

Plan de marketing de un centro de medicina Ocupacional en Quito



Realizado por: Bolívar Zurita

Antecedentes

- ▶ Laboratorio Ecuá–American es una empresa líder en su rama, que desde el año de 1986 brinda a la ciudad de Quito el servicio de Laboratorio clínico, hormonal, bacteriológico e histopatológico.

ANTECEDENTES

- ▶ Brinda sus servicios con el compromiso de mantener alta calidad técnica en todos sus procesos, personal calificado, capacitación continua y absoluta precisión por la satisfacción de nuestro paciente y para el médico.

ANTECEDENTES

- ▶ Las exigencias actuales respecto al cumplimiento de la normativa referente a la Medicina Ocupacional en el Ecuador, se han convertido en uno de las prioridades al interior de las empresas, pues las entidades de control ejercen un estricto control de cumplimiento de lo establecido por las leyes.

CODIGO DE TRABAJO Y SU REGLAMENTO (ARTICULO 425)

- ▶ Que es necesario que los servicios médicos de empresa, orienten su actividad a la prevención de los riesgos ocupacionales, en orden a la protección integral del trabajador, así como de la productividad empresarial.
- ▶ Que igualmente se hace indispensable completar el Reglamento a expedirse con las disposiciones referentes a los Servicios Médicos de Empresas para que concuerde con el Reglamento de Seguridad e Higiene de Trabajo expedido por el IESS, el 29 de septiembre de 1975; y,

Acuerda:

- ▶ Expedir el siguiente REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS MÉDICOS DE EMPRESAS encargando su aplicación, control y cumplimiento a los organismos correspondientes del Ministerio de Trabajo y Bienestar Social y del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

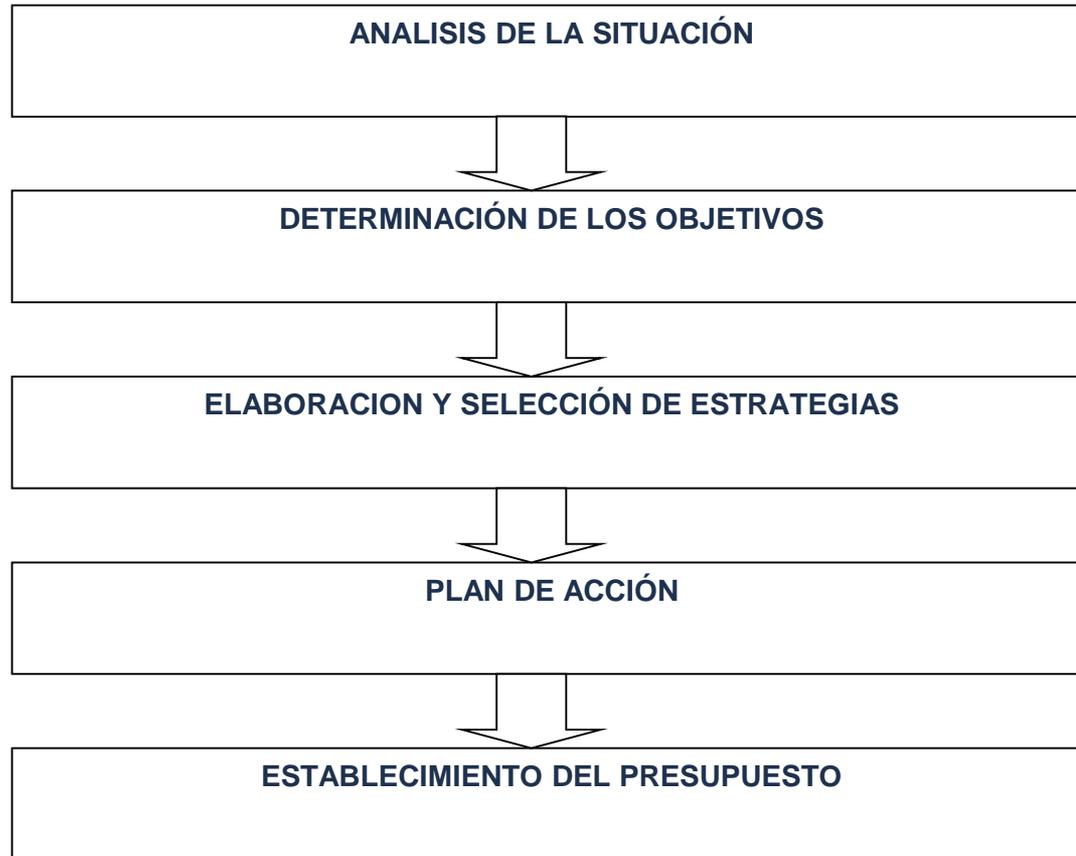
Marco legal

- ▶ “Art. 4.– Las empresas con cien o más trabajadores organizarán obligatoriamente los Servicios Médicos con la planta física adecuada, el personal médico o paramédico que se determina en el presente Reglamento.

Marco legal

- ▶ Art. 5.- (Reformado por el Art. 2 del Acdo. 0524, R.O. 825, 4-V-79).- Las empresas con un número inferior a 100 trabajadores que deseen organizar un servicio médico, podrán hacerlo independientemente o asociarse con otra empresa.

ETAPAS PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING



ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

- ▶ Laboratorios Ecu-American cuenta actualmente con un buen posicionamiento en el mercado por sus servicios de laboratorio clínico e imagen diagnòstica, mas ha decidido incursionar en los servicios de Salud Ocupacional, lo que ha generado una necesidad de difusion de dichos servicios.

Objetivo General

- ▶ Convertirse en líder del mercado de medicina ocupacional en la ciudad de Quito, incrementando las ventas por servicios.

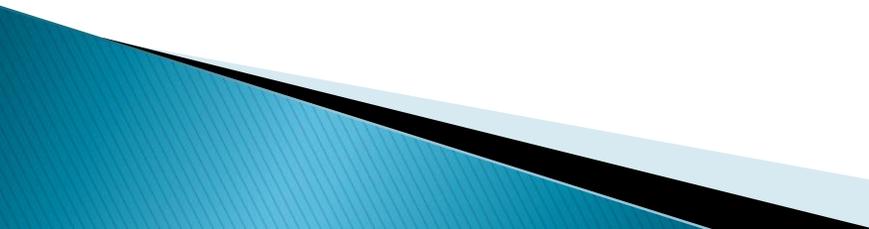
Objetivos Específicos

- ▶ Captar un 5% de las empresas locales que deben cumplir con los requerimientos de ley para finales del 2013, como resultado de la puesta en marcha del plan de marketing.
 - ▶ Posicionarnos en el top of mind de las empresas locales como el mejor proveedor en el área de medicina ocupacional.
- 

Estrategias

- ▶ Captar el mercado de las empresas que deben cumplir con la reglamentación de Medicina Ocupacional para desarrollarlo adecuadamente, aprovechando que las entidades de control gubernamentales ejercen actualmente un control más grande sobre las empresas.
- ▶ Diseñar programas de atención para mejorar la calidad y eficiencia del servicio; que fidelice a los clientes actuales y permita ganar clientes potenciales. Esto es basándonos en la confianza existente en la empresa actualmente y en los resultados de la encuesta.

Estrategias

- ▶ Asignar presupuesto para investigación y desarrollo de productos y servicios de mejor calidad para poder penetrar en los mercados externos.
 - ▶ Analizar alianzas estratégicas con entidades de salud , lo que nos permitirá atender un mercado más grande y de esta manera .
 - ▶ Diseñar e implementar estrategias competitivas para enfrentar a la competencia en el mercado. En un mercado relativamente nuevo es importante lograr la diferenciación sobre la competencia.
- 

Estrategias

- ▶ Mediante el diseño de un plan de marketing , su implantación y su debida justificación , podremos generar una nueva cultura interna y un presupuesto anual , lo que nos permitirá trabajar con mayor planificación y con objetivos claros en el área de mercadeo.

Plan de acción

Etapas del Plan Promocional

Etapa	Acciones Programadas
A	<ul style="list-style-type: none">• Publicidad en radio y prensa locales, para darnos a conocer y posicionarse.• Oferta al mercado objetivo .• Introducción de nuevos servicios de medicina ocupacional.
B	<ul style="list-style-type: none">• Contacto de los clientes potenciales con los servicios de medicina ocupacional.• Realización de desayunos de trabajo y entrega de material promocional entre asistentes .
C	<ul style="list-style-type: none">• Distribución de folletería promocional. través de la prensa (2 x 1, pruebas gratuitas)• Distribución de regalos publicitarios entre los primeros clientes, en la ejecución del Plan de Marketing.

Plan de Acción

D	<ul style="list-style-type: none">• Monitoreo de la Web del Centro de Medicina Ocupacional “Ecu American”, y del portafolio de servicio de medicina ocupacional.
E	<ul style="list-style-type: none">• Auspicio de determinados programas de radio con participación de un portavoz de Ecu-American hablando como invitado.• Participación en eventos como ferias, congresos .

Presupuesto anual de promoción

1er año

RUBROS/PROMOCIÓN	No. UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Diseño página web (interactiva)	1	1000,00	1000,00
Folletería	2000	0,10	200,00
Obsequios	300	3,50	1050,00
TOTAL/COSTO PROMOCIÓN			2.250,00

Presupuesto

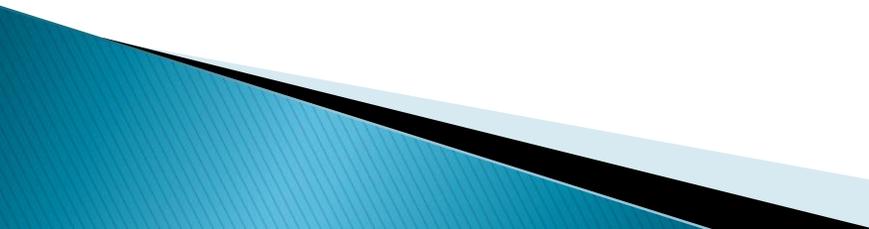
Presupuesto anual de publicidad

MEDIOS	TIPO DE ANUNCIO	COSTO	VALOR MES
TELEVISION		0,00	0,00
PRENSA ESCRITA	1/8 PAG		\$ 8.000,00
RADIO	30 segundos		\$ 5.000,00
REVISTAS LIDERES DINERS EKOS	1/4 pagina		\$ 3.000,00
Total			\$ 16.000,00

Conclusiones

- ▶ En estas circunstancias el Centro de Medicina Ocupacional “EcuA American” se dedica a la actividad de prestación de servicios de medicina ocupacional, y en la actualidad requiere de un Plan de Marketing que le permita incrementar sustancialmente las ventas, respecto al período 2011.
- ▶ Se realizó un estudio de mercado que permitió identificar que menos del 55% de las empresas encuestadas cuentan con un plan de medicina ocupacional; lo cual se constituye en una oportunidad de mercado para atender a este segmento insatisfecho es decir hay necesidad de aplicación de un Plan de Marketing.

Recomendaciones

- ▶ Realizar un seguimiento cercano a las diferentes actividades que se realizan a nivel de Cámaras, gremios ,etc. Esto permitirá actuar a tiempo y con presencia de marca en los diferentes eventos generar familiaridad con clientes.
 - ▶ Crear seguimiento constante a lo que sucede en la web , una buena parte de nuestros clientes mantiene activas sus redes sociales y esto constituye un canal directo de comunicación y de información.
- 

Recomendaciones

- ▶ El desarrollo de actividades con clientes por parte de la empresa aplicando la metodología CRM (Customer Relationship Management) , permitirá que el Centro de Medicina Ocupacional Ecu–American, conozca de primera mano las necesidades de sus principales clientes, de existir cambios en políticas de las empresas o si se presentan cambios en directivas, etc. Mantener actualizada una base de datos de las principales autoridades de las empresas con las que nos interesa mantener relaciones comerciales.