



**CREACIÓN DE PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA IPS
ASISTENCIA TERAPEUTICA EN CASA S.A.S EN LA
CIUDAD TUMACO-NARIÑO.**

**CREATION OF PORTFOLIO OF SERVICES OF THE IPS
THERAPEUTIC ASSISTANCE AT CASA S.A.S IN THE
CITY TUMACO-NARIÑO.**

JUAN DAVID VELASCO

INGRID MANJARRES

ELKIN CORTES

Estudiantes de pregrado del programa de fisioterapia. Fundación Universitaria María Cano.

juancho_32@live.com, kate.cali@gmail.com, elkindavid009@hotmail.com

Resumen

Objetivo: Diseñar un portafolio para la IPS Asistencia Terapéutica En Casa S.A.S el cual dirige sus servicios a la población del municipio Tumaco Nariño. **Metodología:** se realizó un análisis del comportamiento del consumidor, con respecto a la influencia que tiene las tradiciones ancestrales del municipio de Tumaco, en relación con la utilización de servicios de rehabilitación prestados por la IPS Asistencia Terapéutica En Casa S.A.S para el tratamiento de alteraciones osteomusculares, neuromusculares, visuales, vocales, comportamentales, entre otros. El tipo de estudios empleado es analítico. **Resultados y conclusiones:** se encontró que la población continúa a un muy arraigada a sus costumbres lo que conlleva a la disminución del flujo de pacientes para la IPS Asistencia Terapéutica

En Casa S.A.S, por lo cual se emplea como estrategia de marketing la creación de un portafolio de servicios para así aumentar el portafolio de clientes de la microempresa.

Palabras clave: portafolio, servicios, tradiciones, clientes, costumbres, rehabilitación

Summary

Objective: To design a portfolio for the IPS Home Therapeutic Assistance S.A.S which directs its services to the population of the municipality of Tumaco Nariño.

Methodology: an analysis of consumer behavior was carried out, with respect to the influence of the ancestral traditions of the municipality of Tumaco, in relation to the use of rehabilitation services provided by the IPS Home Therapeutic Assistance SAS for the treatment of musculoskeletal disorders, neuromuscular, visual, vocal, behavioral, among others. The type of studies used is analytical. **Results and conclusions:** it was found that the population continues to be deeply rooted in their habits, which leads to a decrease in the flow of patients for the IPS Home Therapeutic Assistance SAS, for which the creation of a portfolio is used as a marketing strategy of services to thus even mention the portfolio of clients of the microenterprise.

Keywords: portfolio, services, traditions, clients, customs, rehabilitation

Introducción

Este proyecto hace referencia a la implementación de un nuevo programa de marketing, enfocado en promocionar los servicios de fisioterapia en la ciudad de Tumaco Nariño, dirigido a toda la población, con el fin de brindarles un excelente servicio y atención de la manera más oportuna.

Hoy en día se puede concluir que los prestadores de servicio de fisioterapia no cuentan con una buena atención para brindarle a la población, por falta de materiales o realizar siempre los mismos métodos de rehabilitación. Esto está generando que los usuarios crean menos en nuestros servicios perdiendo acreditación.

Tumaco por ser un pueblo cuenta con una cultura muy arraigada a sus creencias ancestrales se basan en conocimiento empíricos adquiridos de generación en generación siendo los denominados sobanderos los encargados de tratar las dolencias de los habitantes, aplicando una serie de técnicas sin alguna base científica que los respalde, a pesar de esto y por su cultura, la población asiste mucho a estos sitios dándole poca credibilidad a la fisioterapia como medio para tratar alteraciones osteo musculares, y de igual manera relegando a la terapia ocupacional y fonoaudiología, ofreciendo poca fiabilidad a las alteración en las cuales estas puedan intervenir. Convirtiéndose esta serie de factores un detonante para la complicación de alteraciones osteomusculares, trastornos de la audición, el habla, déficit sensoriales y cognitivos entre otros y en una gran competencia en el mercado sanitario. Por esa razón es importante diseñar un programa que impulse los servicios que se ofrece el centro de rehabilitación, a través de métodos novedosos que busquen satisfacer las necesidades del consumidor, proporcionando instalaciones que cumplan con los requisitos necesarios para brindar un excelente servicio y atención.

Metodología

El tipo de estudio empleado fue de tipo Analítico, realizado en el segundo período del año 2018. La población estuvo compuesta por hombres y mujeres asistentes a la IPS Asistencia Terapéutica En Casa S.A.S.

Se observaron las causas y los efectos que tiene las costumbres ancestrales en la decisión de adquirir servicios de rehabilitación, se realizó un análisis del comportamiento del consumidor en cuanto a la aceptación de las nuevas ofertas de rehabilitación derivadas de las necesidad que han ido creciendo y las cuales se encuentran de alguna manera alejadas de sus costumbres.

De igual manera permitió observar los canales de distribución de información de marketing de la IPS Asistencia Terapéutica En Casa S.A.S, los cuales no se encontraban funcionando de una forma adecuada y oportuna.

Resultados y discusiones

Se realizó una entrevista al dueño de la empresa IPS ASISTENCIA EN CASA S.A.S, en el cual se le hizo preguntas sobre la empresa, de cómo estaba conformada, que servicios prestaban. De igual manera se le ejecutaron otras entrevistas a los demás profesionales que conforman la empresa. Gracias a eso se pudo obtener la información para crear el portafolio de servicio.

Se pudo realizar la comparación del nuevo portafolio con respecto al que la microempresa tenía estipulado y se puede denotar que este carecía de información importante y relevante para el consumidor en el momento de consultar por un servicio, su contenido tiende a ser muy extenso y que en algún momento podría conllevar a ser fatigante. Mientras que el nuevo portafolio cuenta con una información más puntual y detallada, que a simple vista es más gustoso y llamativo en el mercado.

Conclusión

Con el diseño de este portafolio de servicios, se puede deducir que es una herramienta fundamental en la IPS Asistencia Terapéutica En Casa S.A.S ya que se puede considerar como la carta de presentación de la empresa donde esta se da a conocer y muestra sus servicios a el mercado, le brinda al consumidor una panorámica de la institución, de los servicios que oferta y le permite a este evaluar si esta institución suplir sus necesidades.

Se encontró una necesidad en el tipo de estrategia de marketing que maneja la IPS “ ASISTENCIA TERAPEUTICA EN CASA S.A.S” donde el tipo de marketing no presenta un gran impacto en la población y los servicios que se entregan no son los mejores a la necesidad de cada individuo, causando que la población pierda credibilidad en la IPS.

Con este proyecto, se espera integrar un tipo de marketing que a la población de Tumaco vea la necesidad de asistir a la IPS, mejorar los servicios de prestación de salud eficientes y eficaces con cada individuo, rehabilitando de la mejor manera, prestando un

servicio de calidad y esto ira generando confianza a la población y credibilidad. Donde la población tendrá como primera opción acudir a la IPS y no tener que asistir a otro tipo de medicina tradicional.

BIBLIOGRAFÍA

1. *Bertha Cecilia Peñaloza Pacheco, C. C. (2012). univercidad nacional de colombia .
Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/7708/1/599379.2012.pdf>*
2. *COLOMBIA, C. D. (4 de JULIO de 1997). MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL . Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-105005_archivo_pdf.pdf*
3. *Colombia, C. d. (15 de Marzo de 2005). Diario Oficial . Obtenido de <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/12/diario-0329.pdf>*
4. *Colombia, C. d. (10 de jul de 2007). El Abedul . Obtenido de https://oig.cepal.org/sites/default/files/2007_ley1145_col.pdf*
5. *COLOMBIA, C. D. (16 de FEB de 2015). MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL . Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Ley%201751%20de%202015.pdf*
6. *CONGRESO. (04 de sep de 1999). Ministerio de educacion nacional . Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-105013_archivo_pdf.pdf*
7. *Metropolitano, F. H. (2018). Fundación Hospital Universitario Metropolitano.
Obtenido de Fundación Hospital Universitario Metropolitano:
<https://www.fhum.org.co/servicios/fonoaudiologia/>*
8. *SOCIAL, M. D. (28 de may de 2014). Minsalud. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%202003%20de%202014.pdf*

9. *social, M. d. (2017). Minsalud.*

10. *Social, M. d. (SEPTIEMBRE de 2018). Minsalud. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/sala-situacion-victimas-conflicto-armado2018.pdf>*





