

PLAN DE MERCADEO SERVICIO DE AUDIOLOGÍA CENTRO DE ATENCIÓN
INTEGRAL A LA COMUNIDAD

LISSA LORENA MOSQUERA PALACIOS

CLAUDIA MARCELA PARRA MOLINA

JULIANA YÉPES SALAZAR

CENTRO DE ATENCIÓN INTEGRAL A LA COMUNIDAD
SERVICIO DE AUDIOLOGÍA

ASESORA

MARIA TERESA TORRES

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARIA CANO

PROGRAMA DE FONOAUDIOLOGIA

MEDELLÍN

2003

Plan De Mercadeo Servicio de Audiología Centro de Atención Integral a la
Comunidad

Lissa Lorena Mosquera Palacios

Claudia Marcela Parra Molina

Juliana Yépes Salazar

Centro de Atención Integral a la Comunidad
Servicio de Audiología

Trabajo para Optar al Título de Fonoaudiólogas

Fundación Universitaria Maria Cano
Programa de Fonoaudiología

Medellín

2003

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
AGRADECIMIENTOS	8
INTRODUCCIÓN	9
JUSTIFICACIÓN	10
1. MARCO CONCEPTUAL	12
1.1 MERCADEO	
1.2 MERCADO	
1.3 PORTAFOLIO DE SERVICIOS	12
1.3.1 Competencia	12
1.4. MERCADERO EN SALUD	12
1.4.1 Productividad	13
1.4.2 Eficiencia	13
1.4.3 Competencia en Mercado de Salud	13
2. PRESENTACIÓN	14
2.1 MISION	14
2.2 VISION	15
2.3 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS	16
2.4 POLITICAS DE LA INSTITUCION	16
2.5 RESEÑA HISTÓRICA	17
3. ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO	20

3.1 ANÁLISIS DE LA COMPAÑÍA Y DEL SERVICIO	20
3.1.1 Negocio	20
3.1.2 Mercado	20
3.1.3 Mercado Meta	20
3.1.4 Clientela	20
3.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	21
3.2.1 Segmentación Geográfica	21
3.2.2 Segmentación Demográfica	21
3.2.3 Segmentación Psicográfica	21
3.2.4 Segmentación Institucional	21
3.2.5 Hábitos del Consumidor	26
3.3 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA	26
3.3.1 Clínica Medellín	26
3.3.2 Clínica El Rosario	27
3.3.3 Congregación Mariana	27
3.3.4 Clínica SOMA	27
3.3.5 Servicio de Audiología del Centro de Atención Integral a la Comunidad	28
3.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SERVICIO	29
3.4.1 Ventajas del Servicio	29
3.4.2 Desventajas del Servicio	30
3.5 FIJACION DE PRECIOS	31
3.5.1 Variación de precios	31

3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA E INGRESOS	33
4. ANALISIS DEL SERVICIO	34
4.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	34
4.2 OBJETIVOS	34
4.2.1 Objetivo General	34
4.2.2 Objetivos Específicos	35
4.3 CONFIGURACION DEL PRODUCTO	35
4.3.1 Audiología	35
4.3.2 Otros Procedimientos	36
4.3.3 Otorrinolaringología. Evaluación de los órganos fonoarticulares	36
4.3.4 Promoción y Prevención. Educación e higiene auditiva	37
4.4 CARACTERISTICAS DEL SERVICIO	37
4.5 RECURSOS	38
4.5.1 Recurso Humano	38
4.5.1.1 Organigrama	39
4.5.2 Recurso Técnico	39
5. PLAN DE MERCADEO	47
5.1 OBJETIVO GENERAL	47
5.1.1 Objetivos Específicos	47
5.2 ESTRATEGÍAS	48

5.2.1 Estrategias del producto	48
5.2.1.1 Área de Audiología	48
5.2.1.1.1 Audiometría	48
5.2.1.1.2 Inmitancia acústica – Impedanciometría	49
5.2.1.1.3 Logaudiometría	49
5.2.1.1.4 Adaptación de Audífonos	50
5.2.1.1.5 Protectores de Silicona	50
5.2.1.1.6 Patrón de uso del Servicio	51
5.3 ESTRATEGIAS PROMOCIONALES	51
5.3.1 Publicidad	51
5.3.2 Promoción	52
5.4 ESTRATEGIA DE PRECIO	53
5.5 CANAL DE DISTRIBUCION Y PENETRACION	55
5.5.1 Distribución	55
5.5.2 Penetración	55
5.6 PRESUPUESTO	56
5.7 TIEMPO DE EJECUCION	61
5.8 EVALUACION Y CONTROL	61
PORTAFOLIO DE SERVICIOS	62
CONCLUSIONES	63
BIBLIOGRAFÍA	74
DOCUMENTACIÓN	75

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Hábitos del Consumidor	26
Tabla 2. TARIFAS CENTRO AUDIOLOGICO Año 1997 – 1999	31
Tabla 3. INCREMENTO	32
Tabla 4. TARIFAS SERVICIO AUDIOLOGICO Año 2000 – 2003	32
Tabla 5. AÑO 2003 OTROS PROCEDIMIENTOS DE AUDIOLOGÍA	33
Tabla 6. PACIENTES ATENDIDOS POR AÑO	33
Tabla 7. RECAUDOS POR AÑO	33
Tabla 8. TARIFAS SERVICIO AUDIOLOGÍA AÑO 2004	53
Tabla 9. Ingresos	56
Tabla 10. Egresos	59
Tabla 11. Calendario Del Plan de Mercadeo	60

AGRADECIMIENTOS

Gracias a DIOS por habernos fortalecido en la realización del más preciado sueño.

La culminación de este proceso no hubiese sido posible sin la participación y apoyo de nuestros padres, familiares, novios, esposo, y amigos, quienes estuvieron siempre fortaleciendo nuestros ideales, hoy damos infinitas gracias por haber depositado su confianza en nosotras.

De otra parte, damos gracias a todas aquellas personas que compartieron sus conocimientos y experiencias; a Docentes y Asesoras. Finalmente a nuestras compañeras quienes proporcionaron experiencias, algunas gratas y otras tristes.

INTRODUCCIÓN

Es satisfactorio poner en práctica lo aprendido; el diplomado en mercadeo de servicios de salud nos brinda pautas y herramientas necesarias para mercadear con eficiencia y eficacia el servicio de audiología.

El sitio elegido para realizar el plan de mercadeo fue el servicio de Audiología del Centro Integral a la comunidad de la Fundación Universitaria María Cano, UBICADO EN EL CENTRO DE Medellín, perteneciente a la comuna 10, el cual cuenta con condiciones necesarias para brindar dicho servicio.

En este plan de mercadeo se hizo un análisis minucioso de la realidad del servicio de audiología, el cual incluyó: análisis de la demanda, hábitos del consumidor, análisis de los ingresos, posicionamiento en el mercado, entre otros, se tendrá en cuenta las ventajas y desventajas de los servicios con el propósito de corregirlas y mejorarlas; igualmente se tratará de aprovechar al máximo las fortalezas para el mejoramiento del servicio.

JUSTIFICACION

El servicio de audiología del Centro de Atención Integral a la Comunidad de la Fundación universitaria María Cano, no cuenta con un plan de mercadeo que le permita establecer canales de distribución, publicidad interna, externa y estandarización de precios, lo cual, se refleja en el desconocimiento que posee la población de Medellín y municipios aledaños del servicio prestado por dicha área; además, los bajos ingresos obtenidos durante el tiempo de su funcionamiento en el periodo comprendido entre el año 1997 a 2003, ha permitido evidenciar la poca rentabilidad que le genera al Centro de Atención Integral a la Comunidad y por ende a la Fundación universitaria María Cano, por ello la realización de un análisis minucioso de la realidad del servicio de audiología, el cual incluye análisis de la demanda, hábitos del consumidor, análisis de los ingresos y posicionamiento en el mercado, entre otros, lo cual sugiere crear un plan de mercadeo que permita el posicionamiento del servicio en el mercado, aumento de usuarios asistentes, mejor funcionamiento y ser rentable para el Centro de Atención integral a la Comunidad y de esta forma lograr su sostenimiento y expansión de sus servicios mediante la obtención de tecnología de punta, que posibilite a practicantes y profesionales a cargo (fonoaudiológico – otorrinolaringólogo) adquirir experiencia teórico – practica en dicha área.

De otro lado, se evidencia en la población objeto un alto grado de necesidad de salud auditiva, aspecto que se acopla a los objetivos y herramientas que posee

el servicio de audiología, lo que facilita satisfacer las necesidades auditivas de la población de Medellín y municipios aledaños.

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 MERCADEO.

Sistemas de actividades de negocios cuya finalidad es planear, fijar el precio, de promover y distribuir los productos satisfactorios de necesidades, donde se determina primero los deseos de los clientes, para luego idear una forma de fabricar y entregar un producto para satisfacer los deseos.

1.2 MERCADO

Conformado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad ó deseo específico y que están dispuestos a realizar un intercambio con el objetivo de satisfacer esa necesidad.

1.3 PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Instrumento de gestión utilizado, cuya elaboración y aplicación permite preparar sus servicios de manera inteligente, y que busca acercar el servicio a los usuarios que la necesiten y puedan beneficiarse de sus productos ó servicios.

1.3.1 Competencia. Constituye la amenaza para el servicio y en que tipo de organización pudieran desplazar la acción del servicio.

1.4. MERCADEO EN SALUD

Adaptación y práctica de metodología y tecnología cuantitativa y analítica de tipo gerencial y administrativo al ejercicio de la medicina.

1.4.1 Productividad. Capacidad de producción que tiene la unidad de factor en unidad de tiempo, implica reducir costos y mejorar calidad.

1.4.2 Eficiencia. Determina la medida de los recursos necesarios para una actividad que con frecuencia se miden entre el producto y el insumo.

1.4.3 Competencia en Mercado de Salud. Calidad definida como la satisfacción de las necesidades y expectativas del consumidor, calidad es igual a competitividad.

2. PRESENTACION

2.1 MISION

El Centro de Atención integral a la Comunidad de la Fundación universitaria María Cano, ofrece sus servicios con calidad, equidad y eficiencia, haciendo énfasis en el fomento y promoción de la salud , así como en la prevención y la rehabilitación.

Brinda a los usuarios un servicio que satisfaga sus necesidades y para ello contamos con personal capacitado y tecnología específica para la prestación del servicio de audiología, de esta manera aporta al mejoramiento de la calidad de vida de las personas con deficiencia, discapacidad o dificultad.

El centro audiológico tiene como misión ofrecer los servicios de diagnóstico clínico , prevención y promoción a la población tanto de la ciudad de Medellín como de municipios aledaños en las áreas de trabajo en los sectores de salud y educación en los cuales se incluye el área industrial; desarrollando así la practica al interior de la Fundación universitaria María Cano como espacio de integración académica entre la practica y la teoría, generando la formación de profesionales idóneos y competentes en el área.

2.2 VISION

El servicio de audiología busca ser, una de las mejores áreas del Centro integral a la Comunidad prestadora de servicios de salud , especializada en rehabilitación con innovación tecnológica y competitividad en los mercados locales y regionales.

El servicio de audiología pretende ser el área con mayor reconocimiento por la calidad y diversidad de sus servicios; además, generar espacios donde el estudiante se desenvuelva autónomamente con criterio laboral – profesional, implicando los conceptos académicos previamente adquiridos a los casos manejados en el servicio dentro del contexto administrativo del mismo. Es así como durante el año 2004 se pretende:

- Determinar claramente la capacidad asistencial del servicio.
- Ser parte activa de los planes de promoción y prevención sugeridos por la universidad tanto externos como internos de ella.
- Realizar estudios audiológicos completos: evaluación, diagnóstico y tratamiento.
- Promocionar el uso de protectores auditivos en el área asistencial.

2.3 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

La unidad audiológica del Centro de atención Integral a la comunidad de la fundación universitaria María Cano se basa en prestar sus servicios con:

- Idoneidad: Atención asistencial del personal capacitado y autónomo en la intervención terapéutica.
- Puntualidad: Con el fin de dar prioridad y satisfacer la necesidad inmediata del usuario.
- Eficiencia: Mejorando la calidad de vida del usuario, creando de esta forma un buen servicio a la población.
- Universalidad: Sin discriminación hacia la comunidad expandiendo los servicios a toda la población antioqueña.
- Ética: Fundamentada en el respeto por el individuo y su integridad.
- Economía: Tratamientos realizados pensando en el bienestar y rentabilidad de la población por sus costos bajos y flexibles.

2.4 POLITICAS DE LA INSTITUCION

- La atención asistencial es realizada por estudiantes que actualmente estén realizando la practica.
- La participación directa y permanente de una fonoaudióloga especializada en dicha área, quien será la asesora de las estudiantes.

- El costo de cada examen es establecido acorde a la estratificación socio-económica del usuario y/o convenios realizados con la administración del centro de atención integral a la comunidad.
- Realizar convenios permanentes con instituciones educativas, empresas de salud, bienestar social entre otras
- La participación de un médico especializado en el área de otorrinolaringología.

2.5 RESEÑA HISTORICA

El centro de atención integral a la comunidad de la Fundación Universitaria Maria Cano surge, a partir de la necesidad sentida para el desarrollo de las prácticas del programa de fonoaudiología, las cuales se venían desarrollando en agencias ajenas a la universidad. Por ello se planteó desde el segundo semestre de 1994 su creación, con el fin de ser un escenario propio dentro de la Fundación Universitaria Maria Cano, donde los estudiantes pudieran realizar sus prácticas que consolidaron su proceso de formación definido en términos del saber, saber hacer y saber comunicar.

Estas actividades se visualizaron para brindar espacios de prácticas a los estudiantes de los programas de salud, inicialmente fonoaudiología y posteriormente de fisioterapia, terapia ocupacional y psicología.

En el primer semestre de 1995 se inicia el servicio de fonoaudiología en las áreas de lenguaje, voz y habla: en 1996 se amplía con el servicio de fisioterapia en sus diferentes áreas de desempeño; luego en el primer semestre de 1997 se da inicio al servicio de audiolgía y por último en el segundo semestre de 1997 abre el servicio de terapia ocupacional.

El servicio de otorrinolaringología se genera como una necesidad desde las cátedras de patología I y II de fonoaudiología.

La prestación de estos servicios se realizaba en la sede situada en la calle Colombia, dirección calle 50 N° 40-80, los servicios se fueron ampliando al igual que la demanda de atención, razón por la cual se separan los servicios trasladados a fisioterapia a una casa adyacente.

En 1998 la Fundación Universitaria Maria Cano es trasladada a su nueva sede situada en la calle 56 N° 41-90. los servicios empiezan a ubicarse en las casas donde funcionaba la universidad.

En el segundo semestre de 1998 no se pudo dar continuidad al servicio de terapia ocupacional por falta de estudiantes para ubicar en la práctica.

A fines de 1998 se traslado el servicio de Fonoaudiología a la nueva sede; posteriormente el servicio de fisioterapia, quedando ubicados al interior de la Fundación Universitaria María Cano.

En el primer semestre de 1999 se crea el cargo de administración del centro de atención integral a la comunidad con el fin de lograr una directriz que permitiera coordinar las actividades, la atención y buen servicio de los usuarios, el desarrollo e implementación de programas y en general de la proyección interna y externa del centro de atención integral a la comunidad.

A comienzo del primer semestre de 2001, se inicia el servicio de Psicología.

3. ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO

3.1 ANALISIS DE LA COMPAÑÍA Y DEL SERVICIO

3.1.1 Negocio. Salud auditiva y de usuarios de Medellín y municipios aledaños

3.1.2 Mercado. Personas de diferentes edades: niños, Jóvenes, adultos y ancianos, que pertenecen a estratos entre 1 y 6 del área urbana y rural el departamento de Antioquia y municipios aledaños.

3.1.3 Mercado Meta. Toda la población de Medellín y municipios aledaños de Antioquia, de diferentes estratos socio – económicos.


3.1.4 Clientela.


- Clientes Internos: estudiantes, administrativos, docentes, empleados (celadores, empleados del servicio público, fotocopidora y cafetería). Familiares de estudiantes , administrativos y empleados.
- Clientes Externos: personas particulares / naturales
- Empresas e instituciones de Bienestar Social.

3.2 ANALISIS DEL CONSUMIDOR

3.2.1 Segmentación Geográfica. Usuarios de Medellín y municipios aledaños, teniendo como población directa, instituciones de salud, educación y bienestar social, y comunidad en general de la comuna 10 del municipio de Medellín.

3.2.2 Segmentación Demográfica.

Sexo  Masculino
Femenino

Edad  de 2 a 80 años

3.2.3 Segmentación Psicográfica. Usuarios de diferentes estratos socio – económicos de 1 a 6.

3.2.4 Segmentaciones Institucionales.

INSTITUCIONES ALEDAÑAS

- Liceo Tulio Ospina: Cll 60 # 51 – 48 teléfono: 512 35 94

- Colegio San Antonio Maria Claret: Cra 55A 61 – 06 teléfono: 512 64 42

- Colegio Madre Marcelina

- Colegio Francisco José de Caldas

- Colegio Agustín Nieto Caballero: Cra 40 # 59A – 21 teléfono: 254 91 33

- Cencal: Cra 48 # 58 – 35 teléfono: 254 28 19

- Centro infantil Luna Nueva

- Colegio Externado Patria

- Colegio Fray Rafael de la Serna

- Colegio Antares: Cra. 50C # 61 – 82 teléfono: 291 07 44 - 254 42 79

- Colegio Bautista Central: Cra 51 # 56 – 11 teléfono: 231 02 87

- Colegio Josefa del castillo

- Colegio Femenino Santa Inés: Cll 50 # 56 – 11 teléfono: 291 03 34

- Guardería y preescolar Guri – Guri

- Colegio Colombia Nueva

- Instituto De Comercio Minerva: Cra 48 # 58 – 26 teléfono: 291 03 34

- Jardín Infantil Principio Feliz

- Indecap

- IME: Cra. 50 # 57 – 69 teléfono: 512 44 40

- Comfenalco

- Jardín infantil Talento

- Colegio Maria Auxiliadora

- Colegio Cambos

- Tecnival

- Alianza académica

- Colegio El Carmelo

- Colegio Hipólito Londoño Mesa

- Instituto Colombiano de Bachillerato

- Instituto de Ciencias aplicadas

- Corporación Liceo Superior de Medellín

- Colegio Estudio Sistema

- Corporación Uniciencia

- Escuela de Tecnologías de Antioquia

- Cedec: Cll 54 “ 43 – 97 teléfono: 239 55 86

- Cendi: Cra 43 # 49 – 20 teléfono: 216 26 95 - 217 86 55

- Instruimos: Cra 43 # 54 – 53 teléfono: 216 68 11

- Instituto Pedagógico de Psicología

- Sedecom: Cll 56 # 45 – 83 teléfono: 284 71 84

- Liceo Javiera Londoño: Cra 43 # 48 – 44 teléfono: 239 50 55

- Colegio Militar José María Córdoba: Cll 49 # 40 – 63 teléfono: 216 28 85

- Cesde: Cll 48 # 43 – 50 teléfono: 217 57 57

- Cemped: Cll 49 # 41 – 26 teléfono: 217 34 44 – 216 82 44

- Censa: Cra. 42 Córdoba # 50 – 65 teléfono: 217 17 17 – 239 04 92

- Colegio Militar General Pedro Nel Ospina: Cll 51 # 40 – 175 teléfono: 239 20 09

- Compuestudio: Cra. 42 # 49 – 60 teléfono: 512 16 66

3.2.5 Hábitos del Consumidor. La salud no hace parte de los hábitos de la población antioqueña, solo se accede al servicio audiológico cuando el consumidor identifica la dificultad y no lo hace de manera preventiva.

Tabla 1. Hábitos del Consumidor

Detalle	%
Salud ocupacional	20%
Prevención Voluntaria	2%
Prevención Brigada y Jornadas evaluativas	20%
Remisiones por otros profesionales	40%
Necesidad sentida	18%

3.3 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA

La competencia del servicio de audiología del entro de Atención Integral a la Comunidad de la Fundación Universitaria María Cano esta dada por las siguientes instituciones de salud; las cuales realizan los siguientes exámenes y precios ó costos de los mismos:

3.3.1 Clínica Medellín

Otorrinolaringología: \$ 75.000

Exámenes: Audiometría \$ 28.000

Logoaudiometría \$ 28.000

Impedanciometría \$ 30.000

3.3.2 Clínica El Rosario

Otorrinolaringología: \$45.000

No se realizan exámenes audiológicos

3.3.3 Congregación Mariana

Otorrinolaringología: \$ 24.600

Exámenes: Audiometría \$ 24.600

Logaudiometría \$ 15.600

Impedanciometría \$ 15.600

3.3.4 Clínica SOMA

Otorrinolaringología: \$60.000

Exámenes: Audiometría \$ 30.000

Logaudiometría \$ 25.000

Impedanciometría \$ 25.000

3.3.5 Servicio de Audiología del Centro de Atención Integral a la Comunidad

OTORRINOLARINGOLOGÍA

<u>Estrato</u>	<u>Tarifa</u>
1	\$6.500
2	\$9.000
3	\$12.000
4	\$15.000
5 y 6	\$17.000

AUDIOLOGÍA

Exámenes Básicos: Audiometría
Logaudiometría
Impedanciometría

<u>Estrato</u>	<u>Tarifa</u>
5	\$8.000
6	\$10.500
7	\$12.000
8	\$14.000
5 y 6	\$17.000

OTROS PROCEDIMIENTOS

- Prueba de Función Tubarica: \$13.000
- Otoscopias: \$4.000
- Acufenometría: \$15.000
- Protectores de Silicona: \$17.000
- Pruebas de TONEY DECAY: \$10.500
- Pruebas Informales: \$4.000
- Revisión de Audífonos: \$6.500
- Reactometría: \$4.000
- Hora de Asesoría: \$16.000

3.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SERVICIO – MATRIZ DOFA

3.4.1 Ventajas del Servicio

- Economía en el costo del servicio
- Ubicación: puesto que esta localizado en el centro de la ciudad
- Realización de exámenes básicos y otros procedimientos audiológicos
- Cobertura del servicio
- Facilidad en la obtención de las citas
- Prestación de un servicio integral con el servicio de otorrinolaringología
- Desplazamiento del grupo de trabajo a la realización de jornadas evaluativas.

- Accesibilidad a los servicios por tarifas bajas
- El nivel académico de los estudiantes
- Apoyo que se brinda desde las dependencias de la universidad
- No hay servicios a particulares, en el medio, con las tarifas bajas como las del CAIC
- Los servicios solicitados por el régimen subsidiado para el segundo nivel incluye los prestamos en el servicio de audiología (al igual que los de terapia del lenguaje y fisioterapia)
- El segundo nivel de atención incluye los servicios ofrecidos en el CAIC.

3.4.2 Desventajas del Servicio

- Parqueaderos Públicos
- Imagen Externa
- Publicidad interna y externa
- Actividades académicas que deben cumplir los estudiantes
- Bajos recursos económicos de quienes solicitan el servicio principalmente estrato 1 y 2 los cuales generalmente requieren tarifa especial.
- Espacios físicos inadecuados
- Ausencia de portafolio de servicios
- No se realizan pruebas de alta complejidad
- En Medellín hay varios centros que prestan estos servicios

- Los altos costos de los audífonos
- La situación económica del país

3.5 FIJACION DE PRECIOS

3.5.1 Variación de Precios

Tabla 2. TARIFAS CENTRO AUDIOLOGICO Año 1997 – 1999

Procedimiento	Tarifa	Estrato
Audiometría	\$5000	1
Logaudiometría	\$5000	
Impedanciometría	\$6000	
Audiometría	\$6500	2
Logaudiometría	\$6500	
Impedanciometría	\$7000	
Audiometría	\$8000	3
Logaudiometría	\$8000	
Impedanciometría	\$9000	
Audiometría	\$10000	4
Logaudiometría	\$10000	
Impedanciometría	\$11000	
Audiometría	\$12000	5 y 6
Logaudiometría	\$12000	
Impedanciometría	\$13000	
Audiometría ocupacional	\$7000	
Protectores Auditivos	\$13.000	

Tabla 3. INCREMENTO

Procedimiento	Porcentaje	Estrato
Audiometría	30%	1
Logoaudiometría	30%	
Impedanciometría	40%	
Audiometría	40%	2
Logoaudiometría	40%	
Impedanciometría	30%	
Audiometría	40%	3
Logoaudiometría	40%	
Impedanciometría	30%	
Audiometría	40%	4
Logoaudiometría	40%	
Impedanciometría	30%	
Audiometría	50%	5 y 6
Logoaudiometría	50%	
Impedanciometría	40%	

Tabla 4. TARIFAS SERVICIO AUDIOLOGICO Año 2000 – 2003

Procedimiento	Tarifa	Estrato
Audiometría	\$8000	1
Logoaudiometría	\$8000	
Impedanciometría	\$8000	
Audiometría	\$10500	2
Logoaudiometría	\$10500	
Impedanciometría	\$10500	
Audiometría	\$12000	3
Logoaudiometría	\$12000	
Impedanciometría	\$12000	
Audiometría	\$14000	4
Logoaudiometría	\$14000	
Impedanciometría	\$14000	
Audiometría	\$17000	5 y 6
Logoaudiometría	\$17000	
Impedanciometría	\$17000	

SERVICIO DE OTORRINOLARINGOLOGÍA

Tarifa	Estrato
\$6500	1
\$9000	2
\$12000	3
\$15000	4
\$17000	5 y 6

Detalle	Tarifa
Cauterización	\$10.000

Tabla 5. AÑO 2003 OTROS PROCEDIMIENTOS DE AUDIOLOGÍA

Prueba de función tubarica	\$13.000
Audioscopias	\$ 4.000
Acufenometría	\$15.000
Protectores De Silicona	\$17.000
Pruebas de Toney Decay	\$10.500
Pruebas informales	\$ 4.000
Revisión de audífono	\$ 6.500
Reactometría	\$ 4.000
Planes Caseros	\$ 8.000
Hora de asesoría	\$16.000
Programa de estimulación adecuada	\$ 2.000

3.6 ANALISIS DE LA DEMANDA E INGRESOS

Tabla 6. PACIENTES ATENDIDOS POR AÑO

Año	Total por semestre		TOTAL				Total por año
			Audiología por semestre		ORL por semestre		
	I	II	I	II	I	II	
2000	243	453					696
2001	586	202		180		22	788
2002	115	111	53	46	62	62	226
2003							

Tabla 7. RECAUDOS POR AÑO

Año	Total por semestre		TOTAL				Total por año
			Audiología por semestre		ORL por semestre		
	I	II	I	II	I	II	
2000	1.391.500	781.750	1.138.000	700.750	253.500	81.000	2.173.250
2001	1.321.500	1.327.500	1.144.250	1.185.000	177.250	142.500	2.649.000
2002	1.360.500	1.481.250	1.036.000	1.167.250	824.000	314.000	2.841.750
2003							

4. ANALISIS DEL SERVICIO

4.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El servicio de audiología del Centro de Atención Integral a La Comunidad de la Fundación Universitaria Maria Cano. Esta ubicado en el centro de la ciudad en la calle 56 N° 41 – 90, pertenece a la comuna 10 de la ciudad de Medellín.

A partir del primer semestre de 2000 cuenta con el consultorio 102, ubicado en el primer piso de la Fundación Universitaria Maria Cano.

4.2 OBJETIVOS

4.2.1 Objetivo General

Ofrecer a entidades promotoras de salud, administrativas del régimen subsidiado, empresas sociales del estado y comunidad en general, los programas de promoción, prevención, evaluación, diagnóstico y rehabilitación en el área de audiología clínica.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis minucioso de las dificultades presentadas por los usuarios asistentes al servicio, proyectando así su recuperación y / ó rehabilitación mediante el trabajo interdisciplinario.
- Realizar un diagnóstico acertado en un tiempo corto y considerable para la eficacia del servicio.
- Mejorar los niveles de las dificultades auditivas mediante capacitaciones y jornadas de promoción y prevención a diferentes instituciones, mejorando así la calidad auditiva de la población objeto.

4.3 CONFIGURACION DEL PRODUCTO

El servicio de audiología es una entidad de origen privada, especializada en prestar los servicios de salud auditiva a la población de Medellín y municipios aledaños.

El área de audiología cuenta con los servicios de:

4.3.1 Audiología.

- Exámenes Básicos

- Audiometría
- Impedanciometría
- Logaudiometría

4.3.2 Otros procedimientos.

- Reactometría
- Acufenometría
- Pruebas de función tubarica
- Pruebas de fatiga auditiva
- Protectores de silicona
- Revisión de audífono
- Adaptación de audífono
- Asesoría de audífonos
- Prueba de Toney Decay

4.3.3 Otorrinolaringología. Evaluación de órganos fonoarticuladores:

- Oído
- Nariz
- Laringe
- Tratamiento Farmacológico
- Análisis previa a la intervención quirúrgica

4.3.4 Promoción y Prevención. Educación e higiene auditiva:

Instituciones educativas de bienestar social, entidades promotoras de salud.
Administradoras de régimen subsidiado y comunidad en general.

4.4 CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

Los servicios ofrecidos por el área de audiolología poseen las siguientes características:

- Economía: ofrece los costos más bajos en el mercado.
- Puntualidad: la facilidad con que le son proporcionadas las citas a los usuarios.
- Confiabilidad y eficacia: en el análisis de la dificultad auditiva.
- Integridad: en la atención al usuario, puesto que se analiza el ser y no solo la dificultad presentada.
- Estratificación: las tarifas de acuerdo a la situación socio – económica del usuario.
- Mayor cobertura: puesto que cubre toda la población de Medellín y municipios aledaños.
- Realiza convenios institucionales con entidades públicas y privadas.
- La accesibilidad por su ubicación central.

- Proporciona al usuario un tratamiento integral mediante un trabajo interdisciplinario: otorrinolaringólogo – audióloga (practicantes), asesora (fonoaudióloga).
- Diversidad de exámenes básicos (Logaudiometría, Audiometría, e inmitancia acústica) entre otros.

4.5 RECURSOS

4.5.1 Recurso Humano

- Vicerrector Administrativo
Dr. Oscar Gaviria Palacio
- Coordinadora administrativa el Centro de Atención Integral a la Comunidad
Francy Pérez Arango
- Jefe de Centro de Practicas de la Fundación Universitaria María Cano
- Asesora de Fonoaudiología.
Fonoaudióloga Nora Milena Mazuera Aguado
- Otorrinolaringólogo
Dr. Diego León Pérez

- Practicantes de IX – X semestre del programa de Fonoaudiología

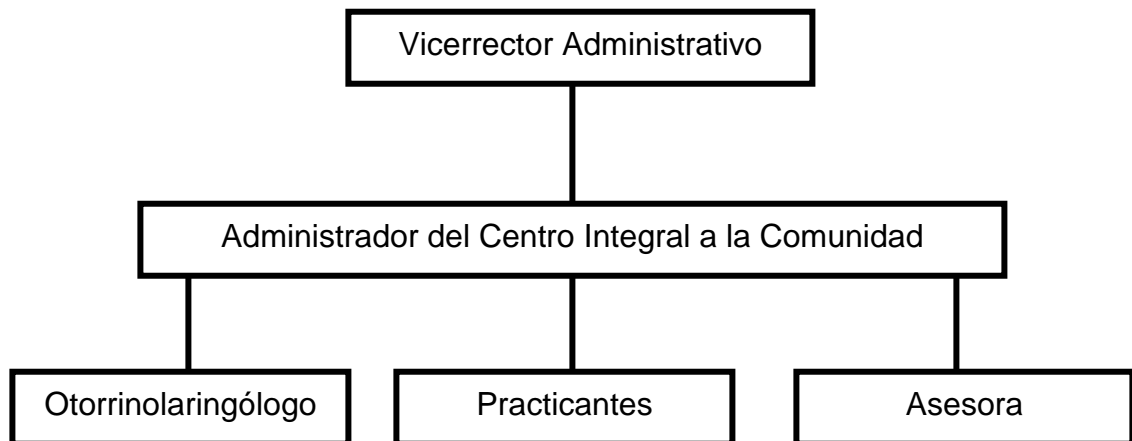
Juliana Yépez Salazar

Lida Janeth Salazar

Claudia Marcela Parra Molina

Lissa Lorena Mosquera Palacios

4.5.1.1 Organigrama



4.5.2 Recurso Técnico

CÓDIGO	NOMBRE DEL ARTICULO	OBSERVACIONES
3555001	AUDIÓMETRO	MARCA MAICO MA 41 SERIE M.A. 165652.
3211601	CABINA SONOAMORTIGUADA	BUENAS CONDICIONES , EMPOTRADA EN EL MURO
32111701	MICRÓFONO	CON SOPORTE MARCA MAICO FUNCIONANDO.
3211401	AURICULARES PARA V.A. CON DIADEMA	MARCA MAICO

3211402	DIADEMA	VÍA AEREA SOLA MARCA MAICO
3211301	VIBRADOR OSEO CON DIADEMA.	BUENAS CONDICIONES FUNCIONANDO.
3211302	VIBRADOR OSEO	REPUESTO DEL VIBRADOR OSEO EN BUENAS CONDICIONES ,LA DIADEMA CON EL SOPORTE QUEBRADO.
3297001	MICRÓFONO	MARCA DINAMIC TDM206
3297002	MICRÓFONO MANOS LIBRES	
3213101	AURICULAR	MARCA SHEMASU DIGITAL ESTÉREO HEADPHONE
3216101	AUDÍFONOS	MARCA PHILIPS SBC HL 130
3210201	IMPEDANCIOMETRO	MARCA AMPALID MODELO A 770 SN 4407 CON FORRO FUNCIONANDO. CAJA PROBADOR DE OUVAS-
3213201	DIADEMA IMPEDANCIOMETRO	FUNCIONANDO COMPLETA MARCA TELEPHONICS B 08063 296D 1001
3282004	ESTABILIZADOR DE VOLTAJE	FUNCIONANDO BUEN ESTADO MARCA PLUS TECNELEC
3282005	ESTABILIZADOR DE VOLTAJE	FUNCIONANDO
3214001	LUPA CON BATERÍA	MARCA WELCH ALLEN •# P 8080
3214101	2 PARLANTES DE REACTOMETRO	MARCA PEIKER CON CONECTOR WELCH ALLEN REFERENCIA 71040
3210001	REACTOMETRO	BUEN ESTADO MARCA AMPLIAD MONITOR KL-1-4
3210002	REACTOMETRO	BUEN ESTADO MARCA AMPLIAD MONITOR KL-1-4
3210101	SONOMETRO	MARCA QUEST ELETRONIC S 215 SOUND SERIAL M 0040070
3210501	DIAPASONES	ESTUCHE DE 5 COMPLETO
3210502	DIAPASONES	ESTUCHE DE 5 COMPLETO MARCA DIAMECO
3210503	DIAPASONES	ESTUCHE DE 5 COMPLETO MARCA GERMANY.
3211702	MICRÓFONO	MARCA SOUND TRACK DM 1200
3213501	MECHERO	EN ALUMINIO
3213502	MECHERO	EN ALUMINIO
3213503	MECHERO	EN VIDRIO
3201001	EQUIPO DE ÓRGANOS	MARCA WELL ALLYN COMPLETO CON ESTUCHE FUNCIONANDO
3201002	EQUIPO DE ÓRGANOS	INCOMPLETO CABEZOTE, MANGO, 3 ESPÉCULOS, BOMBILLO
3214801	JERINGA PARA MOLDES	MARCA DREVE EN SU ESTUCHE
3213601	PROBADOR DE PILAS PARA AUDIÓFONOS.	MARCA DÜRACELL ACTIVAR. -
3210301	AUDIOSCOPIO	

3210302	AUDIOSCOPIO	FUERA DE SERVICIO DAÑADO
3210303	AUDIOSCOPIO	
3210401	OTOSCOPIO RECARGABLE	MARCA WELCH ALLEYN #25020 A U.S.A.
3210402	OTOSCOPIO RECARGABLE	MARCA WELCH ALLEYN #25020 A U.S.A.
3210403	OTOSCOPIO RECARGABLE	MARCA WELCH ALLEYN #25020 A U.S.A.
3210404	OTOSCOPIO RECARGABLE	MARCA WELCH ALLEYN
3209003	TENSIOMETRO	FUNCIONANDO CON ESTUCHE
3214701	FOTOSFORO	MARCA WELCH ALLYN CON ADAPTADOR DE TRES PATAS
3205005	FONENDOSCOPIO	BUEN ESTADO
3205006	FONENDOSCOPIO	BUEN ESTADO
3222001	CUBETA DE PELTRE CON TAPA	BLANCA
3222002	CUBETA DE PELTRE CON TAPA	BLANCA
3222003	CUBETA DE PELTRE CON TAPA	BLANCA
3222004	CUBETA DE PELTRE CON TAPA	BLANCA
3222005	CUBETA DE PELTRE CON TAPA	BLANCA
3215501	BANDEJA MATERIAL QUIRÚRGICO	EN ALUMINIO CON TAPA
3210801	JERINGA PARA LAVADO DE OÍDOS	MARCA MONOJETC 412
3211401	OTOLUX	MARCA HIENE COMPLETO FUNCIONANDO
3211402	UTOLUX	FUNCIONANDO DESECHABLE
3211101	ESPECULO NASAL ADULTO	MARCA DIMEDA 46.112.03 CE
3211102	ESPECULO NASAL ADULTO	MARCA DIMEDA 46.112.03 CE
3211201	ESPECULO NASAL NIÑO	MARCA DIMEDA 46.112.01 CE
3211301	ESPEJO LARÍNGEO KI	MARCA DIMEDA
3211302	ESPEJO LARÍNGEO K2	MARCA DIMEDA
3211303	ESPEJO LARÍNGEO K3	MARCA DIMEDA
3211304	ESPEJO LARÍNGEO K.4	MARCA DIMEDA
3211305	ESPEJO LARÍNGEO K5	MARCA DIMEDA 52.270.22 CE

3211306	ESPEJO LARÍNGEO K6	MARCA DIMEDA
3211307	ESPEJO LARÍNGEO K7 -	MARCA DIMEDA 52.270.20 CE
3211308	ESPEJO LARÍNGEO K8	MARCA DIMEDA
3211309	ESPEJO LARÍNGEO 5	MARCA MEDÍS INOX
3211310	ESPEJO LARÍNGEO 5	MARCA MEDÍS INOX
3211311	ESPEJO LARÍNGEO 5	MARCA MEDÍS INOX
3210701	CURETA	MARCA DIMEDA 44.112.02 CE REF.2
3210702	CURETA	MARCA DIMEDA REFERNCIA 3
3210703	CURETA	MARCA IMC
3210704	CURETA	MARCA IMC
3201705	CURETA	MARCA IMC.
3211001	PINZA EN BAYONETA	MARCA DIMEDA 44.206.14 CE
3210901	PINZA EN CAJA	
3235001	TUERAS RECTAS HOSPITAL	
3213701	PINZA HARTMAN CUERPO EXTRAÑO	MARCA DIMEDA 44.261.08 CE
3215101	MANGO DE ESPEJOS LARÍNGEOS	
3232001	PIÑONERA	EN PELTRE
3232002	RIÑONERA	EN ALUMINIO INOXIDABLE
3232003	RIÑONERA	EN ALUMINIO INOXIDABLE
3252009	CAMILLA	BUEN ESTADO METÁLICA CON FORRO NEGRO.
3298001	BOMBO LEGUERO	GRANDE CON ACCESORIOS
3298002	BOMBO LEGUERO	PEQUEÑO CON ACCESORIOS
3299001	TAMBORCITO	MEDIANO MARCA VARGAS INFANTIL , CON ACCESORIOS (2)
3299002	TAMBORCITO	PEQUEÑO CON SUS ACCESORIOS (2)
3210001	PANDERETA	DE 17 CMS COLOR ROJO
3210002	PANDERETA	DE 20 CMS COLOR AZUL
3210003	PANDERETA	MEDIA LUNA COLOR AMARILLO

3210101	TAS TAS VARGAS	MADERA CON ACCESORIO
3210201	SONAJERO CENTURY	EN MADERA DE 12 CASCABELES GRANDES.
3210301	CHINCHINES	UN PAR
3210401	XILÓFONO	GRANDE DE 15 NOTAS CON SU ACCESORIO
3210501	CLAVES	PEQUEÑAS -PAR
3210601	FLAUTA	MUSICALES HERBALL
3210602	FLAUTA	MARCA HOHNER B9318
3210801	HARMÓNICA	SENCILLA LARK. M1402 SHANGAI
		CHINA
3211001	MARACAS	UN PAR
3210901	BOLAS DE AUDICIÓN	UN PAR UNA ROSADA Y OTRA VERDE.
3211101	TRIANGULO	METÁLICO CON SU ACCESORIO
3211201	CASTAÑUELAS	UN PAR NEGRAS
3210801	CENCERRO	0 CAMPANA DE MANO, METÁLICA CON ACCESORIO, MUSICAL CEDAR
3211801	OLIVA NEGRA GRANDE	PAQUETE DE 20 NUEVAS
3211901	OLIVA BLANCA GRANDE	PAQUETE DE 14 NUEVAS
3212101	OLIVA PEQUEÑA AMARILLO	PAQUETE DE 5 NUEVAS.
3212201	OLIVA MEDIANA EN ESPUMA NEGRA	PAQUETE DE 9 NUEVAS
3212301	OLIVA NEGRA PEQUEÑA EN ESPUMA	PAQUETE DE 12 NUEVAS
3212401	OLIVA NARANJA	PAQUETE DE 6 NUEVAS.
3212501	OLIVA AZUL GRANDE	PAQUETE DE 15 NUEVAS.
3212601	OLIVA BLANCA PEQUEÑA	PAQUETE DE 5 NUEVAS
3212701	OLIVA GRANDE AZUL OSCURO	PAQUETE DE 15 NUEVAS
3212801	OLIVA BLANCA GRANDE EN ESPUMA	PAQUETE DE 23 NUEVAS.
3212901	OLIVA BLANCA MEDIANA EN ESPUMA	PAQUETE DE 20 NUEVAS.
3212110	OLIVA VERDE PEQUEÑA	PAQUETE CON 8 NUEVAS
3212111	OLIVA PEQUEÑA ROSADA	PAQUETE DE 5 NUEVAS

OTROS IMPLEMENTOS

NOTA: estos implementos se consideran en relación del control de todo el material, elementos y equipos que se encuentra en el servicio al inicio de cada practica.

1. Material de Instrucción:

- 1 test de imágenes de logaudiometría
- 1 manual de audioscopio Welch Alleyn
- 1 video creando un ambiente para el desarrollo de lenguaje

2. Papelería:

- Talonarios recibos de pago usuarios.
- Talonarios guardados del 1001 al 1151 y del 0251 al 0951.
- Papelería para exámenes de otorrinolaringólogo.
- Talonarios recibos de pago usuarios de ORL.
- Talonarios guardados de ORL.

3. Suministros para funcionamiento de los equipos.

- 8 pilas no recargables medianas marca Duracell.
- 10 pilas no recargables medianas marca Energizer

- 4 pilas no recargables doble AA marca Parnasonic
- 2 pilas recargables referencia 72200 para otoscopio
- 3 pelias recargables referencia 72300 para audioscopio

4. Inventario de muebles y enseres:

- 3 carteleras de corcho
- 1 silla negra de consultorio
- 2 butacos negros auxiliares
- 1 escritorio de madera de 1 cajón
- 1 espejo
- 1 silla tapizada negra para escritorio
- 3 sillas plásticas blancas manufacturas Muñoz
- 1 mueble para impedanciometro
- 2 mesas auxiliares una con el audiómetro
- 1loker de dos puestos
- 2 cuadros (uno del oído y otro)
- 1 vitrina metálica con puerta de vidrio
- 1 tijeras
- 2 cosedoras
- 1 sacaganchos
- 1 almohadilla
- 1 sello

- 1 teléfono marca FANTEL color vinotinto
- 1 archivador color blanco de 2 cajones metalico
- 1 caneca de madera
- 1 perforadora
- 1 caneca plástica con tapa
- 1 papelera de escritorio (para papeles pendientes)
- 1 termómetro

5. PLAN DE MERCADEO

5.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un plan de mercadeo en el servicio de Audiología del Centro de Atención Integral a la Comunidad buscando el posicionamiento del servicio en Medellín y municipios aledaños, en un periodo entre Febrero de 2004 a Febrero e 2005.

5.1.1Objetivos Específicos

- Analizar e identificar la condición económica actual del servicio de Audiología , dentro de la Fundación Universitaria Maria Cano.
- Evaluar el conocimiento que se tiene del servicio de Audiología en el medio y población objeto.
- Evaluar el posicionamiento del servicio de audiología en al área de Medellín y municipios aledaños.
- Evaluar las ventajas y desventajas de los exámenes, procedimientos y tarifas que se ejecutan en el servicio de Audiología mediante el análisis de la competencia.

- Diseñar un portafolio de servicios que propicie el conocimiento de los servicios ofrecidos a la población objeto.

5.2 ESTRATEGIAS

5.2.1 Estrategias del Producto.

5.2.1.1 Área de Audiología. El área mencionada tiene como objeto determinar la capacidad auditiva del usuario y sus alteraciones por medio de los más eficientes exámenes y personal prestador del servicio, su proceso incluye:

5.2.1.1.1 Audiometría. Examen que por su procedimiento técnico determina la agudeza auditiva del paciente y guía al examinador para que este analice la existencia ó no de compromiso auditivo proyectando así el tratamiento a seguir.

Indicaciones.

- Pacientes entre 6 – 80 años de edad
- Usuarios sin presencia de tapones de cera total, otorrea

Contraindicaciones

- Usuarios deficientes de evaluar (personas con patologías de base, compromiso neuro – motor, IMOC, entre otras)

- Usuarios con tapones de cera total, otitis, otorrea y otalgia.

5.2.1.1.2 Inmitancia acústica – impedanciometría. Examen cuya finalidad es determinar el estado y /ó funcionalidad del oído medio.

Indicaciones

- Usuarios entre 4 – 80 años de edad
- Pacientes que estén presentando dificultad de oído medio

Contraindicaciones

- Niños menores de 4 años de edad
- Usuarios con tapón de cera
- Perforaciones de membrana timpánica
- Usuarios con infecciones (otitis, Otorrea, Entre otras.)

5.2.1.1.3 Logaudiometría. Examen cuya finalidad es determinar la percepción auditiva del lenguaje que presenta el usuario.

Indicaciones

- Pacientes mayores de 6 año de edad
- Usuarios con pérdida auditiva considerable
- Usuarios que consideren tener dificultades en sus relaciones socio – comunicativas

Contraindicaciones

- Pérdidas mínimas
- Usuarios cofóticos

5.2.1.1.4 Adaptación de audiófonos. Procedimiento por el cual se pretende que el usuario mejore sus relaciones socio – comunicativas. En niños menores de 7 años se busca desarrollar su lenguaje oral y procesos de aprendizaje.

Indicaciones

- Usuarios con pérdida entre: leve – moderada, moderadas – severas, severas – profundas.

5.2.1.1.5 Protectores de Silicona. Procedimiento por el cual se pretende minimizar los factores de riesgo de pérdidas auditivas y prever la audición de infecciones.

Indicaciones

- Usuarios entre 4 y 80 años de edad
- Empleados de empresas que laboren con maquinaria que sobrepase los niveles permisibles de ruido

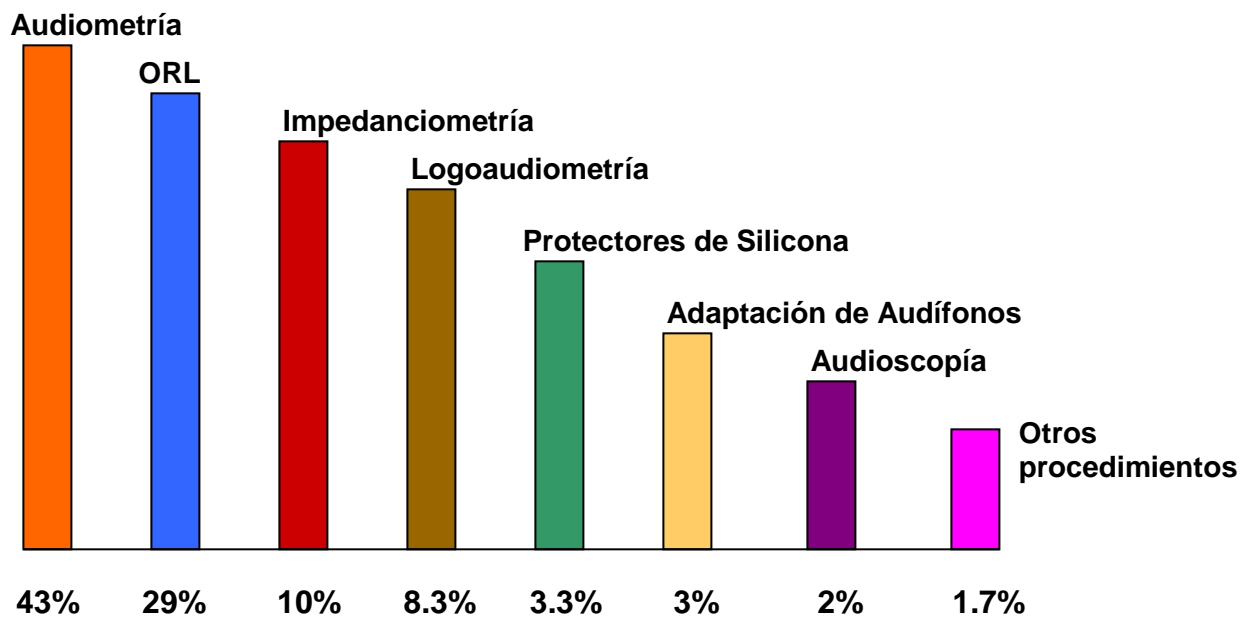
Contraindicaciones

- Usuarios con infecciones otológicas

- Usuarios con otalgia u otorrea

5.2.1.1.6 Patrón de uso del servicio

SERVICIO ESTRELLA -AUDIOMETRÍA-



5.3 ESTRATEGIAS PROMOCIONALES

5.3.1 Publicidad. El servicio audiológico se dará a conocer por los siguientes medios:

- Volantes promocionales: en los cuales el usuario conocerá los procedimientos realizados en el servicio distribuidos en diferentes instituciones como: colegios,

universidades, centros comerciales, entre otros, una vez al mes durante cuatro meses.

- Prensa: se publicará en el colombiano, el tiempo, el espacio, el servicio Audiológico, una vez al mes durante cuatro meses.
- Cadena radial: en la cual se emitirá un mensaje ofreciendo los servicios una vez por semana durante cinco meses.
- Televisión: en la cual se presentará un programa en el que el usuario conocerá los servicios, procedimientos y costos. A nivel interno (canal Universitario) y Externo (Telemedellín, Teleantioquia y Canal U).
- Alianzas estratégicas con Instituciones de salud, colegios, centros comerciales en donde se organizaran puestos de otoscopias en el que el usuario conozca los servicios ofrecidos por el área audiológica.

5.3.2 Promoción.

- Realización de campañas en salud auditiva en las escuelas aledañas a la Fundación Universitaria María Cano.
- Determinar un día a la semana para ofrecer a mitad de precio

- Descuentos de usuarios que requieran más de un examen del 10%

- Seminario a padres de familia de usuarios sordos en lengua manual.

5.4 ESTRATEGIAS DE PRECIO

Para realizar el precio de cada uno de los procedimientos del centro audiológico fue necesario analizar el estrato social, de cada uno de los sectores, con base a este se determina la siguiente tabla de valores; además los procedimientos llevan sumada la depreciación de los materiales y equipos, la mano de obra, los costos directos e indirectos en la institución.

Tabla 8. TARIFAS SERVICIO AUDIOLOGÍA AÑO 2004

Procedimiento	Tarifa	Estrato
Audiometría	\$10000	1
Logaudiometría	\$10000	
Impedanciometría	\$12000	
Audiometría	\$13500	2
Logaudiometría	\$13500	
Impedanciometría	\$15000	
Audiometría	\$15000	3
Logaudiometría	\$15000	
Impedanciometría	\$17500	
Audiometría	\$17500	4
Logaudiometría	\$17500	
Impedanciometría	\$20000	
Audiometría	\$21000	5 y 6
Logaudiometría	\$21000	
Impedanciometría	\$25000	

SERVICIO DE OTORRINOLARIONGOLOGIA

Tarifa	Estrato
\$8000	1
\$11000	2
\$15000	3
\$18000	4
\$21000	5 y 6

OTROS PROCEDIMIENTOS

Prueba de función tubarica	\$16.000
Audioscopias	\$ 5.000
Acufenometría	\$18.000
Protectores Auditivos	\$18.000
Pruebas de Toney Decay	\$13.000
Pruebas informales	\$ 5.000
Revisión de audífono	\$ 8.000
Reactometría	\$ 8.000
Planes Caseros	\$ 10.000
Asesoría de Audífonos	\$20.000

ALQUILER DE EQUIPOS DE AUDIOLOGÍA

Equipo	Tarifa
Consultorio	\$25.000
Audioscopía	\$18.000
Otoscopio	\$12.500
Reactometro	\$18.000
Sonómetro	\$18.000

5.5 CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y PENETRACION

DISTRIBUCIÓN Y PENETRACION

Los canales de distribución y penetración del servicio de audiología en la población objeto esta dado por los siguientes elementos:

5.5.1 Distribución. El canal de distribución del servicio está establecido por aspectos informales como:

- Referencia de usuario a usuario
- Referencia de estudiantes de la Fundación Universitaria María Cano a usuario
- Referencia de empleados de la Fundación Universitaria María Cano a usuario
- Remisión por parte de otros profesionales (Otorrinolaringólogo, médico general, fonoaudiólogo) a usuario.
- Remisión de las practicas a usuarios que atienden en las brigadas ó jornadas evaluativas.
- Convenios institucionales

5.5.2 Penetración. El paciente entra a La Fundación Universitaria María Cano, es guiado por el portero hasta el consultorio de Audiología en el cual se hace entrega del recibo de cobro para que el paciente cancela la tesorería, luego regresa al

consultorio, lugar donde se llevaron a cabo las pruebas y procedimientos pertinentes.

5.6 PRESUPUESTO

Tabla 9. Ingresos

Ingresos			
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
FEBRERO	Audiometría	50	\$500.000
	Impedanciometría	20	\$250.000
	Logaudiometría	15	\$150.000
	Protectores auditivos	2	\$ 31.000
	Accesorio Audífonos	1	\$ 20.000
Total Ingresos			\$ 957.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
MARZO	Audiometría	84 (\$15.000) c/u	\$1.260.000
	Impedanciometría	52 (\$18.000) c/u	\$936.000
	Logaudiometría	45 (\$15.000) c/u	\$675.000
	Protectores auditivos	5 (\$21.000) c/u	\$ 105.000
	Accesorio Audífonos	7 (\$20.000) c/u	\$ 140.000
Total Ingresos			\$ 3.166.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
ABRIL	Audiometría	75 (\$15.000) c/ u	\$1.125.000
	Impedanciometría	39 (\$18.000) c /u	\$702.000
	Logaudiometría	23 (\$15.000) c /u	\$345.000
	Protectores auditivos	5 (\$21.000) c /u	\$ 105.000
	Asesoría Audífonos	4 (\$20.000) c/ u	\$ 80.000
	Audioscopías	25 (\$5.000) c /u	\$125.000
	Prueba Función Tubárica	3 (\$16.000) c/ u	\$ 48.000
	Revisión de Audífono	2 (\$16.000) c/ u	\$16.000
Total Ingresos			\$ 2.576.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
MAYO	Audiometría	130 (\$15.000) c /u	\$1.950.000
	Impedanciometría	60 ((\$18.000) c/ u	\$1.080.000
	Logaudiometría	50 (\$15.000) c/ u	\$750.000
	Protectores auditivos	10 (\$21.000) c /u	\$ 210.000
	Asesoría Audífonos	10 (\$20.000) c/ u	\$ 200.000
	Audioscopías	45 (\$5.000) c /u	\$225.000
	Prueba Función Tubárica	5 (\$8.000) c/ u	\$80.000
	Revisión de Audífono	7 (\$8.000) c/ u	\$56.000

Total Ingresos			\$ 4.551.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
JUNIO	Audiometría	100 (\$15.000) c / u	\$1.500.000
	Impedanciometría	45 ((\$18.000) c/ u	\$810.000
	Logaudiometría	30 (\$15.000) c/ u	\$450.000
	Protectores auditivos	8 (\$21.000) c /u	\$168.000
	Asesoría Audífonos	30 (\$5.000) c/ u	\$150.000
	Audioscopías	3 (\$16.000) c /u	\$48.000
	Prueba Función Tubárica	5 (\$8.000) c/ u	\$40.000
	Revisión de Audífono	7 (\$20.000) c/ u	\$100.000
Total Ingresos			\$ 3.266.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
JULIO	Audiometría	30 (\$15.000) c /u	\$450.000
	Impedanciometría	20 ((\$18.000) c/ u	\$360.000
	Logaudiometría	12 (\$15.000) c/ u	\$180.000
	Protectores auditivos	3 (\$21.000) c /u	\$ 63000
Total Ingresos			\$ 1.053.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
MAYO	Audiometría	130 (\$15.000) c /u	\$1.950.000
	Impedanciometría	60 ((\$18.000) c/ u	\$1.080.000
	Logaudiometría	50 (\$15.000) c/ u	\$750.000
	Protectores auditivos	10 (\$21.000) c /u	\$ 210.000
	Asesoría Audífonos	10 (\$20.000) c/ u	\$ 200.000
	Audioscopías	45 (\$5.000) c /u	\$225.000
	Prueba Función Tubárica	5 (\$8.000) c/ u	\$80.000
	Revisión de Audífono	7 (\$8.000) c/ u	\$56.000
Total Ingresos			\$ 4.551.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
AGOSTO	Audiometría	110 (\$15.000) c /u	\$1.650.000
	Impedanciometría	63 ((\$18.000) c/ u	\$1.134.000
	Logaudiometría	50 (\$15.000) c/ u	\$750.000
	Protectores auditivos	8 (\$21.000) c /u	\$ 168.000
	Revisión Audífonos	3 (\$8.000) c/ u	\$ 24.000
	Asesoría Audífonos	7 (\$20.000) c/ u	\$140.000
	Audioscopías	42 (\$5.000) c /u	\$210.000
	Total Ingresos		
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
SEPTIEMBRE	Audiometría	126	\$1.890.000
	Impedanciometría	55	\$990.000
	Logaudiometría	38	\$570.000
	Protectores auditivos	9	\$ 189.000
	Revisión de Audífono	2	\$ 16.000

	Asesoría Audífonos	6	\$120.000
	Audioscopías	50	\$250.000
	Prueba Función Tubárica	1	\$16.000
Total Ingresos			\$ 4.041.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
OCTUBRE	Audiometría	95	\$1.425.000
	Impedanciometría	47	\$846.000
	Logaudiometría	25	\$375.000
	Protectores auditivos	3	\$ 63.000
	Asesoría Audífonos	2	\$ 40.000
	Audioscopías	20	\$100.000
Total Ingresos			\$ 2.849.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
NOVIEMBRE	Audiometría	43	\$645.000
	Impedanciometría	18	\$324.000
	Logaudiometría	7	\$105.000
	Protectores auditivos	2	\$ 42.000
Total Ingresos			\$ 1.116.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
ENERO	Audiometría	16	\$240.000
	Impedanciometría	3	\$54.000
	Logaudiometría	2	\$30.000
Total Ingresos			\$ 354.000
Mes	Procedimiento	# del procedimiento	Total ingresos
FEBRERO	Audiometría	63	\$945.000
	Impedanciometría	45	\$675.000
	Logaudiometría	22	\$396.000
	Protectores auditivos	15	\$ 315.000
	Asesoría Audífonos	4	\$ 80.000
Total Ingresos			\$ 2.441.000
TOTAL INGRESOS ANUALES			\$30.306.000

Tabla 10. Egresos

DESCRIPCIÓN	VALOR
INSUMOS (Algodón, Alcohol, Guantes, Etc.)	\$200.000
Material impresión	\$250.000
Suministros para equipos	\$150.000
Mantenimiento Equipos	\$1.500.000
Servicios Públicos	\$2.100.000
Nómina	\$10.350.000
Depreciación equipos	\$1.200.000
Otros	\$300.000
TOTAL EGRESOS	\$16.050.000

TOTAL=	INGRESOS	30.306.000
	EGRESOS	<u>16.050.000</u>
		14.256.000

Las utilidades generadas hasta febrero de 2005 serán de 14.256.000, el plan de mercadeo elaborado para el periodo comprendido entre Febrero de 2004 y Febrero de 2005, será un plan estratégico que pretende cumplir con las expectativas del Centro de Atención Integral a la Comunidad "Servicio Audiología", dado a que se incrementan las ventas de los servicios y mejora la calidad de la atención del usuario en un 48% con beneficio para el centro.

Tabla 11. Calendario Del Plan de Mercadeo

Fecha	Asunto	Responsables
Febrero 02 de 2004	Análisis de los objetivos y estrategias del plan de mercadeo	Administrativos Asesor Estudiantes
Febrero 09 de 2004	Ejecución de las estrategias de promoción	Administrativos Asesor Estudiantes
Febrero 16 de 2004	Planeación de las visitas a Instituciones Educativas	Estudiantes
Febrero 23 de 2004	Planeación y ejecución de las visitas al sector industrial	Estudiantes
Marzo 01 de 2004	Promoción del servicio a nivel interno de la Fundación Universitaria Maria Cano	Estudiantes
Marzo 08 de 2004	Análisis de logros y dificultades de las actividades anteriores	Administrativos Asesor Estudiantes
Abril 05 de 2004	Evaluación y control de la demanda e ingresos	Administrativos Asesor
Mayo – Junio	Análisis del servicio –ventajas y desventajas-	Administrativos Asesor Estudiantes
Agosto	Implementación de nuevas estrategias	Estudiantes
Septiembre	Análisis de la demande de ingresos	Administrativos Asesor
Octubre	Estudio de la ubicación del servicio dentro de la Fundación y su dotación	Administrativos Asesor
Noviembre	Evaluación, control y respuesta de la actividad anterior (Oct)	Administración

5.7 TIEMPO DE EJECUCIÓN

El plan de mercadeo diseñado para el servicio de Audiología del Centro de Atención Integral a la Comunidad de la Fundación Universitaria María Cano será implementado durante el año 2004 en un período comprendido entre: el primero de febrero de 2004 hasta febrero de 2005, fecha en la cual se evaluarán los logros propuestos y determinar su continuidad ó replantear el diseño mismo.

5.8 EVALUACION Y CONTROL

La calidad y eficiencia del servicio de audiología será evaluado semestralmente por medio de encuestas realizadas a los pacientes, sugerencias de mejora y cambios, y evaluación institucional de la presentación del servicio realizado por el personal de la entidad quienes tendrán en cuenta los siguientes aspectos: número de pacientes naturales, número de convenios institucionales, ingresos – egresos, entre otros.

PORTAFOLIO

DE

SERVICIOS



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

**CENTRO DE ATENCIÓN
INTEGRAL A LA COMUNIDAD
SERVICIO DE AUDIOLOGÍA**



C.A.I.C

POR EL BIENESTAR SOCIAL



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

MISIÓN:

El Centro Audiológico ofrece los servicios de evaluación, diagnóstico y tratamiento clínico y preventivo, prevención y promoción a la población, tanto de la Ciudad de Medellín, como de los municipios, en las áreas de salud, educación, en los cuales se incluye el área industrial.





FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

VISIÓN:

El servicio de audiolología pretende satisfacer las necesidades, en cuanto a salud auditiva se refiere, de la población de la Ciudad de Medellín y municipios aledaños, mediante estudios audiológicos completos, estimulación auditiva, promoción, prevención, rehabilitación y adaptación de audífonos,





NUESTRO OBJETIVO:

Ofrecer a entidades promotoras de salud administradoras del subsidio, empresas sociales del Estado y comunidad en general, los programas de promoción, prevención, evaluación, diagnóstico y rehabilitación en el área de audiolología clínica.



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

**CENTRO DE ATENCIÓN INTEGRAL A LA COMUNIDAD
SERVICIO DE AUDIOLOGÍA**

- ✿ **AUDIOLOGÍA**
- ✿ **PRUEBAS AUDIOLÓGICAS**

- ✿ Audiometría tonal clínica y audiometría ocupacional
- ✿ Audiometría vocal y logaudiometría
- ✿ Audiometría de campo dinámico
- ✿ Inmitancia acústica
- ✿ Tone decay reflex y tone decay test
- ✿ Acufenometría
- ✿ Pruebas de función tubarica
- ✿ Test de glycerol
- ✿ Adaptación de audífonos
- ✿ Toma de impresión para elaboración de moldes protectores

OTORRINOLARINGOLOGÍA

- ✿ Atención especial a personas con Alteraciones de oído, nariz y laringe



**CENTRO FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO AL A LA
COMUNIDAD SERVICIO DE AUDITORÍA**

AUDIOMETRÍA
LOGOAUDIOMETRÍA
INMITANCIA ACÚSTICA

ESTRATO	TARIFA
1	\$ 8.000
2	\$10.000
3	\$12.000
4	\$14.000
5	\$17.000

OTROS PROCEDIMIENTOS DE AUDIOLOGÍA

PRUEBA DE FUNCIÓN TUBÁRICA	\$13.000
AUDIOSCOPIA	\$ 4.000
AUFENOMETRÍA	\$15.000
PROTECTORES DE SILICONA	\$17.000
PRUEBAS DE TONEY DECAY	\$10.500
PRUEBAS INFORMALES	\$ 4,000
REVISIÓN DE AUDIFONOS	\$ 6.500
PLANES CASEROS	\$ 8.000
HORA DE ASESORÍA	\$16.000
REATOMETÍA	\$ 4.000

NUESTRAS TARIFAS



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

NUESTRAS TARIFAS

**CENTRO DE ATENCIÓN INTEGRAL A LA
COMUNIDAD SERVICIO DE AUDIOLOGÍA**

SERVICIO DE OTORRINOLARINGOLOGÍA

ESTRATO	TARIFA
1	\$ 6.500
2	\$ 9.000
3	\$12.000
4	\$15.000
5 Y 6	\$17.000



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARIA CANO
CENTRO DE ATENCIÓN INTEGRAL A LA
COMUNIDAD SERVICIO DE AUDIOLOGÍA**

FECHA: _____

NOMBRE: _____

LUGAR: _____

EXAMENES: **AUDIOMETRÍA, LOGOAUDIOMETRÍA E INMITANCIA ACÚSTICA**

BONO DE DESCUENTO : 10% 2 EXAMENES

20% 3 EXAMENES

VÁLIDO POR UN MES

Calle 56, N° 41 – 90

Teléfono: 291 35 75 Ext. 105



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARIA CANO
CENTRO DE ATENCIÓN INTEGRAL A LA
COMUNIDAD SERVICIO DE AUDIOLOGÍA**

REQUISITOS

CITA PREVIA

FOTOCOPIA DEL RECIBO DE SERVICIOS PÚBLICOS

FOTOCOPIA DEL DOCUMENTO DE IDENTIDAD

REMISIÓN

SERVICIOS

AUDIOLOGÍA

AUDIOMETRÍA

LOGOAUDIOMETRÍA

INMITANCIA ACÚSTICA

PRUEBA DE FUNCIÓN TUBÁRICA

AUDIOSCOPIA

ACUFENOMETRÍA

PROTECTORES AUDITIVOS DE SILICONA

PRUEBAS DE TONEY DECAY

ADAPTACIÓN Y REVISIÓN DE AUDIFONOS

REATOMETRÍAS

SERVICIO DE OTORRRINOLARINGOLOGÍA



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARIA CANO
CENTRO DE ATENCIÓN INTEGRAL A LA
COMUNIDAD SERVICIO DE AUDIOLOGÍA**

REQUISITOS

CITA PREVIA
FOTOCOPIA DEL RECIBO DE SERVICIOS PÚBLICOS
FOTOCOPIA DEL DOCUMENTO DE IDENTIDAD
REMISIÓN

SERVICIOS

AUDIOLOGÍA
AUDIOMETRÍA
LOGOAUDIOMETRÍA
INMITANCIA ACÚSTICA
PRUEBA DE FUNCIÓN TUBÁRICA
AUDIOSCOPIA
ACUFENOMETRÍA
PROTECTORES AUDITIVOS DE SILICONA
PRUEBAS DE TONEY DECAY
ADAPTACIÓN Y REVISIÓN DE AUDIFONOS
REATOMETRÍAS

SERVICIO DE OTORRRINOLARINGOLOGÍA

CONCLUSIONES

El servicio de audiología actualmente carece de los elementos fundamentales para el crecimiento de la demanda e incremento de ingresos, debido al poco conocimiento que tiene la población de dicho servicio.

La implementación del plan de mercadeo va a facilitar una mejor organización y administración en la prestación del servicio de audiología.

La ejecución adecuada del plan de mercadeo permitirá el posicionamiento del servicio de audiología en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

SEBASTIÁN, Gonzalo de Audiología Practica. 4 ED. Buenos Aires: Médico Panamericana, 1987. 283 Pág. (617. 8/S5493).

VERGARA, Ramiro, M. Fisiología Auditiva: visión actualizada, Bogotá: Publicaciones de las Fuerzas Militares, 1990 144 Pág. (612.85 / V 494).

STEVES, S y WARSHOFKY, Fred. Sonido y Audición, México: FOCET Multicolor. 1971 200 Pág. (612.010453 / S846)

ARANGO OTALVARO, Omar. Módulo de metodología de la investigación, Medellín: Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, 1989 312 Pág. (796.07 / M593).

HIEBIN, Román G. y COOPER, Scott W. Como preparar el exitoso Plan de mercadotecnia, México: McGraw – Hill, 1992, 325 Pág (658.848 / H633)

DOCUMENTACIÓN

Los datos de estadística, los precios de los exámenes y demás procedimientos que se realizan en el servicio de audiología, fueron procedimientos que se realizan en el servicios de Audiología, fueron proporcionados por la administradora del Centro de Atención Integral a la Comunidad: Francy Perez Franco.

El logotipo de la Fundación Universitaria María Cano y del Centro de Atención Integral a la Comunidad los proporciono Luis Horacio Escobar Correa del Departamento de Comunicaciones.