

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL FORTALECIMIENTO
DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL CENTRO DE DIAGNÓSTICO
ALTERNATIVO INVERSALUD S.A.S.**

LENIS YADIRA RODRÍGUEZ VARGAS

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE SALUD
ESCUELA DE MEDICINA
DEPARTAMENTO DE SALUD PÚBLICA
BUCARAMANGA
2017**

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL FORTALECIMIENTO
DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL CENTRO DE DIAGNÓSTICO
ALTERNATIVO INVERSALUD S.A.S.**

LENIS YADIRA RODRÍGUEZ VARGAS

**Trabajo de Monografía para optar al título de:
Especialista en Administración de Servicios de Salud**

**Director: JORGE ELIECER FIGUEROA VARGAS
MBA DIRECCION DE EMPRESAS**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE SALUD
ESCUELA DE MEDICINA
DEPARTAMENTO DE SALUD PÚBLICA
BUCARAMANGA
2017**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo al ideal que forme como proyecto de vida y al amor que se reflejó en los esfuerzos y entrega a este logro.

Así mismo, agradezco a Dios, porque estoy convencida que nada pasa en la vida si su voluntad y gracia, a mi familia, por el apoyo durante la especialización y durante este proyecto, a mi hermano Nicolay, porque siempre ha estado en los momentos que lo he necesitado y al ingeniero Jorge Figueroa por sus valiosos aportes y dirección de la monografía.

CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	17
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	18
2. JUSTIFICACIÓN.....	20
3. OBJETIVOS.....	23
3.1.OBJETIVO GENERAL.....	23
3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	23
4. MARCO DE REFERENCIA.....	24
4.1.CONTEXTO.....	24
4.2.LA ORGANIZACIÓN.....	31
5. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL.....	44
6. MARCO NORMATIVO.....	47
7. METODOLOGÍA.....	49
7.1.ETAPA 1: INVESTIGACION DE MERCADOS.....	49

7.2. ETAPA 2: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	49
7.3. ETAPA 3: DISEÑO DE ESTRATEGIAS.....	50
8. DESARROLLO DE LAS ETAPAS.....	51
8.1. ETAPA 1: INVESTIGACION DE MERCADOS.....	51
8.2. ETAPA 2: PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACION	68
8.3. ETAPA 3: DISEÑO DE ESTRATEGIAS.....	83
9. CONCLUSIONES	90
10. RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFÍA	93
ANEXOS.....	95

LISTA DE TABLAS

Página

Tabla 1: Prestadores de Servicios de Salud de MAC y terapias alternativas a Julio de 2010.....	30
Tabla 2: Portafolio de Servicios I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S. sede Socorro....	35
Tabla 3: Portafolio de Servicios I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S. sede San Gil....	36
Tabla 4: Recursos involucrados por servicio en la sede Socorro.....	37
Tabla 5: Recursos involucrados por servicio en la sede San Gil.....	38
Tabla 6: Características de los servicios de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S....	39
Tabla 7: Clasificación de los clientes de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.....	40
Tabla 8: Expectativas de los usuarios de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.....	40
Tabla 9: Ranking de municipios por número de clientes de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.....	64
Tabla 10: Ranking de municipios donde no hay oferta oficial ni permanente de MAC ni emisoras radiales locales.....	65
Tabla 11: Ranking de municipios por preponderancia de emisoras radiales e importancia para la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.....	66
Tabla 12: Cronograma de trabajo de encuestadores.....	66
Tabla 13: IPS con servicios de MAC y terapias alternativas habilitados en la región comunera y guanentina del Departamento de Santander.....	69
Tabla 14: Relación de emisoras disponibles en la región con el tipo de oferentes de productos y servicios.....	80

Tabla 15: Documentos exigidos por las emisoras para pautar en ellas.....	81
Tabla 16: Servicios pautados por emisora entrevistada.....	81
Tabla 17: Análisis DOFA para la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.....	85

LISTA DE GRÁFICOS

Página

Gráfico 1: Oferta de MAC por tipo de oferente.....	71
Gráfico 2: Descripción de la oferta por línea de negocio.....	71
Gráfico 3: Rangos de los precios de servicios de salud de consulta y terapias alternativas.....	72
Gráfico 4: Periodicidad del servicio de consulta médica entre los oferentes.....	73
Gráfico 5: Laboratorios proveedores de productos naturales y homeopáticos.....	73
Gráfico 6: Apuestas de diferenciación de ventaja competitiva entre los oferentes.....	73
Gráfico 7: Manejo de la imagen corporativa de la oferta de servicios de salud en MAC.....	74
Gráfico 8: Relación de la oferta de productos y servicios con la razón social de los oferentes.....	75
Gráfico 9: Herramientas publicitarias usadas en la promoción de productos y servicios de salud en MAC.....	75
Gráfico 10: Idoneidad de los profesionales en la oferta de productos y servicios.....	76
Gráfico 11: Clasificación de la infraestructura usada por los oferentes.....	77
Gráfico 12: Relación de la infraestructura con el objeto social de los oferentes...	77
Gráfico 13: Afluencia de usuarios en las instalaciones de los oferentes el día de la entrevista.....	77

Gráfico 14: Cantidad de empleados de los oferentes.....	78
Gráfico 15: Oferentes que publicitan en emisoras radiales locales.....	79
Gráfico 16: Reconocimiento de los habitantes de cada municipio de los oferentes.....	79
Gráfico 17: Conocimiento de brigadas Je MAC por las Secretarías de Salud municipales.....	79

LISTA DE ILUSTRACIONES

Página

Ilustración 1: Organigrama Institucional de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.....	42
Ilustración 2: Mapa de procesos de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.....	43
Ilustración 3: Página principal de la plataforma Compite 360.....	53
Ilustración 4: Listado 1 de actividades de la plataforma Compite 360.....	54
Ilustración 5: Listado 2 de actividades de la plataforma Compite 360.....	55
Ilustración 6: Ranking empresarial por Activos de ofertantes de Servicios de Salud del municipio de Socorro, Santander. Plataforma Compite 360.....	56
Ilustración 7: Ranking empresarial por Utilidad Neta de ofertantes de Servicios de Salud del municipio de Socorro, Santander. Plataforma Compite 360.....	57
Ilustración 8: Ranking empresarial por Ventas de ofertantes de Servicios de Salud del municipio de Socorro, Santander. Plataforma Compite 360.....	58

LISTA DE ANEXOS

1. Anexo A: Estructura Base de Datos, Prestadores de servicios de Salud Provincias Comunera y Guanentina de Santander.
2. Anexo B: Estructura cuadro comparativo de la Competencia directa y referentes nacional e internacional.
3. Anexo C: Base de datos Prestadores de servicios de Salud Provincias Comunera y Guanentina de Santander, medio magnético. Ver anexo en la carpeta adjunta al cd.
4. Anexo D: Cuadro Comparativo de la Competencia directa y referentes nacional e internacional, medio magnético. Ver anexo en la carpeta adjunta al cd.

ABREVIATURAS

MAC: Medicina Alternativa y Complementaria.

EPS: Entidad Promotora de Salud.

IPS: Institución Prestadora de Servicios de Salud.

REPSS: Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud.

RESUMEN

TITULO: DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN COMERCIAL DEL CENTRO DE DIAGNÓSTICO ALTERNATIVO INVERSALUD S.A.S.*

AUTORA: LENIS YADIRA RODRÍGUEZ VARGAS**

PALABRAS CLAVES: MEDICINA ALTERNATIVA, OFERTA, ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

DESCRIPCION: La I.P.S. (Institución Prestadora de Servicios de Salud) Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S. en busca de mejorar su gestión comercial para superar su actual estado financiero, fortalecer su propuesta de valor y proyectarse como líder en el mercado de la Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) en las regiones Comunera y Guanentina del Departamento de Santander, identificó la necesidad de conocer el mercado actual donde compite, teniendo en cuenta que este es un sector en donde la mayoría operan de forma informal, sin los debidos registros ante los entes competentes y sin los permisos pertinentes, se realizó un estudio de oferta que permitió caracterizarlos, y así, se diseñaron estrategias de mercadeo partiendo del análisis de la información obtenida en la investigación de mercados donde se identificó, conoció y estableció la forma como operan los ofertantes de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), terapias alternativas y venta de productos homeopáticos y naturales en los municipios aledaños a Socorro y Sangil y sus características especiales, innovadoras y/o diferenciadoras.

Para el proceso del planteamiento anterior, se desarrollaron tres etapas: ETAPA 1: INVESTIGACION DE MERCADOS dividida en dos fases, la primera orientada a la investigación con fuentes de información secundaria y la segunda a la generación de información primaria. ETAPA 2: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN donde se dio tratamiento a la información recolectada y ETAPA 3: DISEÑO DE ESTRATEGIAS en donde basados en la información de las anteriores etapas se diseñaron estrategias de mercadeo para la I.P.S.

* Monografía

** Facultad de Salud, Escuela de Medicina, Departamento de Salud Pública, Especialización en Administración de Servicios de Salud, Director: MBA JORGE ELIECER FIGUEROA VARGAS

ABSTRACT

TITLE: DESIGN OF MARKETING STRATEGIES FOR THE STRENGTHENING OF THE ALTERNATIVE DIAGNOSTIC CENTER INVERSALUD S.A.S' COMMERCIAL MANAGEMENT.*

AUTHOR: LENIS YADIRA RODRÍGUEZ VARGAS**

KEY WORDS: ALTERNATIVE MEDICINE, OFFER, MARKETING STRATEGIES.

DESCRIPTION: The I.P.S. (Institution Provider of Health Services) Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S. looking for to improve its business management to overcome its current financial situation, strengthen its value proposition and project itself as a leader in the Alternative and Complementary Medicine (MAC) market in the Comunera and Guanentina regions in the Department of Santander, identified the need for knowing the current market where it competes, taking into account that this is a sector where the majority operate informally, without the proper registrations at the competent institutions and without the required permits, a study of supply was made that allowed to characterize them, and thus , marketing strategies were designed based on the analysis of the information obtained in the market research where the providers of Alternative and Complementary Medicine (MAC), alternative therapies and the salers of homeopathic and natural products were identified, in the municipalities surrounding Socorro and Sangil and their special, innovative and / or differentiating characteristics.

For the process of the previous approach, three stages were developed: STEP 1: MARKET RESEARCH divided into two phases, the first oriented to research with secondary information sources and the second to the generation of primary information. STAGE 2: PROCESSING AND ANALYSIS OF INFORMATION where the information collected was processed and STAGE 3: DESIGN OF STRATEGIES where based on the information of the previous stages, marketing strategies were designed for the I.P.S.

* Monografía

** Facultad de Salud, Escuela de Medicina, Departamento de Salud Pública, Especialización en Administración de Servicios de Salud, Director: MBA JORGE ELIECER FIGUEROA VARGAS

INTRODUCCIÓN

Administrar servicios de salud, tiene componentes muy específicos como cualquier otro tipo de negocio, pero éste cuenta con la particularidad que incluye componentes sociales como la vocación de servicio, voluntad de ayuda, solidaridad, respeto y tolerancia, entre muchos otros, y responsabilidades muy grandes por tratarse de la atención de la salud humana, diferente de otros tipos de administración que centran sus esfuerzos en la consecución de utilidades o márgenes económicos positivos para sus empresas, aun así puede ser un negocio muy rentable desde el punto de vista financiero, por lo que debe ser prestada especial atención por quienes se forman en ésta área del conocimiento.

El presente proyecto se desarrolla a partir de las necesidades administrativas encontradas en la I.P.S. Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S., que en calidad de micro empresa desea mejorar su gestión comercial a través del diseño de estrategias de mercadeo que le permitan superar su actual estado financiero, fortalecer su propuesta de valor y proyectarse como líder en el mercado de la Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) en las regiones Comunera y Guanentina del Departamento de Santander.

En materia de salud y más específicamente de la Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) existen muchas variables que no son de fácil reconocimiento, puesto que es un sector donde se presenta mucha informalidad e ilegalidad; conocer a fondo la oferta es un tema de investigación amplio y necesario, ya que no existe información exacta y/o verídica acerca de los oferentes de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), terapias alternativas y venta de productos homeopáticos y naturales. Para el desarrollo de éste proyecto se asumió el reto de caracterizar dicha oferta y con base en dicha información diseñar estrategias de mercadeo para el fortalecimiento de la gestión comercial del Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S. es una IPS concebida en Junio del 2012, orientada especialmente a la prestación de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), terapias alternativas y venta de productos homeopáticos y naturales, cuyo mercado son las provincias Comunera y Guanentina del departamento de Santander. En sus inicios estableció una fuerte estrategia de posicionamiento y reconocimiento en diferentes medios de comunicación, principalmente en la radio. Dicha estrategia se ha venido desarrollando anualmente y los directivos de la empresa consideran que a hoy se ha cumplido el objetivo de ser reconocida en la región como una institución importante en su especialidad de MAC¹, más de 7000 usuarios en 4 años lo ratifican y sondeos esporádicos realizados por la empresa validan el posicionamiento de la misma. Sin embargo dicho plan no ha sido reajustado ante el actual estado financiero de la empresa y las condiciones del mercado a hoy.

El comportamiento financiero de la compañía al finalizar el año 2014 superó las metas proyectadas en ventas, evidenciando buena aceptación del mercado ante la propuesta de innovación de servicios del C.D.A. Inversalud S.A.S., sin embargo, de ese año en adelante se han venido presentando fuertes periodos de disminución y depresión en las finanzas², manifestados en la reducción significativa de sus ingresos, dicho comportamiento ha demandado esfuerzos administrativos y comerciales para garantizar la sostenibilidad de la empresa a corto y mediano plazo, viéndose obligada a tomar medidas extremas, como la reducción del personal, la disminución de servicios ofertados, que no significaban una buena fuente de ingresos pero que ayudaban a una integralidad en la prestación de sus servicios, reajustes de costos, entre otras.

Por otra parte, la competencia del mercado de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), Terapias Alternativas y venta de Productos Homeopáticos y Naturales en las provincias Comunera y Guanentina del departamento de Santander, está dada por empresas y profesionales especializados como Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPS), dentro de su portafolio de servicios, Médicos Independientes, en modalidad de consultorio o brigada de modalidad extramural, Tiendas Naturistas y por empresas de otros sectores como

¹ Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S. Sondeo de posicionamiento. Años 2013 a 2015.

² Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S. Comparativos de estados financieros, años 2012 a 2016.

Centros de Estética y Droguerías, entre otras. Todas estas, en su mayoría, prestan sus servicios y venden sus productos de forma informal, es decir, sin los debidos registros ante los entes competentes y sin los permisos necesarios, por ende, no se encuentra información real y actualizada sobre los mismos en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, ni en el REPSS (Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud). Todo prestador de servicios de salud debe estar inscrito en el REPSS y tener al menos un servicio habilitado³, así como las empresas dedicadas a comercializar suplementos alimenticios y productos homeopáticos como las tiendas naturistas, deben tener registro ante la autoridad sanitaria departamental y municipal por tratarse de productos que afectan la salud de las personas⁴, Situación que igualmente afecta negativamente a Inversalud puesto que disminuye su participación en el mercado al generar confusión y engaño, y en general, hace que las MAC pierdan credibilidad.

Este panorama supone una fuerte amenaza para la IPS, tanto la crisis financiera por la que atraviesa, como la informalidad del sector en el que compite, la ponen en una situación de riesgo desde el punto de vista administrativo, financiero y comercial.

³ Ministerio de Salud y Protección Social. Resolución 2003 del 2014. Por la cual se definen los procedimientos y condiciones de inscripción de los Prestadores de Servicios de Salud y de habilitación de servicios de salud. Colombia 28 de Mayo de 2014.

⁴ Ministerio de la Protección Social. Resolución 0126 del 2009. Por la cual se establecen las condiciones esenciales para la apertura, funcionamiento, vigilancia y control sanitario de las tiendas naturistas y se dictan otras disposiciones. Colombia 20 de Enero de 2009.

2. JUSTIFICACIÓN

Para cualquier empresa, independientemente del sector económico en donde participe, es importante analizar las características del mismo y su papel en él, así como analizar la etapa del ciclo de vida por la que atraviesa, (introducción, crecimiento, madurez y declinación)⁵ para garantizar su sostenibilidad en el tiempo; en el caso del C.D.A. Inversalud S.A.S., que lleva 4 años en el mercado de prestación de servicios de salud, está ya ha pasado una etapa de introducción y posicionamiento, y ahora en búsqueda de trascender en el tiempo, entra en una nueva etapa que hace necesario replantear las estrategias de mercadeo iniciales que se han venido desarrollando, puesto que ya cumplieron con su objetivo y puesto que las características del sector y su estado financiero actual, lo ameritan. Durante estos 4 años de operación de la IPS, se ha logrado la captación de nuevos clientes, y a pesar de que en el sector de salud la enfermedad es la que representa en su mayoría la necesidad del servicio (por que en materia de prevención todavía no hay cultura en Colombia), hay que diseñar estrategias que busquen fidelizar a los usuarios actuales, puesto que durante este periodo se invirtieron gran cantidad de recursos, tanto financieros como humanos, para la consecución de dichos clientes que hoy representan un activo importante y valioso para los accionistas.

Ahora bien, la Superintendencia Nacional de Salud de Colombia tiene como uno de sus objetivos corporativos “Fortalecer la inspección, vigilancia y control del aseguramiento en salud”., desarrollando como proceso principal la Inspección y Vigilancia (IV) del Aseguramiento, la Prestación de los Servicios de Salud y la Generación y Gestión de los Recursos Económicos de las entidades del sector salud de manera integral, por medio de la Superintendencia Delegada para la Supervisión institucional, con el fin de evaluar y controlar sus condiciones de eficacia, calidad y efectividad para garantizar la accesibilidad, oportunidad, seguridad, pertinencia y continuidad en beneficio de todos los usuarios colectivos de Sistema de Seguridad Social en Salud⁶. Dicha responsabilidad es compartida con las Secretarías Departamentales y Municipales de Salud. Ahora bien, la realidad nos muestra que dichas funciones de vigilancia y control, se ejercen en su mayoría, sobre las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud, los

⁵<https://latin.tradingfloor.com/articulos/ciclo-de-vida-de-una-empresa-de-startup-a-empresa-madura-parte-ii-5224978>

⁶ Superintendencia Nacional de Salud. (12 de mayo de 2016). Objetivos y Funciones. <https://www.supersalud.gov.co/es-co/delegadas/supervision-institucional>

Profesionales Independientes de Salud, los Servicios de Transporte Especial de Pacientes y las Tiendas Naturistas entre otras, que están inscritos y debidamente registrados ante dichas autoridades; los ofertantes de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), Terapias Alternativas y Venta de Productos Homeopáticos y Naturales que no están registrados, funcionan bajo el manto de la informalidad, que entre otras cosas, les permite no ser vigilados ni controlados por las autoridades competentes, debido a que no son fácilmente detectados por ellas.

Igualmente, otro tipo de ofertantes de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), Terapias Alternativas y Venta de Productos Homeopáticos y Naturales considerados informales, y que también son poco detectados por las secretarías de salud Departamental y Municipal, son las instituciones o actores que realizan brigadas de salud con modalidad extramural, ya que a pesar de que la norma dice “Quienes vayan a realizar brigadas o jornadas de salud deberán informar con quince (15) días de antelación a la entidad departamental o distrital de salud correspondiente, nombre e identificación del responsable de la brigada o jornada, domicilio, lugar donde se llevará a cabo la misma, tipo de actividades que se van a realizar y la población objeto a atender. La dirección territorial de salud departamental o distrital correspondiente, efectuará visitas en fecha y lugar acordados, con el fin de verificar el cumplimiento de las condiciones establecidas para dichos servicios, ordenando la suspensión si los mismos no cumplen con los estándares establecidos en la presente resolución, de conformidad con lo previsto en el artículo 576 de la Ley 09 de 1979 o la norma que la modifique, adicione o sustituya”⁷, en pocas ocasiones se cumple pues constantemente se anuncian por los diferentes medios de comunicación locales, la oferta de este tipo de servicios pero no cumplen con la previa notificación ni verificación por parte de la dirección territorial, pues es sabido que se realizan en sitios no permitidos para dichos fines y que dichas secretarías no tienen conocimiento de las esas actividades; adicional a esto, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, también debe ejercer vigilancia y control sobre los medicamentos homeopáticos, según consta en el Artículo 55 del Decreto 3554 de 2004 del mismo ente, por el cual se regula el régimen de registro sanitario, vigilancia y control sanitario de los medicamentos homeopáticos para uso humano y se dictan otras disposiciones, el cual dicta “Para efectos de lo establecido en el presente decreto, el Invima, en coordinación con las Direcciones Departamentales o Distritales de Salud, de acuerdo con sus competencias,

⁷ Ministerio de la Protección Social. Resolución 4796 del 2008. por medio de la cual se reglamenta la atención por brigadas o jornadas de salud, se adoptan estándares de condiciones técnico - científicas para la habilitación de unidades móviles acuáticas y se dictan otras disposiciones. Colombia noviembre 27 de 2008.

ejercerán la inspección, vigilancia y control de los establecimientos y productos de que trata el presente decreto y adoptarán las medidas de prevención y correctivas necesarias para dar cumplimiento a lo aquí dispuesto y a las demás disposiciones sanitarias que sean aplicables. Igualmente, deberán adoptar las medidas sanitarias de seguridad, adelantar los procedimientos y aplicar las sanciones a que haya lugar”.

Actualmente los mecanismos que tienen las secretarías Departamentales y Municipales para la de detección de los ofertantes informales, no son eficientes; puesto que mecanismos como la denuncia anónima están sesgados por el miedo de los denunciantes a posibles represalias, la falta de información de cómo hacer la denuncia y la falta de interés de los actores del sistema de salud, han llevado al aumento del fenómeno de la informalidad del sector.

Así mismo, para cualquier empresa independientemente del sector económico en donde participe, conocer la competencia es un factor clave del éxito, por esto, para la IPS Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S. es muy importante conocer su competencia real, no solo aquella que está debidamente registrada ante las autoridades competentes, sino todos los ofertantes reales de los servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), Terapias Alternativas y Venta de Productos Homeopáticos y Naturales en las provincias Comunera y Guanentina del departamento de Santander y conocer a detalle sus características y sus portafolios de productos y servicios. Para aprovechar positivamente las características del sector a favor del C.D.A. Inversalud S.A.S y con base en esa información, se deben diseñar estrategias de mercadeo que le permitan el fortalecimiento de su gestión comercial, teniendo en cuenta el periodo económico por el que atraviesa la empresa y la necesidad de replantear sus estrategias de mercadeo, para conseguir la sostenibilidad financiera a través del tiempo.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar estrategias de mercadeo para el fortalecimiento de la gestión comercial del Centro de Diagnóstico Alternativo Inversalud S.A.S.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar, conocer y establecer la forma como operan los ofertantes de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), terapias alternativas y venta de productos homeopáticos y naturales en los municipios aledaños a Socorro y Sangil.
- Identificar características especiales, innovadoras y/o diferenciadoras en la oferta de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), terapias alternativas y venta de productos homeopáticos y naturales en los municipios aledaños a Socorro y Sangil.
- Plantear estrategias de mercadeo para el C.D.A. Inversalud S.A.S, basados en el estudio de la oferta de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), terapias alternativas y venta de productos homeopáticos y naturales en los municipios aledaños a Socorro y Sangil.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1. CONTEXTO

Las prácticas de medicina complementaria y alternativa suelen agruparse en categorías amplias: productos naturales, medicina de la mente y el cuerpo y prácticas de manipulación basadas en el cuerpo. Si de productos naturales se trata, hablamos de aquellos derivados de las plantas, también conocidos como productos botánicos, también de vitaminas, minerales, probióticos (microorganismos vivos) y suplementos dietarios, que se encuentran en diversas presentaciones en el mercado; en el año 2011, en EE.UU. uno de los mercados más grandes del mundo, el producto natural más utilizado entre los adultos fue el aceite de pescado/omega 3 (empleado por el 37,4% de todos los adultos que dijeron utilizar productos naturales); los productos de uso frecuente en los niños incluyeron la *equinácea* (37,2%) y el aceite de pescado/omega 3 (30,5%)⁸, es decir, a nivel mundial representan más de la tercera parte de participación del mercado de los servicios de salud.

Otra de las grandes categorías de la Medicina Alternativa y Complementaria es la denominada Medicina de Mente y Cuerpo, donde hallamos tratamientos terapéuticos como la meditación, yoga, acupuntura, hipnoterapia, *qi gong* y el *tai chi*; basados todos en la interacción de cuerpo, mente, espíritu y comportamiento, con el propósito de buscar un equilibrio en dichos factores, restaurando la salud del paciente; el concepto de la mente es importante para el tratamiento de las enfermedades pues hace parte integral de los métodos curativos de la medicina tradicional china y la medicina ayurvédica, cuyos orígenes se remontan a más de 2000 años. Hipócrates también advirtió los aspectos morales y espirituales de la curación y consideraba que el tratamiento sólo era posible teniendo en cuenta la actitud, las influencias del medio ambiente y los remedios naturales. En los Estados Unidos se presentó que el 12,7% de los adultos ha hecho ejercicios de respiración profunda, el 9,4% meditación, y el 6,1% yoga, la respiración profunda y el yoga figuraron entre los métodos principales entre los niños. El 1,4% de los adultos y el 0,2% de los niños habían utilizado la acupuntura⁹ como tratamiento para su situación médica.

⁸ Encuesta sobre uso de las MAC en Estados Unidos (NHIS) realizada por MedLine en el año 2007

⁹ Encuesta sobre uso de las MAC en Estados Unidos (NHIS) realizada por MedLine en el año 2007

Por último como parte de la MAC, encontramos las Prácticas de manipulación basadas en el cuerpo, una amplia categoría donde se encuentran todas aquellas técnicas de manipulación y presión controlada de la columna vertebral, como los masajes orientados al alivio del dolor, disminución de estrés, rehabilitación tras lesiones musculares, relajación y demás. Las prácticas de manipulación basadas en el cuerpo hacen énfasis en las estructuras y sistemas del cuerpo, entre ellos los huesos y las articulaciones, los tejidos blandos y el sistema linfático y circulatorio; la terapia de masaje tiene miles de años de antigüedad, se encuentran referencias al masaje en escritos de la antigua China, Japón, India, los países árabes, Egipto, Roma y Grecia (Hipócrates definió la medicina como "el arte de frotar").

Así mismo, es importante destacar fenómenos culturales presentes en toda América latina, donde al igual que en Colombia se tiende a confundir la charlatanería con la genuina medicina tradicional y alternativa, la cual valdría por sí misma sin necesidad de clamar a la ciencia, pues ha estado presente en las sociedades humanas antiguas mucho antes de aparecer la medicina como la conocemos hoy en día, con la diferencia de no haber contado con la expansión y aceptación causada por la influencia de gobiernos occidentales prominentemente ricos y poderosos, rezagando conocimientos antiguos como el ayurveda de la India, la medicina tradicional china y los conocimientos de curanderos tradicionales indígenas presentes alrededor de todo el mundo. Existen también otro tipo de terapias alternativas aun no aceptadas masivamente como las ya mencionadas pues su concepto y evolución es apenas primario como las terapias de movimiento de Feldenkrais, Alexander, terapia estructural de Rolfing, integración psicofísica de Trager y las denominadas terapias bioenergéticas: terapia magnética y terapia de luz. La Medicina Alternativa y complementaria no solo busca el alivio de síntomas, sino la recuperación holística o integral del bienestar del paciente.

El Sistema de salud colombiano como muchos otros a nivel mundial ha venido experimentando una serie de cambios estructurales promovidos por la Organización Mundial de la Salud, pretendiendo garantizar la calidad en el servicio, seguridad del paciente y universalidad, entre otras, pero la realidad es que en el caso colombiano se han presentado dificultades en la prestación de los servicios de salud pues el disgusto de los usuarios es cada vez mayor, quienes se quejan constantemente y sienten vulnerados sus derechos. El uso de la Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) se ha venido posicionando fuertemente como una aliada de los usuarios que no encuentran solución oportuna a sus dolencias en el sistema de salud, o para aquellos que buscan mayor efectividad en los

tratamientos, sea cual sea la razón, la MAC ha llegado para ayudar a fortalecer el sistema en un país donde erróneamente y a diferencia de otros países, se presume que se trata de curanderos, magos y charlatanería.

Muchas terapias MAC no cuentan con estudios científicos rigurosos que certifiquen su inocuidad (que no hacen daño) y eficacia. En los Estados Unidos se creó el Centro Nacional de Medicina Alternativa y Complementaria (NCCAM por sus siglas en inglés), la misión del NCCAM es explorar prácticas de curación de la medicina complementaria y alternativa mediante métodos con rigor científico, así como crear una base de pruebas relacionadas con la inocuidad y la eficacia de estas prácticas. El NCCAM cumple esta misión a través de investigación básica, de transferencia de conocimientos nuevos a la práctica (“del laboratorio al paciente”) y clínica; de igual forma se encarga del fortalecimiento de la capacidad de investigación y la capacitación y también posee programas de educación y difusión¹⁰.

La Medicina Alopática y la Medicina Alternativa y Complementaria no son teóricamente compatibles por cuanto la primera se basa en la identificación de hechos comunes y encontrar leyes de rigor científico basándose generalmente en la racionalidad organicista (ver el cuerpo como un conjunto de órganos cuya interacción determina el estado de salud del individuo), y por otro lado la MAC tiene un fundamento naturalista, basada en el conocimiento del organismo por su poder de auto sanación, anécdotas, testimonios y racionalidad holística (la salud como el equilibrio entre mente, cuerpo y espíritu). La discusión se genera a partir de la seguridad, eficacia, calidad, disponibilidad y desarrollo de este tipo de atención sanitaria.

HOMEOPATIA Y PRODUCTOS NATURALES

La homeopatía y el uso de productos naturales están basados en la ley de la similitud y han presentado gran aceptación por parte de los usuarios de los servicios de salud alrededor del mundo gracias a varios factores, entre los cuales, la actitud positiva generalizada hacia lo denominado “natural”, la disposición de los gobiernos que permite desarrollar canales de distribución sencillos (del laboratorio al consumidor final), legislación flexible, licencias de productos ágiles y económicas y los altos niveles de ganancia en la comercialización de los mismos.

¹⁰ nccam.nih.gov/health/

Por un lado, se tiene una sustancia que administrada a una persona sana produce unos síntomas. Por otro lado, se tienen los síntomas de enfermo. La ley de similitud indica que la curación se obtendrá, dándole al enfermo aquella sustancia capaz de provocar los mismos síntomas en un individuo sano. Dicho de otro modo, esta ley define que el remedio más adecuado para curar una enfermedad, es aquella sustancia que administrada a personas sanas produce los mismos síntomas que los que presenta el paciente al que se quiere curar. Por lo tanto, antes de que cualquier sustancia sea administrada como remedio, hace falta que sea experimentada en personas sanas y en dosis adecuadamente bajas y repetidas mediante un proceso llamado experimentación. El conjunto de todas las experimentaciones se denomina patogénesis y éstas forman lo que se denomina la materia médica homeopática.

A nivel mundial existen mercados tradicionales para los productos naturales-homeopáticos, entre los cuales se encuentran países como la India, Costa de Marfil, la Isla Mauricio, Marruecos y Senegal; ahora, económicamente hablando, los mercados dominantes a nivel mundial en el tema homeopático son Francia, Alemania, Italia, España, Polonia y los Estados Unidos; actualmente se habla de los mercados emergentes, que tienen potencial de mover millones de dólares, entre los que se encuentran países como Brasil, Argentina, Chile, México, Cuba y por supuesto Colombia¹¹.

Las empresas responsables de la producción de los productos naturales, así como el aseguramiento de su calidad y posicionamiento son distintas de aquellas que producen medicamentos alopáticos y farmacológicos (Bayer, LaSanté, Mk, etc.) pues poseen distintos intereses; es un mercado en constante crecimiento y con grandes oportunidades de negocio, a nivel mundial destacan laboratorios como Boiron, Dolisos, Heel, DHA y Medicor. En la actualidad se pueden encontrar en los mercados gran variedad de presentaciones para los productos, entre los más populares se encuentran los jarabes, tabletas, cremas e inyectables, adicionalmente existen nuevas presentaciones como gránulos, glóbulos, parches transdérmicos, preparaciones liofilizadas y micropartículas de liberación lenta.

Es importante mencionar que en la actualidad existen grandes vacíos de carácter institucional-estatal referente a la homeopatía y el uso de productos naturales, debido principalmente a la novedad de los mercados, entre los factores a tener en

¹¹ Panorámica mundial del mercado de los medicamentos homeopáticos a partir de las plantas medicinales. Manuel Collazo Herrera, Rafael León Rodríguez. Centro de investigación y desarrollo de medicamentos. Cuba, 2005.

cuenta de orden prioritario se encuentran temas de reconocimiento del ejercicio profesional de la homeopatía y reglamentación de la misma como especialidad médica, mayor control por parte de las autoridades de salud a los medicamentos y productos naturales, así como a estafadores y charlatanes y una legislación adecuada sobre ello.

Referente al ejercicio profesional de la homeopatía, en Colombia se ven luces de los primeros esfuerzos que se han desarrollado para el reconocimiento del profesional en ésta área; actualmente se cuenta con una oferta educativa interesante condensada en una maestría y dos especializaciones: 1. Universidad Nacional – Maestría en medicina alternativa en cuatro áreas: homeopatía, terapia neural, medicina tradicional china y acupuntura, osteopatía y quiropraxis, 2. Universidad Manuela Beltrán – Especialización en terapias alternativas y 3. Fundación universitaria Juan N. Corpas – Especialización en terapéuticas alternativas y farmacología vegetal¹².

SERVICIOS DE SALUD Y MAC EN COLOMBIA

Para el caso del mercado de los servicios de salud, el llamado “punto de equilibrio” entre la oferta y demanda es prácticamente imposible de lograr, pues la demanda es infinita y constante y la oferta es limitada a las instalaciones, instituciones, profesionales y suministros disponibles en un determinado momento. Es una situación presente en los sistemas de salud de todos los países del mundo, pues la prestación de servicios requiere de tres factores: recursos humanos (profesionales), recursos orgánicos (partes del cuerpo, tejidos, sangre y similares) y recursos inorgánicos (camas, equipos y suministros médicos, papelería, etc.); por el contrario la demanda es constante e infinita, pues el flujo de usuarios no cesa e incluso aumenta con ciertas temporadas o situaciones específicas como epidemias o situaciones de orden público, por dar algún ejemplo.

Debido a lo anterior, y en el caso colombiano puntualmente, el Ministerio de Salud y Protección Social y la Superintendencia Nacional de Salud, ejercen control de todo tipo sobre la oferta, pues se debe procurar la calidad y disponibilidad de los servicios de salud para intentar satisfacer la mayor cantidad de usuarios posibles. Además de esto, el Ministerio propone soluciones para mejorar la oferta de servicios de salud como son: 1. Formar más especialistas para aéreas donde

¹² Hacia una caracterización de los programas de postgrado en medicina alternativa en Colombia. Leonardo Lara Cuellar, Universidad Nacional de Colombia, 2011.

hacen falta: es necesario aumentar el número y distribución de médicos y especialistas. Por eso se propone trabajar en coordinación con MinEducación y las universidades para crear más cupos en las especialidades que el país requiera y un sistema único de acceso de los médicos a los cupos para formación de especialistas que sea equitativo y transparente. 2. Apoyar a los residentes médicos: se creará el Consejo Nacional de Residencias Médicas y se mejorarán las condiciones laborales de los residentes mediante un apoyo de sostenimiento educativo mensual que no será inferior a dos salarios mínimos legales vigentes¹³; esto con relación a los recursos humanos dentro de la oferta general de servicios de salud en el país.

En el año 2016 la Superintendencia Nacional de Salud realizó un sondeo nacional sobre el estado de la oferta de servicios de medicina alternativa y complementaria en el país. Los esfuerzos anteriores al 2005 y los posteriores están alineados con la “Estrategia de la OMS 2002-2005” que comprende cuatro objetivos: 1. Integrar la Medicina Tradicional y la Medicina Alternativa y Complementaria, 2. Promover la seguridad, eficacia y calidad de la MT/MAC, 3. Aumentar la disponibilidad y asequibilidad de la MT/MAC con énfasis en las poblaciones más pobres, y 4. Fomentar el uso terapéutico sólido de la MT/MAC por parte de consumidores y proveedores.

En cuanto a los prestadores de servicios de salud que incluyen algún tipo de Medicina Alternativa y Complementaria, se encontró que para el mes de Julio de 2010 estaban inscritos en el Registro Especial de Prestadores (REPSS) 28.702 prestadores de servicios de Salud, de los cuales 1.672 ofrecían el servicio de consulta externa de Medicina Alternativa, en diferentes modalidades, pero siempre inscritos como servicios de baja complejidad, encontrándose que los departamentos con mayor cantidad de prestadores servicios eran el departamento del Valle del Cauca, Antioquia y la ciudad de Bogotá, como se puede observar a continuación.

¹³ <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/reforma-salud-mejorar-oferta-servicios-salud.aspx>. Tomado el 24 de octubre de 2016.

Tabla 1: Prestadores de servicios de salud. Servicio de medicina alternativa – terapia alternativa Julio 2010.

DEPARTAMENTO	IPS PRIVADAS	IPS PUBLICAS	IPS MIXTAS	TOTAL	%
Vaupés	0	0	0	0	0.00
San Andrés	1	0	0	1	0.06
Vichada	1	0	0	1	0.06
Amazonas	2	0	0	2	0.12
Guainía	1	1	0	2	0.12
Choco	2	1	0	3	0.18
Guaviare	3	0	0	3	0.18
La Guajira	3	1	0	4	0.24
Córdoba	5	0	0	5	0.30
Putumayo	6	0	0	6	0.36
Caquetá	8	1	0	9	0.54
Casanare	9	0	0	9	0.54
Sucre	11	0	0	11	0.66
Arauca	12	0	0	12	0.72
Huila	14	0	0	14	0.84
Magdalena	14	0	0	14	0.84
Norte Santander	15	0	0	15	0.90
Meta	19	0	0	19	1.14
Nariño	20	0	0	20	1.20
Quindío	22	0	0	22	1.32
Bolívar	24	0	0	24	1.44
Cesár	23	1	0	24	1.44
Risaralda	26	0	0	26	1.56
Caldas	30	1	0	31	1.85
Atlántico	32	0	0	32	1.91
Tolima	46	0	0	46	2.75
Santander	49	1	0	50	2.99
Boyacá	52	1	0	53	3.17
Cundinamarca	60	0	0	60	3.59
Cauca	49	12	0	61	3.65

Valle	161	7	0	168	10.05
Antioquia	259	2	1	262	15.67
Bogotá	649	14	0	663	39.65
TOTAL	1 628	43	1	1 672	100.00

Fuente: Registro de Prestadores de Servicios de Salud – Ministerio de Protección Social (MPS)
Revista de Salud Pública, volumen 14 (3), 2012.

Para el caso del departamento de Santander, representa el 3% de la oferta total de MAC en Colombia, con 50 IPS que tienen habilitado los servicios, pero que en su mayoría se encuentran localizadas en la cabecera departamental, ya que a nivel de las regiones Comunera y Guanentina del departamento de Santander solo existen tres y de igual forma ubicadas únicamente en el Socorro Santander.

4.2. LA ORGANIZACIÓN

RESEÑA HISTÓRICA - ANTECEDENTES

En el municipio de Socorro a los 14 días del mes de Junio de 2012, se creó, mediante documento privado, la sociedad por acciones simplificada denominada CENTRO DE DIAGNOSTICO ALTERNATIVO INVERSALUD S.A.S. con domicilio principal el municipio de Socorro Santander, ubicada en la carrera 14 # 12 – 22 Piso 1, barrio Manuela Beltrán, identificada con el número de matrícula 05-239087-16 del 10/07/2012, N.I.T. 900536754-0 y teléfono comercial 7272211. El representante legal y Gerente la señora LENIS YADIRA RODRIGUEZ VARGAS y Subgerente el señor FELIX ALBERTO NIÑO CELIS. En el municipio de Socorro a los 15 días del mes de Mayo del año 2013, por decisión de la junta de asociados se da apertura a la Agencia en el municipio de San Gil – Santander, ubicada en la Calle 9 # 9 – 26, barrio María Auxiliadora y Teléfono: 7246766, identificada con el número de matrícula 05-267843-16 del 18/06/2013 y se designa a FELIX ALBERTO NIÑO CELIS, como administrador del nuevo punto de venta.

Actualmente su objeto social es la prestación de servicios de salud, consulta general, alternativa y homeopática, nutrición y dietética, odontología, optometría, fisioterapia, salud ocupacional, fonoaudiología, psicología, terapia neural, terapias respiratorias, terapias alternativas, promoción de la salud y prevención de enfermedades, trabajo social, enfermería, actividades con fines estéticos, cosméticos o de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental,

tratamientos pre y postquirúrgicos; así como, compra y venta por mayor y detal de productos naturales, alimenticios e Integrales, medicamentos homeopáticos y alopáticos. Comercialización de material óptico, monturas, lentes, y demás accesorios oftálmicos y de optometría, Igualmente, sin perjuicio de lo anterior podrá realizar la contratación en prestación de servicios de salud y suministros, representación de productos y laboratorios de productos naturales, fitoterapéuticos, homeopáticos, alopáticos, alimenticios e integrales.

El CENTRO DE DIAGNOSTICO ALTERNATIVO INVERSALUD S.A.S. en aras del desarrollo de su objeto social, podrá realizar actividades de interventoría, asesoría, consultoría y/o operación logística de identidades de prestación de servicios de salud, así mismo podrá comercializar los bienes y servicios que en cumplimiento de su objeto social se deriven y cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

El 21 de Octubre del año 2015, el socio FELIX ALBERTO NIÑO CELIS dueño del 50% de las acciones vende su total de la participación a la socia LENIS YADIRA RODRIGUEZ VARGAS quedando así, como única socia.

MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

C.D.A. INVERSALUD S.A.S. ofrece a sus pacientes el mejor servicio en salud integral, especializado en Medicina Alternativa y Complementaria, enfocado en un trato personalizado, basado en la confianza y en la eficiencia, para hacerlos sentir seguros de estar en nuestra institución, en un ambiente cómodo con profesionales comprometidos en la búsqueda del mejoramiento en su salud y en su calidad de vida.

VISIÓN

En el próximo quinquenio, C.D.A. INVERSALUD S.A.S. será el más importante Centro de Diagnóstico Alternativo de Santander, gracias a la excelencia de nuestros procedimientos, la confianza de nuestros pacientes y sobretodo la

responsabilidad y compromiso de nuestro recurso humano. Compitiendo con los más altos estándares de calidad a través de la capacitación continua y permanente del personal, para lograr la preferencia y satisfacción de nuestros clientes, excediendo sus expectativas de buen servicio.

ESLOGAN

“La mejor alternativa para su salud”.

PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

Cumplimiento: Realizamos las funciones con dignidad y responsabilidad a fin de atender y resolver de manera oportuna las necesidades y expectativas de nuestros clientes, conforme a la normatividad vigente para el sector salud y/o normas que la modifiquen.

Compromiso: Asumimos las acciones con esfuerzo, dedicación y empeño, generando confianza de nuestras actividades hacia los clientes.

Responsabilidad: Estamos comprometidos en asumir y cumplir nuestros deberes y obligaciones para alcanzar los propósitos de la Organización.

Tolerancia: Tenemos mente abierta para comprender, respetar y valorar las ideas y creencias de los clientes.

Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos a nuestros usuarios, colaboradores, accionistas, proveedores, gobierno y comunidad en general.

Actitud de Servicio: Actuamos con disposición permanente hacia nuestros clientes para ofrecer servicios con oportunidad, amabilidad y eficacia.

Mejoramiento Continuo: Trabajamos constantemente en el afianzamiento y mejora de nuestras acciones para lograr ser competitivos y productivos.

Trabajo en Equipo: Somos un equipo humano que trabaja de manera integral para lograr el propósito de la Compañía.

Responsabilidad Social: Generamos un impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes.

SERVICIOS

Contamos con la infraestructura necesaria, con los profesionales calificados y con la respectiva habilitación para brindar con calidad los siguientes servicios:

MEDICINAS GENERAL Y ALTERNATIVAS:

Contamos con un gran equipo de médicos y personal especializado dispuesto a brindar siempre un diagnóstico responsable y comprometido a ofrecer soluciones efectivas a los problemas de salud de nuestros pacientes, con tratamiento médico y procedimientos sencillos frecuentemente realizados en nuestra Institución Prestadora de Servicios de Salud o en los lugares donde prestamos los servicios extramurales. Con personal idóneo en el campo de las medicinas naturales homeopáticas o alternativas y las terapias alternativas como opción para que las personas hallen soluciones a sus problemas de salud.

TERAPIAS ALTERNATIVAS:

Ofrecemos otro tipo de terapias, una cura o un resultado favorable a sus quebrantos de salud sin contaminar su organismo con productos químicos. La base de todo tratamiento alternativo es brindar salud y bienestar al organismo de manera natural y sin contraindicaciones.

OPTOMETRÍA:

Contamos con los instrumentos y técnicas más avanzadas para que el paciente tenga éxito en su tratamiento, ya sea de prevención, compensación y/o corrección de anomalías visuales como la miopía, hipermetropía, queratoconos, estrabismos o astigmatismo entre otras.

SERVICIO FARMACÉUTICO:

Brindamos atención y asesoría farmacéutica a los pacientes de la institución en lo referente a los medicamentos y elementos médico-quirúrgicos. Con personal idóneo, contamos con procesos de atención ágiles y eficaces, los cuales proporcionan un servicio integral bajo el cual el paciente recibe un tratamiento terapéutico óptimo y de alta calidad.

EVALUACIÓN MÉDICA OCUPACIONAL:

Contamos con el personal especializado para determinar el estado de salud de un individuo en correlación directa con su actividad laboral, con el fin de establecer medidas de prevención, manejo, seguimiento y control. Definir perfiles de

morbilidad por áreas y por oficios, que permitan establecer acciones o políticas a implementar en salud laboral a nivel empresarial.

TERAPIA OCUPACIONAL:

El Servicio de Terapia Ocupacional evalúa la capacidad de la persona para desempeñar las actividades de la vida cotidiana, en los niños y adultos trabaja para la restauración de las habilidades pérdidas o el desarrollo de nuevas habilidades y destrezas.

Todas estas unidades funcionales, anteriormente descritas, nos permiten diseñar nuestro portafolio de servicios con las siguientes características:

Tabla 2: Portafolio de servicios Inversalud sede Socorro.

UNIDADES FUNCIONALES	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO
Medicinas General y Alternativas	<ul style="list-style-type: none"> - Consulta médica general y/o alternativa de primera vez. - Consulta médica general y/o alternativa de control. - Examen de organometría funcional.
Medicina Ocupacional	<ul style="list-style-type: none"> - Consulta médica ocupacional de pre-empleo o pre-ocupacional, ocupacional periódico, ocupacionales de retiro o de egreso. - Exámenes complementarios de laboratorio por outsourcing. - Capacitación y talleres de estilo de vida saludable: autocuidado, adicciones, enfermedades de transmisión sexual. - Sensibilización en seguridad y salud en el trabajo.
Terapia Ocupacional	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación e intervención de los problemas de integración sensorial (IS) - Valoración Funcional. - Entrenamiento en Actividades de la Vida Diaria (AVD). - Adaptación/Readaptación funcional. - Estimulación y reeducación cognitiva. - Estimulación e integración sensorial. - Valoración, diseño y entrenamiento de órtesis y

	<p>productos de apoyo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento en el uso de prótesis. - Adaptación del Hogar y del puesto de trabajo. - Orientación/reorientación laboral. - Asesoramiento en ocio y tiempo libre. - Adaptación de actividades.
Farmacia	<ul style="list-style-type: none"> - Dispensación de medicamentos homeopáticos, suplementos dietarios y productos naturales.
Optometría	<ul style="list-style-type: none"> - Consulta Optometría primera vez. - Examen de Optometría. - Venta de monturas y lentes formulados (laboratorio externo – outsourcing).
Terapias Alternativas	<ul style="list-style-type: none"> - DETOX: Sistema de alta tecnología que promueve la desintoxicación general del cuerpo a través de un baño de pies en agua natural que permite depurar, balancear y realzar la bioenergía general. - NEBUTERAPIA: Mantener adecuada oxigenación en sangre y tejidos. - TERAPIA NEURAL: Restablece la permeabilidad eléctrica de los tejidos a través de aplicaciones con Procaína a bajas concentraciones en puntos específicos del cuerpo; restaurando la conexión con el resto del organismo, estimulando al individuo a encontrar su propio orden y a sanarse a sí mismo. - SUEROTERAPIAS: Desintoxicación mediante la administración de sueros específicos que favorecen la autocuración del organismo a partir de una selección de vitaminas, oligoelementos y fármacos biológicos naturales.

Tabla 3: Portafolio de servicios Inversalud sede San Gil.

UNIDADES FUNCIONALES	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO
Medicinas General y Alternativas	- Consulta médica general y/o alternativa de primera

	<p>vez.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consulta médica general y/o alternativa de control. - Examen de organometría funcional.
Farmacia	<ul style="list-style-type: none"> - Dispensación de medicamentos homeopáticos, suplementos dietarios y productos naturales.
Terapias Alternativas	<ul style="list-style-type: none"> - DETOX: Sistema de alta tecnología que promueve la desintoxicación general del cuerpo a través de un baño de pies en agua natural que permite depurar, balancear y realzar la bioenergía general. - NEBUTERAPIA: Mantener adecuada oxigenación en sangre y tejidos. - TERAPIA NEURAL: Restablece la permeabilidad eléctrica de los tejidos a través de aplicaciones con Procaína a bajas concentraciones en puntos específicos del cuerpo; restaurando la conexión con el resto del organismo, estimulando al individuo a encontrar su propio orden y a sanarse a sí mismo. - SUEROTERAPIAS: Desintoxicación mediante la administración de sueros específicos que favorecen la autocuración del organismo a partir de una selección de vitaminas, oligoelementos y fármacos biológicos naturales.

Para la prestación de los servicios anteriormente descritos C.D.A. INVERSALUD S.A.S. cuenta con los recursos necesarios, tanto de talento humano como físicos, cumpliendo con los estándares exigidos por las autoridades competentes para la atención de los servicios ofertados, así:

Tabla 4: Recursos involucrados por servicio en la sede Socorro.

SERVICIOS	RECURSOS INVOLUCRADOS	
	TALENTO HUMANO	OTROS
Consulta Médica General y Medicinas Alternativas	<p>1 Médico general y/o con especialidad en Homeopatía.</p> <p>1 Auxiliar de enfermería.</p>	<p>1 consultorio médico dotado y habilitado.</p> <p>1 sala de espera.</p>
Medicina	1 Médico especialista en	1 consultorio médico dotado y

Ocupacional	Salud Ocupacional. 1 Auxiliar de enfermería.	habilitado. 1 sala de espera
Terapia Ocupacional	1Fisioterapeuta ocupacional.	1 consultorio de fisioterapia dotado y habilitado.
Consulta Optometría	1 Optómetra	1 Consultorio de optometría dotado y habilitado. TECNOLÓGICAS: 1 Unidad de optometría (caja de pruebas), equipos de optometría.
Servicio de Farmacia	1 Regente de Farmacia	1 Zona de almacenamiento de los productos debidamente habilitada. 1 equipo de control de características ambientales.
TERAPIAS Detox Nebuterapia Terapia Neural Sueroterapia	1 auxiliar de Enfermería 1 auxiliar de Enfermería 1 Médico especialista 1 Auxiliar de Enfermería	ESPACIO: Sala para terapias habilitada. TECNOLÓGICAS: Equipo terapia DETOX. ESPACIO: Sala para terapias habilitada. TECNOLÓGICAS: Nebulizador ESPACIO: Sala procedimientos habilitada. ESPACIO: Sala procedimientos o inyectología.

Tabla 5: Recursos involucrados por servicio en la sede San Gil.

SERVICIOS	RECURSOS INVOLUCRADOS	
	TALENTO HUMANO	OTROS
Consulta Médica General y Medicinas Alternativas	1 Médico general y/o con especialidad en Homeopatía. 1 Auxiliar de enfermería.	1 consultorio médico dotado y habilitado. 1 sala de espera.

Servicio de Farmacia	1 Regente de Farmacia	1 Zona de almacenamiento de los productos debidamente habilitada. 1 equipo de control de características ambientales.
TERAPIAS Detox	1 auxiliar de Enfermería	ESPACIO: Sala para terapias habilitada. TECNOLÓGICAS: Equipo terapia DETOX.
Nebuterapia	1 auxiliar de Enfermería	ESPACIO: Sala para terapias habilitada. TECNOLÓGICAS: Nebulizador
Terapia Neural	1 Médico especialista	ESPACIO: Sala procedimientos habilitada.
Sueroterapia	1 Auxiliar de Enfermería	ESPACIO: Sala procedimientos o inyectología.

Tabla 6: Características de los servicios de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.:

OPORTUNIDAD DEL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> • Atención oportuna en horario de 7 a.m. a 12 m. y 2 p.m. a 5 p.m. de lunes a viernes y sábados de 7 a.m. a 12 m no se requiere cita previa. • El servicio de farmacia se presta en el horario establecido. • Las terapias se realizan de inmediato o con previa cita (según necesidad y tiempo del paciente).
RIESGOS MINIMOS	<ul style="list-style-type: none"> • Los usuarios que acuden a este servicio no están expuestos a ningún riesgo porque cumplimos con todas las normas de Bioseguridad. • La mayoría de medicamentos y productos usados en los tratamientos no producen efectos secundarios.
ESPECIALIDAD EN	<ul style="list-style-type: none"> • Atención permanente en la Especialidad en

MEDICINA ALTERNATIVA	<p>Medicina Alternativa con disponibilidad oportuna.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La farmacia igualmente es especializada y únicamente se manejan medicamentos Homeopáticos, productos naturales y alimenticios.
----------------------	---

CLIENTES

Los clientes de C.D.A. INVERSALUD S.A.S. se clasifican en clientes empresariales y clientes personales, así:

Tabla 7: Clasificación de los clientes de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.:

CLIENTES EMPRESARIALES	CLIENTES PERSONALES
Empresas de las provincias Comunera y Guantánamo con las que se tienen convenios especiales para la prestación de los servicios de Inversalud a sus afiliados, empleados y clientes, representados en beneficios previamente pactados en convenios empresariales de mutuo acuerdo.	<p>Son usuarios que solicitan los servicios por demanda espontánea, particulares.</p> <p>Personas en su mayoría que sufren de diferentes enfermedades y buscan una alternativa diferente a la medicina alopática tradicional, con poder adquisitivo, de estratos 1 a 4 de la provincias Comunera y Guantánamo</p>

Los clientes personales representan el 95% de los clientes de la entidad. Actualmente, la entidad no tiene contrato alguno con Entidades Promotoras de Salud (EPS) ni otras Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPS) de ninguna naturaleza. Todos sus esfuerzos comerciales los realiza pensando en capturar mercados particulares.

Tabla 8: Expectativas de los usuarios de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.:

Consultas Ambulatorias	Servicios Asistenciales
Atención oportuna, humanizada y personalizada de alta calidad que permita obtener diagnóstico y tratamiento oportuno, evitando secuelas.	SERVICIO DE FARMACIA. Correcto despacho de fórmulas médicas con productos de buena calidad y óptimas condiciones de almacenamiento.

	TERAPIAS. Atención oportuna y aplicación de la terapia con las medidas de asepsia y antisepsia que le brinde confianza y tranquilidad al paciente.
--	--

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y PROCESOS

La estructura organizacional y el mapa de procesos del C.D.A. INVERSALUD S.A.S. está dada por el enfoque de procesos, para el caso de la estructura organizacional, la encabeza, la máxima autoridad es la Junta Directiva, seguida por la Gerencia, como mayores órganos de autoridad, de allí parten los cuatro procesos de gestión establecidos como áreas funcionales, el proceso administrativo, contable, de servicios y mercadeo de donde desprenden sus diferentes dependencias. En el caso del mapa de procesos de manera general, se agrupan los procesos en 3 tipos diferentes: estratégicos, misionales y de apoyo, los cuales interactúan, se relacionan y comunican entre sí, considerando tanto los procesos internos como externos de la organización, de la siguiente forma:

Ilustración 1: ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL I.P.S. C.D.A. INVERSALUD S.A.S.

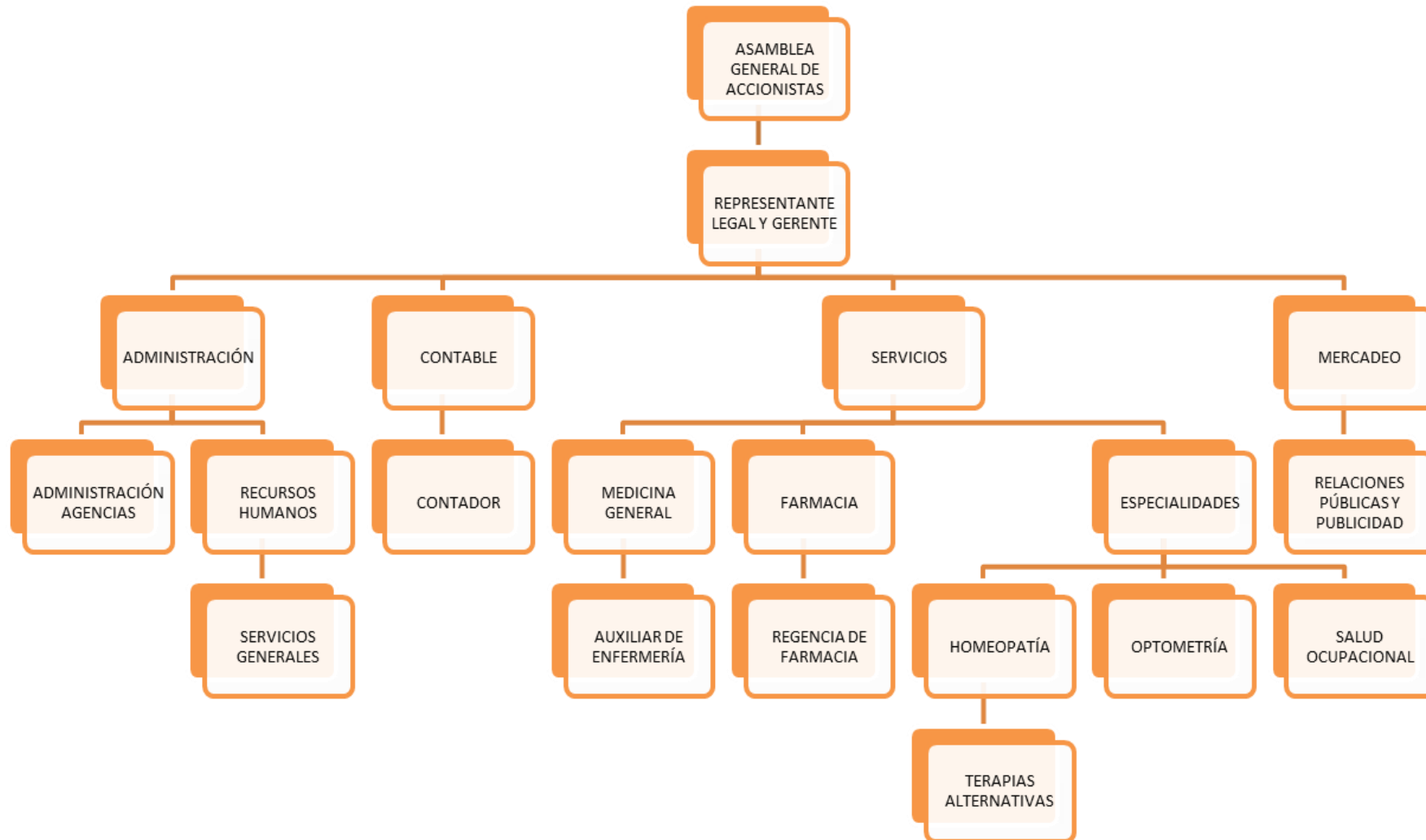


Ilustración 2: Mapa de procesos I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.



5. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

A modo de contextualización, se definirá: Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), homeopatía, investigación de mercados, técnicas de benchmarking y análisis de competencia y oferta de servicios de salud.

MEDICINA ALTERNATIVA Y COMPLEMENTARIA (MAC)

Como su nombre lo indica son aquellos tratamientos que presentan una alternativa terapéutica para aquellas enfermedades o trastornos a los que la gente no encuentra solución en la medicina tradicional o alopática y por otro lado, los tratamientos que funcionan de la mano con la medicina alopática, representando un complemento que busca por supuesto la restauración del estado de salud del paciente. Es difícil encontrar consenso en cuanto la definición de MAC se trata, aun así, según el Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EE.UU. (HHS por sus siglas en inglés), MAC es conjunto de sistemas, prácticas y productos que, en general, no se consideran parte de la medicina convencional o alopática; los límites que separan la medicina complementaria y alternativa de la medicina convencional no son absolutos y, con el tiempo, ciertas prácticas de medicina complementaria y alternativa pueden pasar a ser de aceptación general.

HOMEOPATÍA

La homeopatía es una ciencia basada en reconocer la capacidad innata del organismo para mantenerse en equilibrio, es decir, sano, gracias a la fuerza vital que regula nuestras funciones y reacciona de manera automática ante las agresiones externas con el objetivo de devolver la salud. Esta capacidad de la fuerza vital la poseen todos los organismos vivos y representa la capacidad curativa de la propia naturaleza. Pero esta cualidad es limitada. El medicamento homeopático interviene en este esfuerzo natural del organismo, estimulando las reacciones defensivas del sistema inmunitario y de regulación nerviosa, basada en la ley de similitud.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Según la Asociación Americana de Marketing (AMA por sus siglas en inglés), la investigación de mercados es «la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios»¹⁴; sistemática porque es indispensable la correcta planeación y

¹⁴ ama.org/Pages/default.aspx

organización del proyecto a realizar, pues los datos recogidos deberán ser traducidos en información suficiente y necesaria para que la gerencia pueda llevar a cabo el proceso de toma de decisiones de manera acertada frente a la problemática que se plantee.

Generalmente es aceptado el proceso de investigación que consta de los siguientes pasos: 1.Establecer la necesidad de información (definición del problema), 2.Especificar los objetivos de investigación y las necesidades de información (qué se quiere solucionar), 3.Determinar las fuentes de datos (a quién se va a preguntar), 4.Desarrollar las formas para recopilar los datos (cómo se va a preguntar), 5.Diseñar la muestra (planear la recopilación de datos), 6.Recopilar los datos (ejecutar), 7.Procesar los datos (analizar) y 8.Presentar los resultados de la investigación (entregar).

BENCHMARKING Y ANALISIS DE COMPETENCIA

El Benchmarking es una técnica de gestión empresarial que busca descubrir, definir y medir aquello que hace que una empresa sea más rentable que otra, existen diversas categorías como son el benchmarking competitivo (orientado al estudio de la competencia directa), el benchmarking interno (que busca comparar operaciones y/o procesos internos), el benchmarking funcional (pretende comparar la empresa con las demás líderes del mercado) y el benchmarking general (sale del mercado de la empresa en busca de mejores prácticas empresariales)¹⁵.

Básicamente en lo que no consiste el benchmarking es en copiar o replicar modelos de negocios exitosos del mercado en nuestra empresa, por el contrario se pretende recopilar la mayor cantidad de información posible de la competencia, aquello que lo llevo a estar donde está, la manera en que trata sus clientes, sus empleados, sus proveedores, cómo lleva a cabo sus procesos, qué tecnología está usando o desarrollando; una vez hecho un análisis exhaustivo de dicha información, se debe aplicar a nuestra empresa aquellos puntos fuertes u oportunidades que no se han tenido en cuenta y reorientar los esfuerzos empresariales, con base en nuestras propias fortalezas hacia el deber ser o el deber hacer de la organización para alcanzar los mejores estándares de nuestra competencia y lograr superarla.

Existen diversos métodos y técnicas, entre los cuales destacan la tormenta de ideas (proceso muy estructurado, que es imprescindible respetar, dentro de los pasos más importantes del proceso, se procura conseguir la máxima libertad y aportación de cada persona), el diagrama de causa y efecto (es necesario un

¹⁵ Manual Práctico de Benchmarking. Cámara Oficial de Comercio, Industria e Navegación de Santiago de Compostela.

grupo que esté formado por personas que conozcan bien el proceso, de que se trata o, al menos, partes considerables del mismo, ya que la validez de las conclusiones tendrá una relación directa con el conocimiento del problema por parte del grupo que lo estudie), el diagrama de Pareto (esta herramienta permite tomar decisiones basándonos en criterios objetivos, lo cual favorece la unificación de criterios y la creación de consenso) y el diagrama de flujo (se emplea para aclarar el desarrollo de un proceso, especificando el orden de las actividades y las relaciones entre ellas. De esta forma todas las personas que participan en el proceso pueden ver cuál es su contribución al producto o servicio final y cuáles son sus interlocutores en las actividades anterior y posterior).

OFERTA DE SERVICIOS DE SALUD

Se define como oferta “el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios”, de ésta forma, adaptando el concepto a servicios de salud, son el “conjunto de servicios disponibles para ser utilizados por la población, ya sea de forma gratuita o mediante el pago de una determinada cantidad de dinero”¹⁶.

Ahora, en términos económicos, la relación entre la oferta y demanda de un determinado mercado, en éste caso, los servicios de salud, busca el llamado “punto de equilibrio” donde en términos generales, los productos o servicios demandados están correcta y completamente suministrados por la oferta; para el caso, la demanda está representada por los usuarios del sistema de salud colombiano y la oferta por las instituciones públicas y privadas que prestan servicios, así como los profesionales y entidades proveedoras de suministros médicos, fármacos y todas aquellas provisiones necesarias para satisfacer las necesidades de los usuarios.

¹⁶ <https://prezi.com/7cdpytyagpyo/oferta-y-demanda-en-los-servicios-de-salud/>. Tomado el 24 de octubre de 2016.

6. MARCO NORMATIVO

El C.D.A. INVERSALUD S.A.S. es una institución prestadora de servicios de salud (IPS) privada, que forma parte del Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS) de Colombia, y como tal, se rige por la normatividad vigente como a continuación se describe:

Ley 100 de 1993: “Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones”. Congreso de la Republica de Colombia.

Ley 1122 de 2007: “Por la cual se hacen algunas modificaciones en el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones”. Congreso de la Republica de Colombia.

Ley 1438 de 2011: “Por medio de la cual se reforma el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones”. Presidencia de la Republica.

Ley 1751 de 2015: “Por medio de la cual se regula el derecho fundamental a la salud y se dictan otras disposiciones”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Resolución 2003 de 2014: “Por la cual se definen los procedimientos y condiciones de inscripción de los Prestadores de Servicios de Salud y de habilitación de servicios de salud”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Resolución 3678 de 2014: “Por el cual se modifica la Resolución 2003 de 2014”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Resolución 1416 de 2016: “Por la cual se adiciona el Manual de Inscripción de Prestadores y Habilitación de Servicios de Salud adoptado por la Resolución 2003 de 2014”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Decreto 0780 de 2016: “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Salud y Protección Social”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Resolución 0429 de 2016: “Por medio de la cual se adopta la Política de Atención Integral en Salud”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Decreto 351 del 19 de febrero de 2014: “Por el cual se reglamenta la gestión integral de los residuos generados en la atención en salud y otras actividades”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Resolución 5261 de 1994: “Reglamentó los contenidos del Plan Obligatorio de Salud (POS)”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Resolución 0126 del 2009: “Por la cual se establecen las condiciones esenciales para la apertura, funcionamiento, vigilancia y control sanitario de las tiendas naturistas y se dictan otras disposiciones”. Ministerio de la Protección Social.

Resolución 1403 de 2007: “Por la cual se determina el Modelo de Gestión del Servicio Farmacéutico, se adopta el Manual de Condiciones Esenciales y Procedimientos y se dictan otras disposiciones”. Ministerio de la Protección Social.

Resolución 2927 de 1998: “Reglamenta de la práctica de las Terapias Alternativas en el Sistema General de Seguridad Social en Salud”. Ministerio de Salud y Protección Social.

Decreto 3554 de 2004: “Por el cual se regula el régimen de registro sanitario, vigilancia y control sanitario de los medicamentos homeopáticos para uso humano y se dictan otras disposiciones”. Presidencia de la Republica y Ministerio de la Protección Social.

7. METODOLOGIA

Para el desarrollo del presente proyecto, diseño de estrategias de mercadeo para el fortalecimiento de la gestión comercial de la IPS C.D.A. Inversalud S.A.S., y de acuerdo al cumplimiento de los objetivos específicos planteados, se definieron tres (3) etapas:

7.1. ETAPA 1: INVESTIGACION DE MERCADOS

Esta etapa se divide en dos fases, la primera orientada a la investigación con fuentes de información secundaria y la segunda a la generación de información primaria.

- Primera fase, información secundaria: En esta etapa se buscó recolectar información sobre la oferta de servicios de salud en forma general para las provincias Comunera y Guanentina de Santander, que son las provincias de mercado objetivo de la IPS C.D.A. Inversalud S.A.S; a través de fuentes de información secundaria. (Secretaria de Salud Departamental y Cámara de Comercio de Bucaramanga). Así mismo, se consultó en las páginas Web de las empresas identificadas como competencia directa y dos empresas más, una referente nacional y otra internacional para crear un cuadro comparativo que facilite el análisis.
- Segunda fase, información primaria: se recolecto información directamente de los ofertantes de MAC, terapias alternativas y venta de productos homeopáticos y naturales en los municipios seleccionados en la muestra, por medio de visitas anónimas (el investigador en rol de cliente se presentaba personalmente solicitando información de los productos y servicios ofertados y posteriormente diligenciaba el formato de “informe de visita”) lo que permitió caracterizar la oferta de interés e identificar oferentes informales o no constituidos legalmente.

7.2. ETAPA 2: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Se dio tratamiento a la información recolectada en las fases uno y dos, anteriormente mencionadas, fue necesario abordar una serie de operaciones que tienen como finalidad mejorar la calidad de la información obtenida. La organización y tabulación de la información permitieron minimizar errores y facilitaron el posterior análisis de la misma.

7.3. ETAPA 3: DISEÑO DE ESTRATEGIAS

Basados en la información anterior se diseñaron estrategias de mercadeo para el C.D.A. Inversalud S.A.S. que le permitirán la diferenciación e innovación en el mercado objetivo, así como el fortalecimiento de su gestión comercial.

8. DESARROLLO DE LAS ETAPAS

8.1. ETAPA 1: INVESTIGACION DE MERCADOS

Para el desarrollo de la investigación de mercados de oferta de MAC en las provincias Comunera y Guanentina de Santander, se desarrollaron las siguientes acciones:

PRIMERA FASE, CON FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA:

1. Identificar fuentes de información: para esta fase se identificó como entidades que regulan y que tienen la información de los oferentes formales o legalmente constituidos de MAC, terapias alternativas y venta de productos homeopáticos y naturales en los municipios aledaños a Socorro y Sangil, en primera instancia a la Secretaria de Salud Departamental, ya que en su sistema de información REPSS (Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud) se puede identificar la competencia directa, como IPS y Profesionales con servicios de MAC debidamente habilitados. Y en segunda instancia a la Cámara de Comercio de Bucaramanga, ya que en la base de datos de sus afiliados se puede identificar otros oferentes de como el caso de las Tiendas Naturistas y todos aquellos que en sus actividades comerciales tengan la comercialización de al mayor o al detal de productos naturales y/o homeopáticos.
2. Crear la base de datos con la información encontrada: Una vez identificado las entidades que poseen la información de las MAC se procedió a crear la base de datos de los oferentes de MAC y terapias alternativas en las regiones Comunera y Guanentina del departamento de Santander.

Para el caso de la información recolectada en el REPSS, se definieron las siguientes variables que se consideraron pertinentes y que permitieron un análisis de la oferta:

- Departamento: se seleccionó únicamente el departamento de Santander por ser donde se encuentran las provincias de interés para la investigación.
- Provincia: referencia a que provincia pertenece el municipio en el que se encuentra el prestador de servicios de salud, diferenciando si es provincia Comunera o provincia Guanentina.
- Municipio: Hace referencia a el municipio en el que se encuentra el prestador de servicios de salud.

- Código de habilitación: código asignado por la secretaria de Salud Departamental a los prestadores de servicios de salud, en el momento de la inscripción a este ente como ente de control y vigilancia. El último dígito cambia según el número de sedes reportadas.
- Nombre: referencia del prestador de servicios de salud habilitado, puede ser persona jurídica o natural, dependiendo su objeto social o si es profesional independiente.
- Nit: Número de identificación de personas jurídicas o naturales asignado por la DIAN.
- Clpr_nombre: nombre del código de matrícula, diferencia si el prestador de servicios de salud es: instituciones – IPS, objeto social diferente a la prestación de servicios de salud, profesional independiente o transporte especial de pacientes,
- Dirección: lugar donde se encuentra ubicado el establecimiento donde el prestador de servicios de salud opera.
- Teléfono: contacto del prestador de servicios de salud registrado.
- Fax: contacto vía fax del prestador de servicios de salud registrado.
- Email: dirección de correo electrónico de contacto del prestador de servicios de salud registrado.
- Gerente: Nombre de quien ejerce el cargo de gerente ante la secretaria de salud departamental.
- Nivel: define el nivel de complejidad de los servicios ofertados por el prestador de servicios de salud, en el caso del estableciendo los siguientes: NIVEL I: Médico general y/o personal auxiliar y/o paramédico y/o de otros profesionales de la salud no especializados. NIVEL II: Médico general y/o profesional paramédico con interconsulta, remisión y/o asesoría de personal o recursos especializados. NIVEL III y IV: Médico especialista con la participación del médico general y/o profesional paramédico.¹⁷
- Fecha de vencimiento: fecha de vencimiento de la habilitación
- Personería: se refiere si el prestador de servicios de salud es persona jurídica o natural.
- Naju_nombre: hace referencia a la naturaleza jurídica del prestador de servicios de salud, que puede ser privada, pública o mixta.
- Número de sede: dependiendo el número de sedes que el prestador de servicios de salud tenga registradas se le asigna un número iniciando en 1 en adelante, se aclara que los servicios deben estar habilitados por sedes, es decir para cada dirección donde se preste el servicio ofertado se debe realizar un proceso de habilitación diferente.

¹⁷ Resolución 5261 de 1994, Ministerio de Salud y Protección Social.

- **Habilitación en Medicinas Alternativas:** para identificar la competencia directa, se seleccionó los prestadores de servicios de salud que cuentan con habilitación vigente en cualquiera de las modalidades de los servicios de Medicina Alternativa, tales como: Medicinas Alternativas – Homeopatía, Medicinas Alternativas – Naturopatía, Medicinas Alternativas – Medicina Tradicional China, Medicinas Alternativas – Neuralterapia.

Véase Anexo A: Estructura Base de Datos, Prestadores de servicios de Salud Provincias Comunera y Guanentina de Santander

Para el caso de la información obtenida en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se realizó la compra de un usuario y contraseña en la plataforma “Compite 360, el cual es un sistema de consulta en Internet que contiene información comercial, financiera, jurídica y económica de empresas en Colombia legalmente constituidas en las diferentes cámaras de comercio”, que da la opción de consultar en tres módulos denominados ADN (información estadística de los diferentes sectores económicos), Benchmarking (ranking de las empresas por actividades económicas y ordénelas según variables financieras), y Reporte Empresarial (información financiera, jurídica, contratación estatal y comercio exterior de las compañías)”¹⁸, en los cuales por medio de filtros permite acceder a información de interés, sin embargo no se logró el objetivo pretendido que era identificar la oferta legalmente constituida como IPS, Tiendas Naturistas y todos aquellos que en sus actividades comerciales tuviesen la comercialización de al mayor o al detal de productos naturales y/o homeopáticos, registrados ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga con los mismos códigos CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las actividades económicas de una empresa) que C.D.A. Inversalud S.A.S. tiene definidos como principales actividades económicas ante dicho ente, los cuales son: 8699: “Otras actividades de atención de la salud humana”, el 8621: “Actividades de la práctica médica, sin internación” y el 4773: “Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializado”¹⁹ pero la plataforma solo permite filtrar, de forma muy general, únicamente las categorías 7.3: “comercio al por menor (incluso comercio al por menor de combustibles), excepto el del comercio de vehículos automotores y motocicletas”. Y 17.1: “actividades de atención de la salud humana”²⁰, lo cual hace que se presente un sesgo en la información que no permitió que fuese utilizada en ésta investigación.

¹⁸ <http://www.compitem360.com/website/Quienes-somos>

¹⁹ <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

²⁰ <http://www.compitem360.com/sitio/reporte/reporte.html>

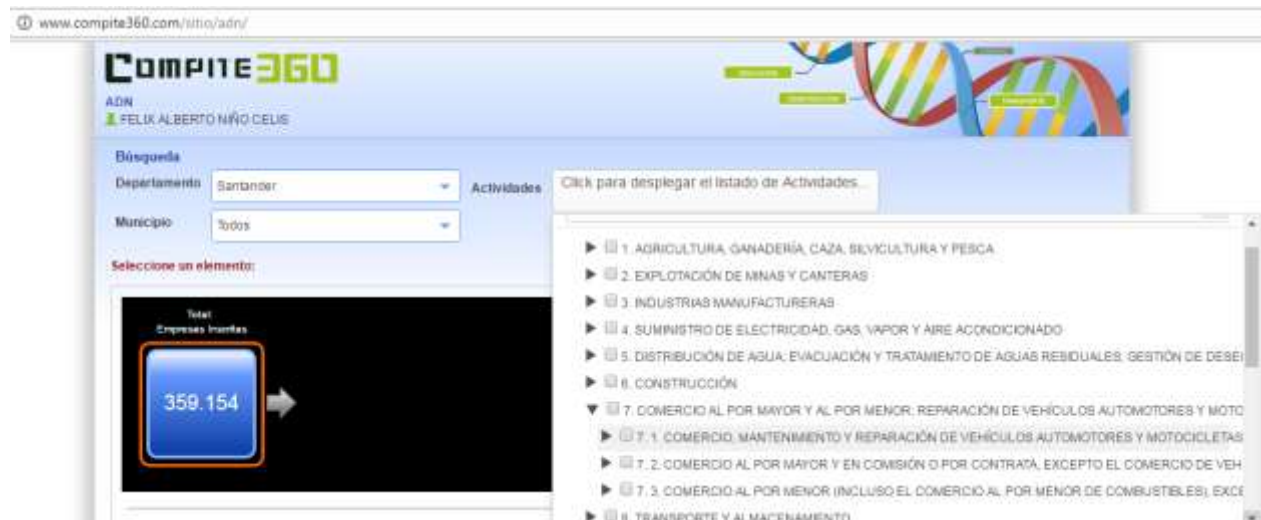
Como se muestra en los siguientes pantallazos tomados directamente de la plataforma:

Ilustración 3: Página principal Plataforma Compite 360.



Fuente: COMPITE360, Modulo ADN, [en línea] <<http://www.compite360.com/sitio/adn/>>, [Citado en 11 de noviembre de 2016]

Ilustración 4: Listado 1 de actividades de la Plataforma Compite 360.



Fuente: COMPITE360, Modulo ADN, [en línea] <<http://www.compite360.com/sitio/adn/>>, [Citado en 11 de noviembre de 2016]

Ilustración 5: Listado 2 de actividades de la Plataforma Compite 360.



Fuente: COMPITE360, Modulo ADN, [en línea] <<http://www.compite360.com/sitio/adn/>>, [Citado en 11 de noviembre de 2016]

Sin embargo se pudo obtener información considerada valiosa para el C.D.A. Inversalud S.A.S. y para la investigación, como:

- a) En el módulo ADN filtrando por 7.3 y para todo el departamento de Santander hay 29.460 empresas dedicadas al 7.3: “comercio al por menor (incluso comercio al por menor de combustibles), excepto el del comercio de vehículos automotores y motocicletas”. De las cuales Socorro solo 517 y en Sangil 1005²¹.
- b) En este sector la gran mayoría de empresas se constituyen como personas naturales (96,6%)²²
- c) A nivel de Santander la empresa de salud con mayor activos es la fundación cardiovascular con 150.585 pero la mayor presenta utilidades es el Higuera Escalante y cia ltda.²³

²¹ Registro Mercantil cámaras de comercio aliadas a Compite360, Superintendencia de Sociedades.

²² Registro Mercantil cámaras de comercio aliadas a Compite360, Superintendencia de Sociedades

²³ Registro Mercantil cámaras de comercio aliadas a Compite360, Superintendencia de Sociedades

A nivel del Socorro:

Las cinco primeras IPS en términos de Activos diferencian demasiado en los recursos que utilizan para la prestación de sus servicios, las dos primeras en el ranking difieren en más de 13.000 millones de pesos de una a otra y el mismo comportamiento se presenta entre el ranking número 2 al 3 siendo la diferencia más de 825 millones de pesos, como se muestra a continuación:

Ilustración 6: Ranking empresarial por Activos de ofertantes de servicios de salud del Socorro, Santander. Plataforma Compite 360.



Fuente: COMPITE360, Modulo ADN, [en línea] <<http://www.compite360.com/sitio/adn/>>, [Citado en 11 de noviembre de 2016]

En termino de utilidad neta anual, nuevamente Corpo Medical S.A.S. ocupa el primer ranking, pero Clinisalud Clínicas en Salud EU, sube del 5 en activos a la segunda posición, demostrando que a pesar de que sus activos no son tan altos como los de Corpo Medical S.A.S. (14.756 millones de pesos menos) demuestra utilidades que representan una quinta parte de sus utilidades de Corpo Medical S.A.S.:

Ilustración 7: Ranking empresarial por Utilidad Neta de ofertantes de servicios de salud del Socorro, Santander. Plataforma Compite 360.

Ranking de todas las empresas

Activo Pasivo Patrimonio Ventas **Utilidad Neta**

Escribe la empresa a localizar

Información financiera en cifras por millones de pesos.

Empresa	Utilidad Neta	Indicadores
<input type="checkbox"/> CORPO MEDICAL S A S Ranking: 1	\$517	
<input type="checkbox"/> CLINISALUD CLINICAS EN SALU... Ranking: 2	\$107	 CLINISALUD CLINICAS EN SALUD E.U. = \$107
<input type="checkbox"/> MEDICAL ARMONY LIMITADA Ranking: 3	\$68	
<input type="checkbox"/> SERVIUCIS ASOCIADOS S.A.S. Ranking: 4	\$33	
<input type="checkbox"/> ASISTIR MEDICA SAS Ranking: 5	\$23	

Fuente: COMPITE360, Modulo ADN, [en línea] <<http://www.compitem360.com/sitio/adn/>>, [Citado en 11 de noviembre de 2016]

En nivel de ventas, podemos observar en el siguiente pantallazo que como era de esperarse, para los dos primeros rankings, sus ventas son altas en miles de millones al igual que sus activos (ver cuadros anteriores), pero en el ranking numero 3 tenemos una empresa que a pesar de que sus activos no superan los 23 millones de pesos reporta ventas de 1.427 millones de pesos. También es de resaltar que todas las IPS que se encuentran en el ranking de las cinco primeras en ventas, tienen contratación con entidades promotoras de la salud EPS, de regímenes subsidiaos y contributivo, a diferencia de Inversalud.

Ilustración 8: Ranking empresarial por Ventas de ofertantes de servicios de salud del Socorro, Santander. Plataforma Compitem 360.

Ranking de todas las empresas

Activo Pasivo Patrimonio **Ventas** Utilidad Neta

Escribe la empresa a localizar

Buscar

Información financiera en cifras por millones de pesos.

Empresa	Ventas	Indicadores
<input type="checkbox"/> CORPO MEDICAL S A S Ranking: 1	\$11.584	
<input type="checkbox"/> MEDICAL ARMONY LIMITADA Ranking: 2	\$1.453	
<input type="checkbox"/> CLINISALUD CLINICAS EN SALU... Ranking: 3	\$1.427	
<input type="checkbox"/> ASISTIR MEDICA SAS Ranking: 4	\$1.250	
<input type="checkbox"/> SERVIUCIS ASOCIADOS S.A.S. Ranking: 5	\$730	

Fuente: COMPITE360, Modulo ADN, [en línea] <<http://www.compitem360.com/sitio/adn/>>, [Citado en 11 de noviembre de 2016]

Además se pudo extraer de esta plataforma en su módulo de Benchmarking que el Sector de la Salud en Socorro tiene rentabilidad del 4,35%.²⁴

3. Creación de cuadro comparativo de la Competencia directa y referentes nacional e internacional: con la información registrada en la base de datos recolectada del REPSS se determinó que empresas son competencia directa para Inversalud, luego se procedió a visitar las páginas en internet de dichas empresas para identificar obtener información precisa que permita un análisis integral.

Dichas empresas que se pudieron identificar, ambas del municipio del Socorro, fueron:

- FUNDACION SOCIAL BIOSSANAR
- SOCORMEDICAS IPS S.A.S.

Así mismo, se tomó como referente dos empresas líderes en el mercado, una a nivel nacional y la otra internacional, siendo:

- A nivel nacional: MISION SALUD INTERNACIONAL IPS.
- A nivel internacional: CLEVELAND CLINIC

²⁴ Registro Mercantil cámaras de comercio aliadas a Compitem360, Superintendencia de Sociedades.

Con las empresas ya identificadas se hizo una consulta de las páginas Web, sobre ciertas variables de interés, tales como:

- Antigüedad: Periodo definido en años, en el que la empresa está en operación.
- Regiones atendidas: Regiones del departamento de Santander en las que opera el prestador de servicios de salud.
- Sedes: Hace referencia a los diferentes puntos de atención de las empresas donde hacen presencia.
- Misión: Motivo o razón de ser de cada una de las organizaciones.
- Visión: Proyección que las empresas, ofertantes de Medicinas Alternativas, tienen a través del tiempo.
- Portafolio: Descripción de la oferta de servicios de salud.
- Información Financiera 2015 (Miles de pesos) Tomado de su respectiva página Web: Datos financieros que permitirán la comparación financiera con la competencia.
- Convenios – Clientes: en esta categoría se nombran los diferentes convenios empresariales que denotan parte de la demanda que tienen los diferentes prestadores de servicios de salud.
- Slogan: lema publicitario que busca la recordación de la marca.
- Servicio al cliente: Registra los diferentes medios por los cuales un usuario o cualquier persona puede poner en contacto con el prestador de servicios de salud.
- Ventaja Competitiva: identificación de cualidades de los servicios que hacen diferenciar positivamente o fortalecen a las diferentes empresas frente a su competencia.
- Fuente de información: registro de la página Web consultada de donde se extrajo la información que alimento la base de datos.

Véase Anexo B: Estructura cuadro comparativo de la Competencia directa y referentes nacional e internacional

SEGUNDA FASE CON FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA:

1. IDENTIFICACIÓN DE FUENTES: para esta fase se identificaron las siguientes fuentes de información en cada municipio de las provincias de interés:

Fuente A: Ofertante de MAC, en esta categoría se incluyeron las IPS que representan la competencia directa de Inversalud y también las Tiendas Naturistas que no son competencia considerada directa pero que al ofertar productos naturales sin fórmula médica y en algunos casos ofertan consulta médica, si constituyen competencia muy importante. Todas ellas ubicadas en los municipios de muestra.

Fuente B: Visita a Secretaria de Salud Municipal, las secretarías de salud municipal deben conocer cuál es la oferta real de servicios de salud en el municipio, así mismo pueden aportar información importante sobre las brigadas médicas de MAC que se hagan en los municipios ya que estas deben ser autorizadas por ellos como organismos de control y vigilancia.

Fuente C: Visita a emisoras locales. En esta fuente de información también se puede detectar oferta informal, que no se encuentra legalmente constituidos y las brigadas médicas de MAC que no son de conocimiento de las secretaría de salud municipal donde se realizan.

2. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN: Se realizó un formato de informe de visita y observación para cada fuente de información así:

Para la Fuente A, Ofertantes de MAC:

INFORME DE VISITA A OFERENTE DE SERVICIOS DE MEDICINA ALTERNATIVA Y COMPLEMENTARIA EN MUNICIPIOS ALEDAÑOS AL SOCORRO SANTANDER

Nombre: _____

Tipo de Ofertante: _____ Municipio: _____

Dirección: _____

Contacto: _____ Teléfono: _____

Otras sedes: _____

1. Descripción de la oferta:

PRODUCTO / SERVICIO	OFERTA	PRECIO	DESCRIPCION (LABORATORIO)	PERIODICIDAD
CONSULTA				
AFILIACIONES				
PRODUCTOS NATURALES				
MEDICAMENTOS HOMEOPATICOS				
TERAPIAS ALTERNATIVAS				

2. Oferta diferencial:

3. Imagen Corporativa:

4. ¿Oferta productos y servicios según su objeto social? Sí ___ No ___

5. Medios de comunicación que usa:			
TV		Volantes	
Radio		Voz a Voz	
Prensa		Otro cuál?	

6. ¿Legalmente Constituido?: Si: ___ No: ___

7. Tipo de clientes: Particulares___ Institucionales: ___ Cuales: _____

8. ¿Cuenta con profesionales idóneos para los servicios o productos ofertados?:
Si___ No___

9. Evaluación de infraestructura:

Adecuada:___ Insuficiente:____ Agradable: ___ Desagradable___
Apropiada al objeto social: SI___ NO___

10. ¿Hubo afluencia de personas el día de la visita? Sí___ No ___

11. ¿Cantidad de empleados? _____

12. Observaciones:

ANEXAR PUBLICIDAD IMPRESOS SI ES POSIBLE

Visita de la secretaria:

- Tienen conocimiento en la secretaria de salud de este establecimiento? _____
- Tiene publicidad en la emisora? Sí ___ No ___
- En un sondeo a personas del común, saben de la existencia de este establecimiento? _____

Para la Fuente B: Visita a Secretaria de Salud Municipal:

INFORME DE VISITA A SECRETARIAS DE SALUD DE LOS MUNICIPIOS
ALEDAÑOS AL SOCORRO SANTANDER

Municipio: _____

Secretario(a) de Salud: _____

1. Descripción de la oferta de Medicina Alternativa y Complementaria según secretaria de salud municipal:

IPS CON MEDICINA ALTERNATIVA	TIENDAS NATURISTAS	SPA	FARMACIAS	BRIGADAS MEDICINA ALTERNATIVA

2. Oferta diferencial:

3. ¿Oferta productos y servicios según su objeto social? Sí ___ No ___

4. ¿Cuenta con profesionales idóneos para los servicios o productos ofertados?:
Si___ No___

5. Observaciones:

Para la Fuente C: Visita a emisoras locales

INFORME DE VISITA A EMISORAS DE LOS MUNICIPIOS ALEDAÑOS AL SOCORRO SANTANDER

Emisora: _____ Frecuencia radial: _____

Dirección: _____

Contacto: _____ Teléfono: _____

Tipo de emisora: _____

1. Descripción de la oferta de Medicina Alternativa y Complementaria:

TIPO DE OFERENTE	NOMBRE	OFERTA	TIPO DE CONTRATO

2. ¿Qué documentación requieren para pautar y/o hacer contrato?

Observaciones:

3. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA: se determinó un tamaño de muestra para cada fuente de información así:

Para la Fuente A, Ofertantes de MAC:

En este caso, la selección de los municipios aledaños a Socorro donde se realizó el estudio de la oferta de MAC, se tuvo como criterio de selección la importancia que tienen esos municipios para la IPS C.D.A. Inversalud S.A.S. en número mayor de clientes y la ubicación de los mismos, así:

Tabla 9: Ranking de municipios por número de clientes de la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.

RANKING	MUNICIPIO	CLIENTES
1	Socorro	2518
2	Sangil	1023
3	Oiba	554
4	Charalá	457
5	El Hato	342
6	Ocamonte	285
7	Galán	264
8	Simacota	251
9	Chima	241
10	Guapota	237
11	Contratación	230
12	Palmas del socorro	226
13	Barichara	177

14	Confines	156
15	Mogotes	151

*Datos tomados de la base de datos de clientes de C.D.A. Inversalud S.A.S. a 15 de agosto de 2016.

Para la Fuente B, visita a Secretarías de Salud Municipales: se tuvo en cuenta, la selección de los 15 municipios anteriores y adicionalmente se filtró por los municipios en donde no se encontró oferta de MAC, es decir donde no hay IPS que cuenten con el servicio de MAC y en los que no hay emisoras o medios de comunicación que puedan dar información sobre las brigadas médicas o servicios médicos realizados en el municipio con modalidad extramural, ya que se considera que en estos casos es la Secretaría de Salud Municipal quien podría tener conocimiento de ellas por ser el ente regulador, para un total de seis (6) municipios seleccionados, así:

Tabla 10: Ranking de municipios donde no hay oferta oficial ni permanente de MAC ni emisoras radiales locales.

RANKING	MUNICIPIO	SIN OFERTA
1	El Hato	X
2	Galán	X
3	Guapota	X
4	Palmas del socorro	X
5	Barichara	X
6	Confines	X

Para la Fuente C, Visita a emisoras locales:

en este caso se tuvo el mismo criterio de selección que el de la fuente A, importancia que tienen esos municipios para la IPS C.D.A. Inversalud S.A.S. en número mayor de clientes y la ubicación de los mismos, y por Censo, es decir se visitaron la totalidad de emisoras existentes en estos municipios así:

Tabla 11: Ranking de municipios por preponderancia de emisoras radiales e importancia para la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.

RANKING	MUNICIPIO	EMISORAS
1	Socorro	3
2	Sangil	3
3	Oiba	1
4	Charalá	1
5	El Hato	No hay
6	Ocamonte	1
7	Galán	No hay
8	Simacota	1
9	Chima	1
10	Guapota	No hay
11	Contratación	1
12	Palmas del socorro	No hay
13	Barichara	1
14	Confines	No hay
15	Mogotes	1

4. PREPARACIÓN Y ENTRENAMIENTO DE LOS OBSERVADORES:

Para el desarrollo de esta etapa se siguió el siguiente cronograma de trabajo por municipio:

Tabla 12: Cronograma de trabajo de entrevistadores.

RANKING	MUNICIPIO	FECHA	RESPONSABLE DE VISITA
1	Socorro	12/10/2016	Observador 1
2	Sangil	15/10/2016	Observador 1
3	Oiba	14/10/2016	Observador 1
4	Charalá	12/10/2016	Observador 2

5	El Hato	09/11/2016	Observador 3
6	Ocamonte	26/10/2016	Observador 2
7	Galán	09/11/2016	Observador 3
8	Simacota	10/11/2016	Observador 4
9	Chima	28/10/2016	Observador 4
10	Guapota	10/11/2016	Observador 4
11	Contratación	28/10/2016	Observador 5
12	Palmas del socorro	14/10/2016	Observador 1
13	Barichara	13/10/2016	Observador 1
14	Confines	10/11/2016	Observador 4
15	Mogotes	13/10/2016	Observador 1

Para el desarrollo de esta etapa de la investigación se utilizó el método de observación directa, por tanto requirió el entrenamiento de estas cinco (5) personas, dándoles las siguientes pautas de formación teórica y práctica, en una sesión de dos horas, con el ánimo de minimizar errores y evitar sesgos en la información recolectada:

Formación teórica:

- La observación como proceso de investigación²⁵.
- Conceptos propios de las MAC.
- Conceptualización de cada una de las variables a observar.
- Planteamiento previo sobre qué es lo que se va observar, a quién, en qué condiciones y cuáles son los fenómenos que queremos registrar.

Formación práctica:

- Acompañamiento en el diligenciamiento de cada uno de los informes de visita.
- Ensayo del diligenciamiento de cada uno de los informes de visita.
- Evaluación y retroalimentación del ejercicio.
- Recomendaciones para la captura de información.

²⁵ Evertson y Green (1989) perspectivas de la observación.

8.2. ETAPA 2: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Para esta etapa, se analizó la información recolectada en la etapa anterior en cada una de sus fases, siendo fuentes secundarias (fase 1) REPSS y Cuadro Comparativo de la Competencia directa y referentes nacional e internacional y fuentes primarias (fase 2) ofertantes de MAC, Secretarías de Salud Municipales y visita a emisoras locales.

PRIMERA FASE, CON FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA:

Fuente REPSS:

- Se encontraron en total, para las regiones Comunera y Guanentina del departamento de Santander, 197 prestadores de servicios de salud, con servicios debidamente habilitados ante la Secretaría de Salud Departamental, distribuidos en 34 municipios de los 87 que posee el departamento.
- De los 197 prestadores 66 son IPS, 54 son Objeto social diferente a prestación de servicios de salud, 75 son profesionales independientes y 1 es de transporte especial de pacientes.
- Dentro de las 66 IPS encontradas 28 están categorizadas en el nivel 1 de atención, solo hay una en el nivel 2, la E.S.E. HOSPITAL REGIONAL de SAN GIL, y una en el nivel 3, la ESE HOSPITAL REGIONAL MANUELA BELTRAN, las demás que están vacías en esta categorización se asumen como Nivel 1 de atención.
- De los 197 prestadores 20 tienen fecha de vencimiento de su habilitación para el año 2016, 111 para el año 2017 (incluido C.D.A. Inversalud S.A.S. y Fundación Social Biossanar), 18 para el 2018 (incluida Socormedicas IPS S.A.S.), 24 para el 2019, 13 para el 2020 y los restantes 10 no registran información de esta variable.
- De los 197 prestadores, 165 son de naturaleza privada, 30 pública y 1 mixta. La competencia directa de C.D.A. Inversalud S.A.S. es de naturaleza privada al igual que ella.
- De los 197 prestadores solo Clinisalud Clínicas en Salud E.U. registra 4 sedes, 5 registran 2 sedes y las demás solo una sede en estas regiones analizadas. (incluidas la competencia directa)
- De los 197 prestadores, solo 4 (incluyendo las dos sedes de C.D.A. Inversalud S.A.S.) tienen habilitados los servicios de Medicina Alternativa, constituyendo así competencia directa y formal para la empresa, solo dos, ambas ubicadas únicamente en la región comunera en el municipio de

Socorro, lo que demuestra que en la provincia Guantentina únicamente C.D.A. Inversalud S.A.S., se encuentra habilitada.

- Así mismo, como podemos observar en la tabla 13, se puede identificar una ventaja competitiva del C.D.A. Inversalud S.A.S. al ser la única IPS de ambas regiones que tiene habilitado sus servicios en todas las modalidades de las Terapias Alternativas y Medicina Tradicional China.

Tabla 13: I.P.S. con servicios de MAC y terapias alternativas habilitados en la región comunera y guantentina del Departamento de Santander.

I.P.S. CON SERVICIOS DE MEDICINA Y TERAPIAS ALTERNATIVAS HABILITADOS EN LA REGION COMUNERA Y GUANENTINA DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER	SERVICIOS HABILITADOS						
	MEDICINAS ALTERNATIVAS - HOMEOPATÍA	MEDICINAS ALTERNATIVAS - MEDICINA TRADICIONAL CHINA	MEDICINAS ALTERNATIVAS - NATUROPATÍA	MEDICINAS ALTERNATIVAS - NEURALTERAPIA	TERAPIA ALTERNATIVA BIOENERGÉTICA	TERAPIA ALTERNATIVA CON FILTROS	TERAPIA ALTERNATIVA MANUAL
C.D.A. INVERSALUD S.A.S. (SEDE SOCORRO)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
C.D.A. INVERSALUD S.A.S. (SEDE SAN GIL)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
FUNDACION SOCIAL BIOSSANAR	✓						
SOCORMEDICAS I.P.S. S.A.S.	✓		✓	✓			

Fuente Cuadro Comparativo de la Competencia directa y referentes nacional e internacional:

- La IPS con mayor antigüedad, no presta servicios actualmente de medicina alternativa a pesar de contar con las habilitaciones correspondientes.
- Biossanar constituye la competencia directa de Inversalud por tratarse de la IPS que tiene habilitados los servicios de Medicina Alternativa y usarlos, así como está presente en las regiones de interés de Inversalud.
- Biossanar tiene sedes en las principales cabeceras de las regiones de interés al igual que Inversalud.
- Llama la atención que Biossanar como competencia directa es una empresa si ánimo de lucro que no solo tiene como fin promover la salud humana a diferencia de Socormedicas e Inversalud que son enfocas al servicio de la comunidad en la prestación de servicios de salud únicamente. Todos enfocados a la integralidad de los servicios de salud.
- Inversalud por su especialidad en medicinas alternativas proyecta ser la líder en este campo, mientras Socormedicas quiere serlo pero de forma

general, y recalcamos que actualmente no constituye competencia real, pues a pesar de aparecer en el REPSS con los servicios habilitados no los presta, ni cuentan con una ubicación de instalaciones, solo se encuentra información de esta empresa en la página Web.

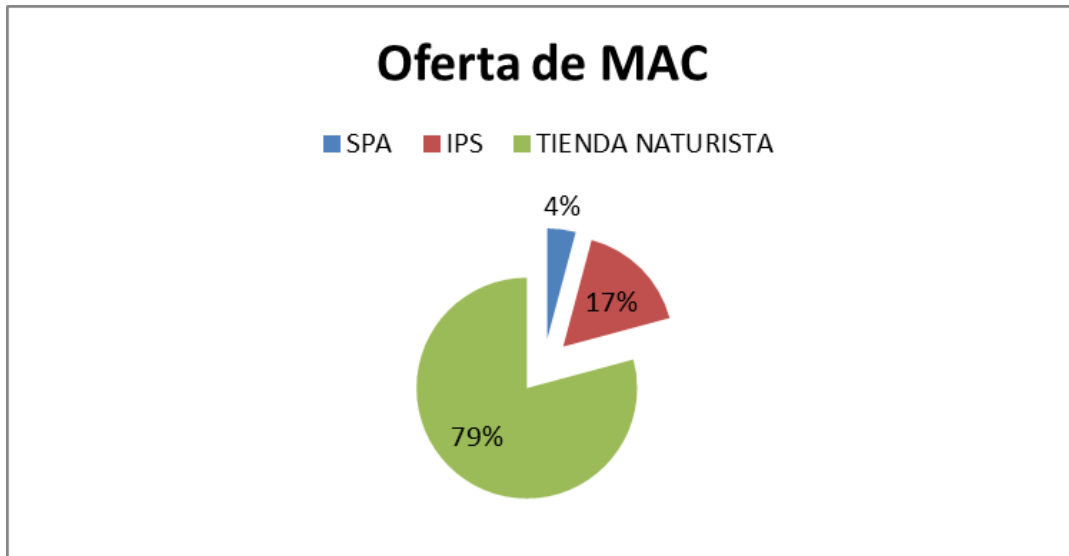
- Biossanar dentro de su portafolio de servicios incluye medicina China, pero corroborando esta información con la base de datos del REPSS tienen habilitación para Medicinas Alternativas - Homeopatía, la cual no es ofertada por este medio; así mismo, Socormedicas a pesar de aparecer en el REPSS con la habilitación en su página Web no la oferta.
- No hay claridad en las cifras financieras de Biossanar puesto que en sus informes publicados en la página web habla de que las cifras están en miles de pesos, pero las cifras aportadas no son cifras analizables, financieramente Inversalud es la más pequeña, pero Socormedicas reporta pérdidas para el año 2014 y no hay información de año más reciente.
- Para el caso de Biossanar sus convenios representan las EPS con las cuales tienen contratación (clientes) y que sus afiliados constituyen los usuarios de Biossanar, para el caso de Inversalud los clientes y usuarios son personas particulares, los convenios con los cuales se expresan en beneficios para los afiliados y empleados de las empresas pero no constituyen un vínculo contractual.
- Inversalud hace referencia en su slogan y en toda su imagen corporativa a su especialidad en medicinas alternativas, la competencia no.
- Hace falta incluir en los mecanismos de servicio al cliente de Inversalud, un call center, formulario de contacto en página Web y actualizar las herramientas con las que cuenta pero que no aparecen en la página.
- Con respecto a los medios de comunicación Inversalud no cuenta con un módulo de citas vía web, que facilite resaltar sus ventajas competitivas, así como publicar ofertas y promociones que se estén realizando.

SEGUNDA FASE CON FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA:

Fuente A, ofertantes de MAC:

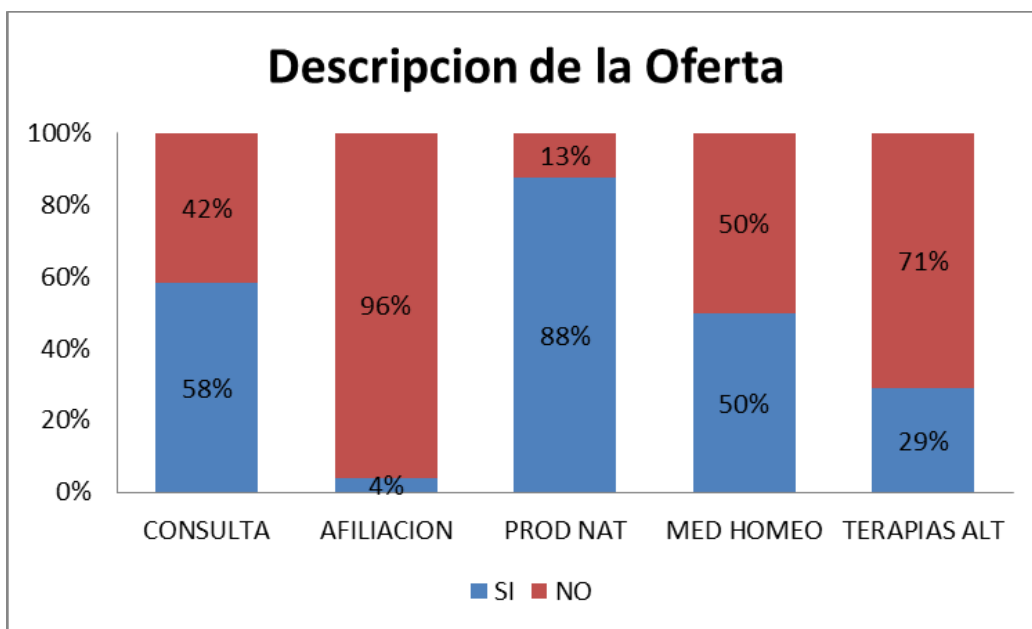
La oferta de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), Terapias Alternativas y Venta de Productos Homeopáticos y Naturales, en las regiones Comunera y Guanentina del departamento de Santander en su mayoría la constituyen las Tiendas Naturistas, quienes en esencia se dedicarían a la venta al por menor de productos homeopáticos y naturales, de venta libre, como se observa en la siguiente gráfica:

Gráfica 1: Oferta de MAC por tipo de oferente.



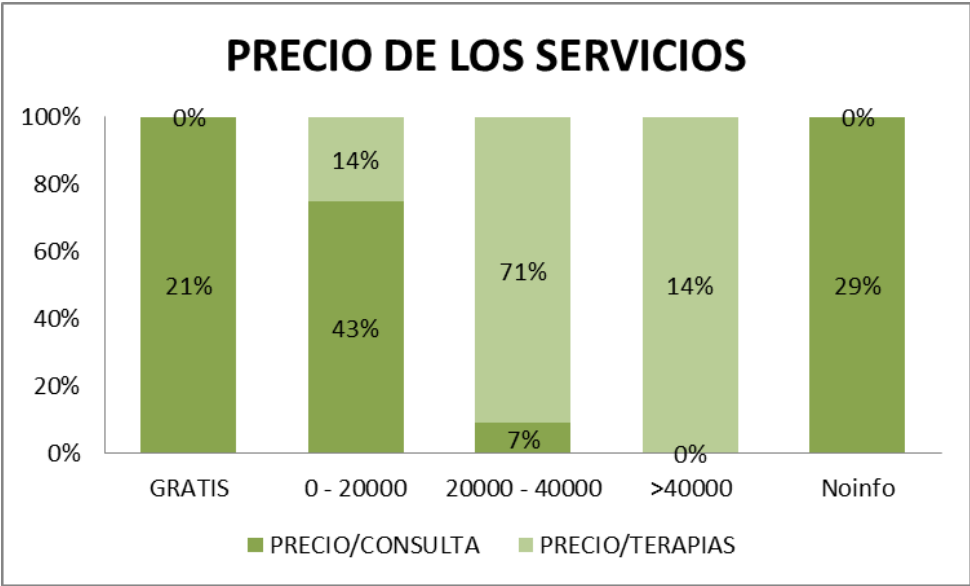
Siendo congruente con la información anterior la venta de productos naturales (88%) (que son los de libre consumo o venta libre) es la línea de negocio a la que la mayoría de los ofertantes se dedica, seguido de oferta de servicios de consulta médica (58%), la venta de medicamentos homeopáticos (50%) y las terapias alternativas (29%).

Gráfica 2: Descripción de la oferta de servicios de salud por línea de negocio.



También se puede observar que el 29% de los ofertantes tienen entre su portafolio de productos y servicios las terapias alternativas, aunque en anteriores análisis se haya determinado que únicamente C.D.A. Inversalud S.A.S. tenga la habilitación correspondiente para la prestación de dicho servicio. Así mismo, se puede observar que la mayor parte de los ofertantes (88%) centran su actividad en la comercialización de productos naturales y la mitad de ellos, se dedican también a la venta de medicamentos homeopáticos.

Gráfica 3: Rangos de los precios de servicios de salud de consulta y terapias.



El análisis de los precios de los servicios de consultas y terapias se destacan por un comportamiento inversamente proporcional, es decir, mientras unos disminuyen los otros aumentan, así, observamos en primera medida que el 21% de los ofertantes de servicios de consulta de salud los proporciona de manera gratuita, seguido, el 43% de los ofertantes de consultas en salud lo hacen con un precio de máximo \$20.000 pesos y tan solo el 7% de los ofertantes cobran entre los \$20.000 y máximo \$40.000 por dicho servicio. De manera inversa, por los servicios de terapias alternativas tan solo el 14% de los ofertantes cobran un máximo de \$20.000, luego el 71% considera precios entre los \$20.000 y \$40.000, diferente de la consulta, el 14% de los ofertantes cobran más de \$40.000 pesos por el servicio de terapias, siendo éste el rango más alto encontrado entre el valor por servicios de consultas y terapias alternativas.

Ahora, en cuanto a la frecuencia de la prestación de dichos servicios, la consulta médica se realiza mayormente en periodos de 8 días, es decir una vez a la semana por el 43% de los ofertantes. En cuanto a los productos ofertados, y en

comparación con los proveedores de C.D.A. Inversalud S.A.S., tan solo el 19% de los ofertantes de servicios de salud cuentan con los mismos proveedores de productos.

Gráfica 4: Periodicidad del servicio de consulta médica entre los oferentes.

Gráfica 5: Laboratorios proveedores de productos naturales y homeopáticos.



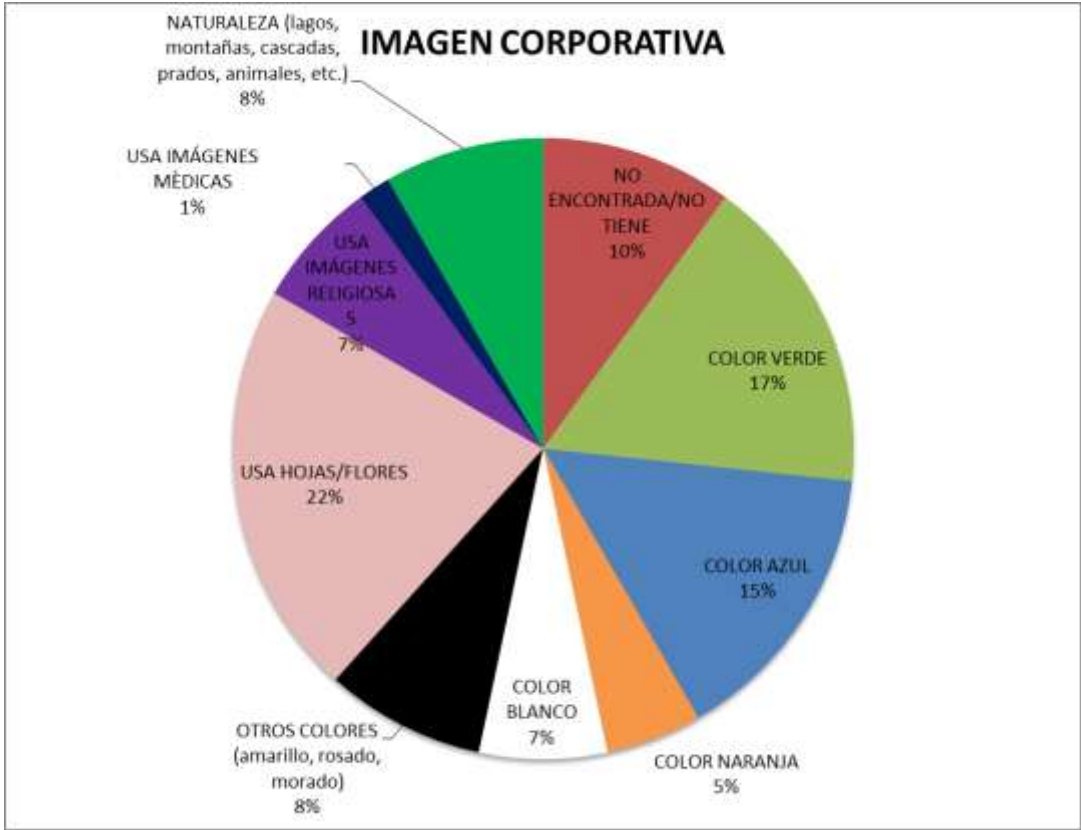
Se encontró que la mitad de la oferta no cuenta con un factor diferenciador en el mercado y la otra mitad se destaca por estrategias convencionales como la promoción en productos (17%) representados por combos para ciertas enfermedades, lleve uno por la compra de otro y similares, también los descuentos (9%) o la gratuidad en productos y servicios (8%) en busca de promover otro producto o servicio.

Gráfica 6: Apuestas de diferenciación de ventaja competitiva entre los oferentes.



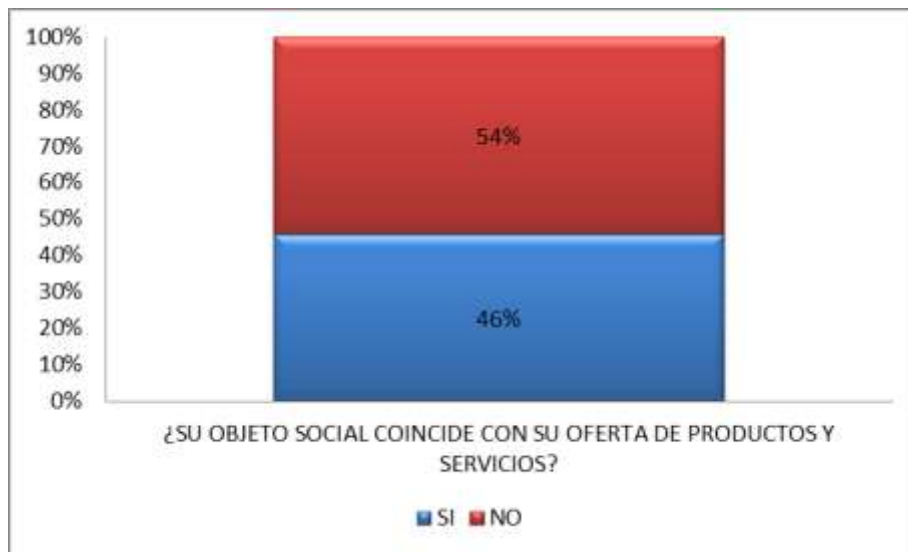
La imagen corporativa fue material de estudio con el fin de verificar si el C.D.A. Inversalud S.A.S. está entre los parámetros de la competencia a nivel regional; internacionalmente los colores reconocidos para la MAC son el naranja y el verde, colores en que se basan la imagen corporativa empresarial, en el presente estudio se logró identificar que no solamente preponderan dichos colores, sino otra serie de elementos que diferencian éstos prestadores de aquellos que prestan servicios de medicina tradicional o alopática, entre los más destacados encontramos el uso de árboles, hoja y flores (22%), el color verde (17%) y el color azul (15%), también es importante destacar el uso de imágenes religiosas con el 7% de participación.

Gráfica 7: Manejo de la imagen corporativa de la oferta de servicios de salud en MAC.



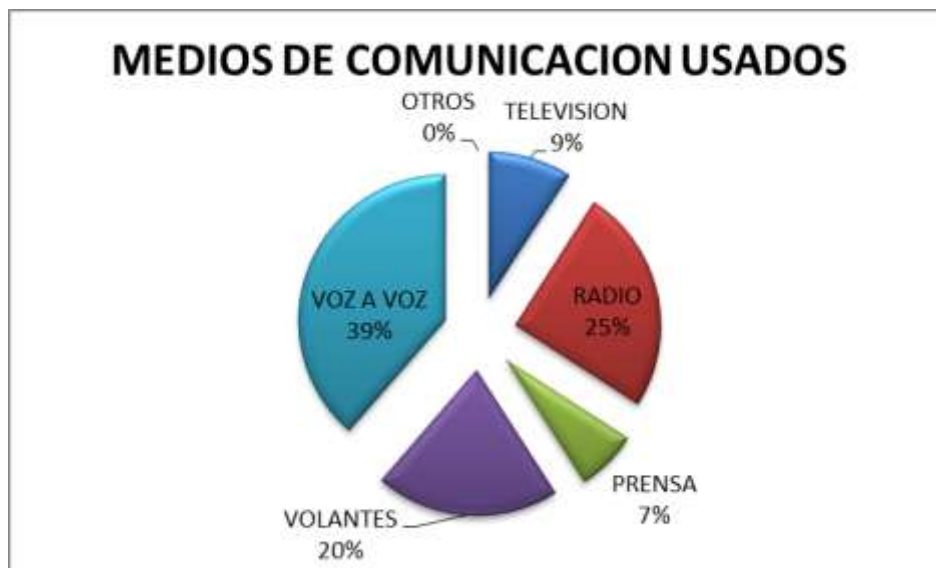
En términos de informalidad podemos encontrar que la mayor parte de la muestra se encuentra fuera de la legalidad, pues se corroboró que su oferta de servicios y productos se extiende más allá de su objeto social, encontrándose el fenómeno de prestación de servicios de consulta y terapias en tiendas naturistas mayormente, como podemos observar en la gráfica, en el 54% de los ofertantes de servicios, no coincide su oferta con su objeto social.

Gráfica 8: Relación de la oferta de productos y servicios con la razón social de los oferentes.



Los medios utilizados para publicitar los productos y servicios por los prestadores en su mayoría según expresaron, es el voz a voz (39%), seguido de programas y cuñas radiales (25%) y el uso de volantes (20%) o flyers repartidos en las calles, plazas de mercado y lugares altamente concurridos en cada uno de los municipios donde se encuentran los prestadores.

Gráfica 9: Herramientas publicitarias usadas en la promoción de productos y servicios de salud en MAC.



Se quería averiguar sobre la legalidad del funcionamiento de los ofertantes, quienes en su totalidad respondieron positivamente a la pregunta: ¿Legalmente Constituido?: Si: ___ No: ___; aun así, es evidente que nadie va a aceptar abiertamente la ilegalidad de sus negocios (sí así fuere), sin embargo para demostrar lo anteriormente expuesto, se pretendió cruzar la información con las bases de datos de la cámara de comercio, pero se encontraron diversos fenómenos como confusión con los códigos CIU y registro de personas naturales como ofertantes y/o comerciantes, lo que impidió la verificación de la información, por lo cual se concluyó ineficaz ésta averiguación.

Se quiso averiguar por la naturaleza de los clientes de los ofertantes, clasificándolos como particulares o empresariales, encontrándose que el 100% de los encuestados categorizo sus usuarios como particulares y ninguno manifestó tener clientes institucionales o empresariales.

Al igual que con la legalidad de funcionamiento de los oferentes se hizo imposible determinar la idoneidad de los profesionales prestadores de los servicios, sin embargo, se pudo evidenciar por la experiencia y conocimiento de los entrevistadores que el 33% de los ofertantes no contaba con profesionales idóneos para la prestación de los servicios sobre todo en las áreas de farmacia y enfermería, es decir regentes y auxiliares.

Gráfica 10: Idoneidad de los profesionales en la oferta de productos y servicios.



La evaluación de infraestructura se realizó bajo los siguientes parámetros: Adecuada o Insuficiente, Agradable o Desagradable así, se encontró que el 54% de las instalaciones de los ofertantes se encontraron Adecuadas y el 31% Agradables, tan solo el 12% se encontraron insuficientes y el 3% desagradables.

También se verificó si dichas instalaciones eran acordes con el objeto social de los oferentes, por ejemplo, si manifestaban ser tienda naturista, que no tuviera consultorios, o siendo spa, que no tuvieran farmacia o espacio para terapias alternativas, la investigación arrojó que el 21% de las instalaciones discordaban con el objeto social del oferente.

Gráfica 11: Clasificación de la infraestructura usada por los oferentes.

Gráfica 12: Relación de la infraestructura usada con el objeto social de los oferentes.



El día de la visita a cada oferente se quiso verificar la afluencia de usuarios en las instalaciones, encontrándose que únicamente en el 37% de los casos hubo usuarios o llegaron durante la visita de los encuestadores, así:

Gráfica 13: Afluencia de usuarios en las instalaciones de los oferentes el día de la entrevista.



Se puede conocer que el 84% de los oferentes cuentan con 1 a 3 empleados para la prestación de sus servicios; el 4% cuenta con 4 a 6 empleados y otro 4% cuenta con más de 10 empleados, esta información da una idea de la magnitud de los oferentes, en su gran mayoría son microempresas.

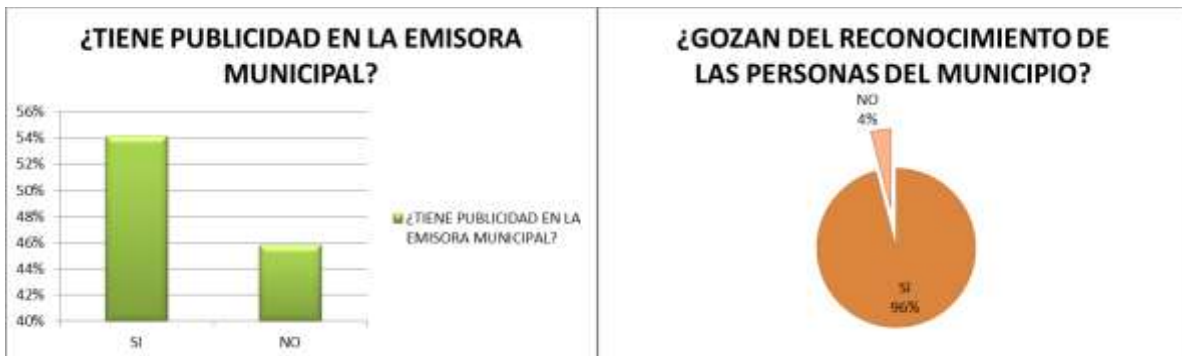
Gráfica 14: Cantidad de empleados de los oferentes.



A modo de introducción a las siguientes fuentes de información primaria se quiso averiguar si cada establecimiento de los oferentes estaba en la base de datos de la Secretaría de Salud Departamental de Santander, pero una vez más fue imposible debido a que las tiendas naturistas muchas veces están registradas como personas naturales o como comerciantes en general, lo que las excluye de dicha base de datos, sesgando la información. También se preguntó a cada establecimiento si pautaba en la emisora municipal con el fin de identificar un poco más específicamente la competencia en medios, encontrándose que el 54% de los oferentes sí pautan sus servicios en emisoras radiales. De igual forma se verificó si los establecimientos gozaban del reconocimiento de las personas del municipio donde se encuentran, preguntando directamente a los pobladores acerca del conocimiento o no de los oferentes de servicios de salud, resultando que el 96% de los encuestados efectivamente conocían de los oferentes y a que se dedicaban.

Gráfica 15: Oferentes que publicitan en emisoras radiales locales.

Gráfica 16: Reconocimiento de los habitantes de cada municipio de los oferentes.



Fuente B, Secretarías de Salud Municipales:

Las Secretarías de Salud Municipales, deben ejercer vigilancia y control sobre las brigadas de salud de cualquier rama de la medicina, así como de la oferta de productos y servicios que afecten la salud humana que se realicen en sus respectivos municipios, por esto se quiso detectar por medio de ellas, brigadas de medicina alternativa sobre todo en los municipios en donde no hay otras fuentes de información como las emisoras, y en donde no hay una oferta de MAC o de venta de productos naturales y homeopáticos permanentemente, dando como resultado que en solo el 33% de los municipios de la muestra se tuvo conocimiento de la realización de brigadas de MAC.

Gráfica 17: Conocimiento de brigadas de MAC por las Secretarías de Salud municipales.



Fuente C, emisoras locales:

En cuanto a la investigación realizada en las emisoras de seleccionadas de las regiones Comunera y Guanentina del departamento de Santander, se pudo evidenciar en primer lugar que en las 14 emisoras presentes, 22 ofertantes de servicios de salud publicitan sus servicios a través de cuñas, programas y menciones comerciales radiales como se puede evidenciar en la tabla 14, la cual relaciona el listado de emisoras disponibles en la región con el tipo de ofertante de productos y servicios.

Tabla 14: Relación de emisoras disponibles en la región con el tipo de ofertante de productos y servicios.

Etiquetas de fila	BRIGADA MEDICA	FARMACIA	IPS	NOinfo	TIENDA NATURISTA (en blanco)	Total general
CHARALA ESTEREO				1		1
CHIMANA ESTEREO	1					1
ECOS STEREO			1	1		2
JOSE ANTONIO GALAN				1		1
LA CALIENTE 1330				1		1
LA COMETA STEREO		1			1	2
LA CUPULA		1				1
LA NUEVA ESTEREO		1	1			2
LA VOZ DE LA FE			1			1
MIRADOR ESTEREO			1		2	3
MOGOTES ESTEREO					2	2
NOinfo				1		1
RCN					1	1
SANTA BARBARA			1		2	3
(en blanco)						
Total general	1	1	7	5	8	22

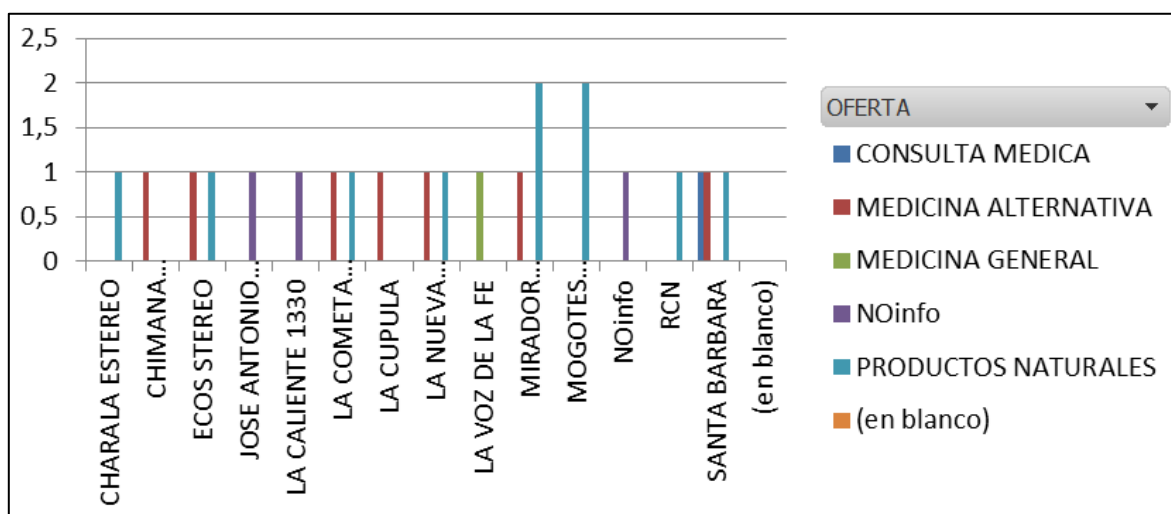
Referente a la documentación requerida por las emisoras para poder pautar en ellas, se encontró que a la mayoría de los oferentes de servicios de salud se les exige presentar su registro ante la cámara de comercio (a 9 de los 22 ofertantes se les exigió éste documento), seguido por el respectivo permiso de la secretaría de salud (7 de los 22). Es importante resaltar que en 5 de los casos, no se exigía ningún documento para los ofertantes, en averiguaciones posteriores se conoció de las quejas de los usuarios de dichas emisoras por los malos productos o servicios. En la tabla 15 se relacionan los documentos exigidos y las emisoras que los requieren o no para los 22 oferentes de servicios de salud que tenían pautas comerciales en el momento de la investigación.

Tabla 15: Documentos exigidos por las emisoras para pautar en ellas.

Etiquetas de fila	CHARALA ESTEREO	CHIMANA ESTEREO	ECOS STEREO	JOSE ANTONIO GALAN	LA CALIENTE 1330	LA COMETA ESTEREO	LA CUPULA	LA NUEVA ESTEREO	LA VOZ DE LA FE	MIRADOR ESTEREO	MOGOTES ESTEREO	NOinfo	RCN	SANTA BARBARA	(en blanco)	Total general
CAMARA DE COMERCIO, RUT						2	1			3						6
NINGUNO	1								1		2		1			5
NOinfo				1	1			1				1				4
(en blanco)																
CAMARA DE COMERCIO, PERMISO DE SECRETARÍA			2					1								3
PERMISO DE SECRETARÍA, REGISTRO INVIMA PRODUCTOS														3		3
PERMISO DE SECRETARÍA		1														1
Total general	1	1	2	1	1	2	1	2	1	3	2	1	1	3		22

En la tabla 16 se relaciona la oferta de servicios que cada emisora emitía en el momento de la investigación según el tipo de servicio pautado por el ofertante, preponderando las cuñas de productos naturales (8 de las 13 emisoras, 62%), las consultas médicas (8 de las 13 emisoras, 62%) y las referentes a medicinas alternativas (7 de 13, 54%).

Tabla 16: Servicios pautados por emisora entrevistada.



Con la información antes expuesta de las diferentes fases y fuentes se realizó un análisis de la oferta de servicios de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC), Terapias Alternativas y Venta de Productos Homeopáticos y Naturales, en las regiones Comunera y Guantánima del departamento de Santander, de donde se identificó:

A. ESTRATEGIA DE LAS ORGANIZACIONES

BAJOS COSTOS: la estrategia más utilizada por la mayoría de oferentes de MAC es la de promocionar productos a bajos costos, con el ánimo de vender volúmenes y dar rotación a sus inventarios.

DIFERENCIACIÓN: No hay una diferenciación o innovación claramente identificable, sin embargo se observa que tan solo 4% de los oferentes incluyen en su portafolio la terapia de desintoxicación iónica, como valor agregado, consistente en meter los pies en agua con sal y con un equipo ionizador, para que el cuerpo empiece a depurarse y éste, al reconocer la desintoxicación, ayude a fortalecer el metabolismo, con la aceleración de la actividad celular, produciendo diferentes clases de enzimas y eliminando a la misma vez las toxinas en los órganos.²⁶ Ésta es un tipo de terapia que ya es conocida en el medio y que lleva en el mercado más de 15 años aproximadamente.

B. MERCADO QUE ATIENDEN, DISTRIBUIDORES

Las IPS de las regiones Comuneras y Guantánamo que tienen habilitados los servicios de MAC, ninguna cuenta con contratos con EPS para ese servicio, ese es un mercado sin explorar.

C. PRODUCTO (PORTAFOLIO DE PRODUCTOS O SERVICIOS)

Las tiendas naturistas manejan laboratorios conocidos y no tienen una clara estrategia de exclusividad de productos, como lo hace C.D.A. Inversalud S.A.S. lo que constituye una fortaleza empresarial.

Así mismo C.D.A. Inversalud S.A.S. es única entidad en las regiones de interés con habilitación para los servicios de Medicina Tradicional China y Terapias Alternativas en todas sus modalidades.

D. PRECIOS

Hay una clara estrategia en las tienda naturistas de promoción de productos reflejadas en la disminución del precio, sacrificando la utilidad de los mismos, esperando vender grandes volúmenes, para hacer sostenible el negocio; sin

²⁶ <http://www.astook.com/funciona-el-proceso-de-desintoxicacion-ionica/>

embargo son productos llamados “cura lo todo” que son de venta libre y en ocasiones no cuentan con registro Invima y que si saturan el mercado con productos poco efectivos, generando apatía y desconfianza en la gente en futuras compras.

E. PUBLICIDAD IMAGEN CORPORATIVA

La publicidad que usan las tiendas naturistas para la promoción de productos homeopáticos y naturales es por medio de cuñas radiales, muy pocas lo hacen con programas de 5 o 15 minutos, como lo hace Inversalud, así mismo detectamos que las IPS no publicitan sus servicios de medicina alternativa por este medio, solo Inversalud, y una sola lo hace por sus páginas de internet.

F. SERVICIOS

Por la compra de ciertos productos las tiendas naturistas obsequian el servicio de consulta médica, sin estar debidamente habilitados y sin existir un control por parte de las autoridades pertinentes. No hubo oferta de servicios postventa en ninguno de los casos.

8.3. ETAPA 3: DISEÑO DE ESTRATEGIAS

DESCRIPCION DEL PROCESO COMERCIAL ACTUAL DEL C.D.A. INVERSALUD S.A.S.

Como se mencionaba anteriormente los clientes de C.D.A. INVERSALUD S.A.S. son personas que adquieren lo servicios de forma particular o por medio de los convenios empresariales, esto significa un gran esfuerzo comercial para atraer y mantener clientes, esta función está a cargo de los directivos de la empresa dentro de sus funciones de mercadeo y relaciones públicas y publicidad. Basados básicamente en las siguientes líneas:

- Promoción de los servicios y captación de nuevos clientes: dentro de la planeación estratégica de la empresa se estableció una estrategia de medios fuerte en búsqueda de posicionar la IPS en un periodo de 3 años y pasado este periodo se ha venido manteniendo, dicha estrategia consiste en una fuerte inversión mensual en todas las emisoras de los municipios de interés, actualmente se está pautando en las siguientes emisoras con un valor mensual

de tres millones de pesos (\$3.000.000), los programas radiales se están cambiando cada dos meses:

Socorro: Emisora la Cúpula FM, Emisora la Nueva Estéreo FM, Emisora José Antonio Galán AM

Simacota: Emisora Santa Bárbara Estéreo FM

Chima: Emisora Chimaná Estéreo FM

Oiba: Emisora Ecos Estéreo FM

Sangil: Rcn Sangil FM

Charalá: Emisora Charalá estéreo FM

Contratación: Emisora la Voz de la Fé FM

- Seguimiento del cliente dentro de los servicios (incluidos dentro de los procesos de calidad): Encuesta de satisfacción.
- Servicios pos venta: Llamadas a los pacientes para reprogramar citas y pacientes que no asisten a los controles.
- Consecución de convenios empresariales y mantenimiento de los mismos: Actualmente solo se tiene dos convenios empresariales, con Comfenalco Socorro y Cotrasaravita.
- Publicidad voz a voz: se toman testimonios grabados en formato de audio, utilizados para programas radiales.
- Pautas en revistas locales: ANUIP y Comuneros.
- Página Web: se tiene el dominio de la página, pero no hay personal encargado de la actualización y alimentación de la página www.inversalud.com.co
- Facebook: hay creado un perfil donde se publica temas de interés y promociones, pero no hay personal encargado.
- TV local: en el Socorro se tiene un espacio en el canal regional de PSI, es un comercial sin actualizar hace un año. Igualmente se tiene un pequeño espacio en el canal STV de Sangil, pero no se renovó contrato hace dos meses.
- Participación en patrocinios: recientemente se ha patrocinado un equipo de baloncesto masculino del municipio del Socorro para participar en torneos locales, e igualmente se intenta participar en los programas especiales de las emisoras como patrocinadores con premios.

Para el diseño de las estrategias de mercadeo para C.D.A. Inversalud S.A.S. se utilizó una matriz de análisis DOFA, que permite definir las causas internas y externas que afecten a la empresa, y que nos ayuden a identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con respecto a su competencia y al sector al que pertenece.

Tabla 17: Análisis DOFA para la I.P.S. C.D.A. Inversalud S.A.S.

<p>NIVEL INTERNO</p> <p>NIVEL EXTERNO</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversalud es la única IPS que tiene habilitación para terapias alternativas y medicina tradicional china en las regiones Comunera y Guanentina. - Conocimiento del negocio y ahora de la competencia real. - Cuenta con habilitación de los servicios, generando confianza para los usuarios. - Oportunidad en la atención de todos sus servicios. (sin previa cita). - Exclusividad de laboratorios para los medicamentos y productos naturales ofertados. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversalud participa activamente del mercado de las tiendas naturistas por basar sus ingresos en la venta de medicamentos homeopáticos y productos naturales. - Enfoca su publicidad principalmente en emisoras radiales. - No cuenta con el recurso humano suficiente para planear y ejecutar planes de mercadeo. - Ineficacia en el uso de los recursos administrativos. - Alto índice de rotación de empleados. - Pagina web desactualizada y con muy poca información y manejo de redes sociales deficiente.
	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversalud puede enfocarse en oferta diferencial, ya que no la hay en el mercado. - Explorar en otros medios de comunicación. - Buscar otros mercados. - Como única IPS de medicina alternativa en Sangil, puede ofertar estos servicios a las diferentes EPS que quieran incluirlas en su portafolio, por estar incluidas dentro del POS. 	<p>ESTRATEGIA FO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reforzar su portafolio de servicios con terapias alternativas novedosas. - Enfocar sus esfuerzos comerciales en la búsqueda de otro tipo de mercado. (Mayor capacidad de adquisición). - Cambiar estrategia de medios. - Aprovechar la habilitación de servicios en la búsqueda de nuevos convenios y

<p>- Como IPS su competencia directa solo la constituye Biossana y ellos no están especializados en la oferta únicamente de ese servicio, lo que es una desventaja que se puede tomar a favor para Inversalud.</p>	<p>contratos, así como el acceso a nuevos mercados.</p>	<p>oportunidades de venta. - Rediseño y administración de la página Web.</p>
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los entes de control y vigilancia no detectan la oferta informal, lo que constituye competencia desleal. - Disminución de volumen de la demanda. - Poca disponibilidad de especialistas en medicina alternativa. - Forma de contratación de las EPS, de ambos regímenes caracterizada por intereses particulares. 	<p>ESTRATEGIA FA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campaña de concientización al consumidor de confiar su salud a entidades reguladas. - Enfocar su línea de negocios como IPS y salir de la competencia con tiendas naturistas. - Buscar los contratos con EPS teniendo en cuenta que en materia de medicinas alternativas y terapias alternativas no se encuentra oferta variada de prestadores. 	<p>ESTRATEGIA DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la capacidad financiera mediante estrategias de calidad e idoneidad, sin afectar el precio ni entrar a competir con tiendas naturistas. - Hacer de Inversalud un lugar en el cual los especialistas quieran trabajar.

Ahora bien, en resultado de toda la investigación y análisis de la información obtenida, se plantearon las siguientes estrategias de mercadeo para el C.D.A. Inversalud S.A.S. con el propósito de que pueda usar sus ventajas competitivas y las desventajas de su competencia en pro de mejorar sus ingresos y fortalecer su gestión comercial:

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO:

Diferenciar el portafolio de servicios para que represente valor agregado para los clientes, por medio de la inclusión y diversificación de nuevos productos y servicios.

- Ampliar el portafolio de terapias alternativas, las siguientes propuestas surgieron en la búsqueda de reforzar el servicio de terapias alternativas que solo Inversalud tiene habilitado en la región, así:
 - Terapia Megadosis de vitamina C: tratamiento con Ascorbato intravenoso en dosis altas que tiene propiedades antioxidantes que promueven vasos sanguíneos sanos, el colágeno y otros bloques de construcción del cuerpo, previenen desde catarros hasta cáncer.²⁷
 - Yoga: tradicional disciplina física y mental que se originó en la India. La palabra se asocia con prácticas de meditación en el hinduismo, el budismo y el jainismo.²⁸
 - Terapia Reiki: Se colocan las manos sobre una serie de ubicaciones en el cuerpo llamados chakras y la Energía Reiki fluye. Durante un tratamiento, se siente una relajación profunda, una gran sensación de paz.²⁹
 - Terapia del dolor: Combinación de técnicas en busca de mejorar la tolerancia al dolor, tales como calor, hielo, masaje, fisioterapia, estimulación nerviosa eléctrica transcutánea (ENET) y estimulación de la médula espinal.³⁰
 - Terapia Regresiva Reconstructiva (TRR): es un conjunto de técnicas que intentan profundizar en los trasfondos de la mente con una actitud abierta, para observar al ser humano desde otro ángulo de conciencia, guiándolo para que por sí mismo comprenda y resuelva conflictos emocionales no resueltos del pasado³¹
 - Masoterapia (masajes): uso de diferentes técnicas de masaje con fines terapéuticos buscando el tratamiento de enfermedades y lesiones.³²

- Ofrecer especialista en Iridología. (La iridología es el análisis científico de los patrones y estructuras del iris del ojo que localiza las áreas y etapas de inflamación en todo el cuerpo.³³)

- Ofrecer especialista en medicina Tradicional China, una vez por mes.

²⁷ <http://ipscines.com/tratamientos/megadosis-vitamina-c>

²⁸ <https://es.wikipedia.org/wiki/Yoga>

²⁹ <http://terapiareiki.es/es/5/terapia-sesion-reiki>

³⁰ https://www.drugs.com/cg_esp/terapias-no-farmacol%C3%B3gicas-para-el-manejo-del-dolor-en-adultos.html

³¹ <http://robertobaena.com/index.php/psicologia/que-es-la-terapia-regresiva-reconstructiva-o-trr>

³² <http://www.quiromasaje.org/masoterapia/masoterapia-definicion.html>

³³ www.naturisima.org/que-es-la-iridologia

- Dotar el consultorio de optometría y dar uso efectivo a este servicio subutilizado, ya que actualmente solo se está utilizando este servicio de forma extramural (brigadas) con el fin de obtener otro tipo de ingresos y no depender principalmente de farmacia.

ESTRATEGIAS DE PRECIO

- Cobrar consulta de medicina alternativa para poder ofrecer estabilidad laboral a los especialistas.

Adicionalmente con el fin de brindar un complemento al pago y la forma se propone:

- Ofrecer facilidades de pago para tratamientos y terapias, como estrategia diferenciadora.
- Posibilidad de descuentos por nómina.

ESTRATEGIAS DE PLAZA

- Consecución de convenios con fondos de empleados, agremiaciones regionales, sindicatos y demás grupos de interés de las regiones. Poner a cargo estas funciones al gerente.
- Buscar contratación con EPS.

ESTRATEGIAS DE PROMOCION

- Rediseñar y administrar la página Web y redes sociales, habilitar solicitud de citas vía web, publicación de promociones y/u ofertas especiales.
- Reducir a la mitad los recursos invertidos en emisoras, e invertir en promoción de los servicios en reuniones sociales y privadas, capacitaciones y muestras de terapias alternativas en diferentes empresas o focos donde se reúnan personas con capacidad económica de interés para Inversalud.

- Campaña de concientización al consumidor con el fin que confíen la restauración de su salud a entidades reguladas como Inversalud.

ESTRATEGIAS DE SERVICIOS:

- Seguimiento de pacientes y fortalecimiento de servicios posventa.
- Diseñar un plan de beneficios para las personas que ya se han hecho tratamientos en Inversalud. (descuento del 20% en tratamientos y terapias alternativas).
- Buscar bonos de descuentos para usuarios de Inversalud en entidades con las que se tengan los convenios.
- Incluir en los mecanismos de servicio al cliente de Inversalud: call center, formulario de contacto en página Web y redes sociales.
- SIAU (Sistema Integral de Atención al Usuario) vía Web.

9. CONCLUSIONES

- El mercado de Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) en las regiones Comunera y Guanentina del Departamento de Santander está en crecimiento y poco a poco ha logrado zafarse de la fuerte creencia de las personas que la relacionan con brujería, charlatanería y magia.
- La radio es un medio de comunicación efectivo, pero es usado principalmente por las tiendas naturistas, se deben buscar nuevas maneras de llegar a nuevos clientes con mayor capacidad adquisitiva.
- Las secretarías de salud municipales no ejercen a cabalidad su función de control sobre las campañas o brigadas de salud en medicina alternativa adecuadamente.
- El estado colombiano debe legislar más sobre el ejercicio de la Medicina Alternativa y Complementaria (MAC) en Colombia y abrir puertas para que se pueda diversificar la oferta de servicios y ampliar la participación de dicha rama de la medicina en los escenarios públicos y privados, así como propender por aumentar la oferta educativa en instituciones públicas y privadas para aumentar la oferta de profesionales que garanticen la calidad y seguridad de los procedimientos.
- No se identificó oferta innovadora de la competencia, por ello es importante que el C.D.A. Inversalud S.A.S. resalte las ventajas competitivas detectadas que le dan la oportunidad de ser líder en el mercado.
- La empresa debe competir con las IPS y enfocarse en este tipo de servicios, apoyar otras líneas de negocios y fortalecer los ya prestados.
- Aprovechar mejor sus recursos administrativos y locativos buscando fortalecer los otros servicios, para que la farmacia deje de ser la principal fuente de ingresos.
- Conceptos adquiridos durante la especialización en administración de servicios de salud, como desarrollo empresarial, administración de servicios de salud y gestión humana entre otros, aportan a la práctica en el C.D.A. Inversalud S.A.S. en el diseño de estrategias para el fortalecimiento no solo de su gestión comercial, sino integralmente.

- La presente monografía aporta a C.D.A. Inversalud S.A.S. importantes herramientas para la mejora de su gestión comercial y aportes valiosos que en la práctica le permitirán mejorar su actual estado financiero.

10.RECOMENDACIONES

- Promocionar la denuncia de la oferta ilegal de servicios de salud alternativa para evitar el mal nombre del gremio y aumentar la confianza de los usuarios.
- Agremiar a los prestadores de salud legalmente constituidos con el fin de hacerse notar en la región y tener capacidad de legitimación y solidificación del negocio en la región.
- Los ofertantes de servicios de salud serios, deben ofrecer más y mejor información a sus usuarios acerca de los servicios ofertados, como también mejorar la capacidad operativa y administrativa para lograr la excelencia en la prestación del servicio.
- Las IPS y en general los prestadores de servicios de salud legalmente constituidos deben exigir a las autoridades el cumplimiento de sus funciones de control sobre la oferta ilegal que es preponderante en la región.
- Promover en las facultades de salud regionales y nacionales los estudios de postgrado en medicina alternativa, con el fin de que exista mayor cantidad de profesionales dedicados a ella y poder acceder a sus servicios más fácil y de manera más rápida.
- Promover la mayor producción científica e investigativa en las organizaciones dedicadas a ello como universidades y centros de investigaciones públicos y privados en temas de MAC para legitimar el ejercicio de manera eficaz.

BIBLIOGRAFÍA

- CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA E NAVEGACIÓN DE SANTIAGO DE COMPOSTELA. [sitio web]. Santiago de Compostela (España): Manual Práctico de Benchmarking. [Consultado 21 Septiembre 2016]. Disponible en: <http://www.camaracompostela.com/bench/manual.pdf>
- COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 0126 (20, enero, 2009). Por la cual se establecen las condiciones esenciales para la apertura, funcionamiento, vigilancia y control sanitario de las tiendas naturistas y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C. 2009, 5 p.
- COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 4796 (27, noviembre, 2008). Por medio de la cual se reglamenta la atención por brigadas o jornadas de salud, se adoptan estándares de condiciones técnico - científicas para la habilitación de unidades móviles acuáticas y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C. 2008, 4p.
- COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 2003 (28, Mayo, 2014). Por la cual se definen los procedimientos y condiciones de inscripción de los Prestadores de Servicios de Salud y de habilitación de servicios de salud. Bogotá D.C. 2014, 225 p.
- GUSTAVO NEFFA, Ciclo de vida de una empresa: de Startup a empresa madura [en línea]. Argentina: Grupo Saxo Bank, 17 Junio 2015, parte II [Consultado 13 Octubre 2016]. Disponible en: <https://latin.tradingfloor.com/articulos/ciclo-de-vida-de-una-empresa-de-startup-a-empresa-madura-parte-ii-5224978>
- LARA CUELLAR, Leonardo. Hacia una caracterización de los programas de postgrado en medicina alternativa en Colombia. [En Línea]. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional. [Citado el 10 de Agosto de 2016].

Disponible

en:

<http://www.bdigital.unal.edu.co/4131/1/leonardolaracuellar.2011.pdf>

- PINTO BARRERO, Manuel Ignacio. Integración de la Medicina Alternativa en los Servicios de Salud en Colombia. [En Línea]. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional. [Citado el 8 de Agosto de 2016]. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/7703/1/manuelignaciopintobarrero.2012.pdf>
- ROJAS ROJAS, Alejandra. Servicios de Medicina Alternativa en Colombia. Revista Salud Pública [En Línea]. 2012, mayo-junio, 14 (3). 468-477. [Consultado 10 Agosto 2016]. Disponible en: <http://www.scielosp.org/pdf/rsap/v14n3/v14n3a10.pdf>
- SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE SALUD. [sitio web]. Bogotá: Supersalud, Objetivos y Funciones. [Consultado 10 Octubre 2016]. Disponible en: <https://www.supersalud.gov.co/es-co/delegadas/supervision-institucional>
- U.S. DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES (HHS), NATIONAL INSTITUTES OF HEALTH (NIH), NATIONAL CENTER FOR COMPLEMENTARY AND ALTERNATIVE MEDICINE (NCCAM). [sitio web]. Estados Unidos: Encuesta sobre uso de las MAC en Estados Unidos en el 2007. [Consultado 20 Septiembre 2016]. Disponible en: <https://nccih.nih.gov/sites/nccam.nih.gov/files/informaciongeneral.pdf>

ANEXOS

1. Anexo A: Estructura Base de Datos, Prestadores de servicios de Salud Provincias Comunera y Guanentina de Santander

DEPARTAMENTO	PROVINCIA	MUNICIPIO	go_habilita	NOMBRE	NIT	clpr_nom	DIRECCION	TELEFONO	FAX	EMAIL	GERENTE	NIVEL	fecha_ver	PERSONE	naju_nom	numero_s	Medicinas

2. Anexo B: Estructura cuadro comparativo de la Competencia directa y referentes nacional e internacional

Variables	COMPETENCIA DIRECTA			REFERENTE NACIONAL	REFERENTE INTERNACIONAL
Antigüedad					
Regiones Atendidas					
Sedes					
Misión					
Visión					
Portafolio					
Información Financiera 2015 (Miles de pesos) Tomado de su respectiva pagina Web					
Convenios - Clientes					
Slogan					
Servicio al cliente					
Ventaja Competitiva			95		
Fuente de información					

3. Anexo C: Base de datos Prestadores de servicios de Salud Provincias Comunera y Guanentina de Santander. Ver anexo en la carpeta adjunta al cd.
4. Anexo D: Cuadro Comparativo de la Competencia directa y referentes nacional e internacional. Ver anexo en la carpeta adjunta al cd.