

MEDICIÓN DEL VALOR PERCIBIDO QUE EL USUARIO EMPRESARIAL TIENE DE LAS ENTIDADES
PROMOTORAS DE SALUD, EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN

TRABAJO FINAL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANDRA LORENA RESTREPO ESCOBAR

ASESORES

JUAN GONZALO LONDOÑO J., MBA, PROFESOR ASOCIADO, UNIVERSIDAD EAFIT

JAIME BABY M., PH.D., PROFESOR INVESTIGADOR, UNIVERSIDAD EAFIT

UNIVERSIDAD EAFIT
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
MEDELLÍN, 2010

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Jurado

Medellín, 17 de mayo de 2010

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	7
2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	8
3. JUSTIFICACIÓN.....	8
4.OBJETIVO GENERAL.....	10
5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
6. MÉTODO	11
6.1.Fase cualitativa	11
6.2.Fase cuantitativa	12
6.2.1. <i>Diseño muestral</i>	12
6.2.1.1. Definición de la población.....	12
6.2.1.2 Marco muestral.....	13
6.2.1.3 Cálculo del tamaño de la muestra.....	13
6.2.1.4 Elección del método de toma de la muestra.....	14
7. MARCO TEÓRICO.....	14
8. RESULTADOS DE LA FASE CUALITATIVA	18
8.1.Atributos y beneficios mencionados.....	18
8.1.1. <i>Atributos relacionados con la capacidad de operación que tiene la EPS</i>	18
8.1.2. <i>Atributos relacionados con la calidad del servicio en los puntos de atención</i>	19
8.1.3. <i>Atributos relacionados con los valores agregados para los empleados y empleadores</i>	20
8.1.4. <i>Atributos relacionados con la cercanía y suficiencia de los puntos de atención</i>	22
8.1.5. <i>Atributos relacionados con los programas de promoción y prevención</i>	23
8.1.6. <i>Atributos relacionados con la entrega de medicamentos</i>	24
8.1.7. <i>Atributos relacionados con la facilidad para hacer trámites</i>	24
8.2. EPS con mejor desempeño en el mercado.....	25
8.3. Influencia de los empleadores en la decisión de afiliación a una EPS.....	25
9. RESULTADOS DE LA FASE CUANTITATIVA	28
9.1. Resultados del análisis de datos	29

9.1.1. <i>Caracterización de la muestra</i>	30
9.1.2. <i>Cuantificación de los pesos relativos de los atributos y beneficios seleccionados los cuales determinan para el empleador la preferencia por una EPS</i>	37
9.1.3. <i>Calificación que los empleadores le dan a las EPS frente a cada uno de los atributos y beneficios más importantes</i>	43
9.1.4. <i>Influencia de los empleadores en la decisión de la afiliación a una EPS por parte de sus empleados</i>	51
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
11. ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Atributos relacionados con la capacidad de operación que tiene la EPS	18
Tabla 2. Atributos relacionados con la calidad del servicio de los puntos de atención	19
Tabla 3. Atributos relacionados con los valores agregados para los empleados y empleadores	20
Tabla 4. Atributos relacionados con la cercanía y suficiencia de los puntos de atención	22
Tabla 5. Atributos relacionados con los programas de promoción y prevención	23
Tabla 6. Atributos relacionados con la entrega de medicamentos.....	24
Tabla 7. Atributos relacionados con la facilidad para hacer trámites	24
Tabla 8. Listado de atributos y beneficios mencionados.....	28
Tabla 9. Listado de atributos seleccionados de la fase cualitativa.....	38
Tabla 10. Valores de cada una de las respuestas posibles en cada una de las preguntas	38
Tabla 11. Tabla de posibles casos	39
Tabla 12. Pesos relativos de los atributos intrínsecos	41
Tabla 13. Pesos relativos de los atributos extrínsecos.....	42
Tabla 14. Pesos relativos de los atributos y calificación recibida por cada EPS frente a cada atributo.....	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. ¿Cuántos empleados directos e indirectos tiene su empresa actualmente?	30
Gráfico 2. ¿A qué sector económico pertenece su empresa?	31
Gráfico 3. ¿Con cuántas EPS trabaja su empresa actualmente?	32
Gráfico 4. ¿Cuál es la EPS con mayor cantidad de empleados en su empresa actualmente?	33
Gráfico 5. ¿Cuál es la segunda EPS con mayor cantidad de empleados en su empresa actualmente?	34
Gráfico 6. ¿Cuando usted piensa en la Seguridad Social de sus empleados, cuál es su principal preocupación?	35
Gráfico 7. En el caso en el que el empleador fuera quien eligiera la EPS a la que estarían afiliados sus empleados, ¿a cuál EPS los afiliaría su empresa?	36
Gráfico 8. Pesos relativos de los atributos	40
Gráfico 9. Calificación de cada EPS	46
Gráfico 10. Desempeño por atributos de las tres EPS que obtuvieron las calificaciones más altas	47
Gráfica 11. ¿Considera usted que sus empleados tienen la información suficiente a la hora de elegir a qué EPS afiliarse?	51
Gráfico 12. ¿Con qué frecuencia sus empleados acuden a usted como empleador para obtener información a la hora de elegir a qué EPS afiliarse?	52
Gráfico 13. ¿Qué grado de influencia considera usted que tiene la asesoría que le brinda a sus empleados para que ellos tomen la decisión de afiliación a una EPS?.....	53

MEDICIÓN DEL VALOR PERCIBIDO QUE EL USUARIO EMPRESARIAL TIENE DE LAS ENTIDADES PROMOTORAS DE SALUD EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN

1. INTRODUCCIÓN¹

En la mayoría de países del mundo el sector salud se ha preocupado por el estudio de los comportamientos de los usuarios de la red prestadora de servicios (clínicas y hospitales); sin embargo, poco se ha estudiado acerca de la percepción que los usuarios tienen sobre las Entidades Promotoras de Salud (EPS), ya que estas entidades son públicas y no compiten libremente en el mercado, en la mayoría de las veces este es monopolístico.

En Colombia esta situación es distinta porque las EPS son entidades privadas que compiten libremente en el mercado, con la existencia de una sola entidad de capital mixto, la Nueva EPS, con una participación del estado minoritaria. Antes del 31 de julio de 2008, el Instituto de Seguros Sociales (ISS) competía en el mercado siendo una entidad netamente del Estado.

Esta configuración del mercado obliga a las EPS a conocer muy bien a sus afiliados para ofrecerles mejores opciones que las hagan ser preferidas entre las que compiten en él, teniendo como base que todos los colombianos deben estar afiliados al Sistema General de Seguridad Social (SGSS), según la ley 100 de 1993. Esta cobertura está contemplada bajo dos regímenes, el Régimen Subsidiado, para las personas que no poseen capacidad económica y que deben ser subvencionadas por el estado, y el Régimen Contributivo en el cual las EPS prestan los servicios de salud a cotizantes del sistema y a sus beneficiarios, ya sean trabajadores dependientes o independientes. Para todas las personas el tema de salud se convierte en un campo de decisión de alto involucramiento, que se relaciona con los valores fundamentales de los seres humanos: la vida y la familia. Es por esto que conocer el Valor Percibido por el Consumidor (VPC) es vital en el diseño de estrategias competitivas, debido a su influencia en las decisiones de afiliación a una EPS.

El objeto de esta investigación es medir el valor percibido que el usuario empresarial tiene de las entidades promotoras de salud en la ciudad de Medellín y su relación con la

¹ Todas las tablas y gráficos fueron realizados por la autora.

decisión de afiliación y permanencia en una EPS y así entender qué aspectos se deben reforzar desde el punto de vista del mercadeo, para lograr un mayor impacto en el VPC y, finalmente, en el incremento de la población afiliada.

Se definió como población objeto de esta investigación el usuario empresarial o empleador y no el afiliado como tal, porque se parte de la hipótesis, según la experiencia que en el área comercial de Nueva EPS ha tenido la autora de este trabajo.

Esta hipótesis fue uno de los aspectos que se midió en esta investigación y que efectivamente arrojó resultados claros de que los empleadores son, con mucha frecuencia y en un alto grado, influenciadores de esta decisión.

Dedico este trabajo a mis dos queridos asesores Jaime y Juan Gonzalo que lograron contagiarme la pasión necesaria para conocer el final de este trabajo y recorrer el camino de la elaboración con gusto y dedicación a pesar de las múltiples ocupaciones. A mi familia, que celebrará este grado con gran júbilo. Asimismo le agradezco a mi maestro en el sector de la salud, Dr. Álvaro Pérez Vélez, porque todo ese conocimiento que tan amablemente ha compartido fue plasmado en un trabajo que otros leerán y estudiarán.

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El desconocimiento de la valoración relativa de los determinantes de afiliación por parte de las empresas y sus empleados en Medellín, puede generar desviaciones inadecuadas en la asignación de los recursos del presupuesto de mercadeo de las EPS. Este estudio propone aplicar un modelo que conduzca a la identificación de los factores que permitan estructurar una propuesta comercial más sólida a los ojos del usuario empresarial.

3. JUSTIFICACIÓN

Como resultado de la revisión bibliográfica puede afirmarse que en el sector salud se han realizado múltiples estudios de mercadeo aplicados en particular a la red prestadora de servicios de salud (clínicas y hospitales), sin embargo desde el punto de vista de las EPS es poco lo que se ha explorado, ya que la salud en la mayoría de países del mundo es un

sector manejado por el estado, a excepción de países como Chile, del cual Colombia adaptó su Sistema General de Seguridad Social actual.

El carácter público de los sistemas de salud en el mundo, ha hecho que los Planes Obligatorios de Salud (POS) sean percibidos más como un servicio que se debe comprar por ley, pero no que requiere un análisis comparativo de atributos y beneficios² que le otorgue ventajas o desventajas en el mercado, según la entidad que lo ofrezca, como cualquier otro bien o servicio.

Por esta razón, en países como Colombia y Chile, diversas entidades privadas compiten en el mercado con un servicio de salud llamado POS que debe ser igual en todos los casos según la ley, pero que ofrece ventajas diferenciales en servicio, respaldo, red médica y planes especiales, dependiendo de la entidad que lo ofrezca.

Según lo anterior, la importancia de adelantar esta investigación radica en la necesidad de que las EPS tengan elementos para comenzar a otorgarle cada vez más valor a lo que el usuario percibe y que finalmente lo llevará a elegir la EPS que cuidará de su salud; esta visión de mercadeo enfocada al usuario, según la exploración bibliográfica realizada para este trabajo, ya ha sido acogida para analizar la oferta de servicios del mercado pero aún no se ha incorporado completamente en las acciones de mercadeo de las administraciones de las EPS en Colombia.

De esta forma esta investigación puede servir como material que permita tomar decisiones de mercadeo para Nueva EPS, entidad que nació el 1 de agosto de 2008 en reemplazo a la antigua EPS del ISS y que actualmente necesita de estudios de mercado que le faciliten orientarse al mantenimiento de los afiliados que heredó y al crecimiento de su población de usuarios vinculados.

Igualmente da continuidad a la línea de investigación de Orientación al Mercado del Grupo de Investigación en Mercadeo de la Universidad EAFIT y cuenta con el respaldo de las investigaciones que ya se han adelantado en VPC, en las cuales aún no se habían

² Cualquier aspecto que un comprador utilice para diferenciar ofertas en un mercado se considera un atributo o un beneficio. Los atributos y beneficios son por tanto el conjunto de aspectos generadores de valor.

involucrado enfoques en el sector salud, lo que representa una nueva perspectiva de investigación para la línea mencionada.

Para el logro de los objetivos se contó con la asesoría de los investigadores de esta línea Jaime Baby y Juan Gonzalo Londoño y con los directivos de Nueva EPS; además, a través de la base de empresas que están afiliadas como empleadores a esta entidad se pudo obtener acceso directo a los departamentos de Recursos Humanos, facilitando la aplicación de las diferentes herramientas que se utilizaron para llevar a cabo la investigación. Estas empresas no sólo tienen empleados afiliados a Nueva EPS, sino a otras EPS, haciendo así válido el marco muestral adoptado para el estudio.

4. OBJETIVO GENERAL

Medir el valor percibido que el usuario empresarial tiene de las EPS en la ciudad de Medellín, mediante la determinación de los atributos y beneficios que más influyen en esta decisión, su importancia relativa y la calificación de las EPS que mejor se desempeñan en los atributos y beneficios más importantes. Esto que sirva como base para desarrollar estrategias de mercadeo encaminadas a mejorar el nivel de atención en los aspectos que son sensibles para los usuarios y generar mayor volumen de afiliación dentro del segmento objetivo elegido.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los atributos y beneficios que determinan para el empleador la preferencia por una EPS, mediante la identificación de las características de la que para ellos es la mejor EPS del mercado y lo que sería la EPS ideal, para determinar aquellos aspectos acerca de los cuales la EPS debe analizar su desempeño.
- Determinar la importancia relativa de los atributos y beneficios hallados, a través de la selección de los tres más importantes entre todos los que fueron mencionados, para determinar aquellos aspectos prioritarios acerca de los cuales la EPS debe analizar su desempeño.

- Determinar la calificación que los empleadores le dan a las EPS frente a cada uno de los atributos y beneficios más importantes, a través de identificar cuáles son las EPS que mejor se desempeñan en cada uno de estos atributos y así poder determinar cuáles son las que tienen mayor valor percibido en el mercado y las fortalezas y debilidades de estas frente a sus competidores, para así establecer los frentes de trabajo prioritario.
- Establecer si los empleadores influyen en la decisión que toman sus empleados de afiliación a una EPS, mediante la indagación de: a) si consideran que los empleados tienen o no la suficiente información a la hora de tomar esta decisión y b) si los asesoran a favor de alguna entidad específica; para así identificar si las estrategias comerciales de las EPS deben dirigirse a los empleados o a los empleadores.

6. MÉTODO

Se realizó una investigación conformada por las siguientes fases:

6.1 Fase cualitativa

Aplicación de entrevistas en profundidad a cada uno de los elementos de la muestra seleccionada, en la ciudad de Medellín.

Inicialmente se tomó la base de datos de las empresas que son atendidas por los ejecutivos comerciales de Nueva EPS y se seleccionaron de allí cinco empresas en las cuales sus respectivos gerentes de gestión humana estuvieran dispuestos a dedicar una hora a exponer sus opiniones y observaciones. Para estas entrevistas se diseñó una guía de temas sin que representaran una secuencia estricta de la información que se quería obtener, la cual serviría como base para las sesiones (ver Anexo 2).

Las entrevistas fueron realizadas por la autora de este trabajo a los gerentes de recursos humanos de las siguientes empresas: Euroceramica S.A, Sumicol S.A, Une Telecomunicaciones, Variadores S.A y Haceb S.A entre febrero y abril del año 2009. Los hallazgos en esta fase cualitativa se presentan entonces en dos partes: atributos y

beneficios mencionados, EPS con mejor desempeño en el mercado e influencia de los empleadores en la decisión de afiliación a una EPS.

6.2 Fase cuantitativa

Diseño y aplicación de un cuestionario estructurado con la información recabada en la fase cualitativa, tomando como directriz para la elaboración del mismo, los atributos manifestados durante la entrevista en profundidad. Con esta información se pretende obtener un indicador del VPC mediante una combinación lineal de pesos relativos y calificación de cada EPS.

Para realizar la elección de aquellos atributos y beneficios que se tuvieron en cuenta en la fase cuantitativa, se tomó el universo de particularidades mencionados en la fase cualitativa y se consolidó en grupos que finalmente resumían todos los aspectos que los empleadores señalaron.

Con el cuestionario estructurado se pretendió obtener información que permitiera cuantificar el peso relativo de los atributos y posteriormente calificar las EPS frente a aquellos más importantes y con esta información se obtuvo un indicador del VPC de las EPS mediante una combinación lineal de estos dos indicadores.

6.2.1 *Diseño muestral*

6.2.1.1 Definición de la población

- Elemento muestral: ejecutivo a cargo del área de recursos humanos en las Empresas que tengan actualmente entre 300 y 2.000 empleados directos o indirectos, que estén ubicadas en el Área Metropolitana y que sean atendidas a través de la fuerza comercial de Nueva EPS.
- Unidad muestral: empresas que tengan actualmente entre 300 y 2.000 empleados directos o indirectos, que estén ubicadas en el Área Metropolitana y que sean atendidas a través de la fuerza comercial de Nueva EPS.
- Cubrimiento: Área Metropolitana.
- Tiempo de aplicación del cuestionario: agosto y septiembre de 2009.

6.2.1.2 Marco muestral

El listado de empresas que se tomó en cuenta para la definición del marco muestral es el de las 350 empresas asignadas al grupo de ejecutivos posventa de Nueva EPS que tiene como función principal atender de una forma preferencial las empresas más grandes en número de empleados y con más afiliados a Nueva EPS. Estas empresas no sólo tienen empleados afiliados a Nueva EPS, sino a otras EPS.

En este listado se encuentran los más grandes empleadores de Medellín y por tanto las empresas más conocedoras de la oferta de EPS y sus portafolios de servicios, por su trayectoria en el mercado y por los grandes volúmenes de afiliación de empleados que le representan al sistema de salud en la ciudad.

6.2.1.3 Cálculo del tamaño de la muestra

Teniendo en cuenta que la población objeto del estudio es finita (N=350 elementos) la fórmula apropiada para el cálculo del tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Además, todas las variables incluidas en el estudio son discretas y no hay historia sobre su distribución de probabilidad porque este trabajo no se había realizado antes, por tanto se asume distribución binomial con máxima dispersión, y la varianza es:

$$S^2 = 0,25$$

Se fijan también los valores estadísticos para las inferencias en:

Nivel de confianza: 95% (lo cual implica un $Z_{0,95} = 1,96$)

Error permisible: 10% (0,1)

Por tanto el tamaño de la muestra debe ser:

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}} = \frac{0,25}{\frac{0,1^2}{1,96^2} + \frac{0,25}{350}} = 75,36 \text{ aproximando por exceso} = 76$$

$$\frac{E^2 + S^2}{Z^2 N} = \frac{(0,1)^2 + 0,25}{(1,96)^2 350}$$

6.2.1.4 Elección del método de toma de la muestra

Dado que se contaba con el listado de 350 empresas atendidas por ejecutivos de Nueva EPS, se obtuvo, por selección simple aleatoria, una muestra de 76 empresas (ver Anexo 8) y se procedió a realizar allí el trabajo de campo.

7. MARCO TEÓRICO

En el proceso de búsqueda de información se encontró que la mayoría de los estudios de mercadeo enfocados en el sector salud, se refieren al Valor Percibido por el Consumidor frente a la red prestadora de servicios hospitalarios y clínicos, mas no a las entidades aseguradoras que contratan esta red para la atención de sus afiliados, en Colombia las EPS. Estos estudios se revisaron identificando los más representativos para tomarlos como material de consulta, pero su enfoque no corresponde con el objetivo de esta investigación.

Los estudios que se encontraron en materia de mercadeo y VPC enfocados en las HMO, entidades norteamericanas que cumplen una función parecida a las EPS en Colombia, evidencian el control estatal sobre este tipo de entidades para llevar a cabo campañas de comercialización y estrategias de información a sus afiliados.

En Estados Unidos, a través de un organismo estatal, se revisa y controla toda la información que estas entidades entregan a sus afiliados, desde el “kit” de bienvenida, hasta los comerciales que hacen alusión a sus servicios (Neuman, *et al.*, 1998). Esta circunstancia ya crea un contexto de mercado muy distinto respecto al de Colombia, donde las EPS compiten libremente y, a pesar de que están regidas por la Ley 100 en su funcionamiento, se guían por los mismos principios del mercado que el resto de entidades privadas aplican para captar clientes.

Los resultados de la búsqueda bibliográfica se dividieron en tres grupos:

1. Teoría sobre el Valor Percibido por el Consumidor.

2. Valor Percibido por el Consumidor en el sector salud, enfocado en clínicas y hospitales.
3. Valor Percibido por el Consumidor en el sector salud, enfocado en HMO (Health Maintenance Organizations or Health Insurance) en el sistema norteamericano.

En el primer grupo de resultados bibliográficos se hace una recopilación de las investigaciones que se han realizado sobre el VPC, en la cual se describe cómo los autores se han enfocado en dos corrientes que perciben distinto el VPC (Fernández; Bonillo, 2007).

La primera corriente lo concibe como un concepto unidimensional, es decir, este punto de vista percibe el VPC como un concepto general que puede cuantificarse por una medición que el mismo consumidor realice y que evalúe su percepción de valor. Este enfoque incluye la posibilidad de que esta medición pueda ser producida por múltiples antecedentes, pero no considera que el VPC sea un concepto formado por muchos componentes.

Desde esta perspectiva unidimensional, una definición de VPC podría ser: “evaluación general que el consumidor hace de la utilidad de un producto basado en su percepción de lo que ha recibido y de lo que ha entregado” (2007).

La segunda corriente concibe el VPC como un concepto multidimensional que se compone de varios atributos interrelacionados que forman una representación holística de un fenómeno complejo. Dentro de esta perspectiva existen varias teorías que enuncian diferentes criterios que deben contemplarse a la hora de medir el VPC y que describen un modelo del valor en términos del valor extrínseco, valor intrínseco y el valor sistemático, que no son más que una agrupación de las apreciaciones racionales, emocionales e instrumentales o utilitaristas del consumidor.

Danaher and Mattsson (1994) adaptaron esta teoría y se refirieron a tres dimensiones genéricas del valor:

- Emocional: que se enfoca en los sentimientos de los consumidores.
- Práctico: que se enfoca en el funcionamiento físico y funcional de los aspectos del consumo.

- Lógico: que se enfoca en las características racionales y abstractas de la compra.

En esta adaptación de la teoría, estos autores argumentan que los factores emocionales pesan más que los prácticos y estos más que los lógicos al momento de tomar la decisión de compra. Estas dimensiones están soportadas en estudios en varias disciplinas, incluyendo filosofía, psicología, educación, psicología social y administración de negocios.

Para este trabajo se adoptó la siguiente definición de VPC: “Valor Percibido por el Consumidor (VPC) que es la evaluación global, por parte del mismo, de la utilidad y desempeño de un producto con relación a la competencia, basada en las percepciones de lo que se recibe y de lo que se da” (Zeithaml, 1998; Miller, 2002; Ulaga, 2002).

En el segundo grupo de resultados de la revisión bibliográfica, Valor Percibido por el Consumidor en el sector salud enfocado en clínicas y hospitales, se muestra el impacto de la calidad en el servicio en la satisfacción de los pacientes, haciendo previamente una amplia investigación acerca del significado que tiene la calidad en el servicio de los hospitales (Duggirala; *et al.*, 2008).

Inicialmente se plantea que: “la percepción de los clientes de los servicios recibidos implica una serie de factores como experiencia, conocimiento y competencia del personal del hospital, junto con su compromiso y voluntad de servir al cliente, fiabilidad, confianza, empatía y manejo de los factores críticos” (2008). Asimismo se expresa que existen siete dimensiones para lograr la calidad en el servicio hospitalario: infraestructura, calidad del personal, proceso de atención clínica, procedimientos administrativos, indicadores de seguridad, la experiencia de la atención médica recibida y responsabilidad social.

La infraestructura hace referencia a lo que el hospital puede ofrecer en materia de instalaciones físicas, espacios, comodidades, limpieza y sanidad del lugar, tecnología y diferentes servicios clínicos. La calidad de personal que trabaja en el hospital (médicos, enfermeras, personal administrativo y paramédicos) hace referencia a la calidad del trabajo de estas personas, el cual depende del conocimiento y la experiencia que tengan en el campo, de la confianza que inspiren en los pacientes, del apoyo y la amabilidad que les brinden y la calidad en la comunicación y el acompañamiento que el personal tenga con el paciente durante su enfermedad o recuperación.

El proceso de atención clínica es la atención que se da al paciente en su paso por el hospital mientras que los procedimientos administrativos aportan en gran parte a la calidad en el servicio, dado que los procesos de ingreso y de salida del hospital deben ser sencillos y ágiles para no adicionar más problemas al paciente. Todas las anteriores dimensiones forman parte de la experiencia general de la atención médica recibida por el paciente en el hospital.

Los autores mencionados reportan que la satisfacción de los pacientes tiene una relación directa con la calidad del servicio hospitalario, el cual a su vez depende del desempeño de las dimensiones anteriormente mencionadas.

En el tercer grupo de resultados de la revisión bibliográfica, Valor Percibido por el Consumidor por el sector salud enfocado en HMO (Health Maintenance Organizations or Health Insurance) en el sistema norteamericano, se estudia una encuesta de satisfacción que fue hecha a 1.000 consumidores estadounidenses menores de 65 años, donde las HMO tuvieron calificaciones parecidas a los planes de salud tradicional en cuestión de satisfacción y valor (Newswire, 2002).

Las HMO fueron evaluadas positivamente en satisfacción de los consumidores con sus planes de salud, agilidad en la resolución de problemas y calidad en la atención, donde el desempeño de los médicos y las enfermeras fue valorado.

En conclusión, a pesar de que el sistema norteamericano de salud es tan diferente al colombiano, el recorrido bibliográfico sobre estudios de satisfacción frente a las aseguradoras y su red prestadora en ese país puede ser un punto de referencia para esta investigación, toda vez que retoma atributos y beneficios que posiblemente mencionarán los empleadores de la ciudad de Medellín al estudiar el modelo colombiano, porque la esencia de la prestación del servicio médico y asistencial es la misma.

La intención de esta investigación es entonces concatenar estas investigaciones referentes al modelo asegurador y prestador de servicios de salud con la teoría del VPC y así poder realizar una medición del mismo en la oferta aseguradora en la ciudad de Medellín.

8. RESULTADOS DE LA FASE CUALITATIVA

La fase cualitativa tuvo como público objetivo las empresas de la ciudad de Medellín que contaran como mínimo con 300 empleados. Para esta fase se partió de una guía de entrevista en profundidad que pretendió indagar básicamente por los atributos y beneficios más importantes para los empleadores a la hora de elegir una EPS y sobre la influencia que estos últimos ejercen sobre los empleados en el proceso de afiliación.

El listado general de los veintiséis atributos y beneficios que fueron mencionados por los empleadores se presenta como conclusión final de los resultados de esta fase, sin embargo, para efectos de análisis de los hallazgos se procedió a realizar una agrupación de estos veintiséis en siete grandes categorías: capacidad de operación de las EPS, calidad en el servicio de los puntos de atención, valores agregados para los empleadores y afiliados, puntos de atención suficientes y cercanos, calidad en los programas de promoción y prevención, acceso ágil a medicamentos y facilidad para realizar trámites.

8.1 Atributos y beneficios mencionados

8.1.1 *Atributos relacionados con la capacidad de operación que tiene la EPS*

Tabla 1. Atributos relacionados
con la capacidad de operación que tiene la EPS

CAPACIDAD DE OPERACIÓN
Adecuados recursos tecnológicos
Confiabledad de los sistemas de información
Calidad de los sistemas de información
Medios de comunicación con la EPS (teléfono, Internet)
Facilidad en acceder a los servicios de la EPS

En el primer grupo denominado “capacidad de operación”, se menciona que para los empleadores es muy importante que las EPS tengan un adecuado nivel de recursos que

les permitan que su operación sea normal y fluya ágilmente en lo relacionado con recursos tecnológicos, sistemas de información y medios de comunicación (línea 018000, página web) y las centrales de información.

“Muchas veces se nota que la EPS tiene problemas de sistemas de información, que se le pierden los trabajadores, que es que no aparece que estamos cotizando, eso se vuelve un problema, la calidad y la confiabilidad de los sistemas de información de la EPS”.³

“Una buena línea de atención, una buena línea telefónica de atención, es decir, que la persona, si necesita pedir una cita, lo pueda hacer por medio telefónico; vital yo creo que eso es vital”.

“La capacidad que la EPS tenga para operar correctamente es vital, que tenga recursos tecnológicos suficientes y diferentes vías de acceso para solucionar inconvenientes o simplemente recibir información”.

8.1.2 Atributos relacionados con la calidad del servicio en los puntos de atención

Tabla 2. Atributos relacionados con la calidad del servicio en los puntos de atención

CALIDAD EN EL SERVICIO
Calidad en la atención en la IPS
Acompañamiento en la pos atención
Trato humanizado
Atención personalizada

En el segundo grupo denominado “calidad del servicio en los puntos de atención”, los empleadores destacan la importancia que tiene el servicio que se presta en todos los puntos de atención al afiliado, ya sea IPS, clínica, hospital o punto de información administrativo. En este sentido se resalta la calidad de la atención, la humanización en el

³ Todas las frases que aparecen entrecomilladas en este capítulo fueron tomadas de entrevistas realizadas, para la fase cualitativa, a directores y gerentes de recursos humanos de las empresas citadas.

servicio y la respuesta oportuna y acertada a las solicitudes de los afiliados o empleadores.

“Uno lo que evalúa es si ese sitio es accesible, es cómodo, me atienden bien, es higiénico, es que estamos hablando de salud, lo que pasa es que habíamos desarrollado ‘callo’ pero cuando en el sistema anterior las filas eran de tres cuerdas y la gente era tirada en pasillos y en camillas dos y tres días de cualquier manera, entonces se nos había vuelto habitual algo que no tiene por qué ser habitual”.

“Hoy en día la gente es muy sensible a cómo me tratan”.

“La calidad en la atención es supremamente importante porque eso de todas maneras me toca a mí directamente, o sea yo tengo una buena calidad de atención, eso se me va a ver reflejado de pronto en pocos días de ausentismo, de pronto una buena atención pos servicio”.

“Como empleador, la atención de mi gente, es muy importante”.

8.1.3 *Atributos relacionados con los valores agregados para los empleados y empleadores*

Tabla 3. Atributos relacionados con los valores agregados para los empleados y empleadores

VALORES AGREGADOS
Integración EPS - ARP
Aplicación del modelo de atención integral en salud
Realizar procesos de rehabilitación en y desde la empresa, sin generar incapacidad apartada de la misma
Entendimiento del Sistema como un problema social no económico
Sinergias empresariales

En el tercer grupo denominado “valores agregados para el empleado y el empleador”, se mencionan diferentes atributos, pero no queda claro en los hallazgos a qué se refieren o qué en común tiene esta denominación; para unos se traduce en rapidez en el servicio comercial, para otros significa impacto en niveles de ausentismo, otros hablan de estrategias de sinergia que vayan en pro de mejorar los indicadores de morbilidad de los empleados.

Aquí se destaca la importancia del trabajo en equipo EPS - Empresa y la comunicación efectiva que redunde en planes de acción que se salgan del marco legal, buscando ir más allá de lo establecido y generando mayor acompañamiento en el servicio.

Para UNE el valor agregado se relaciona más con estrategias que trasciendan los parámetros de la ley y se ajusten a necesidades particulares de las empresas: “uno quisiera ver EPS aliadas con las empresas en pro de generar planes para mejorar la salud de los empleados y de facilitar todo el trabajo alrededor de la Seguridad Social, generado más valor agregado que apegándose a lo que diga la ley y excusando así su ineficiencia”.

Para Sumicol el valor agregado tiene que ver con las estrategias de mercadeo que la EPS proponga para hacer alianzas de crecimiento que sean beneficiosas para el empleador y sus empleados. Compara a las EPS y ARP con los fondos de pensiones y cesantías que tienen constante presencia comercial: “finalmente siendo por ejemplo tú empleador, en una ARP no están a toda hora buscándote, no, casi como que después que uno ha escogido su ARP nadie más lo vuelve a buscar. ¿El último año cuántas EPS lo han buscado para hacerle mercadeo?, no, todos son fondos de pensiones y cesantías, todos. No sé si será producto propiamente de que inclusive están es casi de reversa que antes no quisieran recibir más, no sé antes tengo yo esa percepción, a mí en el último año no me han visitado”.

Para Variadores S.A. el valor agregado tiene mucho que ver con la agilidad en la atención comercial: “cuando nosotros vamos a ingresar un empleado a la compañía, llamamos a la EPS y el consultor inmediatamente esta acá para hacer la afiliación, mejor dicho, llamamos hoy por la mañana y por la tarde esta acá, o llamamos por la tarde y mañana por la mañana esta acá”.

Para Haceb, el valor agregado está en la alianza que tenga la ARP y la EPS, entendiéndolas como dos entidades que no pueden operar aparte y que por el contrario deben velar conjuntamente por la salud integral de los empleados independiente de si los orígenes de la eventualidad en salud son laborales o no: “para Haceb la EPS como tal ya no existe porque parte de un concepto más profundo: ‘la salud del hombre en el trabajo’. Lo que haga la ARP no puede ser aparte de lo que haga la EPS. Sólo existe una alianza de este tipo en el mercado: Suratep y Susalud, y Haceb ha logrado grandes cosas para sus empleados entendiendo el concepto más amplio de la salud y no dividiendo los eventos de salud según su origen, como lo quiere el sistema, sino según su consecuencia, como lo que hace esta alianza”.

8.1.4 Atributos relacionados con la cercanía y suficiencia de los puntos de atención

Tabla 4. Atributos relacionados con la cercanía y suficiencia de los puntos de atención

PUNTOS DE ATENCIÓN SUFICIENTES
Cercanía de las IPS a los puntos de trabajo
Cercanía de las IPS al hogar
Amplia red de atención
Calidad de los puntos de atención

En el cuarto grupo denominado “cercanía y suficiencia de los puntos de atención”, se menciona la importancia de que la EPS tenga una red de atención amplia en opciones para los afiliados y además que cuente con puntos de atención cercanos a los lugares de trabajo o a sus viviendas, con la intención de generar menor ausentismo por asistencia a citas médicas y además tener dónde recurrir en casos de emergencia en horarios laborales.

“El hecho de yo saber que aquí en el Hospital Benancio Díaz de Caldas la EPS me atiende la gente eso es muy importante, yo no le tengo que decir a mi gente que tiene que irse hasta el Pablo Tobón Uribe que es el mejor hospital de Medellín pero que queda lejísimos”.

“Aunque hablar de cercanos en un área rural es complicado, pero para ellos es cercano Guarne, es decir, mira que cuando hablamos de cercano para ellos si es muy cerca porque les evita un desplazamiento a Rionegro o un desplazamiento a Medellín, ese punto lo tienen ahí en Guarne, lo tienen ahí en el pueblo, eso es vital para nosotros”.

8.1.5 Atributos relacionados con los programas de promoción y prevención

Tabla 5. Atributos relacionados con los programas de promoción y prevención

PROGRAMAS DE PYP
Suficientes programas de PYP
Calidad de los programas de PYP

En el quinto grupo denominado “programas de promoción y prevención”, se destaca que para los empleadores es muy importante toda la labor preventiva que la EPS pueda hacer al interior de sus empresas para impactar los índices de morbilidad que se traducen en ausentismo.

En este aspecto los empleadores realizan una crítica frente a la actitud reactiva y no preventiva que las EPS tienen hoy y rescatan la importancia del trabajo en equipo para prevenir enfermedades y promocionar prácticas saludables al interior de las empresas.

“Son muy importantes las campañas de educación en salud y prevención, se valora qué tan abierta, accesible, qué tan proactiva es la EPS, ojalá no sea una vaina netamente reactiva, qué tan proactiva sea la EPS al presentarte programas de prevención y promoción”.

“Qué bueno que las EPS no se quedaran con lo que les exige la ley en promoción y prevención y fueran más propositivas para generar impactos importantes en el ausentismo, eso sería lo ideal”.

8.1.6 Atributos relacionados con la entrega de medicamentos

Tabla 6. Atributos relacionados con la entrega de medicamentos

ACCESO A MEDICAMENTOS
Medicamentos de calidad
Mayor cobertura para la entrega de medicamentos
Acceso completo y ágil a medicamentos

En el sexto grupo denominado “entrega de medicamentos”, los empleadores expresan que es muy importante que los empleados puedan acceder ágilmente a los medicamentos que les son recetados en sus citas médicas, sin que haya lugar a demoras o entregas incompletas, ya que esto impacta directamente los índices de morbilidad de la población.

“El tema de la disponibilidad de los medicamentos, medicamento esencial es un tema de mucha discusión para nosotros, el tema de medicamento es crítico”.

“Las EPS deberían tener más medicamentos y de mejor calidad, porque yo apporto a la EPS pero en realidad yo no soy usuaria de la EPS pero lo que tengo entendido, según lo que me cuentan los empleados, es que los medicamentos son los más baratos, genéricos, y fuera de eso, están muy limitados, pero es un pecado de todas las EPS”.

8.1.7 Atributos relacionados con la facilidad para realizar trámites

Tabla 7. Atributos relacionados con la facilidad para hacer trámites

FACILIDAD PARA HACER TRÁMITES
Facilidad para solucionar inconsistencias
Atención comercial rápida y oportuna
Facilidad a la hora de hacer trámites

En el séptimo y último grupo denominado “facilidad para realizar trámites”, los empleadores mencionan que es muy importante poder acceder fácilmente a la

información que les permita reducir trámites y solucionar inconsistencias, facilitando las labores administrativas que los departamentos de recursos humanos deben hacer.

Adicionalmente se mencionaron otros atributos y beneficios que no se repitieron a lo largo de las entrevistas: acompañamiento posterior a la atención médica y atención comercial rápida y oportuna.

“En el caso de inconsistencias, generalmente se presentaban con frecuencia, era muy fácil o es muy fácil resolver las inconsistencias con esa EPS no como en otras EPS que lo ponen a uno a mandar mil papeles, a diferentes partes, lleve, traiga, sino que las soluciones son muy fáciles”.

Con base en los anteriores grupos de características, se identificó en cuáles de estos grupos los empleadores habían calificado más características de mayor importancia y de esta forma se pudo concluir que se destacan los grupos de atributos que se relacionan con:

- Capacidad de operación de la EPS
- Calidad en el servicio de los puntos de atención

Dentro de estos dos grupos se destacan los atributos: “humanización del servicio”, “recursos tecnológicos disponibles” y “diversidad en las alternativas de acceso a la EPS”.

8.2 EPS con mejor desempeño en el mercado

Se puede evidenciar en los hallazgos que para los empleadores, EPS Sura es la que mejor se desempeña en la mayoría de atributos y beneficios de mayor importancia para ellos, también fue mencionada Coomeva solo por uno de los entrevistados. El resto de EPS del mercado no fueron mencionadas.

8.3 Influencia de los empleadores en la decisión de afiliación a una EPS

Los empleadores estuvieron de acuerdo en decir que en la mayoría de los casos los empleados no tienen la información suficiente a la hora de tomar una decisión de afiliación

a una EPS, aunque reconocen que entre más experiencia laboral tengan mayor información también se tendrá para tomar la decisión.

“Hay dos opciones, de pronto si es una persona que va a ingresar a una compañía y tiene experiencia laboral, cuando yo hablo de experiencia laboral es porque ya ha estado vinculado con una EPS 10-15 años, entonces esa persona sabe más o menos con qué EPS le ha ido bien y con cuál mal, cuál lo atendió bien o mal, esa persona si puede tener algún criterio y decir en el momento de la afiliación, no, yo me voy con tal EPS, porque con esa me ha ido a mi muy bien, cierto; basado en la experiencia se puede decir; pero personas que tengan poca experiencia laboral o poco contacto con las EPS, a veces no tienen suficiente criterio para escoger”.

En estos casos los empleadores actúan como asesores mas no influenciadores de la decisión, manifiestan que en esta asesoría la información que comúnmente se les da, tiene que ver solamente en contarles con cuáles EPS trabaja la empresa y cómo ha sido la experiencia allí; en la mayoría de los casos, los empleados se afilian a la EPS de la que mejor le haya hablado su empleador.

“Si bien es cierto la decisión de elegir una EPS es lateral y absolutamente libre y autónoma del trabajador, cuando uno siente que hay una EPS con la que se puede lograr un mejor trato, pues si a uno el trabajador le pregunta, uno le dice con honestidad”.

“Realmente pueden pasar varias cosas, pienso yo, realmente pueden pasar varias cosas, una es que cuando llega el momento de la afiliación la niña que lo atiende a él, le dice vea, nosotros tenemos x, y, z escoja, entonces la persona dentro de sus conocimientos escoge, es decir, al azar, cierto, eso es una probabilidad. Cuáles son las otras probabilidades para mí son dos o tres...La niña le dice vea tenemos x, y, z pero aquí normalmente las personas se van por z, atienden bien, tiene un punto en tal parte, esto, aquello, lo otro y entonces nos ha ido bien con esa, pero de todas formas ella debe ser muy neutral y le dice, están x, y, z escoja la que usted quiera, decida y una persona puede que se incline por z, cierto, y la otra probabilidad es que de pronto hay un grupo de personas con las cuales se está haciendo el proceso de afiliación, tres, cuatro o cinco

personas, entonces se dejan llevar por el otro, o sea, no, yo quiero Susalud, yo quiero Susalud, entonces el otro se va por eso...”.

“Simplemente se le informa cuáles son las EPS a las que puede afiliarse, igual a qué fondo de pensiones se puede afiliarse, pero en realidad no se hace presión, dejamos que el empleado elija libremente”.

Aquí se identifica entonces que aunque los empleadores no sean influenciadores directos de la decisión de afiliación a una EPS, sí se convierten en fuente de información de gran impacto para los trabajadores, toda vez que estos no poseen información por sí mismos para tomar esta decisión.

En conclusión, para los empleadores entrevistados, Susalud es la EPS que mejor se desempeña en los atributos de Capacidad de operación y Calidad en el servicio de los puntos de atención, que son los dos que fueron resaltados en la mayoría de casos dentro del ranking de los más importantes. Igualmente se mencionó la EPS Coomeva dentro de las que mejor se desempeñan en estos dos atributos.

Tabla 8. Listado total de atributos y beneficios mencionados

CATEGORÍAS DE CLASIFICACIÓN DE ATRIBUTOS							
	CAPACIDAD DE OPERACIÓN	CALIDAD EN EL SERVICIO	VALORES AGREGADOS	PUNTOS DE ATENCIÓN SUFICIENTES	PROGRAMAS DE PYP	ACCESO A MEDICAMENTOS	FACILIDAD PARA HACER TRÁMITES
ATRIBUTOS	Adecuados recursos tecnológicos	Calidad en la atención en la IPS	Integración EPS – ARP	Cercanía de las IPS a los puntos de trabajo	Suficientes Programas de PYP	Medicamentos de calidad	Facilidad para solucionar inconsistencias
	Confiabilidad de los sistemas de información	Acompañamiento en la pos atención	Aplicación del modelo de atención integral en salud	Cercanía de las IPS al hogar	Calidad de los programas de PYP	Mayor cobertura para la entrega de medicamentos	Atención comercial rápida y oportuna
	Calidad de los sistemas de información	Trato humanizado	Realizar procesos de rehabilitación en y desde la empresa, sin generar incapacidad apartada de la misma	Amplia red de atención		Acceso completo y ágil a medicamentos	Facilidad a la hora de hacer trámites
	Medios de comunicación con la EPS (teléfono, página web)	Atención personalizada	Entendimiento del Sistema como un problema social no económico	Calidad de los puntos de atención			
	Facilidad en acceder a los servicios de la EPS		Sinergias empresariales				

9. RESULTADOS DE LA FASE CUANTITATIVA

Para la fase cuantitativa de esta investigación se partió de la información recolectada en la fase cualitativa, tomando como base el conjunto de atributos mencionado y las categorías en las que se agruparon; de esta forma se realizó un cuestionario estructurado que se aplicó en 75 empresas del Área Metropolitana.

Como resultado del análisis de los datos recolectados se hallaron varios errores en nueve de las encuestas, las cuales fue necesario anular, quedando finalmente 67 correctamente diligenciadas. Sobre estas se llevó a efecto el análisis que se presenta a continuación.

Para seleccionar los atributos que serían tenidos en cuenta para la medición cuantitativa, se partió de los 26 que fueron mencionados en la fase cualitativa y se procedió a realizar una selección de los mencionados en más ocasiones por los empleadores y que reunieran aspectos de las siete categorías que se tomaron para el análisis de los hallazgos de la fase cualitativa, quedando finalmente un grupo de 14 de ellos.

Estos 14 atributos y beneficios seleccionados se dividieron en siete extrínsecos y siete intrínsecos, los primeros son aquellos relacionados con razones diferentes a la parte asistencial, es decir, todos los que los empleadores mencionaron pero que no se relacionan directamente con la naturaleza del servicio de atención en salud. Los intrínsecos son aquellos que tienen relación directa con la atención desde el punto de vista asistencial y médico.

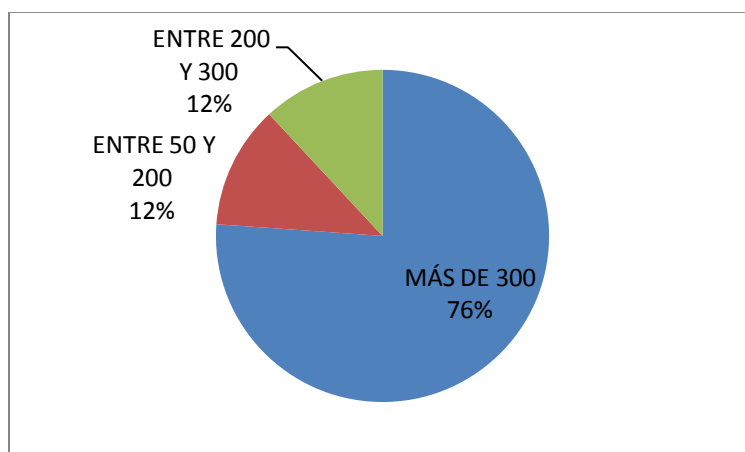
9.1 Resultados del análisis de datos

A continuación se presenta el análisis de los datos recolectados en 67 empresas de la ciudad de Medellín, el cual se divide en cuatro partes:

- Caracterización de la muestra.
- Cuantificación de los pesos relativos de los atributos y beneficios seleccionados los cuales determinan para el empleador la preferencia por una EPS.
- Calificación que los empleadores le dan a las EPS frente a cada uno de los atributos y beneficios más importantes.
- Influencia de los empleadores en la decisión de afiliación a una EPS por parte de sus empleados.

9.1.1 Caracterización de la muestra

Gráfico 1. ¿Cuántos empleados directos e indirectos tiene su empresa actualmente?

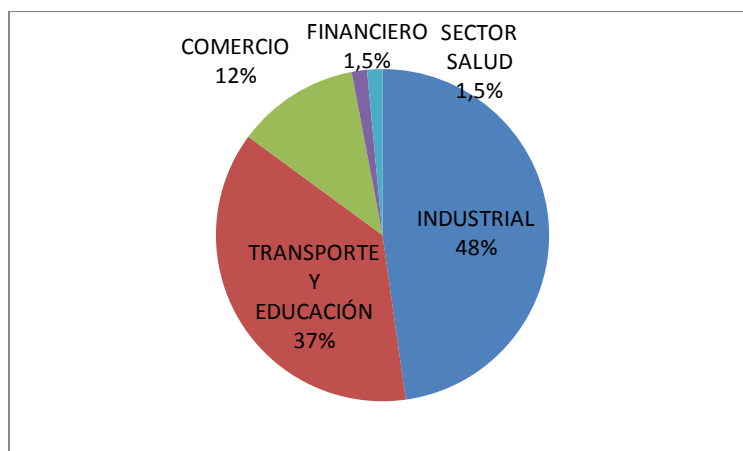


CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
MÁS DE 300	51	76%	66%	86%
ENTRE 200 Y 300	8	12%	2%	22%
ENTRE 50 Y 200	8	12%	2%	22%
TOTAL	67	100%		

Hallazgos

El 76% de las empresas entrevistadas cuenta con más de 300 empleados, el restante 24% se divide en partes iguales entre las empresas que tienen entre 50 y 200, y entre 200 y 300 empleados. En esta pregunta se hace alusión a los empleados contratados directamente por la empresa y a los contratados indirectamente a través de empresas temporales o cooperativas de trabajo asociado.

Gráfico 2. ¿A qué sector económico pertenece su empresa?



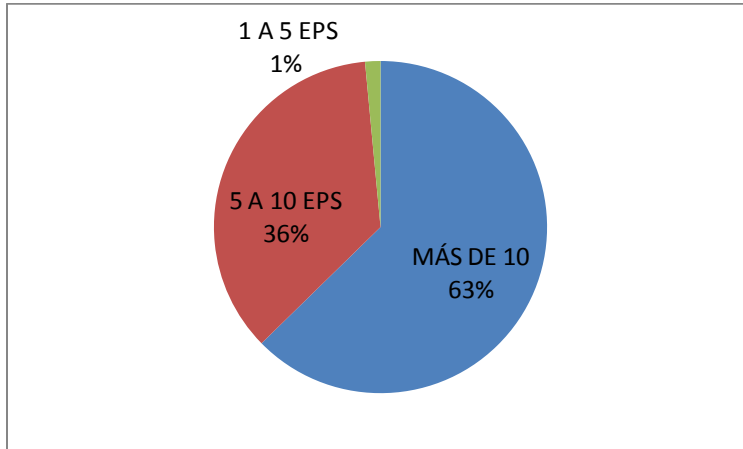
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
INDUSTRIAL	32	48%	38%	58%
TRANSPORTE Y EDUCACIÓN	21	37%	21%	41%
COMERCIO	8	12%	2%	22%
FINANCIERO	3	1,5%	0%	11%
SECTOR SALUD	3	1,5%	0%	11%
TOTAL	67	100%		

Hallazgos

El 48% de las empresas entrevistadas pertenecen al sector industrial, el 37% son empresas del sector transporte y educación, el 12% al sector comercio y el restante 3% son de los sectores salud y financiero.

El sector transporte y educación no hacía parte de la batería de respuestas previstas inicialmente en el cuestionario, sin embargo en la opción “otros” del mismo, el 37% de las empresas encuestadas manifestaron pertenecer a estos sectores y esta es la razón por la que se incluye en estos hallazgos.

Gráfico 3. ¿Con cuántas EPS trabaja su empresa actualmente?

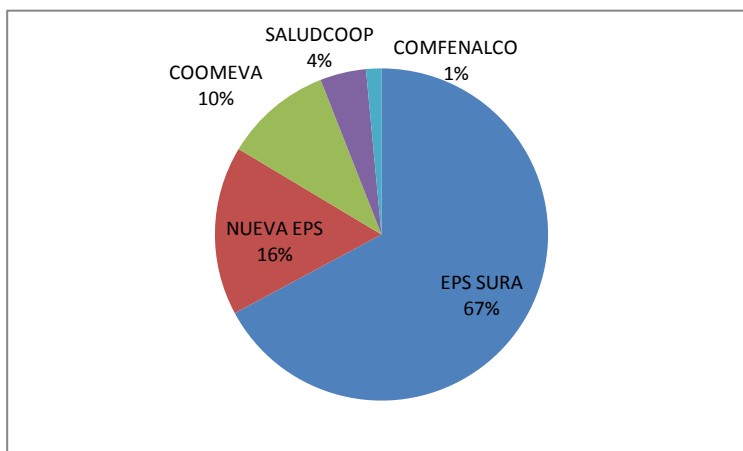


CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
MÁS DE 10	42	63%	53%	73%
5 A 10 EPS	24	36%	26%	46%
1 A 5 EPS	1	1%	0%	11%
TOTAL	67	100%		

Hallazgos

El 63% de las empresas entrevistadas trabajan con más de 10 EPS, mientras que el 36% trabaja con de 5 a 10 y el 1% trabaja con menos de 5 EPS.

Gráfico 4. ¿Cuál es la EPS con mayor cantidad de empleados en su empresa actualmente?



CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
EPS SURA	45	67%	57%	77%
NUEVA EPS	11	16%	6%	26%
COOMEVA	7	10%	0%	20%
SALUDCOOP	3	4%	0%	14%
COMFENALCO	1	1%	0%	11%
TOTAL	67	100%		

Hallazgos

EPS Sura tiene en el 67% de las empresas encuestadas el primer lugar en número de afiliados, Coomeva en el 10% de las empresas y Nueva EPS en el 16%.

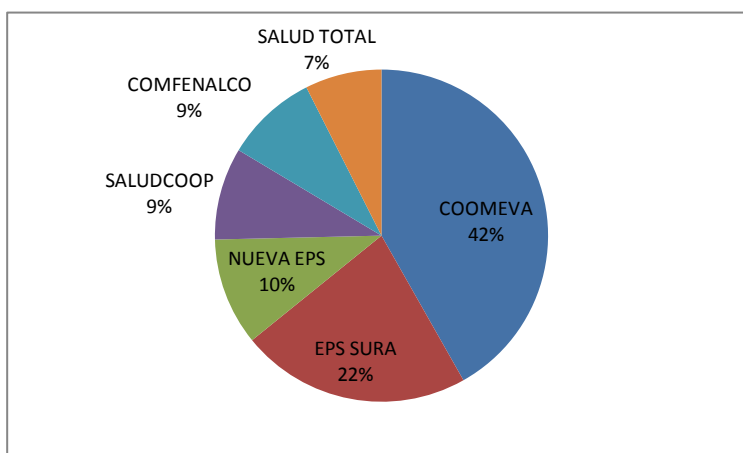
Los hallazgos de esta pregunta son muy semejantes a las cifras actuales de participación de mercado y a la encuesta de Top of Mind de la *Revista Dinero* que muestran a EPS Sura y a Coomeva en los primeros lugares.

Las cifras de participación de mercado en la ciudad de Medellín muestran que la EPS líder es EPS Sura con un 26,1% de participación, seguido por Coomeva con un 22%; de tercero se encuentra el Grupo Saludcoop con un 21,84% y de cuarta Nueva EPS con un

10,7%, según cifras de investigación de mercado presentadas por Nueva EPS en octubre de 2009.

Igualmente, cada año la *Revista Dinero* realiza un estudio de Top of Mind en todas las categorías de productos y servicios, en el estudio realizado el año pasado (edición del 16 de abril del 2009), Coomeva obtiene el primer grado de recordación en el país y EPS Sura el segundo, en la categoría de EPS.

Gráfico 5. ¿Cuál es la segunda EPS con mayor cantidad de empleados en su empresa actualmente?

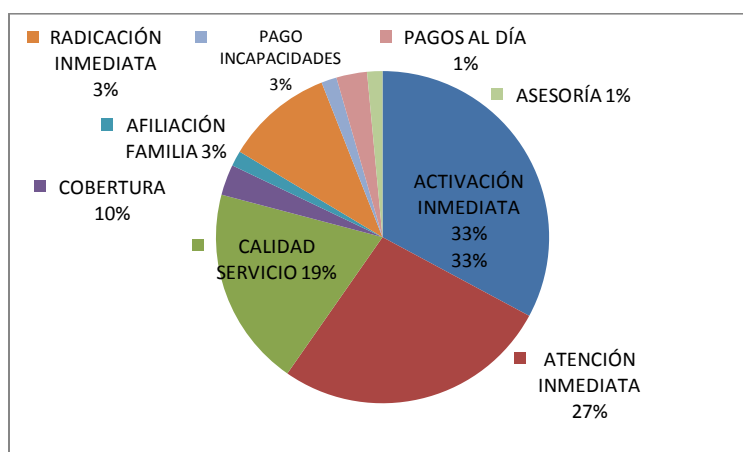


CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
COOMEVA	28	42%	32%	52%
EPS SURA	15	22%	12%	32%
NUEVA EPS	7	10%	0%	20%
SALUDCOOP	6	9%	0%	19%
COMFENALCO	6	9%	0%	19%
SALUD TOTAL	5	7%	0%	17%
TOTAL	67	100%		

Hallazgos

Cooameva tiene en el 42% de las empresas encuestadas el segundo lugar en número de afiliados, entre el 15% y el 8% se encuentran en Saludcoop, NuevaEPS, Salud Total y Comfenalco Antioquia, el resto de EPS no fueron mencionadas.

Gráfico 6. ¿Cuando usted piensa en la Seguridad Social de sus empleados, cuál es su principal preocupación?

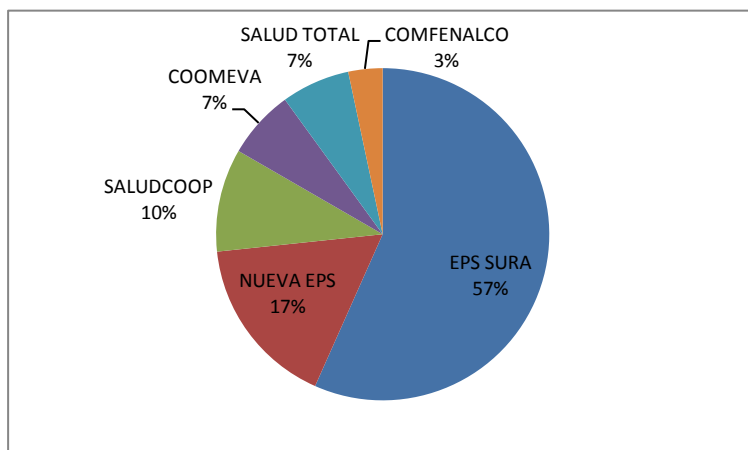


CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
ACTIVACIÓN INMEDIATA	22	33%	23%	43%
ATENCIÓN INMEDIATA	18	27%	17%	37%
CALIDAD DEL SERVICIO	13	19%	9%	29%
COBERTURA	7	10%	0%	20%
AFILIACIÓN DE LA FAMILIA	2	3%	0%	13%
RADICACIÓN INMEDIATA	2	3%	0%	13%
PAGO INCAPACIDADES	1	3%	0%	11%
PAGOS AL DÍA DE LA SS	1	1%	0%	11%
ASESORÍA	1	1%	0%	11%
TOTAL	67	100%		

Hallazgos

Para el 33% de las empresas la principal preocupación es la activación inmediata de sus empleados en el momento en el que son realizadas las afiliaciones, para el 27% es que atiendan inmediatamente a sus empleados, al 19% le preocupa la calidad en el servicio, al 10% la cobertura y al restante 10% le preocupa la afiliación del grupo familiar, que los pagos de la seguridad social estén al día, el pago de incapacidades por parte de la EPS sea constante, la radicación inmediata de afiliaciones y la asesoría.

Gráfico 7. En el caso de que el empleador fuera quien eligiera la EPS a la que estarían afiliados sus empleados, ¿a cuál EPS los afiliaría su empresa?



CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
EPS SURA	34	57%	47%	67%
NUEVA EPS	10	17%	7%	27%
SALUDCOOP	6	10%	0%	20%
COOMEVA	4	7%	0%	17%
SALUD TOTAL	4	7%	0%	17%
COMFENALCO	2	3%	0%	13%
TOTAL	60	100%		

Hallazgos

Si los empleadores pudieran elegir la EPS a la cual afiliarían a sus empleados el 57% elegiría a EPS Sura, el 17% se inclinaría por Nueva EPS, el 10% por Saludcoop, el 7% por Salud Total, el 6% por Coomeva y el 3% por Comfenalco Antioquia.

Síntesis de la caracterización de la muestra

La muestra fue tomada dentro de las empresas que son atendidas preferencialmente por los ejecutivos comerciales de Nueva EPS por ser las más grandes en potencial de mercado y en participación de afiliados, la mayoría de empresas resultaron ser grandes empleadores con más de 300 empleados del sector industrial.

Para estas empresas la principal preocupación en el tema de Seguridad Social es la activación inmediata de los afiliados para poder acceder a los servicios de forma inmediata. Así mismo trabajan en promedio con más de diez EPS, siendo la EPS Sura la que con más frecuencia se encuentra en el primer lugar de participación de afiliados y además la que elegirían los empleadores en el caso hipotético de que fueran ellos quienes tomaran la decisión de vinculación de sus empleados a una EPS.

9.1.2 Cuantificación de los pesos relativos de los atributos y beneficios seleccionados los cuales determinan para el empleador la preferencia por una EPS

Para realizar la ponderación de atributos y beneficios se partió del listado de los mismos obtenido en la fase cualitativa de esta investigación. Dentro del conjunto de beneficios mencionados, se tomaron en cuenta para la fase cuantitativa sólo los que fueron citados por los mismos empleadores como los más importantes.

Con el fin de tener una ponderación de atributos más clara, estos se clasificaron en intrínsecos y extrínsecos, siendo los primeros los que se relacionaban con la atención de la IPS en la prestación del servicio de salud para los afiliados y los extrínsecos con el servicio de la EPS a sus empleadores y afiliados en otros aspectos no relacionados con la prestación del servicio como tal, pero sí con los valores agregados y la eficiencia administrativa y comercial.

Tabla 9. Listado de atributos seleccionados de la fase cualitativa

	INTRÍNSECOS		EXTRÍNSECOS
A	Calidad en la atención en la IPS (trato humanizado y atención personalizada)	A	Adecuados recursos tecnológicos
B	Acompañamiento en la pos atención	B	Calidad y confiabilidad de los sistemas de información
C	Cercanía de las IPS a los puntos de trabajo y al hogar	C	Medios de comunicación con la EPS (teléfono, Internet)
D	Amplia red de atención	D	Integración EPS –ARP
E	Calidad de los puntos de atención	E	Sinergias empresariales
F	Calidad de los programas de PYP	F	Facilidad para solucionar inconsistencias y hacer trámites
G	Acceso completo y ágil a medicamentos	G	Atención comercial rápida y oportuna

En el cálculo del peso relativo de cada uno de los atributos se tuvieron en cuenta las dos etapas utilizadas en el cuestionario para determinarlo. En la primera etapa los encuestados debían elegir de la lista de atributos y beneficios dos que consideraran más importantes de los intrínsecos y dos más importantes de los extrínsecos. La segunda selección se hacía dentro de los cuatro atributos y beneficios elegidos en la primera etapa, escogiendo los dos más importantes de ellos. Para darle más énfasis a la segunda selección (pregunta 4, columna p 4 del cuestionario), sobre la primera, se procedió de la siguiente manera:

1. El grado de importancia conferido por los respondientes se convierte a valores en secuencia creciente, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 10. Valores de cada una de las respuestas posibles en cada una de las preguntas

SELECCIÓN	Pregunta 3			Pregunta 4		
	NO	2º	1º	NO	2º	1º
Valor asignado	1	2	3	5	8	13

Se puede observar que los valores convertidos corresponden a los primeros seis términos de una de las series de Fibonacci. Esta sustitución resuelve el siguiente problema: si se utilizan los valores 1 y 2 asociados con primero y segundo lugares en la selección, o

cualquier otra secuencia que responda a una serie de razón constante, el atributo o beneficio elegido en primer lugar, en la pregunta 3 y, posteriormente, elegido en segundo lugar en las pregunta 4, tendría una ponderación idéntica (por producto o por adición) al elegido en segundo lugar en la pregunta 3 y en primer lugar en la pregunta 4. También le da valor diferente de cero (“1” en la pregunta 3 y “5” en la pregunta 4) a los ítems que no fueron elegidos en alguna o ambas de las dos preguntas.

2. En la Tabla 2 se ilustran los posibles resultados de la combinación por producto aritmético de los valores convertidos. La columna (c) contiene el grado de importancia relativa obtenido para cada caso, de acuerdo al resultado del producto de las columnas (a) y (b). No hay ambigüedades en esta columna.

Tabla 11. Tabla de posibles casos

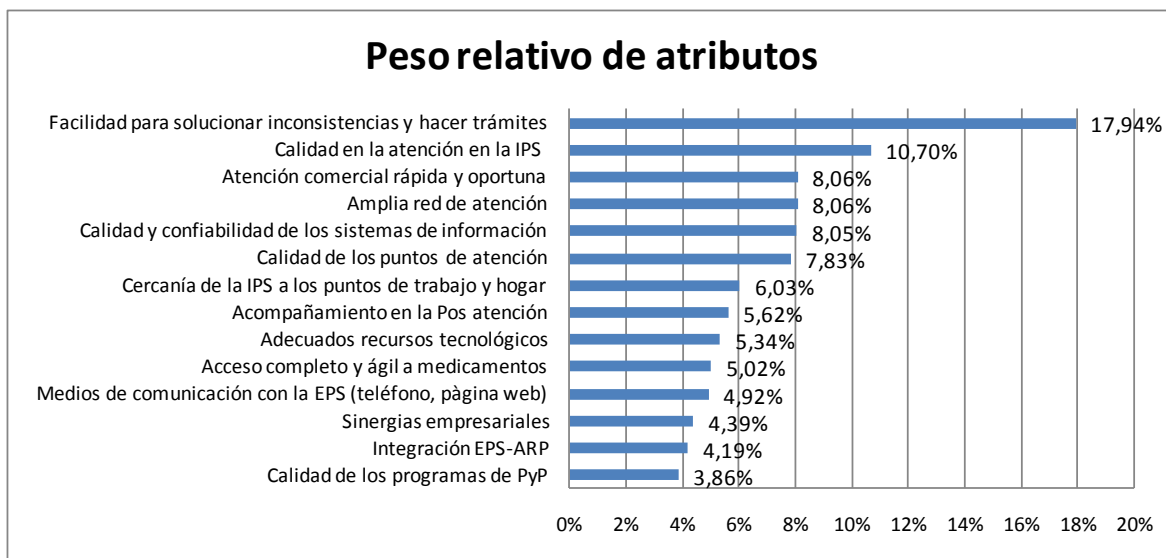
PREGUNTA 3		PREGUNTA 4		(a)x(b)	(c)
	(a)		(b)		
Selección	Valor	Selección	Valor	Producto	Importancia
1°	3	1°	13	39	1
2°	2	1°	13	26	2
NO	1	1°	13	13	6
1°	3	2°	8	24	3
2°	2	2°	8	16	4
NO	1	2°	8	8	8
1°	3	NO	5	15	5
2°	2	NO	5	10	7
NO	1	NO	5	5	9

La tabulación original de los resultados de ambas selecciones se convierte a los valores adoptados en la Tabla 10 y se obtiene una tabla con los productos de los valores convertidos para cada atributo y beneficio por encuestado. El puntaje total alcanzado por cada atributo o beneficio resulta de la sumatoria de tales productos correspondientes a dicho atributo o beneficio en esta última tabla.

3. El peso relativo se puede entonces calcular como un cociente del puntaje total obtenido por cada atributo o beneficio, dividido por la sumatoria de los puntajes recibidos por todos ellos.

Se presentan a continuación, de forma resumida, los resultados obtenidos.

Gráfico 8. Peso relativo de los atributos



Hallazgos

El atributo que tuvo el peso relativo más alto fue el de “facilidad para solucionar inconsistencias y hacer trámites” con un peso porcentual del 17,94%, seguido por “calidad en la atención en la IPS” que obtuvo un peso del 10,70%.

Los pesos relativos por categorías son:

Tabla 12. Pesos relativos de atributos intrínsecos

	ATRIBUTOS	Peso relativo
	Intrínsecos	
A	Calidad en la atención en la IPS (trato humanizado y atención personalizada)	10,70%
D	Amplia red de atención	8,06%
E	Calidad de los puntos de atención	7,83%
C	Cercanía de la IPS a los puntos de trabajo y hogar	6,03%
B	Acompañamiento en la pos atención	5,62%
G	Acceso completo y ágil a medicamentos	5,02%
F	Calidad de los programas de PYP	3,86%
	SUMATORIA INTRÍNSECOS	47,12%

Dentro de los atributos Intrínsecos que aparecen en esta tabla el atributo “calidad en la atención de la IPS” obtuvo el peso relativo más alto dentro de la categoría de atributos intrínsecos, seguido por la “amplia red de atención”; de acuerdo a estos resultados, la IPS y los puntos de atención asistenciales y administrativos juegan un rol fundamental en la preferencia que los empleadores tienen por una EPS.

El 47,12% de importancia relativa que los empleadores le dan a esta categoría se podría explicar por la constante preocupación de las empresas por la calidad en la atención que sus empleados reciben por parte de su EPS, ya que la deficiencia en este sentido repercute directamente en los indicadores de productividad, ausentismo y en los índices de calidad de vida que tienen las personas, siendo éstas, variables de gran importancia para los departamentos de recursos humanos.

Tabla 13. Pesos relativos de los atributos extrínsecos

	ATRIBUTOS	Peso relativo
	Extrínsecos	
F	Facilidad para solucionar inconsistencias y hacer tramites	17,94%
G	Atención comercial rápida y oportuna	8,06%
B	Calidad y confiabilidad de los sistemas de información	8,05%
A	Adecuados recursos tecnológicos	5,34%
C	Medios de comunicación con la EPS (call, web)	4,92%
E	Sinergias empresariales	4,39%
D	Integración EPS-ARP	4,19%
	SUMATORIA EXTRÍNSECOS	52,89%

En la categoría de extrínsecos, el atributo con mayor peso relativo es “facilidad para solucionar inconsistencias y hacer trámites” (siendo al mismo tiempo el atributo con mayor peso relativo de las dos categorías), seguido por “atención comercial rápida y oportuna”. Esto refleja la constante preocupación que las empresas tienen porque sus departamentos de recursos humanos dedican mucho tiempo de su labor diaria a corregir inconsistencias y solucionar inconvenientes con la atención de los afiliados en las EPS, debido a que estas no poseen plataformas tecnológicas adecuadas o se demoran en la solución de inconsistencias lo cual repercute finalmente en la atención en salud de los empleados. Esta desviación de la carga operativa hacia aspectos que no deberían ser de su incumbencia, no les permite a estos departamentos ser más eficientes y enfocarse en el bienestar de sus empleados. Al darle un mayor peso relativo al atributo “facilidad para solucionar inconsistencias y trámites” los empleadores podrían estar evidenciando que entre más fácil, en términos operativos, resulte la relación con la EPS, más fácilmente la recomendarán a sus empleados.

El conocimiento de los factores que generan valor a las empresas y su importancia relativa, le indica a las EPS hacia dónde dirigir, prioritariamente, sus esfuerzos de mercadeo. Sin embargo, la intensidad de la aplicación de sus recursos a unos u otros generadores de valor, dependerá adicionalmente, de la posición que la EPS ocupe dentro del grupo de competidores, según la calificación de desempeño que el mercado les asigna frente a cada uno de tales generadores.

9.1.3 *Calificación que los empleadores le dan a las EPS frente a cada uno de los atributos y beneficios más importantes*

La pregunta 5 del cuestionario aporta las calificaciones recibidas por cada una de las marcas involucradas en el estudio.

A continuación se presenta la Tabla 14, en la cual se muestran la lista de atributos y beneficios y sus pesos relativos y las calificaciones de desempeño recibidas por cada EPS frente a cada uno de dichos atributos y beneficios. Leyendo la tabla horizontalmente puede verse resaltada en amarillo, la calificación más alta de las EPS por cada atributo y en rojo la más baja.

Tabla 14. Pesos relativos de los atributos y calificación ponderada (VPC) recibida por cada EPS frente a cada atributo o beneficio

ATRIBUTOS/BENEFICIOS	Peso relativo	EPS SURA	COOMEVA	SALUDCOOP	SALUDTOTAL	NUEVA EPS	COMFENALCO
Intrínsecos							
A. Calidad en la atención en la IPS (trato humanizado y atención personalizada)	10,70%	9,85%	8,24%	8,31%	8,02%	8,38%	8,52%
D. Amplia red de atención	8,06%	6,08%	5,98%	6,58%	5,96%	5,93%	5,44%
E. Calidad de los puntos de atención	7,83%	5,79%	5,81%	5,47%	5,63%	5,69%	5,60%
C. Cercanía de la IPS a los puntos de trabajo y hogar	6,03%	4,46%	4,59%	4,33%	4,15%	4,21%	4,32%
B. Acompañamiento en la etapa posterior a la atención	5,62%	3,82%	4,01%	3,70%	3,92%	3,92%	4,13%
G. Acceso completo y ágil a medicamentos	5,02%	3,07%	3,29%	3,60%	3,45%	3,55%	3,69%
F. Calidad de los programas de PYP	3,86%	1,95%	2,46%	2,54%	2,65%	2,44%	2,61%
SUMATORIA INTRÍNSECOS	47,12%	35,02%	34,36%	34,53%	33,78%	34,12%	34,32%
Extrínsecos							
F. Facilidad para solucionar inconsistencias y hacer trámites	17,94%	19,90%	15,01%	14,64%	14,55%	15,40%	14,11%
G. Atención comercial rápida y oportuna	8,06%	6,33%	5,67%	5,86%	5,79%	7,15%	5,85%
B. Calidad y confiabilidad de los sistemas de información	8,05%	6,07%	5,74%	5,86%	5,95%	5,24%	5,44%
A. Adecuados recursos tecnológicos	5,34%	3,59%	3,76%	3,68%	3,73%	3,48%	3,72%
C. Medios de comunicación con la EPS (teléfono e Internet)	4,92%	3,15%	3,46%	3,34%	3,38%	3,29%	3,42%
E. Sinergias empresariales	4,39%	2,45%	2,92%	2,89%	3,02%	2,86%	3,05%
D. Integración EPS-ARP	4,19%	2,21%	2,75%	2,76%	2,88%	2,73%	2,83%
SUMATORIA EXTRINSECOS	52,89%	43,71%	39,30%	39,03%	39,30%	40,14%	38,41%
CALIFICACIÓN TOTAL	100%	78,73%	73,66%	73,56%	73,09%	74,26%	72,73%

En la Tabla 14 puede verse cómo, en los dos atributos que mayor peso relativo poseen: “facilidad para solucionar inconsistencias y hacer trámites” y “calidad en la atención en la IPS”, EPS Sura es la que mejor calificación obtiene, posicionándola como la EPS que

responde de manera más apropiada a las dos mayores preocupaciones de los empleadores.

Cooomeva es, asimismo, la EPS mejor calificada en el mayor número de atributos, destacándose en cuatro oportunidades: “cercanía de la IPS a los puntos de trabajo y hogar”, “calidad de los puntos de atención”, “adecuados recursos tecnológicos” y “medios de comunicación con la EPS”; sin embargo, dado que estos atributos no están dentro de los que tienen los pesos relativos más altos, no es suficiente para obtener la mayor calificación total, pero se posicionó en el tercer puesto en dicha calificación, después de EPS Sura y de Nueva EPS.

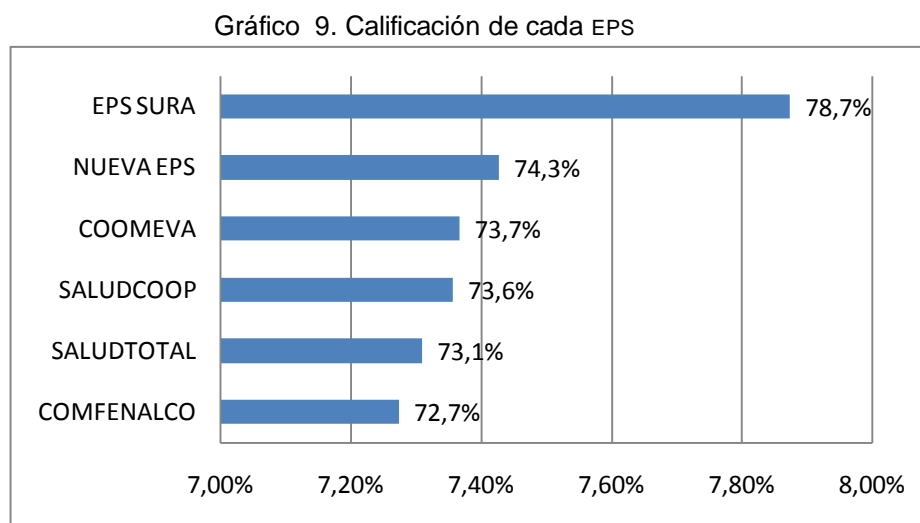
Nueva EPS obtiene el segundo lugar en la calificación total a pesar de sólo haber obtenido el mejor desempeño en el atributo: “atención comercial rápida y oportuna”, sin embargo acumula calificaciones lo suficientemente altas como para obtener el segundo lugar en la calificación total.

Este análisis demuestra que aunque Nueva EPS obtiene el segundo lugar en calificación (74,3%), solo logra ser calificada en primer lugar en uno de los catorce atributos “atención comercial ágil y oportuna”, diferente a Coomeva que aunque es la mejor calificada en cuatro ocasiones (Cercanía de las IPS a los puntos de trabajo y hogar 4,59%, Calidad en los puntos de atención 5,81%, Adecuados recursos tecnológicos 3,76% y Medios de comunicación con la EPS 3,46%) obtiene el tercer lugar en la calificación total (73,7%).

A pesar de que EPS Sura es la mejor calificada en general, Nueva EPS obtiene mejor calificación que ésta en siete de los catorce atributos y EPS Sura obtiene mejor calificación que Nueva EPS en los restantes siete. Esto demuestra que a pesar de que las cifras de participación de mercado de EPS Sura son sustancialmente altas en la ciudad de Medellín versus las de Nueva EPS, esta última ha ganado un reconocimiento muy importante por parte de los empleadores en su poco tiempo de funcionamiento.

Puede observarse también que aunque EPS Sura es la peor calificada en cinco atributos mientras que Nueva EPS sólo lo es en dos, al tener aquella las mejores calificaciones en los más representativos se posiciona en el primer lugar.

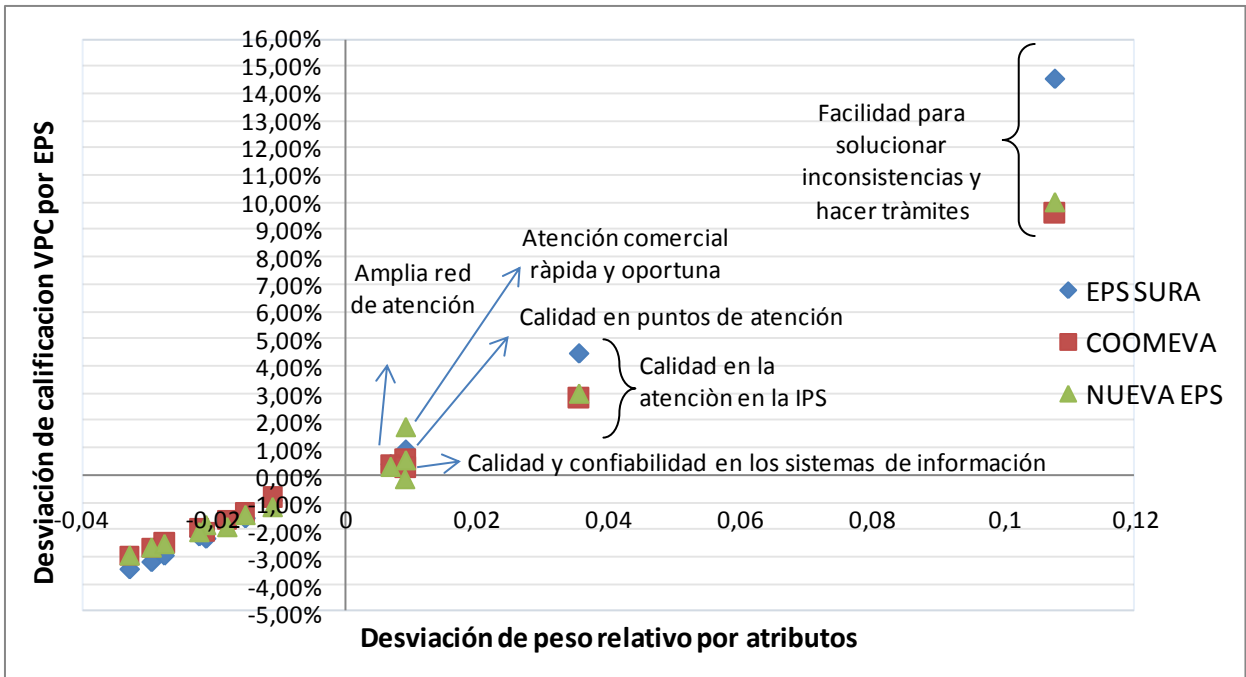
Finalmente y como se muestra a continuación en el Gráfico 9, EPS Sura obtiene la más alta calificación, seguida por Nueva EPS y Coomeva, muy cerca se posicionaron Saludcoop, Salud Total y Comfenalco, esta última con la más baja calificación del grupo.



La relación entre el peso relativo de los atributos y la calificación que cada proveedor recibió frente a cada atributo (Tabla 14) se puede ilustrar también, en forma gráfica, lo cual permite la apreciación visual de las distintas relaciones entre tales valores. Ya que es estratégicamente útil para una EPS decidir la manera más eficiente de utilizar su presupuesto limitado, concentrándolo en aquellos atributos y beneficios mejor percibidos por las empresas, es pertinente facilitar la visualización de tal información. En este trabajo se adoptó el promedio aritmético de cada una de estas variables como un umbral apropiado para obtener esta discriminación. Aplicando este criterio se obtuvo el Gráfico 9, cuyo eje horizontal representa las desviaciones de los pesos relativos respecto a su promedio y el vertical las desviaciones de las calificaciones respecto al suyo.

En el gráfico se muestran los resultados obtenidos, por atributo, para las tres EPS que obtuvieron la más alta calificación total: EPS Sura, Coomeva y Nueva EPS.

Gráfico 10. Desempeño por atributos de las tres EPS que obtuvieron las calificaciones más altas



Hallazgos y recomendaciones

La información que nos provee este gráfico tiene gran importancia estratégica porque le permitirá a las EPS saber cuáles son los atributos que mayor importancia tienen para los empleadores y cómo se encuentra calificada cada una de ellas respecto a sus competidores.

Se observa en el gráfico que los generadores de valor “facilidad para solucionar inconsistencias y tramites”, “calidad en la atención de las IPS”, “atención comercial rápida y oportuna”, “calidad en los puntos de atención”, “amplia red de atención” y “calidad y confiabilidad en los sistemas de información”, obtienen un peso relativo por encima del promedio y son los atributos que se encuentran con un valor positivo, en el cuadrante I.

En estos seis atributos con mayor calificación se encuentra que, en cada uno de ellos, son diferentes las EPS que obtienen mayor calificación. Se observa que EPS Sura sobresale en cuanto se refiere a “facilidad para solucionar inconsistencias y realizar trámites”, “calidad y confiabilidad en los sistemas de información” y “calidad en la atención de las IPS”, Coomeva sobresale en “calidad en los puntos de atención” mientras Nueva EPS en

“atención comercial rápida y oportuna”. Este es un buen punto de partida para Coomeva y Nueva EPS para centrar sus esfuerzos en busca de fortalecer su desempeño frente al atributo “facilidad para solucionar inconsistencias y realizar trámites”, y así probablemente mejorar su posición competitiva en este atributo con respecto a EPS Sura. Al igual EPS Sura debe buscar estrategias para fortalecer sus atributos “calidad en los puntos de atención”, “atención comercial rápida y oportuna” y “amplia red de atención” para así poder continuar siendo líder en el sector, buscando con estos tres atributos un mayor compromiso con la calidad en el servicio para mantener una ventaja competitiva.

Se evidencia como “facilidad para solucionar inconsistencias y realizar trámites” es el atributo ante el cual las EPS se encuentran más altamente calificadas, destacándose sobre la calificación obtenida frente a los otros atributos, ante los cuales poseen un comportamiento similar entre sí, no presentando diferencias de desempeño tan marcadas.

Tanto EPS Sura como Nueva EPS tuvieron las mayores calificaciones en el principal generador de valor que fue el de “facilidad para solucionar inconsistencias y realizar trámites”. Esto representa un atributo extrínseco que es explotado por estas dos EPS y que les fortalece frente a la competencia y encuentran en este generador de valor una oportunidad significativa de diferenciación. Coomeva por su parte, debe hacer que el diseño interno de sus procesos esté enfocado a que, para los empleadores, el trámite de inconsistencias sea a través de procesos sencillos y accesibles y así fortalecer más su valor percibido.

Estas diferencias muestran a EPS Sura y a Coomeva con atributos de altas calificaciones relacionados con sus IPS y con los sistemas de información y los recursos tecnológicos, mientras Nueva EPS no es reconocida en ninguno de estos dos aspectos y por el contrario se destaca por la atención comercial que presta. En este sentido Nueva EPS tendrá que fortalecer su red prestadora de servicios a través de sus IPS en calidad, cercanía y servicio para poder equiparar la oferta de EPS Sura y Coomeva, así mismo tendrá que robustecer tanto sus sistemas de información como sus recursos tecnológicos para hacer que aumente en los empleadores su valor percibido.

Después de haber determinado los principales generadores de valor de las EPS para el sector empresarial, es tarea de cada una de ellas, o bien fortalecer el énfasis en cada

uno de estos generadores o bien modificar su oferta de servicios para explotar adecuadamente las expectativas manifestadas por los empleadores.

De manera similar al análisis hecho para los generadores de valor con un peso relativo por encima del promedio, se analizarán los generadores de valor con los pesos relativos más bajos, a saber: “cercanía de la IPS a los puntos de trabajo y hogar”, “acompañamiento en la POS atención”, “acceso completo y ágil a medicamentos”, “calidad de los programas de PYP”, “adecuados recursos tecnológicos”, “medios de comunicación con la EPS”, “sinergias empresariales”, “integración EPS-ARP”.

El Gráfico 10 ilustra el desempeño de las EPS respecto a los ocho atributos con más baja calificación mencionados en el párrafo anterior, lo que les indicaría los campos menos prioritarios para la asignación de recursos al desarrollar acciones de mercadeo.

Se observa cómo EPS Sura y Nueva EPS tienen un bajo desempeño en estos generadores de valor. Al contrario de Coomeva que está invirtiendo en beneficios a los que sus clientes les asignan bajo peso relativo. En consecuencia estas EPS deberían pensar en trasladar los recursos que están invirtiendo en el ofrecimiento de estos beneficios, hacia el ofrecimiento de otros beneficios a los cuales el mercado les da mayor importancia como es el caso de “facilidad para solucionar inconsistencias y realizar trámites”.

Nueva EPS posee una gran oportunidad de mercado ya que es percibida como una buena alternativa pero sin fortalezas visibles que la hagan una opción clara frente a la competencia y posiblemente este sea un aspecto que la ponga en desventaja frente a Coomeva y Sura. La estrategia de servicio y de mercadeo entonces tiene que enfocarse en crear una propuesta de valor diferenciada frente a la competencia, que le permita facilitar el proceso de solucionar inconsistencias y realizar trámites.

Nueva EPS tendrá que trabajar en los atributos de mayor importancia relativa para los empleadores para lograr mejorar su calificación; el primero es el que se relaciona con “facilidad para solucionar inconsistencias y realizar trámites”, en el cual obtuvo el segundo lugar en calificación después de EPS Sura, y así permitirle al empleador disminuir la carga operativa que esto le ocasiona y además tener mayor confianza a la hora de afiliar a sus empleados; el segundo es la “calidad en la atención en sus puntos de servicio e IPS”, en el

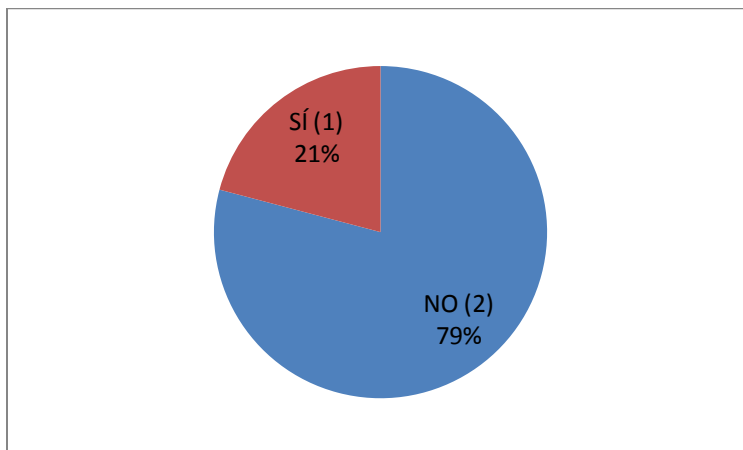
cual obtuvo el tercer lugar en calificación con un 8,38%, con el fin de cautivar la población de afiliados de la competencia.

Nueva EPS tendrá que enfocar sus esfuerzos en fortalecer sistemas de información que permitan darle a los empleadores la suficiente confianza para que la atención en salud no se vea afectada por la falta de gestión de inconsistencias, así mismo tendrá que fortalecer su presencia comercial dentro de las empresas como canal directo de comunicación y solución rápida y efectiva de los mismos, ya que los atributos de “calidad y confiabilidad de los sistemas de información” y “adecuados recursos tecnológicos” obtuvieron las calificaciones más bajas del sector 5,24% y 3,48% respectivamente.

La estrategia de mercadeo de Nueva EPS debe enfocarse en mostrar a toda la población su medio de funcionamiento y la infraestructura que ha creado durante este año, para así cambiar la percepción que se tenía del ISS con puntos de atención en mal estado, poca capacidad y atención no adecuada. Asimismo debe emprender campañas intensivas de servicio al cliente al interior de la red, que le permita respaldar la imagen que debe empezar a cambiar para crear identidad de marca y así fortalecer su desempeño respecto a los atributos de la categoría de intrínsecos que se relacionan con la calidad y amplitud de la red de atención y en los cuales Nueva EPS obtiene el cuarto lugar en calificación con un 34,12%.

9.1.4 *Influencia de los empleadores en la decisión de afiliación a una EPS por parte de sus empleados*

Gráfico 11. ¿Considera usted que sus empleados tienen la Información suficiente a la hora de elegir a cuál EPS afiliarse?

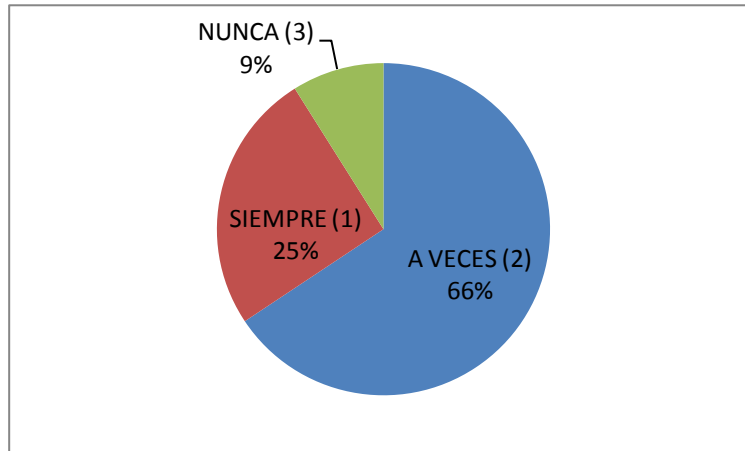


CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
SÍ	14	21%	11%	31%
NO	53	79%	69%	89%
TOTAL	67	100%		

Hallazgos

El 79% de los empleadores afirma que sus empleados no poseen la información suficiente a la hora de afiliarse a una EPS, el 21% afirman que sí la poseen.

Gráfico 12. ¿Con qué frecuencia sus empleados acuden a usted como empleador para obtener información a la hora de elegir a cuál EPS afiliarse?

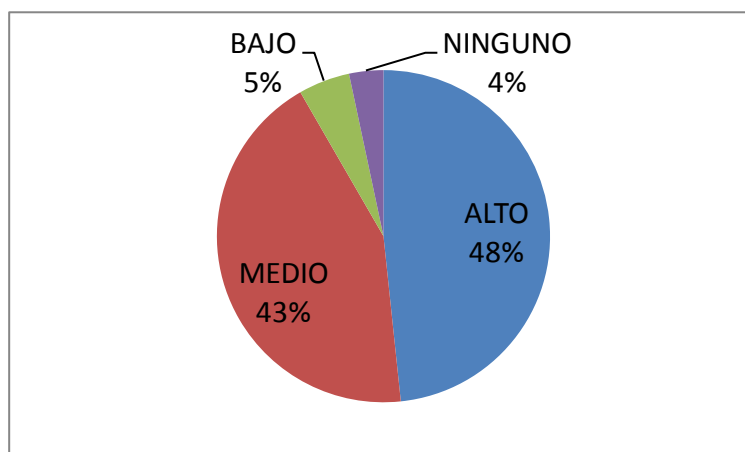


CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
A VECES	44	66%	56%	76%
SIEMPRE	17	25%	15%	35%
NUNCA	6	9%	0%	19%
TOTAL	67	100%		

Hallazgos

En el 25% de las empresas los empleados acuden siempre a su empleador como fuente de información adicional para tomar esta decisión, en el 66% recurren a veces al empleador y en el 9% dicen afirmar que nunca son consultados en estos casos.

Gráfico 13. ¿Qué grado de influencia considera usted que tiene la asesoría que le brinda a sus empleados para que ellos tomen la decisión de afiliación a una EPS?



CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	INFERENCIAS	
			L. INFERIOR	L. SUPERIOR
ALTO	29	48%	38%	58%
MEDIO	26	43%	33%	53%
BAJO	3	5%	0%	15%
NINGUNO	2	3%	0%	13%
TOTAL	60	100%		

Hallazgos

Se identifica que en el 48% de las empresas encuestadas la información que brinda el empleador en el momento de la afiliación tiene un grado de influencia alto sobre la decisión del empleado, en el 43% tiene un grado de influencia medio, en el 5% bajo y en el 4% no existe grado de influencia.

Recomendaciones

Está confirmado entonces que la estrategia comercial y de mercadeo tiene que involucrar necesariamente a los empleadores, aunque la ley estipule que los empleados son los que deben elegir su EPS libremente.

El hecho de que los empleadores afirmen que en el 79% de los casos los empleados no poseen la información suficiente para elegir una EPS ha llevado a los empleadores a intervenir en este proceso de decisión: siempre en el 25% de los casos y 66% a veces,

porque para ellos es igualmente importante la decisión que los empleados tomen en términos de riesgo en atención y solución de inconsistencias.

Aunque el empleado, por ley, es quien debería elegir su EPS, el empleador se ve afectado positiva o negativamente por las consecuencias de esta decisión y es por esto que al jugar el rol de asesor o informador en los casos en los que el empleado se lo solicite, también está buscando disminuir sus cargas operativas, sugiriendo la EPS que mejor servicio le ofrezca.

En consecuencia, parece recomendable que la EPS trabaje conjuntamente con los departamentos de recursos humanos de las empresas con el fin de que este desconocimiento sea cada vez menor y los empleados recurran menos a sus empleadores para comunicarse con la EPS y así disminuir la carga operativa que hace que exista el menos tiempo para concentrarse en las labores estratégicas que deberían ser las principales.

Nueva EPS entonces deberá crear un portafolio de servicios en atención personalizada en las empresas que mayor población de afiliados concentren y así lograr fidelizar la población y a la vez crecerla.

PALABRAS CLAVE

Valor percibido, Entidad Promotora de Salud (EPS), empleador, empleado, afiliación a la EPS, calidad en el servicio, valor agregado.

KEY WORDS

Perceived value, health promoter entity (EPS), employer, EPS membership, agility attention, paperwork, value added.

RESUMEN

Los estudios hasta ahora adelantados en Valor Percibido en el sector salud habían estado enfocados a la red prestadora de servicios de salud (IPS). Este trabajo pretendió investigar el Valor Percibido en las entidades aseguradoras (EPS) bajo el enfoque de los empleadores quienes, según lo demostró este trabajo, son grandes

influenciadores de sus empleados en el momento en que toman la decisión de afiliación a una EPS.

Fueron EPS Sura, Coomeva y Nueva EPS las tres entidades que obtuvieron las más altas calificaciones en valor percibido y los atributos “calidad en la atención en la IPS”, “amplia red de atención”, “calidad de los puntos de atención”, “facilidad para solucionar inconsistencias y hacer trámites”, “atención comercial rápida y oportuna” y “calidad y confiabilidad de los sistemas de información”; los más importantes en el momento de evaluar el valor percibido de una EPS por parte del empleador.

ABSTRACT

The health sector perceived value studies that have been developed until now have been focused in network provider of health services (IPS). This work has pretended to investigate about the health promoter entity (EPS) perceived value under the employees focus, who, at EPS membership decision time, are the big influencers of their own employees.

Were EPS Sura, Coomeva y Nueva EPS the three entities that have obtained the highest rating of perceived value and attributes “IPS attention quality”, “extensive attention network”, “attention points quality”, “facility to resolve inconsistencies and do paperwork” “quick and timely commercial attention” and “quality and reliability in information systems”; the most important at the moment of EPS perceived value evaluation by the employer.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE DATOS PROQUEST DE LA UNIVERSIDAD EAFIT
BASE DE DATOS EBSCO HOST DE LA UNIVERSIDAD EAFIT
(VER ANEXO 7 FUENTES DE INFORMACIÓN)

Baby, Jaime; Londoño, Juan Gonzalo (2006). "Valor Percibido por el Cliente (VPC) como una herramienta para el análisis competitivo y modelo de composición del VPC". *Revista Ad Minister*. Medellín. Universidad EAFIT. Núm 6. (2006).

———. "Valor Percibido por el Cliente (VPC)". Universidad EAFIT. Congreso Latinoamericano de estrategia SLADE. Puebla. México.

Duggirala, Mayuri; *et al.* (2008). Patient-perceived dimensions of total quality service in healthcare. *Benchmarking*, 15(5), 560-583. Retrieved September 14, 2008, from ABI/INFORM Global database. www.eafit.edu.co/eafitcn/biblioteca/digital/basesdatos/suscripcion.htm. (Document ID: 1554391741).

Nueva EPS, Gerencia de mercadeo (2009). "Cifras de participación de mercado de EPS en Colombia".

Neuman, Patricia; *et al.* (1998). "Marketing HMOs to Medicare beneficiaries". *Health Affairs*, 17(4), 132-139. Retrieved October 19, 2008, from ABI/INFORM Global database. www.eafit.edu.co/eafitcn/biblioteca/digital/basesdatos/suscripcion.htm. (Document ID: 32328485).

PR Newswire, 1, HMOs Narrow Gap in Consumer Satisfaction. (15 July). Retrieved November 30, 2008, from Business Dateline database. www.eafit.edu.co/eafitcn/biblioteca/digital/basesdatos/suscripcion.htm. (Document ID: 136116691).

Sánchez Fernández Raquel; Iniesta Bonillo Angeles (2007). "The concept of perceived value: a systematic review of the research. *Marketing Theory*", 7(4), 427-451. Retrieved September 14, 2008, from ABI/INFORM Global database. www.eafit.edu.co/eafitcn/biblioteca/digital/basesdatos/suscripcion.htm. (Document ID: 1408596981).

Zeithalm, Valarie A. (1998). "Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence". *Journal of Marketing Research*. Vol. 52.

ANEXOS

ANEXO 1. INSTRUMENTO DE CONTROL DE DISEÑO DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

1. Objetivo al que responde:

- Identificar los atributos y beneficios que determinan para el empleador la preferencia por una EPS

Preguntas:

- Hablando de la Seguridad Social de sus empleados, ¿cuál es la principal preocupación que usted como empresa tiene respecto al tema de salud?
- Dentro del portafolio de EPS que ofrece la ciudad de Medellín y sin decirme cuál es, ¿usted como empleador considera que hay una mejor que las demás?

Si la respuesta es sí, el entrevistador procederá a leer con claridad cada una de las siguientes preguntas.

Si la respuesta es NO, el entrevistador hará la última pregunta (marcada con NO)

Para la primera pregunta que aparece a continuación y sólo para ella, anotará en tarjetas diferentes cada uno de los beneficios y atributos que mencione el entrevistado:

- Piense en la EPS que usted considera que es la mejor del mercado y describa, en el mayor detalle posible, por qué razones considera que es la mejor.

En las preguntas que siguen no se anotarán las respuestas. Posteriormente, durante el análisis de contenido de la entrevista se identificarán los atributos y beneficios correspondientes.

- Piense en la EPS que usted considera que es la menos buena, sin decirme cuál es, describa por favor en el mayor detalle posible, ¿por qué?
- ¿Considera que las características que distinguen a la que para usted es la mejor EPS del mercado se acercan a lo que serían las características de la EPS ideal para sus trabajadores?

Si la respuesta es sí, no hacer la siguiente pregunta. En caso contrario proceder a leer la siguiente pregunta.

- Si no es así, ¿qué características le faltan a la que usted considera la mejor EPS del mercado,

para ser la EPS ideal?

NO: *el entrevistador anotará en tarjetas diferentes cada uno de los beneficios y atributos que mencione el entrevistado:*

- ¿Cuáles considera usted que son los aspectos que identifican a una buena EPS?

Objetivo al que responde:

- Sondear la importancia relativa de los atributos y beneficios hallados

Preguntas:

El entrevistador entregará las tarjetas elaboradas en el punto anterior y preguntará:

1. ¿Cuál de estas características considera que es la más importante a la hora de elegir una EPS?

Recibe la tarjeta y la marca con el número 1. Y pregunta:

2. De las que le quedan en sus manos, ¿cuál es la más importante?

Recibe la tarjeta y la marca con el número 2. Y pregunta:

3. De las que le quedan en sus manos, ¿cuál es la más importante?

Recibe la tarjeta y la marca con el número 3. Recupera las tarjetas que aún le quedan al entrevistado y las guarda aparte de las tres elegidas.

2. Objetivo al que responde:

- Explorar la calificación que los empleadores le dan a las EPS frente a cada uno de los atributos y beneficios encontrados

Pregunta:

1. ¿Cuál es la EPS que mejor se desempeña en esta característica: _____?

Tomando las tarjetas con las tres características más importantes proceda a entregarlas, una a la vez, mencionando en voz alta la característica que aparece en la tarjeta que se entrega.

3. Objetivo al que responde:

- Establecer la intención de los empleadores de influir en sus empleados en la decisión de afiliación o traslado a otra EPS

Preguntas:

- Al momento del ingreso de un nuevo empleado a su empresa, ¿considera usted que sus empleados tienen los suficientes elementos de juicio a la hora de elegir a que EPS afiliarse? ¿Por qué?
- En caso de que un empleado le pidiera asesoría para tomar esta decisión, ¿qué información le daría?
- ¿Le sugeriría optar por una EPS en especial, según la información que usted como empleador tiene?
- ¿Cree usted que si la empresa le sugiriera al empleado afiliarse a una EPS que usted considere con mayores beneficios, el seguiría el consejo?
- ¿Tiene alguna otra información que quisiera agregar?

ANEXO 2. GUÍA DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

El entrevistador hará la introducción al entrevistado y aclarará lo siguiente:

- La siguiente es una sesión de preguntas que aportará valor a mi trabajo de grado de la Maestría en Administración de EAFIT; toda la información que usted me suministre será utilizada estrictamente para fines académicos.
- Ninguna de las opiniones es buena o mala, todas son de gran importancia. Su apreciación personal, en respuesta a cada una de las preguntas, aportará mucho valor al estudio.
- Le solicita especial colaboración para que la entrevista pueda ser grabada con el fin de extraer todos los detalles pertinentes para el análisis posterior del contenido de la información.

Si es autorizado, el entrevistador enciende la grabadora y pregunta:

Por favor dígame cuál es su nombre completo:

¿Para cuál empresa está trabajando actualmente?

¿Cómo se denomina su cargo en la empresa?

- Hablando de la Seguridad Social de sus empleados, ¿cuál es la principal preocupación que usted como empresa tiene respecto al tema de salud?
- Dentro del portafolio de EPS que ofrece la ciudad de Medellín, y sin decir los nombres de las entidades, ¿usted como empleador considera que hay una mejor que las demás?

Si la respuesta es sí, el entrevistador procederá a leer con claridad cada una de las siguientes preguntas.

Si la respuesta es NO, el entrevistador hará la última pregunta (marcada con NO)

Para la primera pregunta que aparece a continuación y sólo para ella anotará, con letra clara, grande y en tarjetas diferentes, cada uno de los beneficios y atributos que mencione el entrevistado:

- Piense en la EPS que usted considera que es la mejor del mercado y describa, en el mayor detalle posible, por qué considera que es la mejor.

En las preguntas que siguen no se anotarán las respuestas. Posteriormente, durante el análisis de contenido de la entrevista se identificarán los atributos y beneficios correspondientes

- Piense en la EPS que usted considera que es la menos buena, sin decirme cuál es, describa por favor en el mayor detalle posible, ¿por qué?
- ¿Considera que las características que distinguen a la que para usted es la mejor EPS del mercado se acercan a lo que serían las características de la EPS ideal para sus trabajadores?

Si la respuesta es sí, no hacer la siguiente pregunta. En caso contrario proceder a leer la siguiente pregunta.

- Si no es así, ¿qué características le faltan a la que usted considera la mejor EPS del mercado para ser la EPS ideal?

El entrevistador entregará las tarjetas elaboradas en el punto anterior, y preguntará:

1. ¿Cuál de estas características considera que es la más importante a la hora de elegir una EPS?

Recibe la tarjeta y la marca con el número 1. Y pregunta:

2. De las que le quedan en sus manos, ¿cuál es la más importante?

Recibe la tarjeta y la marca con el número 2. Y pregunta:

3. De las que le quedan en sus manos, ¿cuál es la más importante?

Recibe la tarjeta y la marca con el número 3. Recupera las tarjetas que aún le quedan al entrevistado y las guarda aparte de las tres elegidas.

Tomando las tarjetas con las tres características más importantes proceda a entregarlas, una a la vez, mencionando en voz alta la característica que aparece en la tarjeta que se entrega, en el espacio vacío que aparece en la pregunta.

- ¿Cuál es la EPS que mejor se desempeña en esta característica: _____?
- Al momento del ingreso de un nuevo empleado a su empresa, ¿considera usted que sus empleados tienen los suficientes elementos de juicio a la hora de elegir a que EPS afiliarse? ¿Por qué?
- En caso de que un empleado le pidiera asesoría para tomar esta decisión, ¿qué información le daría?
- ¿Le sugeriría optar por una EPS en especial, según la información que usted como empleador tiene?
- ¿Considera usted que si la empresa le sugiriera al empleado afiliarse a una EPS que usted considere con mayores beneficios, el seguiría el consejo?
- ¿Tiene alguna otra información que quisiera agregar?

ANEXO 3. FICHA TÉCNICA DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

- Entrevistas realizadas: 5
- Promedio de duración de cada entrevista: 45 minutos
- Fecha de las entrevistas: entre abril 20 y mayo 20 de 2009
- Personas entrevistadas:
 - Juan Guillermo Palacio: vicepresidente de recursos humanos de UNE Telecomunicaciones
 - Carlos Humberto Delgado: gerente de recursos humanos de Sumicol S.A, empresa del grupo Corona
 - Mauricio Hernández: jefe del departamento de salud ocupacional y salud industrial de Eurocerámica S.A
 - Diana Giraldo: directora del departamento de recursos humanos de Variadores S.A
 - Jaime Palacio: gerente de recursos humanos de Haceb S.A

ANEXO 4. CUESTIONARIO ESTRUCTURADO FASE CUANTITATIVA

CUESTIONARIO N.º _____

Buenos días (tardes), estamos llevando a cabo un estudio sobre las opiniones que las empresas de la ciudad de Medellín tienen acerca de las EPS. La información que nos pueda otorgar es muy importante y sus respuestas sólo serán utilizadas para propósitos académicos. Le agradecemos por anticipado su colaboración.

Me dice su nombre por favor _____

Empresa _____ Cargo _____ Nit: _____

1. ¿Cuando usted piensa en la Seguridad Social de sus empleados cuál es su principal preocupación? _____
2. En el caso en el que el empleador fuera quien eligiera la EPS a la que estarían afiliados sus empleados, ¿A cuál EPS los afiliaría su empresa?

3. Hablemos ahora de las características asociadas a la decisión de afiliación a una EPS.

3.1 Por favor, de las siguientes características asociadas a la afiliación a una EPS, ¿cuál considera la de mayor importancia al momento de elegir dónde afiliarse?

Señor encuestador, pasar el primer juego de tarjetas, esperar a que la persona elija la primera y separarla del juego. Marcar con el número 1 la elegida, en la columna P3.

3.2 Ahora de las que quedan en su mano, ¿cuál considera la más importante al momento de elegir dónde comprar?

Cuando la persona elija la tarjeta, separarla del juego y colocarla con la tarjeta elegida anteriormente, marcar con un 2 la elegida, en la columna P3. Recuperar las que aún le quedan en la mano

3.3 Por favor, de las siguientes características asociadas con la afiliación a una EPS, ¿cuál considera la de mayor importancia al momento de elegir dónde afiliarse?

Pasar al segundo juego de tarjetas, esperar que la persona elija la primera y separarla del juego y colocarla con las dos elegidas anteriormente. Marcar con el número 1 la elegida, en la columna P3.

3.4 Ahora, de las que quedan en su mano, ¿cuál considera la más importante al momento de elegir dónde afiliarse?

Cuando la persona elija la tarjeta, separarla del juego y colocarla con las tres tarjetas elegidas anteriormente, marcar con un 2 la elegida, en la columna P3. Recuperar las que aún le quedan en la mano.

Entregarle las 6 tarjetas elegidas en las preguntas anteriores al encuestado

4. Por favor, de las siguientes características asociadas a la afiliación a una EPS, ¿cuál considera la de mayor importancia al momento de elegir dónde afiliarse?

Esperar que la persona elija la primera y separarla del juego. Marcar con el número 1 la elegida, en la columna P4 y pasar a la pregunta siguiente.

4.1 Ahora, de las que quedan en su mano, ¿cuál considera la más importante al momento de elegir dónde afiliarse?

Esperar que la persona elija la tarjeta, separarla del juego y colocarla con la tarjeta elegida anteriormente, marcar con un 2 la elegida, en la columna P4. Recuperar las que aún le quedan en la mano.

5. A continuación le voy a leer una serie de características asociadas a la afiliación a una EPS (leer una a una las 4 características más importantes marcadas en la columna P3), por favor indique, ¿cuál de estas EPS (PASAR TARJETA CIRCULAR) considera usted es la mejor respecto a _____ cada una de ellas? (colocar

número 1 en la columna P5), ¿cuál es la segunda mejor? (colocar número 2 en P5) y ¿cuál considera es la siguiente? (colocar número 3 en P5).

P3
Orden Importancia grupo

P4
Las 2 más importantes

P5						
Susalud	Coomeva	Saludcoop	Cafesalud	Salud Total	Cruz Blanca	Nueva EPS

INTRINSECOS



A	Calidad en la atención en la IPS (trato humanizado y atención personalizada)	
B	Acompañamiento en la Pos atención	
C	Cercanía de las IPS a los puntos de trabajo y al hogar	
D	Amplia red de atención	
E	Calidad de los puntos de atención	
F	Calidad de los programas de PYP	
G	Acceso completo y ágil a medicamentos	

EXTRINSECOS



A	Adecuados recursos tecnológicos	
B	Calidad y confiabilidad de los sistemas de información	
C	Medios de comunicación con la EPS (teléfono, página web)	
D	Integración EPS -ARP	
E	Sinergias empresariales	
F	Facilidad para solucionar inconsistencias y hacer trámites	
G	Atención comercial rápida y oportuna	

6. ¿Considera usted que sus empleados tienen información suficiente a la hora de elegir a qué EPS afiliarse?

Marque con una X la opción elegida

SÍ _____ NO _____

7. ¿Con qué frecuencia sus empleados acuden a usted como empleador para obtener información a la hora de elegir a qué EPS afiliarse?

Marque con una X la opción elegida

SIEMPRE _____ (Pase a la pregunta 8)

A VECES _____ (Pase a la pregunta 8)

NUNCA _____ (Pase a la pregunta 9)

8. ¿Qué grado de influencia considera usted que tiene la asesoría brindada a sus empleados para que ellos tomen la decisión de afiliación a una EPS?

Marque con una X y aclare que se refiere al grado de influencia

ALTO _____

MEDIO _____

BAJO _____

NINGUNO _____

PREGUNTAS GENERALES

9. ¿Cuántos empleados directos e indirectos tiene su empresa actualmente? Marque con una X una única respuesta

- a. Menos de 50 ()
- b. Entre 50 y 200 ()
- c. Entre 200 y 300 ()
- d. Más de 300 ()

10. ¿A qué sector económico pertenece su empresa? Marque con una X una única respuesta

- a. Industrial ()
- b. Comercio ()
- c. Financiero ()
- d. Sector salud ()
- e. Otro, ¿cuál? _____ ()

11. ¿Con cuantas EPS trabaja su empresa actualmente? Marque con una X una única respuesta

- a. 1 a 5 EPS ()
- b. 5 a 10 EPS ()
- c. Más de 10 ()

12. ¿Cuál es la EPS con mayor cantidad de empleados en su empresa actualmente?

¿Cuál es la segunda EPS?

Agradezca al encuestado su tiempo, y revise, antes de terminar, que todas las preguntas hayan sido resueltas correctamente.

ANEXO 5. CUADRO DE CONTROL CUESTIONARIO FASE CUANTITATIVA

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	ESCALA NUMÉRICA	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTA PROFORMA
Introducción al tema		Discreta	1	Cuando usted piensa en la Seguridad Social de sus empleados, ¿qué es lo primero que se le viene a la cabeza?	Abierta	
Introducción al tema		Discreta	2	En el caso en el que usted fuera como empleador quien eligiera la EPS a la que estarían afiliados sus empleados, ¿A cuál EPS los afiliaría?	Abierta	
1	Atributos del producto	Discreta	3	En el caso en el que usted fuera como empleador quien eligiera la EPS a la que estarían afiliados sus empleados, ¿cuáles serían las características más importantes para esta elección?	Múltiple selección con múltiple respuesta y abierta	VER CUADRO EN LA ENCUESTA
2	Importancia relativa de los atributos	Discreta	4	De las opciones que acabo de elegir, ¿cuál sería la característica más importante?	Abierta	VER CUADRO EN LA ENCUESTA
3	EPS con mejor desempeño en atributos resaltados como más importantes	Discreta	5	Respecto a la característica _____, ¿cuál considera que es la EPS del mercado que mejor se desempeña en este aspecto?	Abierta	VER CUADRO EN LA ENCUESTA
4	Información de los empleados a la hora de tomar una decisión de afiliación	Discreta	6	¿Considera usted que sus empleados tienen información suficiente a la hora de elegir a que EPS afiliarse?	Múltiple selección con única respuesta	Si - No
	Frecuencia de las oportunidades de influencia	Discreta	7	¿Con qué frecuencia sus empleados acuden a usted para obtener información a la hora de elegir a que EPS afiliarse?	Múltiple selección con única respuesta	Siempre, A veces, Nunca
	Grado de influencia	Discreta	8	¿Qué grado de influencia considera que tiene la asesoría que usted le brinda a sus empleados para que ellos tomen la decisión de afiliación a una EPS?	Múltiple selección con única respuesta	Alto, Medio, Bajo, Ninguno
Información general	No. Empleados	Discreta	9	¿Su empresa tiene cuántos empleados directos e indirectos actualmente?	Múltiple selección con única respuesta	a. Menos de 50 b. Entre 50 y 200 c. Entre 200 y 300 d. Mas de 300
	Sector económico	Discreta	10	¿A que sector económico pertenece su empresa?	Múltiple selección con única respuesta	a. Industrial b. Comercio c. Financiero d. Sector salud
	No. EPS con las que trabaja	Discreta	11	¿Con cuantas EPS trabaja su empresa actualmente?	Múltiple selección con única respuesta	a. 1 a 5 EPS b. 5 a 10 EPS Mas de 10
	EPS con mayor participación	Discreta	12	¿Cuál es la EPS con mayor cantidad de empleados en su empresa actualmente?	Abierta	
		Discreta	13	¿Cual es la segunda EPS con la segunda mayor cantidad de empleados en su empresa actualmente?	Abierta	

ANEXO 6. RECURSOS DISPONIBLES

Esta investigación fue parte de la línea de investigación de Orientación al Mercado del Grupo de Investigación - Estudios en Mercadeo de la Universidad. El director del grupo es el profesor Yaromir Muñoz y de la línea específica en la que se enmarcará esta investigación, están a cargo los investigadores Jaime Baby y Juan Gonzalo Londoño quienes ya vienen adelantando estudios en Valor Percibido por el Consumidor, estos dos investigadores serán los principales colaboradores de este trabajo de grado.

Igualmente dentro de los recursos disponibles se contó con el apoyo del Gerente Regional de Nueva EPS, Álvaro Pérez Vélez.

ANEXO 7. FUENTES DE INFORMACIÓN

La exploración bibliográfica se realizó básicamente en las bases de datos PROQUEST y EBSCO de la biblioteca de la Universidad EAFIT; esta búsqueda se centró en encontrar artículos enfocados al concepto de Valor Percibido por el Consumidor desde el punto de vista de las EPS (Entidades Promotoras de Salud) o su término análogo en el sistema de salud de Estados Unidos y Chile, países referentes de la búsqueda bibliográfica; el primero por ser un país con grandes adelantos en investigación en el campo de la administración, y el segundo por ser el país del cual Colombia homologó su sistema de seguridad social a través de la Ley 100 de 1993.

Esta búsqueda arrojó como resultado que no existen publicaciones o artículos que evidencien estudios del Valor Percibido por el Consumidor, ni su aplicación al sector salud, en el marco Chileno. El enfoque de la mayoría de resultados es norteamericano y se complementa con los estudios realizados por los profesores Jaime Baby y Juan Gonzalo Londoño de la Universidad EAFIT en Colombia y con un artículo consultado en una publicación de origen Inglés con nombre “Marketing Theory”.

Las siguientes fueron las publicaciones que se consultaron y de las que se extractó parte del material que será la base de esta investigación:

1. *Marketing News* (Estados Unidos)
2. *The Healthcare Forum Journal* (Estados Unidos)
3. *International Journal of Health Care Quality Assurance* (Estados Unidos)
4. *Journal of Marketing Research* (Estados Unidos)
5. *The Journal of Services Marketing* (Estados Unidos)
6. *Marketing Business Weekly* (Estados Unidos)
7. *Modern Healthcare* (Estados Unidos)
8. *Marketing Health Services* (Estados Unidos)
9. *Marketing Theory* (Londres)
10. *Journal of Relationship Marketing* (Estados Unidos)
11. *Psychology & Marketing* (Estados Unidos)
12. *Benchmarking* (Estados Unidos)
13. *Nursing Management* (Estados Unidos)

14. *Health Affairs* (Estados Unidos)
15. *PR Newswire* (Estados Unidos)
16. *Journal of Health Care Marketing* (Estados Unidos)

ANEXO 8. LISTADO DE 75 EMPRESAS DE LA MUESTRA ALEATORIA SELECCIONADA

ENCUESTA	ENCUESTADO	CARGO	EMPRESA	ENCUESTADOR
E1	Piedad Ospina	Analista nómina	Landers S.A.	Gloria Aguirre
E2	Isabel Eusse	Auxiliar nómina	Incamental	Gloria Aguirre
E3	Silvia Osorio	Asistente del departamento de personal	Egal S.A.	Gloria Aguirre
E4	Isabel Gil	Coordinadora de salud ocupacional	Tejidos de punto Lindalana	Gloria Aguirre
E5	Juliette Estrada	Secretaria	Recuperar CIA	Gloria Aguirre
E6	Sol Barrera	Auxiliar seguridad social	UPB	Gloria Aguirre
E7	Claudia Bolívar	Asistente	Segurcol	Liliana Alarcón
E8	Gloria Trujillo	Nomina personal	Castipan	Liliana Alarcón
E9	Sandra Ochoa	Coordinador de Recursos Humanos	Inmel	Liliana Alarcón
E10	Jonatan Murcia	Auxiliar Administración	Ingelel	Liliana Alarcón
E11	Carolina Hoyos	Analista nomina	Lemur 700	Liliana Alarcón
E12	Luz Elena Restrepo	Coordinadora Seguridad Social	Textiles Fabricato Tejicondor	Liliana Alarcón
E13	Gloria María Zuluaga	Coordinadora seguridad social	Lidercoop	Milena Ruiz
E14	Juan Fernando Zapata	Auxiliar seguridad social	Empleamos	Milena Ruiz
E15	Beatriz Loaiza	Analista seguridad social	Asindustria	Milena Ruiz
E16	Yolima Pérez	Secretaria recursos humanos	Coonavicol	Milena Ruiz
E17	Viviana Isaza	Analista gestión humana	Emprestor	Diana Cano
E18	Sandra Mejía	Asistente talento humano	Vimarco	Diana Cano
E19	Cesar Ocampo	Analista seguridad social	Servicio Nacional de Chocolates	Diana Cano
E20	Patricia De J. Ramos	Seguridad social	Fiscalía General de la Nación	Diana Cano
E21	Jhoanna Esleny Mesa	Analista nomina	Compañía de galletas Noel	Diana Cano
E22	Fernanda Brakamonte	Secretaria seguridad social	Coopebello	Diana Cano
E23	Jorge Cardona	Nomina personal	TCC	Luis Saldarriaga
E24	Juan F. Álvarez	Analista	Colanta	Luis Saldarriaga
E25	Shirley Lombano	Directora recursos humanos	Colpisos	Luis Saldarriaga
E26	Ángela Arias	Jefe departamento salud ocupacional	Proleche	Luis Saldarriaga
E27	Luis Carlos Ruiz	Salud ocupacional	Tax Individual	Luis Saldarriaga
E28	Cristina Pérez	Auxiliar nomina	Coca Cola	Luis Saldarriaga
E29	Tatiana Gallego	Secretaria	Vigilantes Marítimos	Diana Cano
E30	Natalia Ríos	Analista gestión humana	Domina	Diana Cano
E31	Mónica Estrada	Administrador de personal	Taxiger Ltda.	Gloria Aguirre
E32	Dori Ofir Cardona	Auxiliar nomina	Almacenes Éxito	Sayda Sánchez
E33	Adriana María Restrepo	Analista administración	Universidad Eafit	Sayda Sánchez
E34	María Luisa Ríos	Auxiliar de recursos humanos	Industrias Roca	Gloria Aguirre
E35	Ana María López	Asistente	C.I Expofaro	Gloria Aguirre
E36	Gladis Mora	Analista nomina	Industrias Ceno	Johana Aguilar
E37	Nubia Gómez	Coordinadora Seguridad Social	Universidad de Medellín	Johana Aguilar
E38	Jhon Fredy Velásquez	Gerente administrativo	Agrícolas y forestales	Johana Aguilar
E39	Liliana Mesa	Nomina personal	EPM	Johana Aguilar
E40	Martha Restrepo	Auxiliar Administración	Pintuco	Johana Aguilar

E41	Claudia Castro	Coordinador nomina	Euro cerámica	Johana Aguilar
E42	Ernesto Arango	Directora recursos humanos	Curtimbres Itagüí	Johana Aguilar
E43	Juan Carlos Gómez	Auxiliar nomina	Coltejer	Johana Aguilar
E44	Liseth Restrepo	Coordinador nomina	Sintra empaques	Johana Aguilar
E45	Alexandra Castaño	Auxiliar Administración	Agrícola Santa María	Liliana Alarcón
E46	Elizabeth Cortes	Auxiliar Administración	Cootransmede	Liliana Alarcón
E47	Yina María Perea	Relaciones Laborales	Sumicol	Sayda Sánchez
E48	Ángela María Arango	Director seguridad social	CTA Talento humano	Milena Ruiz
E49	Natalia Patiño	Auxiliar seguridad social	Tax Coopebombas	Milena Ruiz
E50	Catalina Guerra	Auxiliar seguridad social	GANA	Sayda Sánchez
E51	Luis Palomino Ramírez	Auxiliar autoliquidación	Tiempos S.A.	Sayda Sánchez
E52	Gladis Osorno	Coordinador relación laboral	Prever S.A.	Sayda Sánchez
E53	Neisse Rodríguez	Coordinador nomina	C.I. Uniban	Sayda Sánchez
E54	Diana Patricia López	Coordinador nomina	Agrícola Sara Palma S.A.	Sayda Sánchez
E55	Margarita María Rodríguez	Auxiliar gestión humana	Aseo y Sostenimiento	Sayda Sánchez
E56	Olga Lucia Cortes	Auxiliar gestión humana	Cacharrería Bombay S.A.	Sayda Sánchez
E57	Bibiana María Amaya	Auxiliar personal	Almacenes Flamingo S.A.	Sayda Sánchez
E58	Fabio I. Cuartas	Coordinador pago de aportes	Ahora S.A.	Sayda Sánchez
E59	René Álvarez	Seguridad social	Gestionar	Sayda Sánchez
E60	Luis Fernando Vallejo	Seguridad social	Sena	Sayda Sánchez
E61	María Lucia Correa	Seguridad social	Fundación Santa María	Sayda Sánchez
E62	Jesús Emilio Yepes	Coordinador nomina	Procopal	Sayda Sánchez
E63	Heidy Rodríguez	Auxiliar personal	Segurtec	Sayda Sánchez
E64	Araceli Zapata	Auxiliar departamento 1	Bancolombia	Sayda Sánchez
E65	Rocio Sánchez	Nomina personal	Locería Colombiana	Sayda Sánchez
E66	Isabel Cristina Muñoz	Gestión humana	Supermercados EURO	Sayda Sánchez
E67	Gloria Roldan Estrada	Analista nomina	Seguridad Atempí	Sayda Sánchez
E68	Patricia Borges	Dpto. de Gestión Humana	Expertos en Seguridad	Milena Ruiz
E69	Claudia Lozano	Coordinador nomina	Cooperativa Crecer	Milena Ruiz
E70	Gustavo Restrepo	Auxiliar personal	Superficies de Colombia	Milena Ruiz
E71	Lorena García	Auxiliar departamento 1	Comestibles Dan	Milena Ruiz
E72	Milena Ramírez	Nomina personal	Coninsa Ramón H.	Milena Ruiz
E73	Juan Carlos Restrepo	Gestión humana	Transportes Castilla	Milena Ruiz
E74	Juan Carlos Restrepo	Analista nomina	Transportes Medellín	Milena Ruiz
E75	Maria Luisa Estrada	Dpto. de Gestión Humana	Productos Familia	Milena Ruiz