



“ESTRATEGIA DE MARKETING PARA PENSIONADO DE MATERNIDAD DEL HOSPITAL BASE DE LINARES”

**MARIA JOSE FUENTES PONCE
ANGELA ANDREA TORRES MIÑO
INGENIEROS COMERCIALES**

RESUMEN EJECUTIVO

La reforma de salud pretende lograr que los hospitales públicos logren autogestionarse, para ello cada institución debe aumentar sus ingresos a través de recursos propios. El Hospital Base de Linares pretende responder a dicho requerimiento a través del Pensionado de Maternidad. Por esta razón el objetivo principal de esta memoria es definir una estrategia de marketing para el Pensionado de Maternidad del Hospital Base de Linares. Para ello se realizó un análisis interno con el que se determinaron las Fortalezas y Debilidades además de analizar el macroambiente y el entorno competitivo, con estos últimos análisis se detectaron las Oportunidades y Amenazas que tiene que enfrentar el Pensionado de Maternidad. También se estableció el mercado meta y se dio a conocer el posicionamiento para que finalmente se desarrollara la mezcla de marketing.

Para llevar a cabo lo antes mencionado se recopiló información a través de entrevistas personales, revisión de libros, páginas web, entre otros. Además se utilizó una investigación de mercado llamada “Medición de la Calidad del Servicio del Pensionado de Maternidad del Hospital Base de Linares”, la cual fue realizada el segundo semestre del año 2003.

La Estrategia de Marketing se enfocó principalmente en el Marketing Externo, para el logro de esto se realizó un cuestionario donde se obtuvo diversa información que fue ocupada para diseñar la estrategia de marketing y fundamentalmente la estrategia promocional.

Se concluyó que las personas de Linares se informan mayoritariamente por televisión y que un buen porcentaje de ellos ve el canal local, principalmente en el horario donde se transmite el noticiario de la zona. El segundo medio de información preferido por las personas es la radio, mientras el tercer lugar es ocupado por los periódicos.

Además de los medios de comunicación mencionados anteriormente, los lugares escogidos por los encuestados para obtener información con respecto a las formas de pago, donde existe un alto grado de desconocimiento, fueron los médicos o matrona de cabecera, la sección de información del hospital, y los consultorios que en la actualidad no brindan este servicio.