

Caso de Éxito



<https://www.hospitalprivado.com.ar/>



Resumen

Comentaremos cómo hemos ayudado en estos 20 años al Hospital Privado en su proceso de TRANSFORMACION desde un centro de salud que atendía a 2.000 pacientes por día a 9.000 pacientes, y desarrollando nuevas unidades de negocio.



Historia

El Hospital Privado es un centro de salud referente del interior del país en Argentina, con más de 60 años y una posición de liderazgo médico reconocida nacional e internacionalmente.

En la actualidad cuenta con más de 2.500 colaboradores, 5 centros de atención, 12 farmacias, 2.7 millones de consultas al año, siendo uno de los principales referentes nacionales en trasplantes.

2001 LA CRISIS QUE TRANSFORMO

2001 marcó el inicio del cambio en el hospital.

2 años antes había conseguido un crédito en dólares con el CFI (Consejo Federal de Inversión) de U\$S 10 millones para ampliar sus áreas de internado.

Pero una de las mayores crisis del país obligaba a redefinir su estrategia.

En Dic 2001 el gobierno devaluó un 200%

Antes U\$S 1 = \$ 1

Luego U\$S 1 = \$ 3

Con lo que la institución vio que se **TRIPLICABA** su deuda y sus ingresos permanecían igual.

¿COMO GENERAR MÁS INGRESOS?

Tenía que generar más ingresos, pero no podía desde la atención de pacientes tradicional, tenía que hacer algo DIFERENTE.

LA PREPAGA

Tenía una PREPAGA propia con 32.000 afiliados, ese era el único espacio donde podía generarle más ingresos, sin embargo, esa prepaga permanecía en el mismo nivel, teniendo 300 nuevos ingresos por mes y 300 bajas por mes.

Objetivo

Había que pasar de 32.000 a 65.000 afiliados en 2 años

	Afiliados	Altas x mes	Bajas x mes
Situación Inicial	32.000	300	300
Situación Deseada	65.000	1.700	300

LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION

Era necesario lanzar una campaña que concientizara sobre la importancia de elegir bien para seguir estando sano.

Se lanzó una campaña que apelando a la “prevención” decía:

“te queremos sano”

“ Preferimos cuidarte
en lugar de curarte ”

“ Preferimos que duermas en tu
cama y no en las nuestras ”

La campaña estuvo a cargo de la agencia de publicidad [OXFORD](#)



[ver video](#)



[ver video](#)

PAGAR LA PUBLICIDAD

El Hospital no disponía de recursos para esa publicidad. Realizó un acuerdo con los canales y diarios para pagar por resultado y todos terminaron beneficiados.

VENTAS Y COMUNICACIÓN

Se armó un equipo de ventas de 30 vendedores y un call center de 20 personas para captar nuevos afiliados. Instalar un CRM. Acuerdos comerciales, visita a cientos de empresas y acciones de difusión y prensa para despertar el interés de la población.



Resultado

En 2 años se logró pasar de
32.000 a 72.000 pacientes

5 PERIFERICOS

El crecimiento llevó a abrir nuevas unidades de atención sanatorial para cubrir geográficamente toda la ciudad.

En 10 años pasó de 1 centro de atención a sumar 5 periféricos.

Pasó de atender 2.000 pacientes por días a 9.000



CALIDAD DE ATENCION

El crecimiento llevó a trabajar en mejorar la calidad de atención.

En pocos años pasó de 120 a 250 secretarias, de 370 a 650 enfermeros, de 2.000 a 9.000 pacientes por día.

Se mejoró el proceso integral de selección y formación de las personas.

- Selección
- Inducción
- Capacitación
- Supervisión
- Encuestas de Satisfacción a Pacientes
- Evaluaciones de Desempeño



PLATAFORMA DE ELEARNING

Fue una de las primeras instituciones en la provincia en tener su propia plataforma de elearning (Moodle), en la que tiene cargados más de 150 cursos para secretariado, enfermería, médicos, farmacéuticos, personal administrativo, camilleros, técnicos, y más.



RED DE FARMACIAS

En 2001 tenía una farmacia y un total de 10 farmacéuticos.

El crecimiento llevó a abrir 12 sucursales y tener un equipo de 180 farmacéuticos.



SUMAR TECNOLOGIA



Era necesario sumar tecnología para mejorar la calidad de atención.

Fue el primer centro de salud en sumar terminales de atención, monitores y llamadores. Incluso antes que el sector financiero los incorporara.

HISTORIA CLINICA ELECTRONICA



Gestionar 2 o 3.000 historias diariamente clínicas en papel era un trabajo arduo que siempre generaba riesgos en los registros, pérdida de documentación y falta de confidencialidad en la información.



Se definió un proyecto para desarrollar la historia clínica electrónica, sumando más de 300 terminales para los consultorios y áreas de internación.

Además, era difícil trasladar las historias clínicas en papel a los centros periféricos.

Era un sistema caro, obsoleto y poco fiable.



GESTION DE PACIENTES CON ENFERMEDADES CRONICAS

Con un pensamiento integral en la salud, se crea un Sistema de Gestión de Pacientes con Enfermedades Crónicas, que ayudara a prevenir y a mejorar la calidad de vida de pacientes con estas enfermedades.

PROTOCOLOS DE CALIDAD

El crecimiento de 370 a 650 enfermeras, llevó también a plantearse la necesidad de fortalecer los programas de calidad y trabajar en certificaciones internacionales.

Capacitación continua, medición de la calidad, detección y mejora continua, generación de protocolos, constituyen elementos centrales en este proyecto que cruza transversalmente a toda la organización.

GERENCIAMIENTO DE CENTROS DE SALUD PUBLICOS

Gracias a su know how también gestiona hospitales públicos como es el caso del Hospital Raul Ferreyra, que atiende a pacientes de obra social APROSS del gobierno de Córdoba.



EVOLUCION

En estos años hemos acompañado al Hospital Privado de Córdoba en el desarrollo de diferentes proyectos que consolidan todo este crecimiento.

	Antes	Ahora
Centros de Atención	1	5
Farmacias	1	12
Pacientes por día	2.000	9.000
Colaboradores	830	2.500
Secretariado	120	250
Enfermería	370	650
Farmacéuticos	10	180
Pacientes año	650.000	2.700.000
Historia Clínica	En papel	Electrónica
Marcas	Hosp Privado	Hosp Privado HP Farma Tips Código Rojo

PREMIOS

La Asociación Argentina de Marketing (AAM) premió en 2 ocasiones al HOSPITAL PRIVADO con el PREMIO MERCURIO por su ESTRATEGIA DE MARKETING en su campaña: “Te queremos sano” y en la de “Gestión de Pacientes con enfermedades Crónicas”



ALGUNAS UNIDADES DE NEGOCIO



20
años

NUESTRO SERVICIO

20 años colaborando en el desarrollo de proyectos, el diseño e implementación de estrategias, el desarrollo de nuevos productos y servicios, la mejora de procesos, capacitación continua, desarrollo de mandos medios, generación de tableros e indicadores de gestión, acciones de coaching, modelización de productos, etc.



Ayudamos a las empresas a aumentar sus ventas, mejorar su rentabilidad e innovar, mediante modelos integrales de gestión

+ 20 años

+ 250 proyectos