

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONFORMACIÓN DE UN CLÚSTER  
DE LA SALUD EN LA CIUDAD DE TULUÁ**

**LAURA VANESA CANO BERMÚDEZ  
CARLOS ARBEY LOZADA FARFÁN**

**UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y  
CONTABLES  
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA  
TULUÁ  
2013**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONFORMACIÓN DE UN CLÚSTER  
DE LA SALUD EN LA CIUDAD DE TULUÁ**

**LAURA VANESA CANO BERMÚDEZ  
CARLOS ARBEY LOZADA FARFÁN**

**Trabajo de grado para optar al Título de Contador Público**

**DIRECTOR**

**Eneis Jaramillo Rodríguez  
Profesional en Comercio Internacional**

**UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y  
CONTABLES  
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA  
TULUÁ  
2013**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

**Tuluá, septiembre de 2013**

## **DEDICATORIA**

A Dios, es quien nos da la vida y nos brinda las herramientas necesarias para hacer de ella lo que nos proponemos ser. Especialmente a mi madre Alba Lucia porque siempre ha querido lo mejor para mí y por los valores que me han infundido; a mi hermana Luisa María, porque siempre hemos estado juntas a pesar de los inconvenientes; a mis compañeros de carrera que juntos hemos compartido buenos y malos momentos y a mi novio, por su amor y compañía incondicional.

Éste no es un logro mío, sino de todos.

***Laura Vanesa Cano Bermúdez***

Deseo dedicar este logro principalmente a Dios, gracias a su grandeza somos capaces de afrontar cualquier circunstancia y salir triunfantes, a mis padres Álvaro Lozada y Gloria Farfán, ya que con su apoyo incondicional tuve la oportunidad de aspirar a un título profesional, a mi novia quien estuvo conmigo desde el principio en la carrera, pasó por los buenos y malos momentos que afrontamos, a mi hermano que fue también más que un amigo y sus consejos me ayudaron a tomar importantes decisiones.

***Carlos Arbey Lozada Farfán***

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a Dios por darnos fortaleza e impulso en la consecución de nuestras metas, a nuestros padres y hermanos por su apoyo y amor incondicional.

A nuestros profesores porque con sus enseñanzas nos han forjado como profesionales, a nuestra directora Eneis porque nos ha guiado en la realización del trabajo, a las empresas del sector salud que nos brindaron su colaboración con la información necesaria para el desarrollo de este proyecto.

A la UCEVA, que nos abrió las puertas del conocimiento y la oportunidad de cumplir nuestras metas profesionales. Y a todas aquellas personas que no podemos nombrar porque sería una gran lista.

A nuestro compañeros de estudio, con lo cuales vivimos junto un arduo proceso de esfuerzos, dedicación, tristezas y alegrías.

***Laura Vanesa Cano Bermúdez***

***Carlos Arbey Lozada Farfán***

## CONTENIDO

	<b>pag.</b>
INTRODUCCIÓN	16
CAPITULO I	18
1. ANTEPROYECTO	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1.1 Antecedentes	18
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.5 OBJETIVOS	21
1.5.1 Objetivo general.	21
1.5.2 Objetivos específicos	21
1.6 JUSTIFICACIÓN	22
1.6.1 Justificación teórica.	22
1.6.2 Justificación metodológica	22
1.6.3 Justificación práctica	23
1.7 MARCO REFERENCIAL	23
1.7.1 Marco teórico	23
1.7.2 ¿Qué es un clúster?	24
1.7.3 Esenciales para competir	25
1.7.4 Los clúster y la productividad	25
1.7.5 Los clúster y el acceso de empleados y proveedores.	25
1.7.6 Abastecerse localmente abarata los costos de la transacción	26
1.7.7 Acceso a la información especializada	26
1.7.8 Actividades complementarias	26
1.7.9 Acceso a instituciones y bienes públicos	27
1.7.10 Más motivación y mejores mediciones	27
1.7.11 Los clúster y la innovación	27
1.7.13 Obstáculos a las iniciativas de clúster	32
1.8 MARCO CONCEPTUAL	34
1.9 MARCO LEGAL	35
1.10 MARCO CONTEXTUAL	36
1.11 MARCO METODOLÓGICO	37
1.11.1 Tipo de estudio.	38
1.11.2 Método de investigación	38
1.11.3 Fuentes y técnicas de recolección de la información	38
1.12 RECURSOS DEL PROYECTO	38
1.12.1 Talento humano	38
1.12.2 Recursos materiales.	38
1.12.3 Recursos institucionales	39

CAPITULO II	40
2. CARACTERIZACIÓN DEL CLÚSTER DEL SECTOR SALUD EN LA CIUDAD DE TULUÁ	40
2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO	40
2.1.1 Análisis demográfico	40
2.1.2 Entorno Económico	47
2.1.3 Entorno Social	52
2.1.4 Entorno político.	53
2.1.5 Entorno tecnológico.	53
2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA SALUD EN COLOMBIA	58
2.2.1 Antecedentes de la salud en Colombia.	58
2.2.2 El estado de salud	60
2.2.3 Políticas en salud	61
2.2.4 Diseño del sistema de salud	63
2.2.5 Estadísticas de la salud en Colombia	64
2.2.6 Los Clúster Nacionales.	67
2.2.7 Descripción de los servicios de un Clúster.	69
2.2.8 Trabajo de campo para desarrollar caracterización de las empresas del sector de la salud el municipio de Tuluá	73
2.2.8.4 Análisis de datos	74
Análisis descriptivo.	74
CAPITULO III	193
3.1 PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS PARA LOGRAR LA CONSOLIDACIÓN DEL CLÚSTER EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ	193
3.2 IMPACTO SOCIO ECONÓMICO DEL CLÚSTER DEL CLÚSTER EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ	203
CONCLUSIONES	206
RECOMENDACIONES	207
BIBLIOGRAFÍA	208

## LISTA DE TABLAS

	<b>pag.</b>
Tabla 1. Eventos de notificación obligatoria municipio de Tuluá año 2011	44
Tabla 2. Eventos de notificación obligatoria municipio de Tuluá año 2010 -2011	45
Tabla 3. Comportamiento de la Mortalidad por Grupos de Edad y Sexo Municipio de Tuluá Año 2011	46
Tabla 4. Primeras Causas de Mortalidad General Municipio de Tuluá año 2011	46
Tabla 5. Clúster no agropecuarios en Colombia	67
Tabla 6. Algunos de los clúster que están vigentes en la actualidad	68
Tabla 7. Servicios básicos	70
Tabla 8. Servicios especializados	71
Tabla 9. Otros servicios	72
Tabla 10. Total de empresas que se relacionan con la salud en Tuluá	73
Tabla 11. Relación con los proveedores	193
Tabla 12. Relación con los clientes	195
Tabla 13. Relación con el medio ambiente	197
Tabla 14. Relación con la comunidad	199
Tabla 15. Relación con la comunidad	201

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pag.</b>
Figura 1. El clúster y su ambiente	28
Figura 2. Externalidades de la concentración geográfica	28
Figura 3. Fuerzas determinantes de la competencia	29
Figura 4. Ubicación y datos generales del Municipio de Tuluá	37
Figura 5. Listado de las mejores instituciones de salud	66

## LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 2. Expectativa de vida según grupos de edad y género municipio Tuluá año 2011	41
Gráfico 3. Pirámide poblacional municipio de Tuluá año 2011	42
Gráfico 4. Población por sexo y edad (grupos quinquenales) municipio de Tuluá año 2011	42
Gráfico 5. Gasto de la salud en Latinoamérica	64
Gráfico 6. Evolución de gastos en salud 2002- 2008	65
Gráfico 7. Cantidad de afiliados por régimen 2000-2008	65
Gráfico 8. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Centros Odontológicos?	75
Gráfico 9. ¿Cómo centro odontológico le gustaría pertenecer a él?	75
Gráfico 10. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Dotaciones Médicas?	76
Gráfico 11. ¿Cómo entidad de dotaciones médicas le gustaría pertenecer a él?	76
Gráfico 12. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Droguerías?	77
Gráfico 13. ¿Cómo droguería le gustaría pertenecer a él?	77
Gráfico 14. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Eps y oficinas del municipio de Tuluá?	78
Gráfico 15. ¿Cómo Eps y oficinas relacionadas con el tema de la salud en el municipio de Tuluá le gustaría pertenecer a él?	78
Gráfico 16. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Ips del municipio de Tuluá?	79
Gráfico 17. ¿Cómo Ips del municipio de Tuluá le gustaría pertenecer a él?	79
Gráfico 18. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Laboratorio y/o apoyos diagnosticas?	80
Gráfico 19. ¿Cómo laboratorio y/o apoyos diagnósticos le gustaría pertenecer a él?	80
Gráfico 20. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Centros Alternativos?	81
Gráfico 21. ¿Cómo centro alternativo le gustaría pertenecer a él?	81
Gráfico 22. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Centros de Estética?	82
Gráfico 23. ¿Cómo centros de estética le gustaría pertenecer a él?	82
Gráfico 24. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Ópticas?	83
Gráfico 25. ¿Cómo óptica le gustaría pertenecer a él?	83
Gráfico 26. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Urgencias paramédicas?	84

Gráfico 27. ¿Cómo empresa prestadora de urgencias paramédicas le gustaría pertenecer a él?	84
Gráfico 28. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Centros Odontológicos	85
Gráfico 29. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Centros Odontológicos	85
Gráfico 30. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Dotaciones Médicas	86
Gráfico 31 Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Dotaciones Médicas	86
Gráfico 32. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Droguerías	87
Gráfico 33. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Droguerías	87
Gráfico 34. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Eps y oficinas del municipio de Tuluá	88
Gráfico 35. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Droguerías, Eps y oficinas del municipio de Tuluá	88
Gráfico 36. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Ips del municipio de Tuluá	89
Gráfico 37. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Ips del municipio de Tuluá	89
Gráfico 38. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Laboratorio y/o apoyos diagnosticas	90
Gráfico 39. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Laboratorio y/o apoyos diagnosticas	90
Gráfico 40. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Centros Alternativos	91
Gráfico 41. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Centros Alternativos	91
Gráfico 42. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Centros de Estética	92
Gráfico 43. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Centros de Estética	92
Gráfico 44. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Ópticas	93
Gráfico 45. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Ópticas	93
Gráfico 46. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Urgencias paramédicas	94
Gráfico 47. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Urgencias paramédicas	94
Gráfico 48. Principales actividades que prestan los Centros odontológicos	95
Gráfico 49. Grado de importancia Centros odontológicos	95
Gráfico 50. Año de creación Centros odontológicos	96

Gráfico 51. Cantidad de profesionales en los Centros odontológicos	96
Gráfico 52. Empleados de Planta en los Centros odontológicos	97
Gráfico 53. Empleados por prestación de servicios en los Centros odontológico	97
Gráfico 54. Principales actividades que prestan las empresa de dotaciones médicas	98
Gráfico 55. Grado de importancia que da las empresa de dotaciones médicas a la actividad que realiza	98
Gráfico 56. Año de creación de las empresa de dotaciones médicas	99
Gráfico 57. Cantidad de profesionales en las empresa de dotaciones médicas	99
Gráfico 58. Empleados de Planta en las empresa de dotaciones médicas	100
Gráfico 59. Principales actividades que prestan las droguerías	101
Gráfico 60. Grado de importancia que dan las droguerías a la actividad que realiza	101
Gráfico 61. Año de creación de las droguerías	102
Gráfico 62. Cantidad de profesionales en las droguerías	102
Gráfico 63. Empleados de Planta en las droguerías	103
Gráfico 64. Principales actividades que prestan las Eps y oficinas del municipio de Tuluá	104
Gráfico 65. Grado de importancia que dan las Eps y oficinas del municipio de Tuluá a la actividad que realiza	104
Gráfico 66. Año de creación de las Eps y oficinas del municipio de Tuluá	105
Gráfico 67. Cantidad de profesionales en las Eps y oficinas del municipio de Tuluá	105
Gráfico 68. Empleados de Planta en las Eps y oficinas del municipio de Tuluá	106
Gráfico 69. Empleados por prestación de servicios en EPS y Oficinas	106
Gráfico 70. Principales actividades que prestan las Ips del municipio de Tuluá	107
Gráfico 71. Grado de importancia que dan las Ips del municipio de Tuluá	107
Gráfico 72. Año de creación de las Ips del municipio de Tuluá	108
Gráfico 73. Cantidad de profesionales en las Ips del municipio de Tuluá	109
Gráfico 74. Empleados de Planta y prestación de servicios en las Ips del municipio de Tuluá	109
Gráfico 75. Principales actividades que prestan los laboratorio y/o apoyos diagnósticos	110
Gráfico 76. Grado de importancia que dan los laboratorio y/o apoyos diagnósticos a las actividades que prestan	110
Gráfico 77. Año de creación de las laboratorio y/o apoyos diagnósticos	111
Gráfico 78. Cantidad de profesionales en los laboratorio y/o apoyos diagnósticos	112
Gráfico 79. Empleados de Planta y prestación de servicios los laboratorio y/o apoyos diagnósticos	113
Gráfico 80. Principales actividades que prestan los	114
Gráfico 81. Grado de importancia que dan los Centros Alternativos a las actividades que prestan	114
Gráfico 82. Año de creación de los Centros Alternativos	115

Gráfico 83. Cantidad de profesionales en los Centros Alternativos	115
Gráfico 84. Empleados de Planta y prestación de servicios de los Centros Alternativos	116
Gráfico 85. Principales actividades que prestan los	117
Gráfico 86. Grado de importancia que dan los centros de estética a las actividades que prestan	117
Gráfico 87. Año de creación de los centros de estética	118
Gráfico 88. Cantidad de profesionales en los centros de estética	118
Gráfico 89. Empleados de Planta y prestación de servicios de los centros de estética	119
Gráfico 90. Principales actividades que prestan las	120
Gráfico 91. Grado de importancia que dan las ópticas a las actividades que prestan	120
Gráfico 92. Año de creación de las ópticas	121
Gráfico 93. Cantidad de profesionales en las ópticas	121
Gráfico 94. Empleados de Planta de las ópticas	122
Gráfico 95. Empleados por prestación de servicios de las ópticas	122
Gráfico 96. Respuesta sobre el tipo de servicio que presta el sector urgencias paramédicas	123
Gráfico 97. Respuesta sobre el grado de importancia sector urgencias paramédicas	123
Gráfico 98. Respuesta sobre año de creación urgencias paramédicas	124
Gráfico 99. Respuesta sobre la cantidad de profesionales urgencias paramédicas	124
Gráfico 100. Respuesta sobre los empleados de planta sector urgencias paramédicas	125
Gráfico 101. Tipo de clientes de los Centros odontológicos	126
Gráfico 102. Medios de promoción Centros odontológicos	126
Gráfico 103. Ciudades de cobertura de los Centros odontológicos	127
Gráfico 104. Respuesta de tipo de servicio dotación medica	128
Gráfico 105. Respuesta sobre medios de promoción dotación medica	128
Gráfico 106. Respuesta sobre ciudades de cobertura dotación medica	129
Gráfico 107. Respuesta sobre tipo de clientes de la droguería	130
Gráfico 108. Respuesta sobre medios de promoción droguerías	130
Gráfico 109. Respuesta sobre ciudades de cobertura sector droguería	131
Gráfico 110. Respuesta sobre tipo de afiliados en EPS y oficinas	132
Gráfico 111. Respuesta sobre medios de promoción en EPS y oficinas	132
Gráfico 112. Respuesta sobre ciudades de cobertura en EPS y oficinas	133
Gráfico 113. Respuesta sobre tipo de afiliados IPS	134
Gráfico 114. Respuesta sobre medios de promoción IPS	134
Gráfico 115. Respuesta sobre ciudades de cobertura IPS	135
Gráfico 116. Respuesta sobre tipo de clientes laboratorio y/o apoyos diagnosticas	136
Gráfico 117. Respuesta sobre medios de promoción laboratorio y/o apoyos diagnosticas	136

Gráfico 118. Respuesta sobre ciudades de cobertura laboratorio y/o apoyos diagnosticas	137
Gráfico 119. Respuesta sobre empleados por prestación de servicios centros alternativos	138
Gráfico 120. Respuesta sobre medios de promoción centros alternativos	138
Gráfico 121. Respuesta sobre ciudades de cobertura centros alternativos	139
Gráfico 122. Respuesta sobre tipo de afiliados sector estéticas	140
Gráfico 123. Respuesta sobre medios de promoción sector estéticas	140
Gráfico 124. Respuesta sobre ciudades de Gráfico. Cobertura sector estéticas	141
Gráfico 125. Respuesta sobre medios de promoción sector ópticas	142
Gráfico 126. Respuesta sobre ciudades de cobertura sector ópticas	142
Gráfico 127. Respuesta sobre competencia sector ópticas	143
Gráfico 128. Respuesta sobre tipo de afiliados sector urgencias paramédicas	144
Gráfico 129. Respuesta sobre medios de promoción sector urgencias paramédicas	144
Gráfico 130. Respuesta sobre ciudades de cobertura sector urgencias paramédicas	145
Gráfico 131. Competencia de los Centros odontológicos	146
Gráfico 132. Competencia indirecta Centros odontológicos	146
Gráfico 133. Frecuencia de acciones Centros odontológicos	147
Gráfico 134. Convenios que realizan los Centros odontológicos	148
Gráfico 135. Respuesta sobre competencia dotación medica	149
Gráfico 136. Respuesta sobre frecuencia de acciones dotaciones medicas	149
Gráfico 137. Respuesta sobre convenios dotación medica Este tipo de negocios no presentan convenios	150
Gráfico 138. Respuesta sobre competencia droguerías	151
Gráfico 139. Respuesta sobre frecuencia de acciones droguería	151
Gráfico 140. Respuesta sobre convenios droguerías	152
Gráfico 141. Respuesta sobre competencia en EPS y oficinas	153
Gráfico 142. Respuesta sobre frecuencia de acciones en EPS y oficinas	153
Gráfico 143. Respuesta sobre convenios en EPS y oficinas	153
Gráfico 144. Respuesta sobre competencia cercana e indirecta IPS	155
Gráfico 145. Respuesta sobre frecuencia de acciones IPS	155
Gráfico 146. Respuesta sobre convenios IPS	156
Gráfico 147. Respuesta sobre competencia directa o indirecta laboratorio y/o apoyos diagnosticas	157
Gráfico 148. Respuesta sobre frecuencia de acciones laboratorio y/o apoyos diagnosticas	157
Gráfico 149. Respuesta sobre convenios laboratorio y/o apoyos diagnosticas	158
Gráfico 150. Respuesta sobre competencia centros alternativos	159
Gráfico 151. Respuesta sobre frecuencia de acciones centros alternativos	159
Gráfico 152. Respuesta sobre convenios centros alternativos	160
Gráfico 153. Respuesta sobre competencia sector estéticas	161
Gráfico 154. Respuesta sobre frecuencia de acciones sector estéticas	161

Gráfico 155. Respuesta sobre convenios sector estéticas	162
Gráfico 156. Respuesta sobre competencia indirecta sector ópticas	163
Gráfico 157. Respuesta sobre frecuencia de acciones sector ópticas	163
Gráfico 158. . Respuesta sobre convenios sector ópticas	164
Gráfico 159. Respuesta sobre frecuencia de acciones sector urgencias paramédicas	165
Gráfico 160 Respuesta sobre convenios sector urgencias paramédicas	166
Gráfico 161. Procedencia de los proveedores	167
Gráfico 162. Respuesta sobre procedencia dotaciones medicas	168
Gráfico 163. Respuesta sobre proveedores dotaciones medicas	168
Gráfico 164. Respuesta sobre procedencia proveedores	169
Gráfico 165.	169
Gráfico 166. Respuesta sobre procedencia en EPS y oficinas	170
Gráfico 167. Respuesta cantidad de proveedores en EPS y oficinas	170
Gráfico 168. Respuesta sobre procedencia IPS	171
Gráfico 169. Respuesta sobre cantidad proveedores IPS	171
Gráfico 170. Respuesta sobre procedencia de los proveedores de los laboratorio y/o apoyos diagnosticas	172
Gráfico 171. Respuesta sobre cantidad de proveedores laboratorio y/o apoyos diagnósticos	172
Gráfico 172. Respuesta sobre procedencia centros alternativos	174
Gráfico 173. Respuesta sobre proveedores centros alternativos	174
Gráfico 174. Respuesta sobre procedencia sector estéticas	175
Gráfico 175. Respuesta sobre proveedores sector estéticas	175
Gráfico 176. Respuesta sobre procedencia sector ópticas	176
Gráfico 177. Respuesta sobre proveedores sector ópticas	176
Gráfico 178. Respuesta sobre procedencia sector urgencias paramédicas	177
Gráfico 179. Respuesta sobre proveedores sector urgencias paramédicas	177
Gráfico 180. Importancia de costos en los Centros odontológico	178
Gráfico 181. Respuesta sobre importancia de costos dotaciones medicas	179
Gráfico 182. Respuesta sobre importancia de costos droguerías	180
Gráfico 183. Respuesta sobre importancia de costos en EPS y oficinas	181
Gráfico 184. Respuesta sobre importancia de costos IPS	182
Gráfico 185. Respuesta sobre importancia de costos laboratorio y/o apoyos diagnósticos y/o apoyos diagnosticas	183
Gráfico 186	184
Gráfico 187. Respuesta sobre importancia de costos sector estéticas	185
Gráfico 188. Respuesta sobre importancia de costos sector ópticas	186
Gráfico 189. Respuesta sobre importancia de costos sector urgencias paramédicas	187
Gráfico 190. Actualmente su empresa desarrollar iniciativas de RSE	188
Gráfico 191. Cuáles son las practicas aplicadas de RSE	189
Gráfico 192. ¿Cuál es el beneficio de aplicar estas iniciativas de RSE?	190

## INTRODUCCIÓN

El municipio Tuluá ha sido desde siempre un lugar estratégico en el centro del Valle del Cauca, departamento ubicado al occidente de Colombia. En la actualidad, el municipio constituye la ciudad intermedia más importante de Colombia, ubicándose a pesar de no ser capital, entre sus primeras veinte.<sup>1</sup>

Con una población aproximada de 200.000 mil habitantes, Tuluá es el centro del Valle de un área que abarca quince municipios, que suman no menos de 600.000 mil moradores los cuales le dan el carácter de ciudad región, convirtiéndose en punto de encuentro comercial y de servicios, obligado para esta zona del país.

El municipio cuenta con diversas vías de acceso y contacto con todos los demás municipios circunvecinos de la región; está ubicada en la ruta de la vía Panamericana, geográficamente estratégica por su equidistancia a ciudades capitales como Cali a 100 km, Armenia a 105 km, Pereira a 125 km y Buenaventura el puerto sobre el océano pacifico más importante de Colombia a 172 km ; contando además con el Aeropuerto de Farfán que sirve de enlace con el sistema aeroportuario del eje Medellín\_Bogotá \_ Cali.

Tuluá cumple actualmente con una agenda de conectividad nacional e internacional que propende por la promoción empresarial, el empleo y la Asociatividad, de la misma manera que contribuye al fortalecimiento de la nueva ruralidad y el eco turismo. Se trabaja fuertemente en proyectos orientados al mejoramiento social y económico de la población del campo, especialmente de aquellos que han sido desplazados por la violencia y en acciones dirigidas hacia el mejoramiento socio económico de las comunidades urbanas, lo mismo que en el diseño de un plan de cultura ciudadana en interés de afianzar el respeto a las normas y los derechos humanos entre sus habitantes.

La ciudad cuenta con una de las infraestructuras más sólidas en términos de protección y seguridad, basta contar entre sus agentes a la Escuela de Policía “Simón Bolívar”, el Comando del III Distrito de Policía, la Base Antinarcóticos y el Batallón Palacé. De igual forma posee toda una red de atención de emergencias coordinada por el Comité Local de Atención y prevención de Desastres en el que tienen participación, el Cuerpo de Bomberos, la Defensa Civil, la Cruz Roja y el Grupo de Búsqueda y Rescate entre otros, organismos de socorro dedicados a garantizar la tranquilidad ciudadana.

En relación al sector de la salud se brindan servicios de salud en todos los niveles de atención, los que van desde los niveles básicos de atención (nivel 1 y 2), hasta los niveles de medicina especializada como son niveles 3 y 4. El sector donde se encuentra la principal clínica de la ciudad es el comprendido entre los barrios Franciscanos y Alvernia, desde los años 90’s, como consecuencia esta

---

<sup>1</sup> Disponible en internet: [www.tulua.gov.co](http://www.tulua.gov.co). Anuario Estadístico de Tuluá 2010.

zona comenzó a anidar diferentes empresas del mismo sector, lo que atrajo otras complementarias pero no es lo suficientemente fuerte, se debe aclarar que en otras comunas del municipio, dispersas por toda la ciudad, hay instituciones con las cuales se puede fortalecer una red de servicios complementarios y ampliar el portafolio de servicios en el sector de la salud.

El trabajo da un importante aporte a la teoría clúster en la prestación de servicios de salud, basándose en modelos exitosos como es el Clúster de la ciudad de Santiago de Cali llamado: “El caso del clúster de prestación de servicios del barrio Tequendama, en Cali” y el del ciudad de Medellín denominado “El clúster de salud en Medellín, ventaja competitiva alternativa para la ciudad”.

En el desarrollo del trabajo de grado se trabajaron varios objetivos que buscaron determinar la viabilidad de conformación de un Clúster en el Sector de Salud en el municipio de Tuluá, realizando la caracterización del Clúster del Sector Salud en la ciudad de Tuluá, todos enfocados en establecer qué clase de convenios o beneficios existen actualmente, o se pueden presentar entre las entidades de salud de la ciudad de Tuluá, de si al momento de conformarse un clúster, cuál sería el impacto para la competitividad en las empresas del sector al momento de establecerse un Clúster de Salud, en identificar la importancia económica y social que representa para la ciudad que se lleve a cabo la conformación del Clúster de Salud y en establecer las estrategias adecuadas para que en la ciudad de Tuluá se pueda conformar un clúster de servicios de salud.

## CAPITULO I

### 1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

**1.1.1 Antecedentes.** Cuando se habla del sector salud en el municipio de Tuluá, inmediatamente se identifica la concentración de empresas destinadas a prestar esta clase de servicios, ubicadas en el barrio Alvernia, Nuevo Alvernia y sus alrededores, ya que a lo largo de los años este ha sido un sector de alta influencia para la población tuluëña, en cuanto a servicios de atención médica y se ha convertido en la sede principal de clínicas, droguerías, laboratorio y/o apoyos diagnósticos, centros odontológicos y estéticos, y demás entidades que tienen actividades relacionadas con la salud. En este orden de ideas, si se llegara a conformar un Clúster de la Salud en la ciudad de Tuluá este sería un promotor para el desarrollo porque no solo exigiría mejorar y tecnificar cada día más los recursos con los que se cuenta actualmente si no que atraería más empresas del sector salud y complementarios volviendo esto un polo de mejora constante, que brindaría cercanía, facilidad y comodidad a los usuarios y clientes desarrollando toda una dinámica comercial en el sector establecido.

Los diferentes trabajos relacionados con este tema sirvieron para construir los antecedentes de la investigación estudio de factibilidad del Clúster de la Salud en la ciudad de Tuluá, fueron los siguientes:

Como primera referencia se encontró un trabajo de grado denominado “Clúster sectoriales caso aplicado al sector de la salud” de la Universidad ICESI de la ciudad de Santiago de Cali, la cual fue realizada en el año 2009 por la estudiante de la facultad de Economía María del Carmen Serna Castellón como autora y Francisco Orlando Velásquez Vásquez como Asesor. Dicho trabajo analiza el concepto de clúster a partir de las ideas de diferentes autores y crea un concepto propio que identifica las ventajas de pertenecer a este tipo de organizaciones.

El problema que plantea la investigación fue como analizar los clúster sectoriales en un caso aplicado a la salud, para determinar cuáles eran las ventajas que conlleva la conformación de aglomeraciones sectoriales económicas. La sistematización del problema fue: apropiarse del concepto de Clúster, quienes fueron sus principales autores; comparar diferentes clúster en diferentes contextos: conocer la aplicación del clúster en la salud colombiana.

La metodología utilizada fue analítica y de síntesis a través de la investigación que se realizó por medio de libros, textos, artículos e informes ejecutados por los estudiosos del tema. También se efectuó búsqueda en bases de datos, revistas electrónicas, bibliotecas y sitios web. Todo esto con el fin de determinar una relación causa efecto de lo que sucede cuando se intenta introducir los clúster en un sector determinado.

Se hace la descripción de dos experiencias de clúster sectoriales, una en el exterior (el clúster cinematográfico de Munich) y una local (el clúster de la salud del Barrio Tequendama de la ciudad de Cali), se plantean una serie de similitudes y diferencias entre cada una de estas. Para complementar se describen los principales casos de desarrollo de clúster de la salud en Colombia. También se presentan las apuestas productivas que el DNP (Departamento Nacional de Planeación) ha establecido en el sector salud para este departamento y su capital. Y para terminar se presentan a manera de conclusión algunas reflexiones finales.

Un segundo documento consultado fue: “Clúster en la prestación de servicios: el caso del clúster de prestación de servicios del barrio Tequendama, en Cali”, elaborado por Juan Carlos Amézquita Salazar, Tutor: Francisco Puig Blanco, para la Universidad de Valencia ciudad Santiago de Cali, Agosto de 2010. Mostrando las bondades que presenta una asociación como ella en este sector de la ciudad, identifica la estructura y desarrollo en los últimos 10 años. Se enfoca en los beneficios que este genera, revisa las experiencias más importantes de clúster de la salud desde el nivel internacional hasta el nacional y local por medio de la extracción de la información extraída de la fuente como empresas privadas y gubernamentales, por último se tomó como referencia el Artículo “El clúster de salud en Medellín, ventaja competitiva alternativa para la ciudad” realizado por: Jorge Andrés Marulanda Montoya, Geovanny Correa Calle y Luis Fernando Mejía Mejía; Candidatos a Maestría Gestión de Organizaciones EAN - UQAC (Medellín). UQAC (Medellín). Es una explicación del porqué el Clúster de salud en la ciudad de Medellín, tras su consolidación, se puede convertir en una ventaja competitiva de servicios médicos y odontológicos, caracterizado por el vanguardismo en investigación y desarrollo en procedimientos médicos especializados. Habla de que con un alto nivel desarrollado en Salud, unido a una adecuada consolidación de los sectores educativos, industriales, comerciales y de servicios, complementan el desarrollo de la iniciativa con el fin de generar factores diferenciales de competitividad en materia social y económica.

Como se indicó se consideró el comportamiento de las entidades prestadoras de salud presentes en un barrio Tequendama de la ciudad de Cali, para tratar de conocer los fenómenos que ocurren entre ellas con el fin de identificar las particularidades que allí se presentan, y determinar sus características con los modelos económicos de clúster sectorial, planteados por estudiosos del tema como Michael Porter y Joseph Ramos. La formación y desarrollo del clúster en dicho sector se inició en el año 1977; esta aglomeración de empresas hoy en día es un clúster, debido a las fuerzas de sinergia resultantes de una creciente colaboración entre las ellas; en este clúster de salud existe servicios heterogéneos y los usuarios tienen un conocimiento general de todo lo que allí pueden encontrar; este clúster cuenta con medios de transporte suficientes y

una amplia maya vial, lo que genera buena imagen y contribuye favorablemente al crecimiento económico.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Teniendo en cuenta el estudio realizado por el Observatorio Socio-Económico de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tuluá, llamado “Comportamiento empresarial a junio del 2011” donde muestra el comportamiento de los sectores económicos de la ciudad de Tuluá clasificándola como grande, mediana y pequeñas empresas. Se notó que el comportamiento del sector de la salud en este municipio alcanza una participación del 2,98%<sup>2</sup> del total de empresas, que genera empleos en un 7,11% y la cantidad de activos son de 3,78% de toda la economía Tuluense.

En la ciudad de Tuluá existe un conglomerado de empresas dedicadas a diversos servicios de salud, que están ubicadas en su gran mayoría en un mismo sector, para ser más específico, en el barrio Alvernia, nuevo Alvernia y gran parte de sus alrededores de Oeste hasta el Este desde la carrera 32 hasta la carrera 43, y de Norte a Sur: desde la calle 22 hasta la calle 28-A. Estas empresas tienen diferentes actividades relacionadas con la atención hacia los clientes en servicios tales como: salud, belleza y estética, terapias y recuperaciones, tratamientos físicos y psicológicos, y demás.

En el municipio de Tuluá no se ha realizado un estudio con el fin de examinar las posibles características de clúster que se está presentando en el entorno, se puede analizar que entre estas empresas pueden haber convenios o acuerdos para facilitar en mayor medida los trámites y la atención a los usuarios, también se puede pensar que estas empresas estén organizadas de tal forma que su ubicación sea rápida, oportuna y útil para los clientes, además de que por causas tales como la estratificación, la ubicación, las vías de acceso y la imagen del sector. Las empresas se ven impulsadas a llevar sus negocios a esta área, con el fin de encontrar una buena oportunidad de atraer los usuarios con mayor facilidad.

Con relación a lo anterior, se deduce que la creación de un clúster favorece tanto a los empresarios, dueños de los negocios, como a los usuarios, quienes reciben un servicio integral; pero teniendo en cuenta que existen empresas públicas como privadas, se pueden generar diferentes tipos de alternativas a las necesidades de los usuarios porque en algunos casos se puede estar buscando economía, bajos precios pero por consiguiente una atención más demorada, con mucha más demanda, y con gran variedad de inconvenientes; y en otros casos el usuario puede estar en busca de una atención un poco más costosa, pero que

---

2. CARRILLO GIRALDO, Germán. COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL A JUNIO DE 2011. Observatorio Socio Económico. Cámara de Comercio Tuluá 2011.

conlleve a un mejor cumplimiento, servicio más rápido y mejores prestaciones de la asistencia médica.

Otro aspecto a analizar es la utilidad que ofrece el hecho de que al presentarse una aglomeración de empresas, es frecuente que exista una competitividad entre los negocios que se encuentran activos en el sector y cuya actividad económica sea similar, lo que puede ser conveniente para el crecimiento económico sectorial, por razones tales como, la atracción de los usuarios de forma masiva, la diversidad de opciones para los clientes a la hora de tomar una decisión, con respecto a la conveniencia y las necesidades propias e incluso el aumento de la calidad ofrecida en los servicios, como consecuencia de las empresas por mantenerse en el negocio y ser más competitivas.

### **1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo llegar a establecer la factibilidad para la creación de un Clúster del Sector Salud en la ciudad de Tuluá?

### **1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo caracterizar el sector de salud de la ciudad de Tuluá?

¿Cuál sería el impacto para la competitividad entre las empresas al momento de la conformación de un clúster del sector salud?

¿Por qué la ciudad de Tuluá contando con una excelente ubicación estratégica en el Departamento del Valle del Cauca no ha conformado un Clúster en el Sector de la Salud?

### **1.5 OBJETIVOS**

**1.5.1 Objetivo general.** Realizar un estudio de factibilidad para analizarla viabilidad de la conformación de un Clúster de Salud en la ciudad de Tuluá Valle del Cauca.

#### **1.5.2 Objetivos específicos**

- ✓ Realizar caracterización del Sector Salud en la ciudad de Tuluá.
- ✓ Identificar la importancia económica y social que representa para la ciudad de Tuluá, que se lleve a cabo la conformación del clúster de salud.

- ✓ Establecer las estrategias adecuadas para que en la ciudad de Tuluá se pueda conformar un Clúster de servicios de Salud.

## 1.6 JUSTIFICACIÓN

**1.6.1 Justificación teórica.** Para el desarrollo del estudio de factibilidad se tuvo en cuenta la teoría del Ingeniero Rafael Méndez, con su obra titulada Formulación y evaluación de proyectos, enfoque para emprendedores, en su sexta edición bajo la dirección de Icontec internacional, en donde el autor esboza en diez capítulos como desarrollar un estudio de factibilidad con cada uno de sus componentes, mercado, técnico, organización, legal, financiero y ambiental; llevando al emprendedor de una manera clara y sencilla al desarrollo de la idea de negocio.

Se tomó el modelo de clúster de los autores Michael Porter y Joseph Ramos con aplicabilidad del clúster sectorial, enfocándolo en el Sector Salud de la ciudad de Tuluá, de tal forma que se pudieron entender los beneficios que se presentan cuando se implementa un tipo de herramienta como esta, resaltando las capacidades que tienen las empresas para consolidarse y generar eficiencia colectiva en el sector tuluano.

**1.6.2 Justificación metodológica.** En términos metodológicos, el estudio de factibilidad para la creación de un Clúster de Salud en el municipio de Tuluá, fue de tipo deductivo puesto que se realizara un diagnóstico que sirve para tomar decisiones “este método se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general<sup>3</sup>.”

Al analizar la situación de las empresas del sector salud en Colombia se puede observar que existe una gran problemática; la no existencia de un control de consumo de los recursos y materiales necesarios, el no utilizar toda su capacidad de infraestructura para atender los pacientes, los recursos financieros no son girados oportunamente por las entidades encargadas y la falta de una buena integración entre todos los sistemas de información entre otros<sup>4</sup>.

El trabajo se realizó particularmente al Sector de la Salud de la ciudad de Tuluá, teniendo en cuenta que según el estudio de la Cámara de Comercio de Tuluá, se está generando un 7.11% del total de los empleos de esta ciudad, y sus activos

---

<sup>3</sup> MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CON ÉNFASIS EN CIENCIAS EMPRESARIALES. Editorial Limusa. 4 Edición.

<sup>4</sup>DUQUE ROLDAN ,María Isabel, GÓMEZ MONTOYA, Luis Fernando, OSORIO AGUDELO, Jair Albeiro;análisis de los sistemas de costos utilizados en las entidades del sector salud en Colombia y su utilidad para la toma de decisiones; revista del instituto internacional de costos, ISSN 1646-6896, nº 5, julio/diciembre 2009; pág. (495- 525)

representan el 3.78%<sup>5</sup> conociendo el impacto que tendría en la economía del sector si se implementara el modelo de Clúster a las entidades de Salud de la ciudad de Tuluá, y su potencial ventaja a la hora de mejorar en el servicio prestado debido al incremento en la competitividad, también se pretende que por medio del desarrollo de este estudio, se puedan aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, de acuerdo a las investigaciones del autor Michael Porter.

**1.6.3 Justificación práctica.** Este estudio de factibilidad se considera investigativo por que pretende resolver un problema por medio de la descripción, el análisis del problema y el proponer o plantear estrategias que de aplicarse contribuirán a impulsar el sector salud en la ciudad de Tuluá.

## 1.7 MARCO REFERENCIAL

**1.7.1 Marco teórico.** El mapa económico del mundo actual está dominado por lo que se llama "clúster": masas críticas ubicadas en determinado lugar, de inusual éxito competitivo en determinados campos.

El termino clúster encuentra su traducción al español como racimo o grupo, por eso recoge el concepto de agrupaciones de empresas complementarias e interconectadas. Además, vale la pena aclarar que un clúster no es un gremio ni un sector industrial ni una cadena productiva.

Los clúster son comunidades de empresas e instituciones ubicadas en un espacio geográfico definido que actúan en una determinada actividad productiva, los cuales agrupan gran variedad de industrias y entidades relacionadas para generar una mayor competitividad en el mercado. Estos clúster incluyen, por ejemplo, a proveedores de insumos críticos (como componentes de maquinaria y servicios) y a proveedores de infraestructura especializada; con frecuencia pueden extenderse hasta canales y clientes.

La importancia de conformar estas comunidades en una región consiste en la construcción de redes de cooperación y colaboración entre empresas de sectores aparentemente divergentes para promover el crecimiento económico. Los componentes de un clúster van desde los agentes encontrados dentro de las cadenas productivas hasta la academia y las instituciones públicas.

Con frecuencia, los clúster son los lugares donde se encuentran por primera vez los empresarios de varias industrias y donde emprenden sus acciones y

---

5 CARRILLO GIRALDO, Germán. COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL A JUNIO DE 2011. Observatorio Socio Económico. Cámara de Comercio Tuluá 2011.

relaciones. Estas comunidades de organización empresarial brindan las siguientes ventajas competitivas:

- ✓ Elevan la productividad gracias al acceso a insumos especializados, servicios de empleados, información, apoyo institucional y asistencia técnica.
- ✓ Inducen a la especialización aprovechando las señales del mercado y las posibilidades que existen en el comercio mundial.
- ✓ Ayudan a regionalizar la política industrial y tecnológica del país en función de las potencialidades de la región.
- ✓ Permiten identificar nuevos espacios para la creación de empresas y nuevas oportunidades de empleo.
- ✓ Crean mercados más eficientes y menores costos transaccionales, por ello dinamizan la productividad.
- ✓ Gracias a la concentración geográfica, acelera la acumulación y difusión de conocimientos y mejores prácticas.
- ✓ Estimulan y facilitan la innovación y experimentación, ya que mejoran la habilidad de las empresas para percibir oportunidades de inversión; además se promueve la instalación de instituciones creadoras y proveedoras de fomento.
- ✓ Enfocan mejor las necesidades de los consumidores, quienes son el eje de la ventaja competitiva<sup>6</sup>.

Los clúster afectan la competitividad dentro de los países y también más allá de las fronteras nacionales. Por lo tanto, la nueva agenda de los ejecutivos no solo debe incluir a quienes son sus rivales a escala global. En un sentido amplio, los clúster representan una inédita línea de pensamiento acerca de la ubicación física, que pone en tela de juicio gran parte de la sabiduría convencional sobre cómo deberían configurarse las empresas, de qué manera pueden contribuir al éxito competitivo instituciones como las universidades y en qué sentido los gobiernos están en condiciones de promover el desarrollo económico y la prosperidad.<sup>7</sup>

**1.7.2 ¿Qué es un clúster?** Los clúster son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, que actúan en determinado campo.

---

6 Disponible en internet: <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/Cluster/paginas/Cluster.aspx>. Consultado el 15 de enero de 2011

7 Disponible en internet: [http://www.espectador.com/1v4\\_contenido.php?id=74201&sts=1-](http://www.espectador.com/1v4_contenido.php?id=74201&sts=1-). Consultado el 15 de enero de 2011

Agrupan a una amplia gama de industrias y otras entidades relacionadas que son importantes para competir. Incluyen, por ejemplo, a proveedores de insumos críticos como componentes, maquinarias y servicios y a proveedores de infraestructura especializada. Con frecuencia también se extienden aguas abajo hasta canales y clientes; y lateralmente hasta fabricantes de productos complementarios y empresas que operan en industrias relacionadas por sus habilidades, tecnológicas o insumos comunes. Muchos clúster incluyen organismos gubernamentales y otras instituciones, universidades, agencias encargadas de fijar normas, centros de estudio, proveedores de capacitación y asociaciones de comercio que proveen entrenamiento, educación, información, investigación y apoyo técnico.

Sin una competencia vigorosa, un clúster fracasaría. Sin embargo, también hay cooperación, en su mayor parte vertical, y de ella participan industrias relacionadas e instituciones locales. La competencia puede convivir con la cooperación pues ambas se dan en dimensiones diferentes y entre distintos jugadores.

Los clúster representan una nueva clase de organización espacial, que puede catalogarse como un punto intermedio entre los mercados aleatorios, por un lado, y las jerarquías o integraciones verticales, por el otro. Un clúster, por lo tanto, es una manera alternativa de organizar la cadena de valor. Un clúster de empresas e instituciones con un vínculo informal representa una forma de organización sólida, que ofrece ventajas en términos de eficiencia, eficacia y flexibilidad.

**1.7.3 Esenciales para competir.** Los clúster afectan a la forma de competir de tres maneras; aumentando la productividad de las empresas radicadas en la zona; imponiendo el rumbo y el ritmo de la innovación, basamento del futuro crecimiento de la productividad; y estimulando la formación de nuevas empresas, lo cual expande y fortalece al clúster. Un clúster permite que cada miembro se beneficie "como si" se hubiera unido a otros de manera formal, sin tener, por ello, que sacrificar su flexibilidad.

**1.7.4 Los clúster y la productividad.** Ser parte de un clúster permite a las empresas operar de un modo más productivo en la obtención de insumos; el acceso a la información, la tecnología y las instituciones necesarias; la coordinación con las compañías relacionadas; y en forma de encarar y medir las mejoras

**1.7.5 Los clúster y el acceso de empleados y proveedores.** Las compañías que integran clúster de gran vitalidad pueden beneficiarse de la comunidad existente de empleados especializados y con experiencia, y así reducir los costos inherentes a la búsqueda y contratación de personal.

Dado que un clúster abre oportunidades y minimiza el riesgo de reubicación para los empleados, es más fácil atraer a personas talentosas de otras zonas, lo cual constituye una ventaja decisiva en algunas industrias.

**1.7.6 Abastecerse localmente abarata los costos de la transacción.** También minimiza las necesidades de inventario y elimina tanto los costos de importación como las demoras. Paralelamente, dado que la reputación local es importante, reduce el riesgo de que los proveedores cobren precios excesivos o no cumplan con los compromisos asumidos. La proximidad mejora las comunicaciones y les permite a los proveedores brindar servicios auxiliares o de soporte. Entonces, a igualdad de las demás condiciones, la fuente local de aprovisionamiento es más ventajosa que la distante especialmente cuando se trata de insumos especializados que involucran tecnología, información y servicios.

**1.7.7 Acceso a la información especializada.** El clúster acumula importante información técnica, sobre el mercado y sobre la competencia y sus integrantes tienen acceso preferencial a ella. Además las relaciones personales y los vínculos con la comunidad alientan la confianza y facilitan el flujo de información.

**1.7.8 Actividades complementarias.** Los múltiples lazos de unión entre los miembros del clúster generan un todo mayor que la suma de sus partes. Dado que los miembros de un clúster son mutuamente dependientes, el buen desempeño de uno de ellos puede fortalecer el éxito de los demás.

Esta complementación se produce de muchas maneras. La más obvia ocurre cuando los productos ejercen sinergia para satisfacer las necesidades del cliente.

Otra de las formas es la coordinación de actividades entre empresas con el objetivo de optimizar la productividad colectiva

El marketing aporta sus propios factores complementarios.

Frecuentemente un clúster mejora la reputación de un lugar en determinado campo de acción, facilitando el acercamiento entre los compradores y proveedores radicados en la zona.

Más allá de la reputación, los miembros de un clúster disfrutan de una serie de mecanismos conjuntos de marketing: ferias industriales y revistas especializadas, entre otros. La complementariedad puede hacer que comprarle al clúster resulte más atractivo para los clientes, fundamentalmente por la posibilidad de comparar las ofertas de muchos proveedores reunidos en un solo lugar.

**1.7.9 Acceso a instituciones y bienes públicos.** Las inversiones hechas por el gobierno y otras instituciones públicas -infraestructura o programas educativos - pueden mejorar la productividad de una empresa. Otros bienes cuasi-públicos, como los pools de tecnología e información del clúster, son subproductos naturales que ayudan a competir.

Las inversiones de las empresas en programas de capacitación, infraestructura, centros de calidad y laboratorio y/o apoyos diagnósticos de prueba, también contribuyen a incrementarla, y con frecuencia son colectivas porque los participantes del clúster reconocen que los potenciales beneficios serán para todos.

**1.7.10 Más motivación y mejores mediciones.** La rivalidad local es sumamente motivadora. La presión de los pares multiplica la presión competitiva dentro del clúster, incluso entre empresas que no compiten entre sí o que lo hacen indirectamente.

El orgullo y el deseo de tener una buena reputación en la comunidad local alientan a los ejecutivos a intentar superarse rápidamente.

Además los clúster facilitan la medición y comparación de desempeños, porque las empresas rivales comparten circunstancias comunes -como de la mano de obra y acceso al mercado local - y realizan actividades similares. Las empresas que integran un clúster conocen los costos de sus proveedores.

Las instituciones financieras pueden acumular conocimiento sobre el clúster y utilizarlo para monitorear el desempeño

**1.7.11 Los clúster y la innovación.** Para mejorar la productividad, los clúster juegan un papel vital en la capacidad de innovar continuamente las empresas. Dado que los compradores más exigentes suelen formar parte del clúster, las compañías que actúan dentro de él tienen una mejor visión del mercado que los competidores que operan en soledad.

Paralelamente, las relaciones con otras entidades que integran el clúster ayudan a las compañías a anticiparse a la evolución de la tecnología, la disponibilidad de componentes y maquinarias; y a nuevos conceptos de servicio y marketing. Ese conocimiento se fortalece por la posibilidad de realizar visitas y por el frecuente contacto personal.

Los proveedores y socios locales suelen participar activamente del proceso de innovación, lo cual asegura una mejor identificación de las demandas de los clientes. Así, las compañías pueden experimentar a menor costo y demorar la implementación hasta estar seguras de que la innovación será fructífera. En cambio, si depende de proveedores distantes, una empresa enfrenta mayores

desafíos en las actividades que debe coordinar con otras organizaciones: la contratación, la garantía de entrega del producto o el soporte técnico, por ejemplo.

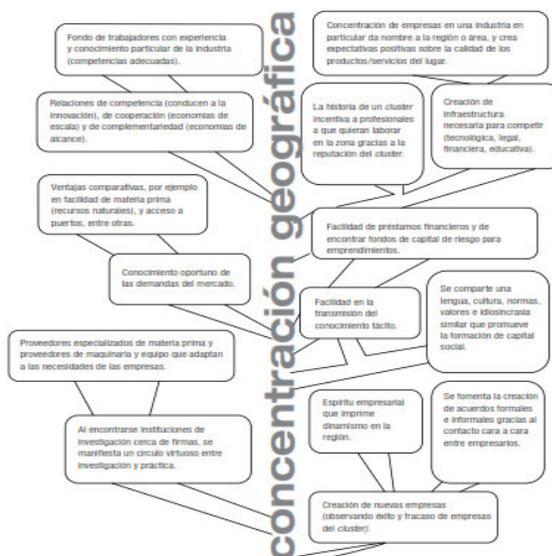
La innovación puede ser más ardua en las empresas verticalmente integradas, y especialmente en aquellas que enfrentan pros y contras difíciles de evaluar, por ejemplo cuando la innovación erosiona el valor de los activos internos, o es necesario mantener los actuales productos o procesos mientras se desarrollan los nuevos.

**Figura 1. El clúster y su ambiente**



**Fuente:** <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19n34/v19n34a04.pdf>

**Figura 2. Externalidades de la concentración geográfica**



**Fuente:** <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19n34/v19n34a04.pdf>

**1.7.12 Las cinco fuerzas de Porter<sup>8</sup>.** El poder colectivo de las cinco fuerzas del Michael Porter (ver figura 3) determina la capacidad de beneficio de un sector.

Éste puede ser intenso en algunos sectores donde la rentabilidad que la empresa reciba sobre la inversión no sea muy grande y suave en otros sectores donde existen rentabilidades elevadas. El fin de la estrategia de una empresa es encontrar un posicionamiento contra estas fuerzas o cambiarlas a su favor.

Éstas se describen a continuación:

**Figura 3. Fuerzas determinantes de la competencia**



**Fuente:** [http://www.compitem.com.co/site/wp-content/uploads/informes/2010-2011/Informe-Completo-VFinal-\(nov-2010\).pdf](http://www.compitem.com.co/site/wp-content/uploads/informes/2010-2011/Informe-Completo-VFinal-(nov-2010).pdf)

**Amenaza de entrada de nuevos competidores.** Un competidor que accede por primera vez a un sector trae consigo nuevas capacidades, un deseo de adquirir una porción del mercado y en algunas ocasiones ciertos recursos sustanciales. Las empresas nuevas que quieren entrar a un sector enfrentan ciertos obstáculos que pueden dificultar el desarrollo de este proceso, entre estos se tienen los siguientes:

- ✓ Economías de escala: estas economías obligan a que las empresas entren al sector con instalaciones a gran escala para poder estar al nivel de sus competidores en cuanto a costos.
- ✓ Diferenciación del producto: la creación de una marca es un obstáculo, ya que obliga a quien pretenda entrar a un sector a gastar mucho dinero para

<sup>8</sup> Porter, Michael (1987). Citado por Schmal Simón, Rodolfo, Cisternas Silva Carlos Universidad de la república de Uruguay. Sistemás de información: Una metodología para su estructuración EN la XXVI Conferencia Latinoamericana de Informática que se realizó en México..del 18 al 22 de Septiembre del 2000 (en línea) 6 de octubre 2011 <http://www.inf.udec.cl/~revista/ediciones/edicion6/sisinf.PDF>

poder vencer la lealtad de los clientes hacia una marca que ya se encuentra en el mercado.

- ✓ Necesidades de capital: la necesidad de invertir un volumen elevado de recursos financieros es un gran obstáculo, ya que hay gastos no recuperables de publicidad inicial o de investigación y desarrollo.
- ✓ Desventajas de coste independientes del tamaño: estas desventajas se basan en la experiencia adquirida por la empresa a través de los años sobre los distintos procesos, la tecnología aplicada, el acceso a mejores proveedores y las diferentes subvenciones oficiales que favorecen a las empresas ya existentes a un sector.
- ✓ Acceso a los canales de distribución: en cuanto más limitados sean los canales minoristas o mayoristas es mucho más difícil que una empresa nueva pueda participar en diferentes canales de un sector.
- ✓ Política del gobierno: el gobierno puede llegar a limitar o incluso prohibir la entrada de nuevas empresas a determinados sectores, usando para ello diversos controles como lo son permisos, acceso a materias primas, impuestos, entre otros.

**El poder de proveedores y compradores:** los proveedores tienen cierto nivel de negociación sobre un sector ya que pueden usar diferentes herramientas como el aumento de precios o la reducción de calidad, del mismo modo los compradores pueden hacer que los precios bajen y exigir mayor calidad en los productos, lo que genera un choque entre todos los participantes de un sector que termina por reducir los beneficios del sector a nivel global.

El punto importante para una empresa es llegar a encontrar proveedores o clientes que tengan poca capacidad de influir adversamente en las decisiones de este.

**Productos sustitutos:** los productos sustitutos limitan las posibilidades de un sector, debido a que generan un techo a los precios de venta que el sector pueda fijar.

Los productos sustitutos que requieren mayor atención desde el punto de vista estratégico son los que manifiesten una tendencia favorable en la relación calidad-precio o los que son fabricados por sectores que obtiene beneficios mayores al sector en cuestión.

**Lucha por una posición en el mercado:** los competidores de un sector manifiestan una rivalidad que generalmente se ve reflejada en un posicionamiento dentro del sector utilizando diversas tácticas como la

competencia de precios, introducción de nuevos productos o programas de publicidad.

El grupo de empresas del sector de la salud es uno de los stakeholders que normalmente presenta menos complicaciones, ya que las condiciones de relación están definidas por el marco legal e institucional y, por lo tanto, son relativamente claras y transparentes. Así, los propietarios-gestores de las empresas del sector de la salud (especialmente de las más micros y pequeñas) cuentan en general con una estructura burocrática mínima, lo que les obliga a dedicar una parte muy importante de su tiempo y energías a resolver los pequeños problemas cotidianos de sus empresas (no sólo de carácter gerencial sino también en muchos casos productivos). No resulta por tanto sorprendente que, ante tales limitaciones de tiempo y personal, los gestores de las MIPYMES sean más “reactivos” que “proactivos” con relación a sus actividades de RSE, ya que la atención a las actividades nucleares de la empresa es siempre prioritaria para ellos. Además, estas limitaciones explican las prevenciones que las MIPYMES tienen con relación a las actividades reguladoras que las Administraciones Públicas puedan desarrollar en el ámbito social o medioambiental, las cuales suponen un coste mayor para estas empresas en comparación a sus homólogas más grandes.

Por otro lado, las empresas del sector de la salud aparecen fuertemente ligadas con la suerte social y económica de sus comunidades geográficamente más próximas, habida cuenta que la mayor parte de sus clientes y empleados provienen de su área geográfica próxima. De esta forma, la reputación de la empresa y su imagen como empleador, productor o actor en el ámbito local influyen ciertamente en su competitividad.

La stakeholder que denominamos comunidad presenta dos problemas significativos: (1) la dificultad de gestión y medición de las actividades, y (2) la heterogeneidad de definiciones del concepto de comunidad.

La actividad principal entre la empresa y la comunidad es la acción social. El problema surge porque, generalmente, los proyectos de acción social quedan fuera del ámbito de las actividades propias de las empresas del sector de la salud, por lo que suelen tener diferentes sistemas de gestión. Esto hace que muchas empresas que tienen procesos de gestión de negocio muy bien definidos y valorados tengan muy poca información sobre los procedimientos y el impacto real de las actividades de acción social. De hecho, muchas empresas simplemente se marcan un objetivo numérico, ya sea absoluto o porcentual, y se limitan a invertir dicha cantidad.

Por ello, cada día más empresas intentan dirigir su acción social (Social Activities) hacia actividades muy relacionadas con su actividad de negocio (Core Business).

En segundo lugar, no existe una definición unánime sobre qué incluye el stakeholder denominado comunidad. Como pasa con otros grupos, aquí también identificamos a la comunidad como el ente que recibe o genera impactos de y hacia la empresa. Esta definición supone que una misma empresa pueda incluir dentro de este grupo una asociación de vecinos del barrio donde tiene un centro productivo y una fundación que actúa dentro del área de influencia de la empresa, creando con ello relaciones complejas y, en ocasiones, tensionantes.

### **1.7.13 Obstáculos a las iniciativas de clúster<sup>9</sup>**

**Hay 5 clases típicas de obstáculos a la promoción de clúster entre empresas.**

**1. El dilema del prisionero.** Si en el pasado ya se realizaron acciones colectivas que no tuvieron éxito, puede existir una predisposición al fracaso de iniciativas grupales. Entonces, cuando se plantea una idea nueva en algún clúster, típicamente hay una reacción un poco cínica que indica que, aun cuando lo intentamos varias veces, este tipo de colaboración no funcionó. De esta forma, es esencial tener una metodología cuando se emprende el trabajo de promoción de un clúster para poder superar este sentimiento negativo.

**2.** Más allá de estos problemas, dentro de una perspectiva empresarial, la colaboración es algo que ocurre con poca frecuencia, pues siempre hay que discutir secretos y generalmente es necesaria la realización de cursos prácticos de transacción y de implementación de iniciativas. Estas medidas, a los ojos de las agencias “antitrust”, pueden ser vistas como la creación de un cartel particular.

**3. Entre empresas e instituciones de nivel “meso”.** Las entidades de apoyo tienen problemas para involucrar las cámaras locales de industria y comercio pues éstas se encuentran bajo la presión de tener que ofrecer servicios a todas las empresas y no tienen, así, un foco específico de atención en el sector que domina la economía. Así, las cámaras pueden no sentirse inclinadas a adoptar iniciativas de promoción de clúster ante las críticas que pueden sufrir por parte de las empresas que no pertenecen a los clúster.

Asimismo, las instituciones de promoción presentan una serie de problemas usuales relacionados a diferencias entre ellas de razones fundamentales, metas, culturas y horizontes temporales.

**4. Gobierno local y relaciones dominantes en cadenas internacionales.** También hay problemas de gobierno local. He hablado con políticos a quienes

---

<sup>9</sup>Disponible en internet: <http://publicaciones.caf.com/media/1363/183.pdf>. Consultado el 20 de enero de 2012.

no les ha gustado la idea de la promoción de clúster, pues prefieren una economía local diversificada a una economía altamente especializada. De allí la necesidad de superar esa resistencia política.

5. Y éste es un asunto que va más allá, ya que los clúster locales no son entidades aisladas, sino asociaciones integradas en cadenas nacionales e internacionales. En los últimos años ha surgido una serie de investigaciones en las que actores importantes dentro de cadenas internacionales no necesariamente muestran interés en iniciativas locales en pro de la competitividad. Esto se explica porque el interés de un comprador internacional siempre será mantener una relación de dependencia con el clúster local y, en función de esto, no será una prioridad estimular proyectos locales que ayuden a aumentar la competencia.

**1.7.14 El concepto de Responsabilidad Social, aplica a los clúster.** Los clúster relacionados con la actividad del el sector salud, tienen en uno de sus ejes primordiales el trabajo relacionado con la responsabilidad social empresarial, de la cual se entiende como las acciones innovadoras de una organización, basadas en el cumplimiento de las leyes y los valores éticos, para institucionalizar un gobierno corporativo transparente, que integre en las actividades en curso de la organización, la generación de riquezas, respetuosa de los derechos humanos, con la responsabilidad de sus actividades sobre la sociedad y el medio ambiente; de todas estas acciones debe rendir cuentas a la sociedad <sup>10</sup>

Es vital que si se habla de entidades destinadas a ofrecer servicios de salud a diversos usuarios por medio de la modalidad del clúster, estos servicios deben abarcar las expectativas económicas, legales y éticas que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado de tiempo, esto indica que los usuarios del servicio se ven afectados por las acciones de las empresas, ya sea de forma positiva o negativa, y lo que el clúster debe tratar de optimizar, es la satisfacción plena de quienes se ven beneficiados por sus servicios, lo que en parte también es una estrategia competitiva, puesto que una persona que siente que su integridad moral se ve respetada por una entidad que aplica valores éticos y no solo se preocupa por el ingreso obtenido al prestar el servicio, es un cliente que va a atraer más posibles usuarios, que en gran medida son los responsables del crecimiento económico del clúster.

Los componentes esenciales que puede contener la responsabilidad social son: el compromiso ético y social del empresario, el respeto por la persona, la justicia y equidad en la economía, la solidaridad que busca el bien común, la responsabilidad en el trabajo de los funcionarios, responsabilidad con el medio

---

<sup>10</sup> Organización Internacional del Trabajo (OIT). Guía de recursos sobre responsabilidad social de las empresas. <http://www.ilo.org/public/spanish/support/lib/resource/subject/csr.htm>

ambiente, honestidad en la comunicación y en el manejo de la información e integridad en la cultura organizacional.

## 1.8 MARCO CONCEPTUAL

**CADENA DE VALOR**, Se entenderá cadena de valor como una herramienta que permite examinar las actividades desarrolladas por una empresa. Estas son clasificadas como actividades primarias y de apoyo en la cual las primarias son aquellas que están directamente relacionado con la creación física y actividad productiva de la empresa, y las de apoyo son aquellas que están destinadas a apoyar o auxiliar a las actividades primarias<sup>11</sup>.

**CADENA PRODUCTIVA** Se entenderá por cadena productiva un conjunto de actividades que se interrelacionan desde la producción hasta la comercialización de un producto y se pueden agregar un valor a lo largo de las diferentes etapas de la cadena para así poder generar una ventaja competitiva por medio de la disminución de costos de interconexión, dependencia y producción de conocimientos entres los que participan en las cadenas productivas<sup>12</sup>.

**COMPETITIVIDAD:** Se entenderá como competitividad la capacidad y las estrategias de las diferentes empresas para incrementar la participación en los mercados para obtener los mejores resultados y elevar paralelamente el nivel de vida de la población<sup>13</sup>.

**CLÚSTER:** Se entenderá por Clúster como el agrupamiento de empresas complementarias e instituciones conexas (servicios) ubicadas en un campo geográfico determinado, pertenecientes a una misma actividad o campo concreto las cuales se agrupan para generar una mayor competitividad en el mercado<sup>14</sup>.

**ESTRATEGIA COMPETITIVA:** Se entenderá como estrategia competitiva aquellas acciones ofensivas o defensivas que se deben organizar para obtener una posición competitiva favorable en un sector<sup>15</sup>.

---

11. Porter, Michael (1987). Citado por Schmal Simón, Rodolfo, Cisternas Silva Carlos Universidad de la república de Uruguay. Sistemás de información: Una metodología para su estructuración EN la XXVI Conferencia Latinoamericana de Informática que se realizó en México. del 18 al 22 de Septiembre del 2000 (en línea) 6 de octubre 2011 <http://www.inf.udec.cl/~revista/ediciones/edicion6/sisinf.PDF>

12 Porter, Michael (1999). Citado por Venzor Ortega Alberto, FLACSO (Organization). Sede Académica de México. El reto de la informalidad y la pobreza moderada (2006) (en línea). consultado 6 de octubre 2011.

13 Porter, Michael (1990). Citado por León Velázquez, José Arturo. Modelo de Competitividad global de la industria de piel de cocodrilo moreletii (2004). Universidad autónoma de Sinaloa. p 10. en línea 6 de octubre 2011.

14 Porter, Michael (2003). Ser competitivo: Nuevas aportaciones y conclusiones. Traducción al español. Editorial Deusto. pág. 203

15 16 Porter, Michael (1996). Citado por Carrion Maroto, Juan. Estrategia: de la visión a la acción. en línea consultado 6 de octubre de 2011.

**INTEGRACIÓN VERTICAL:** Se presentará integración vertical cuando se tiene una combinación sobre la producción, distribución y comercialización de un producto determinado<sup>16</sup>.

**PRODUCTIVIDAD:** Se entenderá productividad como la capacidad o grado de producción de una unidad de trabajo para aprovechar los recursos<sup>17</sup>.

**SERVICIO DE SALUD:** “La Organización Mundial de la Salud (OMS) en su Constitución de 1946, define salud como el estado de completo bienestar físico, mental, espiritual, emocional y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. La salud implica que todas las necesidades fundamentales de las personas estén cubiertas: afectivas, sanitarias, nutricionales, sociales y culturales.”<sup>18</sup>

## 1.9 MARCO LEGAL

Para este proyecto se tendrán en cuenta las siguientes leyes, normas y decretos.

- **Constitución Política De Colombia en su artículo 334** en su inciso 2 donde dice “El Estado, de manera especial, intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar, de manera progresiva, que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo al conjunto de los bienes y servicios básicos. También para promover la productividad y competitividad y el desarrollo armónico de las regiones.”<sup>19</sup>
- **Ley 100 de Diciembre 23 de 1993.** Es la Ley por la cual se crea el sistema general de seguridad social en salud (SGSSS), y mediante la cual se establece la reforma del sector de servicios de salud. Entre los principios que orientan la reforma, la equidad ocupa un lugar preeminente, y es entendida como la provisión gradual de servicios de salud de igual calidad a todos los habitantes de Colombia, independiente de su capacidad de pago.
- **Ley 1253 del 2008:** por la cual se regula la productividad y competitividad y se dictan otras disposiciones

---

16 Chirinos g. Alira. Rodríguez m. Guillermo.bonomie. María Elena integración vertical de la cadena De valor del sector avícola en el estado Zulia (en línea) < 6 de octubre 2011><http://www2.scielo.org.ve/pdf/rvac/v14n1/art09.pdf>

17 ibíd. p 168.

18 Ministerio de educación (en línea) < 6 de octubre 2011>[http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-190216\\_archivo\\_pdf\\_salud.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-190216_archivo_pdf_salud.pdf)

<sup>19</sup> Disponible en internet en la dirección

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/cp/constitucion\\_politica\\_1991\\_pr011.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/cp/constitucion_politica_1991_pr011.html) consultada el 15 de marzo del 2012

- **Documento Conpes 3527** Política Nacional de Competitividad y Productividad: Este documento plantea planes de acción para desarrollar la Política Nacional de Competitividad propuesta en el marco del Sistema Nacional de Competitividad.
- **Plan nacional de desarrollo** denominado Prosperidad para todos a través de su tercer capítulo denominado crecimiento sostenible y competitividad y el sistema nacional de competitividad.
- **Plan de Desarrollo Municipal** en su artículo 11 que se denomina sectores programas y líneas estratégicas para el desarrollo de la competitividad, habla del fortalecimiento competitivo de las Mipymes urbanas y rurales a través de los clúster, y propone el apoyo para conformar 4 encadenamientos dinámicos tipo clúster en el municipio de Tuluá, notamos que no habla en ningún momento de cuales sectores son los que podría apoyar

## 1.10 MARCO CONTEXTUAL<sup>20</sup>

Tuluá es una de las siete ciudades más importantes del Valle del Cauca y fue fundada por Juan de Lemos y Aguirre entre los años 1637 y 1639 en un lugar diferente al que se ubica en la actualidad; el traslado de la población a su posición actual se dio en el año 1680. El Municipio de Tuluá se encuentra ubicado en la margen derecha del Río Cauca en lo que se podría denominar el Centro del Departamento del Valle del Cauca. El Río Tuluá divide la población en dos partes, unidas por once puentes, su área urbana está a 105 kilómetros al nordeste de Cali (1 hora 10 minutos), con una región que distingue dos sectores topográficos distintos: al oriente la primera montaña perteneciente a la vertiente occidental de la cordillera central con alturas que algunos sectores de los Páramos Barragán y Santa Lucia supera los 4100 metros de altura sobre el nivel del mar, y al occidente la segunda, plana o ligeramente ondulada correspondiente al Valle del Río Cauca; esta diversidad permite disfrutar de todos los pisos térmicos: cálido, medio, frío y páramo.

En su economía sobresalen el comercio, la agricultura y la ganadería; esta última es una de las mejores del Occidente por el número de cabezas de ganado y por la variedad de sus razas, convierten a Tuluá en un polo de desarrollo único en toda esa extensa región del Valle del Cauca.

Tuluá es ciudad que refleja en su vida cotidiana una intensa actividad comercial, social y cultural.

---

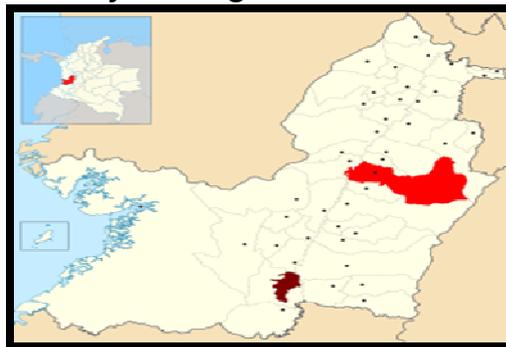
<sup>20</sup> Alcaldía Municipal de Tuluá – Valle, anuario estadístico 2010.

Posee hoteles y pensiones, centros comerciales, coliseos deportivos, bancos, centros de convenciones y auditorios, en fin todo cuanto ofrece una ciudad moderna y acogedora.

En Tuluá vale la pena destacar parques como el Carlos Sarmiento Lora en su centro histórico, el jardín botánico Juan María Céspedes, El Ingenio San Carlos, el Palacio de Justicia, el Museo de Arte Vial Bernal Esquivel con obras de artistas nacionales y extranjeros. El Parque de Bolívar con sus grandes esculturas, pero sin duda alguna, lo mejor de Tuluá es su ambiente y el dinamismo de su vida diaria.

Cada año en el mes de junio tiene lugar en Tuluá su importante Feria de Exposición Agropecuaria y Artesanal y un sin número de fiestas, eventos deportivos y empresariales.

**Figura 4. Ubicación y datos generales del Municipio de Tuluá**



<b>País</b>	 Colombia
<b>• Departamento</b>	 Valle del Cauca
<b>• Región</b>	Andina
<b>Ubicación</b>	 04°05'N 76°12'O 
<b>• Altitud</b>	966 msnm
<b>• Distancia</b>	200 km a Cali
<b>Superficie</b>	910,55 km <sup>2</sup>
<b>Temperatura media</b>	24 °C
<b>Fundación</b>	24 de agosto de 1639
<b>Erección</b>	30 de mayo de 1825
<b>Población</b>	(2010) 199.244 <sup>1</sup> hab.
<b>• Densidad</b>	250 hab./km <sup>2</sup>
<b>Gentilicio</b>	Tulueño, a
<b>Alcalde</b>	José Germán Gómez
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.tuluva.gov.co">http://www.tuluva.gov.co</a> 

**Fuente:** <http://es.wikipedia.org/wiki/Tulu%C3%A1>

## 1.11 MARCO METODOLÓGICO<sup>21</sup>

<sup>21</sup> MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CON ÉNFASIS EN CIENCIAS EMPRESARIALES. Editorial Limusa. 4 Edición.

**1.11.1 Tipo de estudio.** Para este estudio de factibilidad es necesario tomar la metodología descriptiva puesto que va de algo general a algo específico.

**1.11.2 Método de investigación.** La presente investigación empleó el método inductivo, por ir de lo particular a lo general esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se obtiene postular una hipótesis que brinda una posible solución al problema planteado en nuestro municipio. Una forma de llevar a cabo este método es proponer, mediante diversas observaciones de los sucesos u objetos en estado natural, una conclusión que resulte general para todos los eventos de la misma clase.

**1.11.3 Fuentes y técnicas de recolección de la información.** Las fuentes son los materiales como hechos o documentos que permitieron extraer información para elaborar la investigación.

Como punto de partida se realizó la observación que es la fuente primaria. Para desarrollo del método científico, se realizaron encuestas (a las empresas del sector salud), lo que permitió tomar información del interlocutor (entrevista) y sondeos tanto a entidades de carácter público como privado. Entre estas están las empresas de sector salud más preponderantes de la ciudad. La entidad que suministró la lista de las empresas cuya actividad principal es la salud fue la Cámara de Comercio de Tuluá.

Las tesis, trabajos, artículos y demás fueron las fuentes secundarias de las cuales se tomó información escrita que ha sido recopilada, mucha de ella a través de Internet, revistas especializadas, libros, etc. En su mayoría son estudios realizados por universidades a través de los centros de documentación y bibliotecas como es el caso de la Universidad Icesi, Universidad de Valencia, y la Universidad EAN.

## **1.12 RECURSOS DEL PROYECTO**

**1.12.1 Talento humano.** Las personas que intervinieron en este proyecto fueron: Presidente de Tesis, los Investigadores.

### **1.12.2 Recursos materiales.**

Comunicaciones: Teléfono, Internet.  
Equipo de cómputo  
Fotocopias y argollados.  
Impresiones.  
Papelería y útiles de escritorio.  
Transporte (viaje, viáticos, gasolina).

**1.12.3 Recursos institucionales.** Unidad Central del Valle del Cauca, Cámara de Comercio de Tuluá, Droguerías, clínica, centros de salud, centros estéticos y todo lo que involucre la salud en Tuluá.

## CAPITULO II

### 2. CARACTERIZACIÓN DEL CLÚSTER DEL SECTOR SALUD EN LA CIUDAD DE TULUÁ

El capítulo a desarrollar tiene como objetivo realizar la caracterización del municipio de Tuluá y de las empresas que hacen parte del sector de la salud del municipio para determinar la factibilidad de un Clúster de la Salud en este. Se iniciará con el desarrollo del entorno, el cual también se denomina macro ambiente, siendo este el conjunto de fuerzas de carácter demográfico, económico, social, político y tecnológico que influyen directamente en el éxito o fracaso de cualquier proyecto a emprender. A nivel de análisis se trata de explicar cómo influye en las situaciones, condiciones o variables identificadas en el comportamiento del objeto de estudio (Clúster). Las conclusiones del análisis deben llevar al desarrollo de razonamientos y enunciados que orientan la formulación del plan a seguir.

#### 2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

**2.1.1 Análisis demográfico**<sup>22</sup>. El municipio de Tuluá se encuentra ubicado en el suroeste colombiano, en el centro del departamento del Valle del Cauca entre las cordillera Central y el Rio Cauca; su posición geográfica es a 4° 05' 16'' de latitud norte y 76° 12' 03'' de longitud occidental. Se distinguen cuatro zonas fisiográficas: La zona Plana, el Pie de Monte de la cordillera Central, la Media y la Alta Montaña. La cabecera municipal está a 960 metros msnm, en la zona plana y 4.400 metros de altitud en los páramos de Barragán y Santa Lucia.

En materia de recurso hídrico el municipio cuenta con el río Tuluá que pasa por su casco urbano y los ríos Bugalagrande y Morales como estructura central. Con los ríos San Marcos y Frazadas y con las acequias o quebradas del ahorcado, La Ribera, Tesorito, La Luisa, La Mina, Piedritas, Zabaletas y Zorrilla, como estructura ramificada y en el río Cauca como eje final de todas las vertientes.

De acuerdo a las proyecciones realizadas por el DANE basadas en el Censo 2005, la población del municipio para el año 2011 está alrededor de 201.670 habitantes. El municipio ocupa una extensión territorial total de 910.55 km<sup>2</sup>, para una densidad de 217 habitantes por km<sup>2</sup>, de los cuales el 98.78% equivale al

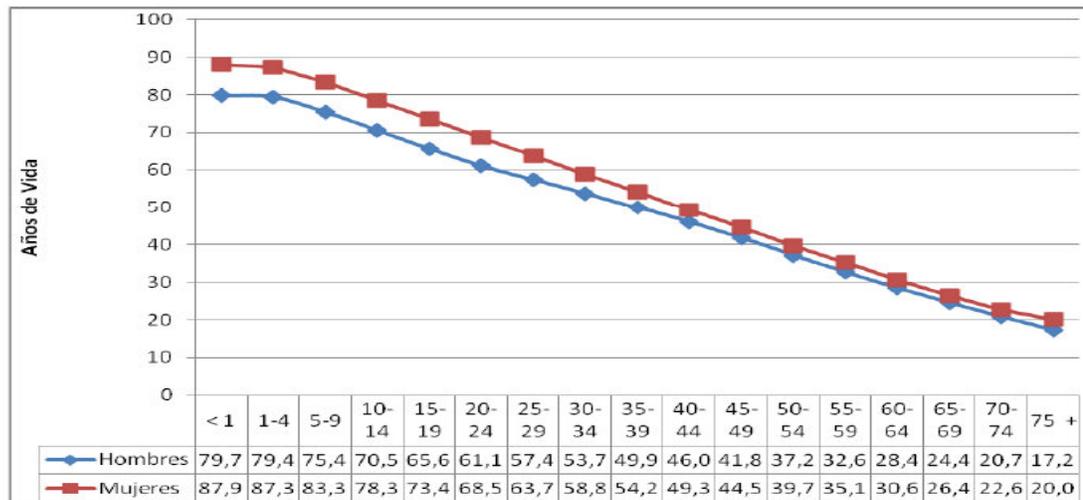
---

22. Disponible en internet:

[http://www.tuluva.gov.co/apc-aa-files/37383761623134393439303433623039/Plan\\_Territorial\\_de\\_Salud\\_\\_2012\\_2015.pdf](http://www.tuluva.gov.co/apc-aa-files/37383761623134393439303433623039/Plan_Territorial_de_Salud__2012_2015.pdf). Plan territorial de Salud, 2012-2015. José German Gómez García. Alcalde Municipal y ELIECID AVILA AVILA, Secretario de Salud.

área rural y el 1.22% equivale al área urbana. La composición de la población corresponde a 48.13% hombres y 51.87% mujeres. Presenta un índice de masculinidad de 92.79 lo que significa que para el año 2011 existe una relación aproximada de 93 hombres por cada 100 mujeres. La edad mediana de la población es de 13.94 años.

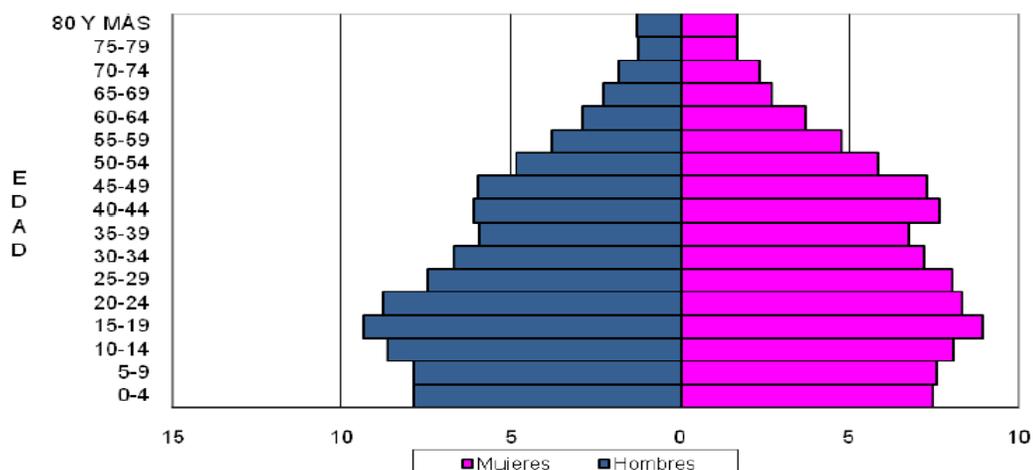
**Gráfico 1. Expectativa de vida según grupos de edad y género municipio Tuluá año 2011**



**Fuente: DANE- Proyecciones Población Censo 1993  
Certificados de defunción – salud pública**

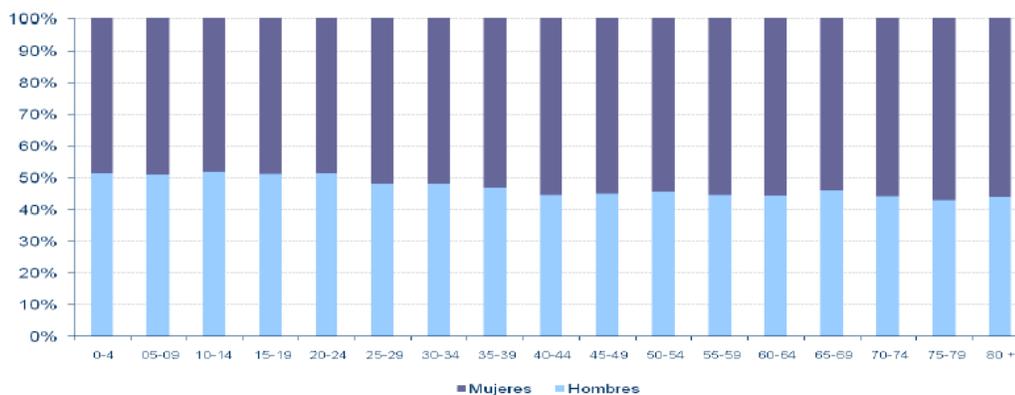
La expectativa de vida al nacer de la población general tuluëña para el año 2011 es de 83,91 años (79,77 para hombres y 87,96 para mujeres).

**Gráfico 2. Pirámide poblacional municipio de Tuluá año 2011**



**Fuente: DANE- Proyecciones Población Censo 1993**

**Gráfico 3. Población por sexo y edad (grupos quinquenales) municipio de Tuluá año 2011**



**Fuente: DANE- Proyecciones Población Censo 1993**

Se observa una baja población menor de cinco (5) años comparada con los grupos de edades intermedias. Un índice de masculinidad en menores de 15 años mayor al 100%, el cual se invierte a partir del grupo de 15 a 20 años. Lo anterior indica en los menores de edad una proporción mayor de hombres, pero después de este grupo de edad se observa un déficit masculino, especialmente entre los jóvenes grupo de 25 a 29 años hasta los 35 a 39 años, muy seguramente debido a los efectos de las defunciones por causas externas en hombres en estos grupos de edades.

La pirámide poblacional del Municipio es Constrictiva, lo que indica un comportamiento estable de la tasa de bruta de mortalidad, una disminución de la mortalidad infantil; una disminución de la natalidad, una disminución de la fecundidad, y el aumento de la esperanza de vida al nacer.

**2.1.1.1 Morbilidad**<sup>23</sup>. En la tabla 2 y tabla 3 figuran los eventos de notificación obligatoria dentro de los cuales se destaca en la tabla 2 los de mayor número de casos que son la presentada tanto por la Enfermedad diarreica aguda (EDA) como por la Infección respiratoria aguda (IRA) en conjunto representan el 90.29% de los eventos notificados anteriormente (mayor prevalencia); se destaca además como uno de los eventos de mayor notificación el presentado por la varicela con una participación de 2.92%; en las gráficas siguientes se muestra la tendencia en el tiempo para determinar en qué períodos se presentan dichos acontecimientos.

En la tabla 4 se hace referencia al comparativo correspondiente al período enero – diciembre de los años 2010-2011, del cual se puede destacar lo siguiente:

- ✓ Se presenta una disminución de 88% de los casos de dengue severo notificados en el período enero – diciembre de los años 2010 y 2011
- ✓ Otro factor importante es el aumento en los casos de enfermedades transmitidas por alimentos 6100%

---

<sup>23</sup> Disponible en internet:

[http://www.tulua.gov.co/apc-aa-files/37383761623134393439303433623039/Plan\\_Territorial\\_de\\_Salud\\_\\_2012\\_2015.pdf](http://www.tulua.gov.co/apc-aa-files/37383761623134393439303433623039/Plan_Territorial_de_Salud__2012_2015.pdf). Plan territorial de Salud, 2012-2015. José German Gómez García. Alcalde Municipal y ELIECID AVILA AVILA, Secretario de Salud.

**Tabla 1. Eventos de notificación obligatoria municipio de Tuluá año 2011**

<b>EVENTO</b>	<b>AÑO 2011</b>
EDA	7706
IRA	50
DENGUE	129
VARICELA	417
DENGUE SEVERO	26
INTOXICACION ALIMENTARIA	61
EXPOSICION RABICA	313
TBC	45
VIH /SIDA	56
SIFILIS CONGENITA	10
SIFILIS GESTACIONAL	20
LEPTOSPIROSIS	60
<b>Subtotal</b>	<b>14013</b>
Resto	248
<b>Total</b>	<b>14261</b>

***Fuente: SIVIGILA – Salud Pública***

**Tabla 2. Eventos de notificación obligatoria municipio de Tuluá año 2010 - 2011**

<b>EVENTO</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>% VARIACION</b>
EDA	8300	7706	-7%
IRA	3457	5170	50%
DENGUE	457	129	-72%
VARICELA	110	417	279%
DENGUE SEVERO	214	26	-88%
INTOXICACION ALIMENTARIA	0	61	6100%
EXPOSICION RABICA	163	313	92%
TBC	36	45	25%
VIH /SIDA	37	56	51%
SIFILIS CONGENITA	9	10	11%
SIFILIS GESTACIONAL	19	20	5%
LEPTOSPIROSIS	35	60	71%
<b>Subtotal</b>	<b>12837</b>	<b>14013</b>	<b>9%</b>
<b>Resto</b>	<b>179</b>	<b>248</b>	
<b>Total</b>	<b>13016</b>	<b>14261</b>	<b>10%</b>

**Fuente: SIVIGILA – Salud Pública**

**2.1.1.2 Mortalidad.** En las tablas 4 y 5 se observan las diez primeras de causas de mortalidad en el Municipio de Tuluá, en el año 2.011 destacándose el Infarto agudo de miocardio, Homicidio con arma de fuego, Accidente cerebro vascular y el EPOC.

**Tabla 3. Comportamiento de la Mortalidad por Grupos de Edad y Sexo Municipio de Tuluá Año 2011**

Grupos de Edad	Hombres					Mujeres					Población Total				
	F	FA	%	Pob.	TM * 100.00 Hab	F	FA	%	Pob.	TM * 100.00 Hab	F	FA	%	Pob.	TM * 100.00 Hab
0-4	12	12	2,52	8.190	146,52	7	7	1,93	7.736	90,49	19	19	2,26	15.926	119,3
05-sep	2	14	0,42	8.072	24,78	-	7	-	7.801	89,73	2	21	0,24	15.873	12,6
oct-14	2	16	0,42	8.744	22,87	1	8	0,28	8.156	98,09	3	24	0,36	16.900	17,75
15-19	14	30	2,94	9.568	146,32	3	11	0,83	9.172	119,93	17	41	2,03	18.740	90,72
20-24	42	72	8,81	9.258	453,66	4	15	1,1	8.777	170,9	46	87	5,48	18.035	255,06
25-29	38	110	7,97	7.898	481,13	4	19	1,1	8.412	225,87	42	129	5,01	16.310	257,51
30-34	31	141	6,5	7.048	439,84	10	29	2,76	7.681	377,56	41	170	4,89	14.729	278,36
35-39	29	170	6,08	6.194	468,2	4	33	1,1	6.958	474,27	33	203	3,93	13.152	250,91
40-44	22	192	4,61	6.285	350,04	6	39	1,66	7.815	499,04	28	231	3,34	14.100	198,58
45-49	13	205	2,73	6.256	207,8	8	47	2,21	7.729	608,1	21	252	2,5	13.985	150,16
50-54	12	217	2,52	5.280	227,27	13	60	3,59	6.336	946,97	25	277	2,98	11.616	215,22
55-59	21	238	4,4	4.107	511,32	14	74	3,87	5.095	1452,4	35	312	4,17	9.202	380,35
60-64	26	264	5,45	3.142	827,5	24	98	6,63	4.004	2447,55	50	362	5,96	7.146	699,69
65-69	27	291	5,66	2.416	1117,55	28	126	7,73	2.888	4362,88	55	417	6,56	5.304	1036,95
70-74	29	320	6,08	1.905	1522,31	55	181	15,19	2.410	7510,37	84	501	10	4.315	1946,7
75+	157	477	32,91	2.701	5812,66	181	362	50	3.636	9956	338	839	40,3	6.337	5333,75
Totales	477		100,00	97.064		355		100,00	104.606		839		100,0	201.670	416,03

**Fuente: DANE- Proyecciones Población Censo 1993  
Certificados de defunción – salud pública**

**Tabla 4. Primeras Causas de Mortalidad General Municipio de Tuluá año 2011**

No. Orden	Causas	No. Casos	%	Tasa X 100,000 hab
1	INFARTO AGUDO DE MIOCARDIO	156	17,59	76,36
2	HOMICIDIO CON ARMA DE FUEGO	154	17,36	77,35
3	ACCIDENTE CEREBRO VASCULAR	45	5,07	22,31
4	EPOC	40	4,51	19,83
5	INSUFICIENCIA CARDIACA	35	3,95	17,36
6	ACCIDENTE DE TRANSITO (Causa Externa)	24	2,71	11,9
7	CANCER DE PULMON	23	2,59	11,4
8	INSUFICIENCIA RENAL	20	2,25	9,92
9	NEUMONIA	20	2,25	9,92
10	CANCER GASTRICO	19	2,14	9,42
	<b>Subtotal</b>	<b>536</b>	<b>60,43</b>	
	Resto	351	39,57	
	<b>Total</b>	<b>887</b>	<b>100</b>	

**Fuente: Certificados de Defunción- Salud Pública**

**2.1.2 Entorno Económico.** La influencia socioeconómica que tendría un Clúster en Salud para la ciudad de Tuluá no solo se limitaría al municipio, el beneficio se extendería a las localidades vecinas como serían Andalucía, Bugalagrande, Bolívar, Riofrío, Roldanillo, Trujillo, Zarzal, Sevilla, Buga, San Pedro cuya población total asciende aproximadamente a 319.364 habitantes según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística del año 2006.

Un intenso comercio es la característica principal de la ciudad. La zona de influencia de sus mercados comprende 10 municipios con sus corregimientos y veredas, verdaderos emporios de riqueza agropecuaria: Andalucía, Bugalagrande, Riofrío, Trujillo, Zarzal, La Victoria, La Unión, Toro, Roldanillo, Bolívar. Ello se puede aprovechar como ancla para convertir el centro del Valle del Cauca en un gran sector salud y complementarios.

Ahora bien el municipio de Tuluá, se muestra como uno de los municipios de mayor importancia del Departamento del Valle del Cauca, siendo el cuarto municipio de este Departamento. Así, sus actividades económicas comprenden la ganadería, el comercio, la industria y la agricultura de primer orden, al igual que los servicios bancarios que constituyen los ejes de la economía de este Municipio.

**2.1.2.1 Agricultura.** En lo relacionado a la Agricultura, el municipio de Tuluá se encuentra en una posición privilegiada debido a la variedad de sus climas, que van desde los 10 °C de la zona de la cordillera hasta los 23 °C de la zona plana.

Es una eficiente red de vías de penetración y fertilidad del suelo, a consecuencia de la abundancia de sus aguas, su eficiente red de vías de acceso y la fertilidad de sus suelos, que se encuentran parcelados equitativamente. Este Municipio ocupa un lugar importante entre los 42 municipios del departamento. En su parte montañosa o cordillera a alturas de 4.000 metros sobre el nivel del mar (Barragán y Santa Lucía), se caracteriza por producir trigo de la más alta calidad, cebada y papa. En el clima medio, café, maíz, frijol, hortalizas y toda clase de frutas y en la parte plana, mientras que el Clima Cálido caña de azúcar, maíz, cacao, plátano, arroz, tabaco, soya, mijo, ajonjolí y pastos.

**2.1.2.2 Industria.** Este sector comprende un lugar importante dentro del aspecto de la economía municipal, considerando al Municipio de Tuluá como una ciudad abanderada en la industria mediana como también en el establecimiento de grandes factorías que tienen sus sedes en esta ciudad como lo son un ingenio productor de azúcar sulfatada y derivados de la caña de azúcar y panelera, industrias productora de harina de diversos cereales, y de empresas productoras de levaduras de mayor tradición e importancia en Colombia. Otro de los productos de gran importancia en la industria tuluëña son los frutícolas especialmente los relacionados al lulo, frutos del bosque y cítricos, de gran fuerza en la ciudad. Las industrias productoras de servicio son de gran número y

de características PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) dedicadas a la satisfacción de la demanda interna de la ciudad, a través de la producción de textiles, calzado, alimentos procesados, marroquinera y transporte, la gran mayoría de estas industrias realizan las exportaciones de sus productos.

**2.1.2.3 Ganadería.** El municipio de Tuluá, cuenta con un gran número de importantes haciendas en las que sus gerentes han demostrado interés por el proceso de selección de las razas, entre las cuales se destacan: La Holstein, La Normando y la Cebú, localizadas en la zona montañosa del Municipio, debido a que en la parte alta predomina el ganado de clase criolla con algunos cruces.

**2.1.2.4 Comercio.** Este constituye uno de los aspectos de mayor importancia de este Municipio, la zona de influencia de mercados de Tuluá, comprende 16 Municipios incluyendo sus corregimientos y veredas, los cuales son verdaderos ejes de la riqueza agropecuaria, estos son: Andalucía, Bugalagrande, Riofrío, Trujillo, Zarzal, La Victoria, La Unión, Toro, Roldanillo, Bolívar. Las actividades comerciales están coordinadas por la Cámara de Comercio, cuya jurisdicción comprende los Municipios de Tuluá, Andalucía, Riofrío, Trujillo, Bugalagrande, Bolívar y Zarzal.

Entre las acciones que el municipio de Tuluá, ha implementado para el desarrollo y estímulo de los diferentes aspectos económicos se encuentran los concernientes al Plan de Desarrollo de cada municipio siguientes según los autores Carlos Mauricio Vega y Christian Zitzmann Betancour. En el caso del Municipio de Tuluá, son los siguientes:

#### **SECTOR AGROPECUARIO:**

a) Incremento del porcentaje de producción agrícola con asistencia técnica permanente y con proyección.

b) Diseño de programas para el incremento de la producción agrícola a través de asistencia técnica, mejorando la calidad de vida de la población rural con base en planes estructurados a largo plazo donde la asistencia es la herramienta estratégica y de seguimiento del campo.

c) Generación del Plan Estratégico Ambiental del Sector Agropecuario, Piscícola y Forestal para elevar la calidad de vida de sus habitantes con una perspectiva sostenible.

d) Establecimiento de convenios interinstitucionales para la comercialización de los productos agropecuarios (cajas de compensación, cadenas, exportadores de integración con el sector industrial, etc.).

e) Créditos con tasas de interés subsidiados que permitan la renovación del campo.

### **EN INDUSTRIA Y COMERCIO:**

a) El fortalecimiento en la creación de empresas privadas y asociativas en sectores estratégicos de la economía local, que brinde oportunidades tanto en la zona urbana como rural, a partir de la identificación de mercados regionales, nacionales e internacionales.

El municipio de Tuluá, también se ha desarrollado avances en otros subsectores, entre los cuales se puede encontrar:

### **EN TRANSPORTE:**

a) Mantenimiento de la señalización tanto vertical como horizontal y electrónica en el Municipio de Tuluá.

b) Realización de campañas educativas sobre normas de Tránsito y Transporte, que permiten disminuir los altos índices de accidentalidad.

c) Implementación de nuevas rutas y ampliación de corredores viales, para mayor cobertura, generando una movilidad más eficiente a nivel de la prestación del servicio de transporte público urbano.

d) Socialización del Plan de Movilidad a la comunidad con el fin de generar estrategias de desarrollo a un tráfico integrado.

e) Mejoramiento en la capacidad del tránsito y flujo vehicular con la construcción y ampliación de vías urbanas y rurales del Municipio.

f) Garantía del estado de las vías tanto urbanas como rurales, con un mantenimiento preventivo y permanente de la malla vial.

g) Adecuación del espacio público, los equipamientos y las infraestructuras de la movilidad, para el acceso de la movilidad sin restricciones.

### **EN TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL:**

a) Desarrollo de programas especiales de formación para el trabajo en áreas que permiten mayor probabilidad de acceso al empleo y autoempleo en la fase de inserción laboral.

b) Generación de mecanismos de gestión para la promoción de oportunidades laborales y a la vez propiciar mejoramiento de condiciones de vida de los habitantes del Municipio.

### **PROMOCIÓN AL DESARROLLO:**

- a) Fomento del desarrollo del polígono intercambio regional Plan Parcial Cinco.
- b) Conformación del Centro Regional Empresarial y Cultural, en el que los sectores privado y público apalancan el desarrollo de la municipalidad.
- c) Fortalecimiento de escenarios y mecanismos de gestión para mejorar los niveles de competitividad del sector productivo, comercial, agroindustrial, micro empresarial y de los empresarios ubicados en el Municipio.

### **EN TURISMO Y COMPETITIVIDAD:**

- a) Fortalecimiento e incremento de la vocación turística de la economía rural, enfatizando en los modelo de agroturismo, turismo ecológico y agro aventura.
- b) Desarrollo de mecanismos para generación de nuevos procesos de oferta y demanda a nivel económico.
- c) Incremento del número de turistas Nacionales e Internacionales que visitan el Municipio de Tuluá.
- d) Consolidación de rutas turísticas establecidas en el Municipio.
- e) Desarrollo de instrumentos de información que permitan identificar oportunidades para la creación de empresas, en función de las vocaciones productivas, identificadas con potencial de desarrollo para la ciudad y la región.

### **EN EQUIPAMIENTO MUNICIPAL:**

- a) Apoyo y consolidación del desarrollo de proyectos de infraestructura con proyección regional.
- b) Aumento y mejora de la disponibilidad del equipamiento municipal.
- c) Dinamización de la construcción de nuevas obras de infraestructura que permiten ampliar los servicios a la comunidad y garanticen mejoramiento de calidad de vida a los sectores que se benefician.

Otro de los ejes por los cuales la Administración Municipal de la ciudad de Tuluá -Valle promueve el desarrollo económico y la generación de empleo en el Municipio, son los Estímulos Tributarios que están contemplados en el acuerdo numero 15 de agosto 31 de 2005 por medio del cual se otorgan estímulos

tributarios para el desarrollo económico y la generación de empleo en el municipio de Tuluá, los cuales son los siguientes<sup>24</sup>:

**Artículo 7°. Exención de Impuestos Nuevas Empresas:** Estarán exentas de los Impuestos Predial Unificado, Registro de Industria y Comercio, Industria y Comercio, Avisos y Tableros y Uso del Suelo, por el término de diez años, las nuevas Empresas, que se constituyan y se localicen físicamente en la jurisdicción del Municipio de Tuluá entre el primero de Enero de 2006 y el 31 de Diciembre de 2.012.

**Artículo 8°. Exención de Impuestos para Empresas Establecidas:** Las Empresas Industriales, Comerciales y de Servicios ya establecidas en el municipio de Tuluá, que opten por expandirse dentro de los terrenos de su sede o en sedes alternas ubicadas en el territorio municipal o realicen procesos de reconversión tecnológica tendrán exoneraciones tributarias en los Impuestos Predial Unificado, Registro de Industria y Comercio, Avisos y Tableros, y uso del suelo en proporción al empleo directo generado.

**Artículo 9°. Exención de Impuestos como apoyo a la Productividad local y a las Empresas locales:** Las Empresas de carácter Industrial o Agroindustriales, que no hayan recibido alivios tributarios para su Instalación, radicadas en Tuluá que demuestren haber comprado materias primas o insumos productivos a otras Empresas radicadas en Tuluá, tendrán una exoneración del ciento por ciento (100%) de Impuestos de industria y Comercio, Avisos y Tableros, en la vigencia en que este evento se presente.

**Artículo 12°. Exención de Impuestos como apoyo a la Microempresa y a la Asociatividad:** Los Microempresarios que estén vinculados a procesos de Asociatividad sin perder su identidad y su autonomía como microempresa, con el objetivo estratégico de obtener mayor competitividad, gozarán de los beneficios consagrados en el presente acuerdo, independiente del patrimonio invertido y de los empleos generados.

### TITULO III

Condiciones y Características para Beneficiarse de la Exoneración:

**Artículo 13°.** Las Empresas que deseen beneficiarse de los estímulos tributarios consagrados en el presente Acuerdo deberán cumplir con las siguientes características:

---

<sup>24</sup>. Disponible en: <http://www.tulua.gov.co/empresarios.shtml>. Consultado el 03 de mayo de 2.013.

A) Los Activos totales comprometidos en su establecimiento en Tuluá, no podrá ser inferior a Ciento Cincuenta Salarios Mensuales Vigentes (150 SMMLV).

B) Los puestos de trabajo directo generados en su establecimiento en el Municipio no podrá ser inferior a cinco (5), los cuales deben haber estado vinculados como mínimo seis meses en el año para el cual se solicita la exoneración.

Cuando la nueva Empresa se instale en la ciudad de Tuluá, en un inmueble arrendado, el contrato de arrendamiento con opción de compra, no podrá tener un término de duración inferior a cinco años.

C) Como mínimo el ochenta por ciento (80%) del personal ocupado será mano de obra local tomada de la Base de Datos de la Oficina del Servicio Público de Empleo de Tuluá, en empleos directos deberá de ser mano de obra local, tomada de la Oficina del Servicio Público de Empleo de Tuluá.

**2.1.3 Entorno Social<sup>25</sup>.**El crear un clúster en el municipio de Tuluá, genera un conglomerado de posibilidades que benefician a la comunidad, empresas del mismo sector y actividades complementarias por que aportan a la generación de empleo, educación, salud y un sinnúmero de oportunidades; fortalece la economía del municipio, genera confianza y por ende mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Teniendo en cuenta que la meta definida, tanto en la Ley 1122 de 2007, como en el Plan de Desarrollo y el Plan Colombia 2019 es la del aseguramiento universal, el Sistema General de Seguridad Social en Salud está organizado bajo el sistema de aseguramiento que busca promover y vigilar el acceso a la seguridad social en salud a todos los habitantes., a través de la afiliación a los Regímenes Subsidiado y Contributivo.

En el municipio de Tuluá se celebraron contratos con las EPS Subsidiadas, a través de las EPS-S Cafesalud, Emssanar Caprecom contando con un total de 138.052 personas afiliadas y beneficiadas del régimen. En junio de 2010 se efectuó por parte de la Superintendencia Nacional de Salud, la liquidación de la EPS-S Calisalud, para lo cual la secretaría municipal realizó el traslado de la totalidad de los beneficiarios a las EPS-S Emssanar, Cafesalud y Caprecom.

Tuluá, ha realizado la oportuna gestión y destinación de los recursos del régimen subsidiado para la afiliación de la población pobre y vulnerable del municipio, la

---

<sup>25</sup>Disponible en internet:

[http://www.tulua.gov.co/apc-aa-files/37383761623134393439303433623039/Plan\\_Territorial\\_de\\_Salud\\_2012\\_2015.pdf](http://www.tulua.gov.co/apc-aa-files/37383761623134393439303433623039/Plan_Territorial_de_Salud_2012_2015.pdf). Plan territorial de Salud, 2012-2015. José German Gómez García. Alcalde Municipal y ELIECID AVILA AVILA, Secretario de Salud.

contratación del régimen subsidiado correspondiente a las vigencias 2008, 2009, 2010, 2011 se encuentran totalmente liquidados y con los respectivos paz y salvos, dando cumplimiento a lo establecido en el párrafo transitorio 2 del artículo 31 de la ley 1438 de 2011. La secretaria Municipal de Salud, a diciembre de 2011 la cobertura de afiliación al SGSS es la siguiente: 113.043. Se logró la transformación de la totalidad de los subsidios parciales de los Niveles 1 y 2 así como también de toda la población menor de 18 años, como reconocimiento a la gestión realizada por concepto de validación de registros siendo pioneros a nivel departamental en la recuperación y normalidad del giro de los recursos.

**2.1.4 Entorno político.** Actualmente el gobierno municipal mediante su plan de desarrollo del 2012- 2014 toca el tema de la salud y la generación de empleo de forma independiente, este se enfoca en el bienestar individual de la población más vulnerable pero no hay una directriz que indique una expansión o beneficio para el sector salud en planta física o por zona específica.

La Gestión Pública del municipio de Tuluá, el desarrollo del talento humano y el buen gobierno son los instrumentos que promueven la transparencia administrativa, inclusión y desarrollo, ampliando y fomentando las capacidades e iniciativas de participación e intervención política, social y ambiental de la ciudadanía y de las organizaciones sociales como expresiones de democracia participativa.

El municipio de Tuluá cuenta con el Centro de Atención Empresarial CAE<sup>26</sup>, el cual es un programa de simplificación de trámites suscrito inicialmente entre la Cámara de Comercio y el Municipio de Tuluá con la coordinación nacional de Confecámaras y el apoyo de la Embajada del Reino de los Países Bajos.

Además se debe tener en cuenta el cumplimiento de las normas mínimas de seguridad establecidas por el cuerpo de bomberos y expedidas a los usuarios del sector industrial, comercial y de servicios realizada por el inspector del Cuerpo de Bomberos de Tuluá (no tiene costo).

**2.1.5 Entorno tecnológico.** La tecnología es algo en lo cual invierten constantemente las empresas del sector salud por estar ello ligado al beneficio de los pacientes, mayores ingresos y al reconocimiento de la institución como vanguardista, pero ello solo aplica a las instituciones privadas, las públicas son más rezagadas en este aspecto.

Los factores que intervienen en el medio tecnológico se constituyen en uno de los elementos que ejercen influencia sobre las actividades desarrolladas por la empresa. Es así como el proyecto de Ciudad Digital desarrollado por la ciudad

---

<sup>26</sup> . Disponible en: <http://www.camaratulua.org/modulos.php?mod=content&fnc=viewi&id=1>. Consultado el 4 de mayo de 2013

de Tuluá ha contribuido en hacer más fácil la vida de los ciudadanos y digitalizando las distintas funciones de la Administración Municipal y otorgando a los empresarios herramientas de generación de consulta para el desarrollo de sus ideas. En la Universidad Central del Valle del Cauca, está Parquesoft, uno de los proyectos más ambiciosos para generar empleo y prestación de servicios de software a escala internacional, de la misma manera que, en la Universidad del Valle sede Tuluá se encuentra una incubadora de empresas apoyada por diversas agencias locales e internacionales. Ambas están orientadas a abrir nuevos espacios para la prestación de servicios y la generación de empleo.

En cuanto a empresas dedicadas a la tecnología encontramos el Centro Tecnológico del Río que está dedicado únicamente a la comercialización y promoción de equipos de cómputo de alta tecnología; en el centro comercial Madeira Plaza podemos encontrar una empresa que desarrolla de paquetes de software que son exportados a los países como México y Estados Unidos.

Tuluá cuenta con una buena disponibilidad de internet por cuenta de dos grandes empresas, como son Telmex y Telefónica dedicadas a la distribución de este servicio.

En cuanto al transporte la ciudad cuenta con un terminal de transportes donde operan un sinnúmero de empresas dedicadas al servicio intermunicipal con un parque automotor moderno y seguro. Así mismo la ciudad cuenta con dos empresas de taxis las cuales satisfacen la demanda de transporte local.

En cuanto al sector de la salud el municipio de Tuluá está regido por el Decreto 1011 de 2006 establece la Calidad de la Atención en Salud; siendo este también el objetivo principal de un Clúster de la salud, en donde "la provisión de servicios de salud a los usuarios individuales y colectivos de manera accesible y equitativa, a través de un nivel profesional óptimo, teniendo en cuenta el balance entre beneficios, riesgos y costos, con el propósito de lograr la adhesión y satisfacción de dichos usuarios", para efectos de evaluar y mejorar la Calidad de la Atención de Salud, el SOGC deberá cumplir con las siguientes características:

**Accesibilidad.** Es la posibilidad que tiene el usuario de utilizar los servicios de salud que le garantiza el Sistema General de Seguridad Social en Salud.

**Oportunidad.** Es la posibilidad que tiene el usuario de obtener los servicios que requiere, sin que se presenten retrasos que pongan en riesgo su vida o su salud. Esta característica se relaciona con la organización de la oferta de servicios en relación con la demanda, y con el nivel de coordinación institucional para gestionar el acceso a los servicios.

Seguridad. Es el conjunto de elementos estructurales, procesos, instrumentos y metodologías, basadas en evidencia científicamente probada, que pretenden minimizar el riesgo de sufrir un evento adverso en el proceso de atención de salud o de mitigar sus consecuencias.

Pertinencia. Es el grado en el cual los usuarios obtienen los servicios que requieren, de acuerdo con la evidencia científica, y sus efectos secundarios son menores que los beneficios potenciales.

Continuidad. Es el grado en el cual los usuarios reciben las intervenciones requeridas, mediante una secuencia lógica y racional de actividades, basada en el conocimiento científico<sup>27</sup>.”

En el mismo Decreto en mención, se definen como componentes del SOGC para los Prestadores de Servicios de Salud y Entidades Administradoras, los siguientes:

La habilitación, que consiste en una evaluación externa, de carácter gubernamental y obligatoria, orientada a garantizar unas condiciones mínimas de seguridad, de manejo del riesgo y de dignidad para los usuarios, sin las cuales no se pueden ofrecer ni contratar servicios de salud, cuya vigilancia es de la competencia del Estado, específicamente de las Direcciones Territoriales de Salud.

La auditoría para el mejoramiento de la calidad, identificada como una herramienta básica de evaluación interna, continua y sistemática del cumplimiento de estándares de calidad complementarios a los que se determinan como básicos En el Sistema Único de Habilitación. Los procesos de auditoría son obligatorios para las direcciones departamentales, distritales y municipales de salud, cuando actúan como aseguradoras, las instituciones prestadoras de servicios de salud, las entidades promotoras de salud del régimen contributivo y subsidiado, las entidades adaptadas y las empresas de medicina prepagada.

La acreditación en salud como el conjunto de entidades, estándares, actividades de apoyo y procedimientos de autoevaluación, mejoramiento y evaluación externa, destinados a demostrar, evaluar y comprobar el cumplimiento de niveles superiores de calidad por parte de las entidades que voluntariamente decidan acogerse a este proceso.

El sistema de información para la calidad, que permitirá estimular la competencia por calidad entre los agentes del sector y orientar a los usuarios en el

---

27 GUÍA PRÁCTICA DEL SISTEMA OBLIGATORIO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD EN SALUD. Ministerio De La Protección Social. Bogotá, Marzo 2013.

conocimiento de las características del sistema, en el ejercicio de sus derechos y deberes, así como de los niveles de calidad de los prestadores de servicios de salud, las entidades promotoras de salud del régimen contributivo y subsidiado, las entidades adaptadas y las empresas de medicina prepagada, para que puedan tomar decisiones informadas en el momento de ejercer sus derechos en el Sistema General de Seguridad Social en Salud.

El Servicio de Información y Atención al Usuario El SIAU permite al usuario externo contar con un mecanismo de comunicación directo con los diferentes niveles de atención, los cuales expresan sus necesidades y expectativas para la prestación de los servicios médicos asistenciales y el mejoramiento del mismo. Esto conlleva a centrar nuestras decisiones en la búsqueda de la satisfacción del usuario externo e interno, implementando nuevas ideas y políticas a través de la identificación de problemas, causas y soluciones, logrando el objetivo y motivación humanitaria.

**Las Funciones del Servicio de Información y Atención al Usuario (SIAU) son:**

- ✓ Atender en forma personalizada a los usuarios, garantizando la oportuna canalización y resolución de las peticiones.
- ✓ Hacer uso de los instructivos de diligenciamiento y registro de peticiones (identificación del usuario), como instrumento básico para la operación.
- ✓ Operativizar los diferentes medios de comunicación que permitan un análisis cualitativo de las necesidades del usuario a través de encuesta, sondeos, buzón de sugerencias.
- ✓ Implementar políticas y estrategias del mejoramiento del clima organizacional e institucional.
- ✓ Diseñar y desarrollar estrategias orientadas hacia la humanización de los servicios al desarrollo de herramientas de protección de los derechos y deberes derivados de la afiliación al sistema, portafolio de servicios, nuevas concepciones en la relación paciente – prestador.
- ✓ Recepcionar, clasificar, procesar, sistematizar, analizar e informar con criterio cualitativo y cuantitativo la información proveniente del usuario, grupo o comunidad que alimentan el proceso de toma de decisiones.
- ✓ Desarrollar estrategias tendientes a garantizar el cumplimiento de las decisiones acordadas a partir de la información del SIAU, por los niveles superiores del Hospital.

- ✓ Consolidar el servicio de atención a la comunidad a través de acciones concertadas que favorezcan su participación activa en el mejoramiento de la calidad de los servicios de salud.
- ✓ Poner a disposición del sistema administrativo del hospital la información proveniente de los usuarios con el fin de favorecer su integración equitativa de la oferta y la demanda de los servicios de salud.

**Las Características del Servicio de Información y atención al Usuario (SIAU) son:**

- ✓ Contar con información proveniente de los usuarios para facilitar el mejoramiento de la calidad de los servicios.
- ✓ Brindar conocimientos e información con relación a las características de la demanda de servicios de salud.
- ✓ Crear medios de expresión concreta de las necesidades de salud de los usuarios.
- ✓ Fortalecer la relación Institución – Usuarios – Comunidad.
- ✓ Promover actividades de sensibilización en el campo de los derechos y deberes en salud de los usuarios.
- ✓ Favorecer el desarrollo de los compromisos hacia los usuarios por parte de los prestadores de servicios.
- ✓ Conocer a los usuarios, grupos y comunidad que acceden a nuestros servicios.
- ✓ Ayudar a reducir costos y mejor uso de los servicios.

**Las funciones del responsable de la Gestión Del Servicio de Información y Atención Al Usuario (SIAU) son:**

- ✓ Divulgar las normas legales que fundamentan la creación del Servicio de Información y Atención al Usuario en todas las instancias: Gerencia, Administración, Usuarios y Funcionarios.
- ✓ Orientar decisiones gerenciales para solucionar problemas en apoyo a la toma de decisiones de los diferentes actores del proceso.
- ✓ Servir como herramienta de gestión y control de la calidad en el mejoramiento del clima organizacional y comunitario.

- ✓ Implementar sistemas Internos – Externos de protección y defensa de los derechos desde el sector salud.
- ✓ Fortalecer el mejoramiento en la gestión, organización y toma de decisiones de los servicios de la Institución.
- ✓ Apoyar a la orientación de políticas en la Institución con base en estudio de mercadeo e investigación en salud.

## **2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA SALUD EN COLOMBIA**

**2.2.1 Antecedentes de la salud en Colombia.** En la historia colombiana, han sido muchos como importantes los cambios que han afectado la prestación de los servicios de salud. En 1975, mediante el Decreto 056, se estableció formalmente la estructura y organización básica del Sistema Nacional de Salud, que se definió como: "el conjunto de organismos, instituciones, agencias y entidades que tengan como finalidad específica procurar la salud de la comunidad, en los aspectos de promoción, protección, recuperación y rehabilitación"<sup>28</sup>, en donde se plantearon las intervenciones dirigidas, por ejemplo, a preservar la salud sexual y reproductiva de las mujeres, a su inclusión en los programas de atención materno-infantil y de planificación familiar, las cuales se definieron como acciones prioritarias en el campo de la salud pública y de la atención primaria. Por aquella época el Ministerio de Salud orientaba mediante normas y financiaba con recursos de la Nación los diferentes programas, los cuales, conjuntamente con los Servicios Seccionales de Salud, asesoraba en su ejecución.

Las instituciones públicas y privadas que prestaban servicios de salud se adscribieron entonces al mencionado sistema a través de los subsectores oficial, privado y de seguridad social, no obstante que, sólo se organizó la operación del subsector oficial, desde la óptica de que éste, a su vez, dirigiría e integraría los otros subsectores del sistema.

La ejecución de dichos programas estaba a cargo de los hospitales regionales, locales, centros y puestos de salud, en donde se llevaban a cabo actividades dirigidas a la colectividad y también los individuos. En los departamentos, el Distrito Especial de Bogotá, las intendencias y comisarías, los servicios seccionales de salud se encargarían de dirigir el sistema en sus territorios al adaptar sus planes a las políticas y a los programas nacionales y al supervisar el funcionamiento de las entidades propias y adscritas.

---

<sup>28</sup> VIVAS, Jorge; TARAZONA, Eugenio; CABALLERO, Carlos, y MARRERO, Nancy, El Sistema Nacional de Salud, Fedesarrollo, Organización Panamericana de la Salud, s. l., 1988.

En cuanto a la financiación, la coordinación general del presupuesto nacional estaba centralizada en el Ministerio de Hacienda, que orientaba, elaboraba y controlaba el presupuesto de funcionamiento del Ministerio de Salud y de los establecimientos públicos adscritos a éste. El nivel nacional aportaba recursos para financiar la salud mediante transferencias provenientes del situado fiscal, otros aportes nacionales y los recursos de cooperación internacional. Por su parte, los departamentos, comisarías, intendencias, el Distrito Especial de Bogotá y los municipios estaban obligados a participar en la financiación del sistema de salud por dos vías distintas: los recursos provenientes de las rentas, que la nación les cedió para su recaudo y administración, y mediante aportes de sus presupuestos ordinarios.

Ya a finales de los ochenta el Gobierno Nacional impulsó la descentralización del Sistema Nacional de Salud, hecho que se inició con la Ley 12 de 1986 y que delegó en los municipios la competencia de construir, dotar y mantener los hospitales locales y los puestos y centros de salud. Posteriormente la Ley 10 de 1990 reforzó esa descentralización y asignó a los municipios la dirección y la prestación del primer nivel de atención en hospitales locales, centros y puestos de salud.

Esto apunta el profesor Román Vega Romero en relación con antiguo esquema de salud:

*El viejo modelo se apoyó en el Estado para ampliar la cobertura de los servicios médicos para pobres y poblaciones rurales e indígenas mediante subsidios a la oferta a través de programas de asistencia pública, el estímulo al desarrollo de un modelo Bismarckiano de seguridad social para trabajadores asalariados, la producción y entrega directa por parte del gobierno de servicios de salud a la población y la aplicación de medidas de salud pública, la promoción del desarrollo de servicios de atención médica de carácter privado, y la administración del conjunto del sistema de salud a través de un procedimiento centralista y sistémico en manos del Estado<sup>29</sup>.*

De otro lado, se destacaba en ese sistema de salud que concurría a la Ineficiencia del sector la alta participación de los gastos administrativos en el total del gasto en salud, como consecuencia de la burocracia en el sector público y de los escasos mecanismos centralistas de gestión administrativa que no permitían ejercer un control permanente de los gastos y una justa apreciación de la eficiencia institucional.

---

<sup>29</sup> Vega Romero, ROMÁN. EVALUACIÓN DE POLÍTICAS DE SALUD EN RELACIÓN CON JUSTICIA SOCIAL. Revista Médica de la Unal. Disponible en internet en <http://www.revmed.unal.edu.co/revistas/v3n2/v3n2e1.htm>

*“La ineficiencia en la utilización de los recursos de salud y la insatisfacción del público con respecto a la atención que recibía, fueron fuertes argumentos esgrimidos para sustentar la necesidad de una profunda reforma en el sector”<sup>30</sup>.*

El sistema de salud en Colombia, incluida la Seguridad Social, hasta la vigencia de la Ley 100 de 1993, se caracterizaba por la falta de universalidad, solidaridad y eficiencia.

**2.2.2 El estado de salud.** Dentro de todo sistema organizado de salud, contar con una información confiable y oportuna sobre la salud de la población es un requerimiento básico para la evaluación de ese sistema. Aunque todavía las condiciones de salud de la población son medidas a través de indicadores de mortalidad o de los reportes institucionales sobre demanda de atención entre ciertas enfermedades, poco a poco va ganando terreno la medición de la salud positiva de la población. No obstante, la salud se define, como viene de verse, de una forma negativa, como la ausencia de enfermedad.

El estado de salud es entonces una variable dentro de la verificación de eficacia y eficiencia de un sistema de salud, que por lo regular, debido a la concepción negativa de la salud se mide en términos de morbilidad y mortalidad. Por lo regular, al medir el estado de salud, se toma la salud como un nivel basal y se miden las desviaciones que de éste nivel se producen. Una alternativa útil para la medición de la salud poblacional es la aplicación de encuestas en las cuales se pregunta a la población sobre su percepción del estado de salud en que se encuentran. Esta estrategia ha mostrado ser confiable y consistente y puede proporcionar cifras que son representativas de diversos subgrupos de la sociedad. Una ventaja adicional de esta medición es que refleja el concepto amplio de salud como un estado de bienestar integral y no sólo se limita a detectar las alteraciones de tipo fisiológico o clínico.

La OMS ha desarrollado un complejo sistema de medición del estado de salud de la población que recientemente ha desarrollado la *International Classification of Functioning, Disability and Health for Children and Youth* (ICF-CY), habida cuenta de la importancia de disponer de descripciones precisas del estado de salud de los niños, se utiliza una metodología que desde hace largo se aplica de forma estándar a los adultos. Considerando a los niños y jóvenes en el contexto de su medio ambiente y su proceso de desarrollo continuo, la ICF-CY aplica códigos de clasificación a cientos de funciones y estructuras corporales, actividades y formas de participación, así como a diversos

---

<sup>30</sup> Ibid. P.240.

factores ambientales que limitan o posibilitan el desempeño de los jóvenes en una serie de actividades cotidianas<sup>31</sup>.

Con ello, la OMS busca que “[e]l crecimiento rápido y los cambios veloces que ocurren durante los dos primeros decenios de vida no se reflejaban lo suficiente en la Clasificación internacional del funcionamiento de la discapacidad y de la salud (CIF), precursora de la ICF-CY. Esta última aborda con mayor detalle ese periodo importante del desarrollo. Gracias a su nuevo sistema de codificación estandarizado, ayudará a los clínicos, educadores, investigadores, administradores, instancias normativas y padres a documentar y cuantificar las características importantes del crecimiento, de la salud y del desarrollo de niños y jóvenes<sup>32</sup>.”

De manera que el estado de salud, a más de comportar un elemento valioso en la construcción del aspecto cualitativo de todo sistema de salud, se convierte en un indicador importantísimo para otras actividades colectivas o individuales.

**2.2.3 Políticas en salud.** Se considera que las políticas públicas en salud no son un fin en sí mismas<sup>33</sup>; son, más bien, un medio para dar respuesta a una problemática social específica, de ahí se desprende que en el núcleo de concepto de las políticas públicas se encuentra anclado el asunto que se quiere resolver, al que se le quiere dar respuesta, o sea, la presencia de un problema público.

Las políticas públicas en salud son el resultado de la actividad de una autoridad investida de poder público y de legitimidad gubernamental frente al problema de la salud. Si la política es un concepto amplio, relativo al poder en general, la política en salud corresponde a soluciones específicas de cómo manejar los asuntos de salud. La política en salud se presenta bajo la forma de un conjunto de prácticas y de normas que emanan de uno o varios actores públicos, se le atribuyen generalmente las siguientes características: contenido, programa, orientación normativa, factor de coerción y competencia social.

En el caso colombiano, en los 80s se dio un proceso de crítica a las políticas de salud desarrolladas en las últimas tres décadas, en vista de que el concepto de salud promulgado por la OMS y que sirvió de base durante tres décadas requería ciertos ajustes; es decir la salud no podía seguir viéndose como un estado, cuando se trataba de un proceso. Por lo cual se explica la salud como la resultante de un gran número de fuerzas, las cuales se

---

<sup>31</sup> Informe de prensa de la OMS: en <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2007/pr59/es/index.html>

<sup>32</sup> *Ibíd.*

<sup>33</sup> DEUBEL, Roth. Discurso sin compromiso. La política pública de los derechos humanos en Colombia. Bogotá. Ed. Aurora. 2006

agrupan en cuatro categorías de factores:<sup>34</sup> Ambiente, Comportamiento, Herencia y Servicios de salud. Esta es la base conceptual de la principal política sanitaria en materia de atención primaria de los años 80 en el subsector oficial y mixto.

La Atención Primaria en Salud (APS) se incorporó dentro de los programas de salud del subsector privado en la década de los 80s; podría decirse que los ejemplos más característicos y más amplios de este tipo son las experiencias de la Federación de Cafeteros de Colombia, las Cajas de Compensación Familiar, algunas fundaciones aisladas y las Universidades estatales o privadas con programas de pre o post-grado con énfasis en APS.

Otra de las grandes preocupaciones que se tuvo durante la década de los años 80s fue la relacionada con la racionalización del uso de los recursos disponibles en el sector. Era evidente entonces que en el país se venía desarrollando infraestructura asistencial y programas de atención por cada uno de los subsectores (público, privado y de la Seguridad Social) sin ninguna coordinación, lo que llevaba a la duplicación de esfuerzos que le restaba eficiencia y eficacia a las inversiones en salud.

Se reconocía que ésta poca inversión de los recursos se manifestaba en aspectos como los siguientes:

- ✓ Bajos índices de ocupación de la infraestructura hospitalaria, especialmente la de primero y segundo nivel de complejidad.
- ✓ Concentración de las acciones de salud de las instituciones de los distintos subsectores en la misma franja poblacional, con lo que las nuevas inversiones en salud no contribuían a extender los índices de cobertura.

Esas políticas de salud, a juicio de algunos especialistas, debían estar acompañadas de un monto de recursos que debía ser suficiente para garantizar cobertura universal<sup>35</sup>. Sin embargo, la ineficiencia del sector se traducían en una baja cobertura de los servicios de salud. Antes de la reforma, más del 20% de las personas que requerían servicios de atención médica afirmaban no tener acceso a ella. Este porcentaje era más alto en el caso de la población rural (28.5%), la población pobre (36%) y la población pobre del campo (40%)<sup>36</sup>. Asimismo, 30% de la población aún no contaba con los servicios básicos de promoción y prevención. De otra parte, en 1994 tan sólo

---

<sup>34</sup> RODRÍGUEZ, William. Salud ¿Cómo garantizar la calidad?. Ministerio de trabajo y Seguridad Social. Colombia 1996 P. 32

<sup>35</sup> RESTREPO. M. La reforma a la Seguridad Social en salud de Colombia y la teoría de la competencia regulada”, mimeo preparado para la Cepal, octubre de 1996.

<sup>36</sup> MINISTERIO DE SALUD. La reforma a la seguridad social, Informe Final, programa de apoyo a la reforma en salud. Universidad de Harvard. 1996. P.96.

20% de la población estaba cubierta por un régimen de seguridad social en salud, cifra que ascendía a 80% en el caso del sector rural.<sup>37</sup>

La cobertura entonces del sistema, en lo que respecta a algunas instituciones se concretaba en decisiones políticas y aunque el Decreto 1650 de 1977 definía los beneficios a los afiliados al Seguro Social en las áreas de promoción, prevención diagnóstico, tratamiento y recuperación, no todos los usuarios tenían los mismos derechos. Presentándose situaciones en las cuales, según las características individuales del afiliado (ingresos, nivel social, etc.) se realizaban tratamientos especializados fuera del país o en instituciones de alto nivel tecnológico a las cuales no tenían acceso personas de bajo nivel económico.

**2.2.4 Diseño del sistema de salud.** Desde el punto de vista operacional, era claro que el Estado, tenía como tarea primordial, frente a una política de salud, por lo menos esbozada, la de distinguir las dos dimensiones –equidad en salud y equidad en el consumo de servicios de salud– puesto que el diseño de las políticas difiere según cada uno de esos objetivos. Ello es así porque los determinantes de las desigualdades en el enfermar y morir difieren de aquellos de las desigualdades en el consumo de servicios de salud. Las inequidades en salud reflejan, de manera dominante, las desigualdades sociales y, en función de la relativa efectividad de las acciones de salud, la equidad en el uso de servicios de salud es condición importante, pero no suficiente, para disminuir las desigualdades en el enfermar o morir existentes entre los grupos sociales<sup>38</sup>.

Se observa por otro lado que la complejidad y la diversidad del financiamiento dificultaban o impidieron en el otrora Sistema Nacional de Salud que la expansión de los recursos se vinculara al logro de determinados niveles de eficiencia y desempeño (alcance de resultados), debilitando en forma extraordinaria los incentivos y terminando por persistir los presupuestos históricos y dependencia de las transferencias del Gobierno Nacional, lo que, de entrada, puede atribuirse a la forma en que se diseñó el sistema.

Aparece igualmente que en el diseño del sistema hubo un ostensible descuido de los factores epidemiológicos, de la promoción y ejecución de programas preventivos, de la integración de los niveles de atención y de la conformación de redes de referencia y contrarreferencia, o sea, la estructuración de los servicios de salud no se diseñó en relación con la oferta territorial. Se sobrestimó también

---

<sup>37</sup> ídem. P.101.

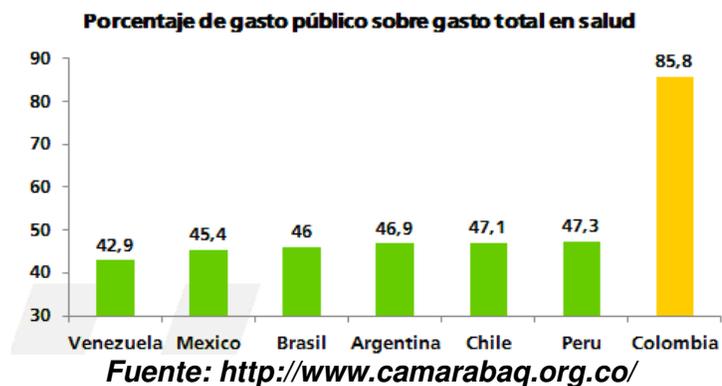
<sup>38</sup> TRAVASSOS, C. 1992. Equity in the use of private hospitals contracted by a compulsory insurance scheme in the city of Rio de Janeiro, Brazil, in 1986. PhD Thesis, The London School of Economics and Political Science. Department of Public Administration. London. Citado por ALMEIDA, Celia. REFORMA DEL SECTOR SALUD Y EQUIDAD EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. N° 9 DICIEMBRE DE 2005.

la capacidad de respuesta de la oferta privada prestadora y aseguradora, principalmente la del Seguro Social.

**2.2.5 Estadísticas de la salud en Colombia**<sup>39</sup>. Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), después de Argentina (10%) y Brasil (8.4%), Colombia es el país de Latinoamérica que más gasta en salud como porcentaje del PIB con un 6.1% en 2007.

En el gráfico a continuación se puede observar la gran cantidad de recursos públicos que consume el sector salud en Colombia, el 86% del total gastado en salud. Esta fracción es prácticamente el doble que la de otros países vecinos.

**Gráfico 4. Gasto de la salud en Latinoamérica**



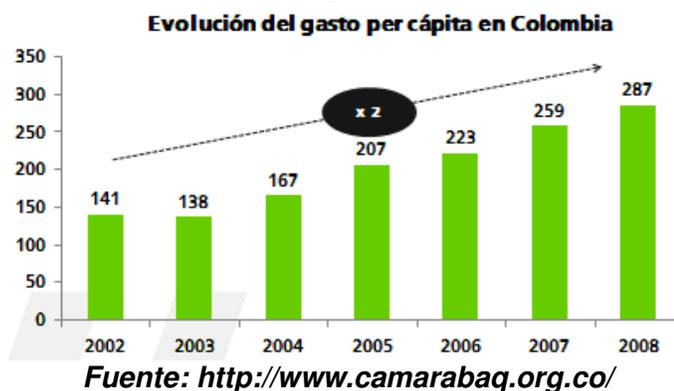
Asimismo, Colombia no es ajena a las tendencias globales de aumento del gasto per cápita en salud. En el gráfico a continuación vemos como en 8 años, Colombia ha doblado su gasto per cápita, el cual asciende actualmente a US\$287.

---

39 Disponible en internet:

[http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=419&Itemid=271](http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=419&Itemid=271). Consultado el 6 de mayo 2013.

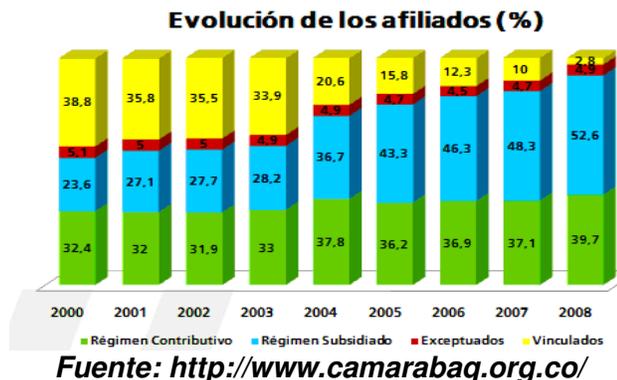
**Gráfico 5. Evolución de gastos en salud 2002- 2008**



En los últimos diez años, la cobertura de salud en Colombia se ha incrementado drásticamente de un 58% a un 89%. Colombia aún no ha alcanzado la universalidad en la cobertura en salud ya que un 11% de su población aún no se encuentra cubierta. Como se aprecia en el gráfico a continuación, el tipo de régimen que ha sido en mayor parte responsable del crecimiento en el número de afiliados ha sido el régimen subsidiado, lo cual significa que cada vez más, la seguridad social se financia con recursos públicos.

La expectativa con la entrada de la Ley 100 era que el régimen contributivo fuera el régimen responsable de la mayor parte del crecimiento en número de afiliados. No obstante, vemos que, a día de hoy, esto no ha sido así. Finalmente, se aprecia cómo el número de vinculados, es decir, personas que quedan fuera del sistema de seguridad social y son atendidas por las empresas sociales del estado, se ha reducido drásticamente en los últimos 10 años.

**Gráfico 6. Cantidad de afiliados por régimen 2000-2008**

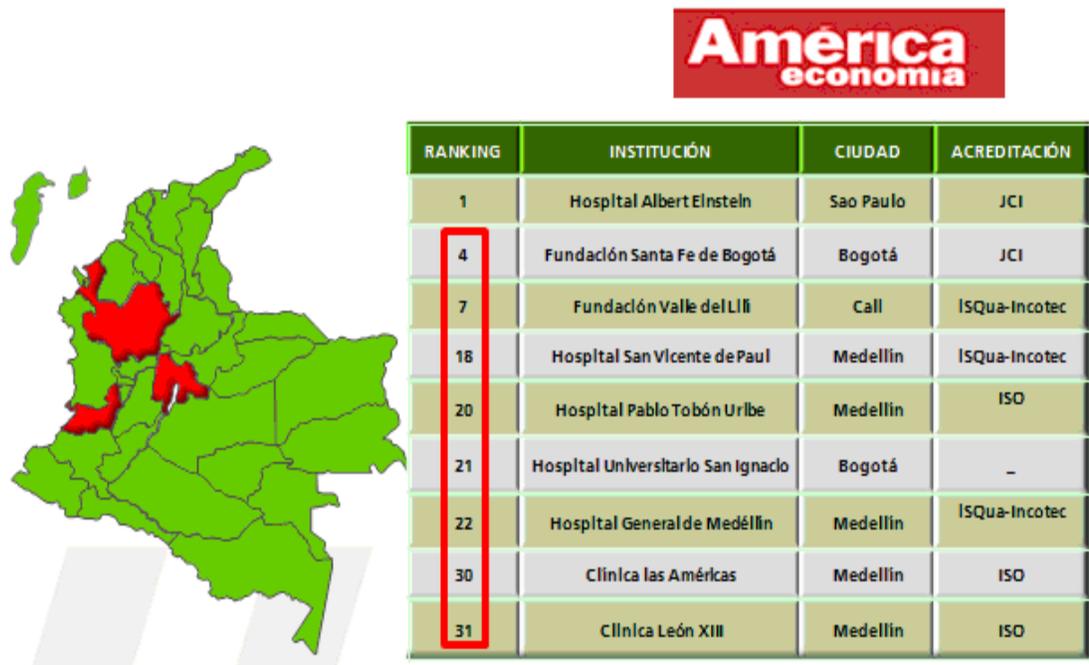


Según datos del Ministerio de Protección Social de 2007, había registrados en Colombia un total de 55.000 prestadores de servicios de salud, el 75% de los

cuales son médicos independientes, el 17% IPSs privadas y el 8% IPSs públicas. Entre estas empresas hay 1.162 hospitales. Aun siendo una gran cantidad de empresas, un número muy reducido de prestadores de servicios de salud en Colombia se encuentra acreditado por entidades certificadoras nacionales o internacionales.

Las ciudades líderes en empresas prestadoras de servicios de salud son Medellín, Bogotá y Cali. Según el ranking de 2010 de la revista América Economía, 8 de los 35 mejores empresas prestadoras de servicios de salud en Latinoamérica en 2010 eran colombianas. Como podemos ver en la tabla a continuación, todas esas instituciones se encuentran concentradas en esas tres ciudades.

**Figura 5. Listado de las mejores instituciones de salud**



**Fuente: Revista América Economía**

Aprovechando la coyuntura que da el tener en el departamento una de las mejores clínicas como es fundación Valle del Lili, es una gran enseñanza para mejorar los servicios en la ciudad y tomando como referencia el clúster del Barrio Tequendama el implementar este tipo de asociaciones dispara el desarrollo en el sector específico por que se desarrolla en sectores complementarios y de forma vertical.

**2.2.6 Los Clúster Nacionales.** En la actualidad Colombia presenta varios sectores en los que se han enfocado los clúster que se han implementado o están en etapa de ello, estos son:

**Tabla 5. Clúster no agropecuarios en Colombia**

Nombre del cluster	Principales actividades y subclusters
1 Fabricación de maquinaria y equipos eléctricos	Aparatos de uso doméstico, equipo eléctrico, maquinaria agropecuaria y forestal, etc.
2 Textiles y confecciones	Prendas de vestir, textiles y sus productos.
3 Automotores, autopartes y otro equipo de transporte	Vehículos, motos y otros equipos de transporte.
4 Farmacéuticos	Farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos
5 Servicios empresariales	Suministro de personal, investigación, seguridad, limpieza, arquitectura, publicidad y otros.
6 Productos químicos	Sustancias químicas básicas, plaguicidas, abonos y compuestos orgánicos.
7 Tecnologías de la información y las comunicaciones	Consultores en programas informáticos, servicios de telecomunicaciones, telefónicos y de transmisión por cable, procesamiento de datos, y otras actividades informáticas.
8 Bienes raíces, construcción y desarrollo urbano	Construcción de edificaciones de ingeniería civil y edificaciones residenciales, actividades inmobiliarias, fabricación de cemento, vidrio, minerales metálicos, etc.
9 Cosméticos	Jabones, detergentes y preparados de tocador.
10 Servicios de distribución y comercialización	Comercio al por mayor y al por menor.
11 Educación y creación de conocimiento	Educación preescolar, básica primaria, secundaria, superior y laboral especial. Investigación y desarrollo experimental.
12 Entretenimiento	Parques nacionales, actividades de radio y televisión, de juegos de azar, deportivas, teatrales, musicales y otras.
13 Servicios financieros	Seguros de vida, intermediación monetaria y financiera, actividades bancarias y de cooperativas financieras, etc.
14 Cuero, calzado y artículos de cuero	Calzado y sus partes, curtido de cueros, artículos de viaje, etc.
15 Productos forestales	Papel, cartón, pastas celulósicas y otros productos de madera.
16 Muebles	Muebles, colchones y somieres.
17 Hoteles y restaurantes	Restaurantes, alojamiento y otros tipos de expendio de comida.
18 Joyería y metales preciosos	Joyas y artículos conexos.
19 Bienes y servicios de la salud	Hospitalizaciones, actividades de la práctica médica, de apoyo terapéutico, etc.
20 Fabricación de manufacturas metálicas	Metálicos para uso estructural, artículos de ferretería, trabajos de ingeniería mecánica y otros.
21 Productos y servicios del petróleo y el gas	Servicios relacionados con la extracción y exportación de petróleo y gas.
22 Plásticos, caucho y sus productos	Formas básicas de plástico, productos de caucho, neumáticos y llantas.
23 Servicios públicos, generación y transmisión de energía	Generación de energía, distribución de agua y eliminación de desperdicios.
24 Alimentos procesados, bebidas y tabaco	Molinería, lácteos, carne y pescados, bebidas y tabaco.
25 Imprentas y editoriales	Actividades de edición, impresión y servicios conexos.
26 Transporte y logística	Transporte de carga y de pasajeros, actividades de agencias de viaje, etc.
27 Minería del carbón	Extracción y aglomeración de hulla y carbón lignítico.
28 Minería e industrias metálicas básicas	Industrias básicas del hierro y el acero, fundición y extracción.
29 Minería no metálica	Extracción de minerales no metálicos, piedra, arena y arcilla.

**Fuente:** <http://www.compitem.com.co/site/wp-content/uploads/informes/2009-2010/13-Mapa%20de%20clúster%20no%20agropecuarios%20en%20Colombia.pdf>

Actualmente se encuentra en Colombia propuestas de clúster y otros en funcionamiento; el departamento donde más se ha trabajado este tipo de fusiones es Antioquia hasta el punto de denominarse ciudad clúster. A continuación se incluyen algunos de ellos, con la ubicación, el estado y la página de referencia.

**Tabla 6. Algunos de los clúster que están vigentes en la actualidad**

No.	CLUSTER	TIPO	REGION - CIUDAD	ESTADO	INFORMACION
1	el complejo productivo del café y hortofrutícola	Agrícola	en el eje cafetero,	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
2	el complejo productivo del arroz y la soya,	Agrícola	en el alto magdalena (Pitalito, Garzón, Neiva, Espinal y Girardot),	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
3	el complejo productivo del plátano y el banano	Agrícola	en las regiones del Urabá Antioqueño y el Bajo Magdalena,	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
4	el complejo productivo del tabaco	Agrícola	en los Santanderes,	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
5	el complejo productivo de la papa	Agrícola	en Boyacá y Cundinamarca,	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
6	el complejo productivo del algodón	Agrícola	en el Tolima,	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
7	los complejos Productivos de la palma africana y la ganadería	Agrícola	en las regiones de la Costa Atlántica y los Llanos Orientales,	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
8	el complejo productivo de productos maderables y de camarones	Agrícola	en la Costa Pacífica	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
9	el complejo productivo de las flores	Agrícola	en la Sabana de Bogotá	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
10	Desde el año 2007, con el desarrollo de la producción de biocombustibles (alcohol carburante y biodiesel),	industrial	en varias partes del país,	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
11	complejos productivos con base en: la palma africana, la yuca, el maíz, la soya y la higuera	Agrícola	en diferentes regiones.	estructuración	<a href="http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm">http://www.eumed.net/libros/2007b/304/complejos%20productivos%20(clusters)%20en%20Colombia.htm</a>
12	Cluster Energía Eléctrica	industrial	Medellín y Antioquia	funcionamiento	<a href="http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/U/un_clu ster_con_la_energia_para_cruzar_fronteras/un_cluster_con_la_energia_para_cruzar_fronteras.asp">http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/U/un_clu ster_con_la_energia_para_cruzar_fronteras/un_cluster_con_la_energia_para_cruzar_fronteras.asp</a>
13	Cluster Textil/Confección, Diseño y Moda	industrial	Medellín y Antioquia	funcionamiento	<a href="http://www.camaramedellin.com.co/site/Competitividad-Empresarial/Comunidad-em-Cluster-em.aspx">http://www.camaramedellin.com.co/site/Competitividad-Empresarial/Comunidad-em-Cluster-em.aspx</a>
14	Cluster Construcción	industrial	Medellín y Antioquia	funcionamiento	<a href="http://www.camaramedellin.com.co/site/Competitividad-Empresarial/Comunidad-em-Cluster-em.aspx">http://www.camaramedellin.com.co/site/Competitividad-Empresarial/Comunidad-em-Cluster-em.aspx</a>
15	Cluster Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones	industrial	Medellín y Antioquia	funcionamiento	<a href="http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/el_clu ster_de_la_salud_se_fortalece_con_su_marca/el_cluster_de_la_salud_se_fortalece_con_su_marca.asp">http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/el_clu ster_de_la_salud_se_fortalece_con_su_marca/el_cluster_de_la_salud_se_fortalece_con_su_marca.asp</a>
16	Cluster Servicios de Medicina y Odontología	servicios	Medellín y Antioquia	funcionamiento	<a href="http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/L/la_regio n_impulsara_las_tic_con_un_nuevo_cluster/la_region_impul sara_las_tic_con_un_nuevo_cluster.asp">http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/L/la_regio n_impulsara_las_tic_con_un_nuevo_cluster/la_region_impul sara_las_tic_con_un_nuevo_cluster.asp</a>
17	Cluster Tecnología, Información y Comunicación (TIC)	industrial	Medellín y Antioquia	estructuración	<a href="http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/L/la_regio n_impulsara_las_tic_con_un_nuevo_cluster/la_region_impul sara_las_tic_con_un_nuevo_cluster.asp">http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/L/la_regio n_impulsara_las_tic_con_un_nuevo_cluster/la_region_impul sara_las_tic_con_un_nuevo_cluster.asp</a>
18	El clúster del azúcar-CENICANA	Agroindustrial	ubicado en el valle interandino del río Cauca, en el suroccidente de Colombia, en 39 municipios de los departamentos de Caldas, Cauca, Risaralda y Valle del Cauca		<a href="http://www.cenicana.org/quienes_somos/agroindustria/clus ter_del_azucar.php">http://www.cenicana.org/quienes_somos/agroindustria/clus ter_del_azucar.php</a>
19	Cluster motriz del grupo Éxito	comercial	en diferentes regiones.	Funcionando	<a href="http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/G/grupo_ exito_afianza_cluster_motriz/grupo_exito_afianza_cluster_m otriz.asp">http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/G/grupo_ exito_afianza_cluster_motriz/grupo_exito_afianza_cluster_m otriz.asp</a>
20	el clúster SAN Colombia (seguridad Alimentaria y nutrición)	humanitario	en varias partes del país,	estructuración	<a href="https://docs.google.com/file/d/0B9pmydNosMULMDAwZGE1ZlMlY2MzNi00MWMYLTgzZTYlOTI3ZGlyMTA1Mjk/edit?pli=1">https://docs.google.com/file/d/0B9pmydNosMULMDAwZGE1ZlMlY2MzNi00MWMYLTgzZTYlOTI3ZGlyMTA1Mjk/edit?pli=1</a>
21	El Cluster de Salud	servicios	en Barranquilla y el Atlántico	Funcionando	<a href="http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=419&amp;Itemid=271">http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=419&amp;Itemid=271</a>
22	El clúster de insumos agroindustriales	Agroindustrial	en Barranquilla y el Atlántico	Funcionando	<a href="http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=497&amp;Itemid=298">http://www.camarabaq.org.co/index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=497&amp;Itemid=298</a>
23	Metalurgia --	industrial	Bogotá	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
24	Cuero y Calzado y marroquinería	industrial	Valle del Cauca	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
25	Confecciones --	industrial	Cúcuta	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
26	Chocolates --	industrial	Santander	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
27	Turismo Risaralda --	servicios	risaralda	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
28	Artes Gráficas --	servicios	Cauca --	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
29	Bordados Cartago y Ansermanuevo	industrial	Valle del Cauca - cartago	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
30	Cosméticos Bogotá --	industrial	Bogotá	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
31	Software y Servicios Relacionados --	servicios	Bogotá	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
32	Biotecnología sector agroindustrial --	Agroindustrial	Caldas, Risaralda y Quindío	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
33	Café en Tolima --	Agrícola	Ibague - Tolima	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
34	Turismo --	servicios	Quindío	estructuración	<a href="http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166">http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=18166</a>
35	Cluster aero espacial	industrial	Valle del Cauca - cali	estructuración	<a href="http://www.ccc.org.co/articulos-revista-accion/ediciones/138/7173/cluster-aeroespacial-del-valle-ya">http://www.ccc.org.co/articulos-revista-accion/ediciones/138/7173/cluster-aeroespacial-del-valle-ya</a>

**Fuente: Autoría propia.**

Ellos se clasifican en nacionales o regionales a continuación se incluye esta clasificación

No.	NACIONAL
1	1. Algodón - Fibras - Textil - Confecciones
2	2. Autopartes – Automotor
3	3. Azúcar – Confitería – Chocolatería
4	4. Cuero – Manufacturas de Cuero y Calzado
5	5. Oleaginosas, Aceites y Grasas
6	6. Camarón de Cultivo
7	7. Atún
8	8. Productos de Aseo y Cosméticos
9	9. Papa
10	10. Camarón de Pesca
11	11. Piscicultura de Exportación
12	12. Forestal, Muebles y Manufacturas de Madera
13	13. Artefactos Domésticos y Comerciales
14	14. Equipos y Maquinaria Eléctrica y Electrónica Profesional
15	15. Cárnicos
16	16. Lácteos y sus Derivados
17	17. Metalmecánica
18	18. Forestal, Pulpa, Papel, Industria Gráfica
19	19. Banano
20	20. Café
21	21. Flores
22	22. Petroquímica
23	23. Cadena de productos orgánicos
24	24. Cadena de hierbas aromáticas, plantas medicinales y aceites esenciales
25	25. Software
26	26. Transporte Aéreo Internacional de Carga
27	27. Servicios de Salud
28	28. Servicios de Transporte Aéreo
29	29. Servicios de Logística y Transporte Terrestre
30	30. Servicios de Ingeniería y Consultoría

No.	REGIONAL
	1. Cluster Cuero y Marroquinería – Nariño
	2. Electrónica de la Zona Cafetera
	3. Textil y Confecciones de la Zona Cafetera
	4. Cluster de Hortalizas y Frutas
	5. Cluster de Ropa Interior Femenina
	6. Cluster de Turismo Cartagena
	7. Cluster de Turismo San Andrés Islas
	8. Cluster de Turismo Santa Marta
	9. Cluster de la Cultura Vallenata
	10. Cluster de Vivienda

**Fuente:**

<http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=17&>

Este tipo de asociaciones son muy beneficiosas no solo para el sector específico si no para las empresas y microempresa que se ubique en esa zona porque al atraer a propios y extraños dinamiza el sector generando fuentes de empleo y satisfaciendo necesidades.

**2.2.7 Descripción de los servicios de un Clúster.** Un clúster en salud debe abarcar varios servicios de esta área, por ello se tomara como referencia la mejor clínica que posee el departamento del Valle del Cauca, ella es la fundación Valle del Lili, un Clúster bien consolidado en este sector debe abarcar dichos servicios y superar las expectativas porque se deben brindar servicios básicos como servicios médicos, clínicos y quirúrgicos servicios de alta complejidad y tecnología de vanguardia, unidades de diagnóstico, tratamiento de todo tipo de enfermedades, cuidado crítico, cáncer, urgencias o trasplantes y muchas más. Se debe contar con especialistas en áreas como:

**Tabla 7. Servicios básicos**

Alergología	Anestesiología	Audiología
Cardiología Electrofisiología	Cardiología Hemodinámica	Cardiología Medicina Interna
Cardiología Pediátrica	Cirugía Cardiovascular	Cirugía Cardiovascular Pediátrica
Cirugía colon y recto	Cirugía de cabeza y cuello	Cirugía de columna
Cirugía de mano	Cirugía de pie	Cirugía de tórax
Cirugía Gastrointestinal	Cirugía General	Cirugía Oncológica
Cirugía Oral y Maxilofacial	Cirugía Pediátrica	Cirugía Plástica
Cirugía Vasculat	Clínica del Dolor	Dermatología
Dermatología Oncológica	Dermatología Patología	Endocrinología Medicina Interna
Fonoaudiología	Gastroenterología Hepatología	Gastroenterología Medicina Interna
Gastroenterología Pediátrica	Ginecología y Obstetricia	Hematología Medicina Interna
Hemato-oncología Clínica	Hemato-oncología Clínica Pediátrica	Infectología medicina interna
Medicina Nuclear	Medicina Familiar	Medicina Física y Rehabilitación
Medicina Interna	Medicina Reproductiva	Nefrología Medicina Interna
Nefrología Pediátrica	Neumología Medicina Interna	Neurocirugía
Neurología	Neurología Pediátrica	Neuropsicología
Neuroradiología	Nutrición y Dietética	Odontología
Odontopediatría	Oftalmología	Oftalmología Pediátrica
Optometría	Ortótica	Oncología Clínica Medicina Interna
Oncología Ginecológica	Oncología Ortopédica	Ortopedia y Traumatología
Ortopedia y Traumatología Pediátrica	Otología	Otorrinolaringología
Pediatría	Pediatría Cuidados Intensivos	Pediatría – Endocrinología
Pediatría – Infectología	Pediatría – Neonatología	Psicología
Reumatología	Urología	

***Fuente: Elaboración propia, tomando de los servicios que prestan los clúster en otras ciudades***

Contar con servicios que mejoren la calidad de la estadía de sus usuarios centros con áreas para especialidades como

**Tabla 8. Servicios especializados**

Cardiología: Electrofisiología, cardiopatías,	Hemodinámica: Cateterismo, Oncología, quimioterapias, radioterapias	Cirugía de alta y baja complejidad (neurocirugía), trasplantes, donación de órganos.
Consulta Externa	Dermatología y cuidado de la piel	Endoscopia
Imágenes Diagnósticas (tomografías, ecografías (2D y 3D) y radiología)	Medicina Nuclear y gamagrafías	Oftalmología
Radioterapia	Unidad de Cuidado Intensivo adultos y pediátrica, oncología y clínica del dolor	Laboratorio y/o apoyos diagnosticas: patologías. bacteriología
Neurología, Neurocirugía, Psiquiatría, Neu- ropsiquiatría, Psicología, Neuropsicología y Terapia Ocupacional	Psiquiatría, Psicología y Terapia Ocupacional	Urgencias y urgencias pediátricas
Pediatría y obstetricia	Medicina Física y de Rehabilitación: Terapia respiratoria, Fisioterapia respiratoria, Rehabilitación pulmonar, Clínica de tabaquismo, Educación y formación al paciente.	Psicología, Psiquiatría
Cirugías Orales, reconstructivas y maxilo faciales	Cirugías Bariátricas, laparoscópicas y bypass	Especialidades no quirúrgicas: Medicina Interna, Alergología, Neumología, Nefrología Dermatología, e Infectología, Reumatología, Endocrinología, Gastroenterología, Geriatría y Cuidados Paliativos,
Medicina Reproductiva y Fertilidad	Neumología	Nutrición
Odontología	Oftalmología y cirugías de ojos y retina, Adulta y Pediátrica	Audiologías y audiometrías
Ortopedia y traumatología	Cirugías estéticas : Blefaroplastia (rejuvenecimiento de párpados), Rejuvenecimiento	Cirugía reconstructiva: De mama post cáncer, reconstrucción para el cáncer de piel, cara y

	facial (frente, cuello, cejas), Cirugía Endoscópica Facial, Contorno de cara, Rinoplastia (alternancia de la nariz), Dermoabrasión, Genioplastia (contorno de la barbilla), Otoplastia (alteración de pabellones auriculares), Restauración del pelo, Mamoplastia de aumento, reducción o elevación, Liposucción, Abdominoplastia (reducción de abdomen), Tratamientos no quirúrgicos (rellenos faciales, Toxina- Botulínica)	cuello post cáncer, Reparación de los defectos post-operatorios, de defectos postraumáticos, Revisión de cicatrices, Mamoplastia de reducción, Cirugía post- bariátrica (cara, brazos, mamas, espalda, abdomen y muslos), Cirugía Micro vascular, Defectos vasculares, Malformaciones congénitas, Reparación de labio leporino y paladar, Deformidades Craneofaciales, Cirugía Maxilofacial, Cirugía de la mano
--	--	--

**Fuente: Elaboración propia, tomando de los servicios que prestan los clúster en otras ciudades**

Como esta área es amplia también se deben contar con servicios secundarios o adicionales como serian servicios como:

**Tabla 9. Otros servicios**

Helipuerto	Oficinas y sedes de las entidades aseguradoras de salud	Cafeterías
Restaurantes	Iglesias o capillas	Zonas verdes
Entidades Bancarias y Cajeros electrónicos	Hoteles	Zonas Wifi
Parqueaderos	Farmacias	Supermercados
Tiendas de ropa	Convenios en transporte con hoteles o restaurantes	Facilidad de rutas urbanas y municipales.
Establecimientos educativos	Espacios publicitarios, Boletines, revistas, buzones, revistas, pagina Web, canal interno de TV	

**Fuente: Elaboración propia, Fuente: Elaboración propia, tomando de los servicios que prestan los clúster en otras ciudades**

El clúster da crecimiento horizontal y vertical esto se refiere a: una ampliación de servicios en salud cada vez más especializados y un crecimiento de los establecimientos que se consoliden en esta zona como complementarios, por la gran afluencia de personas.

## 2.2.8 Trabajo de campo para desarrollar caracterización de las empresas del sector de la salud el municipio de Tuluá.

**2.2.8.1 Diseño Censal.** Se denomina censo, en estadística descriptiva, al recuento de individuos que conforman una población estadística, definida como un conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones. El censo de una población estadística consiste básicamente, en obtener mediciones del número total de individuos mediante diversas técnicas de recuento. El censo es una de las operaciones estadísticas que no trabaja sobre una muestra, sino sobre la población total; mientras que el período de realización depende de los objetivos para los que se necesiten los datos, desde el punto de vista del trabajo de investigación, se considera al censo como la técnica, que se usó como instrumento para la recolección de los datos.

**2.2.8.2 Características de las empresas a censar.** Para la realización de las encuestas se tuvieron en cuenta los 273 establecimientos que tiene como actividad económica prestación de servicios de salud, información suministrada por la Cámara De Comercio de Tuluá. **Ver Anexo B.**

**Tabla 10. Total de empresas que se relacionan con la salud en Tuluá**

TOTAL EMPRESAS	
Cuenta de NOMBRE_ESTABLECIMIENTO	
TIPO	Total
CEN ODONTOLOGICO	49
DOT MED	11
DROGUERIA	103
EPS Y OFICINAS	16
IPS	52
LABORATORIOS	9
MED ALTER	17
MED ESTE	11
OPTICAS	4
URG PARAMEDICAS	1
Total general	273

**Fuente: Autoría propia con base en información de la Cámara de Comercio de Tuluá**

**2.2.8.3 Diseño de la encuesta.** Para el desarrollo de este estudio se diseñó una encuesta dirigida a diez grupos de la población objeto de estudio para la conformación del Clúster los cuales fueron: ***(Centros odontológicos, dotaciones médicas, droguerías, Eps y oficinas, Ips, laboratorio y/o apoyos diagnósticos, centros de medicina alternativa, centros de estética, ópticas, urgencias paramédicas)***, las preguntas que se realizaron en su mayoría son cerradas con presencia de algunas abiertas considerándose de esta forma como una encuesta mixta. Se diseñaron 8 preguntas de manera intencional, para conocer aceptación de las empresas para pertenecer a un clúster, información general de cada uno de los grupos, mercadeo y prestación de los servicios de cada uno de los grupos, competencia directa de cada uno de los grupos, proveedores, costos y responsabilidad social.

**2.2.8.4 Análisis de datos.** Para el análisis de datos se utilizó el estudio estadístico, a través de la estadística descriptiva para las variables tomadas individualmente y se presentan en una distribución de frecuencias, específicamente en gráficas como pueden ser los histogramas, tortas, las cuales permiten realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados obtenidos.

Este ejercicio se realizó de acuerdo con la codificación que se estableció para la recolección de datos. Se efectuó el registro en una base de datos preparada para las mediciones a través de Excel (Para Windows 7), en el cual se indican los porcentajes de acuerdo al número de ítems de las variables.

#### **2.2.8.5 Análisis de la encuesta**

**Análisis descriptivo.** La encuesta fue realizada en el municipio de Tuluá, durante los meses de septiembre y octubre de 2012, en establecimientos como ***(Centros odontológicos, dotaciones médicas, droguerías, Eps y oficinas, Ips, laboratorio y/o apoyos diagnósticos, centros de medicina alternativa, centros de estética, ópticas, urgencias paramédicas)***. Ver Anexo A.

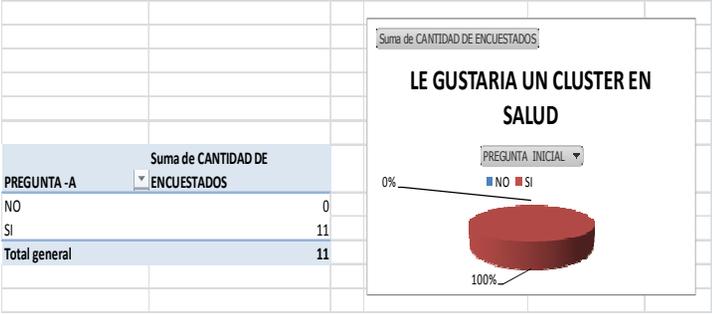
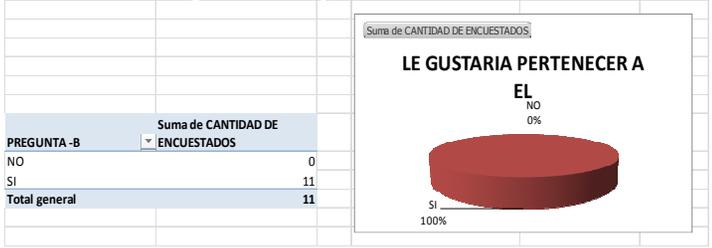
Se unificaron las preguntas para crear una sola encuesta que facilitara la consecución de la información pero para efecto de la tabulación y graficación se realizará por cada establecimiento.

**2.2.8.6 Resultado de las encuestas Clúster en el Sector de la Salud Tuluá.** Las preguntas lo que buscan es detectar si quieren pertenecer o no a este grupo, el alcance promedio de importancia y cumplimiento, el tipo de servicios y la regularidad de estos, el año de iniciación, cantidad de profesionales y empleados, tipo de empleados, tipo de afiliados, medios de promoción, ciudades de cobertura, competencia, convenios, proveedores procedencias, cantidad, costos y responsabilidad social.

2.2.8.7 Resultados del trabajo de campo.

Pregunta No. 1.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																				
<p><b>0. En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Centros Odontológicos</b></p>	<p><b>Gráfico 7. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Centros Odontológicos?</b></p> <p>Gráfico 7 shows a 3D pie chart titled 'LE GUSTARIA UN CLUSTER EN SALUD'. The chart has two segments: a large red segment representing 'SI' (Yes) with a value of 40, and a smaller blue segment representing 'NO' (No) with a value of 9. To the left of the chart is a data table with the following content:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA -A</td> <td></td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>49</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 8. ¿Cómo centro odontológico le gustaría pertenecer a él?</b></p> <p>Gráfico 8 shows a 3D pie chart titled 'LE GUSTARIA PERTENECER A EL'. The chart has two segments: a large red segment representing 'SI' (Yes) with a value of 40, and a smaller blue segment representing 'NO' (No) with a value of 9. To the left of the chart is a data table with the following content:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA -B</td> <td></td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>49</b></td> </tr> </tbody> </table>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA -A		NO	9	SI	40	<b>Total general</b>	<b>49</b>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA -B		NO	9	SI	40	<b>Total general</b>	<b>49</b>	<p>De un total de 273 encuestados, 49 corresponden a los Centros odontológicos, siendo estos el 18% de la población objeto de estudio.</p> <p>De estos 49 Centros odontológicos encuestados, 40 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 81.6% de aceptación y un 18.4% de no están de acuerdo.</p> <p>En la pregunta si les gustaría pertenecer a él 40 respondieron que sí, siendo esto el 81.6% de los encuestados y 9 que no, representando el 18.4%</p> <p>Los que están de acuerdo en que haya un Clúster de la Salud en el municipio, reconocen sus ventajas y beneficios, y lo que no, porque consideran que no cambiarían el sitio de labores y que los pacientes van hasta su domicilio habitual.</p>
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA -A																							
NO	9																						
SI	40																						
<b>Total general</b>	<b>49</b>																						
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA -B																							
NO	9																						
SI	40																						
<b>Total general</b>	<b>49</b>																						

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																				
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Dotaciones Médicas</b></p>	<p><b>Gráfico 9. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Dotaciones Médicas?</b></p>  <table border="1" data-bbox="821 609 1155 776"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA - A</td> <td>ENCUESTADOS</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>11</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 10. ¿Cómo entidad de dotaciones médicas le gustaría pertenecer a él?</b></p>  <table border="1" data-bbox="821 998 1155 1133"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA - B</td> <td>ENCUESTADOS</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>11</b></td> </tr> </tbody> </table>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA - A	ENCUESTADOS	NO	0	SI	11	<b>Total general</b>	<b>11</b>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA - B	ENCUESTADOS	NO	0	SI	11	<b>Total general</b>	<b>11</b>	<p>De un total de 273 encuestados, 11 corresponden a establecimientos de dotaciones médicas, siendo estos el 4% de la población objeto de estudio.</p> <p>De estos 11 establecimientos de dotaciones médicas encuestadas, los 11 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 100% de aceptación, reconociendo ventajas, y beneficios de este en el municipio.</p>
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA - A	ENCUESTADOS																						
NO	0																						
SI	11																						
<b>Total general</b>	<b>11</b>																						
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA - B	ENCUESTADOS																						
NO	0																						
SI	11																						
<b>Total general</b>	<b>11</b>																						

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD	RESULTADO	ANÁLISIS
----------	--------------------	-----------	----------

	ENCUESTADO																		
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Droguerías</b></p>	<p><b>Gráfico 11. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Droguerías?</b></p> <table border="1" data-bbox="808 357 1218 576"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NO</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>96</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>103</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 12. ¿Cómo droguería le gustaría pertenecer a él?</b></p> <table border="1" data-bbox="808 730 1218 1055"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NO</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>88</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>103</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		NO	7	SI	96	<b>Total general</b>	<b>103</b>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		NO	15	SI	88	<b>Total general</b>	<b>103</b>	<p>De un total de 273 encuestados, 103 corresponden a droguerías, siendo estos el 37.7% de la población objeto de estudio.</p> <p>De las 103 droguerías encuestadas, 96 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 93.2% y un 6.8% de no están de acuerdo.</p> <p>En la pregunta si les gustaría pertenecer a él 88 respondieron que sí, siendo esto el 85.4% de los encuestados y 15 que no, representando el 14.5%</p> <p>Unos pocos no le ven relevancia a este tipo de asociaciones, porque consideran que el sector donde están ubicados no se vería beneficiado.</p> <p>Una minoría reveló que no les gustaría pertenecer al clúster indicando que no se establecerían en una zona cuya competencia sería muy agresiva, dando un traspié en tradición y clientes sin el servicio.</p>
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																			
NO	7																		
SI	96																		
<b>Total general</b>	<b>103</b>																		
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																			
NO	15																		
SI	88																		
<b>Total general</b>	<b>103</b>																		

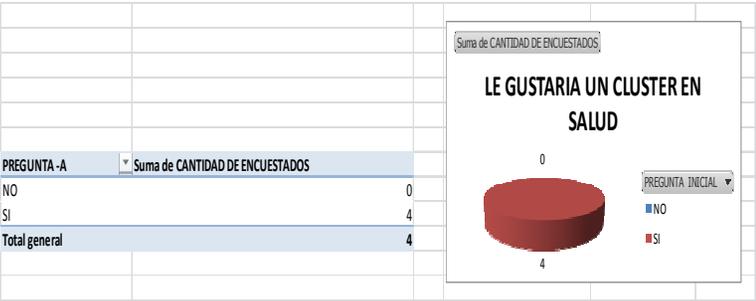
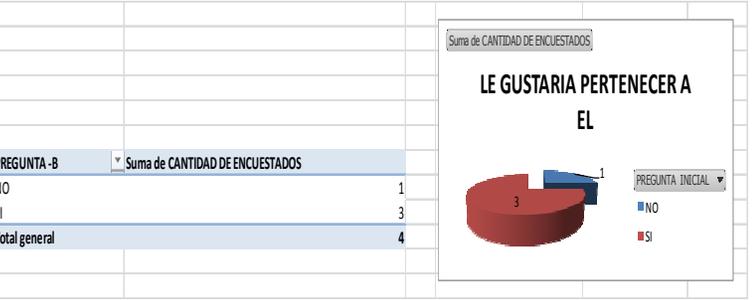
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																				
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 13 . ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Eps y oficinas del municipio de Tuluá?</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA - A</td> <td>Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>16</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 14. ¿Cómo Eps y oficinas relacionadas con el tema de la salud en el municipio de Tuluá le gustaría pertenecer a él?</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA - B</td> <td>Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>16</b></td> </tr> </tbody> </table>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA - A	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS	NO	3	SI	13	<b>Total general</b>	<b>16</b>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA - B	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS	NO	4	SI	12	<b>Total general</b>	<b>16</b>	<p>De un total de 273 encuestados, 16 corresponden a Eps y oficinas del municipio de Tuluá, siendo estos el 5.86% de la población objeto de estudio.</p> <p>De las 16 Eps y oficinas del municipio de Tuluá, 13 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 81.25% de aceptación y el 18.75% de no aceptación.</p> <p>En la pregunta si les gustaría pertenecer a él 12 respondieron que sí, siendo esto el 75% y 4 que no, representando el 25%.</p> <p>Les es indiferente el Clúster de la Salud en la ciudad, porque ya tienen los centros médicos necesarios que le prestan los servicios y porque no se cambiarían a otra zona de la ciudad.</p>
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA - A	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																						
NO	3																						
SI	13																						
<b>Total general</b>	<b>16</b>																						
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA - B	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																						
NO	4																						
SI	12																						
<b>Total general</b>	<b>16</b>																						

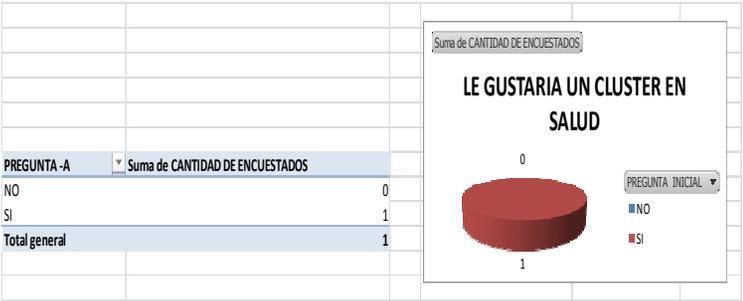
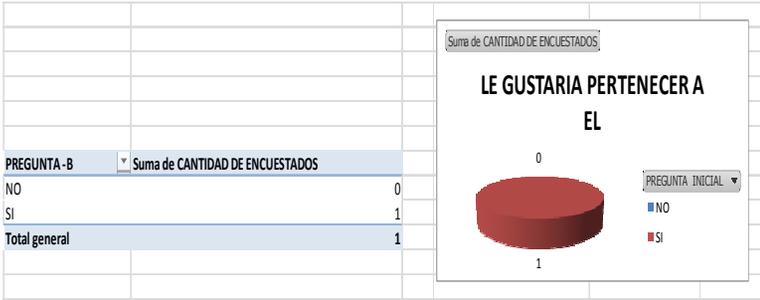
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																				
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Ips del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 15. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Ips del municipio de Tuluá?</b></p> <table border="1" data-bbox="793 467 1199 711"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA -A</td> <td>Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>52</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 16 . ¿Cómo Ips del municipio de Tuluá le gustaría pertenecer a él?</b></p> <table border="1" data-bbox="793 824 1199 1068"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA -B</td> <td>Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>51</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>52</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA -A	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS	NO	0	SI	52	<b>Total general</b>	<b>52</b>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA -B	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS	NO	1	SI	51	<b>Total general</b>	<b>52</b>	<p>De un total de 273 encuestados, 52 corresponden a IPS del municipio de Tuluá, siendo estos el 19% de la población objeto de estudio.</p> <p>De las 52 IPS del municipio de Tuluá, las 52 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 100% de aceptación.</p> <p>En la pregunta si les gustaría pertenecer a él 51, respondieron que sí, siendo esto el 98% y 1 que no, representando el 1.92%</p> <p>Solamente la IPS QUE INDICO QUE NO ESTABA INTERESADA EN PARTICIPAR EN EL CLÚSTER y que representa el (1,92%), es a Clínica San Francisco, siendo esta la de mayor peso dentro de las IPS del municipio, a pesar de trabajar con Calidad en la atención, de contar con el programa de responsabilidad ética y social y de contar con el portafolio de servicios más amplio del municipio no persigue participar en este tipo de asociaciones, porque lo ven como competencia pero no como un ente integral y enriquecedor del sector.</p>
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA -A	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																						
NO	0																						
SI	52																						
<b>Total general</b>	<b>52</b>																						
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA -B	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																						
NO	1																						
SI	51																						
<b>Total general</b>	<b>52</b>																						

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																				
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p>	<p><b>Gráfico 17. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Laboratorio y/o apoyos diagnosticas?</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA - A</td> <td>Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>9</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 18. ¿Cómo laboratorio y/o apoyos diagnósticos le gustaría pertenecer a él?</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PREGUNTA - B</td> <td>Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>9</b></td> </tr> </tbody> </table>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA - A	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS	NO	0	SI	9	<b>Total general</b>	<b>9</b>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		PREGUNTA - B	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS	NO	4	SI	5	<b>Total general</b>	<b>9</b>	<p>De un total de 273 encuestados, 9 corresponden a laboratorio y/o apoyos diagnosticas del municipio de Tuluá, siendo estos el 3.3% de la población objeto de estudio.</p> <p>De los 9 laboratorio y/o apoyos diagnosticas del municipio de Tuluá, los 9 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 100% de aceptación.</p> <p>En la pregunta si les gustaría pertenecer a él 5, respondieron que sí, siendo esto el 55.5%y 4 que no, representando el 44.4% de no aceptación.</p> <p>Se observó que la mayoría de las personas que colaboraron con la información no tenían conocimiento o idea de qué tipo de asociaciones forman un Clúster.</p>
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA - A	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																						
NO	0																						
SI	9																						
<b>Total general</b>	<b>9</b>																						
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																							
PREGUNTA - B	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																						
NO	4																						
SI	5																						
<b>Total general</b>	<b>9</b>																						

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Centros Alternativos</b></p>	<p><b>Gráfico 19. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Centros Alternativos?</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NO</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>17</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 20. ¿Cómo centro alternativo le gustaría pertenecer a él?</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NO</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>17</b></td> </tr> </tbody> </table>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		NO	7	SI	10	<b>Total general</b>	<b>17</b>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		NO	9	SI	8	<b>Total general</b>	<b>17</b>	<p>De un total de 273 encuestados, 17 corresponden a Centros Alternativos en el municipio de Tuluá, siendo estos el 6.2% de la población objeto de estudio.</p> <p>De los 17Centros Alternativos del municipio de Tuluá, las 10 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 58.8% de aceptación y un 41.2% no aceptación del proyecto de constitución del Clúster.</p> <p>En la pregunta si les gustaría pertenecer a él, 8 respondieron que sí, siendo esto el 47% y 9 que no, representando el 53% de los encuestados en este sector específico.</p> <p>Los que no están de acuerdo en pertenecer al Clúster de la Salud no ven la ventaja de participar en este, porque esto incurriría en desplazamientos hacia la zona del clúster, incrementando sus costos de operación y de logística.</p> <p>De los sectores encuestados este grupo es el que mayor % de no aceptación ha presentado con respecto a la creación y participación del Clúster de la Salud.</p>
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																			
NO	7																		
SI	10																		
<b>Total general</b>	<b>17</b>																		
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																			
NO	9																		
SI	8																		
<b>Total general</b>	<b>17</b>																		

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Centros de Estética</b></p>	<p><b>Gráfico 21. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Centros de Estética?</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NO</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>11</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 22. ¿Cómo centros de estética le gustaría pertenecer a él?</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NO</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SI</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>11</b></td> </tr> </tbody> </table>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		NO	0	SI	11	<b>Total general</b>	<b>11</b>	Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS		NO	2	SI	9	<b>Total general</b>	<b>11</b>	<p>De un total de 273 encuestados, 11 corresponden a droguerías, siendo estos el 4% de la población objeto de estudio.</p> <p>De los 11 centros de estética encuestados, los 11 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 100%</p> <p>En la pregunta si les gustaría pertenecer a él 9 respondieron que sí, siendo esto el 81.8% de los encuestados y 2 que no, representando el 18.18%</p> <p>Los que constataron que no les gustaría pertenecer a él, consideraron que si bien, es provechoso para la ciudad y la región, no les gustaría pertenecer a él por cuestiones de traslados hacia la zona que es las más idónea, en contra posición del 81.8% que lo ven como viable.</p>
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																			
NO	0																		
SI	11																		
<b>Total general</b>	<b>11</b>																		
Suma de CANTIDAD DE ENCUESTADOS																			
NO	2																		
SI	9																		
<b>Total general</b>	<b>11</b>																		

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Ópticas.</b></p>	<p><b>Gráfico 23. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Ópticas?</b></p>  <p><b>Gráfico 24. ¿Cómo óptica le gustaría pertenecer a él?</b></p> 	<p>De un total de 273 encuestados, 4 corresponden a ópticas, siendo estos el 1.46 de la población objeto de estudio.</p> <p>De las 4 ópticas encuestadas, las 4 están de acuerdo que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 100%</p> <p>En la pregunta si les gustaría pertenecer a él 3 respondieron que sí, siendo esto el 75% de los encuestados y 1 que no, representando el 25%</p> <p>La óptica que manifestó no querer pertenecer expresa que el motivo básico es por saturación del mercado hacia una zona específica.</p>

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS
<p><b>En caso de ser viable el estudio ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud? (A). ¿y le gustaría pertenecer a él? (B).</b></p>	<p><b>Urgencias paramédicas</b></p>	<p><b>Gráfico 25. ¿Le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un Clúster del Sector de la Salud, Urgencias paramédicas?</b></p>  <p><b>Gráfico 26. ¿Cómo empresa prestadora de urgencias paramédicas le gustaría pertenecer a él?</b></p> 	<p>De un total de 273 encuestados, 1 corresponden a ópticas, siendo estos el 0.36% de la población objeto de estudio.</p> <p>De una 1 entidad paramédica encuestada, esta se encuentra de acuerdo en que haya un Clúster de la Salud en el municipio de Tuluá, representando esta respuesta el 100%</p>

**Pregunta No. 2.**

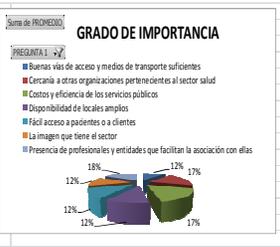
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>1. Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p><b>Centros Odontológicos</b></p>	<p><b>Gráfico 27. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Centros Odontológicos</b></p> <table border="1" data-bbox="798 511 1218 803"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1- IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>4</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>3</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>5</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>2</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>3</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>2</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>5</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>24</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 28. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Centros Odontológicos</b></p> <table border="1" data-bbox="798 982 1218 1258"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>3</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>2</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>6</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>3</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>2</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>3</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>6</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>25</b></td></tr> </tbody> </table>	PREGUNTA 1- IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	4	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3	Costos y eficiencia de los servicios públicos	5	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	3	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	5	<b>Total general</b>	<b>24</b>	PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	6	Disponibilidad de locales amplios	3	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	3	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	6	<b>Total general</b>	<b>25</b>	<p>Los centros odontológicos le dan más importancia a la imagen que tiene el lugar y la disponibilidad de locales amplios, con un grado de 2 dentro de la calificación total, seguido de la cercanía a otras organizaciones y el fácil acceso con un promedio de 3. Lo que indica que es muy importante como se ve estéticamente este tipo de negocios y el impacto que genera en el paciente/cliente.</p> <p>De acuerdo al cumplimiento, el fácil acceso y la cercanía a otras organizaciones de sector salud encabezan esta respuesta con un (promedio de 2), en contraste con lo menos sobresalientes con un (promedio de 6) como son los costos y eficiencia de servicios públicos, al igual que la asociación de las empresas del mismo sector.</p>
PREGUNTA 1- IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	4																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	5																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	3																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	5																																						
<b>Total general</b>	<b>24</b>																																						
PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	6																																						
Disponibilidad de locales amplios	3																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	3																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	6																																						
<b>Total general</b>	<b>25</b>																																						

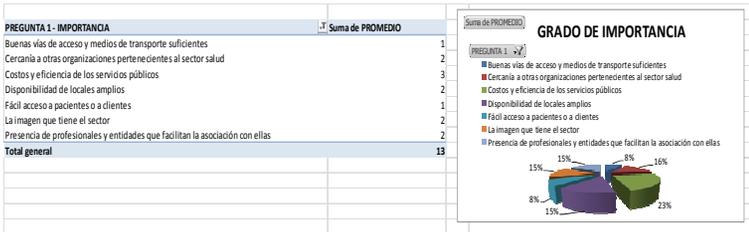
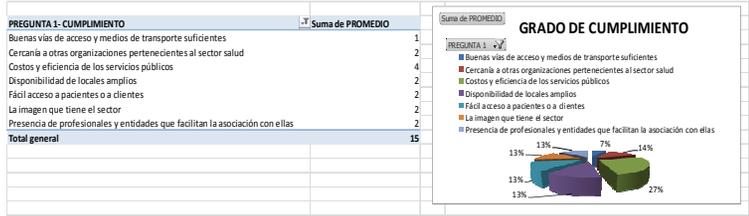
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p><b>Dotaciones Médicas</b></p>	<p><b>Gráfico 29. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Dotaciones Médicas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1- IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>6</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>2</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>7</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>5</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>3</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>4</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>28</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 30 Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Dotaciones Médicas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>6</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>2</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>7</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>4</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>3</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>5</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>28</b></td></tr> </tbody> </table>	PREGUNTA 1- IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	6	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	7	Disponibilidad de locales amplios	5	Fácil acceso a pacientes o a clientes	1	La imagen que tiene el sector	3	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	4	<b>Total general</b>	<b>28</b>	PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	6	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	7	Disponibilidad de locales amplios	4	Fácil acceso a pacientes o a clientes	1	La imagen que tiene el sector	3	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	5	<b>Total general</b>	<b>28</b>	<p>Los establecimientos de dotaciones médicas tienen como factor de mayor preponderancia la facilidad del acceso, seguida de la cercanía a otras organizaciones sector salud.</p> <p>En cuanto al grado de cumplimiento la respuesta fue igual a la anterior expresando como los más importantes, el fácil acceso y la cercanía.</p>
PREGUNTA 1- IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	6																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	7																																						
Disponibilidad de locales amplios	5																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	1																																						
La imagen que tiene el sector	3																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	4																																						
<b>Total general</b>	<b>28</b>																																						
PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	6																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	7																																						
Disponibilidad de locales amplios	4																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	1																																						
La imagen que tiene el sector	3																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	5																																						
<b>Total general</b>	<b>28</b>																																						

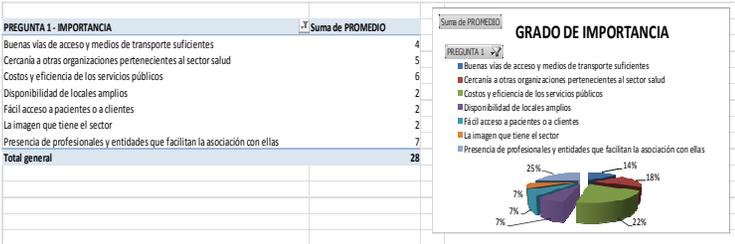
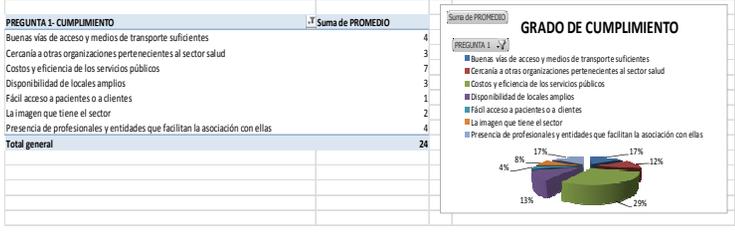
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p><b>Droguerías</b></p>	<p><b>Gráfico 31. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Droguerías</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Disponibilidad de locales amplios</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>La imagen que tiene el sector</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>26</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 32. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Droguerías</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1: CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Disponibilidad de locales amplios</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>La imagen que tiene el sector</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>25</b></td> </tr> </tbody> </table>	PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	4	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3	Costos y eficiencia de los servicios públicos	6	Disponibilidad de locales amplios	4	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	5	<b>Total general</b>	<b>26</b>	PREGUNTA 1: CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	6	Disponibilidad de locales amplios	3	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	3	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	6	<b>Total general</b>	<b>25</b>	<p>La respuesta promedio (2) cuyo valor es el menor, indica que el fácil acceso a clientes y la imagen que tiene del sector, fue lo que les influyo para establecerse allí.</p> <p>El grado de cumplimiento lo más importante es la cercanía a otras organizaciones y facilidad de acceso a clientes, con un promedio de 2 cada uno.</p>
PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	4																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	6																																						
Disponibilidad de locales amplios	4																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	5																																						
<b>Total general</b>	<b>26</b>																																						
PREGUNTA 1: CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	6																																						
Disponibilidad de locales amplios	3																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	3																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	6																																						
<b>Total general</b>	<b>25</b>																																						

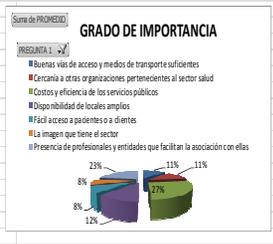
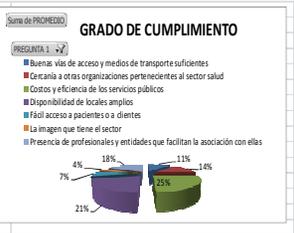
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p><b>Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 33. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1- IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Disponibilidad de locales amplios</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>La imagen que tiene el sector</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>16</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 34. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Droguerías, Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Disponibilidad de locales amplios</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>La imagen que tiene el sector</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>20</b></td> </tr> </tbody> </table>	PREGUNTA 1- IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	2	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	3	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3	<b>Total general</b>	<b>16</b>	PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	5	Disponibilidad de locales amplios	3	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3	<b>Total general</b>	<b>20</b>	<p>El promedio de respuesta fue de 2 indicando que las vías de acceso, la cercanía a otras organizaciones, la disponibilidad de locales, el fácil acceso de los clientes y la imagen del sector es fundamental.</p> <p>Referente al grado de cumplimiento hay 3 punto cruciales como la cercanía a otras organizaciones, el fácil acceso a clientes y fundamental la imagen que se tiene del sector.</p>
PREGUNTA 1- IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	2																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	3																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3																																						
<b>Total general</b>	<b>16</b>																																						
PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	5																																						
Disponibilidad de locales amplios	3																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3																																						
<b>Total general</b>	<b>20</b>																																						

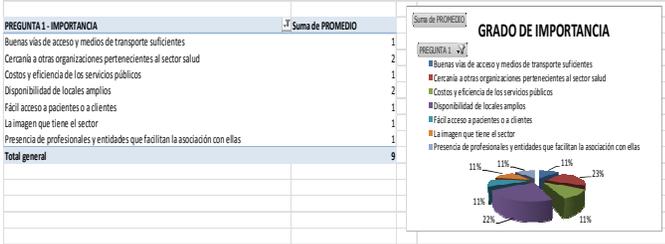
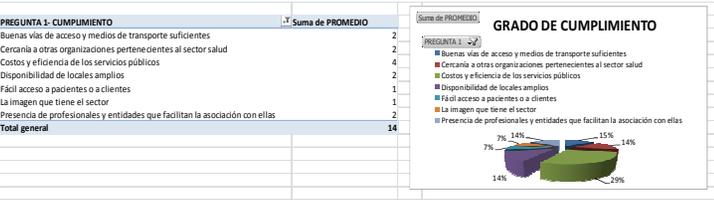
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p>Ips del municipio de Tuluá</p>	<p><b>Gráfico 35. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Ips del municipio de Tuluá</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>3</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>3</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>4</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>2</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>2</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>2</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>3</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>19</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 36. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Ips del municipio de Tuluá</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>2</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>2</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>5</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>2</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>2</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>2</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>16</b></td></tr> </tbody> </table>	PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3	Costos y eficiencia de los servicios públicos	4	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3	<b>Total general</b>	<b>19</b>	PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	2	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	5	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	1	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	2	<b>Total general</b>	<b>16</b>	<p>Para las IPS es muy importante disponer de locales amplios, esto por la afluencia de pacientes / clientes, el fácil acceso de los pacientes y la imagen que se tiene del sector, estos fueron los factores que les dio más relevancia la entidad.</p> <p>Para lograr el fácil cumplimiento este tipo de establecimientos ven como primordial el fácil acceso hacia ellos los pacientes, esto se manifiesta por estar calificado con el 1.</p>
PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	4																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3																																						
<b>Total general</b>	<b>19</b>																																						
PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	2																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	5																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	1																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	2																																						
<b>Total general</b>	<b>16</b>																																						

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p>Laboratorio y/o apoyos diagnosticas</p>	<p><b>Gráfico 37. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p> <table border="1" data-bbox="814 423 1535 670"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1- IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Disponibilidad de locales amplios</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>La imagen que tiene el sector</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>17</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 38. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p> <table border="1" data-bbox="814 854 1535 1141"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Disponibilidad de locales amplios</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>La imagen que tiene el sector</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>20</b></td> </tr> </tbody> </table> 	PREGUNTA 1- IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	2	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3	Costos y eficiencia de los servicios públicos	3	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3	<b>Total general</b>	<b>17</b>	PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	6	Disponibilidad de locales amplios	3	Fácil acceso a pacientes o a clientes	1	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3	<b>Total general</b>	<b>20</b>	<p>Para los laboratorios y/o apoyos diagnósticos es muy importante el acceso hacia los medios de transporte, los espacios amplios, la facilidad del acceso de los pacientes y la imagen que se percibe del sector, estas características fueron clasificadas como las más relevantes.</p> <p>Es percibido que para el cumplimiento de su labor es fundamental el acceso a pacientes / clientes. Seguida de la cercanía a otras organizaciones del sector salud, y la imagen que refleja el sector.</p>
PREGUNTA 1- IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	2																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	3																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3																																						
<b>Total general</b>	<b>17</b>																																						
PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	6																																						
Disponibilidad de locales amplios	3																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	1																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	3																																						
<b>Total general</b>	<b>20</b>																																						

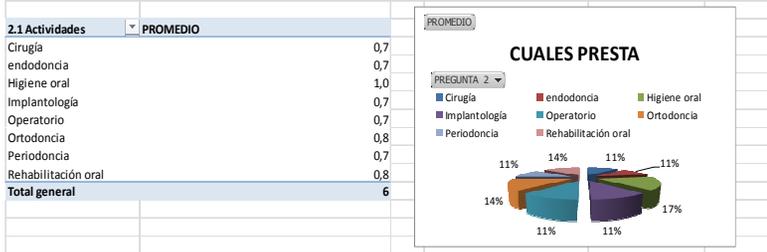
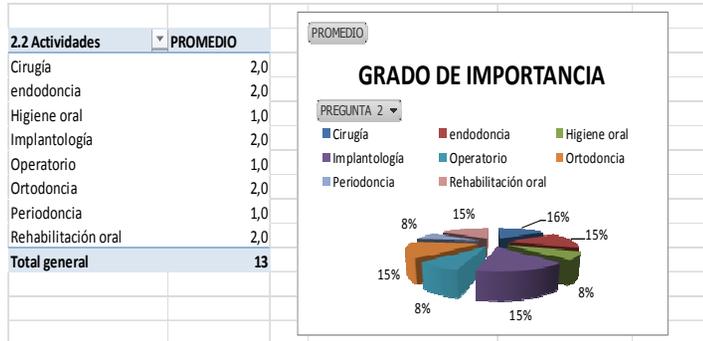
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p>Centros Alternativos</p>	<p><b>Gráfico 39. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Centros Alternativos</b></p>  <table border="1" data-bbox="800 532 1228 743"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>2</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>3</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>2</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>2</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>2</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>13</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 40. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Centros Alternativos</b></p>  <table border="1" data-bbox="800 950 1228 1144"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>2</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>4</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>2</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>2</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>2</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>2</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>15</b></td></tr> </tbody> </table>	PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	1	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	3	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	1	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	2	<b>Total general</b>	<b>13</b>	PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	1	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	4	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	2	<b>Total general</b>	<b>15</b>	<p>Para los centros alternativos las buenas vías de acceso y la afluencia de los medios de transporte son vitales porque ello genera la recordación de los usuarios y por consiguiente el fácil acceso a los clientes.</p> <p>Para el buen cumplimiento de sus objetivos este tipo de establecimientos enfatizan en que es fundamental estar ubicados en buenas vías y tener facilidad de transporte.</p>
PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	1																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	3																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	1																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	2																																						
<b>Total general</b>	<b>13</b>																																						
PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	1																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	4																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	2																																						
<b>Total general</b>	<b>15</b>																																						

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p><b>Centros de Estética</b></p>	<p><b>Gráfico 41. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Centros de Estética</b></p>  <table border="1" data-bbox="808 535 1228 779"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>4</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>5</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>6</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>2</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>2</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>2</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>7</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>28</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 42. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (cumplimiento), Centros de Estética</b></p>  <table border="1" data-bbox="808 966 1228 1209"> <thead> <tr> <th>PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>4</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>3</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>7</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>3</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>2</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>4</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>24</b></td></tr> </tbody> </table>	PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	4	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	5	Costos y eficiencia de los servicios públicos	6	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	7	<b>Total general</b>	<b>28</b>	PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	4	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3	Costos y eficiencia de los servicios públicos	7	Disponibilidad de locales amplios	3	Fácil acceso a pacientes o a clientes	1	La imagen que tiene el sector	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	4	<b>Total general</b>	<b>24</b>	<p>Para los centros estéticos las 3 variables más importantes y que influyen directamente son Disponer de locales amplios, iluminados y bonitos, que donde esté ubicado los pacientes tengan facilidad de acceso y la imagen que haya en el sector donde se encuentran debe ser favorable; todas ellas han sido promediadas con el valor más alto en éste caso el 2.</p> <p>Para poder satisfacer el nivel de cumplimiento las empresas indican que la facilidad de acceso de los pacientes es el pilar del negocio, calificándole todos con un valor de 1, seguida de la buena imagen que tenga el sector.</p>
PREGUNTA 1 - IMPORTANCIA	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	4																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	5																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	6																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	7																																						
<b>Total general</b>	<b>28</b>																																						
PREGUNTA 1 - CUMPLIMIENTO	Suma de PROMEDIO																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	4																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	7																																						
Disponibilidad de locales amplios	3																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	1																																						
La imagen que tiene el sector	2																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	4																																						
<b>Total general</b>	<b>24</b>																																						

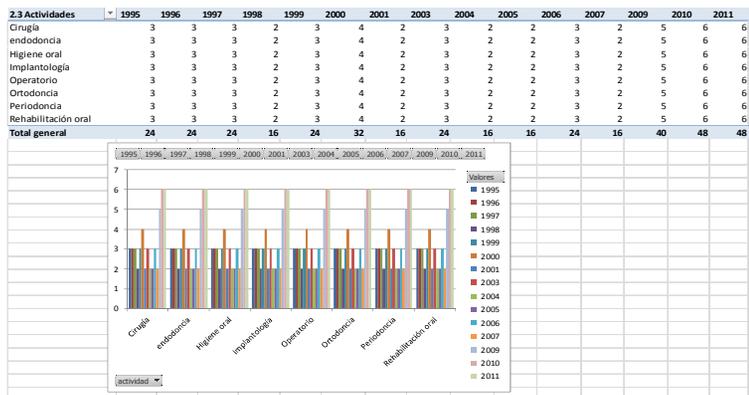
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																						
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p>Ópticas</p>	<p><b>Gráfico 43. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="846 462 1220 706"> <thead> <tr> <th colspan="2">PREGUNTA 1- IMPORTANCIA</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>3</td><td>3</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>3</td><td>3</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>7</td><td>7</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>3</td><td>3</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>6</td><td>6</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>26</b></td><td></td></tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 44. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="810 889 1220 1122"> <thead> <tr> <th colspan="2">PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO</th> <th>Suma de PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>3</td><td>3</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>4</td><td>4</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>7</td><td>7</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>6</td><td>6</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>5</td><td>5</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>28</b></td><td></td></tr> </tbody> </table> 	PREGUNTA 1- IMPORTANCIA		Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	3	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3	3	Costos y eficiencia de los servicios públicos	7	7	Disponibilidad de locales amplios	3	3	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	2	La imagen que tiene el sector	2	2	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	6	6	<b>Total general</b>	<b>26</b>		PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO		Suma de PROMEDIO	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	3	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	4	4	Costos y eficiencia de los servicios públicos	7	7	Disponibilidad de locales amplios	6	6	Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	2	La imagen que tiene el sector	1	1	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	5	5	<b>Total general</b>	<b>28</b>		<p>El fácil acceso y la imagen del sector son los puntos importantes por los cuales se establecieron las ópticas donde actualmente se encuentran.</p> <p>Para estos establecimientos el más importante es la imagen que se percibe del sector con un valor de 1.</p>
PREGUNTA 1- IMPORTANCIA		Suma de PROMEDIO																																																							
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	3																																																							
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	3	3																																																							
Costos y eficiencia de los servicios públicos	7	7																																																							
Disponibilidad de locales amplios	3	3																																																							
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	2																																																							
La imagen que tiene el sector	2	2																																																							
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	6	6																																																							
<b>Total general</b>	<b>26</b>																																																								
PREGUNTA 1- CUMPLIMIENTO		Suma de PROMEDIO																																																							
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	3	3																																																							
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	4	4																																																							
Costos y eficiencia de los servicios públicos	7	7																																																							
Disponibilidad de locales amplios	6	6																																																							
Fácil acceso a pacientes o a clientes	2	2																																																							
La imagen que tiene el sector	1	1																																																							
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	5	5																																																							
<b>Total general</b>	<b>28</b>																																																								

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p>Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en lugar donde está realizando sus actividades actualmente.</p>	<p><b>Urgencias paramédicas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 45. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Urgencias paramédicas</b></p>  <table border="1" style="display: none;"> <caption>Gráfico 45 - Importancia</caption> <thead> <tr> <th>Razón</th> <th>Importancia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>2</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>1</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>2</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>1</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>1</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>9</b></td></tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Gráfico 46. Posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual (importancia), Urgencias paramédicas</b></p>  <table border="1" style="display: none;"> <caption>Gráfico 46 - Cumplimiento</caption> <thead> <tr> <th>Razón</th> <th>Cumplimiento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes</td><td>2</td></tr> <tr><td>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud</td><td>2</td></tr> <tr><td>Costos y eficiencia de los servicios públicos</td><td>4</td></tr> <tr><td>Disponibilidad de locales amplios</td><td>2</td></tr> <tr><td>Fácil acceso a pacientes o a clientes</td><td>1</td></tr> <tr><td>La imagen que tiene el sector</td><td>1</td></tr> <tr><td>Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas</td><td>2</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>14</b></td></tr> </tbody> </table>	Razón	Importancia	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	1	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	1	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	1	La imagen que tiene el sector	1	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	1	<b>Total general</b>	<b>9</b>	Razón	Cumplimiento	Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	2	Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2	Costos y eficiencia de los servicios públicos	4	Disponibilidad de locales amplios	2	Fácil acceso a pacientes o a clientes	1	La imagen que tiene el sector	1	Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	2	<b>Total general</b>	<b>14</b>	<p>Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector de la salud y disponibilidad de locales amplios son los puntos importantes por los cuales la empresa de Urgencias paramédicas estableció como posibles razones de establecerse en el sector actual.</p> <p>Para este tipo de empresa es los costos y eficiencia en los servicios públicos son importante para el desarrollo de las actividades, con un promedio de 4.</p>
Razón	Importancia																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	1																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	1																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	1																																						
La imagen que tiene el sector	1																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	1																																						
<b>Total general</b>	<b>9</b>																																						
Razón	Cumplimiento																																						
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes	2																																						
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud	2																																						
Costos y eficiencia de los servicios públicos	4																																						
Disponibilidad de locales amplios	2																																						
Fácil acceso a pacientes o a clientes	1																																						
La imagen que tiene el sector	1																																						
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas	2																																						
<b>Total general</b>	<b>14</b>																																						

**Pregunta No. 3.**

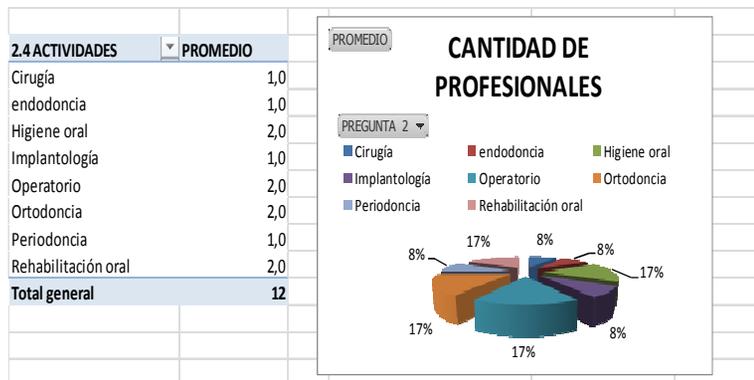
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																								
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Centros Odontológicos</b></p>	<p><b>Gráfico 47. Principales actividades que prestan los Centros odontológicos</b></p>  <table border="1" data-bbox="787 462 1186 714"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cirugía</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>endodoncia</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>Higiene oral</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Implantología</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>Operatorio</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>Ortodoncia</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Periodoncia</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>Rehabilitación oral</td><td>0,8</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>6</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 48. Grado de importancia Centros odontológicos</b></p>  <table border="1" data-bbox="819 860 1092 1201"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cirugía</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>endodoncia</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Higiene oral</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Implantología</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Operatorio</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Ortodoncia</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Periodoncia</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Rehabilitación oral</td><td>2,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>13</b></td></tr> </tbody> </table>	2.1 Actividades	PROMEDIO	Cirugía	0,7	endodoncia	0,7	Higiene oral	1,0	Implantología	0,7	Operatorio	0,7	Ortodoncia	0,8	Periodoncia	0,7	Rehabilitación oral	0,8	<b>Total general</b>	<b>6</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	Cirugía	2,0	endodoncia	2,0	Higiene oral	1,0	Implantología	2,0	Operatorio	1,0	Ortodoncia	2,0	Periodoncia	1,0	Rehabilitación oral	2,0	<b>Total general</b>	<b>13</b>	<p>La mayoría de estos establecimientos prestan el servicio de higiene oral (1), seguido de ortodoncia y rehabilitación oral con un promedio de (0,8).</p> <p>Lo que predomina al igual que la pregunta anterior es el área de higiene oral, seguido de periodoncia (enfermedades de las encías) y operatorio lo que se enfoca a extracciones y calzas.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																																										
Cirugía	0,7																																										
endodoncia	0,7																																										
Higiene oral	1,0																																										
Implantología	0,7																																										
Operatorio	0,7																																										
Ortodoncia	0,8																																										
Periodoncia	0,7																																										
Rehabilitación oral	0,8																																										
<b>Total general</b>	<b>6</b>																																										
2.2 Actividades	PROMEDIO																																										
Cirugía	2,0																																										
endodoncia	2,0																																										
Higiene oral	1,0																																										
Implantología	2,0																																										
Operatorio	1,0																																										
Ortodoncia	2,0																																										
Periodoncia	1,0																																										
Rehabilitación oral	2,0																																										
<b>Total general</b>	<b>13</b>																																										

**Gráfico 49. Año de creación Centros odontológicos**



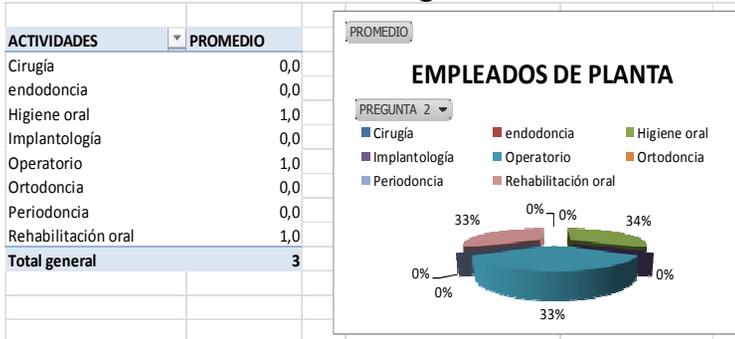
La pregunta siguiente indica los años de creación de los centros odontológicos siendo la mayoría recientes con 6 nuevos establecimientos en los años 2010 y 2011. De los 49 establecimientos destinados a servicios odontológicos, la mayoría han sido creados en los últimos 3 años.

**Gráfico 50. Cantidad de profesionales en los Centros odontológicos**



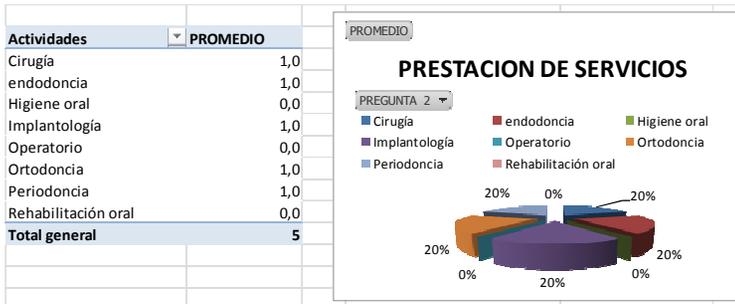
La siguiente pregunta indica la cantidad de profesionales y las áreas de mayor desempeño. La mayoría de profesionales en el área de la salud oral se encuentran realizando actividades de higiene oral, odontología, área operatoria, ortodoncia y rehabilitación oral. Adicional a esto algunos establecimientos nombraron como actividades resientes la odonto-pedriatría y la educación, por no estar incluidas, se tomaron nota y se deja la salvedad.

**Gráfico 51. Empleados de Planta en los Centros odontológicos**

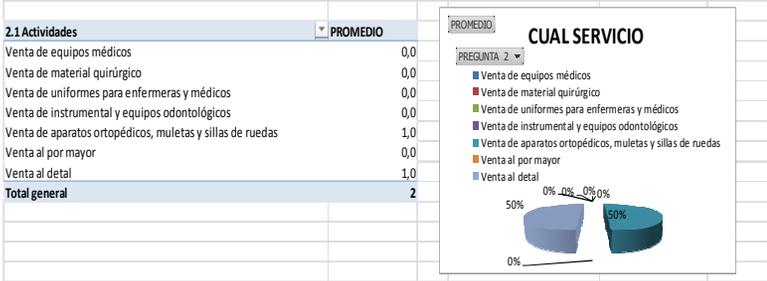
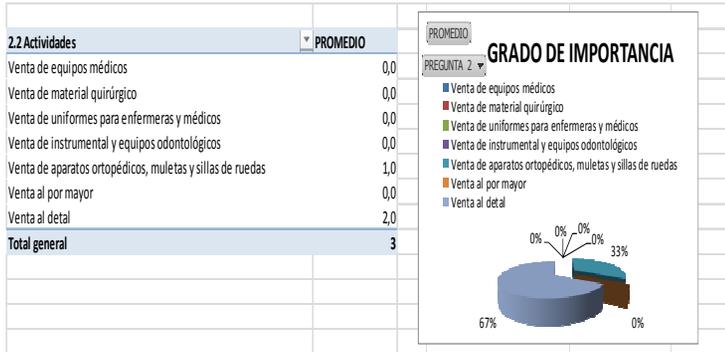


La mayoría de empleados de planta pertenecen a áreas higiene oral, operatoria y rehabilitación oral, con una calificación de 1, por prestación de servicios están las diferentes actividades como son: Cirugía, endodoncia, Implantología, ortodoncia y periodoncia.

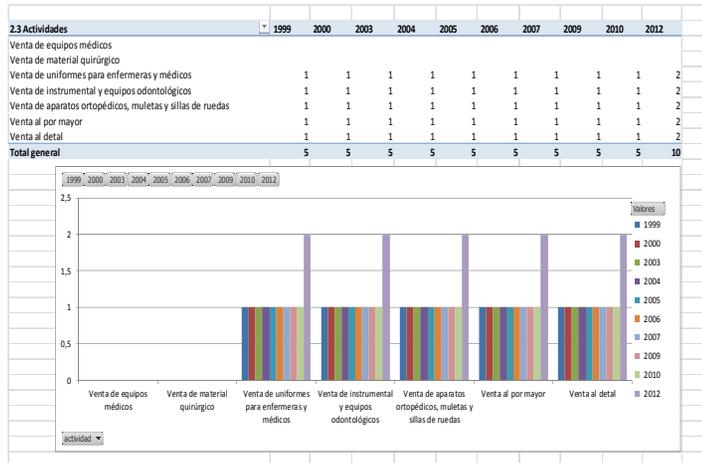
**Gráfico 52. Empleados por prestación de servicios en los Centros odontológico**



Se incluyó una tercera opción, la cual no registró respuestas pero alguna institución informo que aunque la relación laboral es por servicios, se cancela un porcentaje adicional.

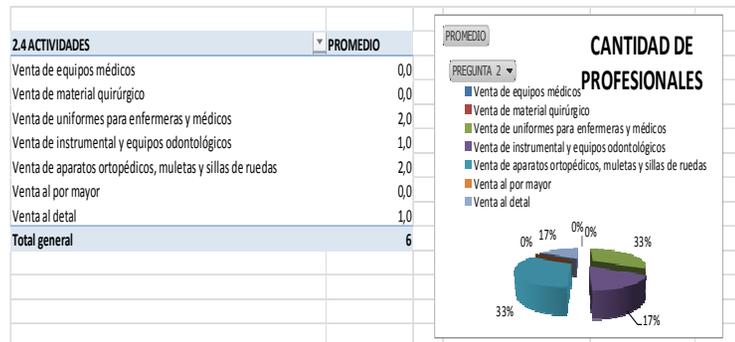
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																				
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Dotaciones Médicas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 53. Principales actividades que prestan las empresa de dotaciones médicas</b></p>  <table border="1" data-bbox="789 462 1207 743"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Venta de equipos médicos</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta de material quirúrgico</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta de uniformes para enfermeras y médicos</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta de instrumental y equipos odontológicos</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta de aparatos ortopédicos, muletas y sillas de ruedas</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Venta al por mayor</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta al detal</td><td>1,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>2</b></td></tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Gráfico 54. Grado de importancia que da las empresa de dotaciones médicas a la actividad que realiza</b></p>  <table border="1" data-bbox="810 922 1207 1274"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Venta de equipos médicos</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta de material quirúrgico</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta de uniformes para enfermeras y médicos</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta de instrumental y equipos odontológicos</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta de aparatos ortopédicos, muletas y sillas de ruedas</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Venta al por mayor</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Venta al detal</td><td>2,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>3</b></td></tr> </tbody> </table>	2.1 Actividades	PROMEDIO	Venta de equipos médicos	0,0	Venta de material quirúrgico	0,0	Venta de uniformes para enfermeras y médicos	0,0	Venta de instrumental y equipos odontológicos	0,0	Venta de aparatos ortopédicos, muletas y sillas de ruedas	1,0	Venta al por mayor	0,0	Venta al detal	1,0	<b>Total general</b>	<b>2</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	Venta de equipos médicos	0,0	Venta de material quirúrgico	0,0	Venta de uniformes para enfermeras y médicos	0,0	Venta de instrumental y equipos odontológicos	0,0	Venta de aparatos ortopédicos, muletas y sillas de ruedas	1,0	Venta al por mayor	0,0	Venta al detal	2,0	<b>Total general</b>	<b>3</b>	<p>En la ciudad no se venden artículos especializados, el fuerte se encuentra en aparatos ortopédicos, muletas y sillas de ruedas, los cuales son vendidos al detal.</p> <p>Corroborando la pregunta anterior las sillas de ruedas y muletas ocupan el primer lugar de este tipo de negocios.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																																						
Venta de equipos médicos	0,0																																						
Venta de material quirúrgico	0,0																																						
Venta de uniformes para enfermeras y médicos	0,0																																						
Venta de instrumental y equipos odontológicos	0,0																																						
Venta de aparatos ortopédicos, muletas y sillas de ruedas	1,0																																						
Venta al por mayor	0,0																																						
Venta al detal	1,0																																						
<b>Total general</b>	<b>2</b>																																						
2.2 Actividades	PROMEDIO																																						
Venta de equipos médicos	0,0																																						
Venta de material quirúrgico	0,0																																						
Venta de uniformes para enfermeras y médicos	0,0																																						
Venta de instrumental y equipos odontológicos	0,0																																						
Venta de aparatos ortopédicos, muletas y sillas de ruedas	1,0																																						
Venta al por mayor	0,0																																						
Venta al detal	2,0																																						
<b>Total general</b>	<b>3</b>																																						

**Gráfico 55. Año de creación de las empresa de dotaciones médicas**



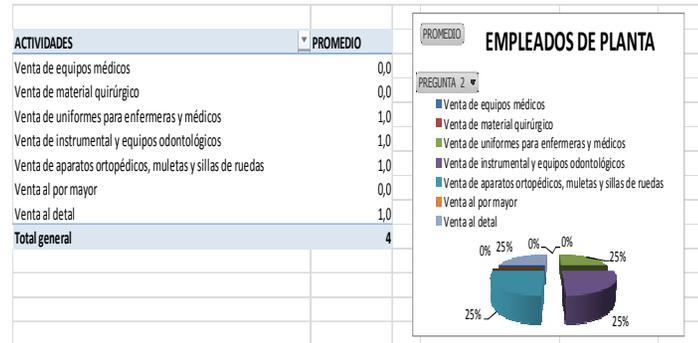
Los años de creación de los centros de dotación y el año donde se han creado más centros corresponde al año 2012, los demás años han sido muy estables con la apertura de 1 por año.

**Gráfico 56. Cantidad de profesionales en las empresa de dotaciones médicas**



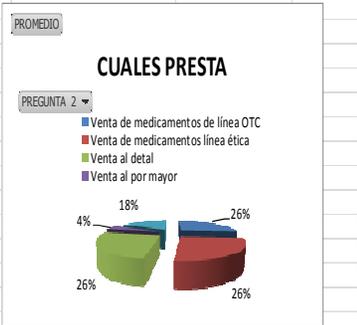
La mayoría de los profesionales de este tipo de empresas poseen la habilidad para la venta de uniformes de las áreas de enfermería y medicina al igual que aparatos ortopédicos

**Gráfico 57. Empleados de Planta en las empresa de dotaciones médicas**

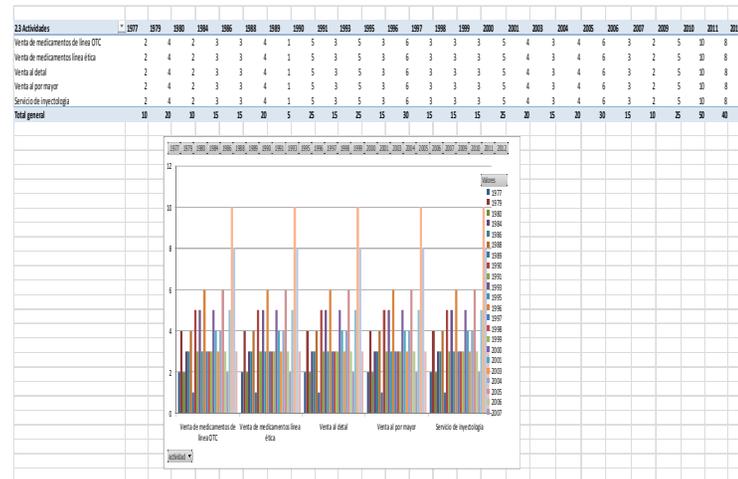


La mayoría de empleados son de planta y están relacionados con las ventas de los uniformes y aparatos ortopédicos.

Este tipo de establecimientos en su mayoría son atendidos por el propietario; por lo tanto son clasificados como empleados de planta es nula la contratación por prestación de servicios o alguna otro tipo.

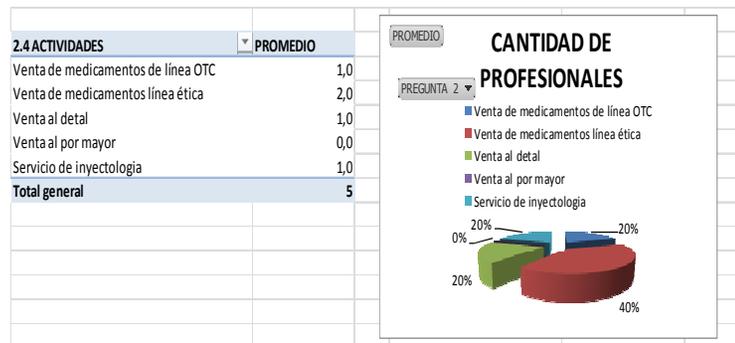
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																												
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Droguerías</b></p>	<p><b>Gráfico 58. Principales actividades que prestan las droguerías</b></p> <table border="1" data-bbox="810 423 1163 764"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Venta de medicamentos de línea OTC</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Venta de medicamentos línea ética</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Venta al detal</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Venta al por mayor</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td>Servicio de inyectología</td> <td>0,7</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>3,833333333</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 59. Grado de importancia que dan las droguerías a la actividad que realiza</b></p> <table border="1" data-bbox="856 915 1163 1256"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Venta de medicamentos de línea OTC</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Venta de medicamentos línea ética</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>Venta al detal</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Venta al por mayor</td> <td>4,0</td> </tr> <tr> <td>Servicio de inyectología</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>10</b></td> </tr> </tbody> </table> 	2.1 Actividades	PROMEDIO	Venta de medicamentos de línea OTC	1,0	Venta de medicamentos línea ética	1,0	Venta al detal	1,0	Venta al por mayor	0,2	Servicio de inyectología	0,7	<b>Total general</b>	<b>3,833333333</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	Venta de medicamentos de línea OTC	1,0	Venta de medicamentos línea ética	2,0	Venta al detal	1,0	Venta al por mayor	4,0	Servicio de inyectología	2,0	<b>Total general</b>	<b>10</b>	<p>Los 3 aspectos más importantes son la venta de medicamentos de la línea OTC, línea ética y ventas al detal de medicamentos básicos como aspirinas y medicinas para la gripe, cada uno de ellos con un 26%.</p> <p>Referente al grado de importancia lo más importante es línea OTC (en inglés overthecounter, sobre el mostrador o de venta libre) y las ventas al detal porque son las líneas con valores más pequeños.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																														
Venta de medicamentos de línea OTC	1,0																														
Venta de medicamentos línea ética	1,0																														
Venta al detal	1,0																														
Venta al por mayor	0,2																														
Servicio de inyectología	0,7																														
<b>Total general</b>	<b>3,833333333</b>																														
2.2 Actividades	PROMEDIO																														
Venta de medicamentos de línea OTC	1,0																														
Venta de medicamentos línea ética	2,0																														
Venta al detal	1,0																														
Venta al por mayor	4,0																														
Servicio de inyectología	2,0																														
<b>Total general</b>	<b>10</b>																														

**Gráfico 60. Año de creación de las droguerías**



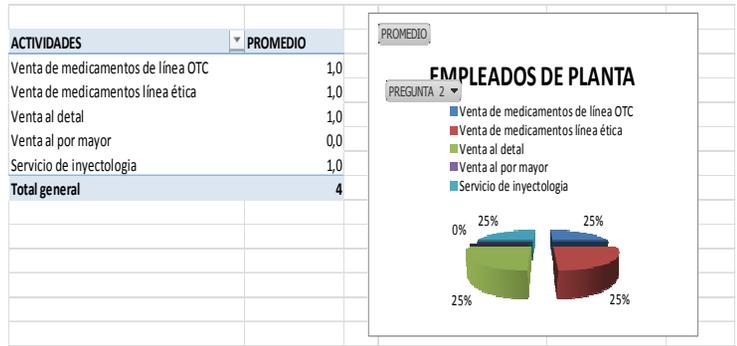
Los años de creación de las droguerías encuestadas se enmarca entre el año 2010 con 10 establecimientos y en el año 2011 con 8.

**Gráfico 61. Cantidad de profesionales en las droguerías**



La mayoría de empleados se encuentran en la línea ética (bajo receta) que es la cifra más alta.

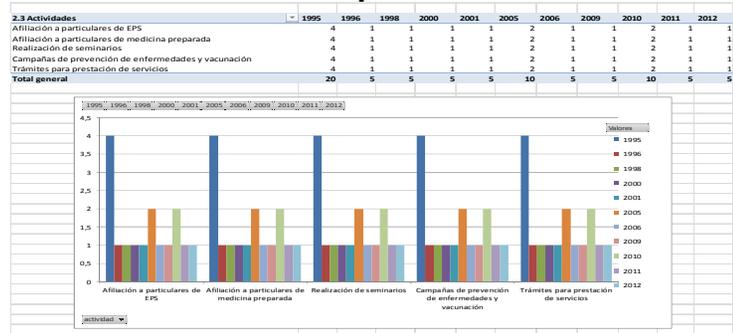
**Gráfico 62. Empleados de Planta en las droguerías**



Todos los empleados reportados son de planta por lo general es el propietario y algún empleado encargado del domicilio y es igual la cantidad en la línea ética y OTC.

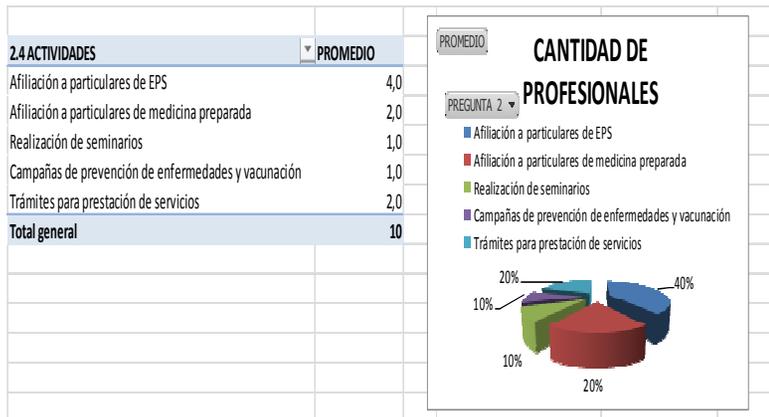
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																												
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 63. Principales actividades que prestan las Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Afiliación a particulares de EPS</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Afiliación a particulares de medicina preparada</td> <td>0,8</td> </tr> <tr> <td>Realización de seminarios</td> <td>0,3</td> </tr> <tr> <td>Campañas de prevención de enfermedades y vacunación</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>Trámites para prestación de servicios</td> <td>0,7</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>3,333333333</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 64. Grado de importancia que dan las Eps y oficinas del municipio de Tuluá a la actividad que realiza</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Afiliación a particulares de EPS</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Afiliación a particulares de medicina preparada</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>Realización de seminarios</td> <td>5,0</td> </tr> <tr> <td>Campañas de prevención de enfermedades y vacunación</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>Trámites para prestación de servicios</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>12</b></td> </tr> </tbody> </table>	2.1 Actividades	PROMEDIO	Afiliación a particulares de EPS	1,0	Afiliación a particulares de medicina preparada	0,8	Realización de seminarios	0,3	Campañas de prevención de enfermedades y vacunación	0,5	Trámites para prestación de servicios	0,7	<b>Total general</b>	<b>3,333333333</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	Afiliación a particulares de EPS	1,0	Afiliación a particulares de medicina preparada	2,0	Realización de seminarios	5,0	Campañas de prevención de enfermedades y vacunación	2,0	Trámites para prestación de servicios	2,0	<b>Total general</b>	<b>12</b>	<p>La principal actividad de estas entidades es realizar las afiliaciones al sistemas de seguridad social en salud de los empleados, dependientes, independientes y todos aquellos que relaciona el sistema, tanto en el POS (Plan obligatorio de salud, como en medicina prepagada).</p> <p>Siguiendo la misma tendencia la afiliación a la EPS predomina en el grado de importancia con una calificación de 1. Le sigue la medicina prepagada, las campañas de prevención y los tramites en prestación de servicios.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																														
Afiliación a particulares de EPS	1,0																														
Afiliación a particulares de medicina preparada	0,8																														
Realización de seminarios	0,3																														
Campañas de prevención de enfermedades y vacunación	0,5																														
Trámites para prestación de servicios	0,7																														
<b>Total general</b>	<b>3,333333333</b>																														
2.2 Actividades	PROMEDIO																														
Afiliación a particulares de EPS	1,0																														
Afiliación a particulares de medicina preparada	2,0																														
Realización de seminarios	5,0																														
Campañas de prevención de enfermedades y vacunación	2,0																														
Trámites para prestación de servicios	2,0																														
<b>Total general</b>	<b>12</b>																														

**Gráfico 65. Año de creación de las Eps y oficinas del municipio de Tuluá**

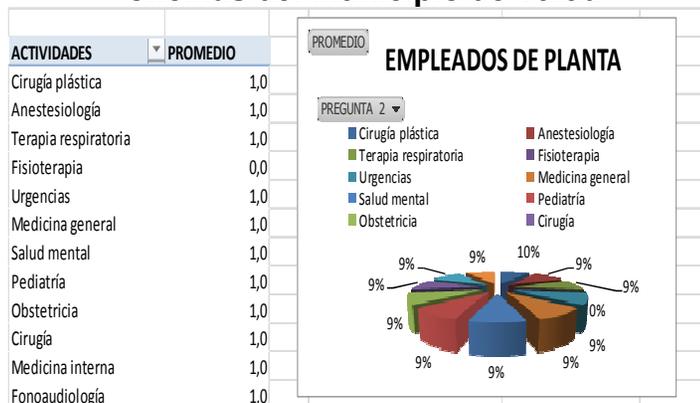


Los años de creación de las EPS en la ciudad de Tuluá, obedecen a 18 años las más antiguas, siendo estas en número 4 EPS, Servicio Occidental de Salud, Coomeva, Saludcoop y Seguro Social, ahora Nueva Eps, las demás han sido muy graduales y constantes con 1 o 2.

**Gráfico 66. Cantidad de profesionales en las Eps y oficinas del municipio de Tuluá**



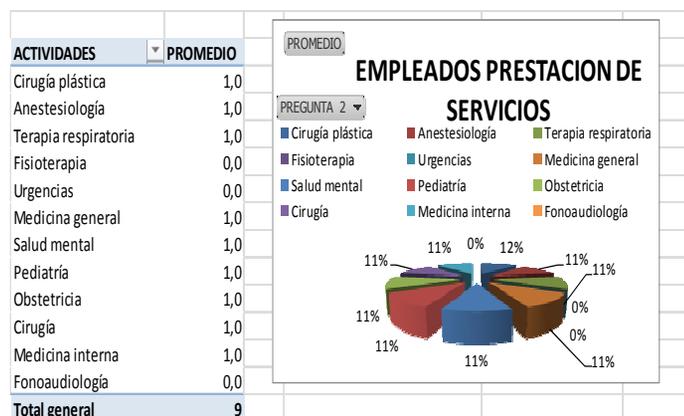
**Gráfico 67. Empleados de Planta en las Eps y oficinas del municipio de Tuluá**



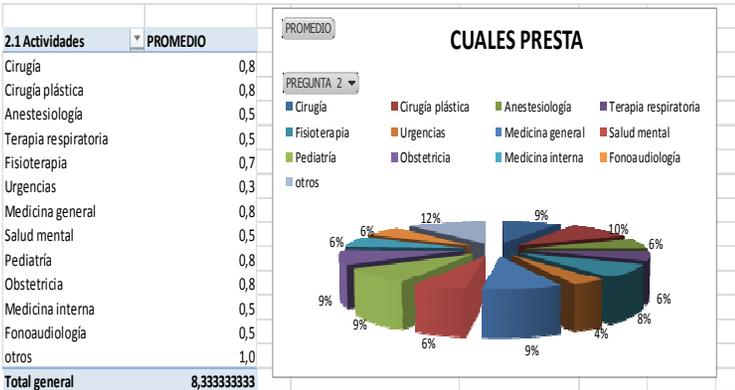
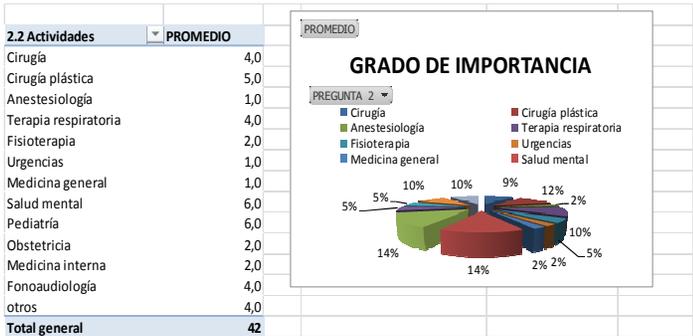
En promedio la mayoría de empleados están destinados a la consecución de afiliados particulares, dando como resultado el más alto de 4, lo que equivale al 40%.

El listado de opciones como fue el caso de cirugía plástica, anestesiología, terapia respiratoria, urgencias, medicina general, salud mental, pediatría, obstetricia, cirugía (general), medicina interna, fonoaudiología, da como positivo la utilización de personal pero referente a la fisioterapia la explicación obedece a convenios con clínicas especializadas que se encargan de ellos.

**Gráfico 68. Empleados por prestación de servicios en EPS y Oficinas**

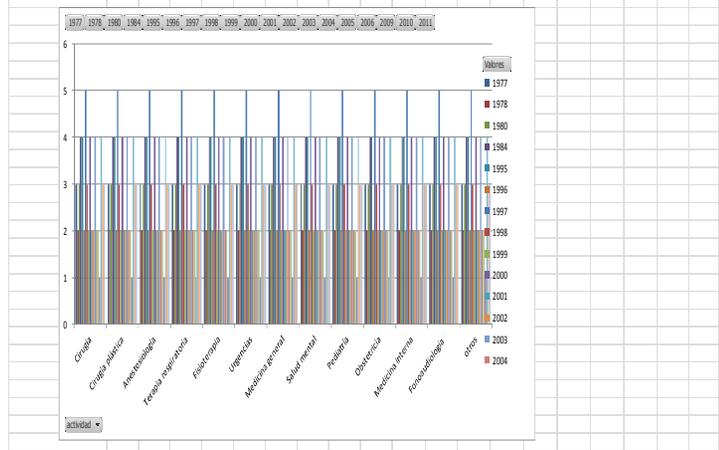


En los establecimientos manejan contratos de prestación de servicios, referente a la prestación de servicios allí se encuentran especialistas en áreas como: cirugía plástica, anestesiología, terapia respiratoria, medicina general, salud mental, pediatría, obstetricia, cirugía (general) y medicina interna.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																												
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Ips del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 69. Principales actividades que prestan las Ips del municipio de Tuluá</b></p>  <table border="1" data-bbox="808 386 1071 776"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cirugía</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Cirugía plástica</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Anestesiología</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Terapia respiratoria</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Fisioterapia</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>Urgencias</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>Medicina general</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Salud mental</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Pediatría</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Obstetricia</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Medicina interna</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Fonoaudiología</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>otros</td><td>1,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>8,333333333</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 70. Grado de importancia que dan las Ips del municipio de Tuluá</b></p>  <table border="1" data-bbox="829 922 1092 1258"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cirugía</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Cirugía plástica</td><td>5,0</td></tr> <tr><td>Anestesiología</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Terapia respiratoria</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Fisioterapia</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Urgencias</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Medicina general</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Salud mental</td><td>6,0</td></tr> <tr><td>Pediatría</td><td>6,0</td></tr> <tr><td>Obstetricia</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Medicina interna</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Fonoaudiología</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>otros</td><td>4,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>42</b></td></tr> </tbody> </table>	2.1 Actividades	PROMEDIO	Cirugía	0,8	Cirugía plástica	0,8	Anestesiología	0,5	Terapia respiratoria	0,5	Fisioterapia	0,7	Urgencias	0,3	Medicina general	0,8	Salud mental	0,5	Pediatría	0,8	Obstetricia	0,8	Medicina interna	0,5	Fonoaudiología	0,5	otros	1,0	<b>Total general</b>	<b>8,333333333</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	Cirugía	4,0	Cirugía plástica	5,0	Anestesiología	1,0	Terapia respiratoria	4,0	Fisioterapia	2,0	Urgencias	1,0	Medicina general	1,0	Salud mental	6,0	Pediatría	6,0	Obstetricia	2,0	Medicina interna	2,0	Fonoaudiología	4,0	otros	4,0	<b>Total general</b>	<b>42</b>	<p>El porcentaje mayor lo representa la opción otros con el valor de 1 siendo el 12% en relación al total, esto se refiere a que las IPS prestan servicios que no estaban establecidos en el cuestionario como dermatología, neurología, traumatología, etc;. Seguido en proporción a la medicina general, las cirugías, la obstetricia y la pediatría representadas con el 0,8 de participación que equivale al 10% y 9%.</p> <p>Las IPS le dan valor superior a actividades como anestesia, urgencias, medicina general, con el valor de 1. Por ser estas vitales para los pacientes / clientes.</p> <p>La siguiente pregunta indica los años de creación de las IPS</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																																																														
Cirugía	0,8																																																														
Cirugía plástica	0,8																																																														
Anestesiología	0,5																																																														
Terapia respiratoria	0,5																																																														
Fisioterapia	0,7																																																														
Urgencias	0,3																																																														
Medicina general	0,8																																																														
Salud mental	0,5																																																														
Pediatría	0,8																																																														
Obstetricia	0,8																																																														
Medicina interna	0,5																																																														
Fonoaudiología	0,5																																																														
otros	1,0																																																														
<b>Total general</b>	<b>8,333333333</b>																																																														
2.2 Actividades	PROMEDIO																																																														
Cirugía	4,0																																																														
Cirugía plástica	5,0																																																														
Anestesiología	1,0																																																														
Terapia respiratoria	4,0																																																														
Fisioterapia	2,0																																																														
Urgencias	1,0																																																														
Medicina general	1,0																																																														
Salud mental	6,0																																																														
Pediatría	6,0																																																														
Obstetricia	2,0																																																														
Medicina interna	2,0																																																														
Fonoaudiología	4,0																																																														
otros	4,0																																																														
<b>Total general</b>	<b>42</b>																																																														

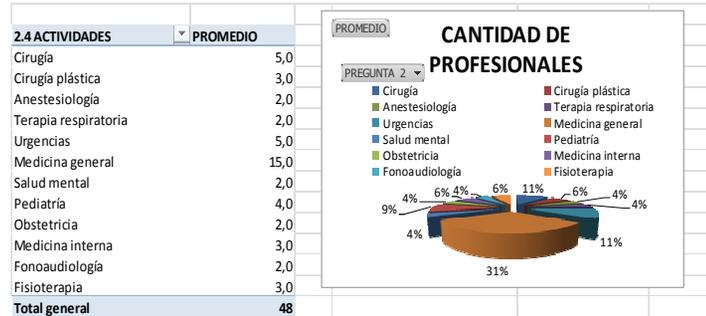
**Gráfico 71. Año de creación de las Ips del municipio de Tuluá**

2.3 Actividades	1977	1978	1980	1984	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2009	2010	2011
Cirugía	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Cirugía plástica	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Anestesiología	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Terapia respiratoria	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Fisioterapia	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Urgencias	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Medicina general	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Salud mental	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Pediatría	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Obstetricia	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Medicina interna	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Fonaudiología	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
Otros	3	2	3	4	4	2	5	3	2	4	2	2	4	2	2	1	4	3	3
<b>Total general</b>	<b>39</b>	<b>26</b>	<b>39</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>26</b>	<b>65</b>	<b>39</b>	<b>26</b>	<b>52</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>52</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>13</b>	<b>52</b>	<b>39</b>	<b>39</b>

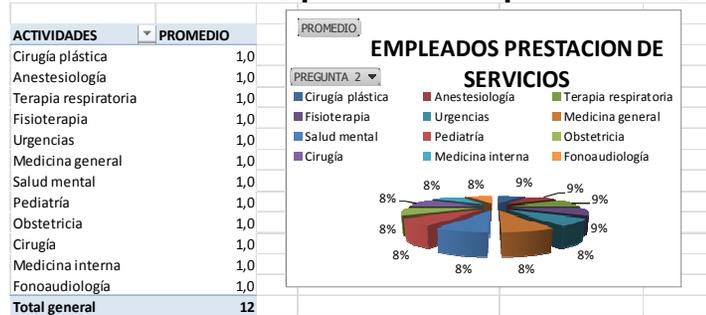


presentando un incremento significativo en el año 1997, con la creación de 5 centros en la ciudad de Tuluá, los demás años han fluctuado de 2 a 4, como es el caso de los años 1984, 1995, 2000, 2003, 2009

**Gráfico 72. Cantidad de profesionales en las Ips del municipio de Tuluá**

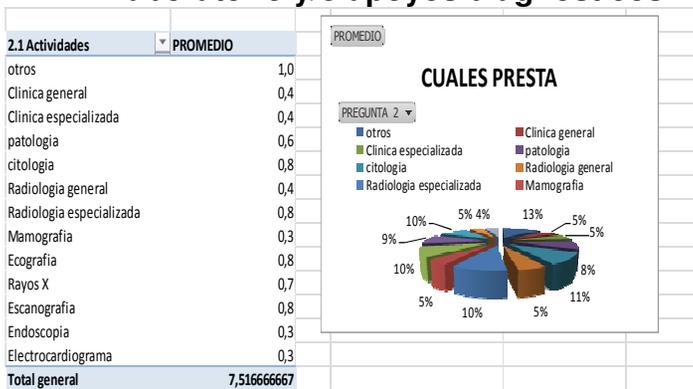


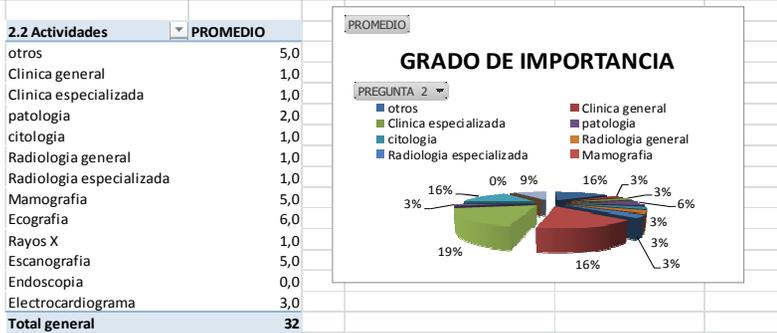
**Gráfico 73. Empleados de Planta y prestación de servicios en las Ips del municipio de Tuluá**



La siguiente pregunta indica la cantidad de profesionales y las áreas de mayor desempeño. Siendo una constante bastante marcada los especialistas en medicina general. Ejemplo de ello es que solamente en una institución como es una de las IPS más representativas de la ciudad, la Clínica San Francisco requieren 30 profesionales, pero al promediar con todas las instituciones este valor baja un poco.

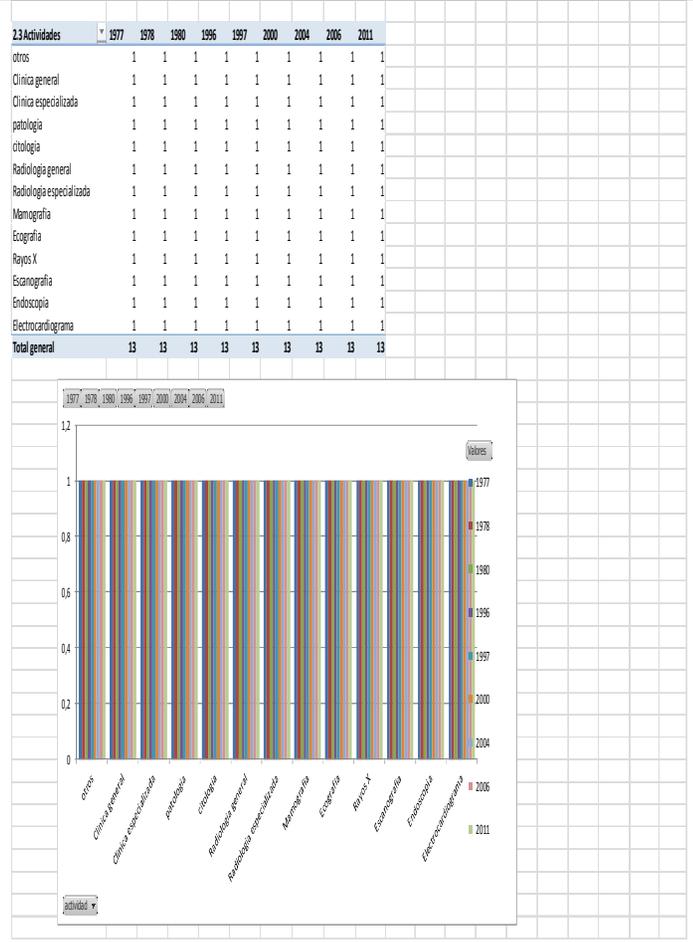
Todos los empleados que manejan este tipo de empresas son vinculados por prestación de servicios, por ello el resultado es 1.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																										
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Laboratorio y/o apoyos diagnósticos u ayudas diagnóstica</b></p>	<p><b>Gráfico 74. Principales actividades que prestan los laboratorio y/o apoyos diagnósticos</b></p>  <table border="1" data-bbox="787 414 1081 803"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>otros</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Clinica general</td><td>0,4</td></tr> <tr><td>Clinica especializada</td><td>0,4</td></tr> <tr><td>patologia</td><td>0,6</td></tr> <tr><td>citologia</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Radiologia general</td><td>0,4</td></tr> <tr><td>Radiologia especializada</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Mamografia</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>Ecografia</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Rayos X</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>Escanografia</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Endoscopia</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>Electrocardiograma</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>Total general</td><td>7,51666667</td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 75. Grado de importancia que dan los laboratorio y/o apoyos diagnósticos a las actividades que prestan</b></p>  <table border="1" data-bbox="1102 430 1459 755"> <thead> <tr> <th>Actividad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>otros</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Clinica general</td><td>5%</td></tr> <tr><td>Clinica especializada</td><td>4%</td></tr> <tr><td>patologia</td><td>13%</td></tr> <tr><td>citologia</td><td>5%</td></tr> <tr><td>Radiologia general</td><td>5%</td></tr> <tr><td>Radiologia especializada</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Mamografia</td><td>8%</td></tr> <tr><td>Ecografia</td><td>11%</td></tr> <tr><td>Rayos X</td><td>5%</td></tr> <tr><td>Escanografia</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Endoscopia</td><td>9%</td></tr> <tr><td>Electrocardiograma</td><td>5%</td></tr> </tbody> </table>	2.1 Actividades	PROMEDIO	otros	1,0	Clinica general	0,4	Clinica especializada	0,4	patologia	0,6	citologia	0,8	Radiologia general	0,4	Radiologia especializada	0,8	Mamografia	0,3	Ecografia	0,8	Rayos X	0,7	Escanografia	0,8	Endoscopia	0,3	Electrocardiograma	0,3	Total general	7,51666667	Actividad	Porcentaje	otros	10%	Clinica general	5%	Clinica especializada	4%	patologia	13%	citologia	5%	Radiologia general	5%	Radiologia especializada	10%	Mamografia	8%	Ecografia	11%	Rayos X	5%	Escanografia	10%	Endoscopia	9%	Electrocardiograma	5%	<p>Los laboratorio y/o apoyos diagnósticos se especializan en su mayoría en toma de muestras para exámenes, esta opción no estaba contemplada en el formato por lo tanto el valor más alto fue otros y se hace la aclaración sobre lo que significa.</p> <p>La importancia de laboratorio y/o apoyos diagnósticos según su percepción (calificación de 1) está enfocada en resultados hacia clínica general, especializada, citologías, radiología y rayos X.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																																																												
otros	1,0																																																												
Clinica general	0,4																																																												
Clinica especializada	0,4																																																												
patologia	0,6																																																												
citologia	0,8																																																												
Radiologia general	0,4																																																												
Radiologia especializada	0,8																																																												
Mamografia	0,3																																																												
Ecografia	0,8																																																												
Rayos X	0,7																																																												
Escanografia	0,8																																																												
Endoscopia	0,3																																																												
Electrocardiograma	0,3																																																												
Total general	7,51666667																																																												
Actividad	Porcentaje																																																												
otros	10%																																																												
Clinica general	5%																																																												
Clinica especializada	4%																																																												
patologia	13%																																																												
citologia	5%																																																												
Radiologia general	5%																																																												
Radiologia especializada	10%																																																												
Mamografia	8%																																																												
Ecografia	11%																																																												
Rayos X	5%																																																												
Escanografia	10%																																																												
Endoscopia	9%																																																												
Electrocardiograma	5%																																																												



**Gráfico 76. Año de creación de las laboratorio y/o apoyos diagnósticos**

A continuación se indica los años de creación de los laboratorios y/o apoyos diagnósticos y a diferencia de lo que se pueda suponer ha sido poco consecutivo el surgimiento de estos establecimientos con un promedio de 1 año.



**Gráfico 77. Cantidad de profesionales en los laboratorio y/o apoyos diagnósticos**

La mayoría de profesionales están dedicados al área de clínica general y rayos X.

Todos los empleados que manejan este tipo de empresas los contratos son por prestación de servicios.

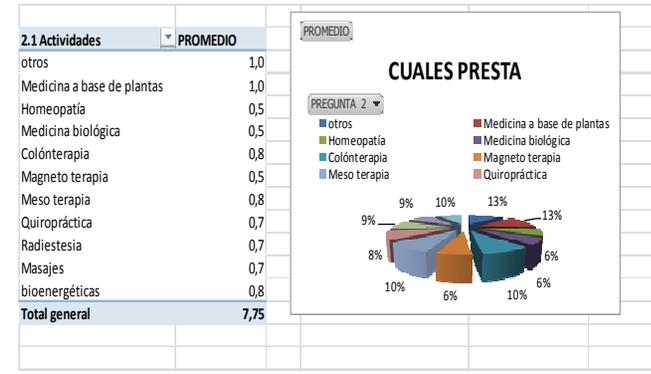
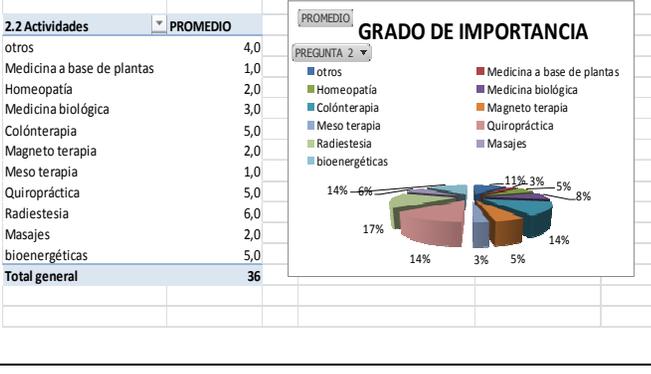
2.4 ACTIVIDADES	PROMEDIO
Clinica general	3,0
Clinica especializada	2,0
patologia	1,0
citologia	1,0
Radiologia general	2,0
Radiologia especializada	1,0
Mamografia	1,0
Ecografia	1,0
Rayos X	3,0
Escanografia	1,0
Endoscopia	1,0
Electrocardiograma	2,0
<b>Total general</b>	<b>19</b>



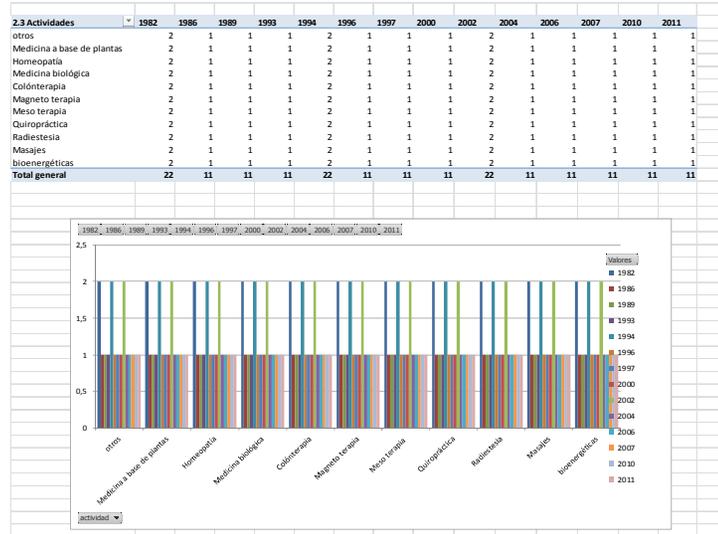
**Gráfico 78. Empleados de Planta y prestación de servicios los laboratorio y/o apoyos diagnósticos**

ACTIVIDADES	PROMEDIO
Clinica general	1,0
Clinica especializada	1,0
patologia	1,0
citologia	1,0
Radiologia general	1,0
Radiologia especializada	1,0
Mamografia	1,0
Ecografia	1,0
Rayos X	1,0
Escanografia	1,0
Endoscopia	1,0
Electrocardiograma	1,0
<b>Total general</b>	<b>12</b>



PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																				
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Centros médicos Alternativos</b></p>	<p><b>Gráfico 79. Principales actividades que prestan los Centros Alternativos</b></p>  <table border="1" data-bbox="840 454 1113 828"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>otros</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Medicina a base de plantas</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Homeopatía</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Medicina biológica</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Colónterapia</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Magneto terapia</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Meso terapia</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Quiropráctica</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>Radiestesia</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>Masajes</td><td>0,7</td></tr> <tr><td>bioenergéticas</td><td>0,8</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>7,75</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 80. Grado de importancia que dan los Centros Alternativos a las actividades que prestan</b></p>  <table border="1" data-bbox="840 941 1113 1315"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>otros</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Medicina a base de plantas</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Homeopatía</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Medicina biológica</td><td>3,0</td></tr> <tr><td>Colónterapia</td><td>5,0</td></tr> <tr><td>Magneto terapia</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Meso terapia</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Quiropráctica</td><td>5,0</td></tr> <tr><td>Radiestesia</td><td>6,0</td></tr> <tr><td>Masajes</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>bioenergéticas</td><td>5,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>36</b></td></tr> </tbody> </table>	2.1 Actividades	PROMEDIO	otros	1,0	Medicina a base de plantas	1,0	Homeopatía	0,5	Medicina biológica	0,5	Colónterapia	0,8	Magneto terapia	0,5	Meso terapia	0,8	Quiropráctica	0,7	Radiestesia	0,7	Masajes	0,7	bioenergéticas	0,8	<b>Total general</b>	<b>7,75</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	otros	4,0	Medicina a base de plantas	1,0	Homeopatía	2,0	Medicina biológica	3,0	Colónterapia	5,0	Magneto terapia	2,0	Meso terapia	1,0	Quiropráctica	5,0	Radiestesia	6,0	Masajes	2,0	bioenergéticas	5,0	<b>Total general</b>	<b>36</b>	<p>Los centros médicos naturistas o alternativos enfatizan en que sus compuestos son medicinas a base de plantas y algunos prestan otro tipo de servicios como son terapias con balines para bajar de peso y otro tipo de terapias alternativas que no estaban contempladas en el cuestionario</p> <p>En cuanto a la atención hacia los pacientes lo más importante es lo relacionado con la línea de medicamentos a base de plantas y los de línea de meso terapia.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																																																						
otros	1,0																																																						
Medicina a base de plantas	1,0																																																						
Homeopatía	0,5																																																						
Medicina biológica	0,5																																																						
Colónterapia	0,8																																																						
Magneto terapia	0,5																																																						
Meso terapia	0,8																																																						
Quiropráctica	0,7																																																						
Radiestesia	0,7																																																						
Masajes	0,7																																																						
bioenergéticas	0,8																																																						
<b>Total general</b>	<b>7,75</b>																																																						
2.2 Actividades	PROMEDIO																																																						
otros	4,0																																																						
Medicina a base de plantas	1,0																																																						
Homeopatía	2,0																																																						
Medicina biológica	3,0																																																						
Colónterapia	5,0																																																						
Magneto terapia	2,0																																																						
Meso terapia	1,0																																																						
Quiropráctica	5,0																																																						
Radiestesia	6,0																																																						
Masajes	2,0																																																						
bioenergéticas	5,0																																																						
<b>Total general</b>	<b>36</b>																																																						

**Gráfico 81. Año de creación de los Centros Alternativos**



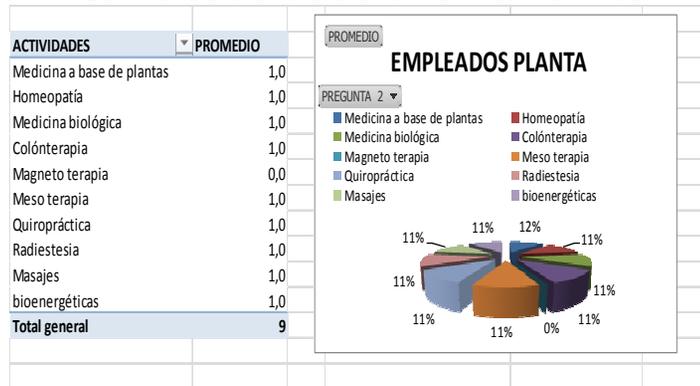
La pregunta indica los años de creación de los centros de medicina alternativa, en los años 1982, 1994 y 2002 se han presentado una mayor incursión de estos centros, con un incremento de 2 en estos años, aunque su crecimiento es esporádico no es constante año a año.

**Gráfico 82. Cantidad de profesionales en los Centros Alternativos**



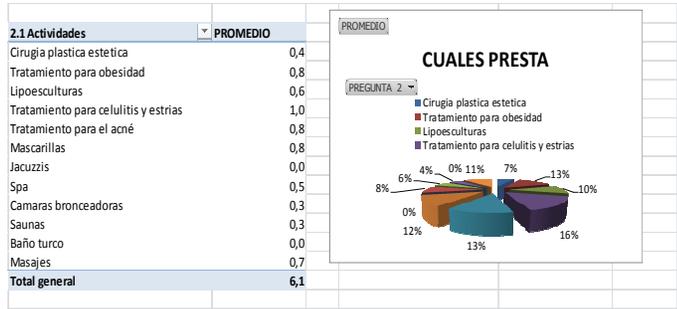
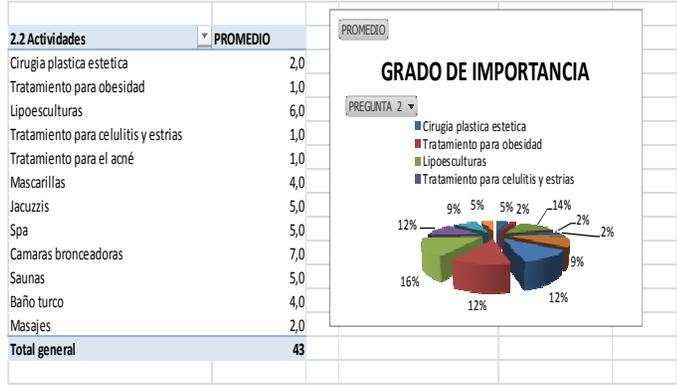
La cantidad más significativa (3) enfocado a técnicas para bajar de peso o mesoterapias, seguido del (2) con la medicina a base de plantas y la homeopatía, es de aclarar que no siempre el dueño del establecimiento es el profesional que asesora.

**Gráfico 83. Empleados de Planta y prestación de servicios de los Centros Alternativos**



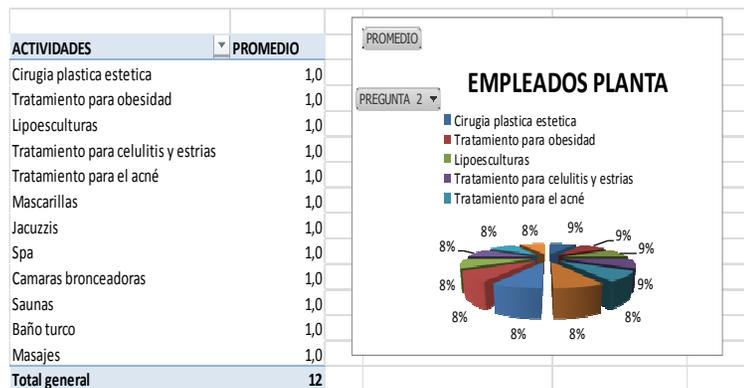
Todos los empleados que manejan este tipo de empresas se caracterizan por ser de planta (administrado y atendido por el propietario / especialista), aunque algunos hacen la salvedad de emplear profesionales de otras ciudades, pero esto es esporádico. Se hacen convenios por determinado tiempo o con alguna línea de productos especiales.

De la lista de actividades desempeñadas en los centros alternativos, la única que no tiene especialistas designados es la magnetoterapia.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																								
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Centros de Estética</b></p>	<p><b>Gráfico 84. Principales actividades que prestan los centros de estética</b></p>  <table border="1" data-bbox="835 418 1144 727"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cirugia plastica estetica</td><td>0,4</td></tr> <tr><td>Tratamiento para obesidad</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Lipoesculturas</td><td>0,6</td></tr> <tr><td>Tratamiento para celulitis y estrias</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Tratamiento para el acné</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Mascarillas</td><td>0,8</td></tr> <tr><td>Jacuzzis</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Spa</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Camaras bronceadoras</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>Saunas</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>Baño turco</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Masajes</td><td>0,7</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>6,1</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 85. Grado de importancia que dan los centros de estética a las actividades que prestan</b></p>  <table border="1" data-bbox="835 873 1144 1258"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cirugia plastica estetica</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Tratamiento para obesidad</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Lipoesculturas</td><td>6,0</td></tr> <tr><td>Tratamiento para celulitis y estrias</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Tratamiento para el acné</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Mascarillas</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Jacuzzis</td><td>5,0</td></tr> <tr><td>Spa</td><td>5,0</td></tr> <tr><td>Camaras bronceadoras</td><td>7,0</td></tr> <tr><td>Saunas</td><td>5,0</td></tr> <tr><td>Baño turco</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Masajes</td><td>2,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>43</b></td></tr> </tbody> </table>	2.1 Actividades	PROMEDIO	Cirugia plastica estetica	0,4	Tratamiento para obesidad	0,8	Lipoesculturas	0,6	Tratamiento para celulitis y estrias	1,0	Tratamiento para el acné	0,8	Mascarillas	0,8	Jacuzzis	0,0	Spa	0,5	Camaras bronceadoras	0,3	Saunas	0,3	Baño turco	0,0	Masajes	0,7	<b>Total general</b>	<b>6,1</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	Cirugia plastica estetica	2,0	Tratamiento para obesidad	1,0	Lipoesculturas	6,0	Tratamiento para celulitis y estrias	1,0	Tratamiento para el acné	1,0	Mascarillas	4,0	Jacuzzis	5,0	Spa	5,0	Camaras bronceadoras	7,0	Saunas	5,0	Baño turco	4,0	Masajes	2,0	<b>Total general</b>	<b>43</b>	<p>Los campos de acción de este tipo de establecimientos son muy amplios y día a día se crean nuevos, las de la ciudad se enfocan en mayor porcentaje al tratamiento de celulitis y estrías con el 116% y en una proporción un poco más pequeña lo referente a obesidad, acné y mascarillas.</p> <p>Sobre el grado de importancia los puntos anteriores siguen siendo los más relevantes con una calificación de 1 para obesidad, celulitis y acné.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																																																										
Cirugia plastica estetica	0,4																																																										
Tratamiento para obesidad	0,8																																																										
Lipoesculturas	0,6																																																										
Tratamiento para celulitis y estrias	1,0																																																										
Tratamiento para el acné	0,8																																																										
Mascarillas	0,8																																																										
Jacuzzis	0,0																																																										
Spa	0,5																																																										
Camaras bronceadoras	0,3																																																										
Saunas	0,3																																																										
Baño turco	0,0																																																										
Masajes	0,7																																																										
<b>Total general</b>	<b>6,1</b>																																																										
2.2 Actividades	PROMEDIO																																																										
Cirugia plastica estetica	2,0																																																										
Tratamiento para obesidad	1,0																																																										
Lipoesculturas	6,0																																																										
Tratamiento para celulitis y estrias	1,0																																																										
Tratamiento para el acné	1,0																																																										
Mascarillas	4,0																																																										
Jacuzzis	5,0																																																										
Spa	5,0																																																										
Camaras bronceadoras	7,0																																																										
Saunas	5,0																																																										
Baño turco	4,0																																																										
Masajes	2,0																																																										
<b>Total general</b>	<b>43</b>																																																										



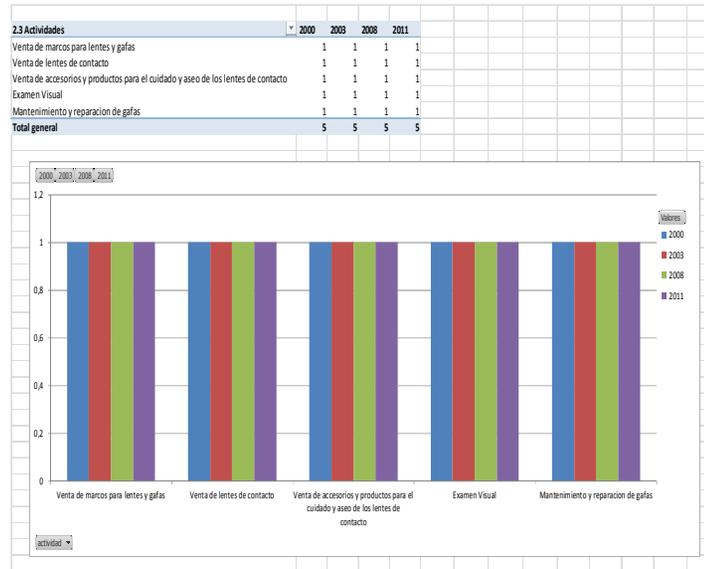
**Gráfico 88. Empleados de Planta y prestación de servicios de los centros de estética**



No hay registro de empleados por prestación de servicios, pero no se descarta que exista por temporadas o eventualmente este tipo de contrato

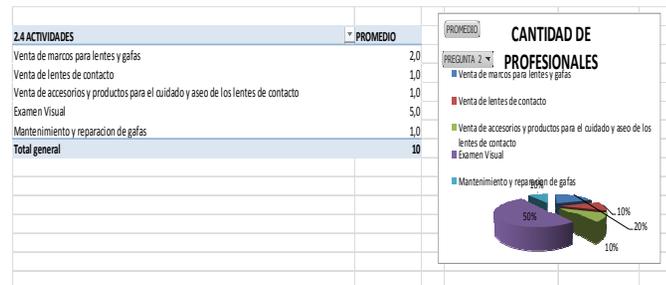
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																												
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Ópticas</b></p>	<p><b>Gráfico 89. Principales actividades que prestan las ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="787 454 1270 755"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Venta de marcos para lentes y gafas</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Venta de lentes de contacto</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Venta de accesorios y productos para el cuidado y aseo de los lentes de contacto</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Examen Visual</td> <td>0,7</td> </tr> <tr> <td>Mantenimiento y reparacion de gafas</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>4,166666667</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 90. Grado de importancia que dan las ópticas a las actividades que prestan</b></p> <table border="1" data-bbox="808 901 1270 1242"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Venta de marcos para lentes y gafas</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>Venta de lentes de contacto</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>Venta de accesorios y productos para el cuidado y aseo de los lentes de contacto</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>Examen Visual</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Mantenimiento y reparacion de gafas</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>11</b></td> </tr> </tbody> </table> 	2.1 Actividades	PROMEDIO	Venta de marcos para lentes y gafas	1,0	Venta de lentes de contacto	1,0	Venta de accesorios y productos para el cuidado y aseo de los lentes de contacto	1,0	Examen Visual	0,7	Mantenimiento y reparacion de gafas	0,5	<b>Total general</b>	<b>4,166666667</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	Venta de marcos para lentes y gafas	2,0	Venta de lentes de contacto	2,0	Venta de accesorios y productos para el cuidado y aseo de los lentes de contacto	3,0	Examen Visual	1,0	Mantenimiento y reparacion de gafas	3,0	<b>Total general</b>	<b>11</b>	<p>La venta de lentes medicados y de sol, los lentes de contacto, y accesorios son los servicios que más presta este tipo de establecimientos.</p> <p>Estas respuestas indicaron que se le da más importancia a las ventas y accesorios, al igual que el mantenimiento de los lentes siendo estos los fuertes de este tipo de establecimientos.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																														
Venta de marcos para lentes y gafas	1,0																														
Venta de lentes de contacto	1,0																														
Venta de accesorios y productos para el cuidado y aseo de los lentes de contacto	1,0																														
Examen Visual	0,7																														
Mantenimiento y reparacion de gafas	0,5																														
<b>Total general</b>	<b>4,166666667</b>																														
2.2 Actividades	PROMEDIO																														
Venta de marcos para lentes y gafas	2,0																														
Venta de lentes de contacto	2,0																														
Venta de accesorios y productos para el cuidado y aseo de los lentes de contacto	3,0																														
Examen Visual	1,0																														
Mantenimiento y reparacion de gafas	3,0																														
<b>Total general</b>	<b>11</b>																														

**Gráfico 91. Año de creación de las ópticas**



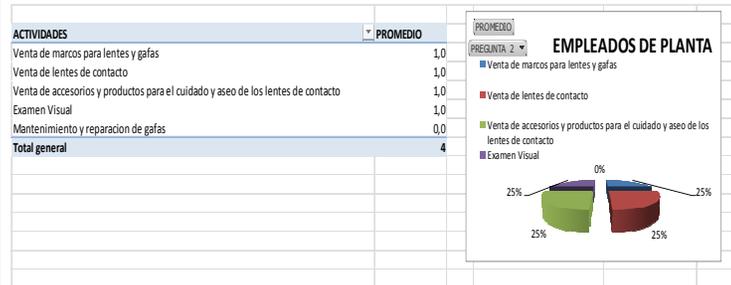
La pregunta indica los años de creación de los centros odontológicos siendo la mayoría recientes con 6 nuevos establecimientos en los años 2010 y 2011. De los 11 ópticas, la mayoría han sido creados en los últimos 3 años.

**Gráfico 92. Cantidad de profesionales en las ópticas**



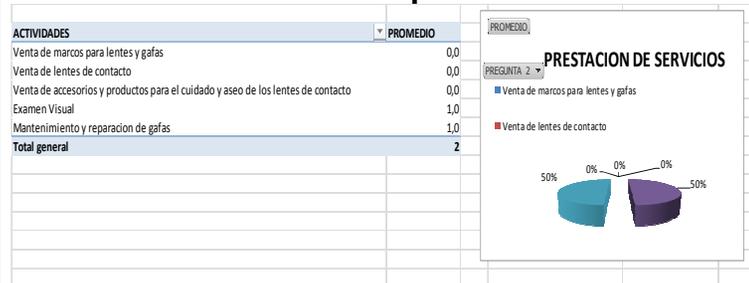
Las personas que laboran en las ópticas están dedicadas en su mayoría a la venta y a las prácticas de examen visual, ello con los promedios más altos.

### Gráfico 93. Empleados de Planta de las ópticas



Los empleados de planta que laboran en este tipo de establecimientos, se encargan de las ventas de marcos, lentes de contacto, accesorios y examen visual.

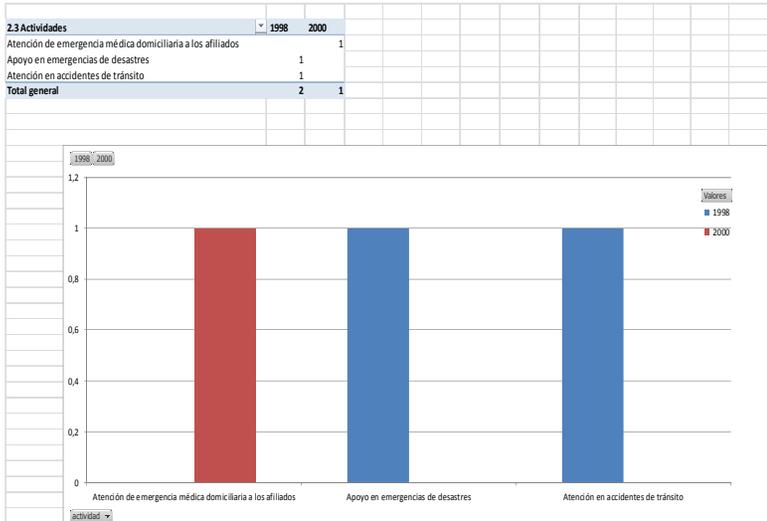
### Gráfico 94. Empleados por prestación de servicios de las ópticas



El personal en su mayoría que labora por prestación de servicios se desempeña en el examen visual (especialistas en el campo), al igual que en reparación y mantenimiento de las gafas.

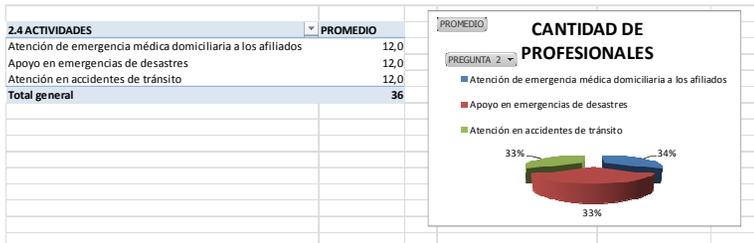
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																				
<p><b>ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA</b></p> <p>Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).</p>	<p><b>Urgencias paramédicas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 95. Respuesta sobre el tipo de servicio que presta el sector urgencias paramédicas</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>2.1 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Atencion de emergencia medica domiciliaria a los afiliados.</td> <td style="text-align: right;">1,0</td> </tr> <tr> <td>Apoyo en emergencia de desastres</td> <td style="text-align: right;">1,0</td> </tr> <tr> <td>atencion en accidentes de transito</td> <td style="text-align: right;">1,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td style="text-align: right;"><b>3</b></td> </tr> </tbody> </table> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p><b>CUALES PRESTA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Atención de emergencia medica domiciliaria a los afiliados.</li> <li>■ Apoyo en emergencia de desastres</li> <li>■ atencion en accidentes de transito</li> </ul> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;"><b>Gráfico 96. Respuesta sobre el grado de importancia sector urgencias paramédicas</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>2.2 Actividades</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Atención de emergencia médica domiciliaria a los afiliados</td> <td style="text-align: right;">1,0</td> </tr> <tr> <td>Apoyo en emergencias de desastres</td> <td style="text-align: right;">1,0</td> </tr> <tr> <td>Atención en accidentes de tránsito</td> <td style="text-align: right;">1,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td style="text-align: right;"><b>3</b></td> </tr> </tbody> </table> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p><b>GRADO DE IMPORTANCIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Atención de emergencia médica domiciliaria a los afiliados</li> <li>■ Apoyo en emergencias de desastres</li> <li>■ Atención en accidentes de tránsito</li> </ul> </div>	2.1 Actividades	PROMEDIO	Atencion de emergencia medica domiciliaria a los afiliados.	1,0	Apoyo en emergencia de desastres	1,0	atencion en accidentes de transito	1,0	<b>Total general</b>	<b>3</b>	2.2 Actividades	PROMEDIO	Atención de emergencia médica domiciliaria a los afiliados	1,0	Apoyo en emergencias de desastres	1,0	Atención en accidentes de tránsito	1,0	<b>Total general</b>	<b>3</b>	<p>Esta empresa se especializa en atención de emergencias, apoyo en desastres y ayuda en accidentes y no presenta competencia establecida al respecto.</p> <p>La percepción es la misma que la pregunta anterior por que se especializa en atención de emergencias, apoyo en desastres y ayuda en accidentes, siendo esto lo más importante.</p>
2.1 Actividades	PROMEDIO																						
Atencion de emergencia medica domiciliaria a los afiliados.	1,0																						
Apoyo en emergencia de desastres	1,0																						
atencion en accidentes de transito	1,0																						
<b>Total general</b>	<b>3</b>																						
2.2 Actividades	PROMEDIO																						
Atención de emergencia médica domiciliaria a los afiliados	1,0																						
Apoyo en emergencias de desastres	1,0																						
Atención en accidentes de tránsito	1,0																						
<b>Total general</b>	<b>3</b>																						

**Gráfico 97. Respuesta sobre año de creación urgencias paramédicas**



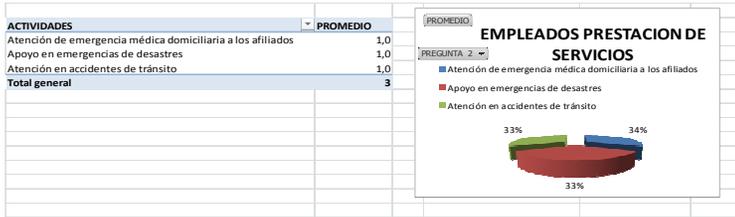
Al ser este el único establecimiento que se dedica a este tipo de servicios, indicó que inicialmente que se dio su creación con el apoyo en emergencia y atención en accidentes de tránsito en el año 1998, posterior se implemento la atención medica domiciliaria.

**Gráfico 98. Respuesta sobre la cantidad de profesionales urgencias paramédicas**



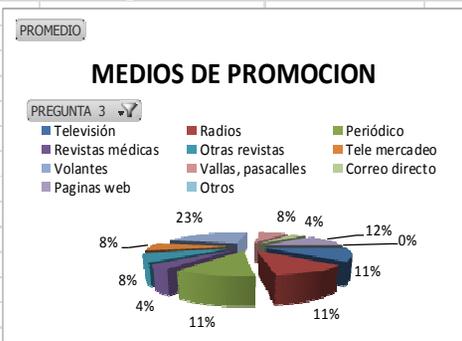
Esta empresa cuenta con 12 empleados que se desempeñan en todos los servicios.

### Gráfico 99. Respuesta sobre los empleados de planta sector urgencias paramédicas



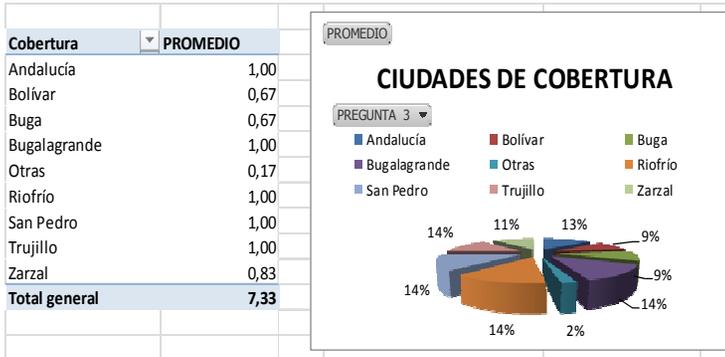
Todos los empleados que maneja esta empresa son por prestación de servicios.

**Pregunta No. 4.**

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																						
<p><b>MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS</b></p> <p>De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?</p> <p>¿Qué medios ha utilizado para promocionar sus servicios?</p>	<p><b>Centros Odontológicos</b></p>	<p><b>Gráfico 100. Tipo de clientes de los Centros odontológicos</b></p> <table border="1" data-bbox="789 464 1205 786"> <thead> <tr> <th>Usuarios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. pacientes particulares</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td>C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td>D otros</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,5</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 101. Medios de promoción Centros odontológicos</b></p> <table border="1" data-bbox="789 899 1058 1256"> <thead> <tr> <th>Medios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Televisión</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Radios</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Periódico</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Revistas médicas</td> <td>0,17</td> </tr> <tr> <td>Otras revistas</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Tele mercadeo</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Volantes</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Vallas, pasacalles</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Correo directo</td> <td>0,17</td> </tr> <tr> <td>Paginas web</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>4,33</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Usuarios	PROMEDIO	A. pacientes particulares	1,0	B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,2	C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,2	D otros	0,2	<b>Total general</b>	<b>1,5</b>	Medios	PROMEDIO	Televisión	0,50	Radios	0,50	Periódico	0,50	Revistas médicas	0,17	Otras revistas	0,33	Tele mercadeo	0,33	Volantes	1,00	Vallas, pasacalles	0,33	Correo directo	0,17	Paginas web	0,50	Otros	0,00	<b>Total general</b>	<b>4,33</b>	<p>Los Centros odontológicos manifestaron que en gran número los clientes son particulares. Algunas empresas seleccionaron la opción, Otros, e informaron que prestan sus servicios en convenio con la empresa Previser en su mayoría.</p> <p>Todas las empresas informaron que utilizan los volantes como medio publicitario más común, obteniendo el porcentaje más alto de participación, seguido de la televisión, radio, páginas web y periódico.</p>
Usuarios	PROMEDIO																																								
A. pacientes particulares	1,0																																								
B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,2																																								
C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,2																																								
D otros	0,2																																								
<b>Total general</b>	<b>1,5</b>																																								
Medios	PROMEDIO																																								
Televisión	0,50																																								
Radios	0,50																																								
Periódico	0,50																																								
Revistas médicas	0,17																																								
Otras revistas	0,33																																								
Tele mercadeo	0,33																																								
Volantes	1,00																																								
Vallas, pasacalles	0,33																																								
Correo directo	0,17																																								
Paginas web	0,50																																								
Otros	0,00																																								
<b>Total general</b>	<b>4,33</b>																																								

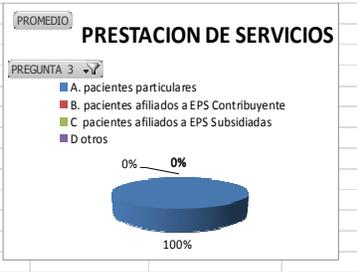
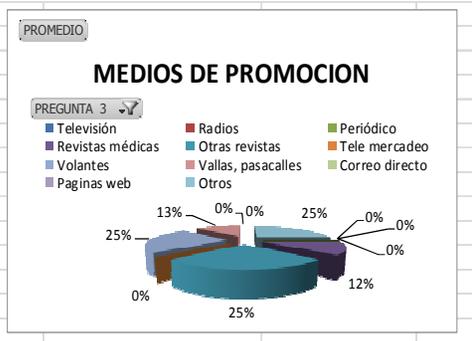
¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

**Gráfico 102. Ciudades de cobertura de los Centros odontológicos**



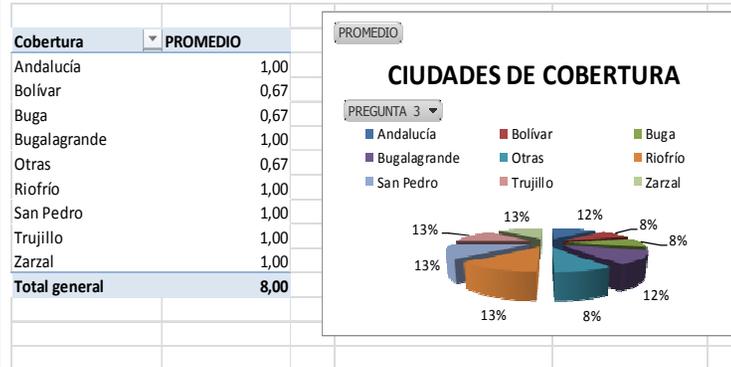
El área de cobertura de los Centros odontológicos del municipio de Tuluá se extiende a los de Andalucía, Bugalagrande, Riofrío, San Pedro y Trujillo.

En el sector educativo indicaron que poseen estudiantes de Sevilla, Yotoco y Darién, indicando con esto que tienen estudiantes en prácticas en las áreas de higiene oral.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																						
<p><b>MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS</b></p> <p>De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?</p> <p>Que medios ha utilizado para promocionar sus servicios.</p>	<p><b>Dotaciones Médicas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 103. Respuesta de tipo de servicio dotación medica</b></p> <table border="1" data-bbox="789 423 1199 695"> <thead> <tr> <th>Usuarios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. pacientes particulares</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>D otros</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p style="text-align: center;"><b>Gráfico 104. Respuesta sobre medios de promoción dotación medica</b></p> <table border="1" data-bbox="789 805 1073 1146"> <thead> <tr> <th>Medios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Televisión</td><td>0,00</td></tr> <tr><td>Radios</td><td>0,00</td></tr> <tr><td>Periódico</td><td>0,00</td></tr> <tr><td>Revistas médicas</td><td>0,33</td></tr> <tr><td>Otras revistas</td><td>0,67</td></tr> <tr><td>Tele mercadeo</td><td>0,00</td></tr> <tr><td>Volantes</td><td>0,67</td></tr> <tr><td>Vallas, pasacalles</td><td>0,33</td></tr> <tr><td>Correo directo</td><td>0,00</td></tr> <tr><td>Paginas web</td><td>0,00</td></tr> <tr><td>Otros</td><td>0,67</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>2,67</b></td></tr> </tbody> </table> 	Usuarios	PROMEDIO	A. pacientes particulares	1,0	B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,0	C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,0	D otros	0,0	<b>Total general</b>	<b>1</b>	Medios	PROMEDIO	Televisión	0,00	Radios	0,00	Periódico	0,00	Revistas médicas	0,33	Otras revistas	0,67	Tele mercadeo	0,00	Volantes	0,67	Vallas, pasacalles	0,33	Correo directo	0,00	Paginas web	0,00	Otros	0,67	<b>Total general</b>	<b>2,67</b>	<p>La mayoría de clientes son particulares. Por qué las EPS no asume este tipo de implementos.</p> <p>La mayoría de empresas manifestaron como otro medio de comunicación las páginas amarillas. Siendo uno de los más representativos los volantes y otras revistas, que en su mayoría son de circulación local tienen una participación del 25%.</p>
Usuarios	PROMEDIO																																								
A. pacientes particulares	1,0																																								
B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,0																																								
C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,0																																								
D otros	0,0																																								
<b>Total general</b>	<b>1</b>																																								
Medios	PROMEDIO																																								
Televisión	0,00																																								
Radios	0,00																																								
Periódico	0,00																																								
Revistas médicas	0,33																																								
Otras revistas	0,67																																								
Tele mercadeo	0,00																																								
Volantes	0,67																																								
Vallas, pasacalles	0,33																																								
Correo directo	0,00																																								
Paginas web	0,00																																								
Otros	0,67																																								
<b>Total general</b>	<b>2,67</b>																																								

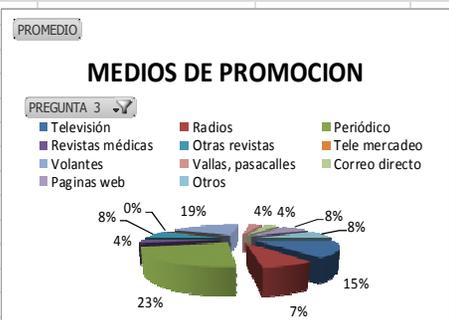
¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

**Gráfico 105. Respuesta sobre ciudades de cobertura dotación médica**



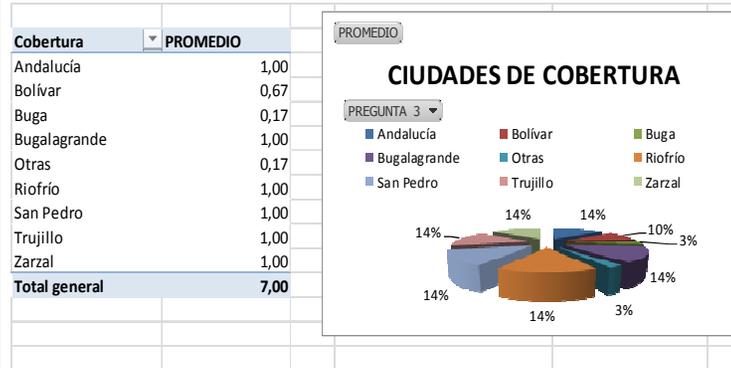
Las ciudades más predominantes fueron Andalucía Bugalagrande, Riofrío, San Pedro, Trujillo y Zarzal con un 13%.

Los que seleccionaron otros nombraron ciudades del valle pero que de pronto no están tan cerca el caso de Ginebra y Yotoco.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																						
<p><b>MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS</b></p> <p>De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?</p> <p>Que medios ha utilizado para promocionar sus servicios.</p>	<p><b>Droguerías</b></p>	<p><b>Gráfico 106. Respuesta sobre tipo de clientes de la droguería</b></p> <table border="1" data-bbox="789 386 1241 683"> <thead> <tr> <th>Usuarios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. pacientes particulares</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas</td> <td>0,3</td> </tr> <tr> <td>D otros</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,83333333</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 107. Respuesta sobre medios de promoción droguerías</b></p> <table border="1" data-bbox="789 834 1073 1170"> <thead> <tr> <th>Medios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Televisión</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td>Radios</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Periódico</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Revistas médicas</td> <td>0,17</td> </tr> <tr> <td>Otras revistas</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Tele mercadeo</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Volantes</td> <td>0,83</td> </tr> <tr> <td>Vallas, pasacalles</td> <td>0,17</td> </tr> <tr> <td>Correo directo</td> <td>0,17</td> </tr> <tr> <td>Paginas web</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>4,33</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Usuarios	PROMEDIO	A. pacientes particulares	1,0	B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,5	C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,3	D otros	0,0	<b>Total general</b>	<b>1,83333333</b>	Medios	PROMEDIO	Televisión	0,67	Radios	0,33	Periódico	1,00	Revistas médicas	0,17	Otras revistas	0,33	Tele mercadeo	0,00	Volantes	0,83	Vallas, pasacalles	0,17	Correo directo	0,17	Paginas web	0,33	Otros	0,33	<b>Total general</b>	<b>4,33</b>	<p>En este tipo de establecimientos la mayoría de los clientes son particulares ya que muy pocas son las que prestan convenios con EPS o alguna otra entidad relacionada con el área de la salud.</p> <p>La gran mayoría de este tipo de establecimientos notificaron que en algunas oportunidades han utilizado el periódico con un 23% y en un segundo lugar utilizan volantes 19% como medio publicitario</p>
Usuarios	PROMEDIO																																								
A. pacientes particulares	1,0																																								
B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,5																																								
C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,3																																								
D otros	0,0																																								
<b>Total general</b>	<b>1,83333333</b>																																								
Medios	PROMEDIO																																								
Televisión	0,67																																								
Radios	0,33																																								
Periódico	1,00																																								
Revistas médicas	0,17																																								
Otras revistas	0,33																																								
Tele mercadeo	0,00																																								
Volantes	0,83																																								
Vallas, pasacalles	0,17																																								
Correo directo	0,17																																								
Paginas web	0,33																																								
Otros	0,33																																								
<b>Total general</b>	<b>4,33</b>																																								

¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

**Gráfico 108. Respuesta sobre ciudades de cobertura sector droguería**

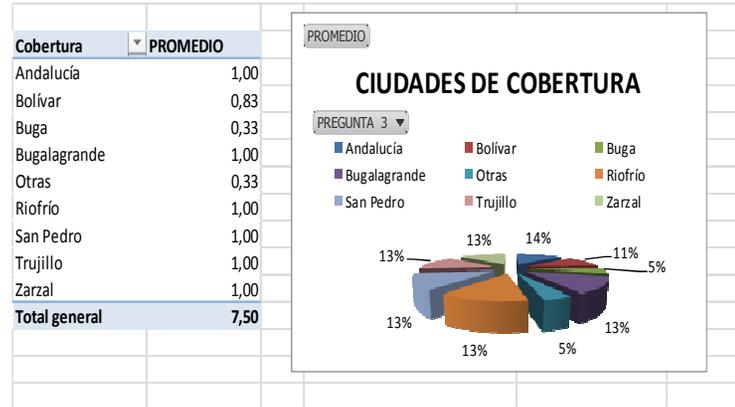


La mayoría de usuarios como es el común encontrado pertenecen a: Andalucía, Bugalagrande, Riofrío, San pedro, Trujillo y Zarzal.

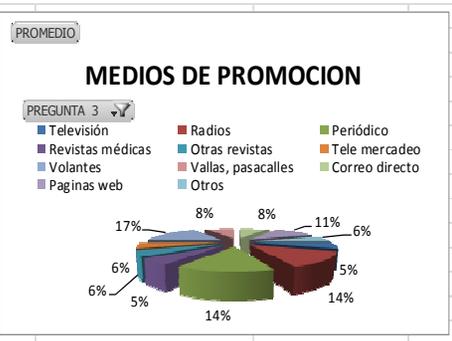


¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

**Gráfico 111. Respuesta sobre ciudades de cobertura en EPS y oficinas**

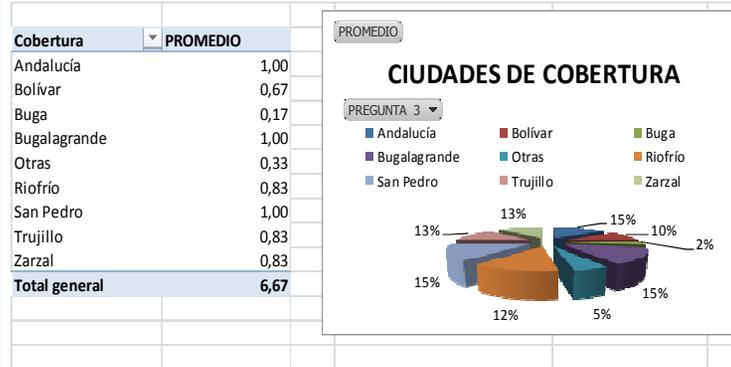


La mayoría de usuarios pertenecen al territorio de Tuluá pero también prestan cobertura a municipios como Andalucía, Zarzal, Bugalagrande, Riofrío, San pedro y Trujillo.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																						
<p><b>MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS</b></p> <p>De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?</p> <p>¿Qué medios ha utilizado para promocionar sus servicios?</p>	<p><b>Ips del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 112. Respuesta sobre tipo de afiliados IPS</b></p> <table border="1" data-bbox="787 414 1228 706"> <thead> <tr> <th>Usuarios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. pacientes particulares</td> <td>0,8</td> </tr> <tr> <td>B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente</td> <td>0,8</td> </tr> <tr> <td>C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>D otros</td> <td>0,7</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>2,833</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 113. Respuesta sobre medios de promoción IPS</b></p> <table border="1" data-bbox="787 812 1092 1153"> <thead> <tr> <th>Medios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Televisión</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Radios</td> <td>0,83</td> </tr> <tr> <td>Periódico</td> <td>0,83</td> </tr> <tr> <td>Revistas médicas</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Otras revistas</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Tele mercadeo</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Volantes</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Vallas, pasacalles</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Correo directo</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Paginas web</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>6,00</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Usuarios	PROMEDIO	A. pacientes particulares	0,8	B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,8	C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,5	D otros	0,7	<b>Total general</b>	<b>2,833</b>	Medios	PROMEDIO	Televisión	0,33	Radios	0,83	Periódico	0,83	Revistas médicas	0,33	Otras revistas	0,33	Tele mercadeo	0,33	Volantes	1,00	Vallas, pasacalles	0,50	Correo directo	0,50	Paginas web	0,67	Otros	0,33	<b>Total general</b>	<b>6,00</b>	<p>Las IPS de la ciudad de Tuluá prestan en la misma proporción el servicio particular y los afiliados a EPS contribuyentes, reflejado en un porcentaje del 29%.</p> <p>El valor más alto está representado en volantes (17%), seguidos de radio y periódicos (14%). Este tipo de instituciones aplican todos los medios de publicidad utilizados pero los más efectivos son los que encabezan la lista.</p>
Usuarios	PROMEDIO																																								
A. pacientes particulares	0,8																																								
B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,8																																								
C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,5																																								
D otros	0,7																																								
<b>Total general</b>	<b>2,833</b>																																								
Medios	PROMEDIO																																								
Televisión	0,33																																								
Radios	0,83																																								
Periódico	0,83																																								
Revistas médicas	0,33																																								
Otras revistas	0,33																																								
Tele mercadeo	0,33																																								
Volantes	1,00																																								
Vallas, pasacalles	0,50																																								
Correo directo	0,50																																								
Paginas web	0,67																																								
Otros	0,33																																								
<b>Total general</b>	<b>6,00</b>																																								

¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

**Gráfico 114. Respuesta sobre ciudades de cobertura IPS**

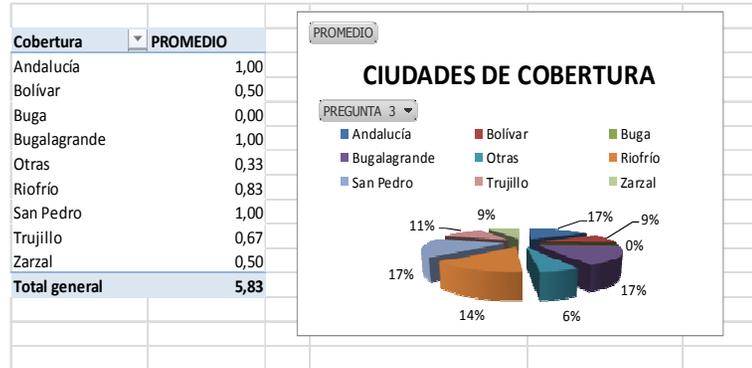


Los municipios contiguos utilizan los servicios después de tener los servicios básicos en sus ciudades, por su cercanía las más utilizadas son: Andalucía, Bugalagrande, y San Pedro. Aunque también otros municipios del norte del departamento (Roldanillo, Bolívar, Santa Lucía) y departamentos aledaños son remitidos los centros asistenciales de la ciudad.



¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios

**Gráfico 117. Respuesta sobre ciudades de cobertura laboratorio y/o apoyos diagnosticas**

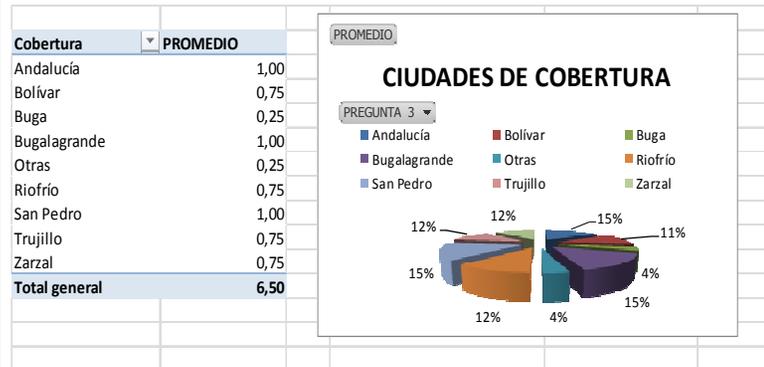


La mayoría de usuarios pertenecen a municipios como Andalucía, Bugalagrande y San Pedro. Pero ello es muy relativo ya que pueden proceder de cualquier parte del área circundante.

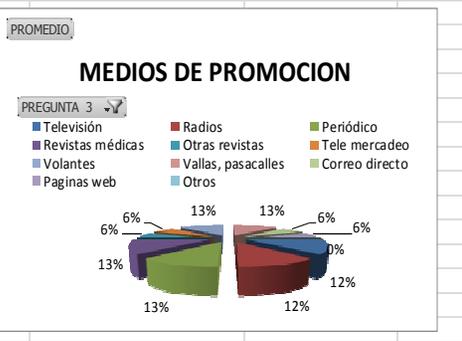
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																						
<p><b>MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS</b></p> <p>De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?</p> <p>¿Qué medios ha utilizado para promocionar sus servicios?</p>	<p><b>Centros médicos Alternativos</b></p>	<p><b>Gráfico 118. Respuesta sobre empleados por prestación de servicios centros alternativos</b></p> <table border="1" data-bbox="787 454 1218 755"> <thead> <tr> <th>Usuarios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. pacientes particulares</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>D otros</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,000</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 119. Respuesta sobre medios de promoción centros alternativos</b></p> <table border="1" data-bbox="787 909 1050 1250"> <thead> <tr> <th>Medios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Televisión</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Radios</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Periódico</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td>Revistas médicas</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td>Otras revistas</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td>Tele mercadeo</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Volantes</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Vallas, pasacalles</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td>Correo directo</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Paginas web</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>6,83</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Usuarios	PROMEDIO	A. pacientes particulares	1,0	B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,0	C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,0	D otros	0,0	<b>Total general</b>	<b>1,000</b>	Medios	PROMEDIO	Televisión	0,33	Radios	1,00	Periódico	0,67	Revistas médicas	0,67	Otras revistas	0,67	Tele mercadeo	0,00	Volantes	1,00	Vallas, pasacalles	0,67	Correo directo	0,50	Paginas web	0,67	Otros	0,67	<b>Total general</b>	<b>6,83</b>	<p>Para este tipo de establecimientos todos los clientes son particulares. Estos negocios no son cobijados por entidades de salud.</p> <p>La mayoría de este tipo de establecimiento optan por pautar en periodos locales y entregar información de volantes, algunos con entrega puerta a puerta.</p>
Usuarios	PROMEDIO																																								
A. pacientes particulares	1,0																																								
B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,0																																								
C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,0																																								
D otros	0,0																																								
<b>Total general</b>	<b>1,000</b>																																								
Medios	PROMEDIO																																								
Televisión	0,33																																								
Radios	1,00																																								
Periódico	0,67																																								
Revistas médicas	0,67																																								
Otras revistas	0,67																																								
Tele mercadeo	0,00																																								
Volantes	1,00																																								
Vallas, pasacalles	0,67																																								
Correo directo	0,50																																								
Paginas web	0,67																																								
Otros	0,67																																								
<b>Total general</b>	<b>6,83</b>																																								

¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios

**Gráfico 120. Respuesta sobre ciudades de cobertura centros alternativos**

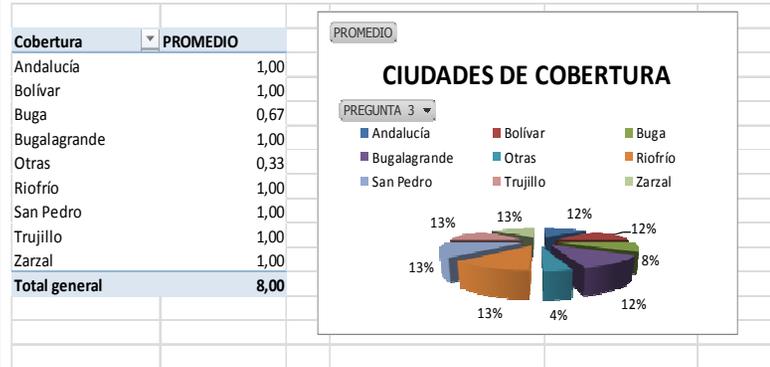


Algunos centros alternativos manifestaron también tener área de cobertura en ciudades como Cali, Medellín, Armenia y Pereira. Pero la mayoría de usuarios pertenecen a municipios como Andalucía, Bugalagrande, Riofrío y San Pedro.

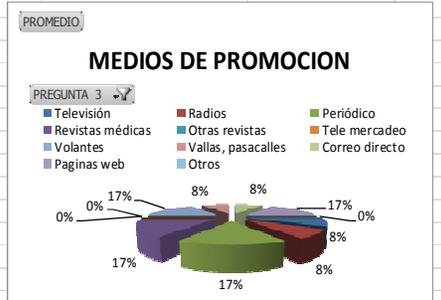
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																						
<p><b>MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS</b></p> <p>De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?</p> <p>¿Qué medios ha utilizado para promocionar sus servicios?</p>	<p><b>Centros de Estética</b></p>	<p><b>Gráfico 121. Respuesta sobre tipo de afiliados sector estéticas</b></p> <table border="1" data-bbox="787 454 1218 763"> <thead> <tr> <th>Usuarios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. pacientes particulares</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>D otros</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,000</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 122. Respuesta sobre medios de promoción sector estéticas</b></p> <table border="1" data-bbox="787 909 1092 1250"> <thead> <tr> <th>Medios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Televisión</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Radios</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Periódico</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Revistas médicas</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Otras revistas</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Tele mercadeo</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Volantes</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Vallas, pasacalles</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Correo directo</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Paginas web</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>8,00</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Usuarios	PROMEDIO	A. pacientes particulares	1,0	B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,0	C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,0	D otros	0,0	<b>Total general</b>	<b>1,000</b>	Medios	PROMEDIO	Televisión	1,00	Radios	1,00	Periódico	1,00	Revistas médicas	1,00	Otras revistas	0,50	Tele mercadeo	0,50	Volantes	1,00	Vallas, pasacalles	1,00	Correo directo	0,50	Paginas web	0,50	Otros	0,00	<b>Total general</b>	<b>8,00</b>	<p>Los pacientes que asisten a este tipo de establecimientos son particulares, y muchos obtienen beneficios por medio de tarjetas de descuento como es el caso de Previser.</p> <p>Estos establecimientos invierten en publicidad en pasacalles, radio, periódico, volante y televisión (13%); lo que les ayuda a generar recordación hacia el establecimiento y sus servicios.</p>
Usuarios	PROMEDIO																																								
A. pacientes particulares	1,0																																								
B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	0,0																																								
C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	0,0																																								
D otros	0,0																																								
<b>Total general</b>	<b>1,000</b>																																								
Medios	PROMEDIO																																								
Televisión	1,00																																								
Radios	1,00																																								
Periódico	1,00																																								
Revistas médicas	1,00																																								
Otras revistas	0,50																																								
Tele mercadeo	0,50																																								
Volantes	1,00																																								
Vallas, pasacalles	1,00																																								
Correo directo	0,50																																								
Paginas web	0,50																																								
Otros	0,00																																								
<b>Total general</b>	<b>8,00</b>																																								

¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

**Gráfico 123. Respuesta sobre ciudades de Gráfico. Cobertura sector estéticas**

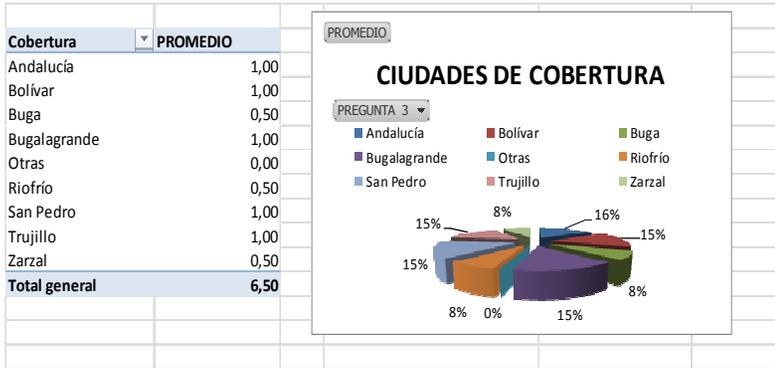


Los usuarios en su mayoría pertenecen a municipios como Andalucía, Bolívar, Bugalagrande, Riofrío, San Pedro, Trujillo y zarzal; y es de incluir que muchos centro vallecaucanos que viven en el exterior y viene de visita acuden a estos establecimientos para tomar sus servicios, es población flotante por ello no está explícita en el cuestionario.

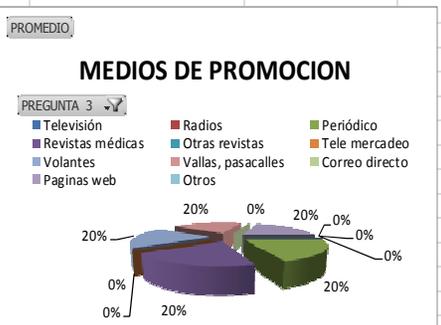
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																						
<p><b>MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS</b></p> <p>De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?</p> <p>¿Qué medios ha utilizado para promocionar sus servicios?</p>	<p><b>Ópticas</b></p>	<p><b>Gráfico 124. Respuesta sobre medios de promoción sector ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="787 454 1207 755"> <thead> <tr> <th>Usuarios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. pacientes particulares</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>D otros</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>3,000</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 125. Respuesta sobre ciudades de cobertura sector ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="787 901 1060 1226"> <thead> <tr> <th>Medios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Televisión</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Radios</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Periódico</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Revistas médicas</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Otras revistas</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Tele mercadeo</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Volantes</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Vallas, pasacalles</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Correo directo</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Paginas web</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>6,00</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Usuarios	PROMEDIO	A. pacientes particulares	1,0	B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	1,0	C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	1,0	D otros	0,0	<b>Total general</b>	<b>3,000</b>	Medios	PROMEDIO	Televisión	0,50	Radios	0,50	Periódico	1,00	Revistas médicas	1,00	Otras revistas	0,00	Tele mercadeo	0,00	Volantes	1,00	Vallas, pasacalles	0,50	Correo directo	0,50	Paginas web	1,00	Otros	0,00	<b>Total general</b>	<b>6,00</b>	<p>Este tipo de establecimientos presentan todo tipo de convenios, como tarjetas descuento o trato preferencial por pertenecer a alguna eps específica, pero no excluye el servicio.</p> <p>Las ópticas invierten en periódicos, volantes e incursionan en páginas web de una forma más específica, lo que permite al cliente identificar el tipo de servicios y las ventajas de ellas.</p>
Usuarios	PROMEDIO																																								
A. pacientes particulares	1,0																																								
B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	1,0																																								
C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	1,0																																								
D otros	0,0																																								
<b>Total general</b>	<b>3,000</b>																																								
Medios	PROMEDIO																																								
Televisión	0,50																																								
Radios	0,50																																								
Periódico	1,00																																								
Revistas médicas	1,00																																								
Otras revistas	0,00																																								
Tele mercadeo	0,00																																								
Volantes	1,00																																								
Vallas, pasacalles	0,50																																								
Correo directo	0,50																																								
Paginas web	1,00																																								
Otros	0,00																																								
<b>Total general</b>	<b>6,00</b>																																								

¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

**Gráfico 126. Respuesta sobre competencia sector ópticas**

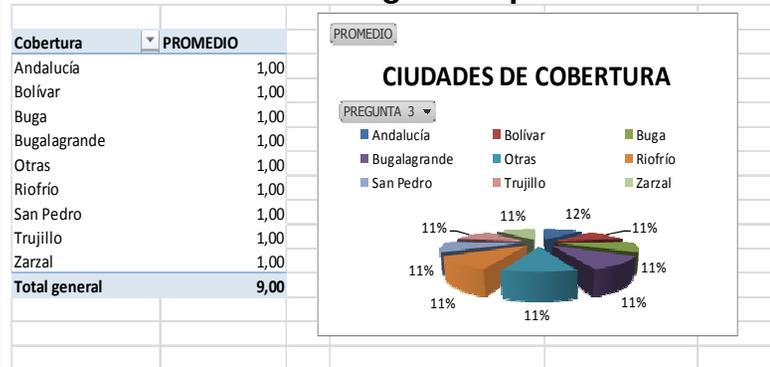


La mayoría de usuarios pertenecen a municipios como Andalucía, Bugalagrande, Riofrío y San Pedro.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																						
<p><b>MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS</b></p> <p>De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?</p> <p>¿Qué medios ha utilizado para promocionar sus servicios?</p>	<p><b>Urgencias paramédicas</b></p>	<p><b>Gráfico 127. Respuesta sobre tipo de afiliados sector urgencias paramédicas</b></p> <table border="1" data-bbox="793 391 1207 686"> <thead> <tr> <th>Usuarios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. pacientes particulares</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>D otros</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>3,000</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 128. Respuesta sobre medios de promoción sector urgencias paramédicas</b></p> <table border="1" data-bbox="793 836 1081 1177"> <thead> <tr> <th>Medios</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Televisión</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Radios</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Periódico</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Revistas médicas</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Otras revistas</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Tele mercadeo</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Volantes</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Vallas, pasacalles</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Correo directo</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Paginas web</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>5,00</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Usuarios	PROMEDIO	A. pacientes particulares	1,0	B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	1,0	C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	1,0	D otros	0,0	<b>Total general</b>	<b>3,000</b>	Medios	PROMEDIO	Televisión	0,00	Radios	0,00	Periódico	1,00	Revistas médicas	1,00	Otras revistas	0,00	Tele mercadeo	0,00	Volantes	1,00	Vallas, pasacalles	1,00	Correo directo	0,00	Paginas web	1,00	Otros	0,00	<b>Total general</b>	<b>5,00</b>	<p>Toda persona puede acceder a los servicios por ello están considerados los pacientes particulares, los del régimen contributivo y los del subsidiados.</p> <p>Esta empresa ha incurrido en gastos de periódicos, revistas médicas, volantes, pasacalles y páginas web.</p>
Usuarios	PROMEDIO																																								
A. pacientes particulares	1,0																																								
B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente	1,0																																								
C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas	1,0																																								
D otros	0,0																																								
<b>Total general</b>	<b>3,000</b>																																								
Medios	PROMEDIO																																								
Televisión	0,00																																								
Radios	0,00																																								
Periódico	1,00																																								
Revistas médicas	1,00																																								
Otras revistas	0,00																																								
Tele mercadeo	0,00																																								
Volantes	1,00																																								
Vallas, pasacalles	1,00																																								
Correo directo	0,00																																								
Paginas web	1,00																																								
Otros	0,00																																								
<b>Total general</b>	<b>5,00</b>																																								

¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

**Gráfico 129. Respuesta sobre ciudades de cobertura sector urgencias paramédicas**



La mayoría de usuarios pertenecen a los municipios cercanos como son Andalucía, Bugalagrande, Riofrío y San Pedro.

**Pregunta No. 5**

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																										
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene usted conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores</p> <p>Señale la frecuencia con la que usted realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio. Teniendo como escala, siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca,</p>	<p><b>Centros Odontológicos</b></p>	<p><b>Gráfico 130. Competencia de los Centros odontológicos</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Ca Orthos</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Dr dental</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Escuela mecanica dental integra</td><td>0,333</td></tr> <tr><td>Oral Plus</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Ortho Advance</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Sanabria</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Sonria</td><td>0,800</td></tr> <tr><td>Orthoplan</td><td>0,800</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>5,933</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 131. Competencia indirecta Centros odontológicos</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Ca Orthos</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Dr dental</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>integra</td><td>0,800</td></tr> <tr><td>Oral Plus</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Ortho Advance</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Sanabria</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Sonria</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Tomeden</td><td>0,000</td></tr> <tr><td>Clinicentro</td><td>0,333</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>4,467</b></td></tr> </tbody> </table>	Empresas	PROMEDIO	Ca Orthos	0,667	Dr dental	0,667	Escuela mecanica dental integra	0,333	Oral Plus	0,667	Ortho Advance	0,667	Sanabria	0,667	Sonria	0,800	Orthoplan	0,800	<b>Total general</b>	<b>5,933</b>	Empresas	PROMEDIO	Ca Orthos	0,500	Dr dental	0,667	integra	0,800	Oral Plus	0,500	Ortho Advance	0,500	Sanabria	0,667	Sonria	0,500	Tomeden	0,000	Clinicentro	0,333	<b>Total general</b>	<b>4,467</b>	<p>Los Centros odontológicos manifestaron que todos aquellos que prestan servicios iguales o similares son competencia directa, resaltando que hay algunos ya consolidados en el municipio por calidad y precio, con una gama de servicios muy amplia que han hecho que los usuarios los prefieran, en este caso se encuentran Integra, Orthoplan, Oral Brackes y Sonría. Los especialistas que poseen consultorio no pertenecen a ningún establecimiento de renombre, por que poseen consultorios propios y esto hace muy amplia la cantidad de competencia.</p> <p>La respuesta de mayor incidencia es nunca, lo que obedece a que no se comunican ese tipo de establecimientos entre sí, lo que es contraproducente para los usuarios / clientes porque al no</p>
Empresas	PROMEDIO																																												
Ca Orthos	0,667																																												
Dr dental	0,667																																												
Escuela mecanica dental integra	0,333																																												
Oral Plus	0,667																																												
Ortho Advance	0,667																																												
Sanabria	0,667																																												
Sonria	0,800																																												
Orthoplan	0,800																																												
<b>Total general</b>	<b>5,933</b>																																												
Empresas	PROMEDIO																																												
Ca Orthos	0,500																																												
Dr dental	0,667																																												
integra	0,800																																												
Oral Plus	0,500																																												
Ortho Advance	0,500																																												
Sanabria	0,667																																												
Sonria	0,500																																												
Tomeden	0,000																																												
Clinicentro	0,333																																												
<b>Total general</b>	<b>4,467</b>																																												

nunca; con las siguientes variables:

Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector.

Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica.

Estudio de casos con otras empresas relacionadas.

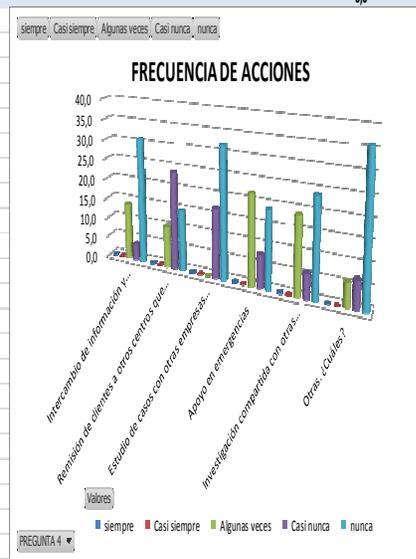
Apoyo en emergencias.

Investigación compartida con otras empresas del sector.

Otras. ¿Cuáles?

**Gráfico 132. Frecuencia de acciones Centros odontológicos**

Actividades	siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	nunca
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	14,0	4,0	31,0
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	10,0	24,0	15,0
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	0,0	17,0	32,0
Apoyo en emergencias	0,0	0,0	22,0	8,0	19,0
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	19,0	6,0	24,0
Otras. ¿Cuáles?	0,0	0,0	6,0	7,0	36,0
<b>Total general</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>71,0</b>	<b>66,0</b>	<b>157,0</b>

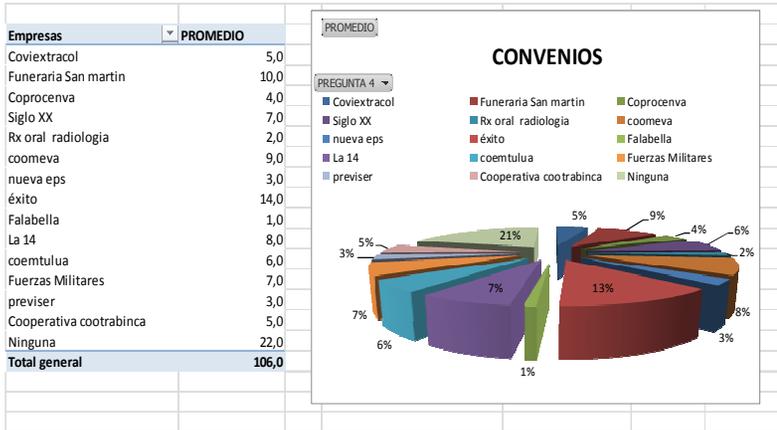


haber retroalimentación de casos no se generan mejoras en productos, procedimientos o servicios. De seguir este proceder en vez de fortalecer a Tuluá en odontología le vuelve vulnerable

La mayoría de empresas presentan como mínimo 2 convenios de un máximo de 6 en promedio. Como existen empresas que poseen sucursales o establecimientos en otras ciudades del territorio nacional hay descuentos por sus servicios, este es el caso de la Tarjeta Falabella, Tarjeta

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

**Gráfico 133. Convenios que realizan los Centros odontológicos**

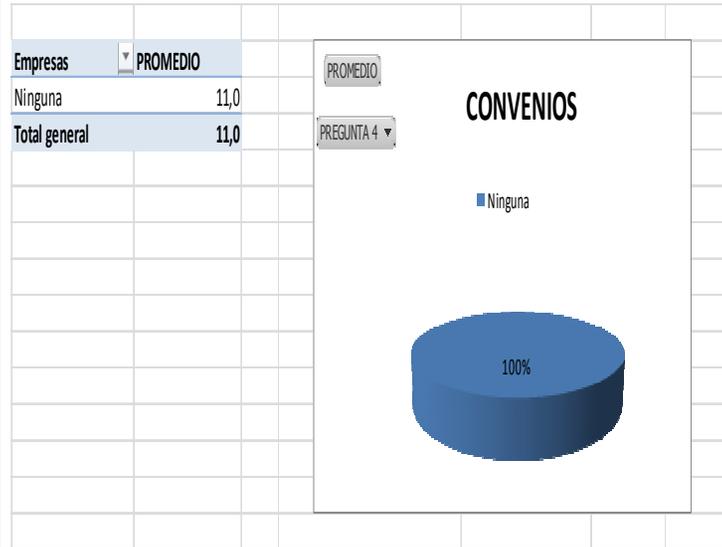


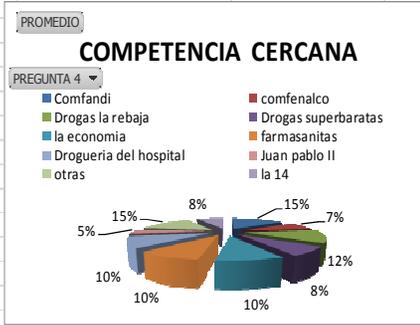
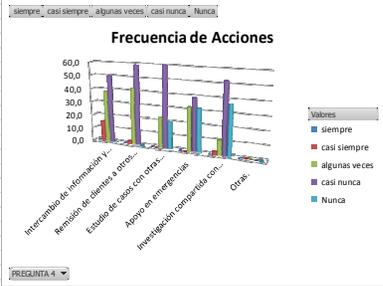
éxito o Tarjeta la 14.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																																		
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.</p>	<p><b>Dotaciones Médicas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 134. Respuesta sobre competencia dotación médica</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <table border="1" style="width: 45%;"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Demefar</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Indumedicas</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>Centro ortopedico</td><td>0,750</td></tr> <tr><td>Casa ortopedica</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>proinsalud</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>servimaos</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Ortopedicas clymar</td><td>0,500</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>4,750</b></td></tr> </tbody> </table> <div style="width: 50%;"> </div> </div> <p style="text-align: center;"><b>Gráfico 135. Respuesta sobre frecuencia de acciones dotaciones médicas</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td><td>3,0</td><td>3,0</td><td>2,0</td><td>0,0</td><td>3,0</td></tr> <tr><td>Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td><td>4,0</td><td>3,0</td><td>1,0</td><td>0,0</td><td>3,0</td></tr> <tr><td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td><td>0,0</td><td>2,0</td><td>3,0</td><td>0,0</td><td>6,0</td></tr> <tr><td>Apoyo en emergencias</td><td>3,0</td><td>4,0</td><td>2,0</td><td>0,0</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td><td>0,0</td><td>2,0</td><td>5,0</td><td>0,0</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Otras.</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>10,0</b></td><td><b>14,0</b></td><td><b>13,0</b></td><td><b>0,0</b></td><td><b>18,0</b></td></tr> </tbody> </table> <div style="text-align: center;"> </div>	Empresas	PROMEDIO	Demefar	0,500	Indumedicas	1,000	Centro ortopedico	0,750	Casa ortopedica	1,000	proinsalud	0,500	servimaos	0,500	Ortopedicas clymar	0,500	<b>Total general</b>	<b>4,750</b>	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	3,0	3,0	2,0	0,0	3,0	Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	4,0	3,0	1,0	0,0	3,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	2,0	3,0	0,0	6,0	Apoyo en emergencias	3,0	4,0	2,0	0,0	2,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	2,0	5,0	0,0	4,0	Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>10,0</b>	<b>14,0</b>	<b>13,0</b>	<b>0,0</b>	<b>18,0</b>	<p>Algunos de los competidores nombrados como los más fuertes fueron Indumédicas y la casa ortopédica, los demás son considerados importantes pero en menor proporción.</p> <p>La mayor incidencia la presentan el estudio de casos con otras empresas presentado una respuesta de nunca, lo que ocasiona que este sector no se desarrolle por no tener retroalimentación oportuna; lo mismo aplica en el campo de investigación compartida.</p>
Empresas	PROMEDIO																																																																				
Demefar	0,500																																																																				
Indumedicas	1,000																																																																				
Centro ortopedico	0,750																																																																				
Casa ortopedica	1,000																																																																				
proinsalud	0,500																																																																				
servimaos	0,500																																																																				
Ortopedicas clymar	0,500																																																																				
<b>Total general</b>	<b>4,750</b>																																																																				
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																																																
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	3,0	3,0	2,0	0,0	3,0																																																																
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	4,0	3,0	1,0	0,0	3,0																																																																
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	2,0	3,0	0,0	6,0																																																																
Apoyo en emergencias	3,0	4,0	2,0	0,0	2,0																																																																
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	2,0	5,0	0,0	4,0																																																																
Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																
<b>Total general</b>	<b>10,0</b>	<b>14,0</b>	<b>13,0</b>	<b>0,0</b>	<b>18,0</b>																																																																

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

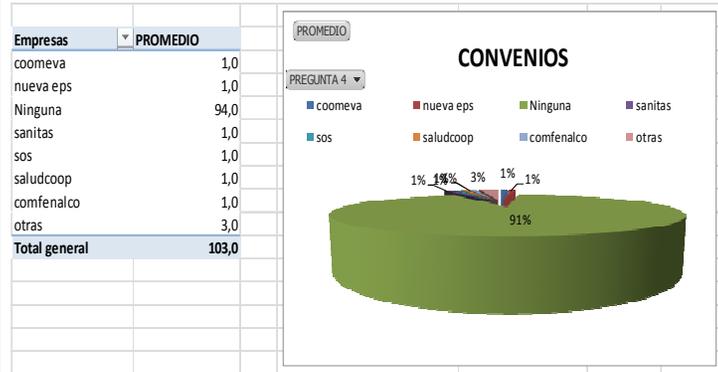
**Gráfico 136. Respuesta sobre convenios dotación medica Este tipo de negocios no presentan convenios**



PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																																								
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.</p>	<p><b>Droguerías</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 137. Respuesta sobre competencia droguerías</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Comfandi</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>comfenalco</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Drogas la rebaja</td><td>0,800</td></tr> <tr><td>Drogas superbaratas</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>la economia</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>farmasanitas</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Drogueria del hospital</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Juan pablo II</td><td>0,333</td></tr> <tr><td>otras</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>la 14</td><td>0,500</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>6,633</b></td></tr> </tbody> </table>  <p style="text-align: center;"><b>Gráfico 138. Respuesta sobre frecuencia de acciones droguería</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td><td>0,0</td><td>15,0</td><td>38,0</td><td>50,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td><td>0,0</td><td>2,0</td><td>42,0</td><td>59,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>23,0</td><td>60,0</td><td>20,0</td></tr> <tr><td>Apoyo en emergencias</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>32,0</td><td>39,0</td><td>32,0</td></tr> <tr><td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td><td>0,0</td><td>3,0</td><td>11,0</td><td>52,0</td><td>37,0</td></tr> <tr><td>Otras</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>0,0</b></td><td><b>20,0</b></td><td><b>146,0</b></td><td><b>260,0</b></td><td><b>89,0</b></td></tr> </tbody> </table> 	Empresas	PROMEDIO	Comfandi	1,000	comfenalco	0,500	Drogas la rebaja	0,800	Drogas superbaratas	0,500	la economia	0,667	farmasanitas	0,667	Drogueria del hospital	0,667	Juan pablo II	0,333	otras	1,000	la 14	0,500	<b>Total general</b>	<b>6,633</b>	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	15,0	38,0	50,0	0,0	Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	2,0	42,0	59,0	0,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	23,0	60,0	20,0	Apoyo en emergencias	0,0	0,0	32,0	39,0	32,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	3,0	11,0	52,0	37,0	Otras	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>0,0</b>	<b>20,0</b>	<b>146,0</b>	<b>260,0</b>	<b>89,0</b>	<p>La competencia más fuerte la lideran las droguerías del centro con mucha tradición por ser los sitios habituales de los Tulueños, por ello el mayor valor la conforman droguerías como Comfandi y otras que en su mayoría son las de este sector pero que por ser tantas se clasificaron allí.</p> <p>A diferencia de la misma respuesta pero en establecimientos anteriores los valores más altos los posee la clasificación casi nunca y algunas veces con los valores más significativos.</p> <p>La mayoría de las droguerías no presentan convenios con alguna entidad, pocas emplean descuentos con tarjetas como Previser, pero es solo con medicamentos de venta libre.</p>
Empresas	PROMEDIO																																																																										
Comfandi	1,000																																																																										
comfenalco	0,500																																																																										
Drogas la rebaja	0,800																																																																										
Drogas superbaratas	0,500																																																																										
la economia	0,667																																																																										
farmasanitas	0,667																																																																										
Drogueria del hospital	0,667																																																																										
Juan pablo II	0,333																																																																										
otras	1,000																																																																										
la 14	0,500																																																																										
<b>Total general</b>	<b>6,633</b>																																																																										
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																																																						
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	15,0	38,0	50,0	0,0																																																																						
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	2,0	42,0	59,0	0,0																																																																						
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	23,0	60,0	20,0																																																																						
Apoyo en emergencias	0,0	0,0	32,0	39,0	32,0																																																																						
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	3,0	11,0	52,0	37,0																																																																						
Otras	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																						
<b>Total general</b>	<b>0,0</b>	<b>20,0</b>	<b>146,0</b>	<b>260,0</b>	<b>89,0</b>																																																																						

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

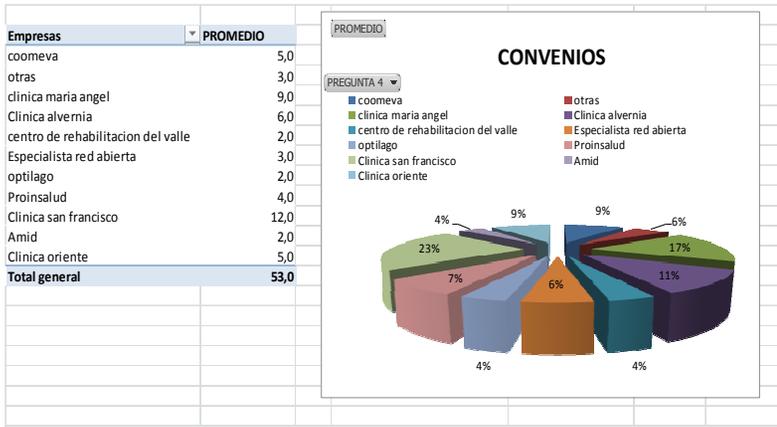
**Gráfico 139. Respuesta sobre convenios droguerías**



PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																																				
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio</p>	<p><b>Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 140. Respuesta sobre competencia en EPS y oficinas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>comfenalco</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>coomeva</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>nueva eps</td><td>0,833</td></tr> <tr><td>cafesalud</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>otros</td><td>0,600</td></tr> <tr><td>sos</td><td>0,800</td></tr> <tr><td>sanitas</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>saludcoop</td><td>1,000</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>5,733</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 141. Respuesta sobre frecuencia de acciones en EPS y oficinas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>4,0</td><td>3,0</td><td>9,0</td></tr> <tr><td>Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>2,0</td><td>2,0</td><td>12,0</td></tr> <tr><td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>3,0</td><td>5,0</td><td>8,0</td></tr> <tr><td>Apoyo en emergencias</td><td>5,0</td><td>8,0</td><td>2,0</td><td>0,0</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>3,0</td><td>13,0</td></tr> <tr><td>Otras.</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>5,0</b></td><td><b>8,0</b></td><td><b>11,0</b></td><td><b>13,0</b></td><td><b>43,0</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 142. Respuesta sobre convenios en EPS y</b></p>	Empresas	PROMEDIO	comfenalco	0,500	coomeva	1,000	nueva eps	0,833	cafesalud	0,500	otros	0,600	sos	0,800	sanitas	0,500	saludcoop	1,000	<b>Total general</b>	<b>5,733</b>	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	4,0	3,0	9,0	Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	2,0	2,0	12,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	3,0	5,0	8,0	Apoyo en emergencias	5,0	8,0	2,0	0,0	1,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	0,0	3,0	13,0	Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>5,0</b>	<b>8,0</b>	<b>11,0</b>	<b>13,0</b>	<b>43,0</b>	<p>En la ciudad hay una precepción de que Coomeva y Saludcoop son entes muy fuertes. Pero esto varía de departamento en departamento, estas entidades son propias de esta área por ello dicha percepción.</p> <p>Como en la ciudad no hay un compromiso de mejora y alianzas que así lo indique sigue demostrando que la respuesta “nunca” es la más utilizada, en este caso se refiere a remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad e investigación compartida con otras empresas del sector.</p>
Empresas	PROMEDIO																																																																						
comfenalco	0,500																																																																						
coomeva	1,000																																																																						
nueva eps	0,833																																																																						
cafesalud	0,500																																																																						
otros	0,600																																																																						
sos	0,800																																																																						
sanitas	0,500																																																																						
saludcoop	1,000																																																																						
<b>Total general</b>	<b>5,733</b>																																																																						
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																																																		
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	4,0	3,0	9,0																																																																		
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	2,0	2,0	12,0																																																																		
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	3,0	5,0	8,0																																																																		
Apoyo en emergencias	5,0	8,0	2,0	0,0	1,0																																																																		
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	0,0	3,0	13,0																																																																		
Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																		
<b>Total general</b>	<b>5,0</b>	<b>8,0</b>	<b>11,0</b>	<b>13,0</b>	<b>43,0</b>																																																																		

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

### oficinas

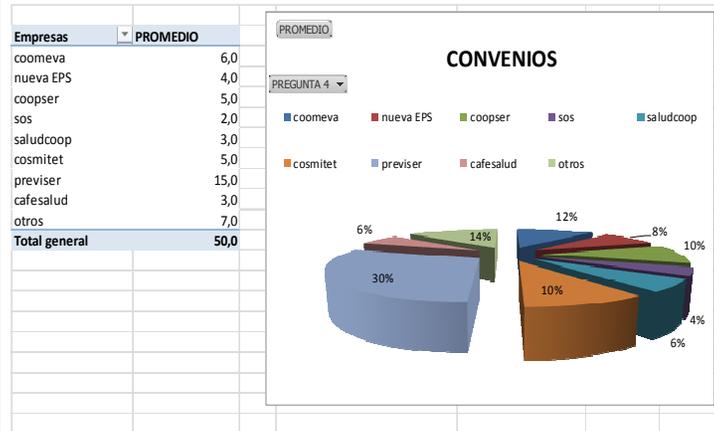


Muchas de las EPS tiene como convenio principal la atención de sus usuarios en la clínica San Francisco (23%); seguido de la Clínica María Ángel (17%).

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																																				
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.</p>	<p>Ips del municipio de Tuluá</p>	<p><b>Gráfico 143. Respuesta sobre competencia cercana e indirecta IPS</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>otras</td><td>0,333</td></tr> <tr><td>clinica maria angel</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>Clinica alvernia</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>HospitalRuben cruz velez</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Clinica oriente</td><td>0,800</td></tr> <tr><td>Profamilia</td><td>0,600</td></tr> <tr><td>Clinica san francisco</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>Hospital tomas uribe</td><td>0,750</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>5,650</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 144. Respuesta sobre frecuencia de acciones IPS</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>18,0</td><td>14,0</td><td>20,0</td></tr> <tr><td>Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td><td>0,0</td><td>2,0</td><td>28,0</td><td>10,0</td><td>12,0</td></tr> <tr><td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td><td>0,0</td><td>15,0</td><td>37,0</td><td>11,0</td><td>9,0</td></tr> <tr><td>Apoyo en emergencias</td><td>18,0</td><td>10,0</td><td>0,0</td><td>21,0</td><td>3,0</td></tr> <tr><td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>15,0</td><td>12,0</td><td>25,0</td></tr> <tr><td>Otras.</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>18,0</b></td><td><b>27,0</b></td><td><b>78,0</b></td><td><b>68,0</b></td><td><b>69,0</b></td></tr> </tbody> </table>	Empresas	PROMEDIO	otras	0,333	clinica maria angel	1,000	Clinica alvernia	0,500	HospitalRuben cruz velez	0,667	Clinica oriente	0,800	Profamilia	0,600	Clinica san francisco	1,000	Hospital tomas uribe	0,750	<b>Total general</b>	<b>5,650</b>	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	18,0	14,0	20,0	Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	2,0	28,0	10,0	12,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	15,0	37,0	11,0	9,0	Apoyo en emergencias	18,0	10,0	0,0	21,0	3,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	15,0	12,0	25,0	Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>18,0</b>	<b>27,0</b>	<b>78,0</b>	<b>68,0</b>	<b>69,0</b>	<p>Actualmente las clínicas de mayor influencia son La clínica San Francisco por tener una de las mayores infraestructuras, la clínica María Ángel que está recientemente habilitada, el hospital tomas Uribe Uribe que ha invertido en sedes satélites llegando a si a mucha población vulnerable y en otras hay ips como Proinsalud, Comfandi, y la clínica de rehabilitación.</p> <p>Las IPS Algunas veces hacen remisión de pacientes; y no comparten información entre sí, lo que es perjudicial para una implementación de un clúster, porque cuando hay retroalimentación hay mejoras.</p> <p>El convenio más fuerte es con Previser, este tipo de alianzas</p>
Empresas	PROMEDIO																																																																						
otras	0,333																																																																						
clinica maria angel	1,000																																																																						
Clinica alvernia	0,500																																																																						
HospitalRuben cruz velez	0,667																																																																						
Clinica oriente	0,800																																																																						
Profamilia	0,600																																																																						
Clinica san francisco	1,000																																																																						
Hospital tomas uribe	0,750																																																																						
<b>Total general</b>	<b>5,650</b>																																																																						
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																																																		
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	18,0	14,0	20,0																																																																		
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	2,0	28,0	10,0	12,0																																																																		
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	15,0	37,0	11,0	9,0																																																																		
Apoyo en emergencias	18,0	10,0	0,0	21,0	3,0																																																																		
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	15,0	12,0	25,0																																																																		
Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																		
<b>Total general</b>	<b>18,0</b>	<b>27,0</b>	<b>78,0</b>	<b>68,0</b>	<b>69,0</b>																																																																		

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

**Gráfico 145. Respuesta sobre convenios IPS**

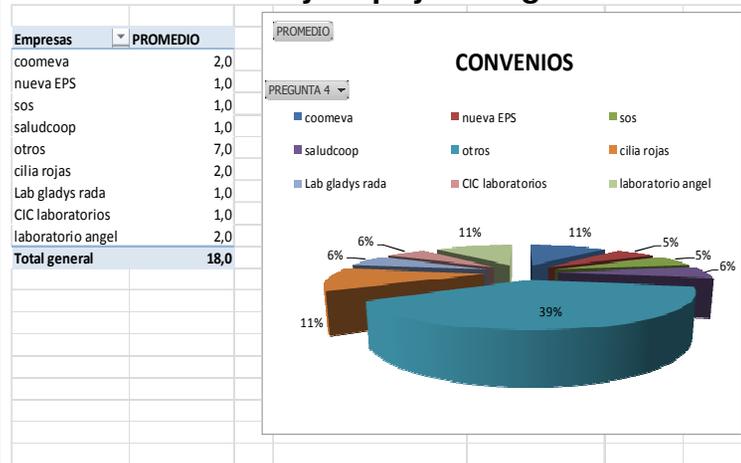


se ha ampliado a través de los años y tiene profesionales en todas las áreas y especialidades.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																																										
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.</p>	<p><b>Laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p>	<p><b>Gráfico 146. Respuesta sobre competencia directa o indirecta laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>otras</td><td>0,333</td></tr> <tr><td>clinica maria angel</td><td>0,833</td></tr> <tr><td>Clinica alvernia</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Hospital Ruben cruz velez</td><td>0,800</td></tr> <tr><td>Clinica oriente</td><td>0,750</td></tr> <tr><td>Profamilia</td><td>0,600</td></tr> <tr><td>Clinica san francisco</td><td>0,750</td></tr> <tr><td>Hospital tomas uribe</td><td>0,600</td></tr> <tr><td>Laboratorio Angel</td><td>0,750</td></tr> <tr><td>Laboratorio popular</td><td>0,800</td></tr> <tr><td>Cilia rojas</td><td>0,800</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>7,517</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico 147. Respuesta sobre frecuencia de acciones laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>4,0</td><td>1,0</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td><td>0,0</td><td>2,0</td><td>5,0</td><td>1,0</td><td>1,0</td></tr> <tr><td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>9,0</td></tr> <tr><td>Apoyo en emergencias</td><td>0,0</td><td>4,0</td><td>5,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>9,0</td></tr> <tr><td>Otras</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>0,0</b></td><td><b>6,0</b></td><td><b>14,0</b></td><td><b>2,0</b></td><td><b>23,0</b></td></tr> </tbody> </table>	Empresas	PROMEDIO	otras	0,333	clinica maria angel	0,833	Clinica alvernia	0,500	Hospital Ruben cruz velez	0,800	Clinica oriente	0,750	Profamilia	0,600	Clinica san francisco	0,750	Hospital tomas uribe	0,600	Laboratorio Angel	0,750	Laboratorio popular	0,800	Cilia rojas	0,800	<b>Total general</b>	<b>7,517</b>	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	4,0	1,0	4,0	Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	2,0	5,0	1,0	1,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	0,0	0,0	9,0	Apoyo en emergencias	0,0	4,0	5,0	0,0	0,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	0,0	0,0	9,0	Otras	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>0,0</b>	<b>6,0</b>	<b>14,0</b>	<b>2,0</b>	<b>23,0</b>	<p>Como es común en este tipo de establecimientos las competencias son los centros médicos grandes y el porcentaje mayor lo tiene las clínicas y laboratorio y/o apoyos diagnosticas de renombre y tradición.</p> <p>Los laboratorios y/o apoyos diagnosticas al igual que las demás instituciones que están relacionadas con la salud, nunca entablan retroalimentación hacia temas como casos presentados con empresas similares e investigación compartida con otras empresas.</p> <p>Como ya se mencionó en un punto anterior la opción otros (39%) en su mayoría corresponde a convenios con empresas como Previser o la cooperativa de los profesores,</p>
Empresas	PROMEDIO																																																																												
otras	0,333																																																																												
clinica maria angel	0,833																																																																												
Clinica alvernia	0,500																																																																												
Hospital Ruben cruz velez	0,800																																																																												
Clinica oriente	0,750																																																																												
Profamilia	0,600																																																																												
Clinica san francisco	0,750																																																																												
Hospital tomas uribe	0,600																																																																												
Laboratorio Angel	0,750																																																																												
Laboratorio popular	0,800																																																																												
Cilia rojas	0,800																																																																												
<b>Total general</b>	<b>7,517</b>																																																																												
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																																																								
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	4,0	1,0	4,0																																																																								
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	2,0	5,0	1,0	1,0																																																																								
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	0,0	0,0	9,0																																																																								
Apoyo en emergencias	0,0	4,0	5,0	0,0	0,0																																																																								
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	0,0	0,0	9,0																																																																								
Otras	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																								
<b>Total general</b>	<b>0,0</b>	<b>6,0</b>	<b>14,0</b>	<b>2,0</b>	<b>23,0</b>																																																																								

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

**Gráfico 148. Respuesta sobre convenios laboratorio y/o apoyos diagnosticas**



las demás son menos relevantes.

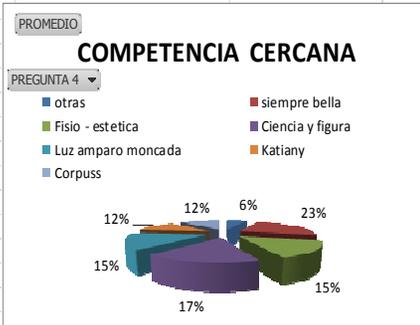
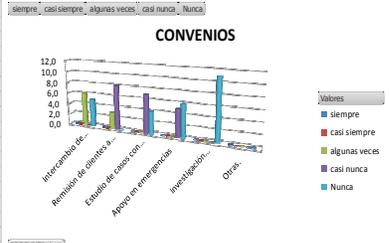
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																																						
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.</p>	<p><b>Centros médicos Alternativos</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 149. Respuesta sobre competencia centros alternativos</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>otras</td><td>0,333</td></tr> <tr><td>Jose Celestino Mutis</td><td>0,833</td></tr> <tr><td>Artemisa</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Altamiza</td><td>0,800</td></tr> <tr><td>Siempre Natural</td><td>0,750</td></tr> <tr><td>Naturisa</td><td>0,600</td></tr> <tr><td>Raices</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>Vita - hogar</td><td>0,600</td></tr> <tr><td>Vida plena</td><td>0,750</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>6,167</b></td></tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Gráfico 150. Respuesta sobre frecuencia de acciones centros alternativos</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td><td>1,0</td><td>3,0</td><td>4,0</td><td>4,0</td><td>5,0</td></tr> <tr><td>Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td><td>2,0</td><td>3,0</td><td>7,0</td><td>2,0</td><td>3,0</td></tr> <tr><td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td><td>1,0</td><td>2,0</td><td>4,0</td><td>4,0</td><td>6,0</td></tr> <tr><td>Apoyo en emergencias</td><td>4,0</td><td>6,0</td><td>3,0</td><td>2,0</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td><td>0,0</td><td>2,0</td><td>5,0</td><td>6,0</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Otras.</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>8,0</b></td><td><b>16,0</b></td><td><b>23,0</b></td><td><b>18,0</b></td><td><b>20,0</b></td></tr> </tbody> </table>	Empresas	PROMEDIO	otras	0,333	Jose Celestino Mutis	0,833	Artemisa	0,500	Altamiza	0,800	Siempre Natural	0,750	Naturisa	0,600	Raices	1,000	Vita - hogar	0,600	Vida plena	0,750	<b>Total general</b>	<b>6,167</b>	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	1,0	3,0	4,0	4,0	5,0	Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	2,0	3,0	7,0	2,0	3,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	1,0	2,0	4,0	4,0	6,0	Apoyo en emergencias	4,0	6,0	3,0	2,0	2,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	2,0	5,0	6,0	4,0	Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>8,0</b>	<b>16,0</b>	<b>23,0</b>	<b>18,0</b>	<b>20,0</b>	<p>La percepción de este gremio estima como gran competencia el centro naturista raíces (16%), por la infraestructura y la variedad de servicios que este implementa año a año.</p> <p>Aquí si se encontró una pequeña variable, porque aunque predomina la opción nunca y se refiere a estudiar los casos con otras empresas en igual proporción esta la opción Casi nunca refiriéndose a la investigación compartida con otras empresas, este es un punto muy positivo porque existe la posibilidad de asociaciones.</p>
Empresas	PROMEDIO																																																																								
otras	0,333																																																																								
Jose Celestino Mutis	0,833																																																																								
Artemisa	0,500																																																																								
Altamiza	0,800																																																																								
Siempre Natural	0,750																																																																								
Naturisa	0,600																																																																								
Raices	1,000																																																																								
Vita - hogar	0,600																																																																								
Vida plena	0,750																																																																								
<b>Total general</b>	<b>6,167</b>																																																																								
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																																																				
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	1,0	3,0	4,0	4,0	5,0																																																																				
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	2,0	3,0	7,0	2,0	3,0																																																																				
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	1,0	2,0	4,0	4,0	6,0																																																																				
Apoyo en emergencias	4,0	6,0	3,0	2,0	2,0																																																																				
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	2,0	5,0	6,0	4,0																																																																				
Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																				
<b>Total general</b>	<b>8,0</b>	<b>16,0</b>	<b>23,0</b>	<b>18,0</b>	<b>20,0</b>																																																																				

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

**Gráfico 151. Respuesta sobre convenios centros alternativos**

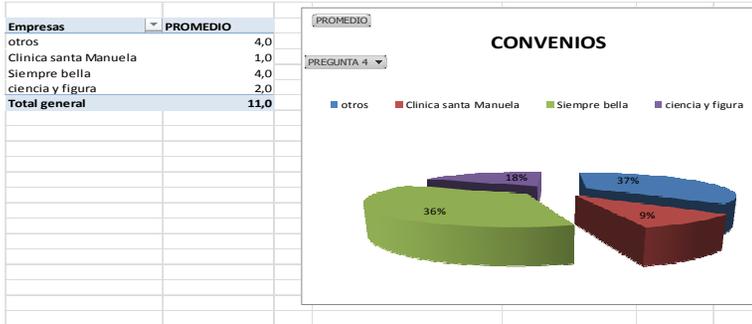


Los centros estéticos o de medicina alternativa no presentan convenios y esto es evidente al mirar el porcentaje arrojado de 59%.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																																		
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.</p>	<p><b>Centros de Estética</b></p>	<p><b>Gráfico 152. Respuesta sobre competencia sector estéticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 423 1094 764"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>otras</td><td>0,250</td></tr> <tr><td>siempre bella</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>Fisio - estetica</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Ciencia y figura</td><td>0,750</td></tr> <tr><td>Luz amparo moncada</td><td>0,667</td></tr> <tr><td>Katiany</td><td>0,500</td></tr> <tr><td>Corpus</td><td>0,500</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>4,333</b></td></tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 153. Respuesta sobre frecuencia de acciones sector estéticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 915 1566 1036"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>6,0</td><td>0,0</td><td>5,0</td></tr> <tr><td>Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>3,0</td><td>8,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>7,0</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Apoyo en emergencias</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>5,0</td><td>6,0</td></tr> <tr><td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>11,0</td></tr> <tr><td>Otras.</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td><td>0,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>0,0</b></td><td><b>0,0</b></td><td><b>9,0</b></td><td><b>20,0</b></td><td><b>26,0</b></td></tr> </tbody> </table> 	Empresas	PROMEDIO	otras	0,250	siempre bella	1,000	Fisio - estetica	0,667	Ciencia y figura	0,750	Luz amparo moncada	0,667	Katiany	0,500	Corpus	0,500	<b>Total general</b>	<b>4,333</b>	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	6,0	0,0	5,0	Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	3,0	8,0	0,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	0,0	7,0	4,0	Apoyo en emergencias	0,0	0,0	0,0	5,0	6,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	0,0	0,0	11,0	Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>9,0</b>	<b>20,0</b>	<b>26,0</b>	<p>La calificación de 0 a 1, demuestra que el establecimiento Siempre bella es percibido como una fuerte competencia con un 17% de participación, sin embargo todos entre sin son competencia por que se especializan o tienen métodos variados que le hacen fuerte en algún aspecto.</p> <p>La opción más seleccionada es la que se refiere que nunca se ha realizado investigación con otras empresas del sector. Siendo esto una oportunidad a mejorar.</p>
Empresas	PROMEDIO																																																																				
otras	0,250																																																																				
siempre bella	1,000																																																																				
Fisio - estetica	0,667																																																																				
Ciencia y figura	0,750																																																																				
Luz amparo moncada	0,667																																																																				
Katiany	0,500																																																																				
Corpus	0,500																																																																				
<b>Total general</b>	<b>4,333</b>																																																																				
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																																																
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	6,0	0,0	5,0																																																																
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	3,0	8,0	0,0																																																																
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	0,0	7,0	4,0																																																																
Apoyo en emergencias	0,0	0,0	0,0	5,0	6,0																																																																
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	0,0	0,0	11,0																																																																
Otras.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																																
<b>Total general</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>9,0</b>	<b>20,0</b>	<b>26,0</b>																																																																

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

**Gráfico 154. Respuesta sobre convenios sector estéticas**

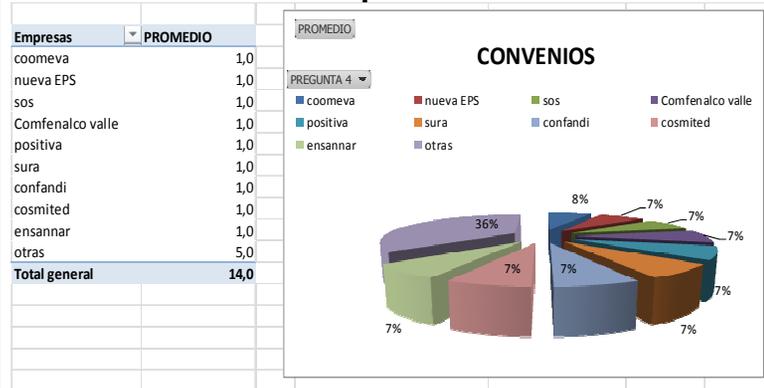


El establecimiento que presenta mayor cantidad de convenios es siempre bella, con un promedio de 4 (57%), al igual que descuentos con tarjetas de beneficios como es el caso de Previser.

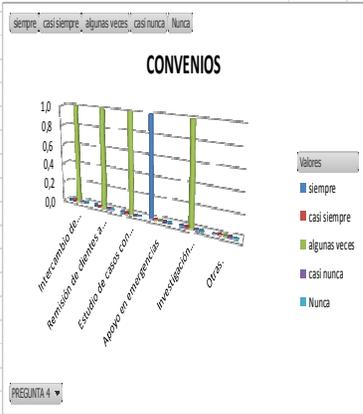
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																														
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.</p>	<p><b>Ópticas</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 155. Respuesta sobre competencia indirecta sector ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 423 1113 764"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>otras</td> <td>0,500</td> </tr> <tr> <td>clinica oftalmologica Tuluá</td> <td>1,000</td> </tr> <tr> <td>Centro oftalmologico del valle</td> <td>1,000</td> </tr> <tr> <td>optica alemana</td> <td>0,667</td> </tr> <tr> <td>optica italiana</td> <td>0,500</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>3,667</b></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Gráfico 156. Respuesta sobre frecuencia de acciones sector ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 915 1564 1248"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>1,0</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>Remisión de dientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>2,0</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>1,0</td> <td>1,0</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>Apoyo en emergencias</td> <td>1,0</td> <td>1,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>4,0</td> </tr> <tr> <td>Otras</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,0</b></td> <td><b>1,0</b></td> <td><b>1,0</b></td> <td><b>4,0</b></td> <td><b>13,0</b></td> </tr> </tbody> </table>	Empresas	PROMEDIO	otras	0,500	clinica oftalmologica Tuluá	1,000	Centro oftalmologico del valle	1,000	optica alemana	0,667	optica italiana	0,500	<b>Total general</b>	<b>3,667</b>	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	0,0	1,0	3,0	Remisión de dientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	0,0	2,0	2,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	1,0	1,0	2,0	Apoyo en emergencias	1,0	1,0	0,0	0,0	2,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0	Otras	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>4,0</b>	<b>13,0</b>	<p>Las clínicas especializadas son la más fuerte competencia por que no solo prestan los servicios básicos si no también especializados y su gama es más amplia que una óptica elemental.</p> <p>Las ópticas tampoco interrelacionan con empresas del mismo sector para debatir o compartir investigaciones relacionadas con temas de salud visual.</p>
Empresas	PROMEDIO																																																																
otras	0,500																																																																
clinica oftalmologica Tuluá	1,000																																																																
Centro oftalmologico del valle	1,000																																																																
optica alemana	0,667																																																																
optica italiana	0,500																																																																
<b>Total general</b>	<b>3,667</b>																																																																
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																																												
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	0,0	1,0	3,0																																																												
Remisión de dientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	0,0	2,0	2,0																																																												
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	1,0	1,0	2,0																																																												
Apoyo en emergencias	1,0	1,0	0,0	0,0	2,0																																																												
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0																																																												
Otras	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																																												
<b>Total general</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>4,0</b>	<b>13,0</b>																																																												

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

**Gráfico 157. . Respuesta sobre convenios sector ópticas**

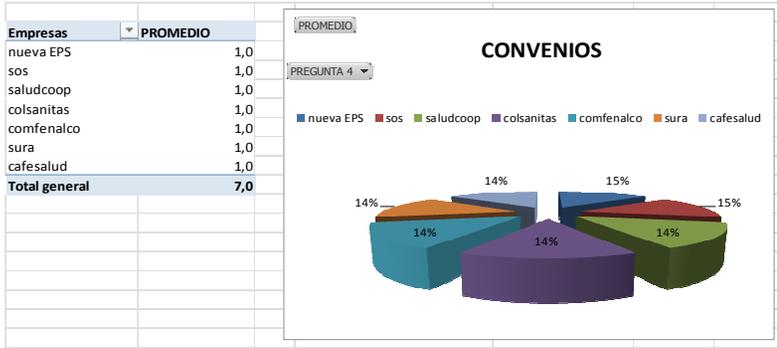


La mayoría de los convenios se presentan con Eps y cooperativas como es la de los docentes de la ciudad, también se evidencio las tarjetas descuento como ya se ha manifestado dentro del mismo texto.

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																																
<p><b>COMPETENCIA DIRECTA</b></p> <p>De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.</p> <p>Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.</p>	<p><b>Urgencias paramédicas</b></p>	<p><b>No registra competencia</b></p> <p><b>Gráfico 158. Respuesta sobre frecuencia de acciones sector urgencias paramédicas</b></p> <table border="1" data-bbox="814 462 1539 657"> <thead> <tr> <th>Empresas</th> <th>siempre</th> <th>casi siempre</th> <th>algunas veces</th> <th>casi nunca</th> <th>Nunca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>1,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>1,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Estudio de casos con otras empresas relacionadas</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>1,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Apoyo en emergencias</td> <td>1,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Investigación compartida con otras empresas del sector</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>1,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Otras:</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,0</b></td> <td><b>0,0</b></td> <td><b>4,0</b></td> <td><b>0,0</b></td> <td><b>0,0</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca	Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	Apoyo en emergencias	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	Otras:	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>Total general</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<p>En el casco urbano no hay competencia pero si se requiere asesoría algunas veces se solicita intercambio de información con una filiar en otra ciudad y es fundamental que siempre exista apoyo entre estas entidades para la ayuda en emergencia.</p>
Empresas	siempre	casi siempre	algunas veces	casi nunca	Nunca																																														
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0																																														
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0																																														
Estudio de casos con otras empresas relacionadas	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0																																														
Apoyo en emergencias	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																														
Investigación compartida con otras empresas del sector	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0																																														
Otras:	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0																																														
<b>Total general</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>																																														

Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

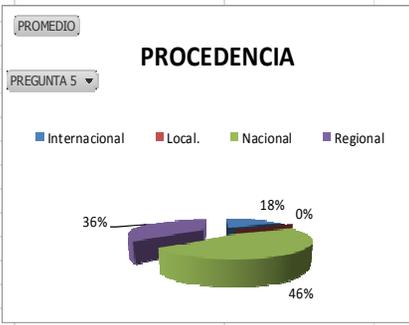
**Gráfico 159 Respuesta sobre convenios sector urgencias paramédicas**



Por ser única en la ciudad, es privilegiada por que da apoyo a entidades como nueva Eps. Sos, Saludcoop, Colsanitas, Comfenalco, Sura, Cafesalud.

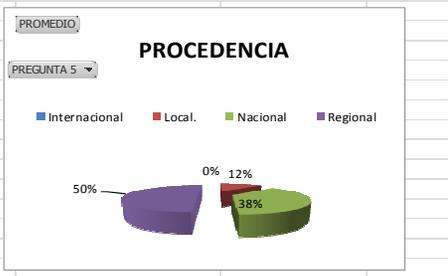
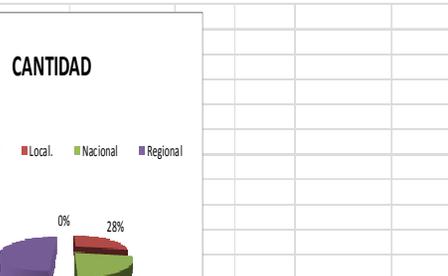
**Pregunta No. 6**

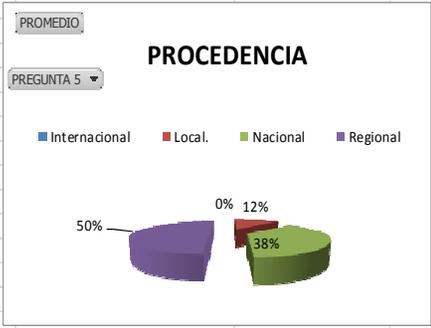
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS												
<p><i>PROVEEDORES</i></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Centros Odontológicos</b></p>	<p><b>Gráfico 160. Procedencia de los proveedores</b></p> <table border="1" data-bbox="789 391 1102 699"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>0,50</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>2,00</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,33	Local.	0,50	Nacional	0,67	Regional	0,50	<b>Total general</b>	<b>2,00</b>	<p>Los valores más altos se registraron en proveedores nacionales, seguido de los regionales y locales, muy pocos incurren en proveedores internacionales.</p>
Proveedores	PROMEDIO														
Internacional	0,33														
Local.	0,50														
Nacional	0,67														
Regional	0,50														
<b>Total general</b>	<b>2,00</b>														

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																								
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Dotaciones Médicas</b></p>	<p><b>Gráfico 161. Respuesta sobre procedencia dotaciones medicas</b></p> <table border="1" data-bbox="787 430 1102 771"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,33</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>0,83</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,83</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 162. Respuesta sobre proveedores dotaciones medicas</b></p> <table border="1" data-bbox="787 917 1102 1258"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>3,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>2,33</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>6,33</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,33	Local.	0,00	Nacional	0,83	Regional	0,67	<b>Total general</b>	<b>1,83</b>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	1,00	Local.	0,00	Nacional	3,00	Regional	2,33	<b>Total general</b>	<b>6,33</b>	<p>Como regla general la mayoría de establecimientos compran sus insumos a nivel nacional con el 46% y en segundo lugar son proveedores regionales con el 36%.</p> <p>En cuanto a cantidad el promedio más alto es de 3 a nivel nacional, siendo este el 47% del total.</p>
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,33																										
Local.	0,00																										
Nacional	0,83																										
Regional	0,67																										
<b>Total general</b>	<b>1,83</b>																										
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	1,00																										
Local.	0,00																										
Nacional	3,00																										
Regional	2,33																										
<b>Total general</b>	<b>6,33</b>																										

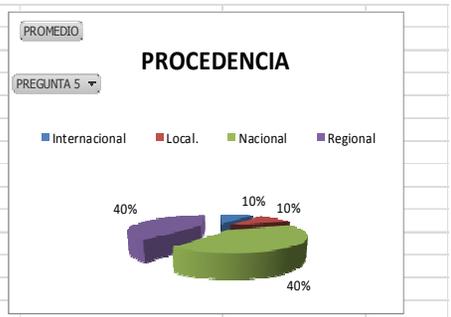
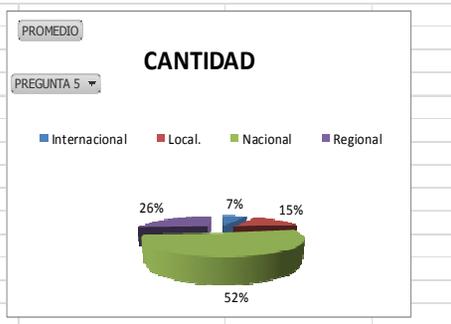
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																								
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Droguerías</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Gráfico 163. Respuesta sobre procedencia proveedores</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Internacional</td><td>0,00</td></tr> <tr><td>Local.</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Nacional</td><td>0,75</td></tr> <tr><td>Regional</td><td>1,00</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>2,00</b></td></tr> </tbody> </table> <div style="text-align: center;">  <p><b>PROCEDENCIA</b></p> <p>■ Internacional ■ Local. ■ Nacional ■ Regional</p> <p>50% 0% 12% 38%</p> </div> <p style="text-align: center;"><b>Respuesta sobre cantidad de proveedores</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Gráfico 164.</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Internacional</td><td>0,00</td></tr> <tr><td>Local.</td><td>0,67</td></tr> <tr><td>Nacional</td><td>3,80</td></tr> <tr><td>Regional</td><td>6,50</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>10,97</b></td></tr> </tbody> </table> <div style="text-align: center;">  <p><b>CANTIDAD</b></p> <p>■ Internacional ■ Local. ■ Nacional ■ Regional</p> <p>59% 0% 6% 35%</p> </div>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	0,25	Nacional	0,75	Regional	1,00	<b>Total general</b>	<b>2,00</b>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	0,67	Nacional	3,80	Regional	6,50	<b>Total general</b>	<b>10,97</b>	<p>Como son droguerías pequeñas su campo de acción es regional y esto se ve reflejado con un porcentaje del 50%.</p> <p>La mayoría de los proveedores pertenecen al departamento representado en un 59% del total de ellos.</p>
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	0,25																										
Nacional	0,75																										
Regional	1,00																										
<b>Total general</b>	<b>2,00</b>																										
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	0,67																										
Nacional	3,80																										
Regional	6,50																										
<b>Total general</b>	<b>10,97</b>																										

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																								
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 165. Respuesta sobre procedencia en EPS y oficinas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 386 1071 727"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>3,00</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 166. Respuesta cantidad de proveedores en EPS y oficinas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 876 1071 1209"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>3,20</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>3,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>4,60</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>10,80</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	1,00	Nacional	1,00	Regional	1,00	<b>Total general</b>	<b>3,00</b>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	3,20	Nacional	3,00	Regional	4,60	<b>Total general</b>	<b>10,80</b>	<p>Refiriéndose a proveedores en este caso son las IPS que prestan el servicio a los establecimientos, por ello estos son locales, regionales y nacionales.</p> <p>El porcentaje más alto corresponde a proveedores regionales con un 42%, la utilización de ellos ocurre cuando el paciente requiere servicio más especializado y la cantidad de establecimientos que hay en la localidad no cumplen los requerimientos.</p>
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	1,00																										
Nacional	1,00																										
Regional	1,00																										
<b>Total general</b>	<b>3,00</b>																										
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	3,20																										
Nacional	3,00																										
Regional	4,60																										
<b>Total general</b>	<b>10,80</b>																										

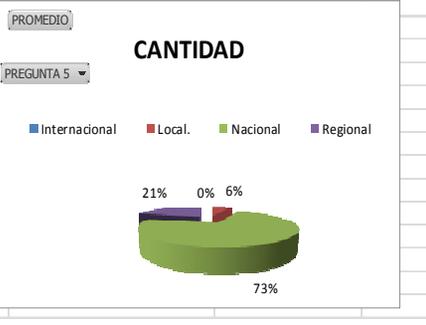
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																								
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p>Ips del municipio de Tuluá</p>	<p><b>Gráfico 167. Respuesta sobre procedencia IPS</b></p> <table border="1" data-bbox="793 430 1102 706"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>0,75</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>2,00</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 168. Respuesta sobre cantidad proveedores IPS</b></p> <table border="1" data-bbox="793 852 1102 1128"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>2,60</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>2,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>4,60</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>9,20</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	0,25	Nacional	0,75	Regional	1,00	<b>Total general</b>	<b>2,00</b>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	2,60	Nacional	2,00	Regional	4,60	<b>Total general</b>	<b>9,20</b>	<p>La mayoría de profesionales que prestan el servicio en estos establecimientos son de procedencia regional y en menor proporción los nacionales. Actualmente se puede contar con profesionales locales lo que dinamiza el servicio; en menor proporción las clínicas han contado con el intercambio de profesionales cubanos en su mayoría pero ello es variable.</p> <p>Igual que el punto anterior lo más representativo son los proveedores regionales, que aportan la mayor cantidad de profesionales.</p>
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	0,25																										
Nacional	0,75																										
Regional	1,00																										
<b>Total general</b>	<b>2,00</b>																										
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	2,60																										
Nacional	2,00																										
Regional	4,60																										
<b>Total general</b>	<b>9,20</b>																										

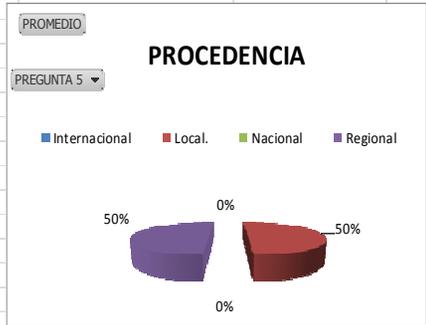
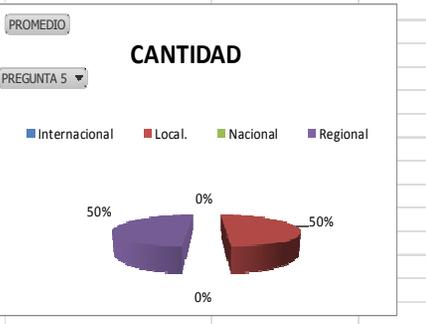
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																								
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p>	<p><b>Gráfico 169. Respuesta sobre procedencia de los proveedores de los laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 459 1102 797"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>0,75</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>2,00</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 170. Respuesta sobre cantidad de proveedores laboratorio y/o apoyos diagnósticos</b></p> <table border="1" data-bbox="789 914 1102 1276"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>2,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>1,40</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>2,80</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>6,20</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	0,25	Nacional	0,75	Regional	1,00	<b>Total general</b>	<b>2,00</b>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	2,00	Nacional	1,40	Regional	2,80	<b>Total general</b>	<b>6,20</b>	<p>Los insumos que utilizan los laboratorio y/o apoyos diagnosticas en su mayoría son comprados a proveedores del departamento.</p> <p>Casi 3 proveedores en promedio son de carácter regional, este es el resultado obtenido de la pro mediación de los encuestados, equivaliendo al 45% del total de la muestra.</p>
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	0,25																										
Nacional	0,75																										
Regional	1,00																										
<b>Total general</b>	<b>2,00</b>																										
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	2,00																										
Nacional	1,40																										
Regional	2,80																										
<b>Total general</b>	<b>6,20</b>																										

--	--	--	--

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																								
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Centros médicos Alternativos</b></p>	<p><b>Gráfico 171. Respuesta sobre procedencia centros alternativos</b></p> <table border="1" data-bbox="808 454 1081 771"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>2,50</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 172. Respuesta sobre proveedores centros alternativos</b></p> <table border="1" data-bbox="808 885 1081 1209"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>2,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>7,20</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>3,60</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>13,80</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,25	Local.	0,25	Nacional	1,00	Regional	1,00	<b>Total general</b>	<b>2,50</b>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	1,00	Local.	2,00	Nacional	7,20	Regional	3,60	<b>Total general</b>	<b>13,80</b>	<p>Los principales proveedores de este tipo de establecimientos son nacionales y regionales, por ello su resultado de 1.</p> <p>La mayor cantidad de proveedores la tiene el promedio de 7 de origen nacional, abarcando este segmento del mercado el 52%</p>
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,25																										
Local.	0,25																										
Nacional	1,00																										
Regional	1,00																										
<b>Total general</b>	<b>2,50</b>																										
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	1,00																										
Local.	2,00																										
Nacional	7,20																										
Regional	3,60																										
<b>Total general</b>	<b>13,80</b>																										

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS												
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Centros de Estética</b></p>	<p><b>Gráfico 173. Respuesta sobre procedencia sector estéticas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>0,75</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,75</b></td> </tr> </tbody> </table>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	0,00	Nacional	1,00	Regional	0,75	<b>Total general</b>	<b>1,75</b>	<p>Los proveedores en su mayoría son de nivel nacional (57%) y en una menor proporción los de nivel regional (43%).</p>
Proveedores		PROMEDIO													
Internacional	0,00														
Local.	0,00														
Nacional	1,00														
Regional	0,75														
<b>Total general</b>	<b>1,75</b>														
		<p><b>Gráfico 174. Respuesta sobre proveedores sector estéticas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>2,50</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>2,33</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>4,83</b></td> </tr> </tbody> </table>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	0,00	Nacional	2,50	Regional	2,33	<b>Total general</b>	<b>4,83</b>	<p>La cantidad de proveedores no es muy distinta a los resultados anteriores, con un promedio de 2 nacionales y 2 regionales a un porcentaje de 52 y 48%.</p>
Proveedores	PROMEDIO														
Internacional	0,00														
Local.	0,00														
Nacional	2,50														
Regional	2,33														
<b>Total general</b>	<b>4,83</b>														

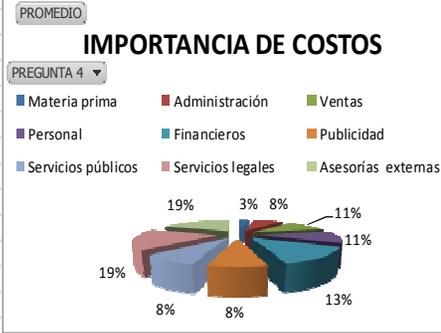
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																								
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Ópticas</b></p>	<p><b>Gráfico 175. Respuesta sobre procedencia sector ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 423 1102 764"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>0,67</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>1,92</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 176. Respuesta sobre proveedores sector ópticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 878 1102 1203"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>12,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>3,40</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>16,40</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	0,25	Nacional	1,00	Regional	0,67	<b>Total general</b>	<b>1,92</b>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	1,00	Nacional	12,00	Regional	3,40	<b>Total general</b>	<b>16,40</b>	<p>El ámbito nacional es el que provee a este tipo de establecimientos, no solo en insumos sino en productos, algunos son importados pero son adquiridos por empresas nacionales.</p> <p>Como ya se evidenció la cantidad de proveedores es significativa, empleando un promedio de 12 a nivel nacional, siendo esto el 73% del total de la muestra.</p>
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	0,25																										
Nacional	1,00																										
Regional	0,67																										
<b>Total general</b>	<b>1,92</b>																										
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	1,00																										
Nacional	12,00																										
Regional	3,40																										
<b>Total general</b>	<b>16,40</b>																										

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																								
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.</p>	<p><b>Urgencias paramédicas</b></p>	<p><b>Gráfico 177. Respuesta sobre procedencia sector urgencias paramédicas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 423 1094 764"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>2,00</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>Gráfico 178. Respuesta sobre proveedores sector urgencias paramédicas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 911 1094 1235"> <thead> <tr> <th>Proveedores</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Internacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Local.</td> <td>10,00</td> </tr> <tr> <td>Nacional</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Regional</td> <td>10,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>20,00</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	1,00	Nacional	0,00	Regional	1,00	<b>Total general</b>	<b>2,00</b>	Proveedores	PROMEDIO	Internacional	0,00	Local.	10,00	Nacional	0,00	Regional	10,00	<b>Total general</b>	<b>20,00</b>	<p>Los proveedores del servicio en su mayoría son locales y esporádicamente regionales.</p> <p>Y la proporción es igual entre ellas de 10 por cada uno de los proveedores, locales y regionales.</p>
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	1,00																										
Nacional	0,00																										
Regional	1,00																										
<b>Total general</b>	<b>2,00</b>																										
Proveedores	PROMEDIO																										
Internacional	0,00																										
Local.	10,00																										
Nacional	0,00																										
Regional	10,00																										
<b>Total general</b>	<b>20,00</b>																										

**Pregunta No. 7**

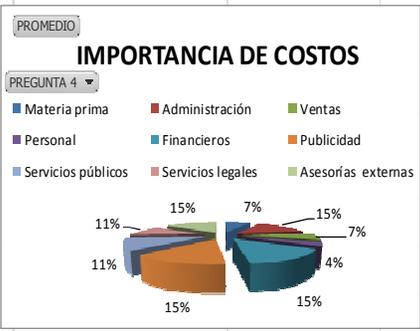
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																										
<p><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p><b>Centros Odontológicos</b></p>	<p><b>Gráfico 179. Importancia de costos en los Centros odontológico</b></p> <p><b>Tabla de Costos:</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Materia prima</td> <td>2,000</td> </tr> <tr> <td>Administración</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Personal</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Financieros</td> <td>5,000</td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios públicos</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios legales</td> <td>6,000</td> </tr> <tr> <td>Aseorías externas</td> <td>7,000</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>39,000</b></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico de Importancia de Costos:</b></p> <p>Este gráfico de sectores muestra la importancia de los costos en los centros odontológicos. Los datos son los siguientes:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Materia prima</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Administración</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Personal</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Financieros</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Servicios públicos</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Servicios legales</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Aseorías externas</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table>	Costos	PROMEDIO	Materia prima	2,000	Administración	4,000	Ventas	4,000	Personal	4,000	Financieros	5,000	Publicidad	4,000	Servicios públicos	3,000	Servicios legales	6,000	Aseorías externas	7,000	<b>Total general</b>	<b>39,000</b>	Categoría	Porcentaje	Materia prima	18%	Administración	5%	Ventas	10%	Personal	10%	Financieros	10%	Publicidad	10%	Servicios públicos	8%	Servicios legales	13%	Aseorías externas	16%	<p>La mayoría de los centros odontológicos indicaron que la materia prima es lo más importante en relación a las variables plasmadas en la encuesta.</p>
Costos	PROMEDIO																																												
Materia prima	2,000																																												
Administración	4,000																																												
Ventas	4,000																																												
Personal	4,000																																												
Financieros	5,000																																												
Publicidad	4,000																																												
Servicios públicos	3,000																																												
Servicios legales	6,000																																												
Aseorías externas	7,000																																												
<b>Total general</b>	<b>39,000</b>																																												
Categoría	Porcentaje																																												
Materia prima	18%																																												
Administración	5%																																												
Ventas	10%																																												
Personal	10%																																												
Financieros	10%																																												
Publicidad	10%																																												
Servicios públicos	8%																																												
Servicios legales	13%																																												
Aseorías externas	16%																																												

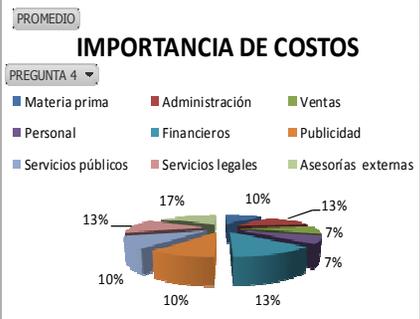
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																						
<p><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p><b>Dotaciones Médicas</b></p>	<p><b>Gráfico 180. Respuesta sobre importancia de costos dotaciones medicas</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Materia prima</td><td>2</td></tr> <tr><td>Administración</td><td>5</td></tr> <tr><td>Ventas</td><td>2</td></tr> <tr><td>Personal</td><td>4</td></tr> <tr><td>Financieros</td><td>5</td></tr> <tr><td>Publicidad</td><td>4</td></tr> <tr><td>Servicios públicos</td><td>2</td></tr> <tr><td>Servicios legales</td><td>7</td></tr> <tr><td>Asesorías externas</td><td>7</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>38</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>IMPORTANCIA DE COSTOS</b></p> <p>■ Materia prima ■ Administración ■ Ventas    ■ Personal ■ Financieros ■ Publicidad    ■ Servicios públicos ■ Servicios legales ■ Asesorías externas</p> <p>18% 5% 13% 5%    19% 5% 11% 13%</p>	Costos	PROMEDIO	Materia prima	2	Administración	5	Ventas	2	Personal	4	Financieros	5	Publicidad	4	Servicios públicos	2	Servicios legales	7	Asesorías externas	7	<b>Total general</b>	<b>38</b>	<p>Para este tipo de establecimientos lo más importante son las materias primas, las ventas y los servicios públicos.</p>
Costos	PROMEDIO																								
Materia prima	2																								
Administración	5																								
Ventas	2																								
Personal	4																								
Financieros	5																								
Publicidad	4																								
Servicios públicos	2																								
Servicios legales	7																								
Asesorías externas	7																								
<b>Total general</b>	<b>38</b>																								

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																						
<p><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p><b>Droguerías</b></p>	<p><b>Gráfico 181. Respuesta sobre importancia de costos droguerías</b></p> <table border="1" data-bbox="789 354 1102 711"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Materia prima</td> <td>1,000</td> </tr> <tr> <td>Administración</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Personal</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Financieros</td> <td>5,000</td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios públicos</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios legales</td> <td>7,000</td> </tr> <tr> <td>Asesorías externas</td> <td>7,000</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>37,000</b></td> </tr> </tbody> </table>  <p><b>IMPORTANCIA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Materia prima: 19%</li> <li>Administración: 3%</li> <li>Ventas: 3%</li> <li>Personal: 8%</li> <li>Financieros: 8%</li> <li>Publicidad: 8%</li> <li>Servicios públicos: 8%</li> <li>Servicios legales: 11%</li> <li>Asesorías externas: 11%</li> </ul>	Costos	PROMEDIO	Materia prima	1,000	Administración	3,000	Ventas	4,000	Personal	4,000	Financieros	5,000	Publicidad	3,000	Servicios públicos	3,000	Servicios legales	7,000	Asesorías externas	7,000	<b>Total general</b>	<b>37,000</b>	<p>El costo de la materia es lo más importante porque son productos que deben ser competitivos y de muy buena calidad y suministrados por un tercero. Les sigue la administración la publicidad y los servicios públicos.</p>
Costos	PROMEDIO																								
Materia prima	1,000																								
Administración	3,000																								
Ventas	4,000																								
Personal	4,000																								
Financieros	5,000																								
Publicidad	3,000																								
Servicios públicos	3,000																								
Servicios legales	7,000																								
Asesorías externas	7,000																								
<b>Total general</b>	<b>37,000</b>																								

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																						
<p><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p><b>Eps y oficinas del municipio de Tuluá</b></p>	<p><b>Gráfico 182. Respuesta sobre importancia de costos en EPS y oficinas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 354 1060 690"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Materia prima</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Administración</td> <td>2,000</td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Personal</td> <td>1,000</td> </tr> <tr> <td>Financieros</td> <td>5,000</td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios públicos</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios legales</td> <td>7,000</td> </tr> <tr> <td>Asesorías externas</td> <td>6,000</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>35,000</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Costos	PROMEDIO	Materia prima	3,000	Administración	2,000	Ventas	4,000	Personal	1,000	Financieros	5,000	Publicidad	4,000	Servicios públicos	3,000	Servicios legales	7,000	Asesorías externas	6,000	<b>Total general</b>	<b>35,000</b>	<p>A diferencia de los demás establecimientos analizados este tipo de negocios le da mucha importancia al personal siendo este el número 1 de la lista, seguido de la administración.</p>
Costos	PROMEDIO																								
Materia prima	3,000																								
Administración	2,000																								
Ventas	4,000																								
Personal	1,000																								
Financieros	5,000																								
Publicidad	4,000																								
Servicios públicos	3,000																								
Servicios legales	7,000																								
Asesorías externas	6,000																								
<b>Total general</b>	<b>35,000</b>																								

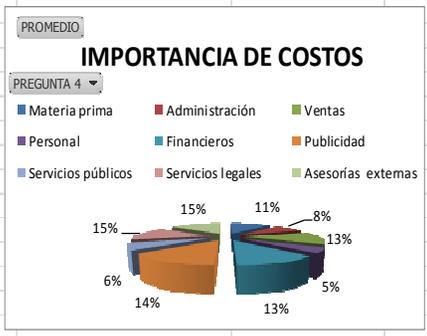
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																																										
<p align="center"><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p align="center"><b>Ips del municipio de Tuluá</b></p>	<p align="center"><b>Gráfico 183. Respuesta sobre importancia de costos IPS</b></p> <p><b>Tabla de Costos:</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Materia prima</td><td>5,000</td></tr> <tr><td>Administración</td><td>3,000</td></tr> <tr><td>Ventas</td><td>3,000</td></tr> <tr><td>Personal</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>Financieros</td><td>4,000</td></tr> <tr><td>Publicidad</td><td>4,000</td></tr> <tr><td>Servicios públicos</td><td>3,000</td></tr> <tr><td>Servicios legales</td><td>5,000</td></tr> <tr><td>Asesorías externas</td><td>5,000</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>33,000</b></td></tr> </tbody> </table> <p><b>Gráfico de Importancia de Costos:</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Materia prima</td><td>15%</td></tr> <tr><td>Administración</td><td>16%</td></tr> <tr><td>Ventas</td><td>9%</td></tr> <tr><td>Personal</td><td>9%</td></tr> <tr><td>Financieros</td><td>12%</td></tr> <tr><td>Publicidad</td><td>3%</td></tr> <tr><td>Servicios públicos</td><td>12%</td></tr> <tr><td>Servicios legales</td><td>9%</td></tr> <tr><td>Asesorías externas</td><td>15%</td></tr> </tbody> </table>	Costos	PROMEDIO	Materia prima	5,000	Administración	3,000	Ventas	3,000	Personal	1,000	Financieros	4,000	Publicidad	4,000	Servicios públicos	3,000	Servicios legales	5,000	Asesorías externas	5,000	<b>Total general</b>	<b>33,000</b>	Categoría	Porcentaje	Materia prima	15%	Administración	16%	Ventas	9%	Personal	9%	Financieros	12%	Publicidad	3%	Servicios públicos	12%	Servicios legales	9%	Asesorías externas	15%	<p>Los costos más importantes son los que incurren en el personal porque es el capital vital que hace que se dé el servicio.</p>
Costos	PROMEDIO																																												
Materia prima	5,000																																												
Administración	3,000																																												
Ventas	3,000																																												
Personal	1,000																																												
Financieros	4,000																																												
Publicidad	4,000																																												
Servicios públicos	3,000																																												
Servicios legales	5,000																																												
Asesorías externas	5,000																																												
<b>Total general</b>	<b>33,000</b>																																												
Categoría	Porcentaje																																												
Materia prima	15%																																												
Administración	16%																																												
Ventas	9%																																												
Personal	9%																																												
Financieros	12%																																												
Publicidad	3%																																												
Servicios públicos	12%																																												
Servicios legales	9%																																												
Asesorías externas	15%																																												

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																						
<p><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p><b>Laboratorio y/o apoyos diagnosticas</b></p>	<p><b>Gráfico 184. Respuesta sobre importancia de costos laboratorio y/o apoyos diagnósticos y/o apoyos diagnosticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 461 1060 800"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Materia prima</td> <td>2,000</td> </tr> <tr> <td>Administración</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td>2,000</td> </tr> <tr> <td>Personal</td> <td>1,000</td> </tr> <tr> <td>Financieros</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios públicos</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios legales</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Asesorías externas</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>27,000</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Costos	PROMEDIO	Materia prima	2,000	Administración	4,000	Ventas	2,000	Personal	1,000	Financieros	4,000	Publicidad	4,000	Servicios públicos	3,000	Servicios legales	3,000	Asesorías externas	4,000	<b>Total general</b>	<b>27,000</b>	<p>El personal es el pilar de este tipo de entes de salud sin personal comprometido capaz y experto este tipo de establecimientos carecería de seriedad y credibilidad, seguido de las materias primas y las ventas (2).</p>
Costos	PROMEDIO																								
Materia prima	2,000																								
Administración	4,000																								
Ventas	2,000																								
Personal	1,000																								
Financieros	4,000																								
Publicidad	4,000																								
Servicios públicos	3,000																								
Servicios legales	3,000																								
Asesorías externas	4,000																								
<b>Total general</b>	<b>27,000</b>																								

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																						
<p><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p><b>Centros médicos Alternativos</b></p>	<p><b>Respuesta sobre importancia de costos centros alternativos</b></p> <p><b>Gráfico 185</b></p> <table border="1" data-bbox="789 496 1058 834"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Materia prima</td><td>3,0</td></tr> <tr><td>Administración</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Ventas</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Personal</td><td>2,0</td></tr> <tr><td>Financieros</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Publicidad</td><td>3,0</td></tr> <tr><td>Servicios públicos</td><td>3,0</td></tr> <tr><td>Servicios legales</td><td>4,0</td></tr> <tr><td>Asesorías externas</td><td>5,0</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>30,0</b></td></tr> </tbody> </table> 	Costos	PROMEDIO	Materia prima	3,0	Administración	4,0	Ventas	2,0	Personal	2,0	Financieros	4,0	Publicidad	3,0	Servicios públicos	3,0	Servicios legales	4,0	Asesorías externas	5,0	<b>Total general</b>	<b>30,0</b>	<p>Este tipo de establecimientos se enfoca mucho en las ventas y los costos del personal, puesto que esto les hace competitivos con el resto de los centros que se dedican a las mismas actividades.</p>
Costos	PROMEDIO																								
Materia prima	3,0																								
Administración	4,0																								
Ventas	2,0																								
Personal	2,0																								
Financieros	4,0																								
Publicidad	3,0																								
Servicios públicos	3,0																								
Servicios legales	4,0																								
Asesorías externas	5,0																								
<b>Total general</b>	<b>30,0</b>																								

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																						
<p><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p><b>Centros de Estética</b></p>	<p><b>Gráfico 186. Respuesta sobre importancia de costos sector estéticas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 459 1081 800"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Materia prima</td> <td>1,000</td> </tr> <tr> <td>Administración</td> <td>6,000</td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td>4,000</td> </tr> <tr> <td>Personal</td> <td>5,000</td> </tr> <tr> <td>Financieros</td> <td>7,000</td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td>2,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios públicos</td> <td>3,000</td> </tr> <tr> <td>Servicios legales</td> <td>9,000</td> </tr> <tr> <td>Asesorías externas</td> <td>9,000</td> </tr> <tr> <td><b>Total general</b></td> <td><b>46,000</b></td> </tr> </tbody> </table> 	Costos	PROMEDIO	Materia prima	1,000	Administración	6,000	Ventas	4,000	Personal	5,000	Financieros	7,000	Publicidad	2,000	Servicios públicos	3,000	Servicios legales	9,000	Asesorías externas	9,000	<b>Total general</b>	<b>46,000</b>	<p>Los costos más representativos son los relacionados con las materias primas con un valor de 1, seguidos de los de publicidad.</p>
Costos	PROMEDIO																								
Materia prima	1,000																								
Administración	6,000																								
Ventas	4,000																								
Personal	5,000																								
Financieros	7,000																								
Publicidad	2,000																								
Servicios públicos	3,000																								
Servicios legales	9,000																								
Asesorías externas	9,000																								
<b>Total general</b>	<b>46,000</b>																								

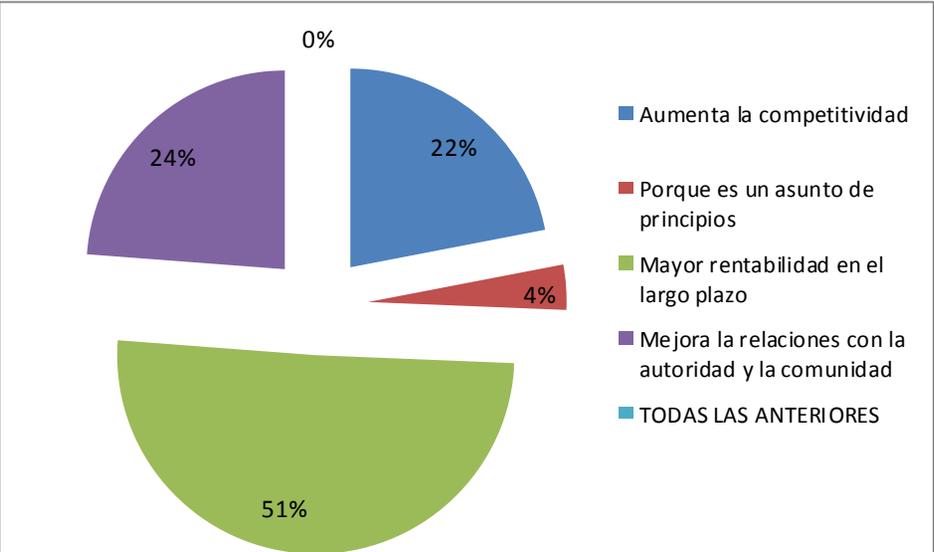
PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																						
<p align="center"><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p><b>Ópticas</b></p>	<p align="center"><b>Gráfico 187. Respuesta sobre importancia de costos sector ópticas</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <table border="1" style="width: 45%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Materia prima</td><td>1,000</td></tr> <tr><td>Administración</td><td>4,000</td></tr> <tr><td>Ventas</td><td>4,000</td></tr> <tr><td>Personal</td><td>4,000</td></tr> <tr><td>Financieros</td><td>6,000</td></tr> <tr><td>Publicidad</td><td>6,000</td></tr> <tr><td>Servicios públicos</td><td>5,000</td></tr> <tr><td>Servicios legales</td><td>8,000</td></tr> <tr><td>Asesorías externas</td><td>9,000</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>47,000</b></td></tr> </tbody> </table> <div style="width: 45%;"> <p align="center"><b>IMPORTANCIA DE COSTOS</b></p> </div> </div>	Costos	PROMEDIO	Materia prima	1,000	Administración	4,000	Ventas	4,000	Personal	4,000	Financieros	6,000	Publicidad	6,000	Servicios públicos	5,000	Servicios legales	8,000	Asesorías externas	9,000	<b>Total general</b>	<b>47,000</b>	<p>Los precios competitivos de la materia prima son fundamentales por que se pueden ofrecer productos a bajos precios y de buena calidad, por ello la calificación de 1.</p>
Costos	PROMEDIO																								
Materia prima	1,000																								
Administración	4,000																								
Ventas	4,000																								
Personal	4,000																								
Financieros	6,000																								
Publicidad	6,000																								
Servicios públicos	5,000																								
Servicios legales	8,000																								
Asesorías externas	9,000																								
<b>Total general</b>	<b>47,000</b>																								

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS																						
<p align="center"><b>COSTOS</b></p> <p>De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.</p>	<p align="center"><b>Urgencias paramédicas</b></p>	<p align="center"><b>Gráfico 188. Respuesta sobre importancia de costos sector urgencias paramédicas</b></p> <table border="1" data-bbox="789 391 1087 727"> <thead> <tr> <th>Costos</th> <th>PROMEDIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Materia prima</td><td>7,000</td></tr> <tr><td>Administración</td><td>5,000</td></tr> <tr><td>Ventas</td><td>8,000</td></tr> <tr><td>Personal</td><td>3,000</td></tr> <tr><td>Financieros</td><td>8,000</td></tr> <tr><td>Publicidad</td><td>9,000</td></tr> <tr><td>Servicios públicos</td><td>4,000</td></tr> <tr><td>Servicios legales</td><td>9,000</td></tr> <tr><td>Asesorías externas</td><td>9,000</td></tr> <tr><td><b>Total general</b></td><td><b>62,000</b></td></tr> </tbody> </table> 	Costos	PROMEDIO	Materia prima	7,000	Administración	5,000	Ventas	8,000	Personal	3,000	Financieros	8,000	Publicidad	9,000	Servicios públicos	4,000	Servicios legales	9,000	Asesorías externas	9,000	<b>Total general</b>	<b>62,000</b>	<p>La calificación más baja de costos obedece al personal, con una calificación de 3.</p>
Costos	PROMEDIO																								
Materia prima	7,000																								
Administración	5,000																								
Ventas	8,000																								
Personal	3,000																								
Financieros	8,000																								
Publicidad	9,000																								
Servicios públicos	4,000																								
Servicios legales	9,000																								
Asesorías externas	9,000																								
<b>Total general</b>	<b>62,000</b>																								

Pregunta No. 7

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS								
<p><b>RESPONSABILIDAD SOCIAL</b></p> <p>Actualmente su empresa desarrollar iniciativas de RSE</p>	<p><i>Centros odontológicos, dotaciones médicas, droguerías, Eps y oficinas, Ips, laboratorio y/o apoyos diagnósticos y/o apoyos diagnósticos, centros de medicina alternativa, centros de estética, ópticas, urgencias paramédicas</i></p>	<p><b>Gráfico 189. Actualmente su empresa desarrollar iniciativas de RSE</b></p> <table border="1"> <caption>Datos del Gráfico 189</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SI</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>NO SABE, NO RESPONDE</td> <td>63%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	SI	27%	NO	9%	NO SABE, NO RESPONDE	63%	
Respuesta	Porcentaje										
SI	27%										
NO	9%										
NO SABE, NO RESPONDE	63%										

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS												
<p><b>RESPONSABILIDAD SOCIAL</b></p> <p>Cuáles son las practicas aplicadas de RSE</p>	<p><i>Centros odontológicos, dotaciones médicas, droguerías, Eps y oficinas, Ips, laboratorio y/o apoyos diagnósticos y/o apoyos diagnósticos, centros de medicina alternativa, centros de estética, ópticas, urgencias paramédicas</i></p>	<p><b>Gráfico 190. Cuáles son las practicas aplicadas de RSE</b></p> <table border="1"> <caption>Datos del Gráfico 190</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A NIVEL SOCIAL</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>A NIVEL AMBIENTAL</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>A NIVEL ECONOMICO</td> <td>56%</td> </tr> <tr> <td>NINGUNA</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>TODAS LAS ANTERIORES</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	A NIVEL SOCIAL	24%	A NIVEL AMBIENTAL	21%	A NIVEL ECONOMICO	56%	NINGUNA	0%	TODAS LAS ANTERIORES	0%	
Categoría	Porcentaje														
A NIVEL SOCIAL	24%														
A NIVEL AMBIENTAL	21%														
A NIVEL ECONOMICO	56%														
NINGUNA	0%														
TODAS LAS ANTERIORES	0%														

PREGUNTA	SECTOR DE LA SALUD ENCUESTADO	RESULTADO	ANÁLISIS												
<p><b>RESPONSABILIDAD SOCIAL</b></p> <p>¿Cuál es el beneficio de aplicar estas iniciativas de RSE?</p>	<p><i>Centros odontológicos, dotaciones médicas, droguerías, Eps y oficinas, lps, laboratorio y/o apoyos diagnósticos y/o apoyos diagnósticos, centros de medicina alternativa, centros de estética, ópticas, urgencias paramédicas</i></p>	<p><b>Gráfico 191. ¿Cuál es el beneficio de aplicar estas iniciativas de RSE?</b></p>  <table border="1"> <caption>Gráfico 191. ¿Cuál es el beneficio de aplicar estas iniciativas de RSE?</caption> <thead> <tr> <th>Beneficio</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mayor rentabilidad en el largo plazo</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>Mejora la relaciones con la autoridad y la comunidad</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Aumenta la competitividad</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>Porque es un asunto de principios</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>TODAS LAS ANTERIORES</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Beneficio	Porcentaje	Mayor rentabilidad en el largo plazo	51%	Mejora la relaciones con la autoridad y la comunidad	24%	Aumenta la competitividad	22%	Porque es un asunto de principios	4%	TODAS LAS ANTERIORES	0%	
Beneficio	Porcentaje														
Mayor rentabilidad en el largo plazo	51%														
Mejora la relaciones con la autoridad y la comunidad	24%														
Aumenta la competitividad	22%														
Porque es un asunto de principios	4%														
TODAS LAS ANTERIORES	0%														

### 2.2.8.8 Conclusiones del trabajo de campo

De acuerdo a la pregunta realizada al grupo objetivo conformado por **Centros odontológicos, dotaciones médicas, droguerías, Eps y oficinas, Ips, laboratorio y/o apoyos diagnósticos y/o apoyos diagnósticos, centros de medicina alternativa, centros de estética, ópticas y urgencias paramédicas**, sobre si desea pertenecer al clúster de la salud en el municipio de Tuluá, la mayoría de las empresas informan que si están interesados, representando esto el 90.48% de los encuestados, porque lo ven como una oportunidad de desarrollo y de fortalecimiento. A unos pocos le es indiferente representado con un porcentaje del 9.52% siendo uno de los motivos manifestados estar ya establecidos en una zona específica teniendo reconocimiento de los clientes; indicando con esto que no están dispuestos a trasladarse al barrio Alvernia, lugar óptimo para esfacelar el clúster, siendo el concepto de mayor peso lo manifestado por la Clínica San Francisco, la cual es reacia en la participación del mismo, no queriendo realizar alianzas estratégicas con ninguna clínica de la ciudad o empresa del sector de la salud, manifestando que son autosuficientes en los servicios que prestan, dando a entender que más que una oportunidad consideran la idea como una amenaza potencial para su gestión y prestación de servicios.

Se observa que las empresas que si desean pertenecer al clúster, son todas las micro y pequeñas empresa que apenas se están posicionando en el sector, deseando con esto crecer viendo la oportunidad de poder incursionar en el medio tomando ventaja de los beneficios que el clúster les puede ofrecer.

Se evidencia entre las empresas encuestadas que las variables como, el fácil acceso de los clientes, a los servicios y la imagen del sector son las de mayor peso dentro de las opciones seleccionadas, seguido de las buenas condiciones de las vías de acceso, disponibilidad a locales amplios y la cercanía a otras organizaciones, la presencia de profesionales y entidades que faciliten la asociación y en último lugar los costos de los servicios públicos.

El resultado que arroja el proceso de investigación que se realizó, determina que NO es viable la conformación del Clúster de la salud en el municipio de Tuluá, así este otorgue beneficios desde el punto de vista jurídico, político, legal, económico, ambiental y tecnológico, no basta con que haya un entorno favorable para la generación o creación de cadenas productivas, sin que los actores de estas cadenas, en este caso las empresas del sector de la salud del municipio estén preparadas para asumir el reto.

Se evidenció que en cuanto al tema de la Responsabilidad Social, RSE, tema de gran importancia para el desarrollo óptimo del clúster las empresas del sector de la salud del municipio de Tuluá, un 63% no sabían si desarrollaban prácticas de responsabilidad social, un 27% informo que si habían iniciativas y el 9% no ha realizado ninguna practica hacia esta actividad. Estos porcentajes se justifican en

el hecho que los temas de RSE son llevados a un nivel cultural, donde se han venido realizando procesos de educación tanto en la comunidad empresarial como en la sociedad en general, movimiento motivado por la gran presión ejercida hacia el cuidado del medio ambiente.

De los anteriores resultados se determinó que gran parte de la población encuestada no conoce el tema, lo que implica y marca la necesidad de contemplar la capacitación sobre temas relacionados con la RSE, como un proceso continuo, en el desarrollo empresarial, social, cultural y económico de las empresas, a pesar de lo anterior no hay que desconocer que en una pequeña medida hay algunas actividades intrínsecas de RSE desarrolladas en estas organizaciones, sin embargo no se cuenta con los conocimientos necesarios ni una organización empresarial sólida que permita el desarrollo pleno de la práctica de RSE, ni extraer el 100% de los beneficios generados por esta. Por otro lado el 56% conoce el tema pero lo aplica solo por beneficio económico y no lo aplica a los otros niveles, lo anterior se debe al paradigma mental de muchas empresas que tienden a pensar que la RSE es una práctica empresarial solo para grandes empresas y no es posible su aplicación en las Mipymes debido a los altos costos que implica su implementación en la organización, apreciación falsa ya que una buena gestión de RSE requiere compromiso del personal y el diseño que permita el perfeccionamiento de los procesos que se desarrollan con el objetivo de minimizar o erradicar impactos negativos generados por la actividad empresarial

El planteamiento anterior indica que la mayoría de las empresas del sector de la salud del municipio de Tuluá no están teniendo en cuenta las buenas prácticas en sus actividades ya que en su afán por generar recursos para sobrevivir en un entorno muy competitivo, aumenta la miopía empresarial y no les permite ver los grandes beneficios que se obtiene al desarrollar los procedimientos responsablemente para enfrentar el reto en el cual serán los principales actores.

Finalmente una condición indispensable para que las empresas del sector de la salud constituyan un clúster, es el análisis del balance entre el valor de la inversión y los beneficios adquiridos, lo que implica que es fundamental que estas tomen medidas en los temas relacionados con la RSE y sus beneficios, contribuyendo al fortalecimiento de este sector.

### CAPITULO III

#### 3.1 PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS PARA LOGRAR LA CONSOLIDACIÓN DEL CLÚSTER EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ

De acuerdo al análisis cualitativo y cuantitativo realizado, se determina que no es viable la conformación de un clúster de la salud en la ciudad de Tuluá, por tal motivo se plantean estrategias a presentar al sector para que logre su consolidación y en un futuro no muy lejano se pueda analizar de nuevo y encontrar resultados favorables para fortalecer esta actividad a manera de Clúster.

**Tabla 11. Relación con los proveedores**

<b>Sector</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Actividades a implementar</b>
<b>PROVEEDORES</b>	Elaborar una Política de Relación con Proveedores, en la que se estipule claramente las formas de relación, personas a cargo y las prácticas que promueven el desarrollo de los proveedores.	Solicitar asesoría externa, tal como un profesional en el área, una consultora dedicada o a los entes Académicos, en especial a la Unidad Central del Valle del Cauca.  Incluir en el Código de Ética la forma de relacionarse con los proveedores.  Elaborar un registro completo acerca de las características de los proveedores de la empresa.  Establecer por escrito las exigencias mínimas para la selección de proveedor y/o Empresas Contratistas, teniendo en cuenta que al implementar un Sistema de Gestión en RSE se debe dar privilegiando aquellos que cumplen con la legislación laboral, tributaria, vela por el buen estado social de sus trabajadores - comunidad y el cuidado del medio ambiente, con el fin de integrar la práctica del RSE en toda la Cadena Productiva.  Establecer Políticas de Pago que permitan a los proveedores

		<p>mantener su estabilidad económica.</p> <p>Comunicar a los proveedores y al público interno las exigencias mínimas de selección y políticas de relación con sus proveedores establecidas por la organización.</p> <p>Condiciones y media de tiempo de pago</p> <p>Documentar todas las actividades comerciales realizadas con los proveedores.</p> <p>Promover iniciativas orientadas a la transferencia con y entre proveedores de diferentes conocimientos entre los cuales se debe referenciar sobre.</p> <p>Establecer fuertes relaciones comerciales con los proveedores locales con el fin de promover con mayor fuerza al desarrollo económico local.</p> <p>Establecer relaciones de igualdad entre el personal de planta de la empresa y el personal perteneciente a las empresas contratistas.</p> <p>Establecer estrategias tendientes a identificar y aprovechar las ayudas brindadas por Instituciones Gubernamentales y privadas.</p>
--	--	---

**Tabla 12. Relación con los clientes**

Sector	Estrategia	Actividades a implementar
<b>CLIENTES</b>	Establecer una Política que regule las relaciones con el cliente y/o consumidores ya sean potenciales o reales.	<p>Incluir en el Código de Ética los lineamientos que regulan las relaciones de la organización con sus clientes u usuarios, donde se privilegien los derechos de estos en cuanto a la información y seguridad de los productos o servicios.</p> <p>Establecer procedimientos orientados a la reposición o cambio de productos defectuosos ya sea tangible o intangible.</p> <p>Capacitar a los trabajadores en cuanto a la atención y derechos de los clientes y usuarios.</p> <p>Diseñar un sistema de atención y diálogo con los consumidores, capaz de recoger sugerencias, reclamos y peticiones respecto a las características del producto o servicio recibido.</p> <p>Dar a conocer a los clientes y usuarios el sistema de atención y diálogo, los procedimientos de producción y/o Servicios brindados establecido y desarrollados por la organización. Reclamación de productos</p> <p>Establecer métodos de medición de la satisfacción del cliente interno y externo.</p> <p>Desarrollar programas de capacitación al consumidor sobre prácticas de consumo responsable, demostrando a sus consumidores la importancia de utilizar productos que han sido elaborados bajo procedimientos ambientalmente adecuados o con menor impacto.</p>

		<p>Respetar y Conservar la información personal de los clientes de forma confidencial.</p> <p>Establecer procedimientos investigativos, de mejoramiento que determinen los impactos negativos y positivos a corto, mediano y largo plazo de los productos y/o servicios brindados por la organización en su entorno.</p> <p>Analizar y verificar que los materiales y sustancias utilizadas en procesos productivos o prestación del servicio, no estén prohibidos en Colombia y en otros países, además que sean de bajo impacto ambiental.</p> <p>Describir los componentes, la utilización, los riesgos, conocimiento sobre los procesos productivos, los impactos sociales, ambientales y económicos, entre otras características propias de cada producto ya sea intangible o tangible en fichas técnicas.</p>
--	--	---

**Tabla 13. Relación con el medio ambiente**

Sector	Estrategia	Actividades a implementar
<p><b>MEDIO AMBIENTE</b></p>	<p>Desarrollar una Política ambiental, donde participen los trabajadores de la empresa.</p>	<p>Incluir en el Código de Ética los lineamientos que regula la actividad ambiental de la organización, que establezca claramente los compromisos que asume la empresa en materia medioambiental.</p> <p>Difundir los lineamientos que regula la actividad ambiental, entre el Público Interno, con el fin de que cada miembro de la empresa la conozca y respete.</p> <p>Implementar procesos investigativos y de mejora que identifiquen los diferentes impactos ambientales negativos y positivos generados por la actividad de la organización, incluyendo sus causas y consecuencias y el lugar que ocupan en el proceso de producción</p> <p>Cumplir los requisitos de la legislación Colombiana vigente, es importante contar con los documentos soportes de dicha legislación.</p> <p>Implementar prácticas de reciclaje al interior de las oficinas, instalaciones de la empresa y en los procesos productivos.</p> <p>Reutilizar o vender los residuos reciclados.</p> <p>Desarrollar prácticas o tecnologías que optimicen el uso de los materiales, sustancias y servicios públicos utilizados en cada proceso desarrollado por la Organización.</p> <p>Promover prácticas de ahorro de energía, agua y demás</p>

		<p>servicios público utilizados en las actividades diarias de la organización entre sus empleados,</p> <p>Capacitar e incentivar a los trabajadores de la empresa a realizar prácticas que favorezcan la conservación del medioambiente libre de contaminación.</p> <p>Implementando prácticas de ahorro de energía.</p> <p>Reducir la eliminación de residuos.</p> <p>Realizar mantenimientos preventivos a los equipos e insumos tecnológicos en general.</p> <p>Condiciones ambientales en el puesto de trabajo</p> <p>Con el fin de mantener buen estado y funcionamiento, mitigando su impacto en el ambiente.</p> <p>Buscar alternativas de materias primas más amigables ambientalmente.</p> <p>Implementar prácticas relacionadas con el manejo de residuos o desechos.</p> <p>Diseñar un Plan de Gestión Ambiental, que incorpore objetivos, estrategias, actividades y ejecución en cada área en que la empresa impacta al medioambiente.</p> <p>Medir el avance y cumplimiento de la Gestión Ambiental implementado en la organización.</p>
--	--	--

**Tabla 14. Relación con la comunidad**

Sector	Estrategia	Actividades a implementar
<p><b>COMUNIDAD</b></p>	<p>Desarrollar una Política que establezca los lineamientos que regulan las relaciones y el apoyo a la comunidad.</p>	<p>Incluir en el Código de Ética los lineamientos que regulan las relaciones y el apoyo a la comunidad.</p> <p>Identificar los públicos de interés con los que la empresa se relacionará. La empresa debe distinguir según su importancia, cuáles son los públicos de interés que requiere abarcar.</p> <p>Diseñar una estrategia de relación y comunicación con los grupos de interés, estableciendo instancias de diálogo donde se recolecten demandas, necesidades y expectativas a las cuales se les debe dar respuesta, por último es importante apoyar el desarrollo social y económico según corresponda, teniendo en cuenta que todo apoyo debe ir en concordancia con la planeación estratégica de la Organización.</p> <p>Realizar un diagnóstico acerca de las necesidades de la comunidad.</p> <p>Incluir en la Planeación Estratégica y en el presupuesto el apoyo a la comunidad, según a la razón de ser de la Organización.</p> <p>Establecer relaciones y alianzas con organizaciones empresariales que aporten o deseen aportar y/o apoyar a la comunidad, autoridades a nivel municipal y regional, generando un diálogo abierto y fluido con ellos, de tal forma creando relaciones trisectoriales, para desarrollar grandes redes dedicadas a la solución de demandas de la comunidad.</p>

		<p>Identificar y establecer por escrito las personas y entidades que representarán a la comunidad y a la Empresa.</p> <p>Diseñar un proyecto de inversión a la comunidad o Buscar un proyecto comunitario para apoyar.</p> <p>Comunicar y convocar a los trabajadores acerca de los Proyectos Sociales seleccionados por la Organización.</p> <p>Otorgar facilidades y beneficios a los trabajadores para la participar realización en actividades o proyectos comunitarios y comprometer activamente la gerencia en el desarrollo de las actividades.</p> <p>Generar procesos de participación y consulta de los trabajadores, capaz de recoger la creatividad de los mismos mediante la presentación de proyectos que pueden ser realizados en la comunidad.</p>
--	--	--

**Tabla 15. Relación con la comunidad**

Sector	Estrategia	Actividades a implementar
<p><b>PUBLICO INTERNO O EMPLEADOS</b></p>	<p>Diseñar una Política de Capacitación Empresarial</p>	<p>Desarrollar mecanismos de motivación a procesos de capacitación brindados por la Organización a sus trabajadores.</p> <p>Generar mecanismos que faciliten el acceso a capacitación, tales como horarios especiales o formas de financiamiento parcial o total.</p> <p>Comunicar al Público Interno la Política de Capacitación y beneficios Empresariales.</p> <p>Generar un plan de capacitación, que contemple la realización de cursos a distintas, virtuales y presenciales en áreas que eleve el nivel profesional, empleabilidad y crecimiento personal de los trabajadores, permitiendo su promoción profesional a largo plazo.</p> <p>Este plan debe ser diseñado para que cualquier trabajador tenga acceso a los cursos.</p> <p>Desarrollando iniciativas que integren a las familias de los trabajadores en procesos de capacitación.</p>
	<p>Crear la Política de Contratación, Beneficios Extralegales Jubilación y Reglamento Interno de la empresa</p>	<p>Establecer los Lineamientos de la Política de Contratación y Beneficios Extralegales Jubilación y Reglamento Interno de la empresa teniendo en cuenta la normatividad laboral vigente.</p> <p>Incluir procedimientos y contenidos relacionados con la no discriminación, criterios de selección y promoción homogéneos e igualitarios en la Política de Contratación y Reglamento Interno de la empresa (Lo anterior hace parte de la LEY 1010 DE 2006 (Enero 23) "por medio de la cual se adoptan medidas</p>

		<p>para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo” emitida por EL CONGRESO DE COLOMBIA.</p> <p>Difundir la Política de Contratación y Reglamento Interno a través de todas las instancias y medios de comunicación interno que tiene la empresa.</p> <p>Establecer mecanismos de control y evaluación para la Política de Contratación y Reglamento Interno de la empresa.</p> <p>Establecer sanciones a las faltas del personal contra el lineamiento establecidos en la Política de Contratación y Reglamento Interno de la empresa.</p> <p>Elaborar una política de beneficios extralegales en distintos ámbitos. Esta política debe ser clara en cuanto los requisitos y formas de acceso, además de la o las personas a cargo de gestionarlos.</p> <p>Establecer un mecanismo recoger la opinión de los trabajadores en cuanto a los beneficios y a iniciativas novedosas de implementar.</p> <p>Capacitar al personal programado para jubilación respecto de los procesos y cambios que involucra la jubilación y la importancia del ahorro voluntario.</p>
--	--	---

### 3.2 IMPACTO SOCIO ECONÓMICO DEL CLÚSTER DEL CLÚSTER EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ

El Clúster de la Salud del municipio de Tuluá representaría una nueva clase de organización espacial, que podría catalogarse como un punto intermedio entre los mercados aleatorios, por un lado, y las jerarquías o integraciones verticales, por el otro. El clúster, por lo tanto, sería una alternativa de organizar la cadena de valor de las empresas que los constituirían, el vínculo informal representaría una forma de organización sólida, que ofrece ventajas en términos de eficiencia, eficacia y flexibilidad de la siguiente manera:

**Tabla 16. Impacto socio económico del clúster del clúster en el municipio de tuluá**

<b>Impacto</b>	<b>IMPACTO</b>
<b>Impacto en la productividad de las empresas</b>	<p>El impacto en la productividad de las empresas del sector de la salud del municipio de Tuluá, permitiría a las empresas operar de un modo más productivo en la obtención de insumos; el acceso a la información, la tecnología y las instituciones necesarias; la coordinación con las compañías relacionadas; y la forma de encarar y medir las mejoras, además de la posibilidad de desarrollo de nuevos negocios.</p> <p>El fortalecimiento de la atracción y permanencia de capitales extranjeros, lo que a su vez puede posibilitar el fortalecimiento de capacidades industriales mediante la transferencia tecnológica, lo cual permite un proceso de mejora en la base de capital y crea por ende una economía más próspera y sofisticada en el municipio.</p>
<b>Impacto en el acceso de empleados y proveedores especializados</b>	<p>El impacto en el acceso a empleados y proveedores especializados de las empresas del sector de la salud del municipio de Tuluá consistiría en lograr vitalidad al beneficiarse de la comunidad existente de empleados especializados y con experiencia, y así reducir los costos inherentes a la búsqueda y contratación de personal.</p>
<b>Impacto en la disminución de los costos</b>	<p>El impacto en la disminución de los costos de las empresas del sector de la salud del municipio de Tuluá consistiría en</p>

	<p>minimiza las necesidades de inventario y eliminar tanto los costos de importación como las demora, paralelamente, dado que la reputación local es importante, reduciría el riesgo de que los proveedores cobren precios excesivos o no cumplan con los compromisos asumidos, la proximidad mejoraría las comunicaciones y permitiría a los proveedores brindar servicios auxiliares y de soporte. Entonces, a igualdad de las demás condiciones, la fuente local de aprovisionamiento es más ventajosa que la distante especialmente cuando se trata de insumos especializados que involucran tecnología, información y servicios.</p>
<p><b>Impacto en el acceso información especializada</b></p>	<p>El impacto en el acceso a información especializada de las empresas del sector de la salud del municipio de Tuluá consistiría en la acumulación de importante información técnica, sobre el mercado y sobre la competencia y sus integrantes teniendo acceso preferencial ella. Además las relaciones personales y los vínculos con la comunidad alentando la confianza y facilitando el flujo de la información.</p> <p>Además del fortalecimiento de la coordinación y transacciones entre las empresas, permitiendo la difusión de mejores prácticas, lo que a su vez estimula y facilita la innovación, y promueve la creación y el desarrollo de instituciones creadoras y proveedoras de conocimiento.</p>
<p><b>Impacto en actividades complementarias</b></p>	<p>El impacto en las actividades complementarias de las empresas del sector de la salud del municipio de Tuluá, consistiría en el buen desempeño de las empresas donde cada uno de ellas puede fortalecer el éxito de los demás, esta complementación se produce de muchas maneras, la más obvia ocurre cuando los productos ejercen sinergia para satisfacer las necesidades del cliente, la otra forma es la coordinación de actividades entre</p>

	<p>empresas con el objetivo de optimizar la productividad colectiva, el marketing aporta sus propios factores complementarios. Frecuentemente el clúster mejoraría la reputación del municipio de Tuluá, facilitando el acercamiento entre los compradores y proveedores radicados en la zona. Más allá de la reputación, los miembros del clúster disfrutarían de una serie de mecanismos conjuntos de marketing: ferias industriales y revistas especializadas, entre otros. La complementariedad puede hacer que comprarle al clúster resulte más atractivo para los clientes, fundamentalmente por la posibilidad de comparar las ofertas de muchos proveedores reunidos en un solo lugar.</p>
<p><b>Impacto en el acceso a instituciones y bienes públicos</b></p>	<p>El impacto en el acceso a instituciones y bienes públicos de las empresas del sector de la salud del municipio de Tuluá, consistiría en el aprovechamiento de las inversiones hechas por el gobierno y otras instituciones públicas en infraestructura o programas educativos, que mejoran la productividad de las empresas. Otros bienes cuasi-públicos, como los pools de tecnología e información del clúster, son subproductos naturales que ayudan a competir. Las inversiones de las empresas en programas de capacitación, infraestructura, centros de calidad y laboratorio y/o apoyos diagnósticos de prueba, también contribuyen a incrementarla, y con frecuencia son colectivas porque los participantes del clúster reconocen que los potenciales beneficios serán para todos.</p>

## CONCLUSIONES

El resultado de la investigación, arroja que en el municipio de Tuluá, NO es viable la conformación de un Clúster de Servicios de Salud, por varios motivos como son:

- Aunque la gran mayoría de encuestados tienen una aceptación favorable, acerca de la posibilidad de conformación del clúster, son empresas pequeñas por lo general PYMES o MIPYMES, que por lo general dependen de los servicios que prestan otras instituciones. En cambio las grandes empresas como es el caso particular de la CLINICA SAN FRANCISCO, manifestaron su oposición absoluta hacia la asociación con demás empresas, siendo ellos una de las principales entidades que prestan servicios de salud en el municipio, lo que los convierte en uno de los factores determinantes a la hora de la viabilidad para la conformación de dicho clúster.
- El termino clúster por lo general es sinónimo de internacionalización, por lo tanto se debe tener disposición para prestar servicios a aquellos que vienen del extranjero a buscar un servicio especializado y de alta calidad. Pero las entidades del municipio de Tuluá, actualmente no cuentan con la infraestructura adecuada y la tecnología, para satisfacer la demanda en servicios para los usuarios del sector, y muchas veces se tienen que remitir a otras ciudades, lo que genera traumatismos, y demoras en los procesos de prestación del servicio, y mucho menos se tendría capacidad para atender los requerimientos de personas que vengan del extranjero. También hay una poca variedad de especialistas que no cubre por completo la necesidad que demanda el municipio.
- Gran cantidad de las empresas encuestadas, presentan leves características que se presentan en un clúster, como lo son convenios con competidores, asociación con otras entidades, alianzas estratégicas con los proveedores para eliminar cadenas de valor, y trabajo en equipo entre entidades de actividad similar. Estas características aunque son leves, si se fortalecieran y se mejoraran en pro de fortalecer los lazos para así estructurarse en lo que sería un modelo económico basado en la asociatividad, sería el primer paso para poder llegar a conformar un clúster por medio del trabajo conjunto y la unión de conocimientos entre los empresarios del sector. Pero actualmente hace falta una concientización intensiva en pro de lograr estos resultados.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones están orientadas a la puesta en marcha de las estrategias planteadas para los sectores relación con proveedores, clientes, público interno, comunidad y medio ambiente.

Las cuales por grupos se fundamentan en:

- ✓ Elaborar una Política de relación con proveedores, en la que se estipule claramente las formas de relación, personas a cargo y las prácticas que promueven el desarrollo de los proveedores.
- ✓ Establecer una política que regule las relaciones con el cliente y/o consumidores ya sean potenciales o reales.
- ✓ Desarrollar una política ambiental, donde participen los trabajadores de la empresa.
- ✓ Diseñar una política de Capacitación empresarial donde haya participación del ente municipal como la Alcaldía Municipal de Tuluá, la Cámara de Comercio de Tuluá, Fenalco y la Unidad Central del Valle del Cauca.
- ✓ Crear la política de contratación, beneficios extralegales jubilación y reglamento Interno de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Municipal de Tuluá – Valle, anuario estadístico 2010.

CARRILLO GIRALDO, Germán. COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL A JUNIO DE 2011. Observatorio Socio Económico. Cámara de Comercio Tuluá 2011.

DUQUE ROLDAN ,María Isabel, GÓMEZ MONTOYA, Luis Fernando, OSORIO AGUDELO, Jair Albeiro; análisis de los sistemas de costos utilizados en las entidades del sector salud en Colombia y su utilidad para la toma de decisiones; revista del instituto internacional de costos, ISSN 1646-6896, nº 5, julio/diciembre 2009; pág. (495- 525)

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN CON ÉNFASIS EN CIENCIAS EMPRESARIALES. Editorial Limusa. 4 Edición.

## INFOGRAFÍA

Disponible en internet:

<http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/Cluster/paginas/Cluster.aspx>.

Consultado el 15 de enero de 2011

Disponible en internet:

[http://www.espectador.com/1v4\\_contenido.php?id=74201&sts=1-](http://www.espectador.com/1v4_contenido.php?id=74201&sts=1-) . Consultado el

15 de enero de 2011

Porter, Michael (1987). Citado por Schmal Simón, Rodolfo, Cisternas Silva Carlos Universidad de la república de Uruguay. Sistemas de información: Una metodología para su estructuración EN la XXVI Conferencia Latinoamericana de Informática que se realizó en México. del 18 al 22 de Septiembre del 2000 (en línea) 6 de octubre 2011 <http://www.inf.udec.cl/~revista/ediciones/edicion6/sisinf.PDF>

Porter, Michael (1990). Citado por León Velázquez, José Arturo. Modelo de Competitividad global de la industria de piel de cocodrilo moreletii (2004). Universidad autónoma de Sinaloa. p 10. en línea 6 de octubre 2011

Porter, Michael (1996). Citado por Carrion Maroto, Juan. Estrategia: de la visión a la acción. en línea consultado 6 de octubre de 2011.

Chirinos g. Alira. Rodríguez m. Guillermo.bonomie. María Elena integración vertical de la cadena De valor del sector avícola en el estado Zulia (en línea) < 6 de octubre 2011 > <http://www2.scielo.org.ve/pdf/rvac/v14n1/art09.pdf>

Porter, Michael (1999). Citado por Venzor Ortega Alberto, FLACSO (Organization). Sede Académica de México. El reto de la informalidad y la pobreza moderada (2006) (en línea).consultado 6 de octubre 2011.

Porter, Michael (2003). Ser competitivo: Nuevas aportaciones y conclusiones. Traducción al español. Editorial Deusto. pág. 203

Ministerio de educación (en línea) < 6 de octubre 2011>[http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-190216\\_archivo\\_pdf\\_salud.pdf](http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-190216_archivo_pdf_salud.pdf)

## ANEXO A



### **UCEVA ENCUESTA PARA REALIZAR EN CENTROS DE MEDICINA ALTERNATIVA, CENTROS DE ESTÉTICA, CENTROS ODONTOLÓGICOS, DROGUERÍAS, DOTACIONES MÉDICAS, ENTIDADES DE URGENCIAS PARAMÉDICAS, ENTIDADES EPS Y OFICINAS, INSTITUCIONES PRESTADORAS DE SALUD (IPS), LABORATORIO Y/O APOYOS DIAGNOSTICOS Y/O APOYOS DIAGNOSTICOS Y ÓPTICAS DEL MUNICIPIO DE TULUÁ.**

Esta encuesta tiene por objetivo evaluar la viabilidad de conformación de una cadena productiva (Clúster) en el sector salud. Entendiéndose como Clúster una asociación de empresas del mismo sector para mejorar la competitividad y productividad.

0. En caso de ser viable el estudio ¿le gustaría que en el municipio de Tuluá se conformara un clúster del sector de la salud?. ¿y le gustaría pertenecer al?.

Si \_\_\_ No\_\_\_ | Sí \_\_\_ No\_\_\_

#### 1 INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre de la empresa:	1.2 Propietario o responsable legal
1.3 Dirección – barrio	1.4 Teléfono
1.5 Año de fundación la empresa	1.6 En caso de traslado a este sitio. Indicar ubicación primera sede

Para calificar la siguiente pregunta considerar la escala de 1 a 7, siendo 1 el más importante y 7 el de menor. Según el grado de *importancia* y *cumplimiento* (entiéndase por efectividad, y beneficio) al trasladar o instalar la empresa en ese sector de la ciudad.

- 1.7 Enumere las posibles razones que influyeron para establecerse en el sector actual.

RAZONES	grado de importancia	cumplimiento
Fácil acceso a pacientes o a clientes		
Disponibilidad de locales amplios		
La imagen que tiene el sector		
Presencia de profesionales y entidades que facilitan la asociación con ellas		
Cercanía a otras organizaciones pertenecientes al sector salud		
Buenas vías de acceso y medios de transporte suficientes		
Costos y eficiencia de los servicios públicos		

**Nota:**

Si su empresa u organización pertenece al sector **CENTROS DE MEDICINA ALTERNATIVA** contestar la pregunta 2A, si es **CENTROS DE ESTÉTICA** contestar la pregunta 2B, **CENTROS ODONTOLÓGICOS** contestar la pregunta 2C, **DROGUERÍAS** contestar la pregunta 2D, **DOTACIONES MÉDICAS** contestar la pregunta 2E, **ENTIDADES DE URGENCIAS PARAMÉDICAS** contestar la pregunta 2F, **ENTIDADES EPS Y OFICINAS** contestar la pregunta 2G, **INSTITUCIONES PRESTADORAS DE SALUD (IPS)** contestar la pregunta 2H, **LABORATORIO Y/O APOYOS DIAGNOSTICOS Y/O APOYOS DIAGNOSTICOSS** contestar la pregunta 2I y **ÓPTICAS** contestar la pregunta 2J.

---

## 2. ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA

Si su establecimiento es **Un centro de medicina alternativa**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 2.B.

### CENTROS DE MEDICINA ALTERNATIVA

**2. A.** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>	<b>2.4 profesionales</b>
Medicina a base de plantas				
Homeopatía				
Medicina biológica				
Colónterapia				
Magneto terapia				
Meso terapia				
Quiropráctica				
Radiestesia				
Masajes				
bioenergéticas				

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

**ACTIVIDADES**                      **DE PLANTA**    **PRESTACIÓN DE SERVICIOS**                      **OTRA**  
Medicina a base de plantas    \_\_\_\_\_                      \_\_\_\_\_                      \_\_\_\_\_



Cirugía plástica estética	_____	_____	_____
Tratamiento para la obesidad	_____	_____	_____
Lipoesculturas	_____	_____	_____
Tratam. para celulitis y estrías	_____	_____	_____
Tratamiento para el acné	_____	_____	_____
Mascarillas	_____	_____	_____
Jacuzzis	_____	_____	_____
Spa	_____	_____	_____
Cámaras bronceadoras	_____	_____	_____
Saunas	_____	_____	_____
Baño turco	_____	_____	_____
Masajes	_____	_____	_____
<b>Otra ¿Cual?</b>	_____		

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

**Continuar con el punto 3.**

Si su establecimiento es **Un centro odontológico**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 2.D.

**CENTROS ODONTOLÓGICO**

**2.C.** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>	<b>2.4 profesionales</b>
Higiene oral				
Cirugía				
Operatorio				
endodoncia				
Rehabilitación oral				
Periodoncia				
Implantología				
Ortodoncia				

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DE PLANTA</b>	<b>PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>	<b>OTRA</b>
Higiene oral	_____	_____	_____
Cirugía	_____	_____	_____

Operatorio \_\_\_\_\_  
 Endodoncia \_\_\_\_\_  
 Rehabilitación oral \_\_\_\_\_  
 Periodoncia \_\_\_\_\_  
 Implantología \_\_\_\_\_  
 Ortodoncia \_\_\_\_\_  
**Otra Cual?** \_\_\_\_\_

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

**Continuar con el punto 3.**

Si su establecimiento es **Una droguería**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 2.E.

**CENTROS DROGUERÍA**

**2.D.** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>	<b>2.4 profesionales</b>
Venta de medicamentos de línea OTC				
Venta de medicamentos línea ética				
Venta al detal				
Venta al por mayor				
Servicio de inyectologia				

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DE PLANTA</b>	<b>PRESTACION DE SERVICIOS</b>	<b>OTRA</b>
Venta de medicam. de línea OTC	_____	_____	_____
Venta de medicam. línea ética	_____	_____	_____
Venta al detal	_____	_____	_____
Venta al por mayor	_____	_____	_____
Servicio de inyectologia	_____	_____	_____
<b>Otra ¿Cuál?</b>	_____		

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

**Continuar con el punto 3.**

Si su establecimiento es **Un centro de dotaciones médicas**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 2.F.

**DOTACIONES MÉDICAS**

**2.E** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>	<b>2.4 profesionales</b>
Venta de equipos médicos				
Venta de material quirúrgico				
Venta de uniformes para enfermeras y médicos				
Venta de instrumental y equipos odontológicos				
Venta de aparatos ortopédicos, muletas y sillas de ruedas				
Venta al por mayor				
Venta al detal				

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DE PLANTA</b>	<b>PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>	<b>OTRA</b>
Venta de equipos médicos	_____	_____	_____
Venta de material quirúrgico	_____	_____	_____
Venta de unif. enfermeras y médicos	_____	_____	_____
Venta de instru. y equipos Odontológicos	_____	_____	_____
Venta de aparatos ortopédicos Muletas y sillas de ruedas	_____	_____	_____
Venta al por mayor	_____	_____	_____
Venta al detal	_____	_____	_____
<b>Otra ¿Cual?</b>	_____	_____	_____

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

**Continuar con el punto 3.**

Si su establecimiento es **Una entidad de urgencias paramédicas**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 2.G.

**ENTIDADES DE URGENCIAS PARAMÉDICAS**

**2.F** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>	<b>2.4 profesionales</b>
Atención de emergencia médica domiciliaria a los afiliados				
Apoyo en emergencias de desastres				
Atención en accidentes de tránsito				

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DE PLANTA</b>	<b>PRESTACION DE SERVICIOS</b>	<b>OTRA</b>
Atención de emergencia medica			
Domiciliaria a las afiliados	_____	_____	_____
Apoyo en emerg. de desastres	_____	_____	_____
Atención en accid. de transito	_____	_____	_____
<b>Otra ¿Cual?</b>	_____		

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

**Continuar con el punto 3.**

Si su establecimiento es **Una entidad EPS y oficinas**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 2.H.

## EPS Y OFICINAS

**2.G** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>
Afiliación a particulares de EPS			
Afiliación a particulares de medicina preparada			
Realización de seminarios			
Campañas de prevención de enfermedades y vacunación			
Trámites para prestación de servicios			

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DE PLANTA</b>	<b>PRESTACION DE SERVICIOS</b>	<b>OTRA</b>
Cirugía plástica	_____	_____	_____
Anestesiología	_____	_____	_____
Terapia respiratoria	_____	_____	_____
Fisioterapia	_____	_____	_____
Urgencias	_____	_____	_____
Medicina general	_____	_____	_____
Salud mental	_____	_____	_____
Pediatría	_____	_____	_____
Obstetricia	_____	_____	_____
Cirugía	_____	_____	_____
Medicina interna	_____	_____	_____
Fonoaudiología	_____	_____	_____
<b>Otra Cual?</b> _____			

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

### **Continuar con el punto 3.**

Si su establecimiento es **Una IPS**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 2.I.

## **A INSTITUCIONES PRESTADORAS DE SALUD (IPS)**

**2.H** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>	<b>2.4 profesionales</b>
Cirugía plástica				
Anestesiología				
Terapia respiratoria				
Fisioterapia				
Urgencias				
Medicina general				
Salud mental				
Pediatría				
Obstetricia				
Cirugía				
Medicina interna				
Fonoaudiología				

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DE PLANTA</b>	<b>PRESTACION DE SERVICIOS</b>	<b>OTRA</b>
Cirugía plástica	_____	_____	_____
Anestesiología	_____	_____	_____
Terapia respiratoria	_____	_____	_____
Fisioterapia	_____	_____	_____
Urgencias	_____	_____	_____
Medicina general	_____	_____	_____
Salud mental	_____	_____	_____
Pediatría	_____	_____	_____
Obstetricia	_____	_____	_____
Cirugía	_____	_____	_____
Medicina interna	_____	_____	_____
Fonoaudiología	_____	_____	_____
<b>Otra Cual?</b>	_____		

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

**Continuar con el punto 3.**

Si su establecimiento es **Un Laboratorio y/o apoyos diagnósticos y/o apoyos diagnósticos**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 2.J.

**LABORATORIO Y/O APOYOS DIAGNOSTICOS Y/O APOYOS DIAGNOSTICOSS**

**2.1** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>	<b>2.4 profesionales</b>
Clínica general				
Clínica especializada				
Patología				
Citología				
Radiología general				
Radiología especializada				
Mamografía				
Ecografía				
Rayos x				
Escanografía				
Endoscopia				
Electrocardiograma				

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DE PLANTA</b>	<b>PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>	<b>OTRA</b>
Cirugía plástica	_____	_____	_____
Anestesiología	_____	_____	_____
Terapia respiratoria	_____	_____	_____
Fisioterapia	_____	_____	_____
Urgencias	_____	_____	_____
Medicina general	_____	_____	_____
Salud mental	_____	_____	_____
Pediatría	_____	_____	_____
Obstetricia	_____	_____	_____
Cirugía	_____	_____	_____
Medicina interna	_____	_____	_____
Fonoaudiología	_____	_____	_____
<b>Otra Cual?</b>	_____		

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

**Continuar con el punto 3.**

---

Si su establecimiento es **Una óptica**, continuar de lo contrario pasar a la pregunta 3.

**2.J** Marque con una (x) las actividades que realiza su empresa (columna 2.1); indique el grado de importancia (columna 2.2), siendo 1 la más importante y de forma descendente según su criterio; nombrar el año en que inicio su empresa cada una de ellas (columna 2.3) e indique la cantidad de profesionales o especialistas con que cuenta la empresa para realizar las actividades que señalo. (Columna 2.4).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>2.1 cuales presta</b>	<b>2.2 importancia</b>	<b>2.3 año de inicio</b>	<b>2.4 profesionales</b>
Venta de marcos para lentes y gafas				
Venta de lentes de contacto				
Venta de accesorios y productos para el cuidado y aseo de los lentes de contacto				
Examen visual				
Mantenimiento y reparación de gafas				

**2.5** Indique que tipo de relación laboral tiene con los profesionales y/o especialistas de su empresa. (Esta información es requerida puesto que los clúster buscan estabilidad laboral).

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>DE PLANTA</b>	<b>PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>	<b>OTRA</b>
Venta de marcos para lentes Y gafas	_____	_____	_____
Venta de lentes de contacto	_____	_____	_____
Venta de accesorios y productos Para el cuidado y aseo de los Lentes de contacto	_____	_____	_____
Examen visual	_____	_____	_____
Mantenimiento y reparación de Gafas	_____	_____	_____
<b>Otra ¿Cuál?</b> _____			

(Especificar si son convenios y lo pactado en ello referente a la atención de los pacientes).

---

**3 MERCADEO, PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y VENTAS**

**Marque con una (X) las siguientes preguntas**

**3.1** De la siguiente lista de clientes o usuarios, ¿a cuales prestan servicios?.

A. pacientes particulares \_\_\_\_\_

- B. pacientes afiliados a EPS Contribuyente \_\_\_\_\_  
 C. pacientes afiliados a EPS Subsidiadas \_\_\_\_\_  
 D. otros \_\_\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**3.2** Que medios ha utilizado para promocionar sus servicios.

- |                  |       |                    |       |
|------------------|-------|--------------------|-------|
| Televisión       | _____ | Volantes           | _____ |
| Rádios           | _____ | Vallas, pasacalles | _____ |
| Periódico        | _____ | Correo directo     | _____ |
| Revistas médicas | _____ | Páginas web        | _____ |
| Otras revistas   | _____ | Otros              | _____ |
| Tele mercadeo    | _____ |                    |       |

**3.3** ¿Cuál es su área de cobertura? Indique los municipios y/o ciudades aledañas de las cuales tiene conocimiento le visitan sus usuarios.

- |              |                     |         |       |
|--------------|---------------------|---------|-------|
| Andalucía    | _____               | Bolívar | _____ |
| Bugalagrande | _____               | Riofrío | _____ |
| Trujillo     | _____               | Zarzal  | _____ |
| San Pedro    | _____               | Buga    | _____ |
| Otras        | _____ (especifique) |         |       |

---



---



---

**4 COMPETENCIA DIRECTA**

**4.1** De las empresas ubicadas en el sector y/o sectores diferentes, tiene Ud. conocimiento que prestan servicios similares a los suyos y son considerados sus competidores.

CERCANO	OTRO SECTOR
1.	1.
2.	2.
3.	3.

**4.2** Señale la frecuencia con la que Ud. realiza las siguientes acciones con otras empresas y/o personas que prestan el mismo servicio.

Actividades	siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	nunca
Intercambio de información y experiencias con otras empresas del mismo sector					
Remisión de clientes a otros centros que realizan la misma actividad económica					

Estudio de casos con otras empresas relacionadas					
Apoyo en emergencias					
Investigación compartida con otras empresas del sector					
Otras. ¿Cuáles? - -					

**4.3** Escriba el nombre de empresas con las cuales se tenga convenios o contratos para la atención de pacientes. (Nombre si es IPS o EPS según sea el caso).

1. \_\_\_\_\_  
3. \_\_\_\_\_  
5. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_  
4. \_\_\_\_\_  
6. \_\_\_\_\_

## 5 PROVEEDORES

**5.1** con el fin de mejorar el crecimiento de la región, Indique la procedencia de sus proveedores.

Naturaleza	Procedencia	Cantidad de proveedores
Local.		
Regional		
Nacional		
Internacional		

## 6. COSTOS

**6.1** De la siguiente lista enumere de 1 al 9 cuales son los costos más importantes en los que incurre su empresa. Siendo 1 muy alto y 9 muy bajo.

<b>COSTOS</b>	
Materia prima	
Administración	
Ventas	
Personal	
Financieros	
Publicidad	
Servicios públicos	
Servicios legales	
Asesorías externas	

## 7 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

7.1 ¿Cómo le da cumplimiento su empresa a la responsabilidad social empresarial en el sector salud?

---

---

---

---

---

Gracias por su colaboración, dedicación y tiempo al responder las preguntas de la encuesta, sus aportes en ellas son valiosos para el proceso de evaluación de este proyecto; si desea hacer alguna observación, aporte o sugerencia con respecto a la encuesta lo puede hacer a continuación.

---