



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

PLAN ESTRATEGICO DE MARKETNG PARA EL CENTRO DE DIAGNÓSTICO MÉDICO “OSTEOSALUD”

Elaborado por: IRLANDA GALLARDO APOLO

Director de Tesis: ING. MARCO PAZOS

Enero, 2015

Antecedentes



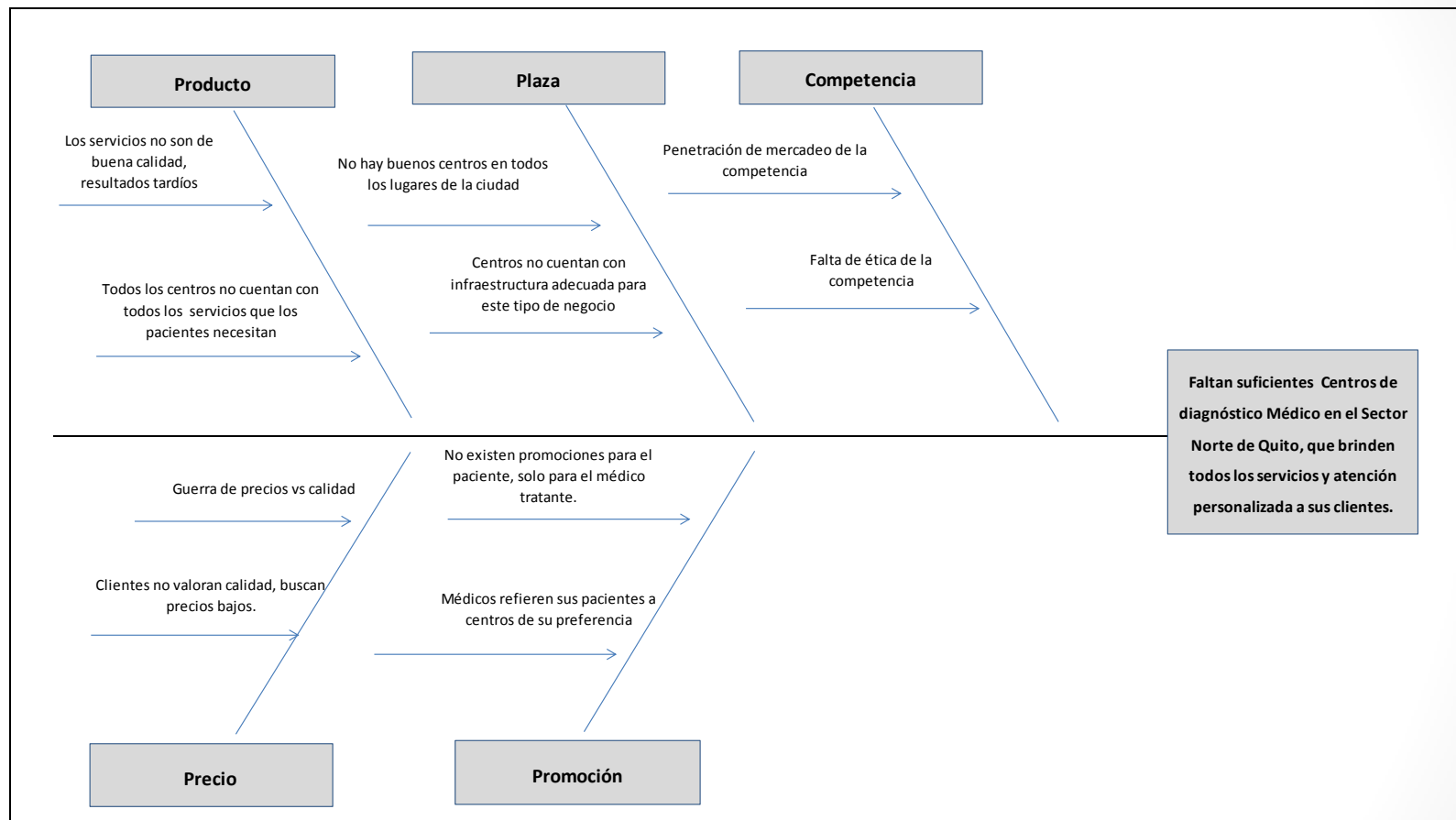
GIRO DEL NEGOCIO



RESEÑA HISTÓRICA



Problemática



ANÁLISIS SITUACIONAL

Macroambiente



Factores económicos



Factores Socio Culturales



Factores Tecnológicos



Factores Ecológicos

ANÁLISIS SITUACIONAL

Microambiente



Competencia



Servicios Sustitutos



Proveedores

ANÁLISIS SITUACIONAL

Análisis Interno



Estructura Orgánica



Área Médica



Área Administrativa Financiera



Área de Comercialización

ANÁLISIS FODA

FODA

FORTALEZAS

F1 Excelente ubicación (antiguo local Clínica de Osteoporosis).

F2 Experiencia y conocimiento del manejo de este negocio.

F3 Cartera de clientes para hacer contacto y seguimiento.

F4 Precios competitivos.

DEBILIDADES

D1 Competencia agresiva

D2 Manejo inadecuado información.

D3 No se cuenta con todos los servicios que requieren.

OPORTUNIDADES

O1 Tendencia del PIB es a la baja, el Estado no tendrá dinero para invertir.

O2 Los habitantes tienen un mayor grado de instrucción. Ahora se realiza medicina preventiva.

O3 La Red de Salud Pública amplió su cobertura a las empresas privadas, con la contratación de servicios.

AMENAZAS

A1 Remesas de migrantes a la baja, sus familias no dispondrán de circulante para invertir en salud.

A2 Gobierno cambie leyes, nuevas regulaciones para Centros de Diagnóstico.

A3 El Estado invierta en infraestructura y ya no contrate servicios médicos

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

Evaluar si el mercado de Centros de Diagnóstico Médico de Quito está saturado, o existe demanda insatisfecha en el cual pueda ingresar OsteoSalud a competir.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Geográficas	
Región del mundo o país	Ecuador
Región del país	Sierra - Pichincha - Quito
Tamaño de la ciudad	351,353 habitantes (sector norte de la ciudad)
Densidad	Urbana
Demográficas	
Edad	De 18 a 65 años
Género	Masculino, femenino
Ingresos	Más de US \$ 319,00
Ocupación	Todos

Tamaño de la muestra

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{351.353 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (351.353 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

N = Universo (351.353)

Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = Proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 - p (en este caso 1 - 0.05 = 0.95)

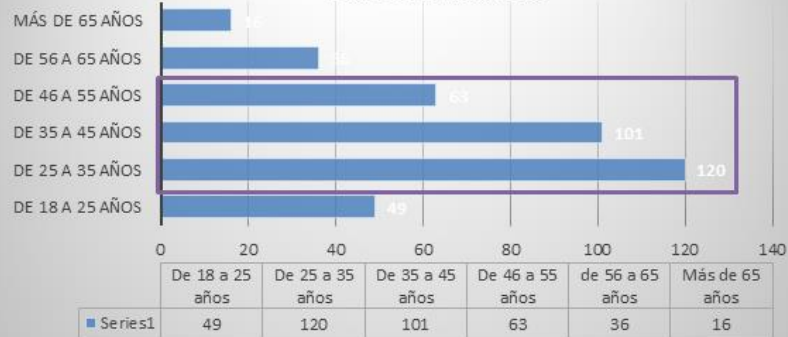
d = Precisión (en su investigación use el 5%)

$$n = \frac{337,439}{879}$$

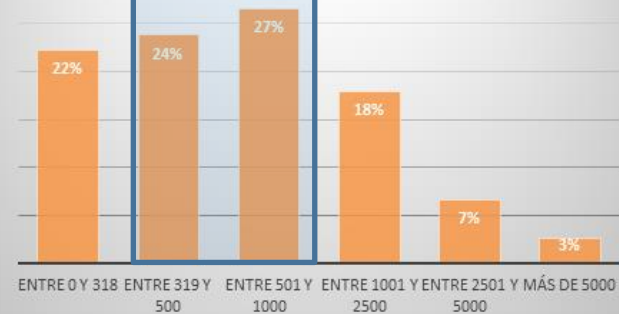
$$n = 384$$

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

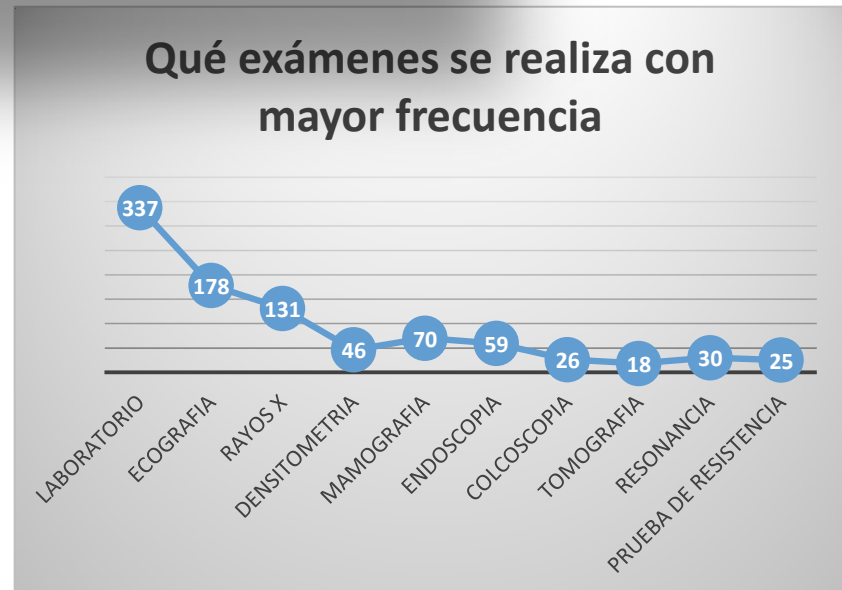
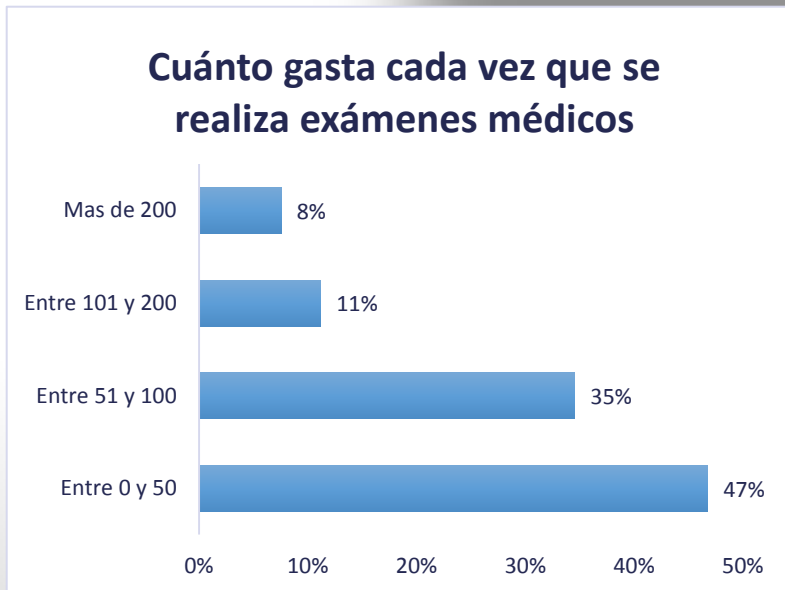
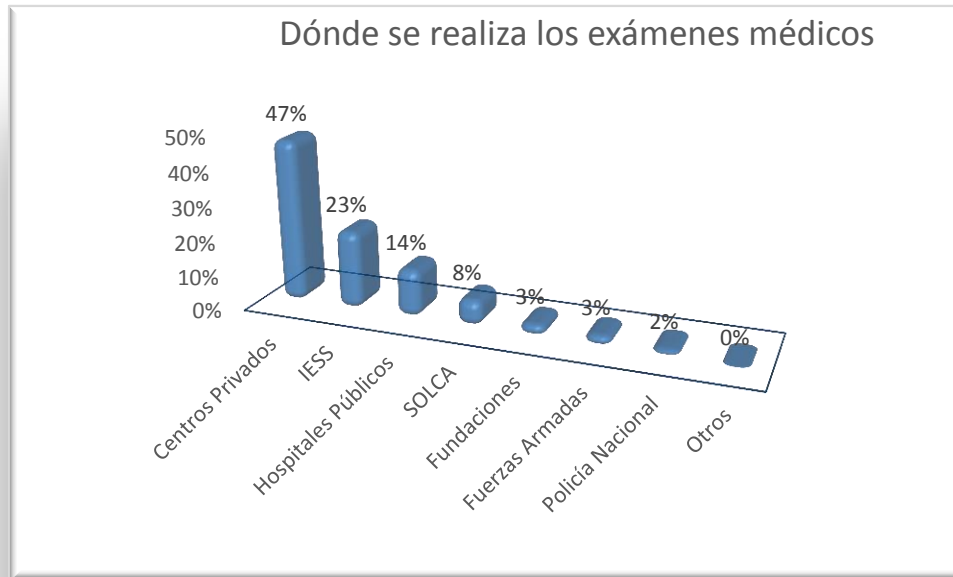
Edad Muestra



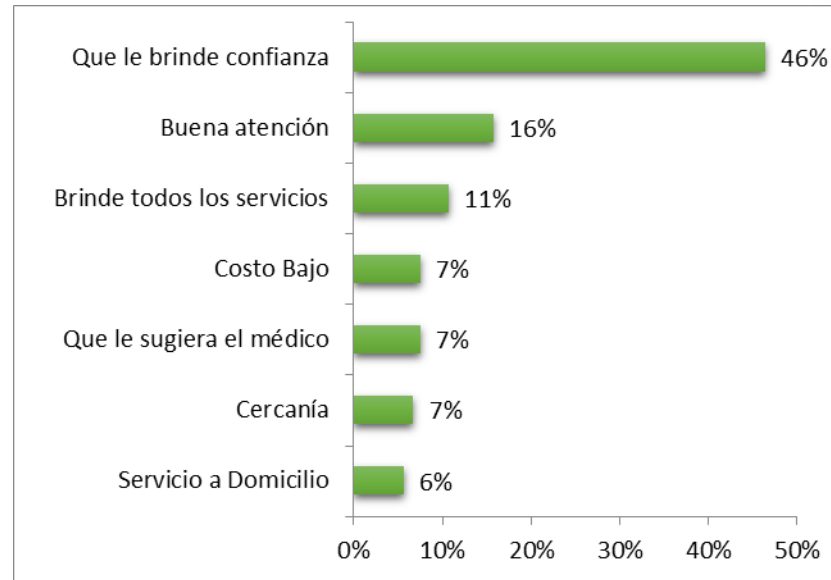
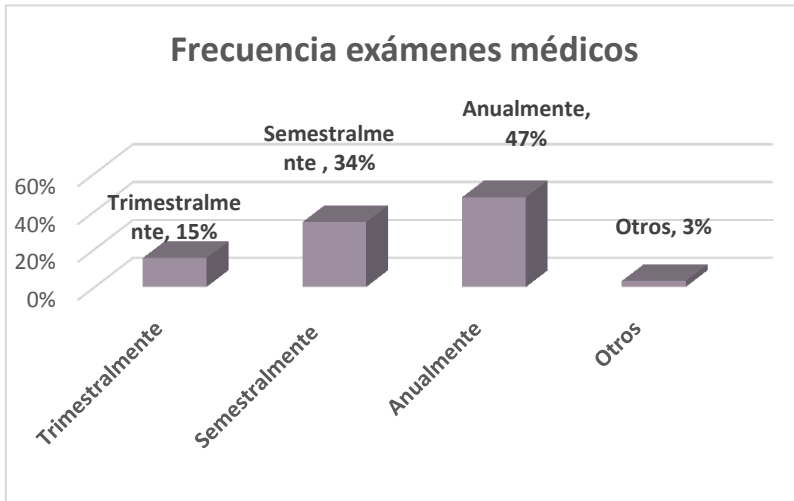
NIVEL DE INGRESOS



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

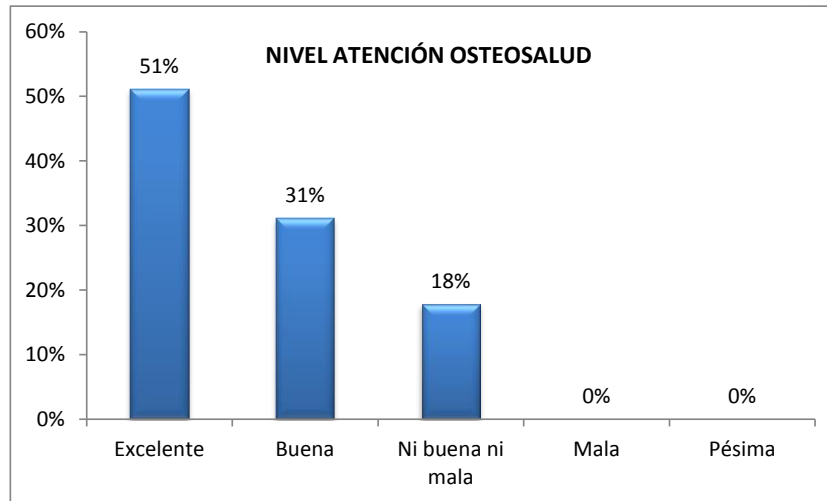
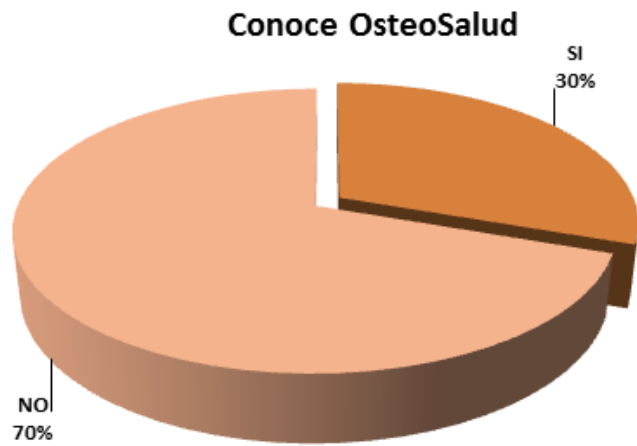


INVESTIGACIÓN DE MERCADO



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Conocimiento OsteoSalud

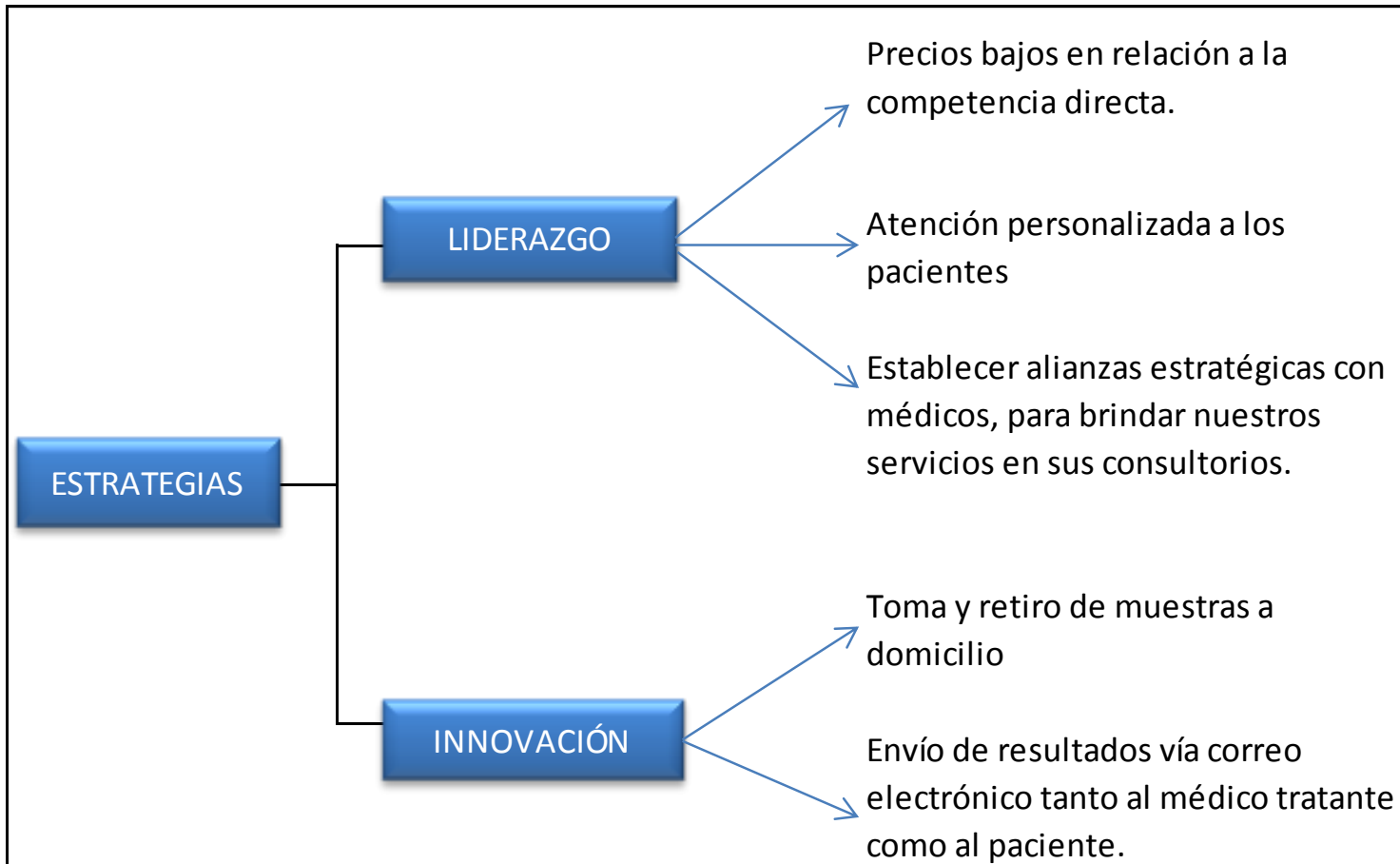


Objetivos y Estrategias

OBJETIVO GENERAL

Posicionar a OSTEOSALUD dentro del mercado de Centros de Diagnóstico Médico de la ciudad de Quito.

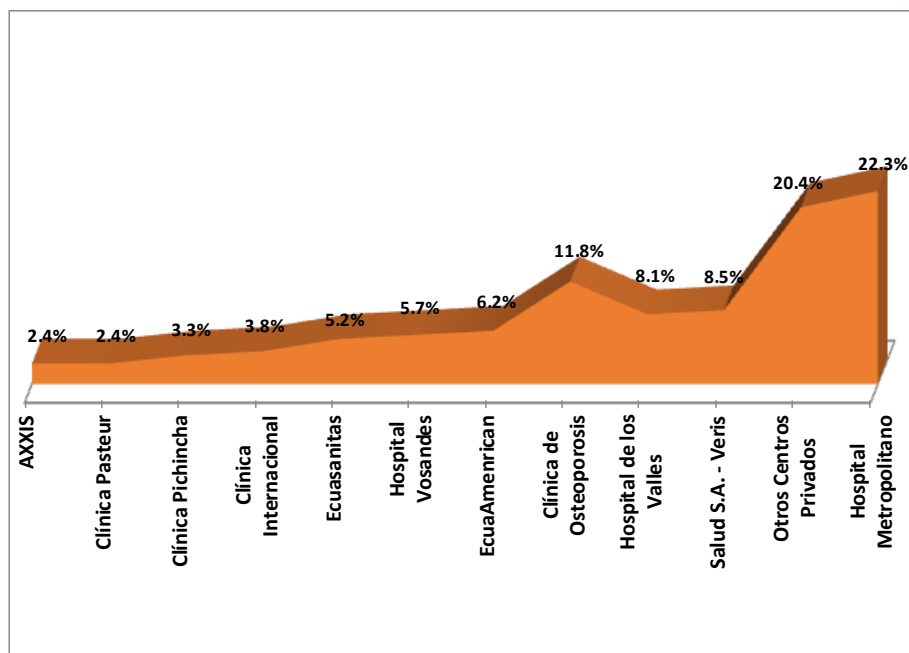
ESTRATEGIAS



Estudio de Mercado

Cálculo de la Oferta

Centro de Diagnóstico Médico	% Participación	Valos US \$
AXXIS	2.4%	715,313
Clínica Pasteur	2.4%	715,313
Clínica Pichincha	3.3%	1,001,438
Clínica Internacional	3.8%	1,144,500
Ecuasanitas	5.2%	1,573,688
Hospital Vosandes	5.7%	1,716,751
EcuAmenrican	6.2%	1,859,813
Hospital de los Valles	8.1%	2,432,064
Salud S.A. - Veris	8.5%	2,575,126
Clínica de Osteoporosis	11.8%	3,576,564
Otros Centros Privados	20.4%	6,151,690
Hospital Metropolitano	22.3%	6,723,940
Oferta Total	100.0%	30,186,200

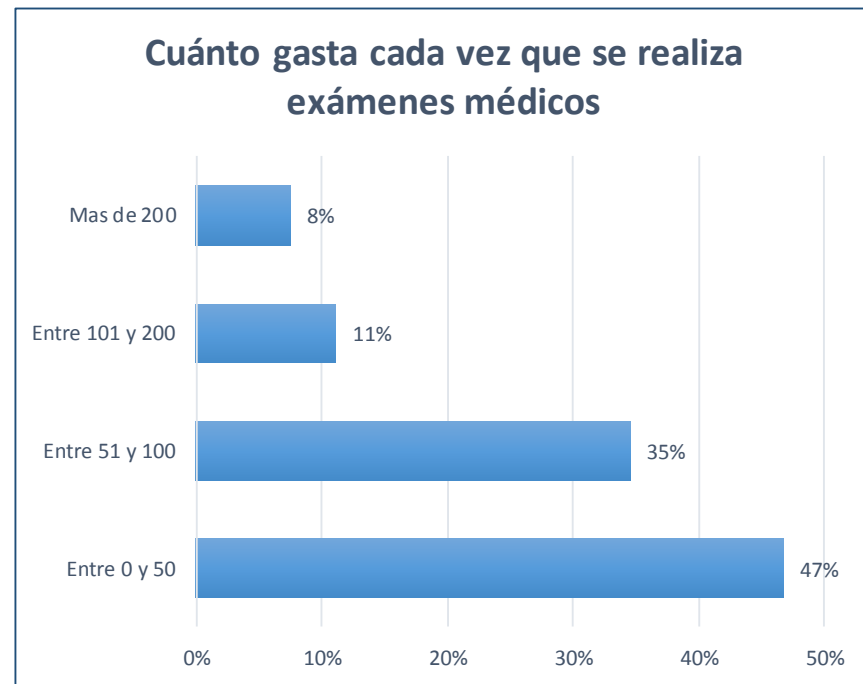


Estudio de Mercado

Cálculo de la Demanda

Grupo objetivo	351,353
Frecuencia de visitas	1.82
Número de visitas	637,710

Cuanto gasta en cada visita	Porcentaje de participantes	Demanda Anual
\$25.00	47%	7,453,753.25
\$75.00	35%	16,522,486.36
\$150.00	11%	10,683,712.99
\$200.00	8%	9,607,059.74
Total Demanda	100%	44,267,012.34

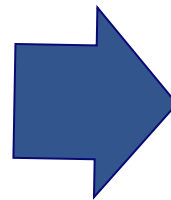


Estudio de Mercado

DEMANDA INSATISFECHA = US \$ 14.080.812

Oferta

US \$ 30.186.200



Mercado Libre

US \$ 14.080.812

Demanda Actual

US \$ 44.267.012

OsteoSalud

Misión

- Brindar un servicio de calidad, confiabilidad y respeto al cliente, con procedimientos totalmente automatizados, logrando precisión y oportunidad en la entrega de resultados, para lo cual contamos con equipos modernos con tecnología de punta.

Visión

- Ser los mejores en el área de diagnóstico médico, adelantándonos a las necesidades de los pacientes, ofreciéndoles servicios de calidad.

Valores

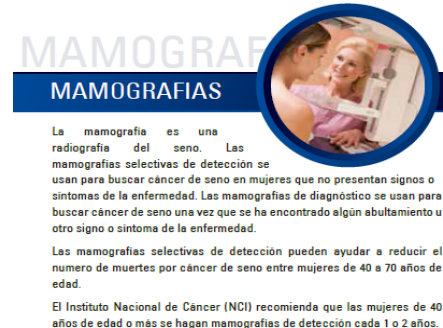
- Honestidad, Integridad y Puntualidad

Principios

- Pacientes, Colaboradores, Médicos, Proveedores y Sociedad

Plan Operativo de Marketing

Producto o Servicio



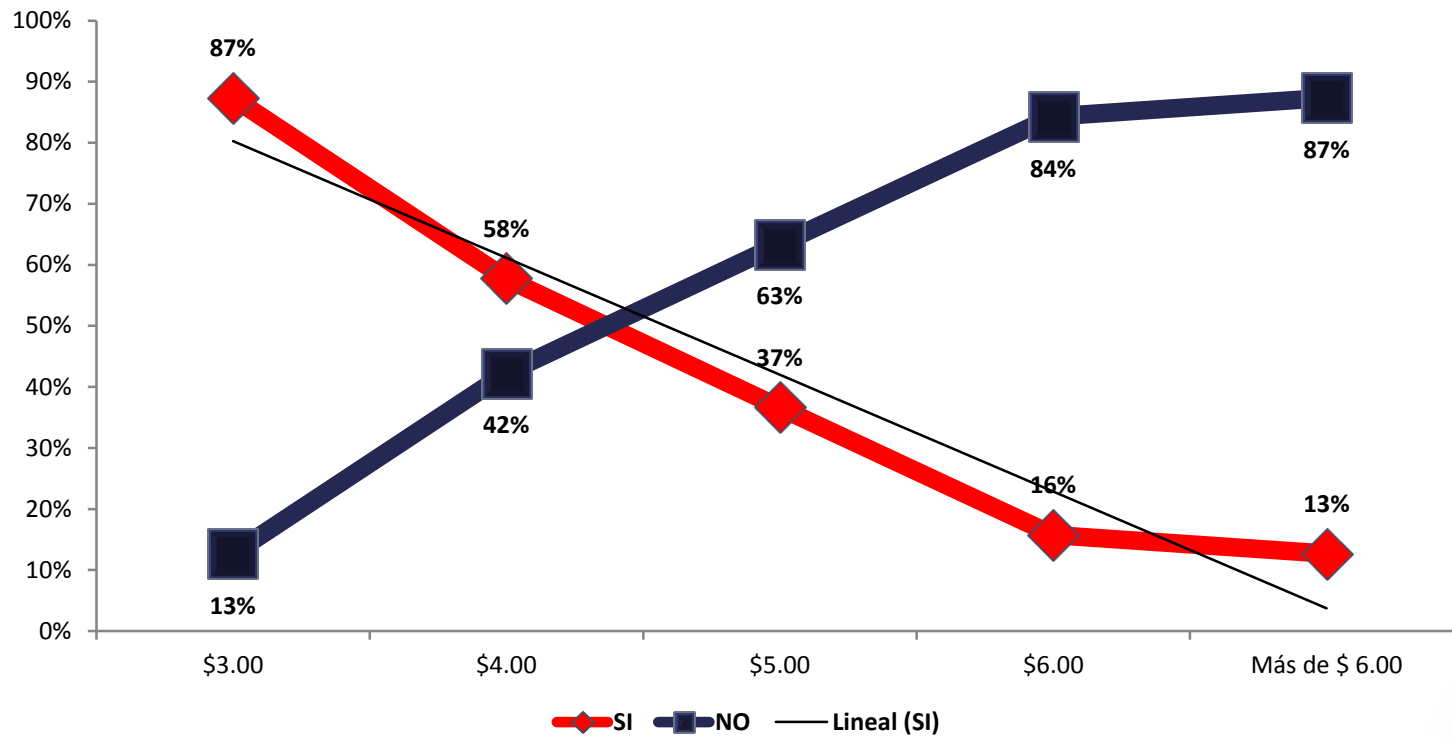
Plan Operativo de Marketing

Precio

Examen	Osteosalud	EcuAmerican	% Variación Osteosalud vs EcuAmerican	Clínica de Osteoporosis	% Variación Osteosalud vs Clínica de Osteoporosis
ECOGRAFIAS					
ECO PELVICO	25,00	30,00	-17%	28,56	-12%
ECO TIROIDES	25,00	30,00	-17%	28,56	-12%
ECO. TRANSVAGINAL	28,00	36,00	-22%	35,50	-21%
ECO MAMARIO	25,00	30,00	-17%	28,89	-13%
ECO. DOPPLER RENAL	50,00	60,00	-17%	64,17	-22%
ECO. OBSTETRICO	36,00	44,85	-20%	42,66	-16%

Plan Operativo de Marketing

Plaza (Servicio a Domicilio)



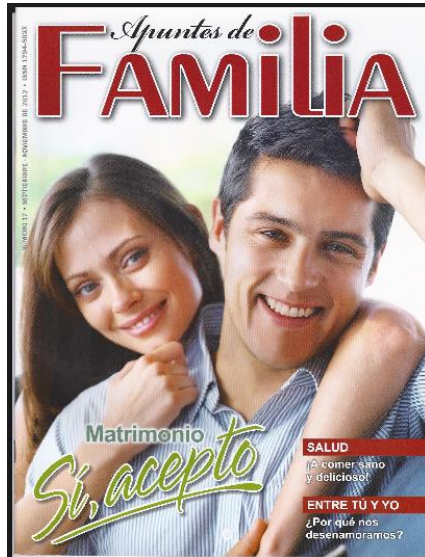
Plan Operativo de Marketing

Personal (Fuerza de Ventas)



Plan Operativo de Marketing

Promoción



OSTEOSALUD - Inicio
www.osteosalud.net/

http://www.paginasamarillas.info.ec/empresa/osteosalud-qui

Encuentre todo acerca de O...

500 x 355 - clasesdecoraci... Galería de Web Slice Google

paginas amarillas.info.ec

REM
REMOLQUES I

Qué Busca:

Comida Rápida

Sugerencia: Restaurantes, Ferreterías, Pizza

Rastreo Satelital
Contrata 1 Año de Servicio y Recibe In

Información y Servicios **Sucursales**

1 OSTEOSALUD

AV. REPÚBLICA 17-54 Y AZUAY
Quito, Ecuador
Ver Teléfono
Califica a: OSTEOSALUD
☆☆☆☆☆ Calificaciones: 0

Evaluación Financiera

EVALUACION FINANCIERA - ESCENARIO NORMAL				
CONCEPTO	TASA INTERNA DE RETORNO	VALOR ACTUAL NETO	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	BENEFICIO - COSTO
RESULTADO	38.46%	162,473.67	2.48	1.09
TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO	17.92%	17.92%	17.92%	17.92%
ACCION	Aceptar	Aceptar	Aceptar	Aceptar
RAZON	TIR>Ko	VAN >0	PRI < VIDA PROYECTO	B/C>1

Conclusiones

- Ante la problemática de no contar con Centros de Diagnóstico Médico que brinden un servicio integral, con precios competitivos, con servicios enfocados directamente a los pacientes, fue necesario conocer los factores relevantes del mercado.
- El conjunto de estrategias están enfocadas al producto/servicio, fundamentado en la experiencia de su equipo médico, complementado con equipos modernos que garantizan los resultados de los exámenes requeridos por los pacientes, por lo tanto se ha definido el nombre de **OsteoSalud**, cuyo logotipo define los servicios que se brindan, y con la finalidad de la que la marca sea recordada desde el punto de vista de identidad, nos apoyamos con el slogan *“EXPERIENCIA Y TECNOLOGIA A SU SERVICIO”*.
- Para lograr penetrar en el mercado del diagnóstico médico, realizamos una investigación de mercado para conocer la situación actual, y adoptamos la estrategia de precios bajos, con la finalidad de captar a aquellos pacientes para quienes es relevante precios económicos.
- Para darnos a conocer a los médicos tratantes, nuestra estrategia es realizar visita médica a través de promotoras, quienes ofrecen todo el portafolio de servicios.
- A través del estudio de mercado logramos establecer que existe un 5% de la población para quienes es muy importante que les brindemos servicio a domicilio, por lo que nuestra estrategia será aprovechar esta oportunidad.

Recomendaciones

- Realizar un seguimiento de la satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio recibido ya sea por OsteoSalud y por los demás Centros de Diagnóstico Médico, y en función de los resultados obtenidos direccionar, modificar y retroalimentar el proceso del plan estratégico de marketing.
- Para la eficiencia de la aplicación del plan estratégico es necesario plantearse una campaña periódica y permanente de monitoreo respecto a los precios del mercado ofertante, y determinar el comportamiento para ir realizando los ajustes necesarios en la estrategia planteada.
- Con respecto al canal de distribución realizar la investigación y evaluación de diferentes alternativas a las ya propuestas, con la finalidad de tener un mayor alcance de servicio y obtener un mejor aprovechamiento de la infraestructura instalada, y captar un mayor porcentaje de la demanda insatisfecha.
- Plantear opciones de cobertura a nivel del sector público (Red Nacional de Salud), y mejorar los acuerdos de negociación con respecto a los médicos tratantes, y con ello ampliar la cartera de clientes. Además analizar la posibilidad de alianzas estratégicas con instituciones que se logre complementar el servicio con la capacidad instalada de OsteoSalud.
- Siguiendo con la iniciativa de la investigación se recomienda analizar la incursión de la marca de OsteoSalud en redes sociales con la finalidad de determinar la viabilidad de una posible estrategia en este medio de comunicación.

GRACIAS...

Objetivos Específicos

Definir las generalidades que se relacionan con el diagnóstico médico.

Establecer la situación actual del Centro de Diagnóstico médico "OsteoSalud"

Realizar la investigación de mercado para conocer cuánto gastan actualmente los pacientes en exámenes médicos, Indagar, ¿Qué valoran los pacientes en un examen médico, e Investigar cuáles son los exámenes médicos que más se realizan.

Definir los objetivos y diseñar las estrategias para el cumplimiento del propósito organizacional.

Preparar el plan operativo de marketing para la ejecución de las estrategias diseñadas

Realizar el estudio y la evaluación financiera para determinar la viabilidad y el impacto de la propuesta planteada.

Participación de Mercado

Población	Centros privados	Edades	Ingresos	Frecuencia	Participación actual OSTEOSALUD	Gasto por paciente	Ingreso anual
351,353	0.54	0.77	0.74	1.82	1%	32.83	12
	189,731	146,093	108,109	196,218	2,065	67,796	813,553

