HOSPITAL SAN RAFAEL YOLOMBO Mensaje de vida!	**HOSPITAL SAN RAFAEL DE YOLOMBO**	**Código:** CP
		Versión: 01
		Vigente desde: 20/01/2018
	NOMBRE DEL PROCESO: GESTIÓN MERCADEO Y PROMOCIÓN DE SERVICIOS	**Páginas: 1 de 3**

OBJETIVOS DEL PROCESO	INDICADORES DE ÉXITO DEL PROCESO
Posicionar el nombre del Hospital San Rafael del Municipio de Yolombó, en la prestación de servicios de salud de primer y segundo nivel, mediante la implementación de estrategias de promoción de servicios, con énfasis en la calidad y oportunidad para los usuarios del área de influencia.	• Número de visitas a entidades hospitalarias y responsables de pagos. • Porcentaje de ejecución del plan anual de ventas • Variación en el valor de ventas entre períodos (Trimestral) • Porcentaje de satisfacción en la evaluación de la prestación del servicio (para el usuario y el corporativo).
RESPONSABLE	**PARTICIPANTES – EQUIPO DE TRABAJO**
Subdirector Administrativo y Financiero	• Coordinador de mercadeo • Auxliar de Enfermería • Coordinador Médico • Personalde Atención al Usuario

RIESGOS	CONTROLES – MITIGACION	TIEMPO DE EJECUCION
Incumplimiento del Plan Anual de Ventas	• Hacer seguimiento y control al Plan Anual de Ventas-PAV	Trimestralmente
Ausencia de evaluaciones del impacto de las comunicaciones en las redes sociales	• Seguimiento a la efectividad dl plan de medios	Trimestralmente
Ventas de servicios hospitalarios sin consideraciones de los costos de los mismos	• Actualización permanente de los costos de los servicios	semestralmente
Variación negativa de ventas entre períodos	• Definir las estrategias de ventas, para evitar variaciones negativas	Trimestralmente

PROCESO QUE ENTREGA (PROVEEDOR)	ENTRADAS	ACTIVIDADES DEL PROCESO (CICLO PHVA: PLANEAR – HACER- VERIFICAR- ACTUAR)		SALIDAS	PROCESO QUE RECIBE (CLIENTE)
		PLANEAR (P)	**HACER (H)**		
Entidades Públicas y Organismos de Control. Entidades privadas. Entidades financieras Usuarios de los servicios de salud.	Caracterización de los usuarios de salud y sus necesidades en salud. Fichas de caracterización por entidad responsable de	• Identificar las necesidades de la poblacion objeto para la implementacón del portafolio de servicios. • Formular el Plan de Mercadeo para la consecución de nuevas oportunidades de atencion en salud, que incluya las estrategias y el plan de comunicación para la socialización del portafolo de servicios a los grupos de interés internos y externos.. • Definir la agenda de visitas a las entidades hopitalarias	• Diseñar el Portafolio de Servicios de Salud • Registrar y promocionar los nuevos servicios en la plataforma del Ministerio de Salud. • Socializar y mercadear el Portafolio de Servicios Hospitalarios. • Aplicar las estrategias de mercadeo del Hospital. • Realizar campañas publicitarias por servicios ofrecidos. • Ejecutar el plan de mercadeo de servicios de salud. • Realizar las visitas a las entidades hospitalarias.	Portafolio de servicios de salud. Estrategias de mercadeo identificadas y aplicadas Plan de mercadeo y ventas	Entidades Públicas y Organismos de Control. Entidades privadas. Entidades Financieras
		ACTUAR	**VERIFICAR**		

Procesos normalizados de la Entidad Hospitalaria.	pago Normatividad en materia de salud. Costos de los servicios de salud. Información estadística de ventas de servicios. Demandas de servicios por parte de la población objeto, definiendo necesidad de ampliación del portafolio de servicios a través del proceso de habilitación pertinente.	• Ejecutar las Acciones Correctivas y preventivas y de mejora al proceso • Verificar la efectividad de las acciones emprendidas	• Realizar seguimiento y medición al proceso, através de los indicadores de logro. • Realizar seguimiento a los riesgos del proceso • Verificar la Eficacia, Eficiencia de las actividades del Plan de Mercadeo y de comunicación. • Realizar auditorías internas al proceso	Contratos o convenios firmados o actualizados Seguimiento al proceso. Riesgos evaluados e intervenidos. Acta de actualización de tarifas Acciones de mejora implementadas y verificadas	Usuarios de los servicios de salud. Procesos normalizados de la Entidad Hospitalaria.

RECURSOS	NORMATIVIDAD
Talento Humano Director Administrativo y Financiero Coordinador de mercadeo Auxliar de Enfermería Coordinador Médico Personal de Atención al Usuario **Tecnológicos**	• Constitución Política de Colombia Art. 209 • Resolución 3047 de 2008, anexos tres y cuatro autorizaciones • Resolución 4331 de 2012, anexos l10 y 11 Referencia y contrarreferencia. • Decreto 1499 de 2017, por medio del cual se actualiza el Modelo Integrado de Planeación y Gestión- MIPG • Ley 80 de 1994, estatuto de la contratación. • Decreto 410 de 1971: por medio del cual se expide Código de Comercio

Equipo de Computo Aplicaciones del Office Redes sociales **Logístico** Transporte Material publicitario Papelería **Financiero** Viáticos Recursos presupuestales	• Decreto 2423 de 1996 Manual Tarifario SOAT Vigente.

PROCEDIMIENTOS	DOCUMENTOS SOPORTE	GUIAS	DOCUMENTOS DE REFERENCIA EXTERNOS	REGISTROS
• Procedimiento para la elaboración del Plan de Mercadeo y Promoción de Servicios.				• Plan de mercadeo y Promoción de Servicios • Portafolio de Servicios aprobado. • Campaña de Socialización del Portafolio de Servicios • Evaluaciones al plan de mercadeo de servicios de salud. • Acta de visitas a las entidades hospitalarias

PROYECTÓ	REVISÒ	APROBÓ
UNIVERSIDAD CES	JOSE LUIS ALVARINO VASQUEZ Subdirector Científico	DANIELA MAZO MORALES Subdirector Administrativo y Financiero (E)