

ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS EN MARKETING
Y COMUNICACIÓN DIGITAL

UNIVERSIDAD
GABRIELA MISTRAL

GENERAR POSICIONAMIENTO DE UNA EMPRESA DEL AREA DE SALUD
PRIVADA DESARROLLANDO UN PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN
DIGITAL

Profesor: Sr Carlos González García

Alumno: Nicolás Villagra González

SANTIAGO, AGOSTO 2016



ÍNDICE

1 RESUMEN PROYECTO	5
1.1 DIAGNÓSTICO PROBLEMA.....	5
1.2 PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	6
1.3 OBJETIVOS.....	6
1.4 CARACTERÍSTICA.....	7
1.5 RESTRICCIONES.....	7
2 ENTORNO PAÍS	8
2.1 ENTORNO ECÓNOMICO.....	8
2.2 ENTORNO SOCIAL.....	11
2.3 ENTORNO LEGAL.....	15
2.4 ENTORNO POLÍTICO.....	16
2.5 ENTORNO TECNOLÓGICO.....	25
3 ENTORNO EMPRESA	26
3.1 VISIÓN.....	26
3.2 MISIÓN.....	26
3.3 PRODUCTO DE VALOR AGREGADO.....	26
3.4 MERCADO.....	27
3.5 COMPETENCIA.....	30
3.6 VENTA Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO.....	56
3.7 FODA.....	63
3.8 OBJETIVOS.....	63
3.9 ESTRATEGIA MASTER SALUD.....	64

3.10 ESTRUCTURA DE ORGANIZACIÓN.....	64
3.11 INFRAESTRUCTURA Y PLANTA.....	65
3.12 INFORMÁTICA Y PLATAFORMA ONLINE.....	66
4 PLAN DE MARKETING.....	78
4.1 SITUACIÓN ACTUAL	78
4.2 BRIEF DE MARKETING MASTER SALUD.....	79
4.3 METAS Y OBJETIVOS.....	80
4.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	80
4.5 MODELO DE SISTEMA DE MARKETING DE MASTER SALUD.....	83
4.6 CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL.....	84
4.7 ESTADO DE RESULTADOS DE LA CAMAPAÑA.....	108
4.8 EVALUACIÓN Y CONTROL.....	110
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	112
ANEXOS.....	116

RESUMEN PROYECTO

El centro médico Master Salud nace en el año 2007 en la localidad de Talagante, ubicación Enrique Alcalde 920, bajo la dirección del doctor Alberto López Sánchez, médico general de la Universidad de Chile.

Así nace esta organización ambientada en el rubro de atención médica, mostrándose a sus clientes como un centro de salud enfocado en la satisfacción rápida, segura y confiable al cliente, con un ambiente acogedor, tecnológico y profesionales de calidad para asegurar el bienestar del paciente.

Actualmente cuentan con cinco oficinas, en las cuales trabajan nueve profesionales: dos médicos generales, un nutricionista, un neuropsiquiatra infantil, un ginecólogo, cuatro psicólogos de niños, adolescentes y adultos.

Master Salud está abierta a la utilización de tecnología sobre todo en medios online, ya que este rubro en específico es altamente competitivo. Ya han utilizado anteriormente Google Adwords, herramienta de Google que se utiliza para obtener tráfico en sitios web y posicionamiento en los buscadores de Internet, que les brindó buenos resultados. Hoy en día cuentan con un sitio web funcional y una red social Twitter la cual no está administrada. Cuentan con diversos medios de pago, facilitación de bonos, licencias médicas electrónicas, toma de horas vía WhatsApp y teléfono, lo cual le agrega valor a la organización, pues la mayoría de la competencia no tiene estas características en la zona.

1.1. Diagnóstico Problema

El problema que está presentando este centro médico es que están utilizando alrededor del 54% de la infraestructura y existe un déficit de médicos generales y especialistas para suplir las 116 horas no utilizadas de atención, ya que diariamente atienden entre 70 y 80 pacientes y al menos 15 a 20 no pueden atenderse debido a que no hay horas disponibles y/o profesionales en el momento.

Cuentan con un bajo tráfico en el sitio web y no tienen participación en redes sociales debido a que nadie administra estas cuentas y se encuentran desactualizadas.

1.2. Propuesta de Solución

Abarcar nuevos médicos profesionales para suplir las 116 horas no utilizadas del centro médico y a la vez crear campañas de marketing tradicional y online que logren incrementar nuevos pacientes para que al final del año Master Salud incremente sus utilidades.

Se trabajara fuertemente en las redes sociales para tener presencia online y estas deberán estar administradas por un Community manager para poder establecer una conversación y comunicación con el público.

Se pretende dar a conocer a Master Salud como un centro médico de atención personalizada que se preocupa por sus pacientes y de su comunidad, educándolos e interactuando con ella para que al final del día lo prefieran por ser de la comuna e interactuar con ella.

1.3. Objetivos

Objetivos Empresa

- Funcionar sobre el 70% de la capacidad de Master Salud para el año 2017.
- Incrementar ingresos en un 20% para el año 2017.

Objetivos Plan de Marketing

- Incrementar los ingresos del centro médico en un 20% mediante la campaña de marketing.
- Dar a conocer servicios y especialidades de Master Salud para generar movimiento en el mercado.

Metas Plan de Marketing

- Incrementar atención de pacientes en un 20% durante la campaña de marketing.
- Mejorar la comunicación entre el centro médico y la comunidad de Talagante.

Objetivos campaña de marketing

- Posicionar a Master Salud en el mercado de Talagante.
- Contactar nuevos clientes y profesionales.

1.4. Características

Master Salud se caracteriza por entregar una atención médica personalizada a sus pacientes, cuenta con profesionales de calidad que están dispuestos a satisfacer la necesidad de sus pacientes.

1.5. Restricciones

Actualmente en Chile existe una escasez de médicos y especialistas en el país, una competencia con mejor infraestructura y con mejor posicionamiento en el mercado del que tiene actualmente Master Salud.

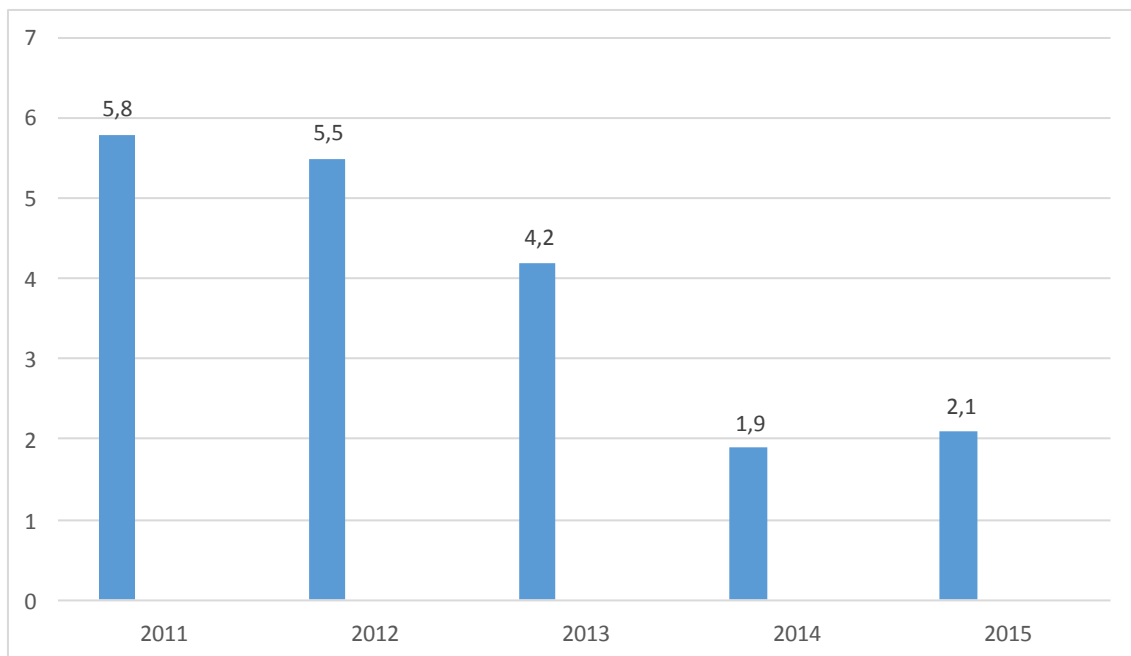
ENTORNO PAÍS

2.1. ENTORNO ECONÓMICO

Chile posee una economía abierta basada en los tratados de libre comercio, actualmente Chile es parte de la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico).

GRÁFICO DEL PIB DE CHILE

GRÁFICO N°1



Fuente: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>

Chile se ha caracterizado por su rápido crecimiento con respecto a América Latina logrando el año 2011 un PIB de un 5,8%. Actualmente estamos viviendo una desaceleración económica que comienza el año 2014 donde el crecimiento fue marcado por un 1,9% y un 2,1% en el año 2015, estos indicadores fueron afectados por un retroceso del sector minero, debido al ciclo de inversión, la caída

del precio del cobre y el declive en el consumo privado según indica el Banco Mundial.

Para este año 2016 la tasa de inflación se espera sobre el 4%.

Alzas de tasas de la reserva federal de Estados Unidos, traen como consecuencia que la tasa de interés en Chile que está en 3,5 % se vea aumentada durante el año, llegando aproximadamente al 4% teniendo un impacto negativo en el crecimiento.

En la actualidad según indica el Diario Financiero el 18 de abril del 2016: la tasa de desempleo es baja con un 5,8%.

El Índice de Precio del Consumidor (IPC) entre enero y marzo del año 2016 fue de un 1,1% según señaló el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Las Proyecciones de crecimiento de Chile para este año 2016 se estiman en un 2,1%, según los resultados de la última encuesta de expectativas del Banco Central.

Indica Klaus Schmidt- Hebbel, ex economista jefe de la OCDE y académico de la Universidad Católica, en una entrevista al diario financiero, el 18 de abril del año 2016, ¿Cómo definiría el escenario macro actual de Chile? dijo que: la economía chilena está convergiendo hacia un estancamiento estructural causado por las malas reformas de este gobierno.

Inversión publicitaria online – Panorama global

La publicidad total a nivel mundial creció un 5,6% el año 2014 en relación al año 2013, llegando a US\$ 545 billones. Se espera que en el año 2018 llegue a US\$ 667.65 Billones, impulsada por la publicidad digital y móvil.

Según un estudio realizado por la Asociación Chilena de agencias de publicidad (ACHAP) en el año 2014 la inversión publicitaria en medios alcanzo un total de 691.701 millones de pesos, lo que es equivalente a 1.213 millones de dólares.

Este estudio toma cifras que incluyen los montos totales de inversión publicitaria de Televisión abierta, televisión de pago, radio, diarios, revistas, cine y medios online.

En base al estudio realizado la inversión publicitaria disminuyó un 5,9% con respecto al año 2013, esto se debe principalmente por el decrecimiento de los medios tradicionales como la televisión abierta y diarios, revistas y vía pública. En cambio los medios online que representan el 10% de la inversión mostraron el mayor crecimiento seguido por la televisión de pago cines y radios.

INVERSIÓN HISTÓRICA EN MEDIOS

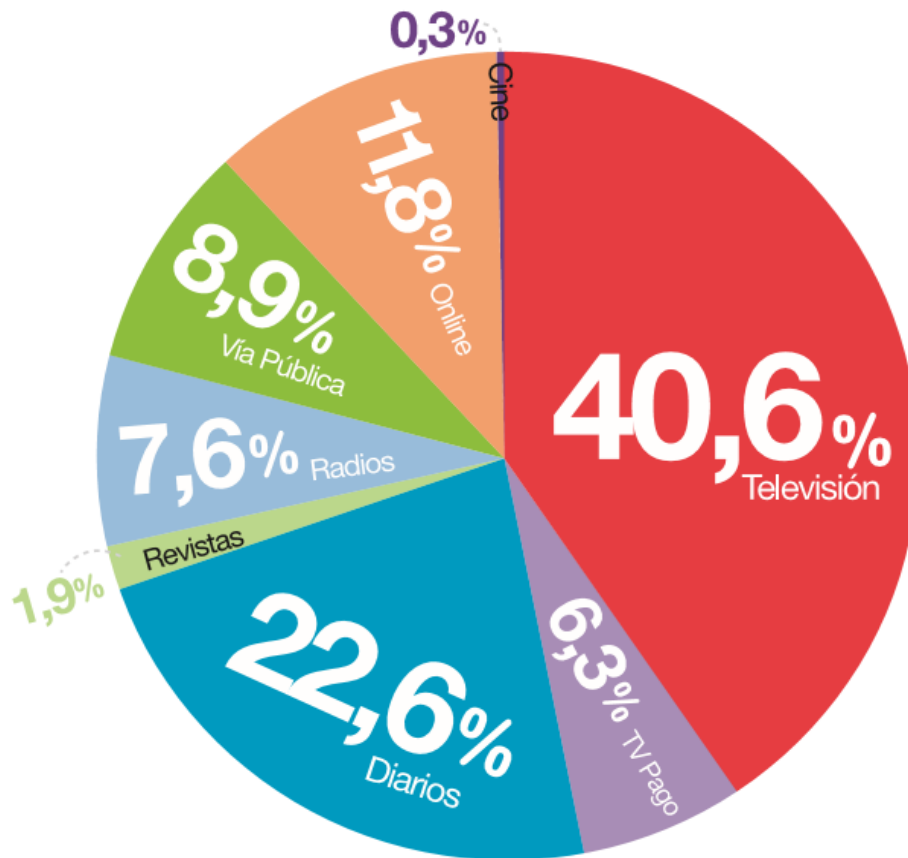
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Televisión	195.108	213.283	239.234	244.529	250.379	274.984	295.828	296.322	300.523	280.837
Diarios	120.793	129.369	142.052	145.000	126.150	153.903	175.449	170.185	170.257	156.185
Radios	33.860	33.114	34.456	36.241	36.408	38.920	44.845	44.621	49.367	52.407
Revistas	13.162	13.742	15.465	14.597	11.386	12.263	12.711	13.047	15.237	13.461
Vía Pública	34.625	39.233	46.983	43.693	37.139	42.636	57.015	59.077	63.796	61.437
Cine	1.290	1.264	1.327	1.129	1.411	1.892	2.157	2.265	2.046	2.201
TV Pago	7.051	7.403	9.251	8.421	16.032	22.001	30.481	36.953	37.893	43.686
Online	4.504	6.036	7.928	11.420	18.153	31.485	40.993	52.469	65.332	81.487
Total (MM\$)	410.393	443.444	496.696	505.030	497.058	578.083	659.478	674.939	704.451	691.701

Fuente: http://www.achap.cl/documentos/Inversion_Publicitaria_Achap_2014.pdf

En base a este estudio se puede afirmar que cada vez los medios online están siendo más utilizados en Chile y esto se debe al alto costo de los medios tradicionales como son la televisión y debido a la desaceleración económica en Chile la inversión publicitaria se ha visto afectada, aun así la participación por medio la sigue liderando la televisión seguida por los diarios y la vía pública, pero cada año los medios online incrementan mientras que los medios tradicionales se contraen.

PARTICIPACIÓN POR MEDIO

GRÁFICO N° 2



Fuente: http://www.achap.cl/documentos/Inversion_Publicitaria_Achap_2014.pdf

2.2 ENTORNO SOCIAL

Según el último censo realizado el año 2012, reveló preliminarmente que en Chile existen 16.572.475 habitantes.

Las personas en Chile cada día están más informadas debido a que pueden acceder a los medios de comunicación como es Internet y diversas redes sociales.

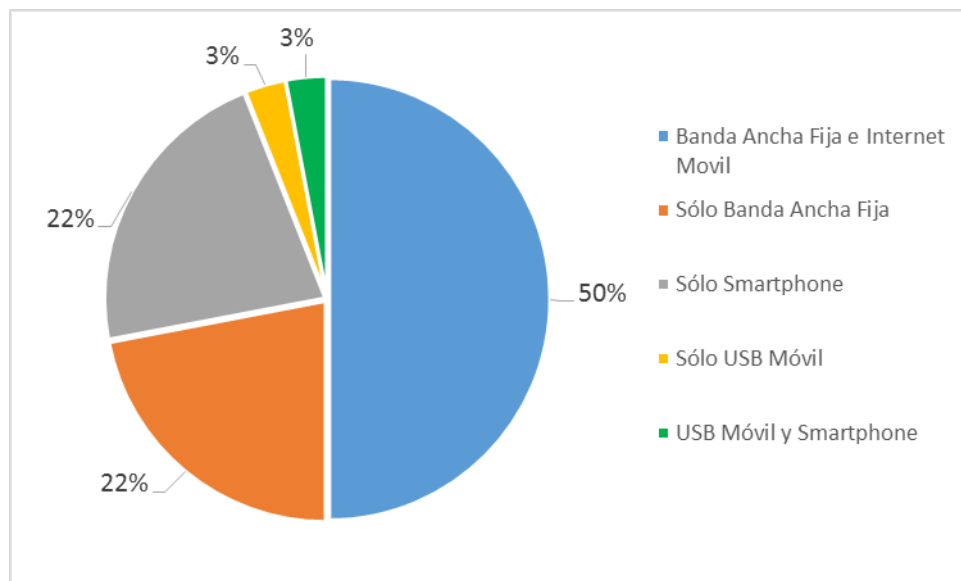
En base a un estudio realizado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones el 16 de Octubre del 2015, indica que el 70% de los chilenos son usuarios de Internet.

Un 30% de la población no cuenta con acceso a Internet desde el hogar, otro tercio cuenta con acceso fijo y móvil a Internet y el último tercio solo cuenta con acceso a Internet fijo.

Las principales razones por las que las personas tienen Internet según señala la encuesta son: para tener más acceso a información, comunicarse con otras personas y como apoyo a la educación de sus hijos.

El 50% de los usuarios de Internet en Chile utilizan banda ancha móvil y fija, seguido de un 22% que utiliza banda ancha fija y 22% utilizan solo Smartphone para el acceso a Internet. Aproximadamente 1 millón de hogares que tenían Internet fija empezaron a utilizar internet móvil.

GRÁFICO N°3



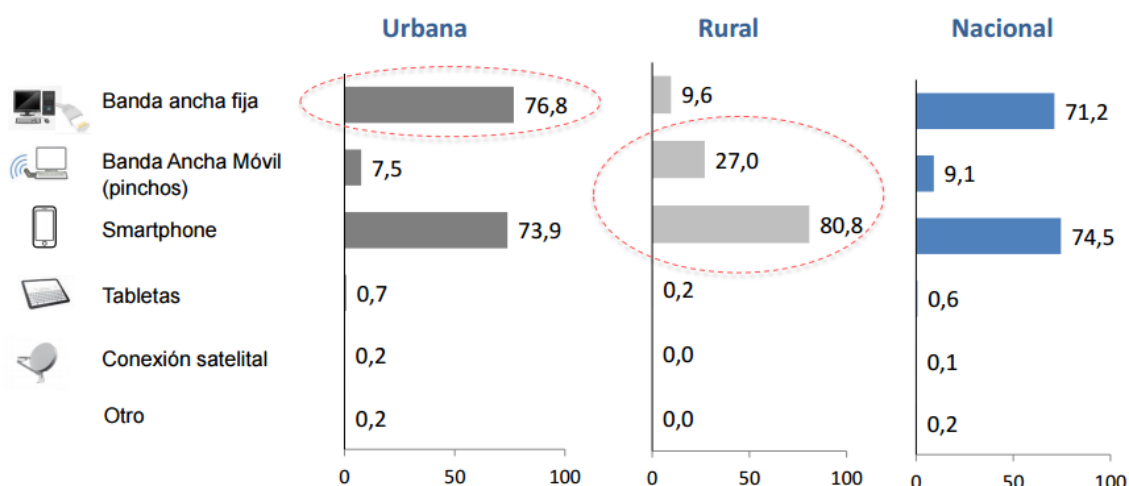
Fuente: http://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/Presentacion_Final_Sexta_Encuesta_vers_16102015.pdf

En los hogares urbanos usan mayoritariamente banda ancha fija, seguido por la alta penetración de Smartphone.

En los hogares rurales el medio más utilizado son los Smartphone, seguido por la banca ancha móvil.

Tipos de acceso y dispositivos en hogares con internet.

GRÁFICO N°4



Fuente: http://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/Presentacion_Final_Sexta_Encuesta_vers_16102015.pdf

En la actualidad a la gente le gusta compartir sus experiencias, expresar sus ideas libremente es por esto que las redes sociales han tenido un gran impacto en las personas. Internet pasó a ser una necesidad en la población al igual que los teléfonos celulares y Smartphone que han ayudado a tener conectada a las personas durante todo el día.

La salud es un tema social, y preocupa a todos los chilenos.

Miércoles 02 de diciembre del 2015 la ministra de Salud, Carmen Castillo, fue la peor evaluada en Adimark, en medio de acusaciones constitucionales. Enfrentó

fuertes acusaciones sobre el retraso en la construcción de hospitales que estaba presupuestada, lo que dejó muchos hospitales en vía de construcción finalizando en su cargo.

El tema de salud, es un factor que afecta a todas las personas de todas las edades y niveles sociales, este problema desajusta el presupuesto familiar es por esta razón que mantener una buena calidad de vida es vital y para que esto sea realidad es importante tener cultura preventiva.

Las personas que acuden a este centro médico, como una forma de mantener su salud o ayudándose cada vez que se presenta un problema, esperan ser atendidos en sus necesidades.

Los centros médicos tienen como meta brindar a la comunidad varios servicios todos de calidad para que las personas logren un desarrollo integral.

Por otro lado un centro médico ubicado en este lugar, debe respetar las tradiciones del entorno con las características de las persona, brindando acogida, de esta manera lo hace ser más personalizado, teniendo un mayor compromiso eficiencia, probidad y calidad de servicio al alcance de todos.

Talagante es una Provincia que se encuentra ubicada en el centro- poniente de la Región Metropolitana de Santiago de Chile, es una provincia pequeña y su población es aproximadamente de 217.449 habitantes.

2.3. ENTORNO LEGAL

Los centros médicos deben cumplir con varias normas legales de acuerdo a lo que la Ley exige.

Los trámites para que un centro médico funcione dependiendo de la actividad que realice necesitan la autorización específica, en el caso de este centro médico compete al área sanitaria ambiental.

Para el funcionamiento los centros médicos deben contar con los permisos y patentes adecuados ya que estos son regulados por la ley, y es con el fin de supervisar el buen funcionamiento de las empresas.

Algunos de los requisitos pedidos:

- Certificado de Informaciones Previas.
- Certificado Municipal de Zonificación.
- Permiso de Edificación.
- Recepción Definitiva de Obra.
- Declaración Interior de Gas.
- Declaración Eléctrica Interior.
- Autorización Sanitaria para elaborar, almacenar, distribuir o vender alimentos o aditivos alimentarios.
- Informe Sanitario.
- Clasificación Industrial.
- Declaración de Emisiones Atmosféricas.
- Aprobación de Proyecto de Sistema de Tratamiento de Residuos Industriales Líquidos.
- Disposición Final de Residuos Industriales Líquidos.
- Generación, almacenamiento y disposición final de Residuos Industriales Sólidos.
- Patente Municipal.

2.4. ENTORNO POLÍTICO

Chile todavía está catalogado como un País seguro para hacer negocios. Es un país que se caracteriza por ser el más competitivo a nivel de América Latina, todavía son bajos los niveles de corrupción política, mantienen niveles de estabilidad, lo que le hace ser estable para la inversión extranjera.

Posee un sistema político republicano, democrático y representativo, con un gobierno de carácter presidencial. El Estado está dividido en tres poderes independientes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

El País en la actualidad está al mando de la Sra. Presidenta Michel Bachelet, quedando dos años para el desarrollo su gobierno.

Desde estos sectores políticos valoran, el respaldo que han tenido de muchos Alcaldes, de todos los sectores y el apoyo transversal de todos los partidos Políticos, por la iniciativa, de traer médicos cubanos a Chile para velar por el bien común de la comuna.

Del Partido Comunista (PC), Partido Socialista, (PS), Partido Por la Democracia (PPD), Movimiento Amplio Social. (MAS), Partido Progresista (PRO), Democracia Cristiana (DC), Partido Regionalista Independiente. (PRI), así también de la Unión Demócrata Independiente (UDI), Renovación Nacional (RN), y todos los independientes que están impulsando esta noble propuesta.

Con este fin los partidos se han reunido con la Ministra de Salud y con el Canciller para suscribir este acuerdo en la Habana Cuba.

El sistema de salud privado es otro factor que determina la escasez de médicos en los hospitales. De los 14.512 especialistas que existen actualmente en nuestro país, 5.843 atiende sólo en el sistema privado.

Corporación Nacional Autónoma de Certificación de Especialidades Médicas (CONACEM): José Manuel López Moreno, Presidente; Miriam Albo

El Estado debería sustentar y estimular a los especialistas, las razones que influyen negativamente en la potencial oferta de especialistas es: la reciente política nacional.

El plan de Especialista para Chile, que involucra al Estado y a los Formadores debería profundizar en sus decisiones a mediano y largo plazo, así esta distribución y formación del especialista sería más equilibrada.

Con esto se demuestra que existe una falta de una política general y especial, para estimular y perfeccionar la formación, de los especialistas, que a la fecha sólo depende del esfuerzo personal de cada médico interesado.

Las remuneraciones de los especialistas del sector público deben ser competitivas ajustarla de acuerdo a áreas y especialidades, se podría reducir el número de programas de posgrado acreditados y el número de becados del ministerio porque el costo que se requiere para la formar un especialista que lleva a cabo el Estado, es muy alto. Becar a un médico significa que recibe \$3.millones por alumno, a esto se le suma \$2.millones mensuales para que trabaje para el ministerio.

El Estado pone el campus clínico donde el ejercerá y los profesores que son funcionarios públicos. En cuanto a las Universidades les pide el Estado que acredite su programa de posgrado y que a los becados les hagan docencia pero en terreno.

Una de las razones del aumento en la demanda por especialistas es la deficiente capacidad resolutive de la atención primaria. Esta limitante permanente y principal que invalida los esfuerzos y políticas focalizada en las especialidades.

En cuanto a que los especialistas se centran en Santiago y las dos o tres ciudades más pobladas del país y no van a sectores de la zona Norte y zona Sur, demuestra que hay inequidad en la distribución de especialistas. Además de la falta de médicos especialistas, esto afecta al sistema público que necesita una consulta de cirugía, esto es muy grave en zona de norte y sur de Chile.

El 50% de los médicos atienden el sector privado, con un total más menos de dos millones de personas y el otro 50% a los quince millones restantes. Aquí se aprecia una mala distribución que afecta a los extremos de Chile.

A pesar que el 50% de los médicos atiende el sector privado hay una escasa contribución de este sector privado de la salud en la formación de especialistas, siendo un sector muy beneficiado con la contratación de ellos.

El Presidente del Colegio Médico Enrique París en ese entonces comento que al implementar el plan auge se debía, comenzar a formar médicos especialistas para atender esas enfermedades, si se hubiese planificado bien no estaría ahora ocurriendo, este problema de escases de médicos.

Cambios demográficos de la población hace que aumenten los requerimientos de especialidades como los geriatras, ya que la proyección de vida ha aumentado, por lo tanto la población está envejeciendo.

La población por características sociológicas y culturales, cuando está enferma recurre directamente al especialista, para tratar su dolencia, esto es un problema ya que es uno de los factores que dificulta cuando se quiere tomar una hora, médica. Lo adecuado es que solicite atención con un médico de medicina general.

El Gobierno incrementará la inversión de un 30% en el arancel universitario para que las universidades aumenten entre un 40% y 100% su capacidad formadora de especialistas, hasta alcanzar los 1.000 cupos anuales en formación. Hoy existen 750 becas médicas.

Dentro de las medidas operativos de médicos especialistas en diferentes lugares del país, con apoyo del Colegio Médico y las Sociedades Profesionales, 400 becas en especialidades básicas y hospitalarias para médicos y odontólogos de Atención Primaria.

Programas de Tele-Medicina, para dotar de conectividad a los principales hospitales del país con localidades más apartadas. Se convocará a una Campaña

Nacional para que se sumen los médicos y especialistas que quieran ser parte de este desafío.

Lo que espera el Gobierno es entregar una atención de salud oportuna y digna a todos los chilenos que se atienden en el sistema público. Disminuir las listas de espera que existen en atención de especialidades. Fortalecer la Red Pública de Salud Mejorar la capacidad resolutiva médica en la Atención Primaria, respondiendo de manera integral y oportuna a las demandas de atención de salud. Incentivar que más médicos y profesionales de la Salud que se sumen a este desafío.

Por la alarmante falta de médicos en Chile genera propuesta de contratar especialistas cubanos, siendo los oftalmólogos, otorrinolaringólogos, traumatólogos, cirujanos, neurólogos, ginecólogos, dermatólogos, urólogos, cardiólogos y gastroenterólogos los que más se necesitan para poder bajar la lista de espera, que supera el millón 600 mil pacientes.

El sistema de salud privado es otro factor que determina la escasez de médicos en los hospitales. De los 14.512 especialistas que existen actualmente en nuestro país, 5.843 atiende sólo en el sistema privado.

Una de las razones del aumento en la demanda por especialista, es la deficiente capacidad resolutiva de la atención primaria. Esta limitante permanente y principal que invalida los esfuerzos y políticas focalizada en las especialidades.

Existe un programa estatal de formación los cupos más urgentes comenzarían recién el año 2018 este problema es por fallas estructurales la falta de políticas públicas a largo plazo por parte del Gobierno está trabajando en un cambio radical.

Chile tiene hoy necesidades diferentes en materia de Salud, de las que tenía hace 20 años. Hoy posee un mayor envejecimiento poblacional y una alta prevalencia de enfermedades crónicas no transmisibles, producto de estilos de vida no

saludables. Esto implica mayores necesidades de médicos y equipos de salud especializados en Chile.

Existen 36 mil médicos a nivel nacional, lo que significa que en algunas localidades hay 1 médico por cada 500 habitantes. En los extremos del país, esta cifra es de 1 médico por 850 habitantes.

Chile necesita incorporar médicos y especialistas a la Salud Pública debido a los nuevos desafíos sanitarios de acuerdo a los cambios demográficos y epidemiológicos

La falta de médicos y de especialistas en el sector público es un desafío del país, que no sólo involucra a los gobiernos, sino también a los estudiantes de medicina, médicos, Facultades de Medicina y Sociedades Médicas.

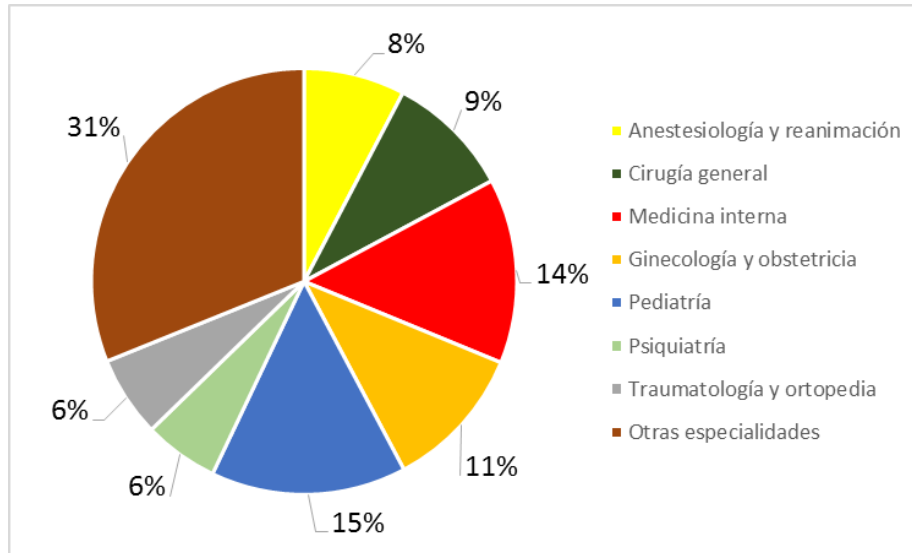
Se espera que sean incorporados 1.110 médicos para la Atención Primaria, en el período 2015-2018, y formar 4.000 nuevos médicos especialistas, en el período 2015-2018, además de Implementar mayor tecnología e infraestructura, mejoras en las condiciones laborales y educación permanente en salud.

En cuanto a los Aliados Estratégicos estos son:

- Universidades
- Colegios Profesionales
- Sociedades Científicas y Profesionales
- Asociaciones Gremiales
- Entidades Certificadoras (Corporación Nacional Autónoma de Certificación de Especialidades Médicas, CONACEM; Corporación Nacional de Certificación de Especialidades Odontológicas, CONACEO).

El gráfico muestra el porcentaje de médicos en Chile según su especialidad

GRÁFICO N°5



Fuente: www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/...de.../compendio_2014.pdf

Chile se encuentra lejos de las recomendaciones internacionales y de los países de la OCDE.

Estos profesionales se centran en principales ciudades, y para que estos médicos acudan a provincia les cuesta mucho, por problemas de distancias y recursos.

Por otro lado la mitad de los profesionales trabaja en sector privado como resultado de las rentas que son más altas.

Este problema obliga a muchas personas quienes son beneficiarios de Fonasa por tener una libre elección o utilizando convenios del seguro público con instituciones o mediante derivaciones con cargo al presupuesto de los propios servicios de salud.

Este déficit asciende a 1.200 médicos. El gráfico muestra que en la red de salud las especialidades más escasas, son medicina interna, anestesistas, cirujanos, pediatras, radiólogos, psiquiatras y geriatras.

Sin embargo, este cálculo es estático, se debe asumir que los determinantes fundamentales para el aumento de la demanda agraven aún más el problema, tales como: el crecimiento económico, con una elasticidad de 0,75, esto es, por cada punto de crecimiento en el PIB, se requiere un aumento de 0,75% en el cociente de médicos/población; el otro factor es el envejecimiento de los chilenos.

Se estima que el número de egresados de Medicina aumentó de 738 en el año 2001 a 1.551 anuales en el año 2012, según (Mineduc), pese a ello se necesitan más profesionales en esta área, por la inequidad de su distribución.

Los programas de especialización de perfeccionamiento y de planificación junto con el Ministerio de Salud de los Planes de formación tomando en cuenta los cambios demográficos de la población.

Los profesionales de la salud que hayan obtenido su título en el extranjero y deseen ejercer la profesión en Chile, deben solicitar el reconocimiento de su título o la revalidación del mismo según sea el caso, de acuerdo al detalle que se describe a continuación:

RECONOCIMIENTO DE TÍTULO:

Se aplica en el caso de existir convenios entre nuestro país y el país de título del solicitante.

El reconocimiento de Título lo realiza el Ministerio de Relaciones Exteriores y permite al profesional ejercer en Chile con su título obtenido en el extranjero, reconocido.

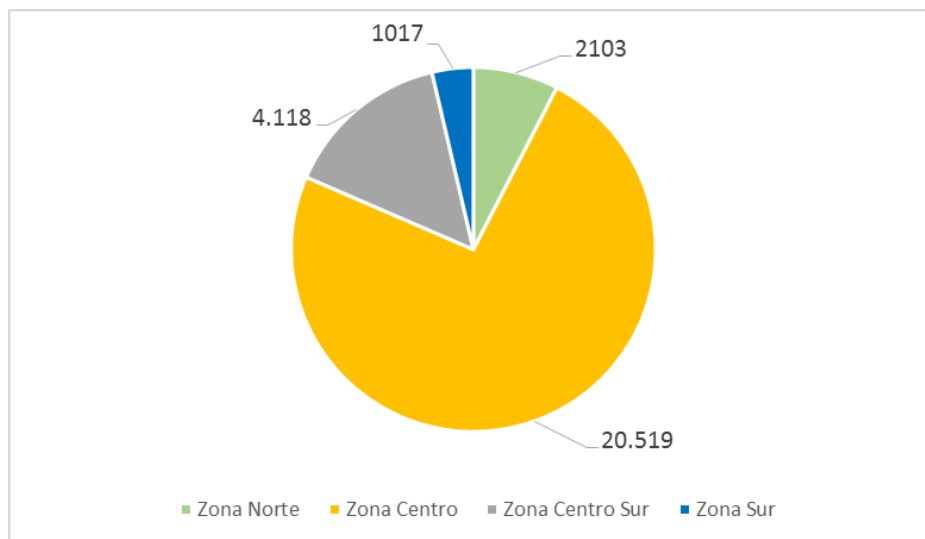
REVALIDACIÓN DE TÍTULO:

EXAMEN ÚNICO NACIONAL DE CONOCIMIENTOS DE MEDICINA (EUNACOM), es un examen teórico -práctico de medicina general que se aplica en Chile a todos los egresados de las distintas escuelas de Medicina nacionales y extranjeras.

El actual gobierno se ha comprometido con ingresar más de cuatro mil médicos para el periodo de acuerdo y en relación a la cantidad de médicos egresados, en la actualidad es insuficiente. Por otra parte el gobierno entregó incentivos para todos los especialistas que trabajan en urgencias y sin embargo hay que ver si dentro de esa norma permite a los médicos que los han liberado de turnos sean bien distribuido por el Servicio de salud.

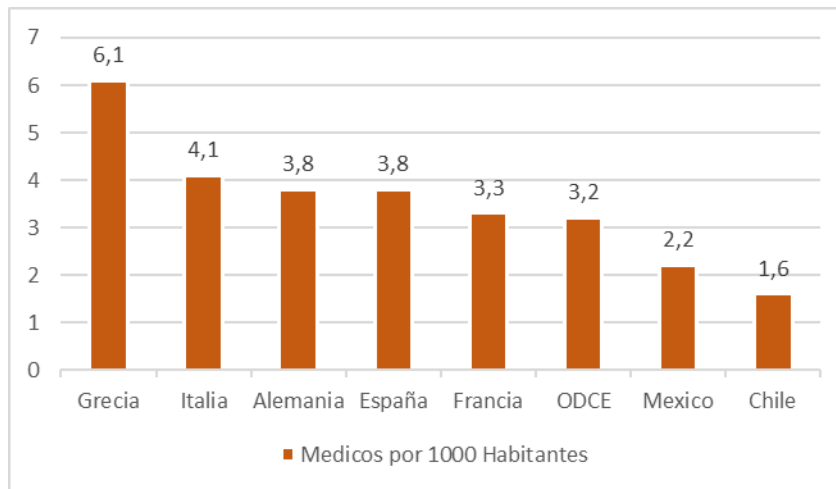
En el gráfico se muestra la distribución Geográfica, se cree que alrededor de 1.025 médicos se podrían suscribir a este beneficio, de esta forma se permitiría contratar especialistas en los hospitales.

GRÁFICO N°6



Fuente: www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/...de.../compendio_2014.pdf

Respecto al mejor uso del recurso cama hospitalaria, para una dotación país de 26.000 camas públicas, una reducción de la estadía promedio de un día se traduce en un aumento de disponibilidad de aproximadamente 500 camas, incluso ajustado por complejidad o severidad del cuadro clínico. El 20% de los hospitales funciona a capacidad completa

GRÁFICO N°7
Médicos por cada 1000 habitantes


Fuente: OCDE

Respecto al mejor uso de los pabellones quirúrgicos, que hoy no alcanza al 50% en los centros públicos, la estrategia para terminar con la lista de espera AUGE, consistente, en lo esencial, en contratar horas adicionales a médicos o Sociedades Médicas para extender horario, demostró que la eficiencia del uso de este recuso puede aumentar en más de un 20%.

Ello requiere, esencialmente, o presupuesto adicional para hacer tales convenios o, mejor, flexibilizar la jornada de trabajo médico de manera que haya para los contratos de 22 horas la posibilidad de servidos en la mañana o en la tarde. El ejemplo del Instituto Traumatológico de Santiago resulta ejemplificador del impacto de esta medida.

2.5. ENTORNO TECNOLÓGICO

Chile cuenta en la actualidad con un gran número de tecnología y telecomunicaciones en carreteras, hogares, centros de conversión.

Dentro de los avances tecnológicos se encuentra los nuevos trenes para las Líneas 6 y 3 de Metro, lo que facilitará el traslado de muchas personas.

Los resultados del estudio, realizado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones y la Universidad de Chile, indican que hay un 62% de hogares con acceso a Internet; el 63% corresponde a hogares urbanos, mientras que el 40,48% corresponde de hogares rurales, esto indica según visto años atrás que va en aumento debido a la gran necesidad de comunicarse en forma, cómoda y eficaz

También da cuenta de un incremento sostenido en las conexiones móviles en hogares urbanos y rurales, así como de un retroceso en la utilización de la banda ancha fija.

Un 66% de los chilenos cuenta con una conexión permanente a internet, lo que confirma la posición de vanguardia de Chile a nivel regional. Así lo indican los resultados que arrojó la Encuesta Nacional sobre Accesos y Usos, Usuarios y Disposición de Pago por Internet, estudio desarrollado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones y la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile a objeto de orientar las próximas acciones gubernamentales tendientes a estrechar la brecha digital en nuestro país.

ENTORNO DE LA EMPRESA

3.1 VISIÓN

Ser reconocidos a nivel regional como un centro médico de primera calidad que satisface a todas las personas que presenten algún malestar en su salud.

3.2 MISIÓN

Mejorar la calidad de vida de la población entregando un servicio de salud riguroso durante el proceso de diagnóstico, escuchando a nuestros pacientes y contando con profesionales de calidad para asegurarles su bienestar.

3.3 PRODUCTO Y VALOR AGREGADO

Master salud ofrece un servicio de salud personalizado basado en consultas médicas en donde el paciente es atendido por un profesional y examinado rigurosamente durante el procedimiento de diagnóstico.

Master Salud atiende lunes a viernes desde las 09:00 horas hasta las 21:00 horas.

El valor agregado que ofrece Master Salud a sus pacientes es una atención personalizada y cálida, lo cual se traduce en un centro cercano a la comunidad.

Para esto Master Salud ofrece a sus pacientes Medicina General, Nutricionista, Neuropsiquiatría infantil, Ginecología, Psicología de niños, adolescentes y adultos.

VALOR DE CONSULTAS

Medicina General: Venta bono electrónico en la consulta para Fonasa, Colmena G.Cross, Cruzblanca, Consalud, Banmedica, Vidatres. Particulares \$ 15.000.

Ginecología: Convenio con Consalud, Cruzblanca, Colmena Golden cross. Particulares \$ 25.000.

Neuropsiquiatría infantil: \$30.000

Psicología para niños y adolescentes: Convenio con Fonasa, Colmena Golden Cross, Banmedica, Vidatres, Cruzblanca. Particulares \$25.000

Psicología para adultos: \$25.000, Atiende por Fonasa, Cruz Blanca, Colmena Golden cross.

Test Wisc: \$30.000 en dos sesiones.

Nutricionista: \$15.000 Arancel.

3.4 MERCADO

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Segmentación Geográfica

El mercado se encuentra en Chile región metropolitana en la comunidad de Talagante que tiene 217.449 habitantes en base al censo del 2012, es una zona urbana que se encuentra 35 km al sudoeste de Santiago.

Segmentación Demográfica

El mercado apunta a un género de hombres y mujeres con ciclo de vida familiar como jóvenes, adultos, padres con y sin hijos, profesionales, estudiantes, dueñas de hogar y jubilados con edades entre 18 a 65 años que se preocupan por su salud y puedan desarrollar una cultura preventiva de Salud.

Según la clase social

No existe una estadística certera respecto a los grupos socioeconómicos actuales de Talagante, estas estadísticas son del año 2005.

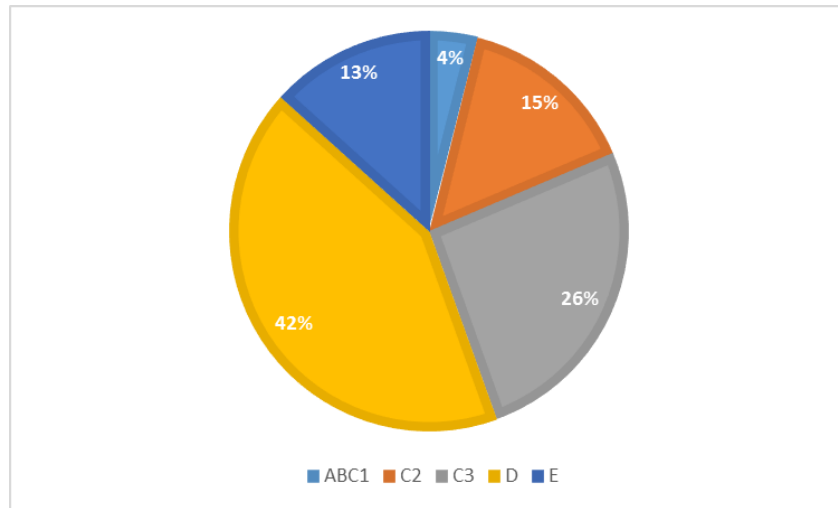
Master Salud apunta principalmente a los estratos sociales C3, C2 y D de la comuna de Talagante.

El estrato social que predomina en la localidad de Talagante es el grupo socioeconómico D con un 42%, que son principalmente el 30% de la población de Chile clasificado en estudios como clase baja, son personas con estudios básicos o medios incompletos y suelen carecer de profesión. Entre estos se pueden considerar generalmente obreros, empleadas domésticas y jardineros en donde su nivel de ingreso aproximado ronda entre 245 mil pesos y 440 mil pesos.

En segundo lugar se encuentra el estrato social C3 clasificado como clase media baja con un 26%, este estrato social corresponde al 30% de la población de Chile en donde sus ingresos varían entre los 540 mil pesos aproximadamente y entre sus profesiones podemos encontrar comerciantes, empleados administrativos, taxistas, vendedores y obreros.

Por último tenemos el estrato social C2 que corresponde aproximadamente al 20% de la población, son denominados como la clase media, tienden a ser profesionales universitarios con carreras de primer y segundo nivel de prestigio. Sus ingresos rondan entre los 670 mil pesos y 800 mil pesos.

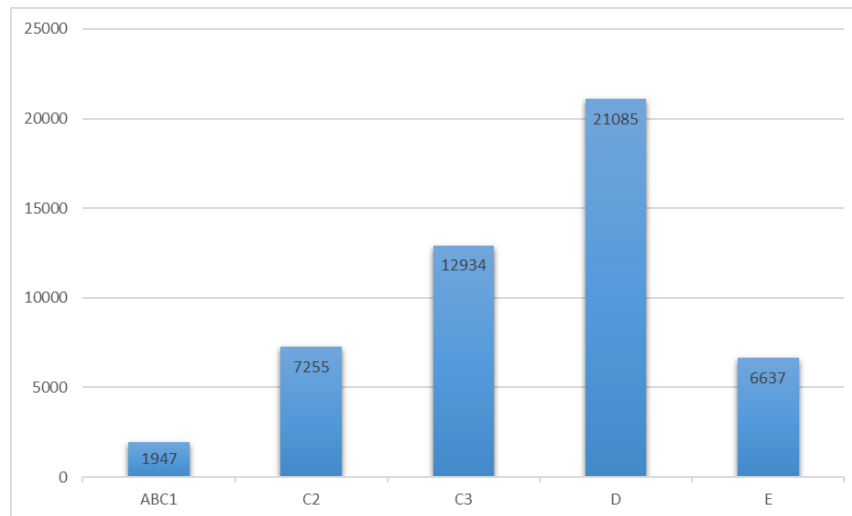
GRÁFICO N° 8
GRUPOS SOCIOECONÓMICOS TALAGANTE



Fuente: http://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2014/06/Habitantes_Urbanos_ICCOM_2005.pdf

En Talagante existen aproximadamente 49.957 familias de las cuales las que predominan en el sector son del grupo socioeconómico D con 21.085 familias seguido de 12.934 familias del grupo socioeconómico C3.

GRÁFICO N°9
NUMERO DE FAMILIAS SEGÚN GRUPO SOCIOECONOMICOS



Fuente: http://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2014/06/Habitantes_Urbanos_ICCOM_2005.pdf

3.5 COMPETENCIA





a) Cuadros resumidos de la competencia

Competencia	Horarios	Sitio Web	Redes sociales
	Lunes a Viernes 8:00 am a 20:00 pm Sábado 9:00 am a 13:00 pm.	SI	SI
	Lunes a Sábado 8:00 am a 20:00 pm	SI	SI
	Lunes a Viernes 9:00 am a 20:00 pm Sábado 9:00 am a 13:00 pm	SI	SI
Centro de Salud Libertad	Lunes a Viernes 8:30 am a 19:30 pm Sábado 9:00 am a 12:00 pm	NO	NO
Centro Médico Unión Ltda.	Lunes a Sábado 8:00 am a 12:00 pm	NO	NO
Centro De Especialidades Médicas Talagante Ltda. (CEM)	Lunes a Viernes 8:00 am a 21:00 pm Sábado 9:00 am a 13:00 pm	NO	NO
Centro médico AMET	Lunes a Viernes 8:00 am a 21:00 pm Sábado 9:00 am a 13:00 pm	NO	NO

b) Comparación de horarios y atención

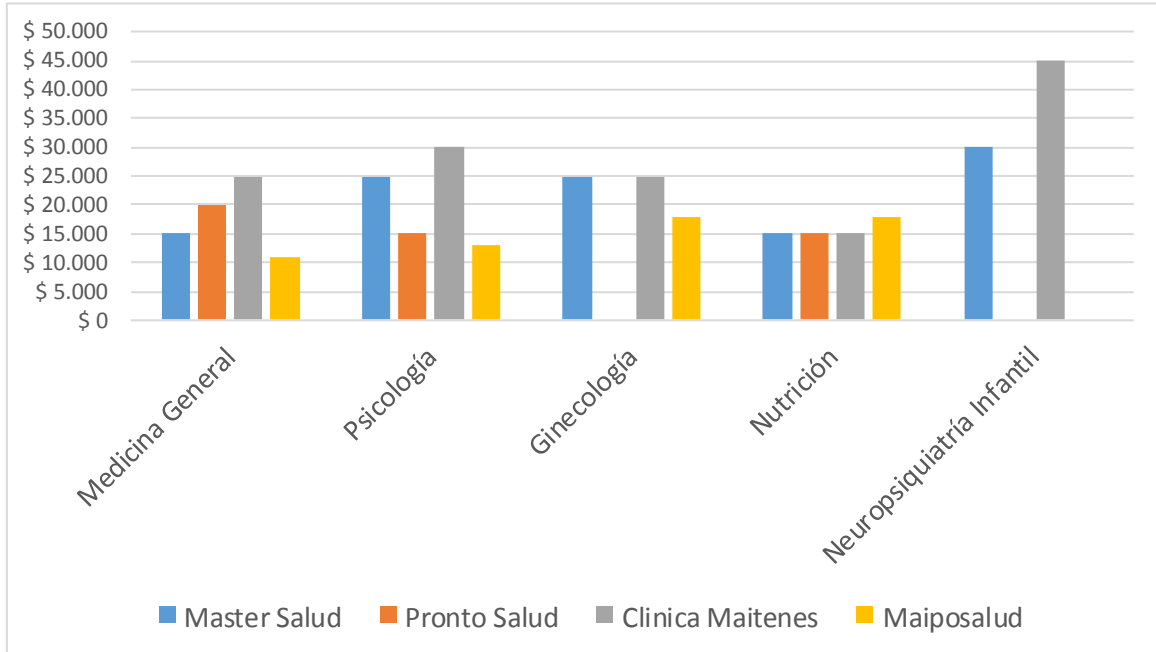
Alta Competencia	Redes Sociales	Horarios	Toma de horas
	Facebook	Lunes a Viernes 8:00 am a 20:00 pm Sábado 9:00 am a 13:00 pm.	Teléfono y Mail
	Facebook Twitter	Lunes a Sábado 8:00 am a 20:00 pm	Internet, Teléfono y WhatsApp
	Facebook	Lunes a Viernes 9:00 am a 20:00 pm Sábado 9:00 am a 13:00 pm	Teléfono, Mail y WhatsApp

c) Comparación de precios

Comparación				
Medicina General	Particular: \$25.000 Fonasa A \$11.060 Fonasa B-C-D: \$5760	Particular y Fonasa: \$11.000 Fonasa B-C-D: \$3530	Particular: \$20.000 Fonasa: \$5760	Particular \$15.000
Psicología	Particular \$30.000 a \$10000 Depende del plan	Particular y Fonasa: \$13.000 Fonasa B-C-D \$7.220	Particular \$15.000 a \$8.000	Particular \$25.000
Ginecología	Particular: \$25.000 Fonasa A \$11.060 Fonasa B-C-D \$5760	Particular y Fonasa: \$18.000 Fonasa B-C-D: \$5.400	No tiene	Particular \$25.000
Nutrición	Particular \$15.000 a \$10.000 Depende del Plan	Particular y Fonasa: \$18.000 Fonasa B-C-D: \$7500	Particular \$15.000	Particular \$15.000
Neuropsiquiatría Infantil	Particular \$45.000	No tiene	No tiene	Particular \$30.000

d) Gráfico comparativo de precios particulares

GRÁFICO N°10



Fuente: Elaboración propia

e) Comparación médicos





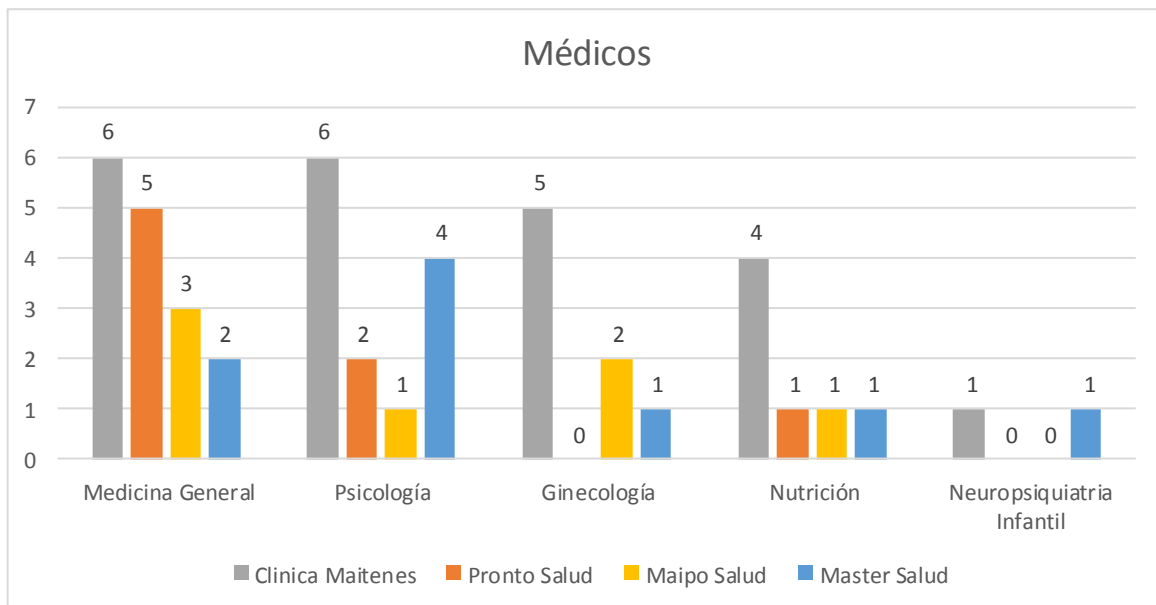

























Numero Médicos				
Medicina General	6	3	5	2
Psicología	6	1	2	4
Ginecología	5	2	0	1
Nutrición	4	1	1	1
Neuropsiquiatría Infantil	1	0	0	1

GRÁFICO N°11



Fuente: Elaboración propia

f) Comparación Convenios

g) CLINICA MAITENES

Cuenta con 13 años de experiencia médica



Horario de Atención: lunes a viernes de 8:00 am a 8:00 pm sábado de 9:00 am a 13:00pm.

SERVICIOS

Cuentan con profesionales de Santiago y de la zona.

Medicina General, Medicina Interna, Urología, Traumatología, Cardiología, Cirugía General, Cirugía Vascular, Dermatología, Kinesiología, Electromiografía, Endocrinología, Fonoaudiología, Gastroenterología, Ginecología, Neurología, Neonatología, Nutrición, Obstetricia, Puericultura, Otorrinolaringología, Pediatría, Psicología, Radiología, Reumatología,

Cuentan con un laboratorio clínico y de exámenes.

Mesa Central: 22870 5800 | Horas Médicas: 22870 5900

Ubicación

El edificio central de Clínica Maitenes se encuentra ubicada en Autopista del Sol, km 70, sector Los Jazmines, comuna de Melipilla. Esto queda a 32,2 km de Talagante y el viaje es de 26 minutos aproximado. La clínica cuenta con buses de acercamiento pero solo para la comuna de Melipilla y desde la clínica.



SITIO WEB CLINICA MAITENES

Es un sitio estático funcional, no posee optimización para Smartphone o distintas resoluciones de pantalla. Entrega la información necesaria sobre quiénes son, a que se dedican y que ofrecen al cliente. Actualmente lidera el posicionamiento de búsqueda de centros médicos en Talagante.



The screenshot shows the website for Clínica Maitenes. At the top right, there is a 'contacto' button with a Facebook icon. Below this is a blue navigation bar with the following menu items: CLÍNICA MAITENES, URGENCIAS, LABORATORIO, IMAGENOLÓGÍA, CENTRO MÉDICO, PROCEDIMIENTOS, HOSPITALIZACIÓN, ÁREA QUIRÚRGICA, and INSTALACIONES. The main banner features a large image of the clinic's reception area with the text 'Centro Médico en Talagante' and 'Ver más...'. Below the banner, there are several content blocks: 'VACUNATORIO' with an image of a child being vaccinated; 'Noticias' with a headline 'CENTRO MÉDICO DE CLÍNICA...' and a sub-headline 'El Centro Médico inauguró su servicio de Resonancia... ver más...'; 'PAD Fonasa' logo; 'Centro Médico Talagante' with an image of the building; 'Agende su Hora 228705900'; 'Informaciones', 'Trabaje con Nosotros', 'Paseo Virtual', and 'Videos' icons; 'Presupuesto Cirugías' with the text 'Bienvenido a Clínica Maitenes, solicite su presupuesto en línea. ver más...'; and 'INTEGRE NUESTRO EQUIPO MÉDICO' with an image of a stethoscope. At the bottom, there is a footer with the address: 'Melpilla: Autopista del Sol, Km. 70, Sector los Jazmines | Talagante: Av. 21 de Mayo #1081 | Mesa Central: 22870 5800 | Horas Médicas: 22870 5900'.

Dominio: <http://www.clinicamaitenes.cl/>

Cuentan con una red social administrada de Facebook vinculada al sitio web que tiene 1.347 me gusta.

No cuenta con buenas críticas por parte de sus clientes como se puede apreciar en sus review de la fan page. <https://www.facebook.com/ClinicaMaitenes>



Clínica Maitenes
@ClinicaMaitenes

22 870 59 00

Me gusta Mensaje

Biografía Información Fotos Me gusta Más

Centro médico · Melipilla
2.3 ★★★★★

Buscar publicaciones en esta página

A 1385 personas les gusta esto

84 personas han estado aquí

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

2,3 de 5 estrellas · 3 opiniones
Ver opiniones

Clínica Maitenes ha compartido su foto.
9 h ·

El más completo Centro Médico de #Talagante para entregar salud de calidad, con diagnósticos oportunos y certeros! Conoce mas en www.clinicamaitenes.cl

Agende su hora en el
☎ 2 2870 5900

Clínica Maitenes
CENTRO MÉDICO en Talagante

ESPECIALIDADES	KINESIOLOGÍA	IMAGENOLOGÍA	LABORATORIO CLÍNICO	PROCEDIMIENTOS
<ul style="list-style-type: none"> Cardiología Cirugía General / Vascular Dermatología Electroencefalografía Gastroenterología Medicina General / Interna Neofitología Infantil Neurología Infantil Nutrición Otorrinolaringología Podología Psicología / Psiquiatría Traumatología Urología 	<ul style="list-style-type: none"> Fisioterapia Kinesioterapia Rehabilitación Masaje del Dorso Rehabilitación Física Reintegro Deportivo 	<ul style="list-style-type: none"> Rayos X Resonancia Magnética Screening (MAMMOGRAMA) 	<ul style="list-style-type: none"> Coagulación Hematología Hormonas Inmunología Microbiología Urocultivos 	<ul style="list-style-type: none"> Coronación Avanzada (Stentless, Per Dentales Ultra Vascular) Curación General De Enfermería Dermatología De Traumatología

www.clinicamaitenes.cl / Av. 21 de Mayo 1081, Teléfono 22838 2107 - 22838 2505 Talagante.

Clínica Maitenes
15 h ·

Me gusta esta página

Es importante mencionar que cuenta con **buses de acercamiento** de lunes a sábado en la cercanía de la región.

Lunes a Viernes desde Melipilla	Lunes a Viernes desde Clínica	Sábado desde Melipilla	Sábado desde Clínica
07:30	08:00	07:30	08:00
08:20	08:30	08:30	08:45
08:40	09:00	09:00	09:15
09:30	10:00	09:30	09:45
10:00	10:30	10:00	10:15
10:30	11:00	10:30	10:45
11:00	11:30	11:00	11:15
11:30	12:00	11:30	11:45
12:00	12:30	12:00	12:15
12:30	13:00	12:30	12:45
13:00	13:30	13:00	13:15
13:30	14:30	13:30	14:00
14:00	15:00	14:15	14:30
14:30	16:00	15:30	16:00
15:00	16:30		
15:30	17:00		
16:00	17:30		
16:30	18:00		
17:00	18:40		
17:30	19:10		
18:00	19:30		
18:30	20:10		
19:00	20:30		
19:30	21:00		
20:00			

VALOR CONSULTAS

Prestación	Valor
Consulta Cardiología	\$ 25.000
Consulta Cardiología Infantil	\$ 25.000
Consulta Cirugía Adulto	\$ 25.000
Consulta Cirugía Endoscópica	\$ 25.000
Consulta Cirugía Infantil	\$ 25.000
Consulta Cirugía Plástica y Reparadora	\$ 25.000
Consulta Colonoscopia	\$ 25.000
Consulta Coloproctología	\$ 25.000
Consulta Dermatología	\$ 30.000
Consulta Dabetis Nutricional Adulto	\$ 25.000
Prestación	Valor
Consulta Endocrinología	\$ 30.000
Consulta Endocrinología Infantil	\$ 30.000
Consulta Fonoaudiología	\$ 25.000
Consulta Gastroenterología Adulto	\$ 25.000
Consulta Ginecología y Obstetricia	\$ 25.000
Consulta Medicina General	\$ 25.000
Consulta Medicina Interna	\$ 25.000
Consulta Neurología	\$ 30.000
Consulta Neurología Infantil	\$ 30.000
Consulta Nutricionista	\$ 15.000

Prestación	Valor
Consulta Oftalmología	\$30.000
Consulta Otorrinolaringología	\$30.000
Consulta Pediatría	\$25.000
Consulta Psicología	\$25.000
Consulta Psiquiatría	\$35.000
Consulta Traumatología	\$25.000
Consulta Urología	\$25.000
Prestación	Valor
Consulta Médica Urgencia	\$22.000
Consulta Especialista Hábil	\$35.000
Consulta Especialista Inhábil	\$50.000
Prestación	Valor
Visita Médica	\$35.000
Interconsulta	\$40.000

h) MAIPO SALUD



Maipo Salud es un centro médico que tiene 12 años de experiencia y se puede comprar bonos en todas sus sucursales.

Maipo salud cuenta con 3 sedes, entre ellas una en la comuna de Talagante, la cisterna y la Florida.

Servicios

Entre sus servicios ofrecen Dermatología, Psicología, Oftalmología, Psiquiatría, Ginecología, Medicina general, Nutrición, Kinesiología, Otorrinolaringología.

Cuentan con odontología, Imagenología (ecografías, scanner, radiografías y mamografías) y cardiólogos.

Reserva de Horas: + (562) 2 510 43 00

Horario de atención: lun-sáb: 8:00 AM -20:00 PM

Ubicación

La sede de Talagante se encuentra 21 de mayo N° 980, Talagante.



Valores de Exámenes y Radiografías

Mamografía Unilateral \$4.980 (2 EXP) (sólo en sucursal La Florida)	RADIOGRAFÍAS	ECOGRAFÍAS	EXÁMENES DE LABORATORIO
	Abdomen Simple \$ 3.520	GINECOLÓGICAS	Hematocritos \$ 260
	Pelvis \$ 3.050	ECO Transvaginal \$ 5.480	Electrolitos Plasmáticos \$ 470
	Fémur \$ 4.100	ECO Ginecológica \$ 5.220	Glucosa en sangre y Glicemia \$ 500
	Pierna \$ 4.100	ECO Obstétrica \$ 5.220	Glucosa, Prueba de tolerancia \$ 2.310
	Sacrocóxis \$ 4.380		Tiempo de Protombina \$ 580
	Renal Simple \$ 3.380	ECO NIÑOS Y ADULTOS	Antígeno Prostático Específico (PSA) \$ 3.520
	Cavidades Perinales \$ 3.930	ECO Prostática \$ 5.480	Grupos Sanguíneos ABO y RN \$ 930
	Hombro - Rodilla \$ 4.100	ECO Pélvica Masculina \$ 5.480	Insulina \$ 1.980
	Tórax (AP-LAT) \$ 7.220	ECO Pélvica Femenina \$ 5.220	Insulina Curva \$ 5.330
	Cadera recién nacido \$ 3.050	ECO Partes Blandas \$ 6.840	Perfil Lipídico \$ 2.410
	Brazo - Mano - Muñeca - Pie \$ 3.520	ECO Abdominal \$ 9.840	Perfil Hepático \$ 4.040
	Partes Blandas (Cavum Rinofaríngeo) \$ 7.340	ECO Renal y Vesical \$ 6.840	Orina Completa \$ 720
	Tobillo (AP-LATERAL-OBLICUA) \$ 4.100	ECO DOPPLER	Colesterol Total \$ 530
	Columna Dorsal	Color Pediátrica \$ 22.420	Hemograma \$ 1.150
	AP-LAT ó Dorso Lumbar \$ 4.620	Color Adulto \$ 22.420	Urocultivo, Antibiograma \$ 1.400
	Columna Lumbar	DOPPLER COLOR	Tiroestimulante (TSH) \$ 1.750
	AP-LAT 5º Esp. Lumbosacra \$ 6.780	Doppler Venoso \$ 22.420	Tiroxina ó Tetrayodotironina (T4) \$ 1.750
	Columna Cervical	Doppler Arterial \$ 22.420	Tiroxina Libre (T4 Libre) \$ 2.010
	(AP-LAT y Oblicua) \$ 7.010	Doppler Testicular \$ 22.420	Triyodotironina (T3) \$ 1.750
		Doppler Renal \$ 22.420	Gonodotrofina, SUB-Unidad Beta \$ 2.010
		Doppler Carotideo \$ 22.420	
ECOCARDIOGRAMA \$27.050			
ELECTROCARDIOGRAMA \$2.680			

EXÁMEN	Valores Maiposalud		
	NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3
Doppler Venoso	\$21.600	\$34.560	\$47.520
Doppler Arterial	\$21.600	\$34.560	\$47.520
Transvaginal	\$5.280	\$8.450	\$11.610
Ginecológica	\$5.030	\$8.050	\$11.060
Obstétrica	\$5.030	\$8.050	\$11.060
Partes Blandas	\$6.590	\$10.540	\$14.500
Abdominal	\$9.480	\$15.170	\$20.860
Renal	\$6.590	\$10.540	\$14.500
Tiroide	\$6.590	\$10.540	\$14.500

SITIO WEB

Dominio: <http://www.maiposalud.cl/>

Es un sitio web estático con un diseño que representa los colores de la marca, posee optimización tanto para Smartphone y distintas resoluciones. Cuenta con reserva de hora por el sitio web, revisión de exámenes y también se puede tomar horas por la aplicación WhatsApp.



REDES SOCIALES

Maipo Salud tiene redes sociales administradas de Facebook y Twitter, que cumplen la función de interactuar con los seguidores, entregarle información sobre sus productos, promociones y cuidado de la salud.

La cuenta de Facebook tiene 1.013 me gusta y actualmente se encuentra administrada.



Centro de Diagnóstico Médico Maiposalud
CENTRO DE DIAGNÓSTICO MÉDICO

Centro médico · La Cisterna
3.2 ★★★★★ CERRADO AHORA

Buscar publicaciones en esta página

A 1013 personas les gusta esto

659 personas han estado aquí

Cerrado ahora · 8:00-20:00 · \$
Obtener más información

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

3.2 de 5 estrellas · 31 opiniones
Ver opiniones

Estado

Escribe algo en esta página...

Centro de Diagnóstico Médico Maiposalud
8 horas · 🌐

Todos nuestros exámenes médicos a precio Fonasa Nivel 1. Agende su hora al 225104300, WhatsApp +56989230586 o en www.maiposalud.cl con nuestro nuevo agente virtual.

Centro de Diagnóstico Médico		MAIPOSALUD	
Su bono de MEDICINA GENERAL a \$ 3.530 y sus EXÁMENES FONASA NIVEL 1. La buena salud, al alcance de todos.			
Mamografía Unilateral \$4.980 (2 EXP) <small>(solo en sucursal La Florida)</small>	RADIOGRAFÍAS	ECOGRAFÍAS	EXÁMENES DE LABORATORIO
Mamografía Bilateral \$8.370 (4 EXP) <small>(solo en sucursal La Florida)</small>	Abdomen Simple \$ 3.530	GINECOLÓGICAS	Hematoxilia \$ 260
ECOCARDIOGRAMA \$27.050	Pelvis \$ 3.050	ECO Transvaginal \$ 6.480	Electrolitos Plasmáticos \$ 475
ELECTROCARDIOGRAMA \$2.680	Femur \$ 4.100	ECO Obesidad \$ 3.220	Glucosa en sangre y Glicemia \$ 500
	Pierna \$ 4.100	ECO Ovarios \$ 3.220	Glucosa, Prueba de tolerancia \$ 2.310
	Sacrocoxis \$ 4.380	ECO Prostata \$ 6.480	Tiempo de Protrombina \$ 550
	Renal Simple \$ 3.350	ECO Páncreas \$ 6.480	Antígeno Prostatático Específico (PSA) \$ 2.520
	Cavidades Perineales \$ 4.100	ECO Páncreas Parasitario \$ 6.480	Grupos Sanguíneos ABO y Rh \$ 900
	Tórax (AP/LAT) \$ 7.220	ECO Páncreas Blandos \$ 6.480	Insulina \$ 1.590
	Cadera recién nacido \$ 3.250	ECO Páncreas Blandos \$ 6.480	Insulina Curva \$ 5.330
	Brazo - Mano - Muñeca - Pie \$ 3.520	ECO Renal y Vesical \$ 6.480	Perfil Lipídico \$ 2.410
	Partes Blandas (Cavum Rotundum) \$ 7.340	ECO Doppler Color Adulto \$ 6.480	Perfil hepático \$ 4.040
	Tobillo (AP/LATERAL/OBLICUA) \$ 4.100	ECO Doppler Color Adulto \$ 6.480	Orina Completa \$ 720
	Columna Dorsal \$ 4.620	DOPPLER COLOR	Colectores Total \$ 530
	AP/LAT 5º Esp. Lumbosacra \$ 6.790	Doppler Venoso \$ 22.420	Hemograma \$ 1.150
	Columna Lumbar \$ 4.620	Doppler Arterial \$ 22.420	Urea/Urea, Amilograma \$ 1.480
	AP/LAT 5º Esp. Lumbosacra \$ 6.790	Doppler Testicular \$ 22.420	Trastorno de Trisomía 21 (15h) \$ 1.750
	Columna Cervical \$ 7.010	Doppler Renal \$ 22.420	Trisomía Libre (14 Libre) \$ 2.010
	AP/LAT y (Dorsal) \$ 7.010	Doppler Carotídeo \$ 22.420	Triyodotironina (T3) \$ 1.750
			Goitrogénica, SUB-Unidad Beta \$ 2.010

RESERVAS: ☎ 225104300 📞 +56989230586 Agente Virtual: www.maiposalud.cl

La cuenta de Twitter tiene 39 seguidores y se encuentra administrada. Cumple la misma función que la cuenta de Facebook, informar sobre sus productos y promocionar sus servicios.



Maiposalud
@MaipoSalud

General Freire 067 La Cisterna
maiposalud.cl
Se unió en julio de 2009

20 fotos y videos

Tweet: Maiposalud @MaipoSalud · 9 h
Agende su hora al 225104300, WhatsApp +56989230586 o en maiposalud.cl con nuestro nuevo agente virtual.

Centro de Diagnóstico Médico MAIPOSALUD
CENTRO DE DIAGNÓSTICO MÉDICO

Su bono de MEDICINA GENERAL a \$ 3.530
y sus EXÁMENES FONASA NIVEL 1. La buena salud, al alcance de todos.

Mamografía Unilateral \$4.980 (2 EXP) (solo en sucursal La Florida)	RADIOGRAFÍAS	ECOGRAFÍAS	EXÁMENES DE LABORATORIO
Mamografía Bilateral \$8.370 (4 EXP) (solo en sucursal La Florida)	Abdomen Simple \$3.320	GINECOLÓGICAS	Hematoctrito \$ 290
ECOCARDIOGRAMA \$27.050	Pelvis \$3.050	ECO Yarnogramal \$ 5.480	Sedimento Plasmático \$ 470
ELECTROCARDIOGRAMA \$2.680	Femur \$ 4.100	ECO Ginecológica \$ 5.220	Glucosa en sangre y Glucemia \$ 500
	Hipera \$ 4.100	ECO Obstruiva \$ 5.220	Glucosa, Prueba de Tolerancia \$ 2.310
	Sacrocoxis \$ 4.380	ECO NIÑOS Y ADULTOS	Tiempo de Protrombina \$ 580
	Renal Simple \$3.380	ECO Próstata \$ 5.480	Antígeno Prostático Específico (PSA) \$ 3.320
	Cavidades Parasales \$3.300	ECO Pélvis Masculina \$ 5.480	Grupos Sanguíneos ABO y Rh \$ 930
	Hombro - Rodilla \$ 4.100	ECO Pélvis Femenina \$ 5.220	Insulina \$ 1.480
	Tórax (AP-LAT) \$7.220	ECO Partes Blandas \$ 5.840	Insulina Curva \$ 5.330
	Cadera recién nacido \$3.050	ECO Abdominal \$ 5.840	Perfil Lipídico \$ 2.410
	Brazo - Mano - Muñeca - Pie \$3.520	ECO Senal y Venal \$ 5.840	Perfil hepático \$ 4.540
	Partes Blandas (Cerviz-Neck) \$7.340	ECO DOPPLER	Orina Completa \$ 720
	Tobillo (AP, LATERAL, CUBICUS) \$ 4.100	Color Pedáneos \$ 22.420	Coeficient Total \$ 520
	Columna Cervical (AP-LAT y Oblicua) \$7.010	Color Adulto \$ 22.420	Hemograma \$ 1.150
	Columna Dorsal (AP-LAT y Dorso Lumbar) \$ 4.820	DOPPLER COLOR \$ 22.420	Uroflow, Amibiograma \$ 1.400
	Columna Lumbar (AP-LAT y Dorso Lumbar) \$ 6.780	Doppler Venoso \$ 22.420	Tecostmagra (TSH) \$ 1.750
		Doppler Arterial \$ 22.420	Tropona ó Tetrayodotironina (T4) \$ 1.750
		Doppler Testicular \$ 22.420	Tropona Libre (T4 Libre) \$ 2.250
		Doppler Renal \$ 22.420	Tyrosinemia (T3) \$ 1.750
		Doppler Carotidas \$ 22.420	Gonadotropina, SUB-Unidad Beta \$ 2.010

RESERVAS: ☎225104300 📞+56989230586 Agente Virtual: www.maiposalud.cl

Tweet: Maiposalud @MaipoSalud · 17 h
Este invierno prevenga una posible enfermedad, visitando un medico con anticipación.

Se Satisfacción en Prevención CAMPAÑA INVIERNO MAIPOSALUD

i) CENTRO MEDICO AMET

Contacto: (02)815 74 11-(02) 838 00 10

Horario de atención lunes a viernes de 8:00 am a 21:00 pm y sábados de 9:00 am a 13:00 pm.

Dirección: Balmaceda 661, comuna de Talagante en la región metropolitana.

Email: amet_talagante@hotmail.com

Especialidades: Ginecología, Nutrición, Otorrino, Traumatología infantil, Pediatría, Psicología, Medicina General.

Valor Fonasa: \$12.150

Valor Con salud: según código Fonasa 7.078379-7

Valor Particular: \$20.000

Sitio Web:

No tienen sitio web, utilizan Red medica Chile para darse a conocer en los medios online.



j) Centro De Especialidades Médicas Talagante Ltda (CEM)

Dirección Enrique Alcalde 1093 comuna de Talagante

Teléfono :(56-2) 2815 2037, (56-2) 2815 9011, (56-2) 2815 5518

Atención de lunes a viernes de 8:00 horas a 21:00 horas y sábados de 9:00 horas a 13:00 horas.

Servicios

- Atención médica especializada.
- Atención médica domiciliaria.
- Toma de muestras de lunes a sábado en centro médico y a domicilio.
- Ecotomografías por hora.
- Radiografías de lunes a sábado horario continuado.
- Monitoreo fetal en centro médico y a domicilio.
- Atención dental y de urgencia.
- Valor Fonasa: \$12.500

Valor Isapre: De acuerdo al Plan a nombre del Medico código 0101003, Rut Dr. 7.749846-k.

Valor particular: \$20.000

Atienden por orden de llegada, todos los pacientes se citan al medio día.

Cuentan con Fonasa e Isapres como Colmena, Consalud, Banmédica.

Este centro médico no cuenta con sitio web.

k) PRONTO SALUD

Servicios

Ofrece servicios de Kinesiología, Nutriología, Nutrición, Medicina General, Medicina Familiar, Fonoaudiología, Psicología, Diabetología, Psicopedagogía, Cirugía adulta e infantil, Terapia ocupacional, Podología y Terapia floral.

Información de contacto:

Teléfono: +562. 2 814 54 94

Email: contacto@pronto-salud.cl

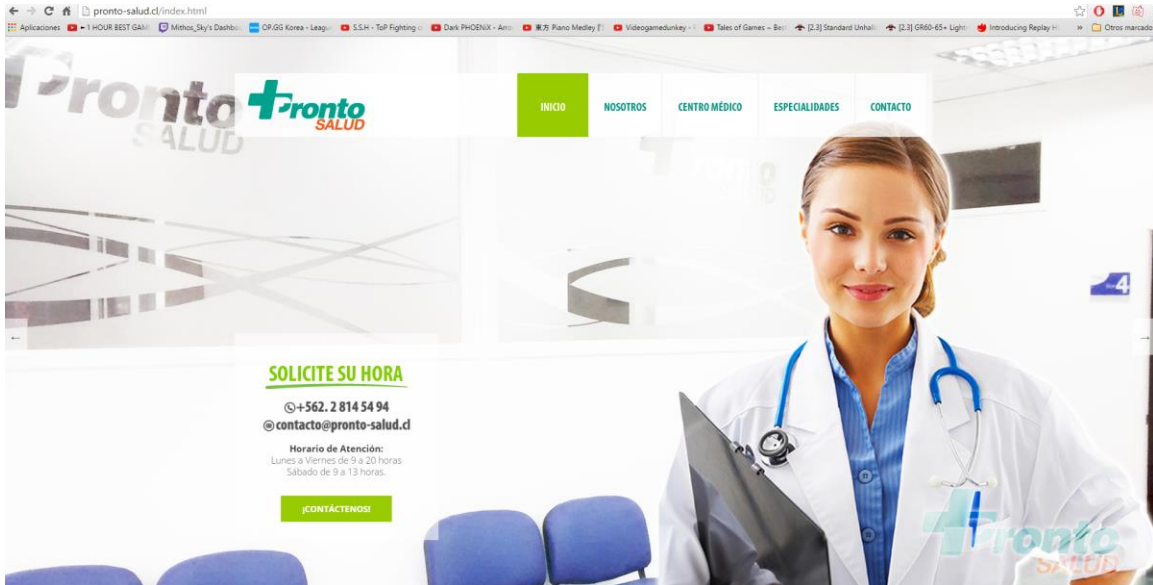
Ubicación: Talagante, Avenida Bernardo O'Higgins #1287



SITIO WEB

Dominio: <http://www.pronto-salud.cl/>

El Sitio esta optimizado, contiene información sobre sus servicios y contacto no tiene redes sociales vinculadas al sitio, posee un formulario de contacto, ubicación, breve descripción de quienes son y su infraestructura.



La cuenta de Facebook la cual no se encuentra totalmente administrada ya que no realiza actividades desde el 18 de mayo del año 2016. No se encuentra vinculada al sitio web y actualmente posee 203 me gusta.



The screenshot shows the Facebook profile of 'Pronto Salud'. The cover photo is a banner with the following text: 'Kinesiología - Nutriología - Nutrición - Medicina General', 'Medicina Familiar - Fonoaudiología - Psicología - Diabetología', 'Psicopedagogía - Cirugía Adulta e Infantil - Podología', and 'Terapia Ocupacional - Terapia Floral.' Below this, it says 'SOLICITE SU HORA' and 'WWW.PRONTO-SALUD.CL'. The profile picture is a logo with a green cross and the text 'Pronto SALUD'. The page name is 'Pronto Salud' with the handle '@centromedicoprontosalud'. The location is 'Centro médico · Talagante, Region Metropolitana, Chile'. The page has a 5.0 star rating and is marked as 'ABIERTO'. A post from May 18th contains a message: 'ESTIMADOS AMIGOS Y PACIENTES DE TALAGANTE LES INFORMAMOS QUE LA ARAUCANA YA NO REALIZARÁ VENTA DE BONOS DE FONOSA, AHORA USTED SE DEBE DIRIGIR DIRECTAMENTE A FONOSA QUE ESTÁ UBICADA EN LA MUNICIPALIDA DE TALAGANTE O TAMBIEN EN EL IPS (CHILE ATIENDE). BUENA TARDE'. A comment from Macarena Pinto is visible, dated May 19th at 14:32.

I) CENTRO DE SALUD LIBERTAD



Dirección: Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 1412 comuna Talagante.

Horarios de atención: lunes a viernes de 8:30 am a 19:30 pm, atienden días sábados de 9:00 am a 12:00 pm

Teléfono de contacto:

(56-2) 2815 1723

(56-2) 2815 6365

Profesionales: Medicina General, Gastroenterología adulto y niños, Psiquiatría Dentista.

Valor consulta Particular Medicina general \$15.000.

Valor especialista \$20.000.

Valor Psiquiatría \$35.000.

Valor consulta Isapre depende del plan de la persona que cotiza.

No cuentan con Sitio web propio, utilizan Mercantil.com como plataforma web

m) CENTRO MÉDICO UNIÓN LTDA

Ubicación: José Leyán Zumelzú, 987 Talagante

Profesionales: Cirugía general, Medicina General, Traumatología y Ortopedia, Gastroenterología adulto y niños, Siquiatra, Dentista.

Valor Fonasa: \$5.500

Valor Particular: \$15.000

Atención de Lunes a Sábado de 08:00 horas a 12:00 horas.

Teléfono: (2)8156229

Mail: Centromedicounion987@gmail.com

No cuenta con sitio web, utilizan Doctoralia como plataforma online.
<http://www.doctoralia.cl/>

Conclusión de la competencia

Existen siete centros médicos en la comuna de Talagante en donde los tres principales competidores Clínica Maitenes, Maiposalud y Pronto Salud poseen imagen corporativa y redes sociales, el resto de la competencia son consultas más pequeñas que no presentan imagen corporativa o presencia online. La mayoría de la competencia atiende los días sábados hasta aproximadamente el medio día.

Master Salud, Maiposalud y Pronto Salud son los únicos en la comuna de Talagante que poseen toma de hora por WhatsApp y el único centro médico que tiene toma de hora por Internet es Maiposalud.

En cuanto a precios Master Salud ofrece sus servicios a un precio acorde a la competencia.

La competencia que lidera en precios bajos es Maiposalud con su gama de servicios.

Basándonos en los gráficos se puede apreciar que Clínica Maitenes es la competencia con más médicos y convenios en el sector, sin embargo Master Salud cuenta con diversos convenios y a medida que crezca podrá ampliar sus servicios y profesionales.

3.6 VENTAS Y PARTICIPACION DE MERCADO

ANALISIS FINANCIERO EMPRESA MASTER SALUD

Master Salud, muestra su situación financiera, en la Declaración de Renta (Form 22) desde el 2013 al año 2016.

Según muestra la Tabla N° 1

Tabla N° 1: **INGRESOS BRUTOS**

AÑOS	TOTAL INGRESOS BRUTOS	CRECIMIENTO POR AÑO EN \$\$\$	% CRECIMIENTO
2013	55.972.120	0	18,45
2014	56.591.130	619.010	18,65
2015	82.329.270	25.738.140	27,14
2016	108.504.930	26.175.660	35,76
TOTAL	303.397.450	52.532.810	100,00

Observando la tabla y tomando como base del análisis el año 2013, tenemos que al siguiente año 2014 la empresa crece un 0,011%, y continúa su crecimiento en el año 2015 en un 0,455% en relación al año 2014. Seguido en el año 2016 con un 0,318% en relación al año anterior 2015.

En conclusión la empresa obtuvo Ingresos brutos total por los cuatro (4) años por un monto de \$303,397.450. Si hacemos la comparación entre los años 2016 al 2013 la Empresa creció un 17,31%.

Para mayor especificación ver anexo 2 y 3, (págs. 118 a 125)

Tabla N° 2: GASTOS EFECTIVOS

AÑOS	GASTOS EFECTIVOS	CRECIMIENTO POR AÑO EN \$\$\$	% CRECIMIENTO
2013	25.501.185	0	14,33
2014	34.948.045	9.446.860	19,64
2015	51.550.020	16.601.975	28,97
2016	65.934.154	14.384.134	37,06
TOTAL	177.933.404	40.432.969	100,00

En relación a los gastos que la empresa realiza, desde el año 2013, según muestra la Tabla N° 2, estos son bien controlados, del año base al 2014, se incrementan en un 5,31%. Aumentando considerablemente del año 2014 al año 2015 en un 9,33% cuando en este año es de un 28,97%. En el Año 2016 se produce un decrecimiento de los Gastos Efectivos en un 1,25%, cuando baja el gasto en un 8,08% en relación al año 2015.

Tabla N° 3: REMANENTE DE CREDITO SALDO A FAVOR

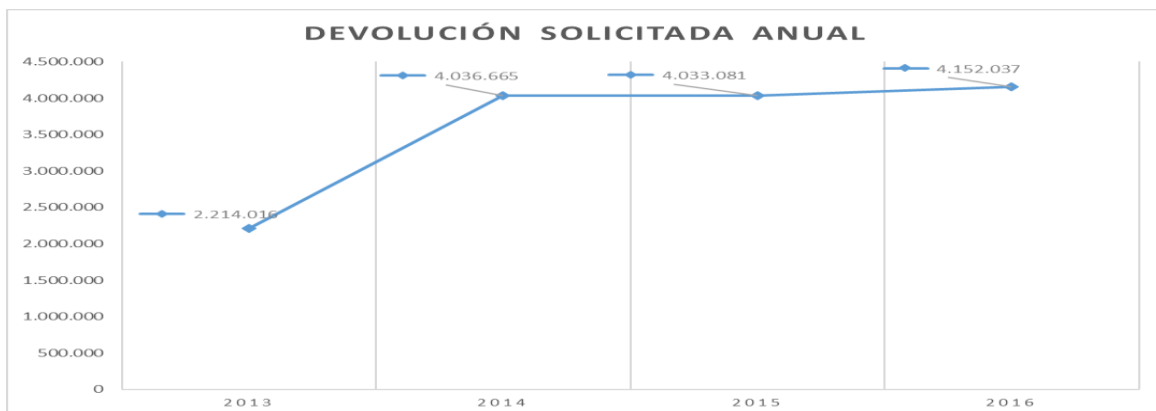
AÑOS	REMANENTE DE CREDITO SALDO A FAVOR	CRECIMIENTO POR AÑO EN \$\$\$	% CRECIMIENTO
2013	5.597.212	0	18,88
2014	5.659.113	61.901	19,09
2015	8.232.927	2.573.814	27,77
2016	10.155.535	1.922.608	34,26
TOTAL	29.644.787	4.558.323	100,00

Tabla N°4 SALDO PUESTO A DISPOSICIÓN DE LOS SOCIOS

AÑOS	SALDO PUESTO A DISPOSICIÓN DE LOS SOCIOS	CRECIMIENTO POR AÑO EN \$\$\$	% CRECIMIENTO
2013	3.383.196	0	22,24
2014	1.622.448	-1.760.748	10,67
2015	4.199.846	2.577.398	27,61
2016	6.003.498	1.803.652	39,47
TOTAL	15.208.988	2.620.302	100,00

Tabla N° 5 DEVOLUCIÓN SOLICITADA

AÑOS	DEVOLUCION SOLICITADA	CRECIMIENTO POR AÑO EN \$\$\$	% CRECIMIENTO
2013	2.214.016	0	15,34
2014	4.036.665	1.822.649	27,96
2015	4.033.081	-3.584	27,94
2016	4.152.037	118.956	28,76
TOTAL	14.435.799	1.938.021	100,00

GRÁFICO N° 12


Fuente: Elaboración propia

RENTABILIDAD DE MASTER SALUD

En Relación a la Rentabilidad de Master Salud, en el año 2013 registra un 54,44% seguido de una baja en el año 2014 y obtiene un 38,24% , en el 2015, decrece un obtiene un 37,39%. Repuntando en el 2016 con un 39,23 % lo cual no es malo por la naturaleza del negocio y la entrada de nuevos competidores a la industria.

Para ver cuadro comparativo ver anexo 3. (págs. 125 a 127)

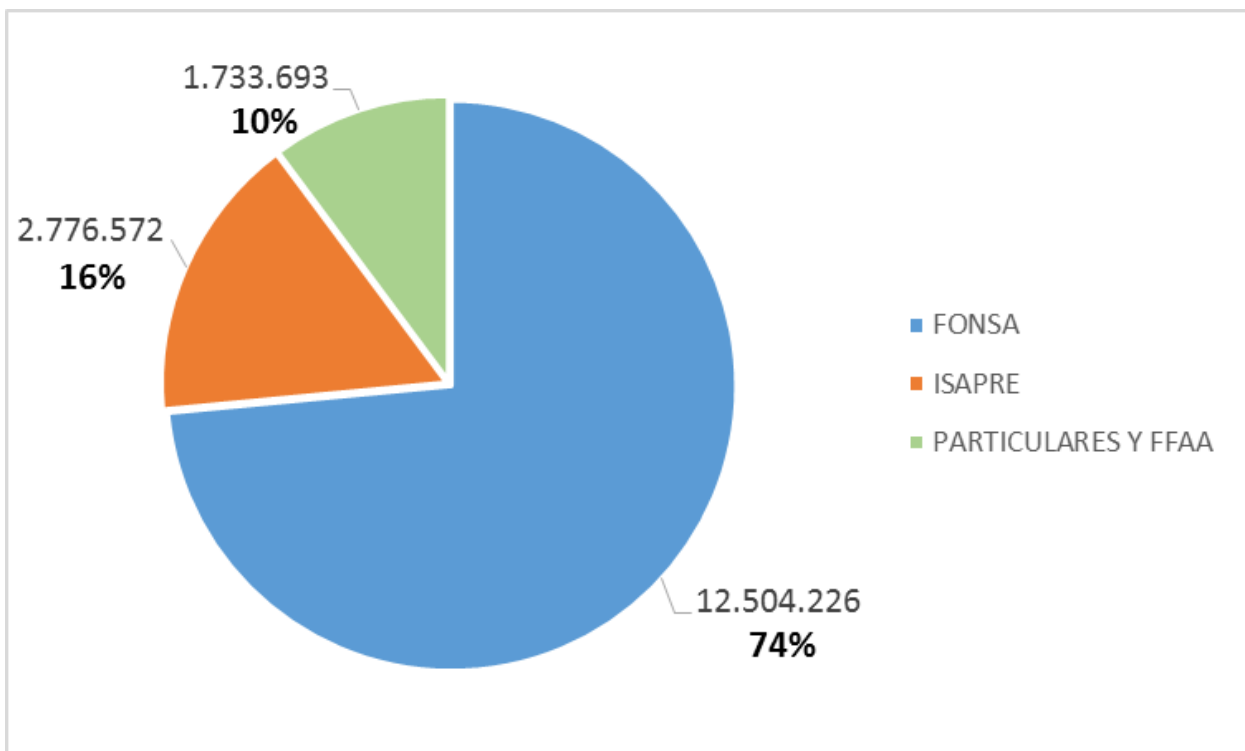
PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN EL SISTEMA DE SALUD

Conformación del sistema de salud en Chile

El Sistema de salud en Cifras, hacia diciembre de 2009, estaba conformado por 12.504.226 personas que son aseguradas por el sistema público (73,5%), 2.776.572 por el sistema privado (16,3%) y aproximadamente 1.733.693 corresponderían a personas particulares y FF.AA. no aseguradas en los seguros previsionales público o privados.

GRÁFICO N° 13

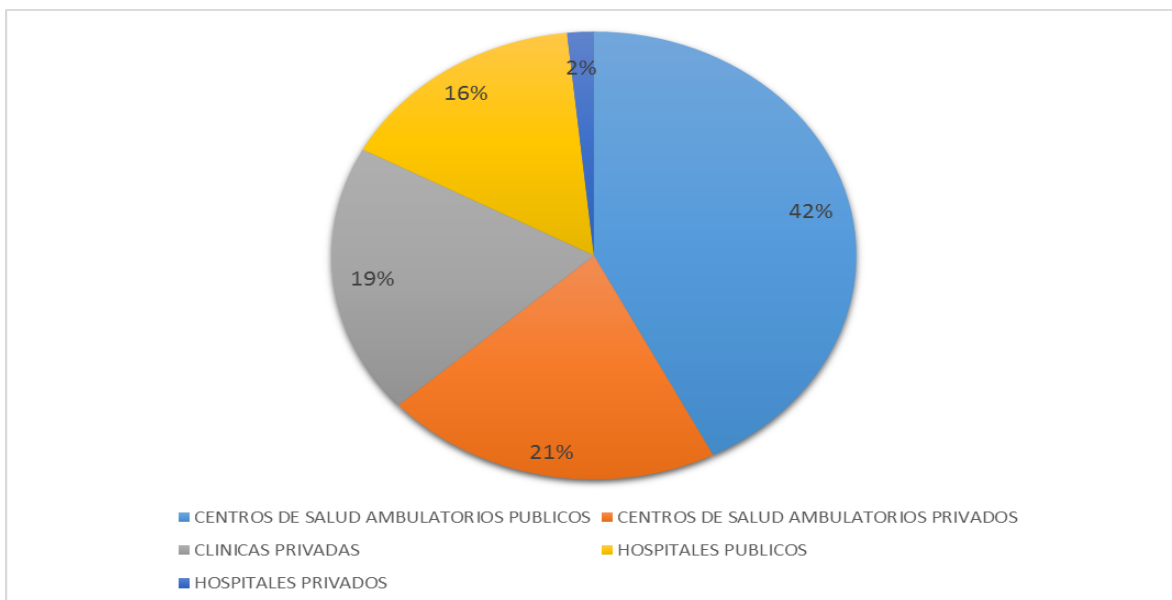
PARTICIPACION DE PERSONAS EN EL SISTEMA DE SALUD



Fuente: http://www.supersalud.gob.cl/documentacion/569/articles-7386_recurso_1.pdf

El sector salud chileno cuenta con 199 hospitales (de los cuales 90% son públicos), con 226 clínicas privadas, con 735 centros de salud ambulatorios (de los cuales aproximadamente 67% son públicos).

GRÁFICO N° 14
HOSPITALES, CLÍNICAS Y URGENCIAS EN SISTEMA DE SALUD



Fuente: http://www.supersalud.gob.cl/documentacion/569/articles-7386_recurso_1.pdf

LA INDUSTRIA DE LA SALUD PRIVADA EN CHILE

Los participantes de esta industria se organizan de forma abierta y cerradas

ISAPRES ABIERTAS Y CERRADAS

ISAPRES ABIERTAS	COTIZANTES
Colmena Golden Cross	248.038
Cruz blanca S.A	305.241
Vida Res	71.990
Ferrosalud	12.541
Masvida S.A	206.974
Isapre Banmedica	318.364
Consalud S.A	335.477
Total Isapres abiertas	1.498.625
ISAPRES CERRADAS	
San Lorenzo	1.313
Fusat Ltda	12.979
Chuquicamata	12.465
Rio Blanco	2.163
Isapre Fundación	14.876
Cruz del Norte	1.171
Total Isapres cerradas	44.967
Total Sistema	1.543.592

3.7 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Es uno de los pocos centros médicos en Talagante con toma de horas mediante la aplicación WhatsApp.</p> <p>Cuenta con buena crítica por parte de sus clientes debido a la buena atención de sus profesionales.</p>	<p>Convenio con empresas o instituciones.</p> <p>Explotar marketing digital, redes sociales y posicionamiento SEO y SEM.</p> <p>Expandir horario de atención los días sábados.</p>	<p>No posee toma de horas por Internet.</p> <p>No cuenta con atención al cliente el día sábado a diferencia de sus competidores.</p> <p>No cuenta con alguna red social administrada para interacción con sus clientes.</p> <p>Master Salud no cuenta con laboratorios o toma de exámenes médicos, funciona solo como una consultora.</p>	<p>Exceso de oferta en el mercado de la salud.</p> <p>Competencia con mejor infraestructura y servicios.</p> <p>Competencia con atención fin de semanas.</p>

3.8 OBJETIVOS

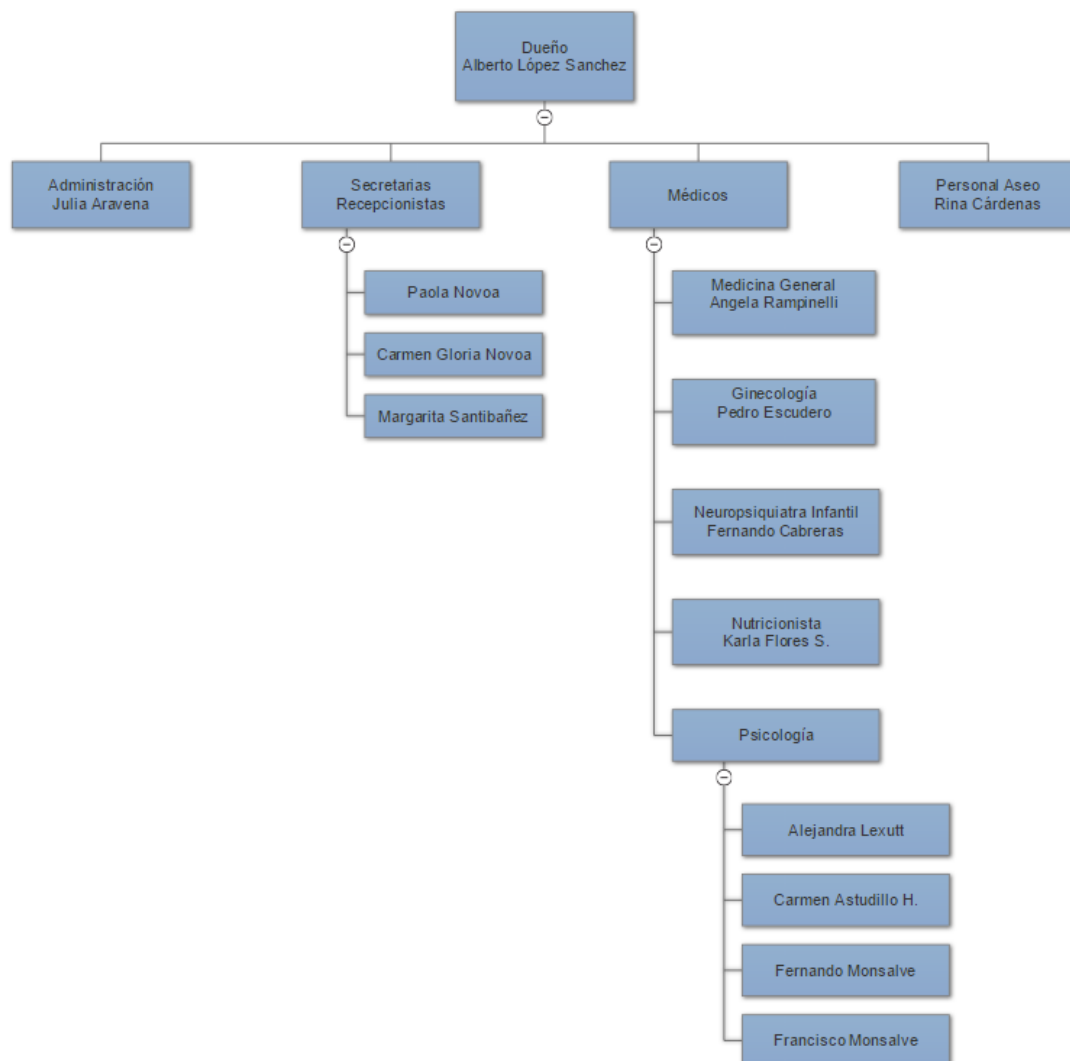
- **Funcionar sobre el 70% de la capacidad de Master Salud para el año 2017.**
- **Incrementar ingresos en un 20% para el año 2017.**

Para lograr estos objetivos es necesario expandir la cantidad pacientes y médicos generales en la sede de Talagante, para así hacer uso de las 116 horas no utilizadas de atención y poder maximizar las ganancias de Master Salud a fin de año.

3.9 ESTRATEGIA DE MASTER SALUD

En la actualidad el centro médico está administrado por un médico general, por lo que a grandes rasgos de administración no tienen bien definida su estrategia, con el fin de asimilar lo que actualmente ofrecen y cómo funcionan se podría deducir que Master Salud utiliza una Estrategia de diferenciación y segmentación.

3.10 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN



3.11 INFRAESTRUCTURA Y PLANTA

Ubicación: Enrique Alcalde 920-C Talagante



El centro médico cuenta con cinco oficinas, cuatro de uso para atención médica y una de uso administrativo, tienen una recepción, dos baños privados, un baño público, un baño para discapacitados, una sala de espera, dos estacionamientos privados y dos públicos.

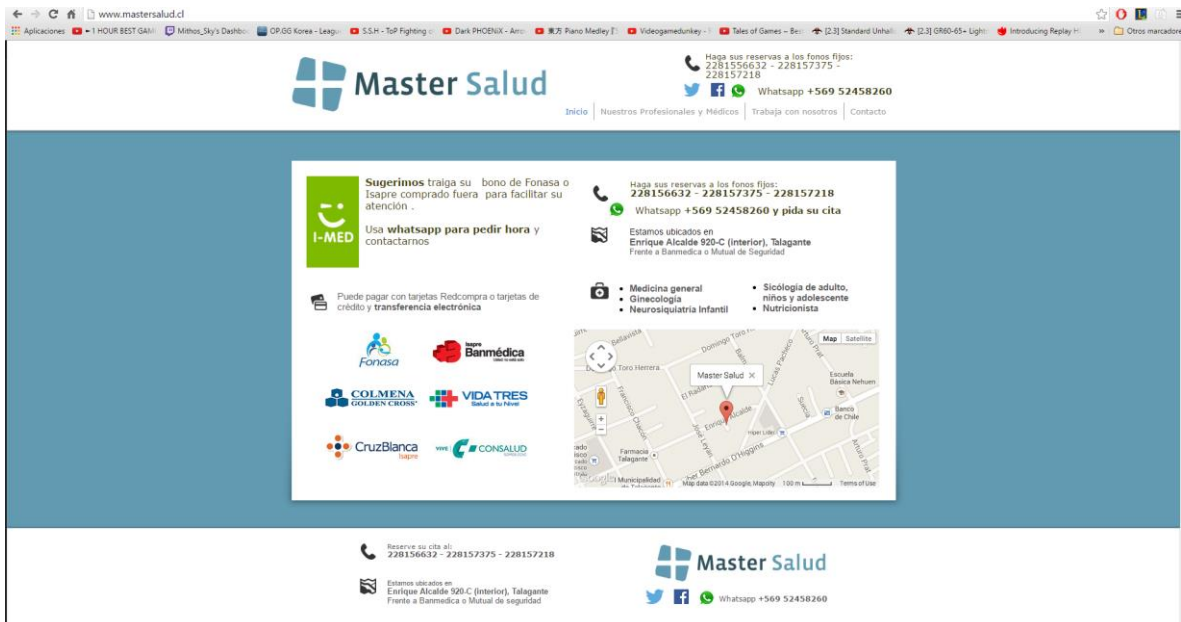


3.12 INFORMÁTICA Y PLATAFORMAS ONLINE

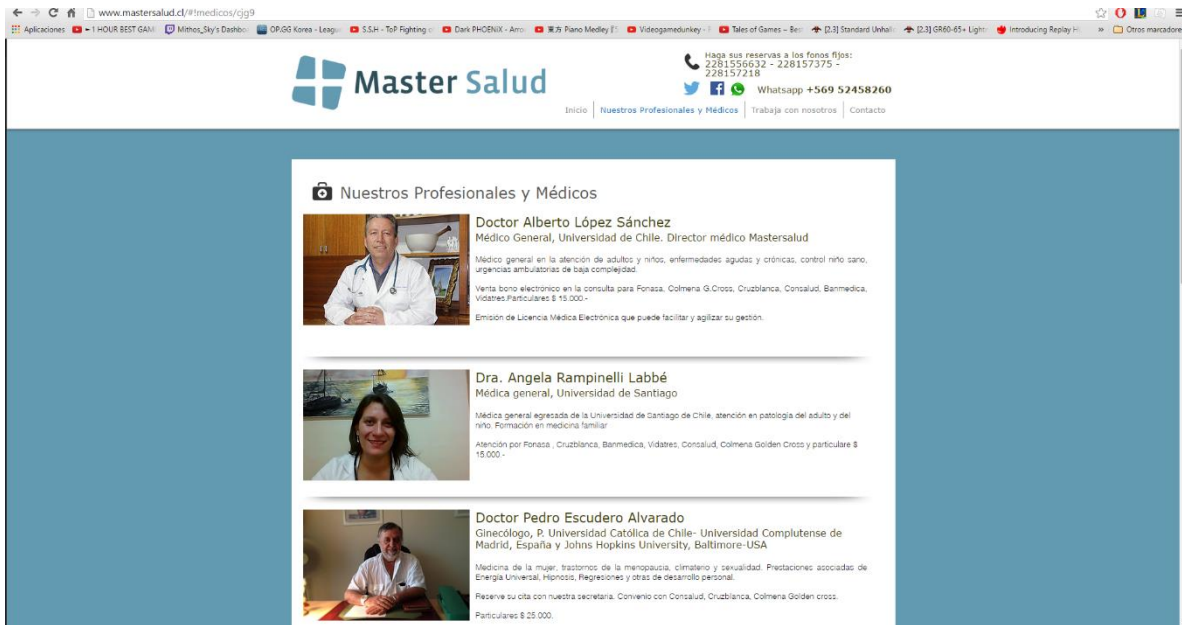
Master Salud cuenta con un sitio web estático con dominio www.mastersalud.cl, el sitio es simple pero cumple la función de entregar información de contacto, ubicación, medios de pagos, especialidades y costos de atención. El sitio es responsivo y es apto para visualizarse en teléfonos móviles.

CONTENIDO

El **índice o inicio** del sitio web cuenta con la ubicación del recinto, información de contacto y medios de pagos. Es importante mencionar que en esta sección del sitio no especifican su horario de atención.



Nuestros profesionales y médicos. Informa con una breve descripción sobre los profesionales que dispone el centro y sus respectivos precios.



The screenshot shows the 'Nuestros Profesionales y Médicos' page. At the top, there is a navigation bar with the Master Salud logo, contact information (phone: 2281556632 - 228157375, WhatsApp: +569 52458260), and social media icons. Below the navigation bar, the page title 'Nuestros Profesionales y Médicos' is displayed. The main content area features three profiles of medical professionals:

- Doctor Alberto López Sánchez:** Médico General, Universidad de Chile, Director médico Mastersalud. Descripción: Médico general en la atención de adultos y niños, enfermedades agudas y crónicas, control niño sano, urgencias ambulatorias de baja complejidad. Venta bono electrónico en la consulta para Fonasa, Colmena G.Cross, Cruzblanca, Consalud, Banmedica, vidates.Particulares \$ 15.000.- Emisión de Licencia Médica Electrónica que puede facilitar y agilizar su gestión.
- Dra. Angela Rampinelli Labbé:** Médica general, Universidad de Santiago. Descripción: Médica general egresada de la Universidad de Santiago de Chile, atención en patología del adulto y del niño. Formación en medicina familiar. Atención por Fonasa, Cruzblanca, Banmedica, Vidates, Consalud, Colmena Golden Cross y particular \$ 15.000.-
- Doctor Pedro Escudero Alvarado:** Ginecólogo, P. Universidad Católica de Chile- Universidad Complutense de Madrid, España y Johns Hopkins University, Baltimore- USA. Descripción: Medicina de la mujer, trastornos de la menopausia, climaterio y sexualidad. Prestaciones asociadas de Energía Universal, Hipnosis, Regresiones y otras de desarrollo personal. Recibe su cita con nuestra secretaria. Convenio con Consalud, Cruzblanca, Colmena Golden cross. Particulares \$ 25.000.

Trabaja con nosotros. Es un espacio en el sitio que busca entregar información de contacto a profesionales que quieran ser parte de Master Salud.



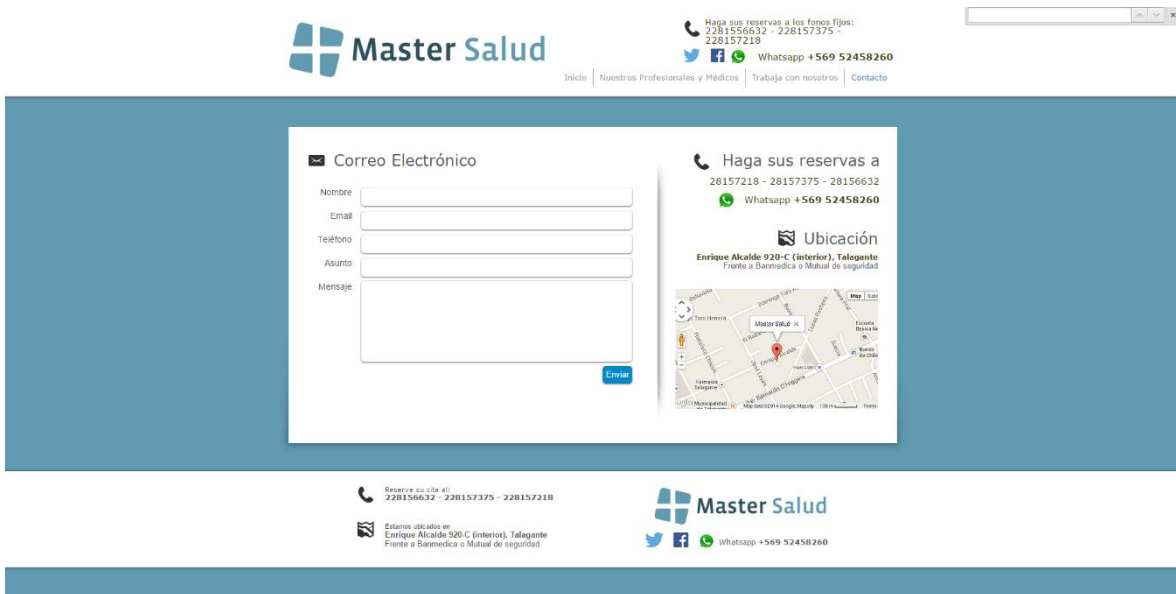
The screenshot shows the 'Trabaja con nosotros' page. At the top, there is a navigation bar with the Master Salud logo, contact information (phone: 2281556632 - 228157375, WhatsApp: +569 52458260), and social media icons. Below the navigation bar, the page title 'Trabaja con nosotros' is displayed. The main content area contains the following text:

Trabaja con nosotros

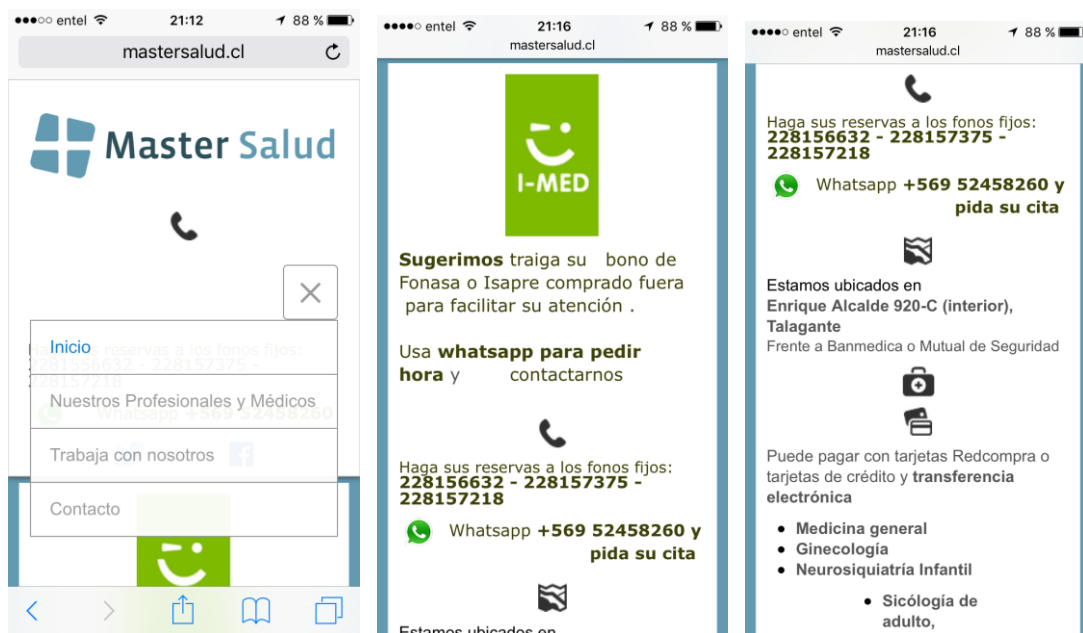
Si eres médico general o especialista postgraduado (o en formación) y quieres trabajar en Talagante puedes contactarnos a nuestro correo alberto@mastersalud.cl y podremos detallarte las condiciones que pueden resultar interesantes para ti. Necesitamos neurólogo infante y adulto, cardiólogo, dermatólogo. Poseemos una buena cartera de pacientes, diferentes medios de pago, bono electrónico, buen posicionamiento en la zona, con buena proyección económica. Te esperamos.

At the bottom of the page, there is a footer with contact information: 'Reserve su cita al: 228156632 - 228157375 - 228157218', 'Estamos ubicados en Enrique Alcalde 520 C (interior), Talagante Frente a Banmedica o Mutual de seguridad', and the Master Salud logo with contact information (phone: +569 52458260, WhatsApp: +569 52458260).

Contacto. Es un espacio de contacto mediante mail para los visitantes del sitio.



Sitio web visualizado en Smartphone.



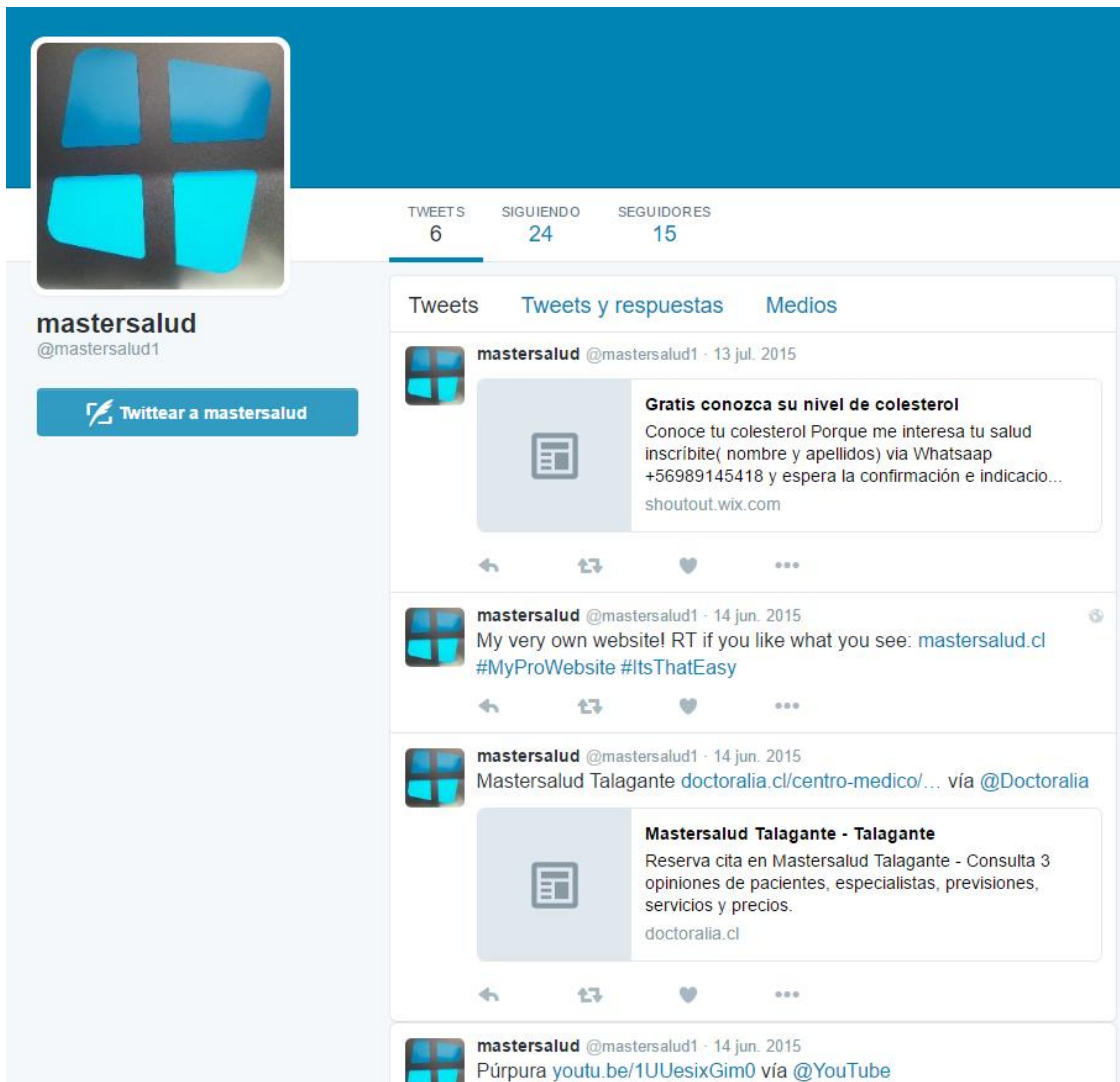
TOMA DE HORAS

Las recepcionistas de Master Salud son las encargadas de la toma de horas de los pacientes atendiendo los teléfonos o mediante la aplicación de WhatsApp. Para esto cuentan con tres líneas telefónicas y un número celular para atención por WhatsApp.

Teléfonos fijos 2281556632 - 228157375 – 228157218

WhatsApp +569 52458260

Master Salud cuenta con una red social Twitter cuyo nombre es @mastersalud1 la cual tiene 24 seguidores. Esta cuenta de Twitter no está administrada y se encuentra actualmente desactualizada.



mastersalud
@mastersalud1

TWEETS 6 SIGUIENDO 24 SEGUIDORES 15

Tweets Tweets y respuestas Medios

mastersalud @mastersalud1 · 13 jul. 2015

Gratis conozca su nivel de colesterol
Conoce tu colesterol Porque me interesa tu salud inscribete(nombre y apellidos) via Whatsaap +56989145418 y espera la confirmación e indicacio...
shoutout.wix.com

mastersalud @mastersalud1 · 14 jun. 2015

My very own website! RT if you like what you see: mastersalud.cl
#MyProWebsite #ItsThatEasy

mastersalud @mastersalud1 · 14 jun. 2015

Mastersalud Talagante [doctoralia.cl/centro-medico/...](http://doctoralia.cl/centro-medico/) via @Doctoralia

Mastersalud Talagante - Talagante
Reserva cita en Mastersalud Talagante - Consulta 3 opiniones de pacientes, especialistas, previsiones, servicios y precios.
doctoralia.cl

mastersalud @mastersalud1 · 14 jun. 2015

Púrpura youtu.be/1UUesixGim0 via @YouTube

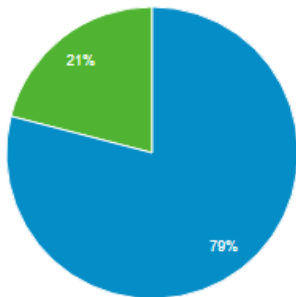
GOOGLE ANALYTICS DEL SITIO MASTER SALUD

Audiencia Visión General

En base al informe entregado entre el mes de Abril y Mayo del 2016 se registraron 1.096 visitas y 706 sesiones en donde un 79% fueron nuevas sesiones al sitio web y un 21% fueron visitantes que volvieron a ingresar al sitio. El público que visita el sitio es mayoritariamente masculino liderando con un 54% de las visitas. Los visitantes que predominan en cuanto a la edad son personas entre 25-34 años con un 33,50%. El sitio web presenta un 71,67% de rebote y la duración media por visita es de 1 minuto 20 segundos.

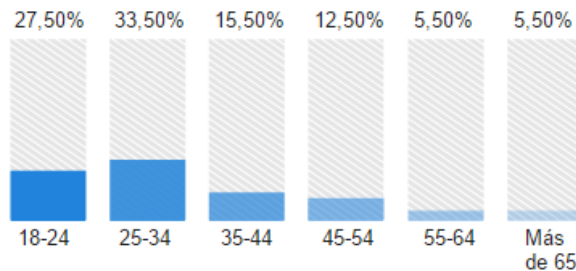


■ New Visitor ■ Returning Visitor



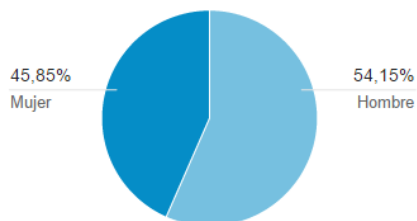
Edad

100% del total de sesiones



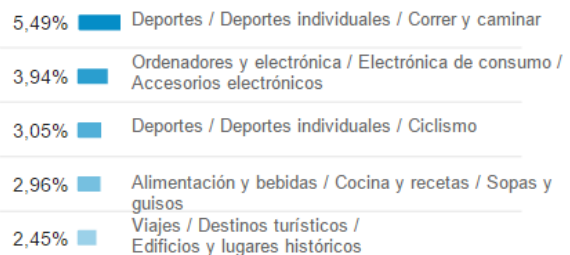
Sexo

100% del total de sesiones



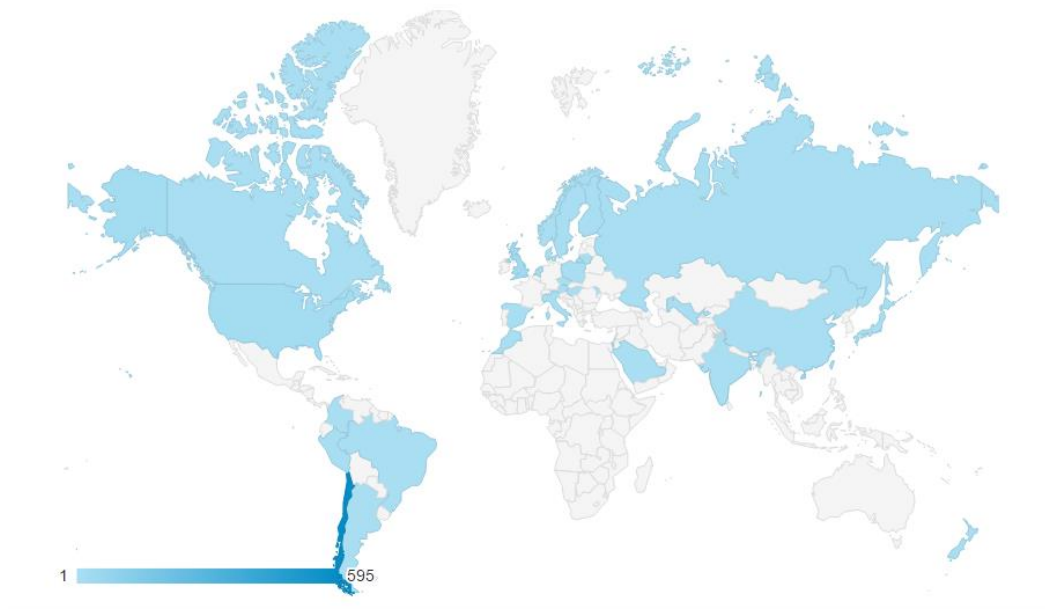
Categoría de intereses










100% del total de sesiones



INFORMACIÓN GEOGRÁFICA

Las personas que visitan el sitio web Master Salud son mayoritariamente de Chile con 595 visitas.



País ?	Adquisición			Comportamiento		
	Sesiones ? ↓	% de nuevas sesiones ?	Nuevos usuarios ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?
	706 % del total: 100,00 % (706)	79,04 % Media de la vista: 79,04 % (0,00 %)	558 % del total: 100,00 % (558)	71,67 % Media de la vista: 71,67 % (0,00 %)	1,55 Media de la vista: 1,55 (0,00 %)	00:01:20 Media de la vista: 00:01:20 (0,00 %)
1.  Chile	595 (84,28 %)	75,29 %	448 (80,29 %)	66,72 %	1,65	00:01:34
2.  United Kingdom	30 (4,25 %)	100,00 %	30 (5,38 %)	96,67 %	1,07	00:00:03
3.  United States	21 (2,97 %)	100,00 %	21 (3,76 %)	100,00 %	1,00	00:00:00
4. (not set)	17 (2,41 %)	100,00 %	17 (3,05 %)	100,00 %	1,00	00:00:00
5.  Netherlands	6 (0,85 %)	100,00 %	6 (1,08 %)	83,33 %	1,17	00:00:35
6.  China	5 (0,71 %)	100,00 %	5 (0,90 %)	100,00 %	1,00	00:00:00
7.  Japan	3 (0,42 %)	100,00 %	3 (0,54 %)	100,00 %	1,00	00:00:00
8.  Brazil	2 (0,28 %)	100,00 %	2 (0,36 %)	100,00 %	1,00	00:00:00
9.  Canada	2 (0,28 %)	100,00 %	2 (0,36 %)	100,00 %	1,00	00:00:00
10.  Israel	2 (0,28 %)	50,00 %	1 (0,18 %)	100,00 %	1,00	00:00:00

VISITANTES NUEVOS

De las 706 sesiones al sitio 558 fueron nuevos visitantes y 148 fueron visitantes que volvieron a ingresar al sitio web.

<input type="checkbox"/>	Tipo de usuario [?]	Adquisición			Comportamiento		
		Sesiones [?] ↓	% de nuevas sesiones [?]	Nuevos usuarios [?]	Porcentaje de rebote [?]	Páginas/sesión [?]	Duración media de la sesión [?]
		706 % del total: 100,00 % (706)	79,04 % Media de la vista: 79,04 % (0,00 %)	558 % del total: 100,00 % (558)	71,67 % Media de la vista: 71,67 % (0,00 %)	1,55 Media de la vista: 1,55 (0,00 %)	00:01:20 Media de la vista: 00:01:20 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	1. New Visitor	558(79,04 %)	100,00 %	558(100,00 %)	73,12 %	1,51	00:01:07
<input type="checkbox"/>	2. Returning Visitor	148(20,96 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	66,22 %	1,71	00:02:07

NAVEGADOR Y SO

El navegador web que predomina en los visitantes al sitio es Google Chrome con 562 sesiones seguido de Safari con 98 sesiones y Firefox en el tercer lugar con 19 sesiones.

<input type="checkbox"/>	Navegador [?]	Adquisición			Comportamiento		
		Sesiones [?] ↓	% de nuevas sesiones [?]	Nuevos usuarios [?]	Porcentaje de rebote [?]	Páginas/sesión [?]	Duración media de la sesión [?]
		706 % del total: 100,00 % (706)	79,04 % Media de la vista: 79,04 % (0,00 %)	558 % del total: 100,00 % (558)	71,67 % Media de la vista: 71,67 % (0,00 %)	1,55 Media de la vista: 1,55 (0,00 %)	00:01:20 Media de la vista: 00:01:20 (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	1. Chrome	562(79,60 %)	80,78 %	454(81,36 %)	72,06 %	1,55	00:01:14
<input type="checkbox"/>	2. Safari	89(12,61 %)	61,80 %	55 (9,86 %)	67,42 %	1,58	00:02:14
<input type="checkbox"/>	3. Firefox	19 (2,69 %)	100,00 %	19 (3,41 %)	68,42 %	1,63	00:01:33
<input type="checkbox"/>	4. Internet Explorer	17 (2,41 %)	94,12 %	16 (2,87 %)	76,47 %	1,29	00:00:43
<input type="checkbox"/>	5. Android Browser	14 (1,98 %)	64,29 %	9 (1,61 %)	85,71 %	1,21	00:00:09
<input type="checkbox"/>	6. Edge	3 (0,42 %)	100,00 %	3 (0,54 %)	33,33 %	3,67	00:00:40
<input type="checkbox"/>	7. (not set)	2 (0,28 %)	100,00 %	2 (0,36 %)	100,00 %	1,00	00:00:00

PROVEEDORES DE INTERNET

El proveedor de Internet que predomina en los visitantes es Telefónica Chile más conocida como Movistar con 208 sesiones al sitio seguido de VTR con 79 sesiones.

Proveedor de servicios ?	Adquisición			Comportamiento		
	Sesiones ? ↓	% de nuevas sesiones ?	Nuevos usuarios ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?
	706 % del total: 100,00 % (706)	79,04 % Media de la vista: 79,04 % (0,00 %)	558 % del total: 100,00 % (558)	71,67 % Media de la vista: 71,67 % (0,00 %)	1,55 Media de la vista: 1,55 (0,00 %)	00:01:20 Media de la vista: 00:01:20 (0,00 %)
1. telef nica chile s.a.	208 (29,46 %)	78,85 %	164(29,39 %)	64,90 %	1,72	00:01:38
2. vtr banda ancha s.a.	79 (11,19 %)	62,03 %	49 (8,78 %)	64,56 %	1,99	00:02:23
3. telefonica movil de chile s.a.	56 (7,93 %)	78,57 %	44 (7,89 %)	66,07 %	1,45	00:01:48
4. entel pcs telecomunicaciones s.a.	47 (6,66 %)	82,98 %	39 (6,99 %)	70,21 %	1,49	00:01:28
5. centennial cayman corp chile s.a	43 (6,09 %)	76,74 %	33 (5,91 %)	69,77 %	1,47	00:00:43
6. entel chile s.a.	39 (5,52 %)	82,05 %	32 (5,73 %)	66,67 %	1,85	00:01:59
7. claro chile s.a.	29 (4,11 %)	58,62 %	17 (3,05 %)	75,86 %	1,41	00:01:24
8. (not set)	19 (2,69 %)	100,00 %	19 (3,41 %)	100,00 %	1,00	00:00:00
9. telefonica empresas	11 (1,56 %)	63,64 %	7 (1,25 %)	54,55 %	1,64	00:00:35
10. ministerio del interior y de seguridad publica - gobierno de chi	5 (0,71 %)	100,00 %	5 (0,90 %)	60,00 %	1,60	00:01:55

CATEGORIA DISPOSITIVOS

En cuanto a los dispositivos se puede destacar que no hay mucha diferencia entre los visitantes que ingresan al sitio mediante Desktop o PC 358 sesiones y los que utilizan teléfonos Móvil 337 sesiones. Actualmente el sitio tiene optimización para móviles y tablets.

Categoría de dispositivo ?	Adquisición			Comportamiento		
	Sesiones ? ↓	% de nuevas sesiones ?	Nuevos usuarios ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?
	706 % del total: 100,00 % (706)	79,04 % Media de la vista: 79,04 % (0,00 %)	558 % del total: 100,00 % (558)	71,67 % Media de la vista: 71,67 % (0,00 %)	1,55 Media de la vista: 1,55 (0,00 %)	00:01:20 Media de la vista: 00:01:20 (0,00 %)
1. desktop	358(50,71 %)	84,08 %	301(53,94 %)	74,58 %	1,54	00:00:57
2. mobile	337(47,73 %)	73,29 %	247(44,27 %)	68,55 %	1,57	00:01:46
3. tablet	11 (1,56 %)	90,91 %	10 (1,79 %)	72,73 %	1,45	00:00:46

INFORMACIÓN DE DISPOSITIVO MOVIL

Existe una fuerte tendencia de los visitantes de usar Smartphone iPhone Apple liderando con 81 sesiones de un total de 348. Aun así el sistema operativo que predomina en base a los resultados es Android.

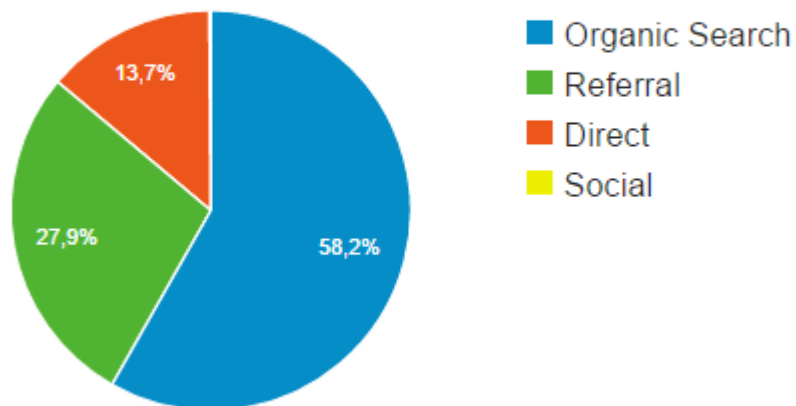
En caso de desarrollar una aplicación para móviles debería ser enfocada a un sistema operativo Android o una aplicación híbrida.

Información sobre dispositivo móvil ?	Adquisición			Comportamiento		
	Sesiones ? ↓	% de nuevas sesiones ?	Nuevos usuarios ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?
	348 % del total: 49,29 % (706)	73,85 % Media de la vista: 79,04 % (-6,56 %)	257 % del total: 46,06 % (558)	68,68 % Media de la vista: 71,67 % (-4,18 %)	1,56 Media de la vista: 1,55 (0,70 %)	00:01:44 Media de la vista: 00:01:20 (29,92 %)
1. Apple iPhone	81(23,28 %)	60,49 %	49(19,07 %)	67,90 %	1,59	00:02:24
2. Samsung SM-J500M Galaxy J5	15 (4,31 %)	80,00 %	12 (4,67 %)	80,00 %	1,27	00:00:17
3. Motorola MotoG3	13 (3,74 %)	92,31 %	12 (4,67 %)	69,23 %	1,38	00:02:30
4. Motorola XT1021 Moto E	12 (3,45 %)	75,00 %	9 (3,50 %)	58,33 %	1,67	00:01:08
5. Sony D2533 Xperia C3	12 (3,45 %)	66,67 %	8 (3,11 %)	50,00 %	2,00	00:02:15
6. Motorola XT1040 Moto G	11 (3,16 %)	90,91 %	10 (3,89 %)	72,73 %	1,45	00:00:20
7. Samsung SM-G355M Galaxy Core II Duos	11 (3,16 %)	63,64 %	7 (2,72 %)	90,91 %	1,18	00:00:08
8. Motorola XT1505 Moto E (2nd Gen)	9 (2,59 %)	66,67 %	6 (2,33 %)	55,56 %	1,89	00:04:02
9. Feiteng GT-i9300	7 (2,01 %)	57,14 %	4 (1,56 %)	42,86 %	1,86	00:03:15
10. OWN S4035 3G	6 (1,72 %)	50,00 %	3 (1,17 %)	66,67 %	1,67	00:00:26

VISIÓN GENERAL DE TRÁFICO

El tráfico al sitio web es liderado por búsquedas orgánicas con un 58,2% lo que equivale a 411 sesiones al sitio web seguido de links referidos con un 27,9% equivalente a 197 sesiones, finalmente con un 13,7% de sesiones mediante ingreso directo al dominio del sitio equivalente a 97 sesiones. El sitio tiene nula participación en redes sociales es por esto que no se aprecian ingresos por este medio.

Canales principales



	Adquisición			Comportamiento		
	Sesiones ↓	% de nuevas sesiones ↓	Nuevos usuarios ↓	Porcentaje de rebote ↓	Páginas/sesión ↓	Duración media de la sesión ↓
	706	79,04 %	558	71,67 %	1,55	00:01:20
1 ■ Organic Search	411	<div style="width: 65,45%;"><div style="width: 65,45%;"></div></div>		65,45 %	<div style="width: 65,45%;"><div style="width: 65,45%;"></div></div>	
2 ■ Referral	197	<div style="width: 27,9%;"><div style="width: 27,9%;"></div></div>		86,29 %	<div style="width: 86,29%;"><div style="width: 86,29%;"></div></div>	
3 ■ Direct	97	<div style="width: 13,7%;"><div style="width: 13,7%;"></div></div>		68,04 %	<div style="width: 68,04%;"><div style="width: 68,04%;"></div></div>	
4 ■ Social	1	<div style="width: 0%;"><div style="width: 0%;"></div></div>		100,00 %	<div style="width: 100,00%;"><div style="width: 100,00%;"></div></div>	

COMPORTAMIENTO DEL SITIO

El sitio cuenta con 896 visitas únicas con un total de 1.096 visitas a la página. Los visitantes tienden a ingresar a la sección de **Inicio** del sitio seguido de **Nuestros Profesionales y médicos**. Las secciones menos visitadas del sitio son la de **Contacto y Trabaja con nosotros**.

La razón por la que las personas no frecuentan **Contacto y Trabaja con nosotros** es porque quieren conocer los servicios que ofrece Master Salud, y en la actualidad no tienen un sistema o módulo de toma de horas por lo que cualquier contacto se realizara mediante una llamada telefónica.



Título de la página	Número de visitas a páginas	% Número de visitas a páginas
1. medicos talagante	687	62,68 %
2. profesionales	244	22,26 %
3. Home page	75	6,84 %
4. trabajo medico	38	3,47 %
5. mastersalud Contacto	25	2,28 %
6. (not set)	21	1,92 %
7. Home Page	6	0,55 %

CONCLUSIÓN ANÁLISIS SITIO WEB

El sitio web es simple y funcional, está pensado como responsive para dispositivos móviles, pero actualmente tienen un bajo tráfico web, sumado a esto tenemos una tasa de rebote de un 71% la cual es muy alta, esto significa que las personas ingresaron al sitio, lo miraron y se fueron debido a que no encontraron contenido de interés o relevancia, lo mismo sucede con la duración media de la sesión que solo es de 1 minuto 20 segundos, lo cual es sumamente baja. Para mantener al usuario en el sitio es recomendable crear contenido de interés para el visitante a través de un blog en donde se genere contenido sobre la salud, adicionalmente es importante tener un módulo de toma de horas por Internet para que el visitante pueda agendar su hora medica sin tener que llamar al centro médico.

En cuanto al tráfico se puede apreciar que no existe participación alguna de Master Salud en las redes sociales por lo que es sumamente importante implementarlas y vincularlas al sitio para incrementar el número de visitantes desde ellas.

Los perfiles de visitantes que predominan en el sitio son padres de familia o personas mayores en donde predomina el género masculino, cuyos intereses son el deporte y la vida saludable.

La página de **trabaja con nosotros** puede ser reemplazada por un blog ya que actualmente según muestra el análisis es muy bajo y gracias al blog bajar el porcentaje de rebote y mantener al usuario mediante contenido de su interés.

4.1 SITUACIÓN ACTUAL

1.1 Situación Externa (Mercado)

El mercado de la Salud a nivel macro, es un mercado altamente competitivo y que genera grandes ingresos por lo que constantemente se invierte para diferenciarse de la competencia. En Chile existe un déficit de médicos especialistas y la mayor parte de los médicos que atienden el servicio público prefiere atender el sector privado debido a los mejores ingresos que reciben.

1.2 Situación Interna

El centro médico Master Salud tiene una trayectoria de 9 años en el mercado, en donde ha crecido considerablemente estos últimos años y espera seguir haciéndolo gracias a su gran equipo de trabajo con profesionales de calidad y la visión de seguir invirtiendo en nuevos recursos como lo son el marketing digital.

En cuanto a la inversión de Marketing que han realizado se puede mencionar el desarrollo del sitio web, logo y colores corporativos y una campaña de Google Adwords, la cual no se encuentra vigente, esta campaña les brindo buenos resultados tanto para la captación de nuevos clientes como para la de nuevos profesionales.

Hoy día Master Salud cuenta con 116 horas no utilizadas en sus 4 box de atención debido a la falta de médicos profesionales, lo cual significa que están funcionando a un 54% de su capacidad. No tienen participación en los medios online más que su sitio web el cual no logra atraer suficiente audiencia.

4.2 BRIEF DE MARKETING MASTER SALUD

1.1 Problemas destacados

- Están funcionando a la mitad de su capacidad por falta de profesionales médicos.
- Cuentan con un bajo tráfico de visitas en el sitio web.
- No existe participación en medios online por lo que no hay comunicación directa entre la marca y sus pacientes.

1.2 Grupo Objetivo

Hombres y mujeres entre 18 y 65 años de grupos socioeconómicos C3, C2 y D en la comuna de Talagante.

1.3 Características de la marca

Master Salud invirtió en su imagen corporativa, poseen un Imagotipo conformado por una imagen a la izquierda y texto a la derecha, pueden funcionar por separado y los colores corporativos representan seguridad, confianza y éxito.

1.4 Características de los servicios

Es un centro médico con una atención personalizada que cuenta con profesionales de calidad altamente capacitados, preocupados del paciente, examinándolo rigurosamente durante el proceso de diagnóstico para asegurarle su bienestar.

1.5 Mensaje Comunicacional

Es importante dar a conocer al público que Master Salud es un centro médico con una atención personalizada con profesionales de calidad que se preocupan de la salud y el bienestar de sus pacientes y de su comunidad.

4.3 METAS Y OBJETIVOS

Objetivos

- Incrementar los ingresos del centro médico en un 20% mediante la campaña de marketing.
- Dar a conocer servicios y especialidades de Master Salud para generar movimiento en el mercado.

Metas

- Incrementar atención de pacientes en un 20% durante la campaña.
- Mejorar la comunicación entre el centro médico y la comunidad de Talagante.

4.4 Estrategia de Marketing

En la actualidad Master Salud utiliza una estrategia de diferenciación y segmentación ofreciendo un servicio personalizado y de gran calidad.

Master Salud busca incrementar el número de profesionales, pacientes e incrementar sus utilidades a fin de año.

La estrategia comunicacional estará basada en dar a conocer a Master Salud como un centro médico personalizado que se preocupa tanto por sus pacientes y por su comunidad, llegando al Insight de las personas como un centro médico que educa y es parte de la comunidad de Talagante.

Para lograr resultados esperados se procurara obtener nuevos pacientes para así llamar la atención de nuevos médicos profesionales.

Esta consistirá en dos partes, una Online y otra Offline

Principales razones de uso del **Marketing Digital**

- **Bajos costos**
- **Segmentación de público objetivo**
- **Medible y controlable**

En esta estrategia se consideran las 4F Flujo, Funcionalidad, Feedback, y Fidelización para lograr mejores resultados con la comunicación digital.

Es importante conocer al consumidor, crear un vínculo más cercano con ellos y entender sus necesidades para poder satisfacerlas, por lo que el mix de marketing 4P (Producto, Precio, Plaza, Promoción) pasa a ser 4C (Consumidor, Costo, Conveniencia, Comunicación).



Estrategias

Presencia Online

Para abarcar nuevos pacientes asociaremos a Master Salud con Agenda Salud, el cual es un sitio web que permite a los usuarios buscar y agendar horas con Médicos, Dentistas, Psicólogos y otros profesionales en su ciudad o comuna.

Se obtendrá presencia Online trabajando en redes sociales como Facebook y Twitter para interactuar con el público, fidelizarlo e informar sobre nuestros servicios, promociones y generar contenidos relacionados al cuidado de la salud para posteriormente re direccionarlos a nuestro sitio web e incrementar el tráfico.

Se realizarán campañas de Google Adwords para incrementar el tráfico al sitio web y posicionarlo mediante SEM en los motores de búsqueda.

Se utilizará la red social LinkedIn para contactar médicos. Teniendo nuevos profesionales se pretende disminuir las horas disponibles no utilizadas de Master Salud e incrementar los ingresos a fin de año.

Presencia offline

Se realizarán charlas en universidades, colegios, eventos culturales o eventos solidarios relacionados al cuidado y área de salud.

Para incrementar la atención de nuestros pacientes llamaremos la atención de nuevos profesionales de la zona.

Para contactar profesionales es necesario asistir a eventos médicos para abarcar directamente profesionales o dar a conocer la existencia del centro médico en la región de Talagante.

Eventos médicos a participar:

- FLEG 2017, 3º Congreso Internacional de la Federación Latina de Endocrinología Ginecológica.
- XVIII Congreso Chileno de Obesidad.

4.5 MODELO DE SISTEMA DE MARKETING DE MASTER SALUD



Google
AdWords



MailChimp

Master Salud ha invertido en marketing y publicidad y siempre han estado constantemente probando nuevas plataformas para mejorar su funcionamiento e incrementar las ventas. Hace 3 años Master Salud realizó una campaña en Google Adwords la cual duró 6 meses en la cual invirtieron \$60.000.

En la actualidad para mantener contacto con el paciente el centro médico utiliza Mailchimp, proveedor de servicios de correo electrónico marketing, lo utilizan mensualmente y cuyo valor es de \$15.000. Adicionalmente Master Salud invierte en tarjetas de contacto cuyo valor mensual es de \$10.000 e invierten en una revista de publicidad de distribución local llamada “Buen Dato”, la cual tiene un costo de \$60.000 mensual. <http://www.revistabuendato.cl/>

4.6 CAMPAÑA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Confección del plan estratégico

1.1 Objetivos de la campaña

- Posicionar a Master Salud en el mercado de Salud de Talagante
- Contactar nuevos clientes y profesionales

1.2 Audiencia

Esta campaña estará dirigida a hombres y mujeres entre 35 a 50 años, solteros, casados, jubilados, con hijos y/o sin hijos, cuyos intereses son los deportes, cuidado y prevención de la salud. Estas personas se encuentran en redes sociales como Facebook y preferentemente Twitter.

Estas personas buscan satisfacer una necesidad de salud y necesitan un servicio de calidad que solucione su problema médico.

1.3 Posicionamiento

Master Salud se posiciona como un centro de salud personalizado de atención médica con precios accesibles que cuenta con profesionales de primera categoría que se preocupan por la salud y bienestar del paciente, examinándolo rigurosamente y poniendo énfasis en el proceso de diagnóstico, lo cual lo diferencia de la competencia.

1.4 Estrategia de la campaña

Esta será una estrategia de inserción en la comuna que consistirá en posicionar a Master Salud como el mejor centro de atención médica personalizada de Talagante que se preocupa por su comunidad, creando un vínculo tanto virtual como físico mediante interacción educativa e integral con Talagante.

2. Análisis de Plataformas a Utilizar

1.1 Redes sociales

La importancia de estar presente en las redes sociales para Master Salud es crucial ya que gran parte de su público objetivo se encuentra en estas, las redes sociales son espacios para la interacción y comunicación con el consumidor, lograr una cercanía y lazos emocionales. Adicionalmente las redes sociales sirven tanto para informar como para recibir feedback del consumidor y por esta razón es necesario que Master Salud tenga un encargado que administre estas redes sociales para que pueda responder por ésta y poder reconocer e interactuar con los distintos perfiles de las redes sociales.

Objetivos

- **Branding.**
- **Feedback.**
- **Fidelización.**
- **Contactar profesionales.**

1.2 Facebook

Con el fin de mantener una comunicación con nuestros actuales clientes y potenciales pacientes se utilizara la plataforma de Facebook, como un medio para compartir información sobre la salud, promocionar nuestros servicios, difundir la marca y recibir feedback directo de los visitantes para posteriormente re direccionarlos al sitio web



Acciones en Facebook

a) Promoción Sitio web

Adicionalmente Facebook tiene la particularidad de poder pagar para **promocionar el sitio web o Fan page**, lo que ayudara a incrementar los seguidores en la Fan page de Master Salud en Facebook.




La duración de la promoción del sitio en Facebook será de 28 días con un presupuesto diario de \$2.000, mensual \$56.000 generando entre 308 a 560 clics mensuales los cuales se transformaran en Likes en la página de Facebook de Master Salud.

Se segmentará a personas en un rango de edad entre 35-50 años que se encuentren en Santiago, específicamente en la comuna de Talagante y sus alrededores.

b) Promoción de publicaciones

Para incrementar el número de visitas a la Fanpage cada 2 semanas se establecerán publicaciones que resalten las principales características de la marca y sus servicios que serán promocionadas por Facebook. El valor diario sera de \$250 y por las dos semanas \$3.500, valor mensual por las dos publicaciones \$7.000.



 Me gusta esta página

Bienvenido a Master Salud, centro medico personalizado de Talagante.

Nuestros profesionales:

- Medicina General
- Nutrición... [Ver más](#)



 Me gusta

 Comentar

 Compartir

c) Promoción de negocio local

En base a una segmentación de personas entre 35-50 años en un radio de 20km de la dirección del centro médico se puede lograr un **alcance potencial de 41.000 personas**, con la promoción se obtiene un alcance estimado de 3.400 a 8.800 personas diarias con un presupuesto de \$3.000 al día. El presupuesto total mensual sería de \$84.000 por los 28 días.



The image shows a Facebook advertisement for Master Salud. At the top left is the Master Salud logo and name, with 'Publicidad' (Advertisement) below it. To the right is a button that says 'Me gusta esta página' (Like this page). Below this is the text 'Centro medico de Talagante'. The main part of the ad is a photograph of the reception desk at the Master Salud clinic, featuring the company logo and name on the counter. Below the photo, the name 'Master Salud' is repeated, and there is a 'Cómo llegar' (How to get there) button. At the bottom of the ad are three interaction buttons: 'Me gusta' (Like), 'Comentar' (Comment), and 'Compartir' (Share).

1.3 Twitter

Twitter a diferencia de Facebook es una red social mucho más rápida que funciona de manera instantánea, es utilizada principalmente por un público más maduro.

Acciones:

- Se utilizará esta plataforma para entregar noticias y tips sobre la salud.
- Se publicará las principales características del centro médico junto a sus servicios médicos y promociones.
- Se utilizará Twitter como un canal de ayuda para las personas, respondiendo todo tipo de preguntas relacionadas al centro médico y actualización de sus servicios.

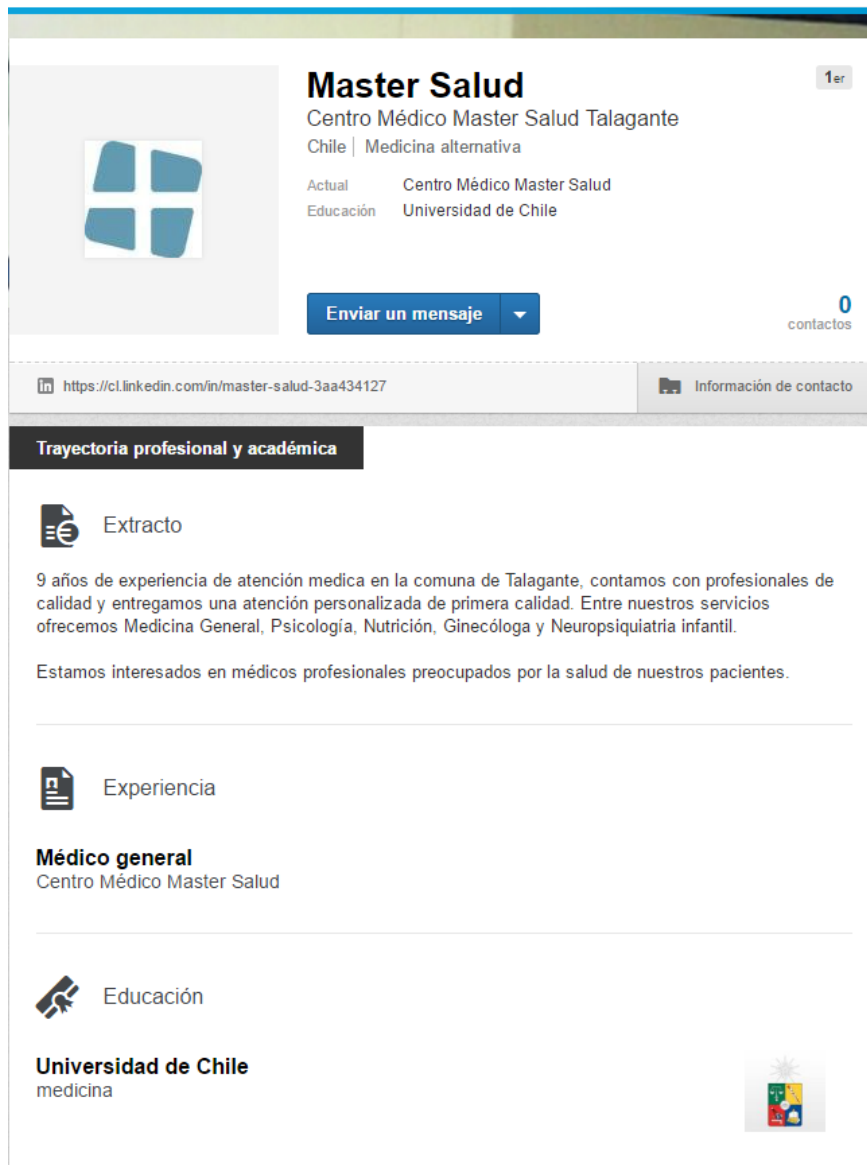


1.4 LinkedIn

LinkedIn es una red social orientada a las empresas, los negocios y el empleo.

Es un medio para que las empresas y trabajadores puedan contactarse, es por esta razón que Master Salud utilizara esta red social para contactar nuevos profesionales, específicamente médicos generales que vivan en Talagante o Santiago.

Objetivo: Encontrar nuevos profesionales médicos.



The screenshot shows a LinkedIn profile for "Master Salud". The profile picture is a blue cross logo. The name "Master Salud" is displayed in bold, with a "1er" badge. Below the name, it says "Centro Médico Master Salud Talagante" and "Chile | Medicina alternativa". The "Actual" field is "Centro Médico Master Salud" and the "Educación" field is "Universidad de Chile". There is a blue button that says "Enviar un mensaje" with a dropdown arrow. To the right, it says "0 contactos". Below the profile information, there is a URL: "https://cl.linkedin.com/in/master-salud-3aa434127" and a link for "Información de contacto". The main section is titled "Trayectoria profesional y académica" and contains three sections: "Extracto", "Experiencia", and "Educación".

Master Salud 1er

Centro Médico Master Salud Talagante
Chile | Medicina alternativa

Actual Centro Médico Master Salud
Educación Universidad de Chile

Enviar un mensaje

0 contactos

<https://cl.linkedin.com/in/master-salud-3aa434127> Información de contacto

Trayectoria profesional y académica

Extracto

9 años de experiencia de atención medica en la comuna de Talagante, contamos con profesionales de calidad y entregamos una atención personalizada de primera calidad. Entre nuestros servicios ofrecemos Medicina General, Psicología, Nutrición, Ginecóloga y Neuropsiquiatría infantil.

Estamos interesados en médicos profesionales preocupados por la salud de nuestros pacientes.

Experiencia

Médico general
Centro Médico Master Salud

Educación

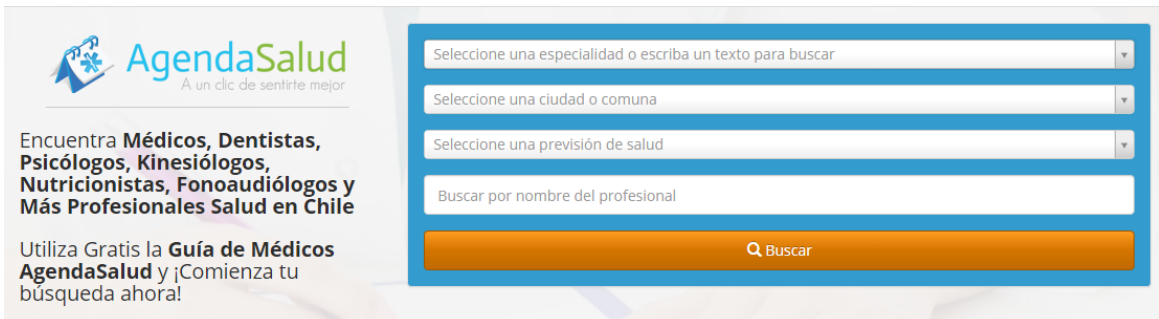
Universidad de Chile
medicina

1.5 Agenda Salud

Agenda Salud es un sitio web que ayuda a los usuarios a encontrar y agendar horas médicas, en donde el usuario solo debe ingresar la especialidad que busca, seleccionar ciudad o comuna y su previsión, con tan solo unos simples pasos el usuario puede encontrar y agendar una hora médica.

Agenda Salud además permite a centros médicos o profesionales de la salud inscribirse en esta plataforma gratuitamente para ser encontrados por las personas que visitan la plataforma, Agenda Salud también tiene un módulo que muestra los resultados más visitados o los médicos mejor evaluados y al momento de conocer al profesional la plataforma señala sitio web, ubicación, número de contacto y previsiones del profesional.

El objetivo de utilizar Agenda Salud es incrementar la cantidad de nuevos pacientes, adicionalmente al estar inscritos a esta plataforma ayudara al posicionamiento orgánico del sitio web.



The screenshot shows the search interface for Agenda Salud. On the left, there is a logo with a blue and green design and the text "AgendaSalud A un clic de sentirte mejor". Below the logo, it lists various professionals: "Encuentra Médicos, Dentistas, Psicólogos, Kinesiólogos, Nutricionistas, Fonoaudiólogos y Más Profesionales Salud en Chile". It also promotes a free guide: "Utiliza Gratis la Guía de Médicos AgendaSalud y ¡Comienza tu búsqueda ahora!". On the right, there is a search form with four input fields: "Seleccione una especialidad o escriba un texto para buscar", "Seleccione una ciudad o comuna", "Seleccione una previsión de salud", and "Buscar por nombre del profesional". Below these fields is a large orange button with a magnifying glass icon and the text "Buscar".

Psicóloga, Ximena Arrau



Acerca de mi

Inicia estudios de Psicología en la Universidad Diego Portales, obteniendo su título profesional el año 1996.

Desde la fecha, ha realizado su formación en Psicología Clínica, siendo acreditada por la Comisión Nacional de Acreditación de Psicólogos Clínicos.

Es miembro de la FUNDACION GRUPO PSICOANALITICO PLUS, grupo en el cual se trabaja a partir del Psicoanálisis Freudiano-Lacaniano, existiendo intercambio entre profesionales, en relación a los Seminarios realizados y expuestos por cada miemb Mas...

✳ Especialidades

1. Psicología Clínica

▶ Estudios

1. Psicóloga Clínica. Universidad Diego Portales.
2. Estudios y seminarios en Psicoanálisis de Sigmund Freud y Jaques Lacan. Fundación Psicoanalítica PLUS.
3. Postítulo: "Las Intervenciones del Analista". Sociedad Chilena de Psicoanálisis ICHPA y Círculo Psicoanalítico Freudiano de Buenos Aires.
4. Diplomado: "Teoría y Clínica Psicoanalítica en Instituciones". Universidad de Chile.
5. Psicóloga Acreditada Como Especialistas En Psicoterapia. CONAPC.


▶ Lugar de Trabajo

Consulta Particular

▶ Sitio Web

psiconocimiento.blogspot.com

☎ Número de Teléfono

986474...  Mostrar

▶ Previsiones de Salud Aceptadas

1. Banmédica
2. Colmena
3. Consalud
4. Cruz Blanca
5. Fonasa
6. Masvida
7. Particular
8. Vida Tres

▶ Dirección

Luis Thayer Ojeda 0191
Oficina 402, Providencia,
Santiago, Región
Metropolitana

▶ Opciones de Pago

Efectivo

▶ Valor Referencial

\$29.000

▶ Descuentos Especiales

El valor referencial de consulta es conversable según la situación de cada paciente. Atención por Isapre con reembolso de boleta.

▶ Evaluación Promedio

Recomendación
☆☆☆☆



Recomienda a Ximena Arrau

Marcar favorito(a)

1.6 Campaña Tradicional

Se realizarán charlas educativas en colegios de la comuna de Talagante tanto para los estudiantes como para los padres, el objetivo de estar presente en colegios es mostrar a Master Salud como un centro médico preocupado de su comunidad además de proponer convenios con los colegios a los que se visita.

- Colegio Alcántara de Talagante.
- Colegio Blumenthal.
- Escuela República de Grecia.
- Escuela Nacional.
- Colegio English Collage.
- Escuela Teguvalda.
- Escuela Manuel Rodríguez.
- Colegio Niño Jesús.

Charlas informativas en colegios

- Una vez al mes en reunión de apoderado.
- Una vez al mes en hora de orientación para alumnos.
- Charlas de tipo educativas sobre prevención de embarazo, transmisión sexual y bullying.
- A nivel de centro de padres llegar a acuerdos sobre convenios con Master Salud.

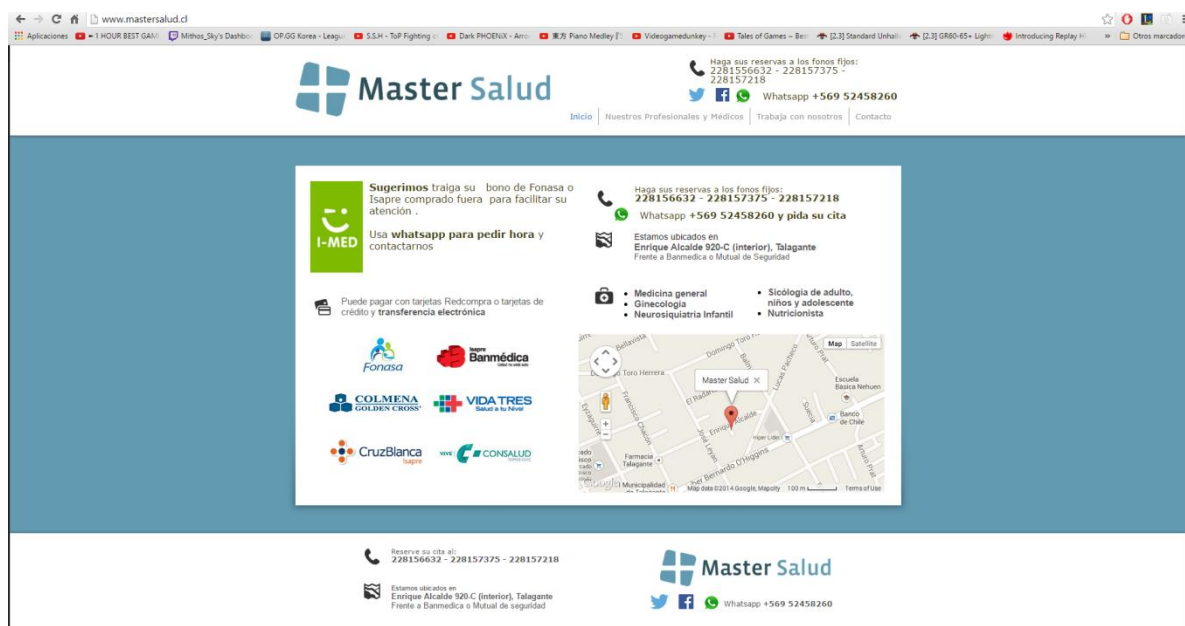
Se realizaran charlas en Universidades que tengan carreras de medicina con el fin de abarcar futuros profesionales que quieran trabajar en el centro médico una vez titulados.

- Facultad de Medicina de la Universidad de Chile.
- Facultad de Medicina | Facultad de Medicina - Universidad Católica.
- Facultad de medicina Universidad mayor.
- Facultad de medicina Universidad Finis Terrae.
- Facultad de medicina - Universidad de los Andes.

1.7 Análisis del sitio web

Master Salud cuenta con un sitio web funcional que entrega información sobre sus servicios y especialidades e información de contacto. El sitio está optimizado para dispositivos móviles y tablets, el diseño es simple con colores representativos de la marca y no posee posicionamiento web ni redes sociales vinculadas. En cuanto al contenido y en base al análisis de Google Analytics, el sitio no logra captar la atención necesaria de los visitantes en las secciones **Trabaja con Nosotros** y **Contacto** y cuenta con un bajo tráfico de visitantes. La ubicación del centro médico está mostrada como una imagen y no está vinculada con Google Maps. El sitio no especifica el horario de atención en todo su contenido.

Páginas: **Inicio / Nuestros Profesionales y Médicos / Trabaja con nosotros / Contacto**



El sitio no tiene descripción y posee Keywords poco relevantes

Keywords: médicos Talagante, ginecólogo Talagante, centro médico Talagante, neurólogo infantil, psicología, cruzblanca, colmena Golden, bono electrónico.

El sitio no especifica qué idioma posee y cuenta con una baja participación de Backlinks.

1.8 Cambios en la Web

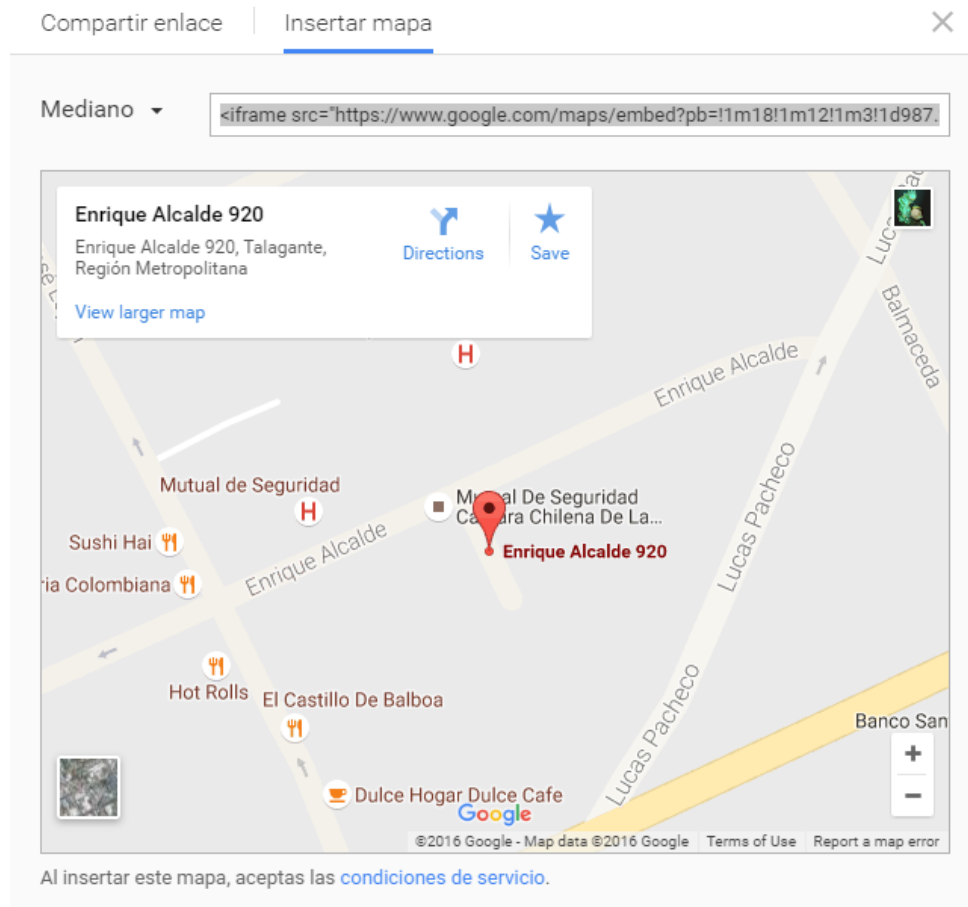
Basándose en el previo análisis al sitio web los cambios recomendados para un mejor funcionamiento del sitio del sitio serían los siguientes.

- **Dar énfasis a la toma de hora por WhatsApp.**

Una de las grandes ventajas que posee Master Salud en comparación a su competencia es la toma de hora por medio de la aplicación de WhatsApp, por lo que dar énfasis con un Banner, Slider o una imagen podría incrementar la atención del usuario. Actualmente las personas que piden hora en el centro médico Master Salud a través de WhatsApp son aproximadamente 20 al día.



- **Agregar la ubicación de Master Salud con Google Maps.**



- **invertir en un sistema de toma de horas por Internet.**

Al no tener toma de horas por Internet el usuario no puede concretar el objetivo de realizar reservas y no puede atender una necesidad de salud mediante un centro de atención médica en pocos pasos. Actualmente el centro médico no posee venta de bonos en el recinto por lo que también es un punto que debe trabajar Master Salud en el futuro.

- **Especificar horario de atención del centro médico.**

- Crear un blog de la marca

Crear un blog de la marca ayudará a Master Salud a incrementar el posicionamiento en los medios online. El objetivo de crear un blog no solo ayudara al posicionamiento natural y Branding, sino que también creará una cercanía con los usuarios ya que al compartir información de relevancia de la salud para el público objetivo al que apunta el centro creará una interacción con el usuario.



The screenshot shows the Master Salud Blog homepage. At the top, the logo "Master Salud" is displayed in a large, dark font, with "Blog" written in a smaller, teal, cursive font below it. The page is framed by blue vertical bars on the left and right sides.

Below the header, there are three main content areas:

- Top Left Article:** Titled "Previene enfermedades junto a Master Salud" (Prevents diseases with Master Salud), dated 08/08/2016 by Alberto Lopez Sanchez. It features an image of a hand holding a pen over a red ECG line. A pink button labeled "Lee más" (Read more) is positioned at the bottom right of the article.
- Top Right Event:** A dark grey box with white text announcing "Charlas para colegios Talagante" (Talks for schools Talagante) and a button that says "Inscribete" (Sign up).
- Bottom Left Article:** Titled "Alimentación Sana en Master Salud" (Healthy Nutrition in Master Salud), dated 01/05/2013 by Karla Flores. It includes the sub-header "Tu salud y Bienestar" (Your health and Well-being) and an image of a sliced orange and three green olives. The text below reads: "En muchas ocasiones pensamos erróneamente que la única alternativa si queremos adelgazar es pasarnos a la pechuga de pollo a la plancha y las ensaladas de lechuga y tomate. Este tipo..." (In many occasions we mistakenly think that the only alternative if we want to lose weight is to switch to grilled chicken breast and lettuce and tomato salads. This type...)
- Bottom Right Image:** A circular graphic with a red border and the text "NO + BULLYING" in a stylized font, surrounded by a pattern of small red plus signs.

- Modificación SEO

Como bien se mencionó en el análisis del sitio web actualmente el sitio cuenta con Keywords poco relevantes y no cuenta con una descripción, lo cual le perjudica en el posicionamiento natural en los motores de búsqueda, por lo que se modificarán las Keywords y se establecerá una descripción al sitio web.

Título: "Master Salud Centro médico Talagante".

Descripción del sitio: "Centro medico Master Salud de Talagante, contamos profesionales de calidad, Médicos generales, Ginecóloga, Nutrición, Psicología y Neuropsiquiatría Infantil. "

Número de caracteres 159 caracteres de un total de 160.

Adicionalmente es importante incluir algunas de estas palabras claves en los Headings <H1> <H6> en el contenido del sitio.

Keywords:

PALABRAS CLAVE	PALABRAS CLAVE	PALABRAS CLAVE
centro medico talagante	psicologo talagante	atencion medica
medicina general talagante	medicos generales talagante	ginecologia
ginecologia talagante	Master Salud Talagante	psicologo
ginecologo talagante	salud talagante	sicologo
medico general talagante	medicos talagante	neurologo
neuropsiquiatra infantil talagante	centro de atencion medica talagante	Psiquiatra talagante
psicologia talagante	atencion medica talagante	Neurologo talagante
sicologia talagante	atension medica talagante	
sicologos talagante	centro medico de talagante	
nutricion talagante	medicina tagante	
nutricionista talagante	neurologo infantil talagante	
medicos talagante	Centro medico	
centros medicos en talagante	Centro de salud	
centro medico en talagante	Ginecologo	
centros medicos talagante	medicina general	
ginecologos en talagante	Nutricion	
ginecologo en talagante	nutricionista	
psiquiatra en talagante	Salud	

Sugerencia de tomas de hora por internet

Clínica Alemana



Selección del Profesional / Selección de la Hora / Reserva / Recordatorio

Búsqueda General | Búsqueda por Profesional

Area Médica:	<input type="text" value="Ginecología"/>
Area Específica:	<input type="text" value="[Todas]"/>

Vitacura y La Dehesa	<input checked="" type="radio"/>
Solo Vitacura	<input type="radio"/>
Solo La Dehesa	<input type="radio"/>
Horario	
Ambos (Mañana y Tarde)	<input checked="" type="radio"/>
Mañana (00:01 a 11:59 hrs.)	<input type="radio"/>
Tarde (12:00 a 23:59 hrs.)	<input type="radio"/>

Buscar

Volver



Reservas Telefónicas: (56) 22210 1211

Evalúe Nuestro Servicio



Los módulos recomendados para la toma de hora por Internet deberían ser **Especialidad**, en donde muestre las 5 especialidades que tiene Master Salud, **Rango de horarios**, en donde el usuario pueda consultar por horas en la mañana entre 9:00 am a 11:59 am o en la tarde desde las 12:00 pm a 8:00 pm.

Resultados de la Búsqueda

Area Médica: Ginecología
 Area Específica: -
 Sucursal: Todas
 Horario: Ambos (Mañana/Tarde)
 Profesional: Todos

Nueva Búsqueda

PROXIMA HORA DISPONIBLE dentro de los siguientes 25 días.

Profesional	Próxima Hora	Atiende en	Sucursal	
☺ POLANCO GONZALEZ MAX FRANCISCO	20/07/2016 12:40	GINECOLOGIA	Vitacura	Ver Agenda
☺ ENRIQUEZ REYES RODRIGO EDUARDO	20/07/2016 13:00	GINECOLOGIA	La Dehesa	Ver Agenda
☺ SALINAS SEPULVEDA RENE LUIS	20/07/2016 18:00	MEDICINA REPRODUCTIVA	Vitacura	Ver Agenda
☺ GAYAN PEREZ PATRICIO	20/07/2016 18:20	GINECOLOGIA	Vitacura	Ver Agenda ⓘ
☺ HERRERA NUÑEZ LUIS IVAN	21/07/2016 09:30	GINECOLOGIA	La Dehesa	Ver Agenda
☺ VILLARROEL CASTILLO MAURICIO ANTONIO	21/07/2016 13:20	GINECOLOGIA	Vitacura	Ver Agenda

El resultado de la búsqueda debe indicar los horarios disponibles con fecha y hora además de los médicos disponibles y un botón para agendar la hora.

Una vez seleccionado el médico debe mostrar al usuario el nombre del médico, el horario, especialidad y el valor de la consulta. De estar disponible el usuario debe ingresar al último paso que es entregar los datos del paciente

El último paso es reservar en donde el usuario debe ingresar sus datos, Rut, Nombre y apellido, teléfono y mail de contacto y su edad para finalmente hacer clic en Reservar o volver en caso de algún error en el paso previo.

Resultados de la Búsqueda

	Profesional:	POLANCO GONZALEZ MAX FRANCISCO	
	Area Médica:	Ginecología	
	Area Específica:	-	
	Sucursal:	Todas	
	Horario:	Ambos (Mañana/Tarde)	
Valor	Particular:	44.000	* Convenio: 44.000
(*) Este valor corresponde al Arancel Médico Institucional de Clínica Alemana al cual acceden pacientes con convenios (Todo Alemana, Crecer Seguro y planes de Isapres preferentes con Clínica Alemana).			

Miércoles 20 Julio 2016

¡¡¡IMPORTANTE!!!
Para pedir hora de Ecografía por favor llamar al 2101090.

Jornada #	Estado	Servicio	Sucursal
3			
12:00	Reservada	GINECOLOGIA	Vitacura
12:20	Reservada	GINECOLOGIA	Vitacura
12:40	Disponible	GINECOLOGIA	Vitacura
13:00	Reservada	GINECOLOGIA	Vitacura
13:20	Reservada	GINECOLOGIA	Vitacura
13:40	Reservada	GINECOLOGIA	Vitacura

Calendario con Horas Disponibles
Sucursal: Todas

JULIO 2016						
L	M	M	J	V	S	D
		20		22		
	26					

Información de la Reserva

Profesional: POLANCO GONZALEZ MAX FRANCISCO
Area Médica: Ginecología
Area Específica: -
Sucursal: Vitacura
Día: Miércoles 20-jul-2016
Hora: 12:40

* Rut Solicitante

 -

Datos Paciente

* Rut Paciente: -

* Nombre:

* Apellido Paterno:

Apellido Materno:

* Teléfono Móvil:

* Edad: (Años)

* Email de contacto:

¿Es primera vez que se atiende con el médico? Sí No

(*) Campos obligatorios

Reservar

Limpiar

Volver

Costos de implementación

La implementación del módulo de toma de horas está estimada por medio de un programador Freelance. El valor aproximado tiene un valor entre los \$600.000 a \$900.000 pesos, depende del programador o agencia que se contacte.

Presupuesto

Presupuesto	Valor
Diseño y armado	\$ 150.000
Diseño plugins	\$ 50.000
Sistema administrable	\$ 100.000
Sistema de usuarios	\$ 150.000
Sistema de toma de horas pacientes y doctores	\$ 150.000
Total	\$ 600.000

El tiempo de realización consiste en 2 meses, el primer mes para realizar el módulo de toma de horas, 15 días para testear el módulo y 15 días para modificaciones o solucionar fallas.

1.9 Trabajo de SEM.

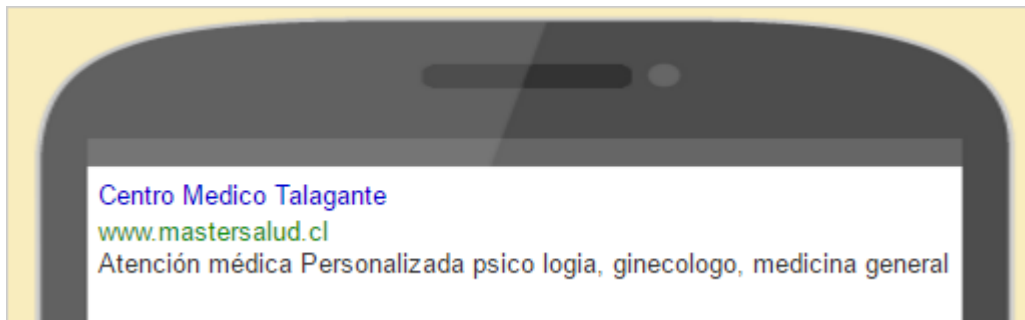
En cuanto a la inversión en SEM se trabajará en una campaña de Google Adwords durante seis meses para incrementar el tráfico hacia el sitio web y posteriormente incrementar las ventas de Master Salud, para esto se utilizará la herramienta de Planificador de palabras clave de Google Adwords para optimizar la campaña.

Se crearán un grupos de anuncios, la inversión será de \$900.000 por los seis meses.

Servicios: Para personas que busquen servicios de atención medica

Centro Medico Talagante
 Atención médica Personalizada psico
 logia, nutricion, medicina general
www.mastersalud.cl

Visualización del anuncio



Estimación Publicitaria de Adwords

Google Adwords	Impresiones	Clics	CTR	CPC	Conversion	Inversión
Grupo anuncios Servicios	277.200	10.800	4,3%	\$ 278	4.644	\$ 900.000

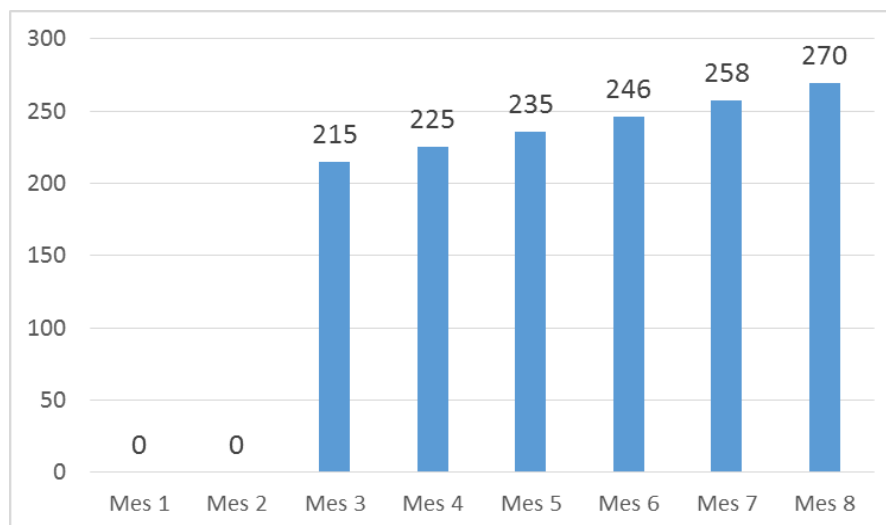
Grupo de Anuncios: Servicios Centro medico Master Salud	
Keywords	
centro medico en talagante	medicos
centro medico nivel 1	medicos medicina general
centros medicos	nutricionista dietas
centros medicos en talagante	psiquiatra en talagante
centros medicos nivel 1	psiquiatra talagante
centros medicos talagante	servicio medico
clinica nutricionista	ginecologo
consulta medica	ginecologia talagante
consulta medica online	ginecologos talagante
consultorio medico	ginecologo Talagante
dieta de nutricionista	psicologia
dieta nutricionista	psicologia talagante
hospital de talagante	psicologos
medico	psicologos talagante
medico nutricionista	

1.10 Implementación de la Campaña

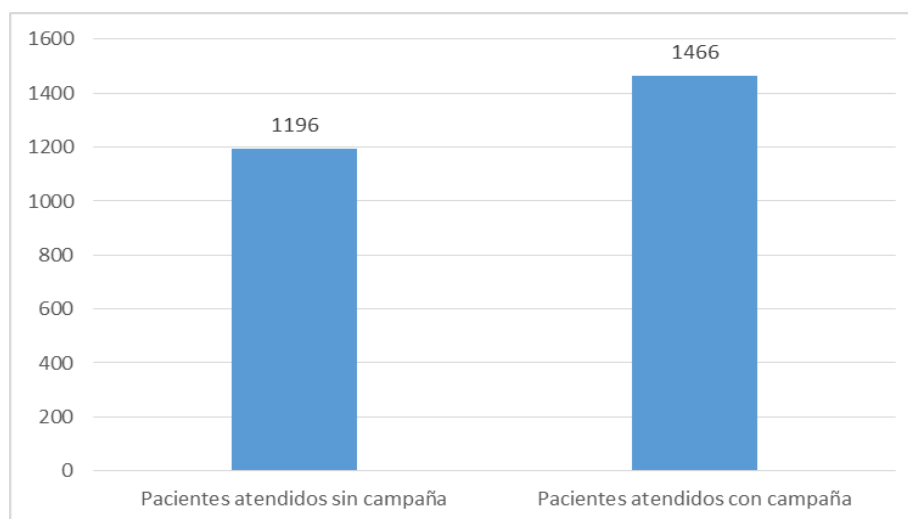
CARTA GANTT MASTER SALUD ACTIVIDADES	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6			Mes 7			Mes 8											
	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem	sem									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	
Diseño de redes Sociales	P																																
Community manager																																	
Campaña Facebook Ads																																	
Optimización SEO y mantenimiento																																	
Actualización de contenido web																																	
Módulo Toma de horas online																																	
Campaña Adwords																																	
Charlas universitarias																																	
Charlas colegios																																	

4.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DE LA CAMPAÑA

ESTADOS DE RESULTADOS												Total	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Facebook ADS	\$ -	\$ -	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ 147.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 882.000
Redes Sociales	\$ 400.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.500.000
SEO	\$ 400.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 400.000
Módulo toma Horas	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 600.000
Campaña Adwords	\$ -	\$ -	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 900.000
Gastos Marketing	\$ 1.100.000	\$ 600.000	\$ 597.000	\$ 597.000	\$ 597.000	\$ 597.000	\$ 597.000	\$ 597.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.282.000
Gastos Operacionales	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 5.494.513	\$ 65.994.154
Ingresos Brutos	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 9.042.078	\$ 108.504.930
Atenciones Medicas Adicionales por Campaña de Adwords	\$ -	\$ -	\$ 3.225.000	\$ 3.374.306	\$ 3.530.523	\$ 3.693.974	\$ 3.864.991	\$ 4.043.926	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21.732.719
Pacientes Adicionales por Mes	0	0	215	225	235	246	258	270	0	0	0	0	
Pacientes Adicionales por mes			10	10	10	11	11	12					20%
Conversiones (6 meses)	4644												
Pacientes Adicionales (Estimado)	215												
	4,6 %												

GRÁFICO N° 15
Pacientes Adicionales por campaña


Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO N° 16
Comparación pacientes atendidos con campaña


Fuente: Elaboración propia

Los gráficos muestran un incremento gracias a la campaña de 218 a 270 pacientes adicionales que equivalen a un incremento de pacientes en 18% el mes 3 hasta un 23% terminada la campaña el mes 8.

4.8 EVALUACION Y CONTROL

Google Analytics

Como se mencionó anteriormente una de las grandes ventajas de invertir en Marketing digital es poder medir y controlar sus resultados, para esto Google Analytics, herramienta de Google que se inserta en el código del sitio web de Master Salud, nos ayudará a medir el desempeño de la campaña de **Google Adwords** y **redes sociales**.

Podremos analizar a fondo cuáles son las páginas más visitadas, las palabras claves que generan una mayor duración de visita en el sitio web, la tasa de rebote y el comportamiento del usuario en el sitio web.

Podremos saber por dónde llegaron los usuarios, ya sea por el link directo al sitio, redes sociales o buscadores de Internet.

Para medir la efectividad y eficiencia de las redes sociales utilizaremos las **estadísticas de Facebook** para conocer el alcance de nuestras publicaciones, visitas a la página, interacción de los usuarios con las publicaciones y la cantidad de me gusta semanalmente.

Se utilizará la herramienta **TweetStats** para medir la red social Twitter, esta herramienta muestra de forma gráfica patrones de comportamiento de los usuarios.

Conclusión

El objetivo del Proyecto es posicionar a Master Salud en el mercado de Talagante para cumplir el objetivo de la empresa de incrementar sus ingresos en un 20% para el año 2017.

El plan desarrollado en este trabajo se realiza a través del uso de una serie de herramientas del Marketing Digital demostrando su aplicabilidad a cualquier tipo y modelo de negocios.

Para esto se realizaron mejoras en el sitio web, se crea un blog para crear contenido relevante para los visitantes del sitio, un modulo de toma de hora por Internet y la creacion de redes sociales en Facebook, Twitter y LinkedIn. Otro punto importante es la realización de charlas educacionales en los colegios para mostrar a Master Salud como un centro medico personalizado que se preocupa y participa con la comunidad Talagante.

Este tipo de actividades permite crear vínculos con la comunidad y contactar nuevos clientes y profesionales dando un valor agregado que permite crear un vínculo con la gente, informar, educar y ayudar a crear conciencia de la importancia de adquirir una cultura preventiva en salud.

Finalmente el plan de la campaña de marketing logra el resultado esperado de acuerdo a la estrategia del proyecto usada para que el negocio creciera un 20 % y adicionalmente estaría en línea con el objetivo de negocio.

Por lo tanto fue una propuesta que rompe un paradigma al crear una campaña digital que con un bajo presupuesto logra los resultados esperados y que no solo es para empresas que dispongan de grandes inversiones en marketing.

Al finalizar se alcanzan los resultados y se demuestra que el marketing digital tiene bajo costo, es medible y controlable porque existen herramientas como Google Analytics que permiten medir el desempeño de las campaña online y apreciar resultados inmediatos, permitiendo incrementar las ganancias de un negocio pequeño con pocos recursos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFIA

Gráfico del PIB de Chile

<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>

<https://www.df.cl/noticias/economia-y-politica/macro/otro-debil-ano-para-la-economia-pib-crecio-solo-2-1-en-2015-y-no/2016-03-18/082209.html>

<http://cnnchile.com/noticia/2015/12/21/las-proyecciones-para-la-inflacion-en-2016>

<https://www.df.cl/noticias/economia-y-politica/macro/schmidt-hebbel-y-medidas-de-productividad-si-aportan-1-a-la-economia/2016-04-17/111602.html>

<https://www.df.cl/noticias/economia-y-politica/macro/proyecciones-de-crecimiento-para-chile-en-2016-caen-por-octavo-mes/2016-01-12/083343.html>

Entrevista a Klaus Schmidt- Hebbel, economista de la Universidad Católica.

<https://www.df.cl/noticias/economia-y-politica/macro/schmidt-hebbel-y-medidas-de-productividad-si-aportan-1-a-la-economia/2016-04-17/111602.html>

Inversión Histórica en medios

http://www.achap.cl/documentos/Inversion_Publicitaria_Achap_2014.pdf

Participación por medio

http://www.achap.cl/documentos/Inversion_Publicitaria_Achap_2014.pdf

Entorno Social

<http://www.subtel.gob.cl/encuesta-nacional-de-uso-y-acceso-a-internet-66-de-los-chilenos-se-declara-usuario-frecuente/>

<http://www.subtel.gob.cl/wp->

content/uploads/2015/04/Presentacion_Final_Sexta_Encuesta_vers_16102015.pdf

<http://www.t13.cl/noticia/politica/adimark-ministra-castillo-fue-peor-evaluada-noviembre>

<http://www.subdere.cl/divisi%C3%B3n-administrativa-de-chile/gobierno-regional-metropolitano-de-santiago/provincia-de-talagante>

http://www.intendenciametropolitana.gov.cl/informacion_geografica_2.html

Entorno Legal

<http://www.innovacion.cl/reportaje/o-que-necesitas-poner-a-funcionar-tu-empresa-permisos-y-patentes/>

https://www.leychile.cl/Consulta/listado_n_sel?_grupo_aporte...

www.ilo.org/dyn/travail/docs/1715/ley18469_Prestaciones_de_Salud.pdf

https://www.leychile.cl/Consulta/m/norma_plana?idNorma=5595...cdr

www.cepchile.cl/dms/archivo_3267_1620/14_aedo.pdf

<http://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Enfoques/ProbSP/6099.act>

<http://www.subtel.gob.cl/wp->

content/uploads/2015/04/Presentacion_Final_Sexta_Encuesta_vers_16102015.pdf

Entorno Político

<http://chile.gob.cl/es/sobre-chile/asi-es-chile/organizacion-politica/sistema-politico/>

<http://www.cnnchile.com/noticia/2013/10/14/la-preocupante-falta-de-especialistas-en-el-sector-publico>

www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717...lang...

<http://www.publimetro.cl/nota/cronica/preocupacion-por-falta-de-mas-de-1-200-medicos-en-el-sistema-publico-chileno/xlQniB!NLZqr7KI8vfVQ/>

<http://www.minsal.cl/sites/default/files/files/Plan%20de%20especialistas.pdf>

www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717...lang...

<http://www.elquintopoder.cl/salud/13-cosas-de-la-crisis-de-la-salud-publica-en-chile-que-probablemente-usted-ni-el-ministro-manalich->

<http://datos.bancomundial.org/indicador/SH.MED.PHYS.ZS>

http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872010000100003

<http://www.med.uchile.cl/revalida-de-titulo.html>

www.radiodelmar.cl/.../alarmante-falta-de-medicos-en-chile-genera-prop.

Entorno Tecnológico

<http://www.mtt.gob.cl/archivos/14530>

<http://www.subtel.gob.cl/encuesta-nacional-de-uso-y-acceso-a-internet-66-de-los-chilenos-se-declara-usuario-frecuente/>

Segmentación de mercado

http://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2014/06/Habitantes_Urbanos_ICCOM_2005.pdf

Competencia

<http://www.clinicamaitenes.cl/contacto/index.php?id=1>

<http://www.clinicamaitenes.cl/contacto/arancel/consulta.pdf>

Fuente:http://www.redmedicachile.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=219:centro-medico-amet&catid=35:medicos&Itemid=55

<http://www.mercantil.com/empresa/centro-de-salud-libertad/Talagante/300286827/esp>

<http://www.doctoralia.cl/centro-medico/centro+medico+union+Ltda-1362489>

Ventas y participación de mercado

http://www.supersalud.gob.cl/documentacion/569/articles-7386_recurso_1.pdf

<https://files.acrobat.com/a/preview/a8c94e14-ccee-4604-83fb-3327dfc753f9>

<https://files.acrobat.com/a/preview/5844631f-899d-421d-b268-b520af91044f>

<https://files.acrobat.com/a/preview/75d3348a-2dcb-493c-a446-517d5780ecfe>

<https://files.acrobat.com/a/preview/51795ca3-1262-4cee-b764-37f2f12d38bb>

ANEXOS

ANEXO 1: ANÁLISIS DE DISPONIBILIDAD DE CONSULTAS.....	117
ANEXO 2: ANÁLISIS FINANCIERO MASTER SALUD.....	120
ANEXO 2: CUADRO COMPARATIVO	125

ANEXO 1: ANÁLISIS DE DISPONIBILIDAD DE CONSULTAS

BOX 1	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	BOX 3	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
9:00						9:00					
10:00						10:00	RAMPINELLI	RAMPINELLI			
11:00						11:00	RAMPINELLI	RAMPINELLI			
12:00						12:00	RAMPINELLI	RAMPINELLI		Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
13:00						13:00	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI		Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
14:00						14:00	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI		Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
15:00			DR. ESCUDERO		DR. ESCUDERO	15:00	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI		Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
16:00			DR. ESCUDERO		DR. ESCUDERO	16:00	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
17:00			DR. ESCUDERO		DR. ESCUDERO	17:00	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
18:00			DR. ESCUDERO	NUTR. K.F. LORES	DR. ESCUDERO	18:00	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
19:00	juan pablo	juan pablo	DR. ESCUDERO	NUTR. K.F. LORES	SIC. F. MONSALVE		DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
20:00	juan pablo	juan pablo	DR. ESCUDERO	NUTR. K.F. LORES	SIC. F. MONSALVE		DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	DRA. RAMPINELLI	Dr. Mansilla	Dr. Mansilla
21:00	juan pablo	juan pablo				21:00					

BOX 2	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	BOX 4	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
9:00						9:00					
10:00		SIC.C.AS TUDILLO				10:00					
11:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	11:00					
12:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	12:00					
13:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	13:00					
14:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	14:00					
15:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	15:00		DR. CABRER A	DR. CABRER A	DR. CABRER A	
16:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	16:00		DR. CABRER A	DR. CABRER A	DR. CABRER A	
17:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	17:00		DR. CABRER A	DR. CABRER A	DR. CABRER A	
18:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	18:00	SIC.F.MO NSALVE	DR. CABRER A	DR. CABRER A	DR. CABRER A	SIC.F.MO NSALVE
19:00	SIC A.LEXUT T	SIC.C.AS TUDILLO	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	SIC A.LEXUT T	19:00	SIC.F.MO NSALVE	DR. CABRER A	DR. CABRER A	DR. CABRER A	SIC.F.MO NSALVE
20:00						20:00	SIC.F.MO NSALVE	DR. CABRER A	DR. CABRER A	DR. CABRER A	SIC.F.MO NSALVE
21:00						21:00					

HORAS CONSULTA BOX						Porcentaje Disponible
	Total	Almuerzo	Horas uso	Ocupadas	Disponibles	
Box 1	65	2	63	21	42	67%
Box 2	65	2	63	46	17	27%
Box 3	65	2	63	45	18	29%
Box 4	65	2	63	24	39	62%

TOTAL HORAS **116** **46%**

Porcentaje Disponible 46%

Porcentaje en Uso 54%

HORAS DISPONIBLE	116
------------------	------------

ANEXO 2: ANÁLISIS FINANCIERO MASTER SALUD

DATOS DE LA EMPRESA				
RAZON SOCIAL: SERVICIOS MEDICOS INTEGRALES LOPES Y ARAVENA LIMITADA				
RUT 77927610-4				
ENRIQUE ALCADE 920 C/A				
ACTIVIDAD ECONOMICA: ESTABLECIMIENTOS MEDICOS DE ATENCION AMBULATORIA (CENTROS MEDICOS				
PRESENTANTE LEGAL RUT:6694182-5				
DECLARACION AÑO:042013				
198. RETENCION POR RENTAS DECLARADAS EN LINEA 6	3.242.045	36 PAGO PROVISIONALES ACTUALIZADOS	2.355.167	
305. RESULTADO LIQUIDACION ANUAL IMPUESTO RENTA	-5.597.212	461 HONORARIOS ANUALES CON RETENCI	32.420.450	55.972.120
465. GASTOS EFECTIVOS	25.501.185	467 TOTAL HONORARIOS	30.470.935	2.355.167
492. IMPUESTO RETENIDOS ACTULIZADO	3.242.045	545 HONORARIOS ANUALES SIN RETENCION	23.551.670	30.470.935
547. TOTAL INGRESOS BRUTOS	55.972.120	611 SUMATORIA CODIGOS 198+ 54	3.242.045	23.146.018
615. CONTABILIDAD SIMPLIFICADA	0	618 TOTAL RENTAS RETENCIONES	30.470.935	
619. TOTAL RETENCIONES	3.242.045	645 CAPITAL PROPIO TRIBUTARIO POSITIVO	28.546.190	
		849 SUMATORIA CODIGOS 36 + 848	2.355.167	
REMANENTE DE CREDITO		IMPUESTO A PAGAR		
SALDO A FAVOR 85	5.597.212	impuesto Adeudado 90		
menos:Saldo puesto a disposicion de los socios 86	3.383.196	Reajuste Art. 72 39		
DEVOLUCION SOLICITADA 87	2.214.016	TOTAL A PAGAR 91		
		PAGO DIFERIDO ART. 72 LEY RENTA		
		FOLIO		VALOR PAGADO

DATOS DE LA EMPRESA				
RAZON SOCIAL: SERVICIOS MEDICOS INTEGRALES LOPEZ Y ARAVENA LIMITADA				
RUT 77927610-4				
ENRIQUE ALCADE 920 C/A				
ACTIVIDAD ECONOMICA: ESTABLECIMIENTOS MEDICOS DE ATENCION AMBULATORIA (CENTROS MEDICOS				
PRESENTANTE LEGAL RUT:6694182-5				
DECLARACION AÑO:042014				
198. RETENCION POR RENTAS DECLARADAS EN LINEA 6	2.652.967	36 PAGO PROVISIONALES ACTUALIZADOS		3.006.146
305. RESULTADO LIQUIDACION ANUAL IMPUESTO RENTA	-5.659.113	461 HONORARIOS ANUALES CON RETENCI		26.529.670
465. GASTOS EFECTIVOS	34.948.045	467 TOTAL HONORARIOS		21.643.085
492. IMPUESTO RETENIDOS ACTULIZADO	3.242.045	545 HONORARIOS ANUALES SIN RETENCION		30.061.460
547. TOTAL INGRESOS BRUTOS	56.591.130	611 SUMATORIA CODIGOS 198+ 54		2.652.967
615. CONTABILIDAD SIMPLIFICADA	0	618 TOTAL RENTAS RETENCIONES		21.643.085
619. TOTAL RETENCIONES	2.652.967	645 CAPITAL PROPIO TRIBUTARIO POSITIVO		18.886.278
896. PARTICIPACION EN INGRESOS BRUTOS EN SOC. DE PRO	21.643.085	849 SUMATORIA CODIGOS 36 + 848		3.006.146
REMANENTE DE CREDITO		IMPUESTO A PAGAR		
SALDO A FAVOR 85	5.659.113	impuesto Adeudado 90		
menos:Saldo puesto a disposicion de los socios 86	1.622.448	Reajuste Art. 72 39		
DEVOLUCION SOLICITADA 87	4.036.665	TOTAL A PAGAR 91		
		PAGO DIFERIDO ART. 72 LEY RENTA		
		FOLIO		VALOR PAGADO

PRESENTANTE LEGAL RUT:6694182-5			
DECLARACION AÑO:042015			
198. RETENCION POR RENTAS DECLARADAS EN LINEA 6	3.894.579	36 PAGO PROVISIONALES ACTUALIZADOS	4.338.348
305. RESULTADO LIQUIDACION ANUAL IMPUESTO RENTA	-8.232.927	461 HONORARIOS ANUALES CON RETENCION	38.945.790
465. GASTOS EFECTIVOS	51.550.020	467 TOTAL HONORARIOS	30.779.250
492. IMPUESTO RETENIDOS ACTUALIZADO	3.894.579	545 HONORARIOS ANUALES SIN RETENCION	43.383.480
547. TOTAL INGRESOS BRUTOS	82.329.270	RETENCION RECAUDRO N° 1 MAYOR RETENCION	3.894.579
615. CONTABILIDAD SIMPLIFICADA		618 TOTAL RENTAS RETENCIONES	30.779.260
619. TOTAL RETENCIONES	3.894.579	645 CAPITAL PROPIO TRIBUTARIO POSITIVO	28.139.801
896. PARTICIPACION EN INGRESOS BRUTOS EN SOC. DE PRO	30.779.250	849 SUMATORIA CODIGOS 36 + 848	4.338.348
REMANENTE DE CREDITO		IMPUESTO A PAGAR	
SALDO A FAVOR 85	8.232.927	impuesto Adeudado 90	
menos:Saldo puesto a disposicion de los socios 86	4.199.846	Reajuste Art. 72 39	
DEVOLUCION SOLICITADA 87	4.033.081	TOTAL A PAGAR 91	
		PAGO DIFERIDO ART. 72 LEY RENTA	
		FOLIO	VALOR PAGADO

547. TOTAL INGRESOS BRUTOS	108.504.930	RETENCION RECAUDRO N° 1 MAYOR RETENCION	4.285.167
615. CONTABILIDAD SIMPLIFICADA		618 TOTAL RENTAS RETENCIONES	42.570.776
619. TOTAL RETENCIONES	4.285.167	645 CAPITAL PROPIO TRIBUTARIO POSITIVO	28.139.801
896. PAGO PROVISIONAL	5.870.368	849 SUMATORIA CODIGOS 36 + 848	4.338.348
REMANENTE DE CREDITO		IMPUESTO A PAGAR	
SALDO A FAVOR 85	10.155.535	impuesto Adeudado 90	
menos:Saldo puesto a disposicion de los socios 86	6.003.498	Reajuste Art. 72 39	
DEVOLUCION SOLICITADA 87	4.152.037	TOTAL A PAGAR 91	
		PAGO DIFERIDO ART. 72 LEY RENTA	
		FOLIO	VALOR PAGADO

RESUMEN

DATOS DE LA EMPRESA

RAZON SOCIAL: SERVICIOS MEDICOS INTEGRALES LOPEZ Y ARAVENA LIMITADA

RUT 77927610-4

ENRIQUE ALCADE 920 C/A

ACTIVIDAD ECONOMICA: ESTABLECIMIENTOS MEDICOS DE ATENCION AMBULATORIA (CENTROS MEDICOS)

PRESENTANTE LEGAL RUT:6694182-5

DECLARACION AÑO:042013

198. RETENCION POR RENT	3.242.045	36 PAGO PROVISIONALES ACTUA	2.355.167
305. RESULTADO LIQUIDACI	-5.597.212	461 HONORARIOS ANUALES CON	32.420.450
465. GASTOS EFECTIVOS	25.501.185	467 TOTAL HONORARIOS	30.470.935
492. IMPUESTO RETENIDOS .	3.242.045	545 HONORARIOS ANUALES SIN	23.551.670
547. TOTAL INGRESOS BRUT	55.972.120	611 SUMATORIA CODIGOS 198+ 5	3.242.045
615. CONTABILIDAD SIMPLII	0	618 TOTAL RENTAS RETENCIONE!	30.470.935
619. TOTAL RETENCIONES	3.242.045	645 CAPITAL PROPIO TRIBUTARIC	28.546.190
		849 SUMATORIA CODIGOS 36 + 8	2.355.167
REMANENTE DE CREDITO		IMPUESTO A PAGAR	
SALDO A FAVOR 85	5.597.212	impuesto Adeudado 90	
menos:Saldo puesto a disp	3.383.196	Reajuste Art. 72 39	
DEVOLUCION SOLICITADA 8	2.214.016	TOTAL A PAGAR 91	
		PAGO DIFERIDO ART. 72 LEY RENTA	
		FOLIO	VALOR PAGADO

DECLARACION AÑO:042014

198. RETENCION POR RENT	2.652.967	36 PAGO PROVISIONALES ACTUA	3.006.146
305. RESULTADO LIQUIDACI	5.659.113	461 HONORARIOS ANUALES CON	26.529.670
465. GASTOS EFECTIVOS	34.948.045	467 TOTAL HONORARIOS	21.643.085
492. IMPUESTO RETENIDOS .	3.242.045	545 HONORARIOS ANUALES SIN	30.061.460
547. TOTAL INGRESOS BRUT	56.591.130	611 SUMATORIA CODIGOS 198+ 5	2.652.967
615. CONTABILIDAD SIMPLII	0	618 TOTAL RENTAS RETENCIONE!	21.643.085
619. TOTAL RETENCIONES	2.652.967	645 CAPITAL PROPIO TRIBUTARIC	18.886.278
896. PARTICIPACION EN INC	21.643.085	849 SUMATORIA CODIGOS 36 + 8	3.006.146
REMANENTE DE CREDITO		IMPUESTO A PAGAR	
SALDO A FAVOR 85	5.659.113	impuesto Adeudado 90	
menos:Saldo puesto a disp	1.622.448	Reajuste Art. 72 39	
DEVOLUCION SOLICITADA 8	4.036.665	TOTAL A PAGAR 91	
		PAGO DIFERIDO ART. 72 LEY RENTA	
		FOLIO	VALOR PAGADO

DECLARACION AÑO:042015

198. RETENCION POR RENT.	3.894.579	36 PAGO PROVISIONALES ACTUA	4.338.348
305. RESULTADO LIQUIDACION	8.232.927	461 HONORARIOS ANUALES CON	38.945.790
465. GASTOS EFECTIVOS	51.550.020	467 TOTAL HONORARIOS	30.779.250
492. IMPUESTO RETENIDOS	3.894.579	545 HONORARIOS ANUALES SIN	43.383.480
547. TOTAL INGRESOS BRUT	82.329.270	RETENCION RECAUDRO N° 1 MA'	3.894.579
615. CONTABILIDAD SIMPLIFICADA		618 TOTAL RENTAS RETENCIONE	30.779.260
619. TOTAL RETENCIONES	3.894.579	645 CAPITAL PROPIO TRIBUTARIC	28.139.801
896. PARTICIPACION EN INC	30.779.250	849 SUMATORIA CODIGOS 36 + 8	4.338.348
REMANENTE DE CREDITO		IMPUESTO A PAGAR	
SALDO A FAVOR 85	8.232.927	impuesto Adeudado 90	
menos:Saldo puesto a dispos	4.199.846	Reajuste Art. 72 39	
DEVOLUCION SOLICITADA 8	4.033.081	TOTAL A PAGAR 91	
		PAGO DIFERIDO ART. 72 LEY RENTA	
		FOLIO	VALOR PAGADO

DECLARACION AÑO:042016

198. RETENCION POR RENT.	4.285.167	36 PAGO PROVISIONALES ACTUA	5.870.368
305. RESULTADO LIQUIDACION	10.155.535	461 HONORARIOS ANUALES CON	42.851.670
465. GASTOS EFECTIVOS	65.934.154	467 TOTAL HONORARIOS	42.570.776
492. IMPUESTO RETENIDOS	4.285.167	545 HONORARIOS ANUALES SIN	65.653.260
547. TOTAL INGRESOS BRUT	108.504.930	RETENCION RECAUDRO N° 1 MA'	4.285.167
615. CONTABILIDAD SIMPLIFICADA		618 TOTAL RENTAS RETENCIONE	42.570.776
619. TOTAL RETENCIONES	4.285.167	645 CAPITAL PROPIO TRIBUTARIC	28.139.801
896. PAGO PROVISIONAL	5.870.368	849 SUMATORIA CODIGOS 36 + 8	4.338.348
REMANENTE DE CREDITO		IMPUESTO A PAGAR	
SALDO A FAVOR 85	10.155.535	impuesto Adeudado 90	
menos:Saldo puesto a dispos	6.003.498	Reajuste Art. 72 39	
DEVOLUCION SOLICITADA 8	4.152.037	TOTAL A PAGAR 91	
		PAGO DIFERIDO ART. 72 LEY RENTA	
		FOLIO	VALOR PAGADO

DATOS PARA EL ANALISIS

TOTAL INGRESOS BRUTOS			
AÑOS	TOTAL INGRESOS BRUTOS	CRECIMIENTO POR AÑO EN \$\$\$	% CRECIMIENTO
2013	55.972.120	0	18,45
2014	56.591.130	619.010	18,65
2015	82.329.270	25.738.140	27,14
2016	108.504.930	26.175.660	35,76
TOTAL	303.397.450	52.532.810	100,00

GASTOS EFECTIVOS

AÑOS	GASTOS EFECTIVOS	CRECIMIENTO POR AÑO EN \$\$\$	% CRECIMIENTO
2013	25.501.185	0	14,33
2014	34.948.045	9.446.860	19,64
2015	51.550.020	16.601.975	28,97
2016	65.934.154	14.384.134	37,06
TOTAL	177.933.404	40.432.969	100,00

		1,25			
INGRESOS	303.397.450	63,03		26,07	
GASTOS	177.933.404	36,97			
	481.330.854	100,00	125.464.046		

ANEXO 3: CUADRO COMPARATIVO

DECLARACION AÑO 2013		
INGRESOS		
461 HONORARIOS ANUALES CON RENTENCION	32.420.450	
545 HONORARIOS ANUALES SIN RETENCIONES	23.551.670	
SE SUMAN		
547. TOTAL INGRESOS BRUTOS	55.972.120	
MENOS GASTOS		
465. GASTOS EFECTIVOS	25.501.185	
TOTAL RESULTADO DEL EJERCICIO, UTILIDAD		RENTABILIDAD
896. PARTICIPACION EN INGRESOS BRUTOS EN SOC. DE PROFE 2DA CATE	30.470.935	54,44
DEVOLUCION DE IMPUESTO RENTA		
36 PAGO PROVISIONALES ACTUALIZADOS	2.355.167	
RETENCION RECAUDRO N° 1 MAYOR RETENCION POR SUELDO	3.242.045	
SALDO A FAVOR 85	5.597.212	
menos: Saldo puesto a disposición de los socios 86	3.383.196	
DEVOLUCION SOLICITADA 87	2.214.016	
DECLARACION 2014		
INGRESOS		
461 HONORARIOS ANUALES CON RENTENCION	26.529.670	
545 HONORARIOS ANUALES SIN RETENCIONES	30.061.460	
SE SUMAN		
547. TOTAL INGRESOS BRUTOS	56.591.130	
MENOS GASTOS		
465. GASTOS EFECTIVOS	34.948.045	
TOTAL RESULTADO DEL EJERCICIO, UTILIDAD		RENTABILIDAD
896. PARTICIPACION EN INGRESOS BRUTOS EN SOC. DE PROFE 2DA CATE	21.643.085	38,24
DEVOLUCION DE IMPUESTO RENTA		
36 PAGO PROVISIONALES ACTUALIZADOS	3.006.146	

RETENCION RECAUDRO N° 1 MAYOR RETENCION POR SUELDO	2.652.967	
SALDO A FAVOR 85	5.659.113	
Menos Saldo puesto a disposición de los socios 86	1.622.448	
DEVOLUCION SOLICITADA 87	4.036.665	
DWECLARACION AÑO 2015		
INGRESOS		
461 HONORARIOS ANUALES CON RENTENCION	38.945.790	
545 HONORARIOS ANUALES SIN RETENCIONES	43.383.480	
SE SUMAN		
547. TOTAL INGRESOS BRUTOS	82.329.270	
MENOS GASTOS		
465. GASTOS EFECTIVOS	51.550.020	
TOTAL RESULTADO DEL EJERCICIO, UTILIDAD		RENTABILIDAD
896. PARTICIPACION EN INGRESOS BRUTOS EN SOC. DE PROFE 2DA CATE	30.779.250	37,39
DEVOLUCION DE IMPUESTO RENTA		
36 PAGO PROVISIONALES ACTUALIZADOS	4.338.348	
RETENCION RECAUDRO N° 1 MAYOR RETENCION POR SUELDO	3.894.579	
SALDO A FAVOR 85	8.232.927	
menos: Saldo puesto a disposición de los socios 86	4.199.846	
DEVOLUCION SOLICITADA 87	4.033.081	
DECLARACION 2016		
INGRESOS		
461 HONORARIOS ANUALES CON RENTENCION	42.851.670	
545 HONORARIOS ANUALES SIN RETENCIONES	65.653.260	
SE SUMAN		
547. TOTAL INGRESOS BRUTOS	108.504.930	
MENOS GASTOS		

465. GASTOS EFECTIVOS	65.934.154	
TOTAL RESULTADO DEL EJERCICIO, UTILIDAD		RENTABILIDAD
896. PARTICIPACION EN INGRESOS BRUTOS EN SOC. DE PROFE 2DA CATE	42.570.776	39,23
DEVOLUCION DE IMPUESTO RENTA		
36 PAGO PROVISIONALES ACTUALIZADOS	5.870.368	
RETENCION RECAUDRO N° 1 MAYOR RETENCION POR SUELDO	4.285.167	
SALDO A FAVOR 85	10.155.535	
menos: Saldo puesto a disposición de los socios 86	6.003.498	
DEVOLUCION SOLICITADA 87	4.152.037	