologías principales que ingresan a la institución, ya que nos ayuda entender el mercado al cual nos vamos a enfrentar. Adicionalmente, vamos a conseguir que la población Caqueteña se sienta agradecida con la institución de resolver las necesidades de los usuarios con calidad y oportunidad en pro del bienestar del paciente y su familia optimizando los procesos en cada una de las unidades, dando un valor significativo a la organización.

Título: Modelo Conceptual para gestionar la innovación en las empresas del sector servicios.

Autor: Arzola, Minerva, Mejías, Agustín.

Editorial: Revista venezolana de Gerencia. Maracaibo-Venezuela.

Año: 2007.

Según Betz (1998) la complejidad en la gestión de la innovación en las empresas viene dada por los diversos sistemas que constantemente están interactuando en el proceso de innovación, lo que da origen a un cambio permanente. Estoy de acuerdo, el realizar un análisis interno y externo de la empresa, nos permite generar nuevas oportunidades, realizando una planificación de las necesidades tanto del talento humano, herramientas tecnológicas y un presupuesto financiero que a un mediano plazo puede generar a la institución prestadora de salud suficiente rentabilidad.

Título Introducción a la gestión de Marketing en los servicios de salud

Poco a poco las instituciones sanitarias han tomado conciencia de que son empresas de servicios y que, como tal se deben adaptar a las necesidades en el contexto de la mejor relación costo beneficio, para asegurar rentabilidad y desarrollo en las empresas. La aplicación del marketing a los servicios de salud se sitúa en un marco estratégico que impone a definir la misión, visión, definir objetivos con claridad y velar por el mantenimiento de una estructura equilibrada para llevar a cabo las actividades. La ventaja competitiva estructural proviene del tamaño, de la organización, de la financiación, de la tecnología o de los condicionantes del entorno que se opera. La ventaja competitiva funcional depende de las decisiones que se tomen a nivel de la propia institución entrando decisiones sobre costos, capacidad de diferenciar los servicios, comunicación e imagen. Se debe tener en cuenta la mano de obra y que eso le hace una empresa con un valor adicional, lo que necesariamente lo obliga a tener que preocuparse y realizar reducciones en los costos con el fin de sostenerse a nivel financiero. El marketing de servicios de salud tiene que proyectarse en impulsar el interés y la satisfacción de las necesidades y aumentar la eficacia de sus actividades.

Título: Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia sexta edición.

Autor: Lovelock, Christopher y Wirtz, Jochen.

Edita: México, 2009.

Las economías modernas son impulsadas por negocios de servicios individuales que operan dentro de una cantidad sorprendente de industrias. En conjunto, esos negocios son responsables de la creación de la gran mayoría de los nuevos empleos, calificados y no calificados, de todo el mundo. Muchas de estas industrias están sufriendo transformaciones

radicales, provocadas por los avances de la tecnología, por la globalización, por los cambios de las políticas gubernamentales y por la evolución de las necesidades y estilos de vida de los consumidores. Algunas importantes tendencias de los negocios son la subcontratación y las alianzas estratégicas. En un ambiente como éste, el marketing eficaz tiene un papel vital al determinar si una organización individual sobrevive y prospera o decae y fracasa.

Para desarrollar estrategias eficaces de marketing, primero necesitamos entender por qué los clientes utilizan los servicios, y de qué manera eligen a los proveedores de servicios que compiten en el mercado. Por lo tanto, es necesario estudiar la calidad del servicio de salud durante su prestación ya que la experiencia varía de una persona a otra de acuerdo a la calidad de la prestación del servicio que usted estaba esperando en comparación a la que recibió (Lovelock, Christopher y Wirtz, Jochen 2009).

Titulo Como crear un plan de negocio.

Autor: Rodríguez, Ariela y Reverte, Ramón.

Edita: Editorial Reverté, S.A., 2021 Barcelona – España.

Según William Salaman, profesor de la Harvard Business School y experto en iniciativa empresarial, considera que muchos planes de negocio se centran demasiado en las cifras y pasan por alto otra información por lo que recomienda organizar el plan de negocio en torno a cuatro factores determinantes para una empresa:

El equipo, es decir, el personal que sacara adelante el proyecto y las empresas externas que proporcionarán los recursos necesarios para ello.

La oportunidad, el perfil de negocio: que venderá esa empresa y a quien, cual es su capacidad de crecimiento, su rentabilidad esperada y obstáculos que pueden presentarse.

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

El panorama general: el marco regulador, los tipos de interés, las tendencias

demográficas, la inflación. Es decir, factores externos y variables que no pueden controlarse.

El riesgo y el beneficio, una evaluación de todo lo que puede ir bien o mal, preparándose como responder ante diversos escenarios.

Título Administración contemporánea: retos organizacionales y jurídicos. Capítulo 1.

Diseño conceptual de un producto en el área biomédica, aplicando una metodología ágil.

Autor: Montijo, Eliel Eduardo; Espinoza, Francisco Alan, Romero, Miguel Ángel.

Edita: México, 2022

La capacidad de innovación es un recurso importante de la empresa, igualado a sus capacidades comerciales, financieras y productivas, por lo que debe de gestionarse de una forma rigurosa y sobre todo con eficiencia, debido a que es un motor fundamental de las organizaciones, y como tal de su crecimiento de exigencias en el mercado, en materia de oportunidades y valor agregado de servicios y productos, donde la innovación empresarial en una tendencia indispensable (Pérez, 2019). Considero que la innovación es indispensable en las empresas, ya sea en la creación o mejora de productos o tecnologías que nos permitan satisfacer las necesidades o problemas de los clientes buscando el bienestar dentro de un proceso interno dinámico y continuo.

Título La transformación del marketing sanitario como los datos son el petróleo del siglo XXI

Autor: Martínez García, José María, Pérez Campillo, Lorena.

Edita: ESIC Madrid, 2021

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

La transformación digital en España ha sido un reto económico y social y más en el ámbito de la salud posterior a la pandemia, la aplicación desde apps para reservar cita hasta la posibilidad de hablar con un médico vía Skype, pasando por la monitorización en tiempo real del estado de un paciente con una enfermedad crónica, la información de familiares que están en el exterior vía WhatsApp, la utilización del big data que ayuda a facilitar el procesamiento y el análisis de enormes cantidades de información generada por los pacientes para definir políticas de prevención, estancias hospitalarias, giro cama, calidad en la prestación del servicio. Las herramientas tecnológicas, aunque ha generado resistencia para algunos profesionales de la salud ha demostrado que podemos brindar ciertas pautas orientadas al bienestar físico y psicológico resultando más costo beneficio para las instituciones prestadoras de salud, de fácil acceso y credibilidad para los pacientes ya que no se ven tan influenciados por la publicidad libre al acceso en internet, sino que es información por un profesional en salud. Las innovaciones, unidas al propio desarrollo tecnológico, contribuye a mejorar los resultados de los hospitales en la gestión de patologías e intervenciones sin embargo no se puede desmeritar el trabajo en clínicas u hospitales acreditados donde la experiencia del paciente ha sido prioridad para el personal sanitario asistencial y administrativo, en cuanto más satisfacción sientan los colaboradores mejor será la calidad de trabajo y productividad.

5.2 Marco Teórico

Servicio

Carpio (2013) señala que una compañía para obtener la victoria esperada en servicios, debe apuntar a mejorar sus servicios y atención eficiente al cliente y de acuerdo con lo establecido en la Resolución 3100 de 2019, un servicio de salud se define como la unidad básica

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

del Sistema Único de Habilitación, conformado por procesos, procedimientos, actividades, recursos humanos, físicos, tecnológicos y de información con un alcance definido, que tiene por objeto satisfacer las necesidades en salud en el marco de la seguridad del paciente, y en cualquiera de las fases de la atención en salud (promoción, prevención, diagnóstico, tratamiento, rehabilitación o paliación de la enfermedad). Es indispensable identificar las necesidades, expectativas y riesgo más influyentes de los pacientes al ingresar a las instituciones que nos permitan el mejoramiento continuo de la calidad y garanticen la satisfacción de los usuarios, su familia y comunidad.

Atención al cliente

Se explica esta definición respecto al servicio brindado por las entidades de servicios o que ofrecen bienes o servicios, a clientes potenciales, lo que significa; estos necesiten declarar: inquietudes, sugerencias, quejas, en base al adquirir las mercaderías, así como también el servicio, requirieren comunicación agregada, en fin, diferentes presentaciones que ayuden al sector donde se encuentran sus consumidores. (Editorial Arguval, 2015).

Crecer Negocios (2015), menciona: En la actualidad existe una competencia en las empresas que desarrolla con el tiempo. Por lo cual, es necesario identificar factores de productividad que puedan mejorar la atención de los pacientes e incrementar la rentabilidad financiera de la organización.

Especialista

Definición: Se dice de las personas que se dedica a una rama o parte de una ciencia, profesión o actividad, en la actividad, en la que posee conocimientos y habilidades especiales, principalmente en medicina. Es decir, médicos dedicados a una clase especial de enfermedades.

Referencia

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

Definición: Es la solicitud de evaluación diagnóstica y/o tratamiento de un paciente derivado de un establecimiento de salud de menor capacidad resolutive a otro de mayor capacidad, con la finalidad de asegurar la continuidad de la prestación de servicio. Lo anterior, se explica por la no disponibilidad de profesionales, no contar con procedimientos o recursos necesarios según el estado clínico del paciente.

Habilitación

Definición: según el Ministerio de salud y protección de salud es el conjunto de normas, requisitos y procedimientos mediante los cuales se establece, registra, verifica y controla que se cumplan condiciones básicas de capacidad tecnológica y científica, de suficiencia patrimonial y financiera. Es decir, que se cumplan con requisitos de calidad garantizando adecuada atención en salud por parte de los prestadores de salud y las EAPB.

5.3 Marco Legal

La Resolución 2003 de 2014, establece que los procedimientos y condiciones de inscripción de los Prestadores de Servicios de Salud y de habilitación de servicios de salud cumplan con los requisitos mínimos para brindar seguridad a los usuarios en el proceso de atención en salud. Dentro de los estándares de habilitación se debe tener en cuenta el talento humano que requiere para prestar un servicio, durante el tiempo que se oferte y se preste el servicio; la infraestructura debe tener unas condiciones cumplidas por el prestador, antes de iniciar su proceso de habilitación así como licencia de construcción; dotación donde los equipos que se utilicen cuenten con las condiciones técnicas de calidad y soporte técnico – científico; medicamentos, dispositivos médicos e insumos; procesos prioritarios donde se cuente con procesos y procedimientos documentados, socializados y evaluados de acuerdo al prestador de

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

servicios de salud, que cuenten con un programa de seguridad del paciente; historia clínica y registros de la atención que reciba el paciente donde se diligencie claramente y sin enmendaduras la atención e interdependencia donde existe la disponibilidad de servicios o productos necesarios para prestar en forma oportuna, segura e integral los servicios ofertados por un prestador.

Ley 1122 de 2007, según el congreso de la república de Colombia establece realizar ajustes al sistema General de Seguridad Social en Salud, mejorando la prestación de los servicios de salud a los usuarios con acceso y calidad de los servicios. Adicionalmente, las EPS del régimen contributivo y subsidiado deberán atender con la celeridad y la frecuencia que requiera la complejidad de las patologías de los usuarios.

Resolución 3100 de 2019: la cual define procedimientos y condiciones de habilitación de los servicios de salud. Es necesario cumplir con los estándares que apliquen para el servicio con la finalidad de que las instituciones prestadoras de salud presten un servicio en adecuado funcionamiento según la normatividad vigente.

5.4 Marco Demográfico

El Departamento de Caquetá se conoce como el Portal de la Amazonía Colombiana, ubicado en el noroeste de la región de la Amazonia. Según EL Instituto Geográfico Agustín

Codazzi para el año 2017 “El departamento cuenta con una superficie de 88.965 km² lo que representa el 7.79 % del territorio nacional. Limita por el Este con los departamentos del Guaviare y Vaupés, el Norte con los departamentos del Huila y Meta, por el Oeste con los departamentos del Cauca y Huila y por el Sur con el río Caquetá que lo separa de los departamentos del Amazonas y Putumayo”.

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

El departamento del Caquetá está dividido en 16 municipios, 63 inspecciones de policía, así como, numerosos caseríos y sitios poblados. Entre los municipios de Albania, El

Paujil, Belén de los Andaquíes, El Doncello, Florencia, Morelia, San Vicente del Caguán, San José del Fragua, Montañita, Puerto Rico suman 205.840 personas.

La falta de adecuados sistemas de manejo de aguas residuales, sistemas de tratamiento, disposición de residuos sólidos y aguas negras son consecuente de la contaminación de las aguas y la afectación a los ecosistemas acuáticos y terrestres, ocasionando efectos nocivos sobre la salud humana.

El Registro Nacional de Turismo las actividades económicas del Caquetá se centran en la producción ganadera y producción agrícola, aunque también tiene importancia la explotación minera y el comercio. Entre las actividades del sector primario se destacan la ganadería constituyendo la principal fuente productiva del departamento, seguida de la actividad agrícola, principalmente en los cultivos, tales como el maíz, plátano, yuca, caña panelera, arroz seco, palma africana, cacao, arroz seco y frijol.

Para el año 2018 el total de la población en el departamento del Caquetá según proyecciones del DANE es de 401.849 habitantes, de los cuales el 48.8% son hombres y el 51.2% son mujeres.

Según Paula Castro (2019), el Departamento del Caquetá cuenta con una sola vía de acceso sometida a cierres por constantes derrumbes, lo que dificulta la disponibilidad del transporte, al igual que se evidencia la división de la atención, puesto que las diferentes IPS atienden su población local y de otros departamentos causando demoras en la atención en los pacientes procedentes del Caquetá.

5.5 Marco Institucional

La población del Caquetá cuenta con Instituciones de I, II y III nivel, prestan servicios de salud seguros, humanizados centrados en el usuario y familia, contribuyendo a su salud y bienestar. La visión de las IPS de II y III Nivel se caracteriza por brindar servicios de alta complejidad y atención humanizada.

En el departamento del Caquetá las IPS garantizan la prestación de los siguientes servicios y especialidades, según el registro especial de prestadores REPS.

- Servicios: Urgencias, internación, quirófanos, Uci neonatal, Uci adultos, sala de partos, Imagenología, Farmacia, Consulta externa, hemodiálisis, laboratorio de patología, terapia respiratoria, terapia ocupacional, terapia física, fonoaudiología, vacunación.
- Especialidades: Anestesiología, cardiología, cirugía general, cirugía maxilofacial, cirugía plástica, dermatología, gineco – obstetricia, medicina interna, neurocirugía, ortopedia, pediatría, urología, oftalmología, neurología, dermatología, gastroenterología.

6. Marco Metodológico de Investigación

6.1 Paradigma

Para lograr un análisis del mercadeo en el Caquetá a partir de las condiciones demográficas, sociales, perfil epidemiológico y remisiones se empleó una investigación de tipo cualitativo que nos permita realizar una investigación documental estructural porque se busca información aportada por ente territorial e IPS de salud confiable que nos permitan implementar una metodología basada en la recopilación y análisis de datos objetivos y cuantitativos que permita llegar a conclusiones claras y precisas, respecto a la toma de decisiones en la apertura de

nuevos servicios, este estudio es longitudinal porque requiere de un seguimiento por un tiempo determinado.

6.2 Población y muestra

Para realizar las entrevistas, se seleccionará a profesionales médicos que desempeñen sus actividades laborales en el servicio de urgencias, hospitalización, unidad renal, consulta externa de diferentes IPS y según su experiencia nos den su concepto acerca de las remisiones o procedimientos y nos ayude a comprender en profundidad las necesidades de profesionales o herramientas tecnológicas en el departamento del Caquetá.

Para determinar el tamaño de la muestra, es necesario considerar la variabilidad de los datos y el margen de error deseado, un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, lo que significa que el resultado del estudio tendría una precisión del 95% con un margen de error del 5%.

Utilizando estas cifras, se tomó una muestra de 20 médicos generales, los cuales se lograron conseguir en una semana, para lograr una precisión del 95% con un margen error del 5%.

Una vez seleccionada la muestra, se buscará entrevistar a aquellos médicos que estén en diferentes unidades y diferentes IPS y que tienen conocimiento de patologías frecuentes que requieran un nivel de mayor complejidad.

6.3 Procedimiento de muestreo

Los datos se obtendrán mediante solicitud de información a la secretaria de salud departamental, algunas IPS y se recurrió a un método probabilístico se basa en aspectos subjetivos, coyunturales o de la experiencia del investigador. Este muestreo se refiere a que

seleccionamos de forma aleatoria a médicos generales de diferentes IPS con el fin de que nos den su opinión sin embargo, no todos los médicos generales del departamento fueron entrevistados sino que fueron 20 médicos generales seleccionados, que laboren en unidades de urgencias, hospitalización, consulta externa, unidad renal y quirófanos que se desempeñen en diferentes IPS de Florencia Caquetá y son los que conocen aparentemente las necesidades de la población y nos brinden una información confiable para el estudio.

6.4 Trabajo de campo

El diseño de instrumento de recolección de datos se realizó de forma documental con la solicitud de información a secretaria de salud departamental en base a las estadísticas del perfil epidemiológico de patologías en el departamento del Caquetá e información aportada por una IPS y estructural al realizar entrevistas a los médico general con el fin de conocer la percepción en relación a las necesidades de los pacientes y que requieran manejo en nivel superior por no contar con el especialista o procedimientos de alta complejidad. Las preguntas fueron abiertas con el fin de generar una respuesta más amplia.

Se escogió 2 opciones para realizar las entrevistas: presencial o virtual, dependiendo de la disponibilidad y preferencia del profesional.

Entrevista presencial:

Se establecerá una fecha y hora según disponibilidad de tiempo.

Se explicará que el presente estudio de investigación es para fines académicos.

Se llevará agenda y bolígrafo para toma de notas.

Entrevista virtual:

Se establecerá fecha y hora según disponibilidad de tiempo del profesional.

Se informará tiempo aproximado de entrevista y número de preguntas a realizar.

Se explicará que el presente estudio de investigación es para fines académicos.

Se utilizará plataforma virtual con envío del link de la plataforma zoom o Teams por correo electrónico.

Se solicitará medidas de confidencialidad de la información que nos brinde en la entrevista.

6.5 Método de consecución de información para la investigación

El método de consecución de información para esta investigación es principalmente el enfoque de investigación cualitativo de estudio de caso, que implica la recopilación de datos a través de entrevistas en profundidad y análisis de documentos.

En este caso, se utilizarán entrevistas de profundidad que nos permita obtener información detallada sobre patologías de pacientes que requieren manejo en nivel superior por no contar con la especialidad en la región.

6.6 Herramienta de investigación

Información de caracterización:

Nombre del entrevistado

Empresa en la cual labora y unidad:

Experiencia laboral:

1. ¿Cuáles son las patologías que con mayor frecuencia consultan en el servicio de urgencias y consulta externa de las IPS de Florencia?
2. ¿Qué patologías usted considera que con mayor frecuencia remiten fuera del departamento?
3. De acuerdo a su experiencia, ¿Qué especialidad usted recomienda implementar en las instituciones de salud de Florencia?

4. ¿Qué herramientas tecnológicas considera conveniente implementar para no remitir los pacientes?
5. Con base en la pregunta anterior, ¿qué procedimientos se pueden ofrecer?

6.7 Revisión y verificación de información

La información que se analiza cualitativamente en este proyecto de investigación se basa en entrevistas realizadas a médicos generales que trabajan en diferentes unidades de varias IPS de la ciudad de Florencia Caquetá.

Las entrevistas se realizaron de forma presencial y otras por herramientas tecnológicas Teams ajustándonos al tiempo del profesional y aplicando técnicas de análisis cualitativo para procesar información obtenida.

El proceso de selección de los profesionales se llevó a través de la información de médicos generales que trabajan en diferentes IPS, se explicó previamente la confidencialidad de los participantes y los fines de la investigación serán de manera académica no con fines comerciales.

La información se diligencio en un archivo Excel, donde se encuentra la transcripción de las entrevistas realizadas; la información analizada será tratada con la confidencialidad y responsabilidad que se emite a los entrevistados de reservar la privacidad de la información suministrada por parte de ellos.

Cualquier divulgación o uso no autorizado de la información confidencial puede resultar en sanciones legales y daños a los profesionales involucrados, en cumplimiento de la legislación y protección de datos personales.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación la recolección de la información solicitada, será de exclusiva responsabilidad del investigador principal y este responderá

individualmente por las acciones legales derivadas de daños por el tratamiento de datos personales y sensibles de los sujetos que aportaron información para el estudio.

6.8 Información documental aportada por personal de secretaria de salud

El total de habitantes de acuerdo a la proyección del DANE a 2020 son de 410.521 habitantes; en el régimen contributivo son 74.838 habitantes, del régimen subsidiado son 321.589 habitantes, del régimen de excepción (FAMAC) son 11.245 habitantes. Del total de población asegurada en el departamento, en una IPS a la que reservamos el nombre realizo 74.066 atenciones médicas, siendo el régimen contributivo la población más consultante durante los 3 últimos años. Tabla 1.

REGIMEN DE SALUD	POBLACIÓN 2016	%	POBLACIÓN 2017	%	POBLACIÓN 2018	%	POBLACIÓN 2019	%	POBLACIÓN 2020	%
Contributivo	40.347	39,4	50.119	37,5	61.004	40,5	54.579	44,6	19.925	44,8
Subsidiado	49.961	48,3	69.121	51,7	50.116	39,3	98.123	39,3	18.823	42,3
Vinculado	311	0,3	239	0,3	125	0,1	116	0,1	13	0,01
Espedal	11.595	11,3	13.037	9,8	14.052	11	17.708	10,5	5.362	12,0
Particular	798	0,7	1.086	0,8	1.398	1,1	1.981	1,6	402	0,9
TOTAL	102.475	100	133.594	100	127.515	100	122.502	100	44.525	100

Tabla 1. Distribución de la población atendida según régimen de seguridad social, en una IPS de Florencia 2016-2020.

6.9 Información documental aportada por la IPS

La morbilidad es un dato demográfico que nos permite identificar la proporción de personas que sufren una enfermedad en un espacio y tiempo determinado; es un dato estadístico de altísima importancia para poder comprender la evolución, avances de alguna enfermedad y buscar posibles soluciones para garantizar una atención adecuada.

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

Las 10 primeras causas de morbilidad a nivel general en el año 2019 al 2022 se puede evidenciar en la tabla 2.

2019	2020	2021	2022
Nacido vivo, único	Nacido vivo, único	Apendicitis	Apendicitis
Apendicitis	Apendicitis	Infección de vías urinarias	Infección de vías urinarias
Cálculo de la vesícula biliar con colecistitis aguda	Dengue	Hipertensión esencial	Hipertensión arterial
Infección de vías urinarias	Cálculo de la vesícula biliar con colecistitis aguda	Otros dolores abdominales y los no especificados	Otros dolores abdominales y los no especificados
Pop: cesárea	COVID 19 virus identificado	Cálculo de la vesícula biliar con colecistitis aguda.	Cálculo de la vesicular biliar con colecistitis aguda.
Otros dolores abdominales	Otros dolores abdominales y los no especificados	Dengue	Dengue
Hiperplasia prostática benigna	Neumonía	Hiperplasia de la próstata	Hiperplasia prostática
Bronquiolitis aguda	Pop: cesárea	Infección viral	Infección viral
Insuficiencia cardíaca congestiva	COVID 19 virus no identificado	Insuficiencia cardíaca congestiva	Insuficiencia cardíaca congestiva

Neumonía bacteriana	Infección de vías urinarias	Pop: cesárea	Pop: cesárea
------------------------	-----------------------------	--------------	--------------

Tabla 2. Diagnósticos de ingreso en una IPS de Florencia 2019 – 2022

7. Resultados

Algunas IPS de Florencia –Caquetá, hacen uso de herramientas que son útiles para tomar decisiones en la empresa y son fuente confiable para el proyecto de investigación al obtener información útil de las remisiones de los pacientes en el año 2022.

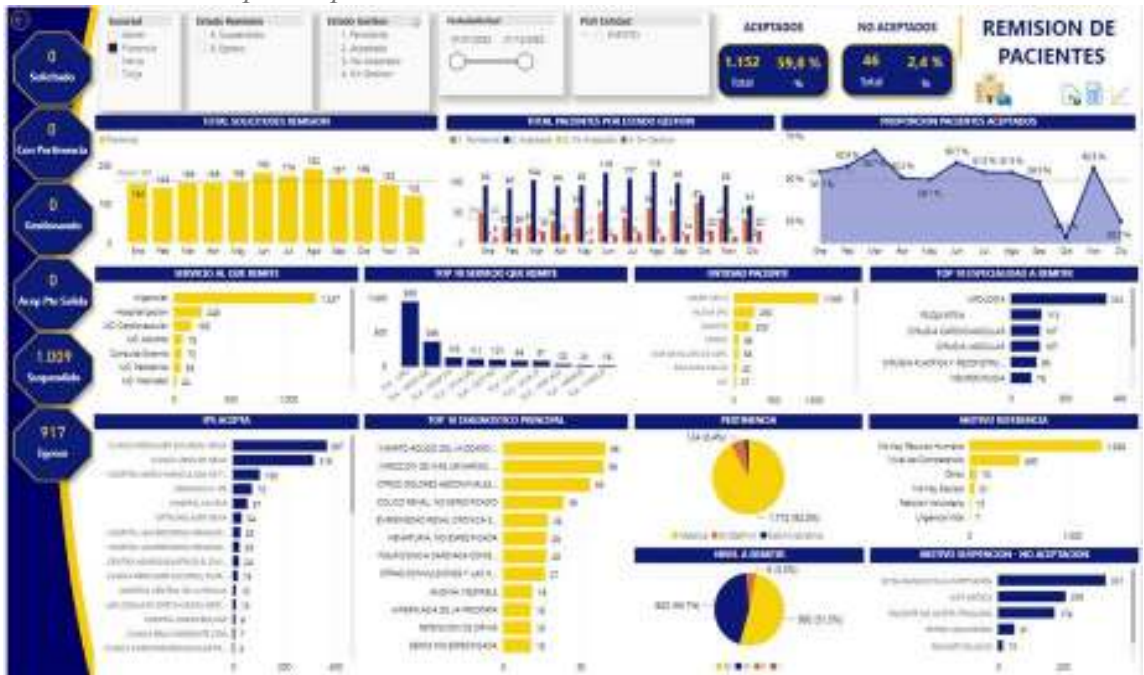
Algunas de estas herramientas son:

La empresa puede implementar la aplicación Power BI es una plataforma unificada y escalable de inteligencia empresarial (BI) con funciones de autoservicio apta para grandes empresas. Permitiendo conocer los datos, visualizarlos e incorporar sin problemas objetos visuales en las aplicaciones en tiempo real.

Protege los datos en los informes, paneles y conjunto de datos de Power Bi incluso cuando se comparten datos fuera de la organización o se exportan a otros formatos, como Excel, Power Point y PDF.

Tabla 3.

Comportamiento general de las remisiones en una IPS año 2022.



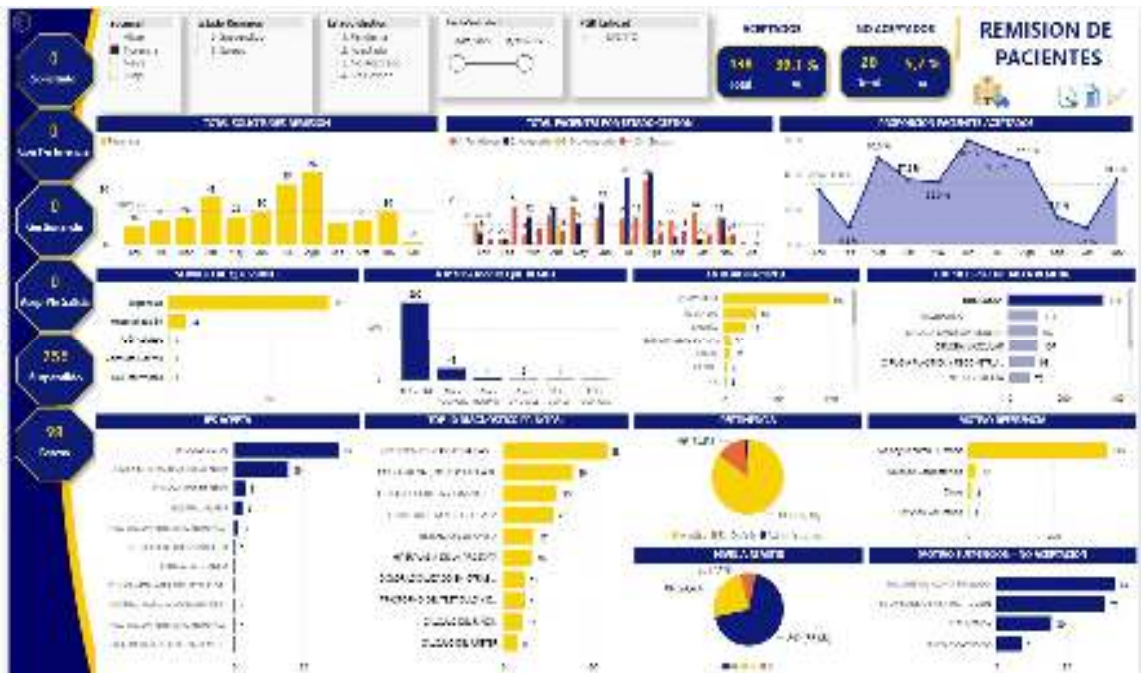
El análisis de remisiones a nivel superior se realiza a través de la información aportada de power BI por parte de una de las IPS de mayor complejidad en Florencia, información aportada desde el 1 de enero del 2022 al 31 de diciembre 2022, esta información por parte de la IPS para el estudio de investigación, se considera indispensable, es de uso confidencial y reservado para el estudio de investigación porque es una IPS que recibe pacientes de nivel I, II y de diferentes municipios.

En la tabla 3, se observa el total de pacientes remitidos para el año 2022 con un total de 1.152 pacientes que corresponde al 46%, es decir son pacientes que se encuentran hospitalizados y que se remiten con más frecuencia al servicio de urgencias a niveles superiores de alta complejidad; la mayoría de pacientes que son remitidos correspondieron a la EPS Asmet salud; las 5 especialidades más frecuentes para el año 2022 en remitir son: urología, psiquiatría, cirugía cardiovascular, cirugía plástica, neurocirugía. La mayoría de pacientes son remitidos a la ciudad de Neiva con diagnóstico de Infarto agudo de miocardio, infección de vías urinarias, otros dolores abdominales, cólico renal, enfermedad renal crónica, el 92% de las remisiones se

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud
 consideran que son necesarias siendo el motivo más frecuente la ausencia de profesional especializado.

Tabla 4.

Remisiones pacientes de urología 2022.



En la tabla 4 se explica, dentro de las 5 especialidades más frecuentes durante el año 2022 para remitir a otro nivel de complejidad en primer lugar fue urología con 353 pacientes correspondiente al 31.89%, el 92.07% se debe por no contar con el profesional especializado en la institución y un 5.38% se debe a que requieren un nivel de mayor complejidad. Los pacientes frecuentemente son remitidos fuera del Departamento. Los 5 diagnósticos más frecuentes son infección de vías urinarias, cólico renal, otros dolores abdominales, hematuria y retención urinaria. Tabla 4.

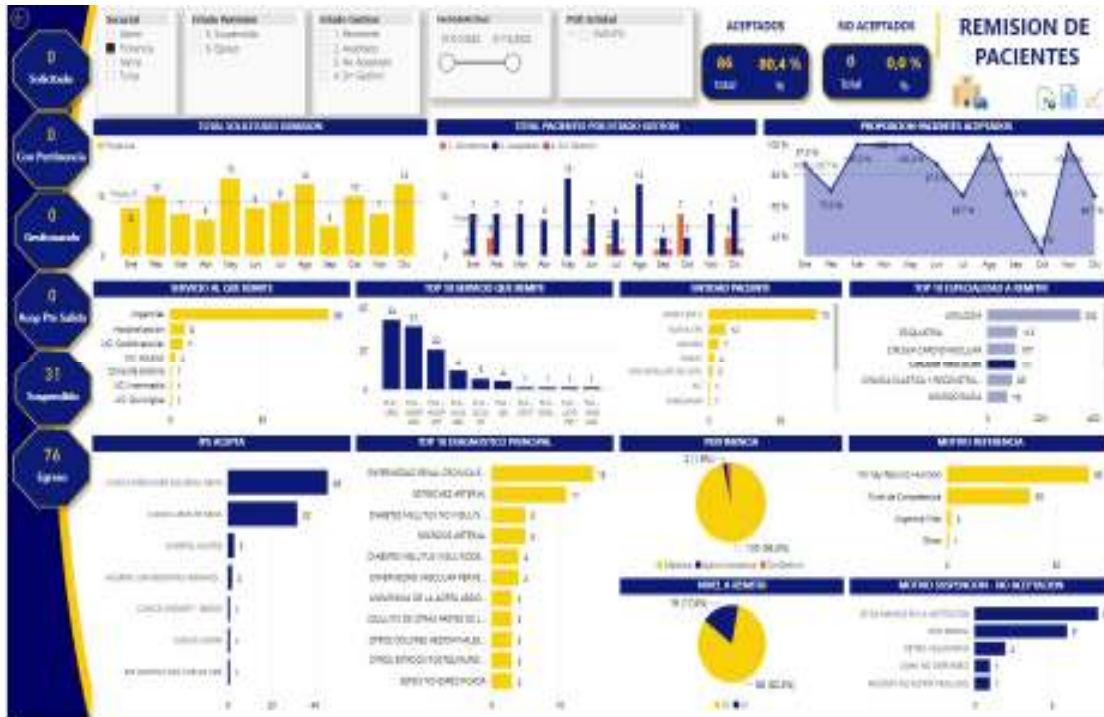
Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud
 Tabla 5.

Pacientes remitidos para psiquiatría 2022.



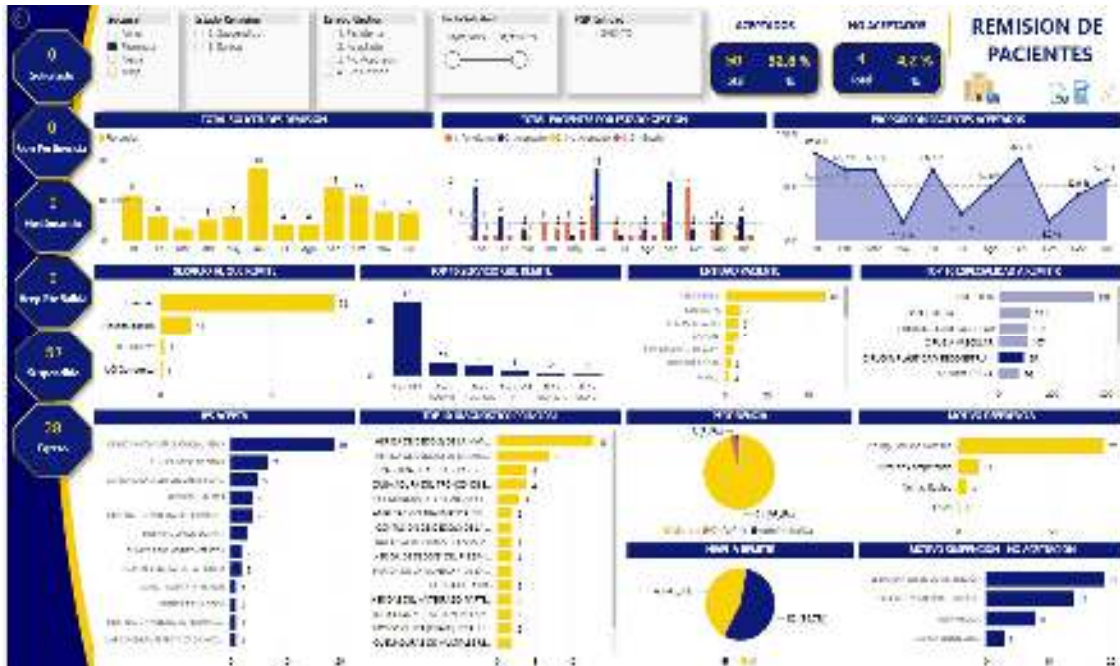
En la tabla 5, se explica que la segunda especialidad en remitir durante el año 2022 fue psiquiatría correspondiente a 113 pacientes que corresponde a 10.21% y en un 92% corresponde por falta de recurso humano, los diagnósticos más frecuentes son trastorno mixto de ansiedad, envenenamiento autoinflingido e historia personal de lesiones. La mayoría de estos pacientes son aceptados en la misma ciudad porque cuentan el Hospital María Inmaculada cuenta con la especialidad de psiquiatría en la ciudad de Florencia. Tabla 5.

Pacientes remitidos cirugía vascular 2022.



En la tabla 7, se explica que la cuarta especialidad en remitir durante el año 2022 fue a cirugía vascular correspondiendo a 107 pacientes (9.67%), se debe a que no hay recurso humano 65% correspondiente a 63 pacientes y un 35,85% requirieron un nivel mayor de competencia correspondiente a 38 pacientes. Los diagnósticos más frecuentes son enfermedad renal crónica, estrechez arterial, complicaciones de diabetes mellitus con enfermedad vascular periférica, necrosis arterial. Los pacientes son trasladados fuera del Departamento. Tabla 7.

Remisión a cirugía plástica 2022.

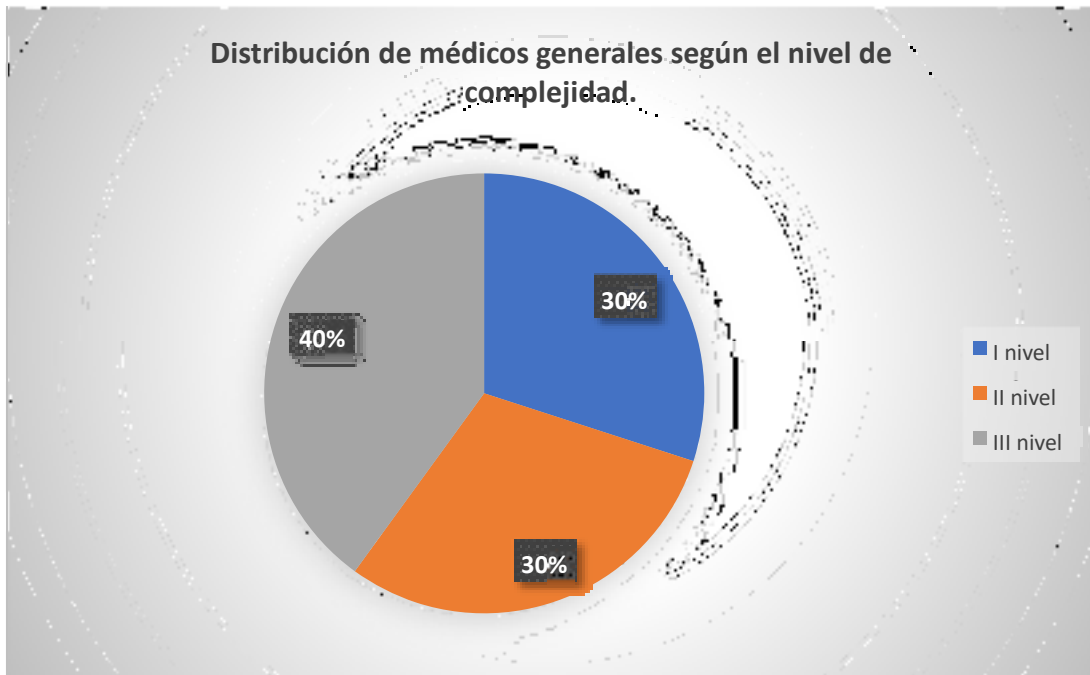


En la tabla 8, la quinta especialidad que con mayor frecuencia remitieron durante el año 2022 es cirugía plástica y reconstructiva correspondiente a 95 pacientes con un 8.58%, la mayoría de estas remisiones son al no contar con recurso humano y por el nivel de competencia, los diagnósticos que con mayor frecuencia remiten son herida de dedos de la mano, fractura de otro dedo, quemadura de tronco, quemadura de cabeza y amputación traumática de dedos. Los pacientes fueron remitidos a otras instituciones fuera del Departamento.

Tabla 8.

Diagrama 1.

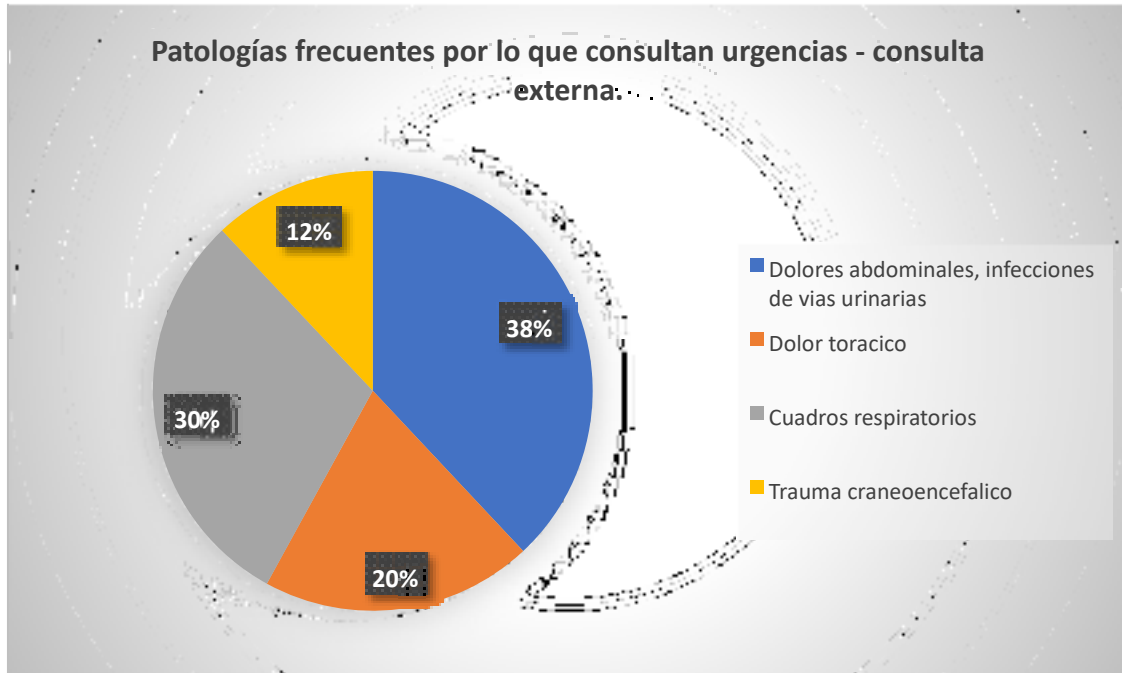
Distribución de médicos generales según el nivel de complejidad en el municipio de Florencia Caquetá.



En el diagrama 1. Se puede evidenciar de 20 médicos generales a los cuales se entrevistaron en el Municipio de Florencia Caquetá, se puede observar que el 40% corresponden a 8 médicos generales que trabajan en III nivel, 30% corresponden a 4 médicos generales que laboran en II nivel y 30% a 4 médicos generales que laboran I nivel.

Diagrama 2

Patologías frecuentes por lo que consultan en el servicio de urgencias y consulta externa en el municipio de Florencia.



¿En base a la pregunta cuáles son las patologías que con mayor frecuencia consultan en el servicio de urgencias y consulta externa de las IPS de Florencia?

De las respuestas proporcionadas por los médicos generales, se puede considerar que la patología más frecuente son los dolores abdominales e infecciones de vías urinarias 38%, dolor torácico 20%, cuadros respiratorios 30%, trauma craneoencefálico 12%. Es importante, resaltar que las patologías frecuentes que se ven en el servicio de urgencias y consulta externa coinciden dentro de las 10 primeras causas de morbilidad a nivel general en el año

2019 al 2022 información registrada en el diagrama 2.

Diagrama 3

Patologías que remiten con mayor frecuencia a instituciones de mayor complejidad.

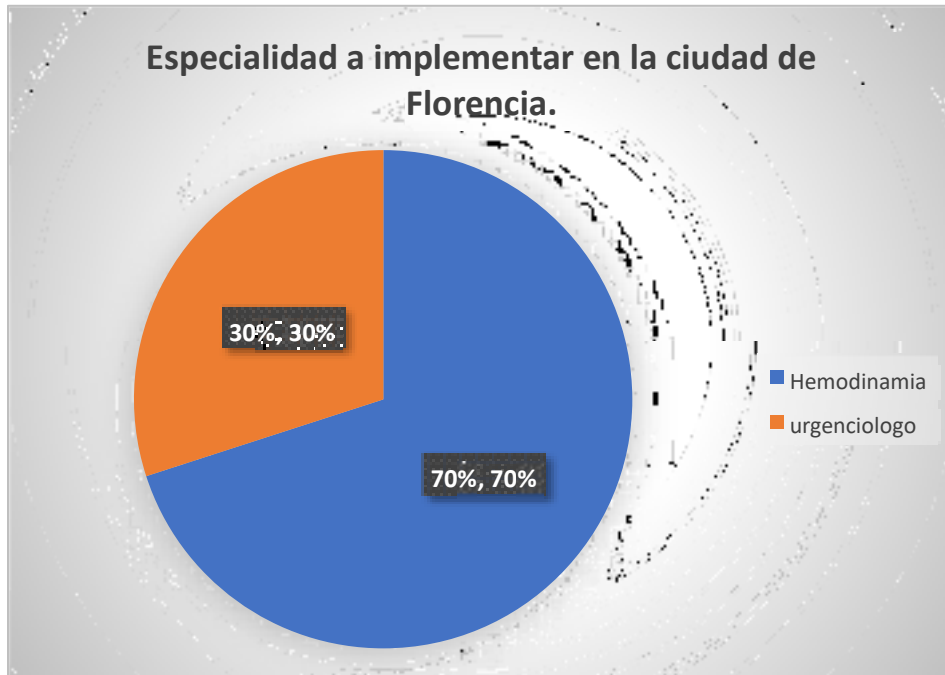


En base a la pregunta, ¿qué patologías usted considera que con mayor frecuencia remiten fuera del departamento?

De las respuestas proporcionadas por los profesionales en medicina general, se considera que el Infarto agudo de miocardio es la patología que con mayor frecuencia se remite en un 70% correspondiendo a 14 médicos generales entrevistados, fracturas ante no disponibilidad de material de osteosíntesis en un 20% que corresponde a 4 médicos generales y 10% con trauma en mano correspondiente a 2 médicos generales. El porcentaje de pacientes con diagnóstico de infarto agudo de miocardio coincide con información relacionada en power bi tabla 4, es decir que los pacientes con infarto se encuentran dentro de las 5 especialidades que requieren traslado a nivel de mayor complejidad al no contar con talento humano especializado tabla 7.

Diagrama 4

Especialidad a implementar en la ciudad de Florencia.

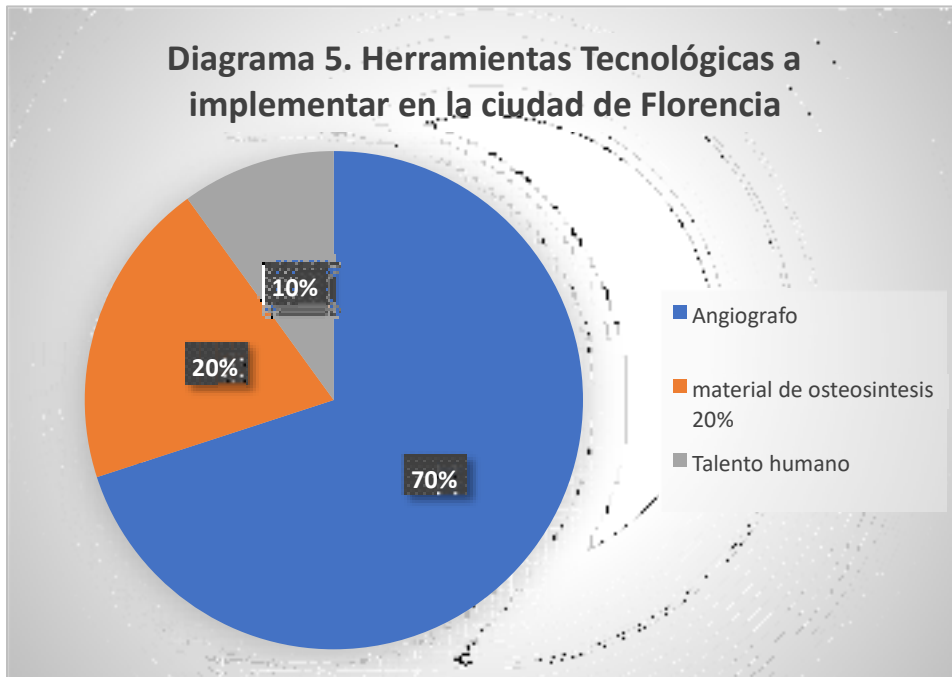


De acuerdo a su experiencia, ¿Qué especialidad usted recomienda implementar en las instituciones de salud de Florencia?

De las respuestas proporcionadas el 70% responden que el servicio de hemodinamia se debería implementar y en un 30% el urgenciólogo. La información relacionada con la implementación de talento humano especializado es directamente proporcional a las patologías que remiten con mayor frecuencia diagrama 3.

Diagrama 5.

Herramientas tecnológicas a implementar en la ciudad de Florencia.

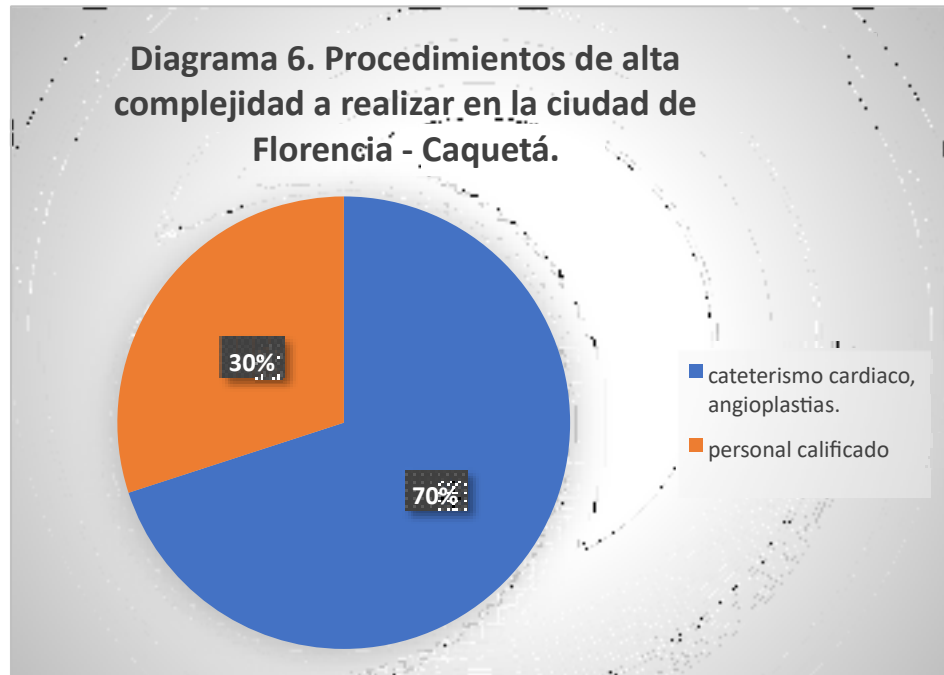


¿Qué herramientas tecnológicas considera conveniente implementar para no remitir los pacientes?

De las respuestas proporcionadas por los médicos generales el 70% sugieren la requisición de un angiografo, 20% consideran que es indispensable contar con materiales de osteosíntesis para manejo quirúrgico oportuno de pacientes de ortopedia y 10% consideran que lo indispensable es contar con el talento humano especializado como urología y cirugía plástica que pueden dar manejo quirúrgico sin requerir herramientas tecnológicas avanzadas. Por lo que se infiere los pacientes de patología cardiaca requieren del especialista en hemodinamia y para realizar procedimientos requiere el angiografo.

Diagrama 6.

Procedimientos de alta complejidad a realizar en la ciudad de Florencia.



Con base en la pregunta anterior, ¿qué procedimientos se pueden ofrecer? De las respuestas proporcionadas por parte de los médicos generales como se evidencia en la tabla 14, el 70% consideran que los procedimientos más frecuentes son Cateterismo cardíaco, angioplastias coronarias y periféricas, el 30% correspondiente a 6 médicos generales consideran que es fundamental el profesional calificado para la realización de procedimientos quirúrgicos. Información directamente proporcional con la insuficiencia del talento humano y los procedimientos que no se realizan en el municipio de una forma continua.

A partir de las respuestas obtenidas, el análisis y las asociaciones de las diferentes preguntas, se logra la confirmación que el realizar un análisis de los determinantes de las morbilidades y remisión de los pacientes nos ayuda a identificar que especialistas deben

contratar en las Instituciones Prestadoras de Salud para la apertura de nuevos servicios de salud de alta complejidad en la ciudad de Florencia, es decir se logró determinar la muestra del estudio investigativo.

7.1 Discusión

Rodríguez-Morales considera que es interesante entender los cambios del medio ambiente que influyen en múltiples patologías. Durante mi experiencia como medica en el área asistencial y la investigación documental que se realizó en el Municipio de Florencia se pudo evidenciar que las enfermedades con alta prevalencia crónica son las que evidentemente aportan la mayor tasa de mortalidad y la tendencia en el transcurso de los últimos años, esto se debe a la poca adherencia a programas de enfermedades crónicas, las dificultades de manejo de las patologías de origen cardiaco por falta de talento humano especializado, por lo tanto es necesario replantear estrategias no solo institucionales sino departamentales con cada uno de los niveles de atención para que se vea el impacto en la calidad de vida de los habitantes y la disminución de tasa de mortalidad por esta causa que puede ser manejada a tiempo, logrando la adherencia adecuado a los programas de promoción y prevención.

Castro la actividad de los gerentes es un reto para para la administración, a fin de lograr los objetivos de salud para disminuir tasas de morbi mortalidad y calidad de vida, considero que no es solo del gerente sino de todo un equipo de trabajo de la organización es decir los gerentes y altos directivos establecen lineamientos y políticas a partir de un análisis interno y externo desde el sector político, económico, socio cultural, tecnológico, ecológicos y legales con la finalidad de

que los colaboradores entiendan y ejecuten la formulación de estrategias en un tiempo estipulado para llegar a alcanzar los objetivos propuestos y actuar ante los posibles riesgos. Para el seguimiento podemos aplicar la medición estratégica del *balanced scorecard* que expone Izaguirre Sotomayor y Manuel Hernán en el artículo *gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros* con el fin de realizar ajustes según los resultados y controlar riesgos de forma temprana en caso de pérdidas. En este proyecto de investigación, el *power bi* nos aportó información de los pacientes que con mayor frecuencia se remitían y desde ahí implementar nuevos proyectos.

Estoy de acuerdo con Kotler, el marketing nos permite identificar las necesidades y los deseos insatisfechos desde las diferentes áreas de mercado e identificar cual va generar utilidad a partir de los productos y servicios apropiados y no una pérdida financiera a partir de la calidad, creatividad e innovación generando un valor agregado a la empresa. Estoy de acuerdo, es importante conocer las necesidades de la población atendida, determinantes sociales, con el fin de establecer un modelo integral en salud con objetivos encaminados a brindar una atención enfocada en la promoción de la salud, prevención y manejo de la enfermedad a partir de la realización de un análisis situacional de salud por departamento para definir y caracterizar los grupos de riesgo para atención integral lo que determinara la ampliación del portafolio de servicios a implementar por sucursal alineando con el modelo de atención integral de la institución y en el diagnóstico del Departamento, permitiéndonos identificar la primera causa de morbilidad y mortalidad de la población.

El endomarketing es algo importante que debemos tener en cuenta en el sector salud para dar cumplimiento al logro de los objetivos y metas propuestas, de nada sirve invertir en talento

humano y equipos tecnológicos si los colaboradores no prestan una atención humanizada al no sentirse bien en su lugar de trabajo. De ahí la importancia de invertir en capacitaciones para la atención de los pacientes, jornadas de bienestar generando liderazgo, motivación y compromiso con la institución logrando un crecimiento empresarial con impacto social y financiero.

7.2 Propuesta de solución

Para realizar el plan de mercadeo estratégico se decide tener en cuenta los resultados de la entrevista por parte de los médicos generales y el análisis de la herramienta estratégica power bi tomando como punto de referencia la demanda de patologías cardiovasculares.

7.2.1 proyecto a implementar

Proyecto a Implementar	
Nombre del proyecto	Implementar servicio de hemodinamia
Objetivo general	Realizar la planeación del proyecto para la apertura del servicio de Hemodinamia Florencia, con el fin de prestar el servicio a las Instituciones prestadoras de salud y Entidades Administradoras de Planes de Beneficio.
Objetivos específicos	Satisfacer las necesidades de la población dando manejo oportuno, integral y de calidad con profesionales altamente calificados e innovación tecnológica. Disminuir las remisiones y traslado a instituciones de mayor complejidad. Disminuir los costos a las Instituciones prestadoras de salud y Entidades Administradoras de Planes de Beneficios.

Descripción	Prestar el servicio de hemodinamia que nos permita brindar una atención con intervención oportuna en pacientes con patología cardiovascular.
Plazo de ejecución	5 de enero 2024
Numero promedio de personas que demandan el Servicio de forma mensual	25 pacientes promedio al mes.
Número de personas que se pretende atender	50 pacientes al mes
Numero de EPS que contrataría el servicio	6 Asmetsalud, batallón, sanitas, nueva EPS, policía, medicina prepagada
Alternativas de comercialización	Pago por procedimiento realizado.
Facturación estimada mensual	50.000.000.000

Tabla 9. Proyecto a implementar: Hemodinamia

7.2.2. Ingresos operacionales

ingresos operacionales	
Inversiones	Maquinaria y equipo Alquiler de infraestructura
Ingresos operacionales	Estancia hospitalaria Gases medicinales Medicamentos e insumos Derechos de sala Honorarios médicos Laboratorio clínico Talento humano (especialista, médico general, jefe de enfermería y 2 auxiliares de enfermería).
Total	150.000.000.000

Tabla 10. Ingresos operacionales

7.2.3 Proyección anual

Anual	1	2	3
Proyección de ventas	300.000.000.000	390.000.000.000	450.000.000.000
Costos directos	140.500.000.000	150.500.000.000	160.500.000.000
Costos indirectos	30.000.000	40.000.000	45.000.000

Improvistos	20.000.000	30.000.000	35.000.000
Ganancias	140.250.000.000	150.180.000.000	289.420.000.000

Tabla 11. Proyección anual de ventas, costos y otros.

Podemos evidenciar que el retorno de la inversión se puede realizar en un tiempo aproximado de 13 meses.

7.2.4 Implementación digital

Actividad	Fecha de inicio	Fecha final	Valor \$
Creación de pagina	1 enero 2024	20 de enero 2024	900.000
Puesta en marcha	21 de enero 2024	25 de enero 2024	400.000
Seguimiento de página web	26 de enero 2024	26 de abril 2024	300.000
Mantenimiento de página web	1 junio 2024	15 de junio 2024	100.000
Innovación página web	A partir de febrero primeros 5 días	Seguimiento mensual	100.000

Tabla 12. Implementación digital

Para la etapa de la implementación digital se planteó 5 actividades con fecha de inicio y fecha de finalización con un valor de \$ 1.800.000. la persona responsable es la comunicadora social.

7.2.5 construcción de herramientas

1. Realizar gestiones compartidas con las entidades administradoras de planes de beneficios con el fin de dar a conocer la implementación del nuevo proyecto y establecer tarifas para contratación de esta nueva especialidad.

2. Adicionalmente, por medio de la página web contar las experiencias exitosas de los usuarios a quienes se les realizo procedimiento de forma mensual con el consentimiento previo del paciente.

3. Realizar seguimiento a los pacientes a quien se les realizo procedimiento por hemodinamia durante y posterior al procedimiento y días después de su egreso con el fin de publicar el caso al mes siguiente del procedimiento.

4. El programa de educación se encargará de fomentar estilos de vida saludable en redes sociales todos los viernes.

5. Capacitación virtual en vivo por parte del hemodinamista de forma trimestral a los médicos generales y comunidad del departamento sobre infarto agudo de miocardio con el fin de detectar precozmente los pacientes.

Actividad	Valor \$	Finalidad
Contratación de una comunicadora social	3.500.000	Cumplir con todas las actividades propuestas apoyándose de la líder comercial.

Tabla 13. Contratación de una comunicadora social

8. Análisis Financiero

8.1 Presupuesto publicitario

Se indica un presupuesto mensual de los gastos que tendremos que realizar durante los primeros 4 meses porque se realiza apertura de este servicio que no es conocido lo suficientemente para la población.

8.2 Estado de pérdidas y ganancias histórico

El implementar este proyecto en el mercado nos lleva a generar la situación actual de la empresa y posteriormente realizar el análisis de gastos en los que se incurrieron, se espera que la utilidad sea de un valor significativo al ser procedimientos de alto costo.

8.3 Estado de pérdidas y ganancias actual

A medida que aumenta la publicidad y sepan las Entidades Administradoras de planes de beneficios e Instituciones prestadoras de salud de zona rural y urbana de Florencia Caquetá, se espera que aumenten las ventas progresivamente porque se evita la remisión de los pacientes fuera del departamento.

8.4 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Perdidas en este momento no es posible al ser la única institución que preste ese servicio.

8.5 Balance general proyectado

La empresa continuara creciendo y teniendo más valor debido a que es reconocida por los clientes por su innovación tecnológica y personal altamente calificado.

Principales funciones del Plan de marketing desde la visión comercial y directivos:

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

- Analizar cuantos procedimientos se realizan de forma mensual y costo de insumos.
- Estudiar los canales de comercialización si han generado impacto en la contratación con las diferentes entidades administradoras de planes de beneficios y municipios de I nivel, es decir fuera de la zona urbana.
 - Compartir con publicidad experiencias exitosas resaltando la nueva tecnología y personal altamente especializado.
 - Referenciarse con el personal director financiero y facturación las tarifas de procedimientos a las diferentes entidades administradoras de planes de beneficios con el fin de no generar pérdidas.
 - Dar a conocer las ventajas con este nuevo proyecto en el departamento del Caquetá resaltando costos para las entidades prestadoras de salud y riesgos y beneficios para los pacientes.
 - Hablar con medios de comunicación a nivel local para dar a conocer la apertura del proyecto.
 - Realizar un seguimiento mensual de las ventas y gastos.

9. Balance Score Card - BSC

QUE		POR QUÉ	CÓMO Y QUIEN	CUANDO	CUÁNTO
No.	Actividades a Realizar	Las Causas de las Actividades	Acciones para realizar las actividades	Responsable - fecha de inicio y terminación	Requerimiento de recursos
1	Realizar contratación del especialista en hemodinamia.	Aval de gerencia y directivos para implementación de servicios.	Publicar vacante en hemodinamia en la página institucional.	Director médico Fecha de presentación: 01/09/2023 – 30/09/2023	N.A.
2	Verificar de requisitos según resolución 3100	Implementar hemodinamia que exige la normatividad vigente.	Realizar autoevaluación de cada uno de los estándares aplicables según normatividad vigente	Coordinadora de calidad 15/09/2023 – 30/09/2023	N.A.
3	Realizar la cotización del alquiler de infraestructura, de insumos y equipos tecnológicos para manejo de pacientes de hemodinamia.	Para manejo de pacientes coronarios.	Realizar cotizaciones con diferentes proveedores y presentar información con el informe en comité de gerencia.	Director administrativo Fecha de inicio y terminación: 01/09/2023 – 30/09/2023	¿?
4	Contar con Talento Humano especializado jefe de enfermería, auxiliar de enfermería y médico general.	Para ofrecer los servicios de hemodinamia.	Vincular talento humano altamente calificado.	Directora de talento humano Fecha de inicio y terminación: 01/09/2023 – 30/09/2023	Aprox. 10 millones mensual
5	Realizar los trámites administrativos de habilitación de la IPS.	Para la apertura de servicios en el departamento.	Realizar novedad en el REPS y solicitud ante la secretaria de salud para habilitación del servicio.	Gerencia y calidad 3/10/2023 - 20/10/2023	N.A.
6	Estrategias de Marketing	Con el fin de dar a conocer la implementación y apertura del proyecto.	Medios de comunicación local, Facebook y otras redes sociales.	Líder Comercial 1/11/2023 - 1/3/2024	8 millones

Tabla 14. Tablero de comando integral BSC

10. Conclusiones

El presente estudio de investigación nos llevó a realizar un análisis de las enfermedades que consultan e los diferentes niveles de atención en salud y las que requieren manejo en nivel superior por falta de talento humano especializado y herramientas tecnológicas especializadas en el departamento del Caquetá.

Dentro de las patologías principales frecuentes a remitir en el año 2022 fue urología por no contar los fines de semana con el especialista, pero a finales del año 2022 se logró contratación de profesionales en esta especialidad con el fin de satisfacer las necesidades de los pacientes y generar bienestar. El no contar con personal altamente calificado, en el departamento del Caquetá repercute en el manejo de los pacientes obligándolos a trasladarse a otro departamento, como profesional en medicina y actualmente con cargo administrativo considero que en años anteriores se pudo haber dado otro manejo a esos pacientes remitidos en años anteriores, es decir hacer uso de las herramientas tecnológicas contratando un profesional a distancia y realizar monitorización de los usuarios que quedan hospitalizados de forma intrahospitalaria o ambulatoria, midiendo el grado de satisfacción tanto en el momento en que se recibe el servicio como después del tratamiento e igualmente favorece el ahorro de costos a las entidades administradoras de planes de beneficio.

Con este proyecto de investigación, puedo deducir que la entrevista con los médicos generales es directamente proporcional a la información suministrada por herramientas tecnológicas como es la aplicación Power BI sirve como estrategia de mercadeo, ya que nos permite obtener una información multidisciplinar sobre lo que ocurre dentro de las diferentes áreas de la institución asistencial como administrativa, lo que favorece a tomar estrategias de planeación, controlar y mejorar de una forma continua según las necesidades y expectativas de

los pacientes con el fin de mejorar la calidad de atención y lograr incrementar la competitividad con equilibrio en la parte financiera. Debemos priorizar esos pacientes a quienes no les pueden ofrecer un servicio integral, se debe buscar alternativas para cumplir con las expectativas de los clientes y no perderlos. Adicional a lo anterior, debemos dar a conocer a la población que estamos trabajando en el desarrollo y elaboración de un nuevo servicio para la comunidad Caqueteña, logrando su plena satisfacción con servicios de excelente operatividad y calidad que logre la fidelización del cliente en la institución.

Por otra parte, se puede evidenciar, según entrevistas de los médicos y la herramienta tecnológica POWER BI está la especialidad de hemodinamia, servicio que puede ofrecer procedimientos quirúrgicos complejos de alta complejidad para manejo de los pacientes con infarto agudo de miocardio, angina inestable, enfermedad periférica severa, indispensable para realización de estratificación coronaria en pacientes con dolor torácico. Considero importante realizar la apertura de esta especialidad en el departamento del Caquetá para darle oportunidad al tiempo de manejo del paciente, disminuir la mortalidad, satisfacer las necesidades de los pacientes y familiares, evitar un traslado innecesario a Clínicas fuera del Departamento, disminuye los costos a los pacientes y EPS.

Patologías que se pueden implementar en las IPS al implementar el servicio de hemodinamia son:

- Cateterismo derecho o izquierdo con o sin angiografía
- Cateterismo transeptal más cateterismo izquierdo y derecho
- Coronariografía (incluye cateterismo izquierdo y ventriculografía)
- Coronariografía más cateterismo derecho
- Auriculograma izquierdo y/o arteriografía pulmonar (incluye cateterismo derecho)

- Arteriografía selectiva no coronaria
- Arteriografía renal
- Arteriografía abdominal
- Arteriografía periférica
- Implantación de marcapasos transitorios
- Implantación de marcapasos definitivo con electrodo venoso
- Electrocardiografía dinámica de 24 horas (Holter)
- Angioplastia coronariografía (incluye colocación marcapasos y coronariografía post- angioplastia inmediata)
- Angioplastia periférica (incluye arteriografía post angioplastia)
- Valvuloplastia con balón
- Trombólisis intracoronaria

Se considera que el desarrollo de este proyecto es porque en el municipio de Florencia se cuenta con unidad de cuidados intensivos en caso de que algún paciente llegara a complicarse en la cirugía, se cuenta con tecnología y personal altamente calificado. El realizar un análisis del mercado de los servicios en salud en el departamento del Caquetá nos permitió identificar las necesidades del mercado de salud actual, la oferta que hay, características, falencias, precios, paquetes de lo que se va ofrecer que nos permita tomar decisiones oportunas para establecer y fortalecer nuestra oferta con un precio justo que evite llevarnos a pérdidas financieras, esto nos va generar prestigio y competitividad para la institución en caso de que la competencia no ofrezca ese servicio. No olvidemos que en la implementación o apertura de un servicio debe contar con personal altamente calificado y capacitado, con servicio de calidez humana que genere un valor adicional a lo prometido. El disminuir los traslados a otro departamento, la

oportunidad del servicio, el aumentar la calidad de vida del paciente, la satisfacción de los pacientes y prestadores con resultados favorables se debe dar a conocer a la población y que sientan que estamos prestos a mejorar los servicios por la comunidad. Se puede realizar videos y publicarlos en la página institucional de casos exitosos con previo consentimiento del cliente, publicación en redes sociales como Facebook, tik tok, Instagram entre otras con el fin de mejorar la retención de los clientes y contratación con las Entidades Administradoras de Planes de Beneficio. Realizar jornadas de patologías frecuentes con especialistas donde se invite a la comunidad para despejar dudas en este caso puede ser cardiólogo adicional a esto brindar charlas educativas o tips un día en semana a los pacientes con alto riesgo cardiovascular.

11. Sugerencias

- Mediante este proyecto se pudo analizar que el sector salud del departamento del Caquetá tiene debilidades al no contar con recurso humano especializado de forma permanente que realice una intervención prioritaria a los pacientes.
- Considero que con el uso de herramientas tecnológicas y habilitación de telemedicina puede mejorar el acceso de atención especializado a pacientes que tengan otras patologías.
- Identificar que pacientes con alto riesgo cardiovascular ingresan a las instituciones con el fin de que una vez egresen se fomenten estilos de vida saludable y se garantice citas con el especialista.
- Se debe realizar un estudio de la pertinencia de las remisiones, es decir son verdaderamente una urgencia o se puede manejar por medio de telemedicina o jornadas mensuales al contratar el especialista.
- Estudiar si las entidades de salud a los que están afiliados los pacientes con riesgo cardiovascular realizan charlas educativas en estilos de vida saludables con el fin de implementar estrategias de marketing digital.
- Realizar un análisis de que especialidades se pueden manejar por medio de telemedicina para posteriormente realizar contratación y dar a conocer a la población.
- Estudiar que procedimientos ambulatorios se pueden realizar en jornadas mensuales al contar con el personal especializado que le genere utilidad a la empresa y beneficio al paciente.
- Elaborar estudios de mercado cada 6 meses para la implementación de nuevas especialidades o tecnologías en la institución.

Plan de Mercadeo para Apertura de Servicios en salud

- Falta realizar cotización actual de los equipos e insumos necesario con diferentes proveedores.

12. Referencias Bibliográficas

Acevedo Escandón, Yeni Carolina (2019). Endomarketing como estrategia de desarrollo para la perdurabilidad de las empresas con trabajadores. Editorial: Bogotá, Universidad Ciencias Aplicadas y Ambientales.

Ander-Egg, Ezequiel (1995). Técnicas de investigación social. Buenos Aires: Lumen, 429 pp.

Arévalo, L & Villota, M (2018). Determinación de la eficiencia del proceso de referencia y contrarreferencia en términos de costos en el cambio del nivel de complejidad del paciente mediante análisis envolvente de datos en Emssanar EPS – Pasto.

Arzola, Minerva, Mejías, Agustín (2007). Modelo Conceptual para gestionar la innovación en las empresas del sector servicios. Editorial: Revista venezolana de Gerencia. Maracaibo-Venezuela.

Betz, F. (1998). Managing Technological Innovation, Competitive Advantage from Change. John Wiley & Sons, Inc. New York.

Castro, Alain (2021). Factores asociados a la percepción del reconocimiento de universidades en Colombia – Bogotá D.C.

Castro, Mayela.” Marketing en salud, una opción para mejorar la calidad de los servicios de salud”, Revista científica de ciencias de la salud.2019.

Castro, P (2018). Caracterización de las barreras de accesibilidad de los servicios de salud en los usuarios de la EPS Asmet salud con patología Oncológica en el primer semestre del 2017 en Florencia Caquetá.

Coraggio, José Luis (2011). Libro Economía social y solidaria. Quito, Ecuador.

Ediciones Abya-yala.

Daft, Richard. "Teoría y diseño organizacional". Sexta edición. Editorial

International Thomson Editores. México, 2000.

Espinoza, Francisco (2022). Administración contemporánea: reto organizaciones y jurídicos. Editorial Fontamara.

Gay L.R. (1996). Educational Research. Nueva York: Editorial Prentice Hall.

662 pp.

Gómez (2013). Aplicación del marketing de servicios en el sector salud.

Gonzales, P (1991). Decreto 2759 de 1991.

Izagirre, M (2015). Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros.

Ecoe ediciones Ltda.

Kotler P. y Armstrong G. "Fundamentos de mercadotecnia". Editorial Prentice

Hall Hispanoamericana. México, 1998.

López, L (2018). Diseño del plan de mercadeo estratégico en la ESE Hospital

San Martin de Loba.

Molina, Blanca Estela, Cruz, Zoily Mery, Aguilar, Dora del Carmen, García, Karina

Milene, Mafug, Magali, Romero, Marco Antonio (2019). Libro Fundamentos de Mercadotecnia.

Universidad Autónoma de Chapas. Editorial letras sin papel.

Rodríguez, Luis (2021). Administración en fisioterapia. Editorial universidad del

Rosario.

Rodríguez-Morales, A. J. (2005). Ecoepidemiología y epidemiología satelital:

nuevas herramientas en el manejo de problemas en salud pública.

Sánchez, G & Piedrahita, C (2014). Pertinencia de las remisiones y contra remisiones generadas en la red adscrita de servicios de salud de la ciudad de Manizales- Caldas durante el año 2013.

Urbina, Nerio Olivar (2021). El proceso de posicionamiento en el marketing: pasos y etapas. Revista Academia y Negocios. Universidad de Concepción Venezuela.