

# TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

## Plan de Comunicación para OSDE

Autor/es:

López Leguizamón, Ana – LU: 1081103

Otero Ibarra, Lucas – LU: 1065932

Vaudagna, Agustina – LU: 1080449

Carrera:

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

Tutor:

Lic. Baro, Marcelo Adrián

Año: 2020

## RESUMEN

Para la realización del presente trabajo, se tomó a OSDE como objeto de estudio, siendo este la primera red de servicios médicos asistenciales de Argentina. El propósito del mismo, es el desarrollo de un plan de comunicación y relaciones públicas para la organización, en base a problemáticas que competen nuestro rubro, las cuales se detallarán en el presente trabajo.

En una primera instancia, se realizó un exhaustivo análisis de la organización, tanto interno como externo, estudiando su historia, modelo de negocio, core business, comunicación interna, situación del mercado, entre otros puntos.

A partir de la información obtenida, se logró identificar y jerarquizar a los stakeholders para un futuro plan de comunicación.

En base a la información situacional obtenida en el trabajo, se arribó a las temáticas y problemáticas inherentes a la profesión. Como corolario, se elaboraron dos campañas de relaciones públicas para solventar estas.

**Palabras claves:** Relaciones Públicas - Análisis interno y externo - FODA Y PESTEL - Análisis situacional - Jerarquización de Públicos - Temáticas Problemáticas de Relaciones Públicas – OSDE

## ABSTRACT

To carry out this work, OSDE was taken as the subject matter. OSDE is the first network of medical assistance services in Argentina. The purpose of this research is the development of a communication and public relations plan for the organization, based on issues that fall within our field and which will be detailed in this work.

In the first instance, an exhaustive analysis of the organization, both internal and external, was conducted, by studying its history, business model, core business, internal communication, and market situation, among other points discussed.

Based on the information obtained, it was possible to identify and rank some stakeholders for a future communication plan.

By relying on the information obtained in the present work, we got issues and problems inherent to the profession. To conclude, two public relations campaigns were developed to solve the aforementioned.

**Keywords:** Public Relations - Internal and external analysis - FODA Y PESTEL - Situational Analysis - Public - Thematics - Public Relations Problems - OSDE

## ÍNDICE

1. Glosario terminológico	5
1.1 Propio de la carrera	5
1.2 Propio del sector	6
2. Introducción	9
3. Presentación y análisis de la organización	10
3.1 Perfil Interno	10
Historia	10
Misión	11
Visión	11
Valores	12
Pensamiento estratégico	12
Isologo e Identidad	12
Servicios	13
Unidades de negocio	16
Cultura organizacional	17
Prestadores	18
Comunidad	18
Sector Público	18
Normas de comportamiento	18
Políticas de la organización	19
Motivación vertical	19
Sistemas y procesos formales e informales	19
Organigrama	20
Croquis o mapa del lugar a donde está inserta la organización	23
Core Business	23
Estrategia genérica	23
Modelo de negocio	24
Notoriedad	24
Beneficios con otras empresas	25
Atributos de identidad	25
Comunicación	25
Sitio web	29
Facebook	31
Instagram	32

---

Youtube	32
Linkedin	33
Aplicaciones Móviles	34
3.2 Perfil Externo (Análisis del Entorno)	35
Nivel Meso	35
Cuota del mercado	36
Información financiera	37
Diamante competitivo	37
5 fuerzas	37
Nivel Macro	39
PESTEL	39
FODA	47
3.3 Stakeholders	48
1. Empleados	48
2. Gobierno	49
3. Clientes	49
4. Medios de Comunicación	49
5. Competencia	50
6. Comunidad	50
7. Prestadores	50
8. Influencers	50
3.4 Descripción	51
3.5 Jerarquización	52
3.6 Públicos prioritarios	52
3.7 Perfilación	52
3.8 Segmentación y nominalización	53
3.10 Problemáticas	54
4. Plan de Comunicación	54
4.1 Objetivo General	54
4.2 Campaña 1: “OSDE en tu casa”	54
Objetivo particular	55
Indicadores de evaluación	55
Estrategias	55
Mensajes clave	55
Tácticas	55

---

Desarrollo de la táctica: Flyer + Video	57
4.3 Campaña 2: “OSDE te cuida”	58
Objetivo Particular	58
Indicador de Evaluación	58
Estrategias	58
Mensajes clave	58
Tácticas	59
Desarrollo de la táctica: Evento	60
Calendarización	64
Presupuesto	65
Conclusión	68
Brief	69
Bibliografía	70
Anexos	76

## 1. Glosario terminológico

### 1.1 Propio de la carrera

**Público** - Sistema estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema, interactúan cara a cara y se comportan como si fueran un solo organismo.<sup>1</sup>

**Stakeholder** - Cualquier grupo o individuo que es afectado o puede afectar el logro de los objetivos de la organización.<sup>2</sup>

**Objetivos** - Un objetivo es un fin que se espera alcanzar mediante la ejecución de alguna acción o serie de acciones, y tendiente a mantener o modificar positivamente una situación inicial dada<sup>3</sup>

**Estrategia** - Son las líneas globales de acción para lograr las metas de la organización.<sup>4</sup>

**PESTEL** - Es un marco de análisis que clasifica las influencias del entorno en las categorías política, económica, social, tecnológica, ecológica y legal, para fijarse en el impacto futuro.<sup>5</sup>

**FODA** - Estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.<sup>6</sup>

**Identidad corporativa** - Creencias compartidas por los empleados de una organización. La forma en que la organización se percibe a sí misma, se comporta y se relaciona con los demás.<sup>7</sup>

**Misión** - Forma parte de la identidad corporativa, de la filosofía. Refiere a la definición del negocio o actividad de la organización. Establece “qué hace” la entidad.<sup>8</sup>

<sup>1</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. “Los Públicos de las Organizaciones”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 69 - 81. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en: <http://www.rodri gobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>

<sup>2</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. “Los Públicos de las Organizaciones”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 69 - 81. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en: <http://www.rodri gobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>

<sup>3</sup> BARO, Marcelo. *Objetivos y Metas*. Presentación PowerPoint. 2019.

<sup>4</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. “De la Identidad a la Comunicación Corporativa”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 19 - 45. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en: <http://www.rodri gobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>

<sup>5</sup> JOHNSON, Gerry, SCHOLER, Kevan y WHITTINGTON, Richard. “El entorno”. En: *Dirección Estratégica*. 7ma edición. Madrid, Pearson, 2006. pp 63 - 113.

<sup>6</sup> THOMPSON, Arthur y STRICKLAND III, Alonso. *Dirección y administración estratégicas*. Ibarra Colado, Patricia (trad.) Delaware: Irwin, 1995, pp 1034, ISBN: 0-201-60107-9.

<sup>7</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. “De la Identidad a la Comunicación Corporativa”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 19 - 45. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en: <http://www.rodri gobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>

<sup>8</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. “De la Identidad a la Comunicación Corporativa”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 19 - 45. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en: <http://www.rodri gobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>

**Visión** - Al igual que la misión, forma parte de la identidad corporativa, de la filosofía. Es donde quiere llegar la empresa.<sup>9</sup>

**Valores** - También forma parte de la identidad corporativa, de la filosofía. Es la perspectiva de futuro de la organización, el objetivo final de la entidad. Con ella, se señala “a dónde quiere llegar”.<sup>10</sup>

**Responsabilidad Social Empresaria** - Actitud responsable de las empresas con todos los grupos de interés, consumidores, proveedores, accionistas, directivos, empleados, estado, comunidad y medio ambiente.<sup>11</sup>

**Sector** - Conjunto de empresas o negocios que se engloban en un área diferenciada dentro de la actividad económica y productiva.<sup>12</sup>

**Industria** - Conjunto de las fábricas de un mismo género o de una misma región<sup>13</sup>

**Mercado** - Conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público.<sup>14</sup>

**Newsletter** - Documento impreso o digital que contiene información acerca de las recientes actividades de una empresa, enviado regularmente a los miembros de la propia organización.<sup>15</sup>

## 1.2 Propio del sector

**Obra Social** - Organizaciones de la seguridad social, financiadas mediante el aporte y la contribución obligatorios, de trabajadores y empleadores –respectivamente–, sujetas a contralor estatal e integradas al Sistema Nacional del Seguro de Salud, cuyos fines son la prestación de

<sup>9</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. “De la Identidad a la Comunicación Corporativa”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 19 - 45. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en:

<http://www.rodri gobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>

<sup>10</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. “De la Identidad a la Comunicación Corporativa”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 19 -45. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en:

<http://www.rodri gobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>

<sup>11</sup> LÓPEZ URRUTIA, Lilimar. *Una Nueva Manera de Hacer Empresa* [online] RRPP Net [consulta: 18-08-2020] Disponible en:

<http://www.rrppnet.com.ar/responsabilidad%20social%20en%20las%20organizaciones.htm#:~:text=La%20RSE%2C%20se%20podr%C3%ADa%20definir,y%20medioambientales%20de%20la%20empresa.>

<sup>12</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA *Definición de Sector*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en:

<https://dle.rae.es/sector>

<sup>13</sup> DEFINICIÓN. *Definición de Industria*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en:

<https://definicion.de/industria>

<sup>14</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA *Definición de Mercado*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en:

<https://dle.rae.es/mercado>

<sup>15</sup> DICCIONARIO DE CAMBRIDGE. *Definición de Newsletter*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en:

<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/newsletter>

servicios de salud y sociales a los beneficiarios, los que tienen la opción de elegir afiliarse a la Entidad que le ha de prestar esos servicios.<sup>16</sup>

**Prepaga** - Instituciones médicas que, encarando una medicina integral y actualizada, caracterizada por un alto nivel científico, cubren un sector importante de la población por su costo accesible, de manera de resumir, en un común denominador, medicina integral moderna y económicamente razonable.<sup>17</sup>

**Prestadores** - Aquellos médicos, sanatorios u hospitales al servicio de OSDE.<sup>18</sup>

**Programa Médico Obligatorio** - Es una canasta básica de prestaciones a través de la cual los beneficiarios tienen derecho a recibir prestaciones médico asistencial. La obra social debe brindar las prestaciones del Programa Médico Obligatorio, o PMO, y otras coberturas obligatorias, sin carencias, preexistencias o exámenes de admisión<sup>19</sup>.

**Triage** - El triage es un sistema de selección y clasificación de pacientes en los servicios de urgencia, basado en sus necesidades terapéuticas y los recursos disponibles. Esto permite una gestión del riesgo clínico para optimizar la atención y la seguridad de las personas.<sup>20</sup>

**Extranet** - Red de telecomunicaciones y teleinformática constituida por una intranet que permita la comunicación con ciertos organismos externos, por ejemplo, clientes o proveedores.<sup>21</sup>

**Ecografías** - Técnica empleada en medicina y que permite la exploración del interior del cuerpo mediante ultrasonidos.<sup>22</sup>

**Tomografía por Emisión de Positrones** - Prueba por imágenes que utiliza un medicamento radioactivo para revelar cómo funcionan los tejidos y órganos.<sup>23</sup>

<sup>16</sup> GARAY, Oscar Ernesto. *Obras Sociales* [online] Ministerio de la Salud. [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <http://www.salud.gob.ar/dels/entradas/obras-sociales>

<sup>17</sup> GARAY, Oscar Ernesto. *La Medicina Prepaga* [online] Ministerio de la Salud. [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <http://www.salud.gob.ar/dels/entradas/la-medicina-prepaga#:~:text=Por%20su%20lado%2C%20la%20ley,de%20prevenci%C3%B3n%2C%20protecci%C3%B3n%2C%20tratamiento%20y>

<sup>18</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [vía mail]. 2020. Disponible en anexos

<sup>19</sup> Argentina.gob.ar. *Cobertura Médica* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.sssalud.gob.ar/index.php?page=pmoprincipal>

<sup>20</sup> MINISTERIO DE SALUD. *COVID: Recomendaciones para la implementación de triage* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: [http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001849cnt-covid-19\\_recomendaciones-implementacion-triage.pdf](http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001849cnt-covid-19_recomendaciones-implementacion-triage.pdf)

<sup>21</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Definición de Extranet*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en: <https://dpej.rae.es/lema/extranet>

<sup>22</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Definición de Ecografía*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en: <https://dle.rae.es/ecograf%C3%ADA>

<sup>23</sup> CLINICA MAYO. *Exploración por tomografía por emisión de positrones* [online] [consulta: 18-08-2020] Disponible en: <https://www.mayoclinic.org/es-es/tests-procedures/pet-scan/about/pac-20385078>



**Medicina Tradicional** - La medicina tradicional es todo el conjunto de conocimientos, aptitudes y prácticas basados en teorías, creencias y experiencias indígenas de las diferentes culturas, sean o no explicables, usados para el mantenimiento de la salud, así como para la prevención, el diagnóstico, la mejora o el tratamiento de enfermedades físicas o mentales.<sup>24</sup>

**Medicina Alternativa** - La "medicina alternativa" hace referencia a un conjunto amplio de prácticas de atención de salud que no forman parte de la propia tradición del país y no están integradas en el sistema sanitario principal.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. *Medicina tradicional: definiciones* [online] [Consulta: 18-08-2020] Disponible en: [https://www.who.int/topics/traditional\\_medicine/definitions/es/](https://www.who.int/topics/traditional_medicine/definitions/es/)

<sup>25</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. *Medicina tradicional: definiciones* [online] [Consulta: 18-08-2020] Disponible en: [https://www.who.int/topics/traditional\\_medicine/definitions/es/](https://www.who.int/topics/traditional_medicine/definitions/es/)

---

## 2. Introducción

El presente documento corresponde al Trabajo Integrador Final de la Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE). El mismo consiste en una investigación detallada, en la cual se detectarán problemáticas para luego crear un plan de comunicación como resolución. Todo esto se llevará a cabo aplicando las herramientas, habilidades y conocimientos teóricos y prácticos que hemos aprehendido durante la carrera universitaria.

El objeto de análisis es la empresa OSDE (Organización de Servicios Directos Empresarios), dedicada a brindar servicios de salud, siendo la primera red de servicios médicos asistenciales de Argentina.

Para un correcto estudio en profundidad, en primer lugar se realizará un estudio sobre su pasado histórico, su misión, visión y valores; así como una indagación en su identidad empresarial, estructura, cultura, unidades de negocio, políticas de comunicación, entre otros aspectos que lleven al más completo conocimiento de OSDE.

Posteriormente, se abordará un análisis del perfil externo a nivel meso y macro, mediante las herramientas de PESTEL y FODA. Es atinado aclarar que de ser relevante, en todos los niveles, se ha tenido en cuenta el contexto de público conocimiento de pandemia (COVID-19) y cuarentena.

A raíz de los resultados obtenidos, el estudio de los públicos y su correspondiente diagnóstico, se identificarán problemáticas con referencia a las Relaciones Públicas.

Una vez establecidas, a modo de respuesta se procederá a elaborar un preciso y detallado plan de comunicación compuesto por dos campañas; planificando objetivos, estrategias, tácticas, calendarización y presupuesto respectivo.

Como el nombre lo expresa, el TIF (Trabajo Integrador Final), busca incorporar todos los conocimientos y habilidades que se han adquirido en las materias del plan de estudio en una misma actividad. Es por esto que a lo largo del presente se ha intentado plasmar, por parte de los estudiantes responsables, la mayor cantidad de herramientas y teorías aprendidas.

### 3. Presentación y análisis de la organización

#### 3.1 Perfil Interno

OSDE (Organización de Servicios Directos Empresarios) fue creada bajo la forma legal de Asociación civil sin fines de lucro. Esto quiere decir que, en caso de existir Superávit en el balance anual, este será destinado a reformas estructurales propias de la organización. Actualmente realiza actividades en toda la Argentina. Tiene sus oficinas centrales (así como su domicilio legal y dirección de la Asociación) en Av. Leandro N. Alem 1067, piso 9, CABA, Argentina.<sup>26</sup>

Existen 37 filiales a nivel nacional, teniendo presencia en 23 provincias. Las filiales poseen Centros de Atención Personalizada en todo el país. Para el año 2018, contaban con 2.220.935 socios quienes podían elegir entre los 139.385 prestadores a nivel nacional.

¿Quiénes pueden asociarse a OSDE? “Aquellas personas que, más allá de su situación laboral (profesionales, empresarios independientes, trabajadores autónomos, amas de casa, entre otros) desean contratar OSDE como socio directo, abonando la cuota mensual, o como socio por empresa o monotributista, derivando los aportes de su obra social”.<sup>27</sup>

En el presente trabajo, la investigación se centrará en la unidad de negocios de OSDE Binario (OSDE) perteneciente a Grupo OSDE.

#### Historia

OSDE<sup>28</sup> inició sus actividades en 1972, ofreciendo a través del sistema nacional de obras sociales, cobertura médica para el personal de ejecutivos de empresas, profesionales independientes y empresarios autónomos. Consolidándose en pocos años como líder en servicios de salud.

En 1991 nació la primera red de servicios médicos asistenciales de Argentina, OSDE Binario, permitiendo a los socios acceder a atención médica en todo el país. Este cambio hizo de OSDE un facilitador del intercambio entre socios y prestadores. Suprimiendo así diversos trámites y autorizaciones para acceder al servicio de forma más directa, es decir se desburocratizó<sup>29</sup>.

<sup>26</sup> OSDE. *Grupo OSDE*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!grupo-OSDE.html>

<sup>27</sup> DILLON, Horacio. *Reporte de Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>

<sup>28</sup> OSDE. *Grupo OSDE*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!grupo-OSDE.html>

<sup>29</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

A medida que OSDE comenzó a crecer, se formó el Grupo OSDE. Se comenzaron a crear nuevas empresas. En 1994 la organización extendió sus actividades al área de previsión, creando Binaria Seguros de Retiro S.A. y Arauca Bit AFJP S.A. (que integró el sistema previsional entre 1994 y 2008).

Junto al desarrollo de los servicios integrales ofrecidos a través de las empresas del Grupo, comenzaron las actividades de la Fundación OSDE, un programa nacido del compromiso social y de la necesidad de generar un espacio para promover la cultura y prevención de la salud.

El Grupo OSDE continuó creciendo, dando lugar a tres nuevas empresas:

1. Interturis S.A.U: compañía de turismo, brindando atención a sus asociados y terceros.
2. Binaria Seguros de Vida S.A: compañía de seguros de vida y de retiro.
3. URG Urgencias: Sistema de urgencias y emergencias médicas de las ciudades de Rosario y Córdoba.

## Misión

“Trabajamos para prestar un servicio ejemplar de salud a través de la mayor red argentina de profesionales sanitarios que, gracias a su calidad humana y profesional, contribuyen a mejorar la vida de las personas.”<sup>30</sup>

OSDE en su misión, comunica su interés por brindar un servicio de máxima calidad a sus clientes a lo largo de todo el país con los prestadores capacitados en su rubro.

## Visión

“Ser la Institución de referencia en la Argentina por su contribución al bienestar de las personas y al bien común”<sup>31</sup>

Aquí OSDE plasma su afán de posicionarse a largo plazo como la institución de preferencia por su servicio de calidad en el país.

<sup>30</sup> OSDE. *Nuestra Misión*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-nuestra-mision.html>

<sup>31</sup> DILLON, Horacio. *Reporte de Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>

## Valores

OSDE está firmemente comprometido con los siguientes valores<sup>32</sup>:

- Cercanía: Priorizamos el trato humano con cada una de las personas con las que nos relacionamos, al mismo tiempo que nos esforzamos por escuchar sus necesidades y actuamos en consecuencia.
- Vocación de respuesta: Nuestra fuerte vocación de servicio nos permite brindar siempre una respuesta satisfactoria a nuestros clientes. La mejor posible: eficaz, ágil y personalizada.
- Solidez: Estamos respaldados por nuestra sólida trayectoria como organización empresarial y sustentados por una red profesionalizada y amplia, presente en todo el territorio argentino.
- Cooperación social: Somos parte activa en la transformación de la sociedad argentina a través del apoyo económico y social que brindamos a nuestros colaboradores y a las comunidades en las que operamos.

La misión, la visión y los valores de OSDE muestran la estrategia que guía a la organización, su razón de ser. Para qué y para quiénes fue creada, así como también por qué hacen lo que hacen y cómo lo llevan a cabo.

## Pensamiento estratégico

El pensamiento estratégico o filosofía organizacional es de tipo centralizada y explícita. Es centralizada ya que todas las áreas que componen la organización comparten la misión, la visión y los valores de la misma. Por otro lado, es explícita ya que en el Campus Osde todos los colaboradores pueden acceder a estos datos. Este sistema, además de brindar al personal información relacionada al desempeño de la empresa y sus objetivos, permite a los empleados participar de cursos de capacitación y charlas.

## Isologo e Identidad

Slogan: “un grupo de personas”



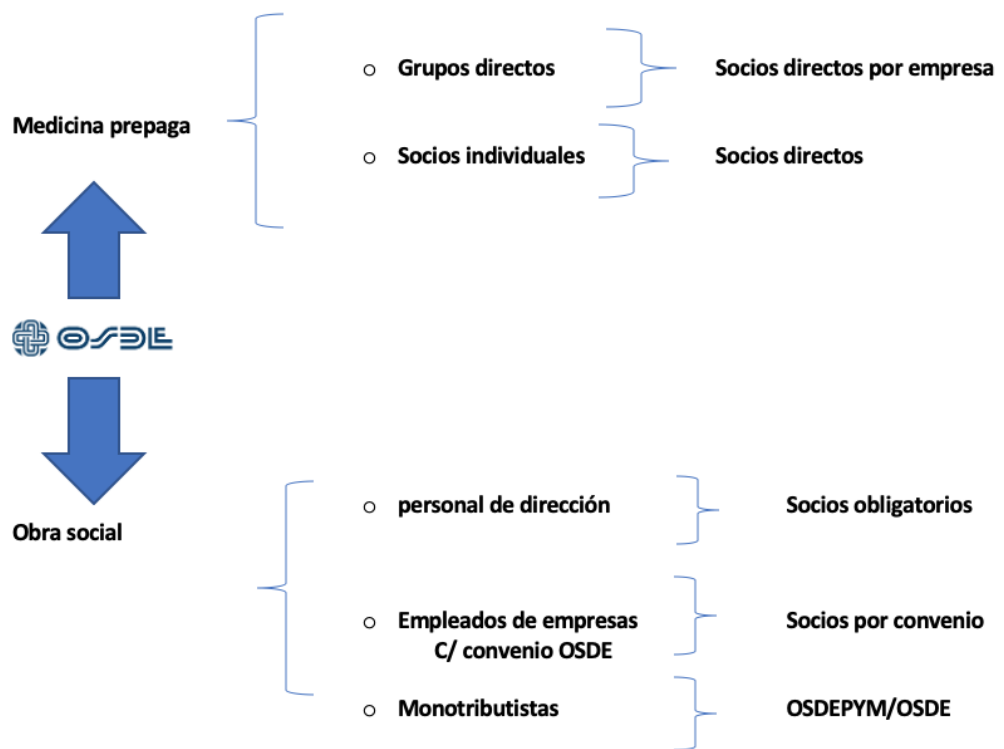
<sup>32</sup> OSDE. *Nuestros Valores*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-nuestra-mision.html>

El isologo está conformado por un símbolo y el nombre de la organización en letra imprenta mayúscula.

El símbolo hace referencia al significado de Binario. La relación entre dos, socios y prestadores. Con el objetivo de generar un vínculo ideal mediante la facilidad burocrática.

En relación a los colores adoptados por OSDE, el predominante es el azul tanto en el isologo, como en su sitio web. Esto hace alusión a la profesionalidad, fuerza y credibilidad.<sup>33</sup>

**Servicios**



La empresa OSDE brinda un servicio único tanto como Obra Social como de Medicina Prepaga.

Dentro de la primera opción de Medicina Prepaga<sup>34</sup>, los Grupos Directos corresponden a cualquier conjunto de personas de una pequeña empresa, quienes deciden afiliarse y reciben beneficios dependiendo de la cantidad de personas. Es pertinente aclarar que estos aportan como Socios Directos por empresa, no como Socios Obligatorios (quienes explicaremos próximamente). El aporte a OSDE lo realiza la empresa, descontando el porcentaje necesario a

<sup>33</sup> PSICOLOGÍA DEL COLOR. *Psicología del color azul oscuro* [online] [consulta: 30-08-2019] Disponible en: <https://www.psicologiadelcolor.es/project/psicologia-del-color-azul-oscuro/>

<sup>34</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

los empleados en su sueldo. Si este porcentaje no es suficiente para acceder, el empleado debe realizar un pago extra para obtener el plan binario.

La segunda opción de recibir OSDE como Medicina Prepaga es a través de Socios Individuales, siendo aquellas personas que deciden ser afiliados individualmente mediante una cuota mensual, que dependerá su monto del plan que este elija.

En resumen, tanto los Grupos Directos como los Socios Individuales, se afiliarán a OSDE como Socios Directos, aquellos que a través de una cuota mensual aportan de manera directa.

Al hablar de OSDE como Obra Social<sup>35</sup>; el personal de dirección, es aquel empleado de rango jerárquico de una determinada empresa, que ingresa siendo socio por empresa. Es decir, sus ingresos son suficientes para realizar el aporte total correspondiente a OSDE, estos son denominados Socios Obligatorios.

Por otro lado, los empleados que realicen aportes a su Obra Social correspondiente al rubro de la empresa, pueden optar por abonar una diferencia para obtener beneficios del plan OSDE que desee, siempre y cuando, su obra social tenga convenio con esta. Así, ingresaría este empleado como Socio por Convenio.

Los monotributistas, al igual que Socios por Convenio, tienen la posibilidad de abonar una diferencia determinada para adquirir un plan Binario, si no realiza ninguna diferencia monetaria, obtienen OSDEPYM (obra social que aglomera a monotributistas, esta brinda el plan 012 de OSDE, cubierto por OSDEPYM).

OSDE brinda un servicio de cobertura médica, en donde se pueden destacar coberturas a (pueden variar según el plan)<sup>36</sup>:

- Atención médica: cobertura médica en todo el país, urgencias y emergencias las 24 hs, los 365 días del año.
- Internación: sanatorios y clínicas contratadas en todo el país. Internaciones psiquiátricas.
- Diagnóstico: estudios de baja, mediana y alta complejidad.
- Cobertura en medicamentos: descuentos en medicamentos y vacunas. Amplia red de farmacias en todo el país.

<sup>35</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

<sup>36</sup> DILLON, Horacio. *Reporte Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 30-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>

- 
- Salud Mental: psicología, psicopedagogía, psiquiatría.
  - Odontología: odontología general, ortodoncia, prótesis odontológicas.
  - Tratamientos auxiliares: flebología, kinesiología, RPG, fonaudiología, foniatría y fisiatría. Rehabilitación cardiovascular.
  - Tratamientos oncológicos.
  - Cirugía refractiva en todos los planes, de acuerdo a la normativa de OSDE.
  - Trasplantes.
  - Maternidad: cobertura integral en la atención del embarazo y el parto. Plan Materno Infantil.
  - Sistema abierto: en todos los planes, se brinda la posibilidad de gestionar reintegros con valores de acuerdo a cada prestación y plan contratado.
  - Ortopedia: prótesis y órtesis.
  - Subsidios: cobertura gratuita por un año, para el grupo familiar primario, en caso de fallecimiento del titular.
  - Algunos planes contemplan: cirugía estética, implantes odontológicos, blanqueamiento dental, cobertura en ópticas y audífonos.
  - Cobertura internacional y servicios en el exterior
  - Discapacidad.
  - Prácticas médicas.
  - Plan Asistencia.

Existen distintos planes y niveles de coberturas<sup>37</sup>, dentro de ellos se encuentra: Plan 210, Plan 310, Plan 410, Plan 450 y Plan 510. También hay categorías especiales como OSDE NEO para socios de 18 a 27 años, y Plan Joven para personas de 28 a 35 años.

---

<sup>37</sup> OSDE. *Servicios y cobertura*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-servicios-cobertura.html>



<b>OSDE 210</b>	<b>OSDE 310</b>	<b>OSDE 410</b>
<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Emergencias las 24 horas.</b></li> <li>Consultas médicas y odontología general.</li> <li>Internación en habitación individual.</li> </ul>	<p>Incluye 210 y además:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Médico a domicilio <b>sin cargo.</b></li> <li>Más sanatorios y profesionales contratados.</li> </ul>	<p>Incluye 310 y además:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Una cirugía estética <b>cada 3 años.</b></li> <li>Ortodoncia sin límite de edad.</li> <li>Implantes odontológicos.</li> </ul>
<a href="#" style="background-color: #00AEEF; color: white; padding: 5px 10px; text-decoration: none;">CONTRATÁ OSDE 210</a>	<a href="#" style="background-color: #00BFC4; color: white; padding: 5px 10px; text-decoration: none;">CONTRATÁ OSDE 310</a>	<a href="#" style="background-color: #808080; color: white; padding: 5px 10px; text-decoration: none;">CONTRATÁ OSDE 410</a>

<b>OSDE 450</b>	<b>OSDE 510</b>
<p>Incluye 410 y además:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Una cirugía estética <b>cada 2 años.</b></li> <li>Blanqueamiento dental.</li> <li>Asistencia al viajero.</li> </ul>	<p>Incluye 450 y además:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Una cirugía estética <b>cada 1 año.</b></li> <li>Internación en habitación preferencial.</li> <li>Máximos valores de reintegros.</li> </ul>
<a href="#" style="background-color: #808080; color: white; padding: 5px 10px; text-decoration: none;">CONTRATÁ OSDE 450</a>	<a href="#" style="background-color: #C4A032; color: white; padding: 5px 10px; text-decoration: none;">CONTRATÁ OSDE 510</a>

En la página web del sitio, se encuentra la cartilla médica con todos los profesionales que son prestadores del servicio, esto sirve para poder investigar, hacer una consulta médica o atenderse.

### Unidades de negocio

Uno de los objetivos principales de Grupo OSDE<sup>38</sup>, a lo largo del tiempo, ha sido acompañar a las personas en distintos momentos de su vida, dándole la oportunidad de ofrecer servicios para cada momento, desde una concepción integral de la salud.

Relacionado a la salud:



<sup>38</sup> OSDE, Grupo OSDE. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!grupo-OSDE.html>

Bienestar y recreación:



Seguros de vida:



Cultura, de la salud y la economía:



### **Cultura organizacional**

OSDE es una organización que pretende construirse sostenida en el trabajo compartido de las personas.

Algunos de los valores y principios universales como la no discriminación, el respeto, la verdad y la equidad de género, entre otros, caracterizan a las personas que trabajan en la organización y son pilares fundamentales para potenciar el desempeño.

OSDE participó como firmante del Pacto Global en temas fundamentales como el respeto a los derechos humanos y el cuidado del medio ambiente, compromiso que hacen extensivo a sus prestadores y proveedores.

Dentro de la organización<sup>39</sup>, se prioriza el buen clima organizacional y un ameno ambiente laboral, privilegiando las relaciones internas de compromiso y colaboración.

<sup>39</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

En cuanto a la protección del medio ambiente, es imprescindible que todos los miembros de la organización sean concientizados sobre el uso responsable de los recursos necesarios para desarrollar las tareas que fueron asignadas, procurando siempre minimizar el impacto ambiental de sus operaciones. Desde el año 2012, OSDE ha decidido aplicar las normas LEED en la construcción de sus instalaciones.

Esto implica que deben separar los residuos generados, aplicar la política de “oficinas sin papeles”, reutilizar materiales recuperables, además de incorporar simples prácticas cotidianas como apagar la luz o el aire acondicionado cuando se retiran de la oficina. Es por este motivo que se dejó de optar por los medios impresos para la comunicación dentro de la oficina.

## Prestadores

La organización adjudica parte de su éxito al trabajo y la alta profesionalidad de los Prestadores.

La relación que mantienen la organización con estos se construye día a día en base a vínculos asentados en el respeto mutuo, en el cumplimiento de las obligaciones asumidas por cada parte y en el trato justo.

## Comunidad

OSDE está altamente comprometido con la comunidad, ya que es un agente social y uno de sus objetivos es crear vínculos cercanos y responsables con las comunidades en las que operan, promoviendo la integración y la mejora de la calidad de vida.

Se preocupan y ocupan de generar distintas actividades tendientes a fomentar el cuidado de la salud, incluso poniéndose a disposición de quienes no pertenecen a esta.

## Sector Público

OSDE, por su propio estatuto social, tiene vedado participar en cuestiones político-partidarias. Se relaciona institucionalmente con los distintos niveles del Sector Público en forma fluida y responsable, con pleno conocimiento y respeto de las normas.

## **Normas de comportamiento**

Actualmente no se exige respetar el código de vestimenta, pero normalmente es acatado. Los altos mandos y médicos habitualmente se visten distintos a los empleados, pero no existe un código específico.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

## **Políticas de la organización**

Dentro de la organización existen los horarios flexibles, sobre todo para los que tienen mayor rango. Estas personas tienen una gran libertad respecto a otros. Por otro lado, los empleados de menor rango tienen una flexibilidad reducida dentro de las 8 horas laborales, es decir, pueden entrar una hora antes para salir más temprano, o llegar tarde y quedarse una hora más.<sup>41</sup>

## **Motivación vertical**

Los empleados dentro de OSDE son motivados de diferentes maneras: existen incentivos monetarios y posibilidad de capacitarse.

Dos veces por año los trabajadores reciben incentivos por metas cumplidas. Estos se dan junto con el aguinaldo, recibiendo una suma del mismo monto. Es decir, si el empleado cumple los objetivos, recibe un sueldo completo extra. Estas metas se fijan en todas las gerencias anualmente.

Por otra parte, existen cursos de capacitación que se dictan permanentemente para todas las áreas.

La comunicación dentro de la organización es otro factor a considerar como una motivación, ya que los empleados de menor jerarquía tienen facilidad de acceso a la comunicación con las autoridades de alto rango.

## **Sistemas y procesos formales e informales**

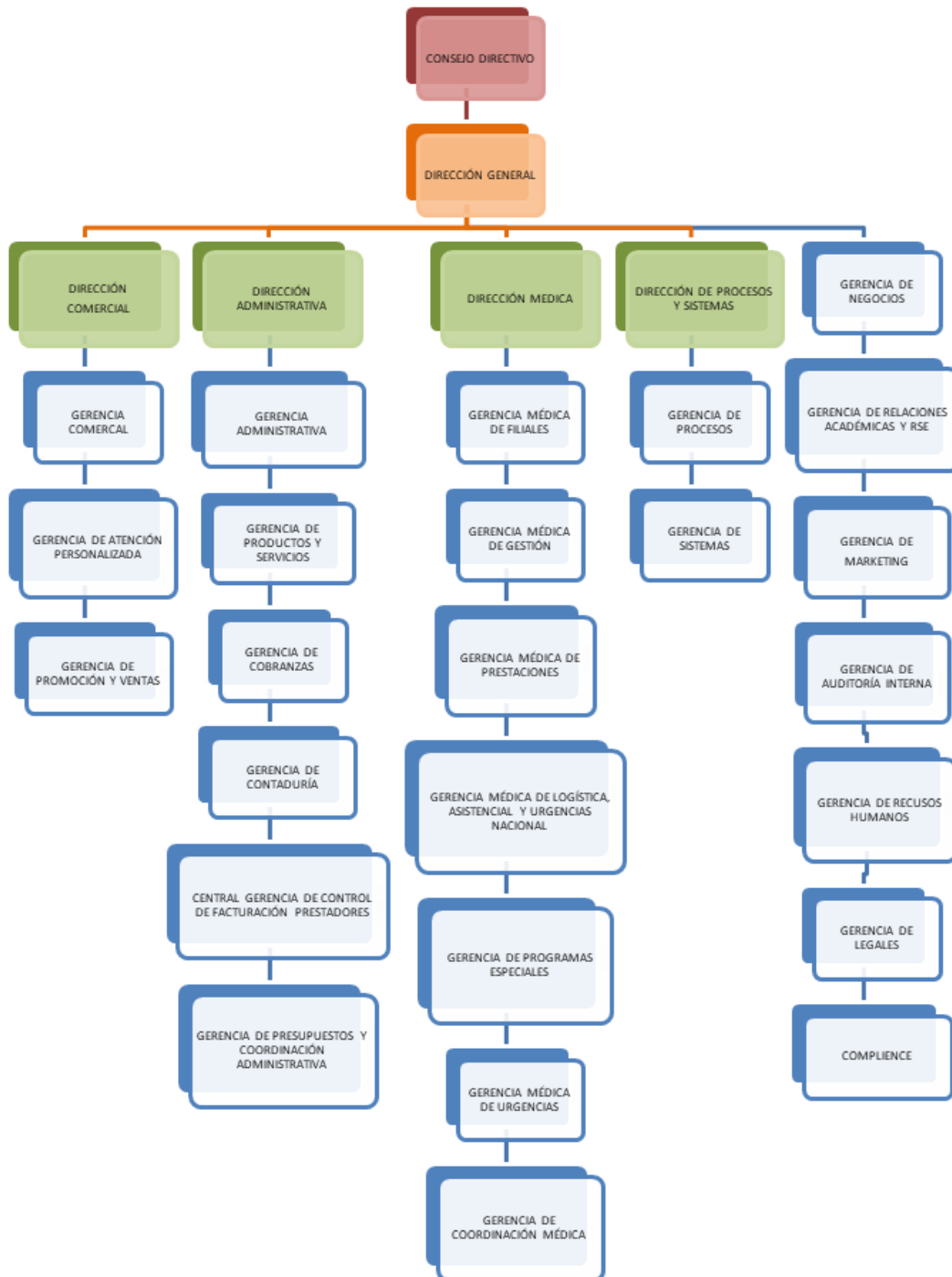
Esta organización, al tener puestos laborales bien definidos, horarios, metas y objetivos, es de tipo burocrática. Dentro de la empresa existe la posibilidad de crecer y desarrollarse como profesional. Al generarse nuevos puestos de trabajo, se prioriza la búsqueda interna de personal para estas vacantes recién mencionadas. En el caso de no encontrar al profesional requerido, se realiza una búsqueda externa.

Algunos empleados de rango medio, se encuentran disconformes no solo con las remuneraciones recibidas sino también por la falta de meritocracia en la organización o la desconfianza en la selección de puestos jerárquicos. Algunos empleados consideran que quienes ocupan los puestos de alto rango no cuentan con las capacidades para llevar a cabo el desempeño de sus funciones.

---

<sup>41</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

## Organigrama



OSDE<sup>42</sup> cuenta con 6854 colaboradores (empleados) en todo el país. En el área metropolitana de Buenos Aires actualmente hay 3384.

OSDE no cuenta con accionistas debido a que es una Asociación Civil sin fines de lucro. Por esta razón, la gestión administrativa está controlada por los representantes de cada una de las filiales. Cada filial tiene como mínimo un representante titular y uno suplente en las Asambleas. Según el reporte social de OSDE de 2018<sup>43</sup>, “La Asamblea de Representantes constituye el supremo órgano estatutario, ya que expresa la voluntad de los afiliados. El Consejo Directivo constituye un cuerpo colegiado encargado de diseñar los rumbos institucionales de la entidad y de designar a los integrantes de la Mesa Ejecutiva, que está a cargo de la dirección y administración. La elección de los miembros de la Asamblea de representantes, del Consejo Directivo y de los de la Comisión Revisora de Cuentas se realiza a través del voto directo y secreto de los asociados titulares”.

Según lo hablado en la entrevista telefónica con Daniel Parlagreco<sup>44</sup>:

La **Dirección General** de la organización está dividida en 4 Direcciones y 7 Gerencias. Estas son: Dirección Administrativa, Dirección Comercial, Dirección de Procesos y Sistemas, Dirección Médica, Gerencia de Legales, Gerencia Médica, Gerencia de Negocios, Gerencia de Auditoría Interna, Gerencia de Recursos Humanos, Gerencia de Marketing, Gerencia de Relaciones Académicas y RSE (responsabilidad social empresarial) y Compliance.

La Gerencia de Urgencias Médicas, correspondiente a la Dirección Médica, y la Dirección de Procesos y Sistemas, cuenta con sus oficinas en la sede de Parque Patricios, ubicada en Av. Caseros 3235. Las Gerencias y Direcciones restantes anteriormente mencionadas, se ubican en la casa central en Av. Leandro N. Alem 1067.

La **Dirección Administrativa**, es la encargada de cobros, facturación y las acciones que competen al flujo de dinero.

Con lo que respecta a la **Dirección Comercial**, refiere a las relaciones y tratos con las empresas, y el manejo de afiliaciones.

Por otro lado, las funciones de la **Dirección de Procesos y Sistemas** es el mantenimiento del sistema operativo de la empresa.

<sup>42</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

<sup>43</sup> DILLON, Horacio. *Reporte Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 30-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>

<sup>44</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

La **Dirección Médica** posee a su vez gerencias internas, tales como la Gerencia Médica de Prestaciones (autorizaciones de órdenes de prestación), la Gerencia Médica de Gestión (contactos, contrataciones y control del accionar de los profesionales y los sanatorios), la Gerencia Médica de Logística, Asistencial y Urgencias Nacional (discapacidad e internación o asistencia domiciliaria), la Gerencia Médica de Urgencias (urgencia domiciliaria, derivaciones, etc), entre otras.

Las tareas de la **Gerencia de Legales** son los juicios y lo que compete a tratos legales.

La **Gerencia de Negocios/Gastos Médicos** se encarga de diseñar los negocios y la evaluación del gasto médico, con el objetivo de medir y evaluar en qué se gasta.

La **Gerencia de Auditoría Interna** realiza, tal como su nombre lo expresa, auditorías de todos los sectores y las distintas filiales. Tiene un enfoque orientado al control de gestión así como también a la evaluación y al análisis de riesgos.

La **Gerencia de Recursos Humanos** lleva a cabo el reclutamiento, selección, contratación, capacitación, administración o gestión del personal.

La **Gerencia de Relaciones Académicas y RSE** (responsabilidad social empresarial) transmite hacia el exterior las preguntas que se puede generar sobre el negocio de OSDE. Anteriormente llamado Relaciones Institucionales. Es el comunicador sobre el funcionamiento de OSDE, encargado de las redes y responder las dudas pertinentes de los medios sobre temas relacionados con la organización. Siendo el intermediario, es la gerencia encargada de las estrategias comunicativas para cumplir la función de comunicador oficial de la empresa. En el mes de julio, OSDE en colaboración con la Fundación realizaron una entrevista con el periodista Carlos Pagni. El moderador, vocero del evento fue el gerente de la misma.

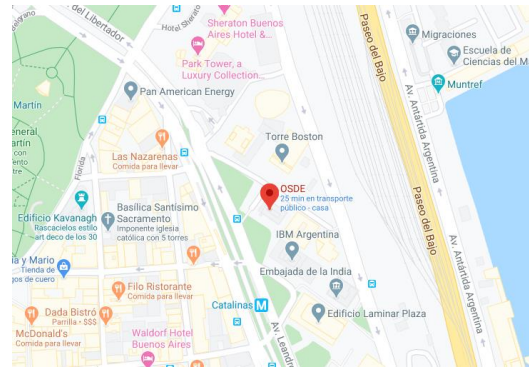
La **Gerencia de Marketing** en los últimos años se ha unificado con la gerencia de Publicidad. Ambas son las encargadas de desarrollar estrategias para explotar las actividades de interacción con públicos potenciales y darle mayor visibilidad a la marca. En ciertas ocasiones trabaja con Prosam y programas especiales, que es el encargado de realizar los contenidos para las campañas de concientización.

Por último, **Compliance** evalúa riesgos empresariales y que la empresa esté judicialmente en regla. Es decir, que el encuadre judicial de la empresa esté acorde a las normas.

## Croquis o mapa del lugar a donde está inserta la organización

La casa matriz de OSDE se encuentra en la calle Av. Leandro N. Alem 1067, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.<sup>45</sup>

Además, la empresa cuenta con los Centros de Atención Personalizados (CAP) donde los afiliados pueden acudir a realizar trámites administrativos. Estos últimos, se encuentran distribuidos a lo largo del país.



## Core Business

Kotler afirma que el core business es la actividad primaria de la organización, donde está puesto el foco. OSDE brinda servicios de cobertura médica en todo el país para sus socios, brindándoles la posibilidad de elegir libremente un plan, para una atención médica acorde a sus necesidades. La fuente del éxito de esta organización es la calidad del servicio brindado. Como se mencionó anteriormente, existen diversos planes que satisfacen la necesidad de cada cliente. Estos planes son 210, 310, 410, 450 y 510; ofreciendo también categorías especiales como Plan Joven y OSDE NEO<sup>46</sup>. El plan que más asociados tiene es el 210, denominado dentro de la organización comúnmente como el “caballito de batalla”.

## Estrategia genérica

Ubicación: OSDE brinda servicios de planes médicos adaptados a la necesidad de cada cliente, por lo que corresponde a una estrategia corriente abajo. También se puede considerar como entre corrientes ya que el servicio brindado es dirigido a un grupo grande de personas.

Diferenciación: OSDE se diferencia por la gran variedad y alta calidad a la hora de brindar servicios médicos, ofreciendo prestadores e instalaciones de primer nivel, con el objetivo de mantener los más altos estándares de calidad en el mercado nacional. Su prestigioso staff médico marca la diferencia respecto al resto de organizaciones del mismo rubro.

<sup>45</sup> GOOGLE MAPS. *Ubicación Osde*. [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://www.google.com/maps/place/OSDE/@-34.5954654,-58.3739796,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x95bccacab18466cb:0x665dd80fc1872c1e!8m2!3d-34.5954654!4d-58.3717856>

<sup>46</sup> OSDE. *Servicios y cobertura*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-servicios-cobertura.html>



Elaboración: La organización posee una estrategia de penetración de mercado porque su servicio, al igual que su rubro, es existente y no varía. Esto quiere decir que, ofrece un servicio en un mercado que ya existe. OSDE busca penetrar en el mercado mediante el incremento de su participación.

## **Modelo de negocio**

Para desarrollar el modelo de negocio de OSDE, se utilizará el modelo de canvas de OsterWalder y Pigneur<sup>47</sup>, que explica 9 factores. Estos son: La relación con los clientes, el Segmento de Mercado, la Propuesta de Valor, los Canales, el Flujo de Ingresos, los Recursos Claves, las Actividades Claves, las Asociaciones Claves y la Estructura de Costes.

OSDE se centra en generar y ofrecer una propuesta de valor, es decir brindando la mejor calidad de los prestadores y los hospitales buscando tener una cartilla médica diferencial con todas las opciones. La organización, se caracteriza por ofrecer una atención al cliente personalizada mediante una línea 0800 en todas las filiales a lo largo del país (9hs a 20hs) o una línea de urgencias las 24 horas, tanto en Argentina como en el extranjero para los afiliados.

Su modelo de negocio no apunta a un nicho particular, sino que cualquiera con la posibilidad económica de poder hacerse socio, puede pertenecer a la prepaga. De todas formas, OSDE tiene hoy en día como objetivo dirigirse a un público joven, aunque esta estrategia cambia día a día. El flujo de ingreso de la organización es por Socios Obligatorios (aquellos cuyas empresas aportan directamente a OSDE), Socios por Convenio (otras obras sociales que tienen convenio con OSDE y le derivan los aportes a esta) y por último los Socios Directos. Para acceder al servicio, se debe completar personalmente en un centro de atención, un formulario de declaración jurada sobre enfermedades preexistentes.

## **Notoriedad**

Se estima que OSDE posee una notoriedad espontánea ya que al ser la organización de medicina prepaga y obra social con más clientes (diferencia de más de 1 millón con el segundo, el cual es Swiss Medical), y una de las más grandes y populares del país, se encuentra entre en las primeras opciones mencionadas de los stakeholders.

---

<sup>47</sup> OSTERWADER, Alexander y PIGNEUR, Yves. “*Generación de Modelos de Negocios*” [online] Barcelona, Deusto, 2010. Disponible en: <https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>

## Beneficios con otras empresas

Osde cuenta con beneficios exclusivos para sus asociados en empresas externas a la organización de todo el país en los rubros de: Actividad Física, Gastronomía, Entretenimiento, Turismo, Librerías, Carreras y Cursos, Yoga y Cuidado Personal.

## Atributos de identidad

Según Paul Capriotti<sup>48</sup> existen dos tipos de atributos: los básicos, aquellos que comparten todas las organizaciones del mismo sector, y los discriminatorios aquellos que hacen que OSDE se diferencie de las demás.

Como atributos básicos podemos identificar a los médicos capacitados, infraestructura médica dividida en planes, auditorías tanto a medicamentos como a prestadores y política de sistema solidario.

Como atributos discriminatorios identificamos la confianza, la calidad del servicio en relación al precio, mejora continua, facilidad burocrática y la política de OSDE (donde sus ganancias son reinvertidas para brindar mejor servicio de salud a sus socios, en mejoras para sus estructuras [CAPS], mayor cobertura de medicamentos de alto costo y nuevas contrataciones para nuevas prestaciones acorde con los avances científicos).

## Comunicación

La **comunicación interna**<sup>49</sup> entre los empleados habitualmente es personal. Asimismo existe la posibilidad de utilizar el e-mail, aunque se prefiere la primera opción, siendo esta directa y rápida. A causa de esto, cualquier empleado tiene acceso al personal de cargos superiores, es decir, no existen barreras en la comunicación.

Si se desea plasmar denuncias sobre problemas internos, se comunica de manera personal, hablando con el sujeto implicado. También se realiza, una vez al año, un encuentro o “meeting”, siendo este un espacio para expresarse libremente sobre una amplia variedad de temas.

La organización por su parte, para brindar información ya no utiliza medios impresos, debido a una política ecológica, salvo casos especiales los cuales no son pertinentes al trabajo. A raíz de esta nueva política, se canalizó la comunicación entre empleados mediante el uso del e-mail. Los correos electrónicos son enviados por las gerencias correspondientes a la información

<sup>48</sup> CAPRIOTTI PERI, Paul. “De la Identidad a la Comunicación Corporativa”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 19 - 45. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en: <http://www.rodri gobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>

<sup>49</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

que se trata. Existe un intranet en OSDE, aunque no es el medio preferencial para el contacto interno.

Todos los colaboradores de la organización, sin importar cargo o filial, reciben de manera matutina vía mail desde la cuenta *prensa@osde.com.ar*, links para poder acceder al clipping diario de noticias. Este informe cuenta con toda la información importante de OSDE, fechas de charlas a cargo de la Fundación OSDE (actualmente estas charlas se dictan vía streaming), desde novedades pertinentes a la medicina, charlas sobre cómo potenciar las redes sociales en el aislamiento, novedades de la comunidad interna, etc. A parte de las noticias sobre la comunidad interna, el colaborador tiene disponible otro informe, *Noticias del día*, donde encontrará notas a diversos diarios online, tales como Clarín.com, Infobae, Página12, entre otros, con las noticias más importante de la fecha sobre medicina a nivel general.

Por otro lado, la comunicación entre sucursales del país, se realiza a través de videoconferencias. También se llevan a cabo reuniones particulares y más reducidas para abarcar distintos temas. En base al contexto actual, la videoconferencia pasó a ser el medio principal de comunicación interna, no sólo entre sucursales de distintas regiones del país, sino también entre las distintas gerencias de la casa matriz de Capital Federal. Para esto no se necesita que los responsables asistan presencialmente a la oficina sino que es flexible a que cada integrante la realice desde su casa. Para un contacto más personal entre empleados, se suele utilizar una vía más informal como es WhatsApp.

Cada uno de los colaboradores de OSDE tiene acceso al sitio web “Campus OSDE” mediante un usuario y contraseña propio. Dentro hay disponible diversas actividades, desde juegos y ocio, charlas recreativas entre distintas sucursales del país o incluso capacitaciones sobre diversos asuntos que OSDE cree importante. Los empleados pueden optar por participar en cursos online de seguridad en caso de incendios, cómo actuar frente a determinadas situaciones de emergencia o el manejo de aplicaciones digitales. Al final de la capacitación, el colaborador deberá realizar un examen para comprobar que haya adquirido la información necesaria.

Dentro del sitio, destinado a uso interno exclusivo, el colaborador sin restricción alguna tiene disponible un apartado denominado “Mis cursos”; en este refleja, medido en porcentaje, el avance de los cursos que esté realizando en ese momento. Otro apartado dentro de esta plataforma online es “Mi Campus”, aquí el empleado podrá obtener información tal como la cantidad de tiempo en horas pasado en el campus, cantidad histórica de cursos finalizados por él, y un ranking en base a estas variables sobre sus colegas. Actualmente hay 7800 colaboradores registrados dentro de la plataforma a lo largo del país. La última pestaña, “Catálogo de cursos”, tiene como objetivo informar sobre los distintos cursos y eventos que se dicten a corto y mediano plazo. Se

puede acceder por *tipo*, como carreras, cursos y eventos (siendo presenciales, estos actualmente no se están dictando debido a la pandemia). Por último, se dividen por categoría, brindando desde cursos de capacitación sobre ADN, comunicación, facturación, liderazgo, cultura, gestión comercial, contenidos médicos, entre otros.

Actualmente, entendiendo que gran mayoría de los empleados se encuentra trabajando de manera remota, se le permite al personal más capacitado en temas de informática brindar capacitaciones sobre cómo ser eficaz y eficiente en el manejo de las aplicaciones del sistema propio de la empresa.

En conclusión, normalmente la comunicación entre los empleados, tanto de la casa matriz de Capital Federal, los centros del área metropolitana, como del resto de las sucursales a lo largo del país, es efectiva; y la información llega en tiempo y forma.

Generalmente, el clima entre los empleados de la organización es bueno, es decir que no suelen existir inconvenientes entre el personal.

Con respecto a la **comunicación externa**<sup>50</sup>, esta está a cargo de la Gerencia de Relaciones Académicas y Responsabilidad Empresarial (RSE) y la Gerencia de Marketing de la empresa, creándose estrategias publicitarias para la televisión, radio, chupetes en vía pública, entre otros. Hoy en día no se opta por los folletos o flyers por una fuerte ideología sustentable por parte de la organización. “Nuestro compromiso con el cuidado del medioambiente requiere de nosotros un uso responsable de los recursos necesarios para desarrollar las tareas que nos fueron asignadas, procurando siempre minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones”.<sup>51</sup>

A partir del 2018, se empezó a implementar un método por el cual el socio podía acceder a una consulta médica remota, comúnmente llamada “Consulta Médica Online”<sup>52</sup>. En ella, el socio desde su hogar, se comunica de manera telefónica con la Mesa Operativa de Urgencias de la Filial Metropolitana, solicitando atención médica. Luego de un triage realizado por el personal del sistema de salud, se selecciona a aquellos pacientes pasibles de acceder a una Consulta Médica Online de acuerdo a la sintomatología informada; solicitando previamente la autorización del mismo para poder llevarla a cabo. Esta Consulta Médica Online (CMO) se realizará con un médico Staff de OSDE (no prestador), por teléfono o videollamada. Luego de la consulta, se analizará si es necesario o no la atención de un médico a domicilio. El servicio está disponible para Clínica Médica y Pediatría.

<sup>50</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [teléfono]. 2020.

<sup>51</sup> OSDE. *Código de Conducta*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/uploads/CodigoDeConducta.pdf>

<sup>52</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [vía mail]. 2020. Disponible en Anexos

Otro de los casos en los cuales se usa la CMO, se presenta cuando hay una sobredemanda de pedidos de atención médica domiciliaria. En estos casos, según la gravedad, se puede reemplazar por una video consulta con un profesional. Además existe un número de WhatsApp para poder realizar Consultas Médicas Online.

A partir de la cuarentena, se comenzaron a hacer las CMO con médicos prestadores. Debido a la emergencia sanitaria, la cual impedía en un primer momento las visitas de pacientes de manera presencial a los consultorios, tanto el prestador como los médicos pertenecientes al staff de OSDE, se les permitió redactar una receta desde su hogar aclarando el apartado “*receta de emergencia COVID-19*”. Una vez finalizada, se envía tanto por mail como vía whatsapp, dependiendo la preferencia del paciente, dándole validez legal para ser presentada por foto en la farmacia. OSDE además posee una app llamada OSDE - CMO (Consulta Médica Online), la cual permite la asistencia médica virtual con posibilidad de video consulta a través de cualquier dispositivo móvil.

Actualmente, debido al contexto de pandemia, la Gerencia de Marketing (encargada de obtener presupuesto y ejecutar campañas) trabaja en conjunto con la Gerencia de Prosam y Programas Especiales (encargada de obtener información pertinente a las campañas), para crear programas de concientización con respecto al COVID-19.

En lo que respecta al sector público “OSDE se relaciona institucionalmente con los distintos niveles del Sector Público en forma fluida y responsable, con pleno conocimiento y respeto de las normas vigentes, asegurando la veracidad y transparencia en nuestras declaraciones o en la información que suministramos.”<sup>53</sup>

La comunicación institucional se gestiona de forma unificada, de acuerdo a los principios de veracidad, transparencia, integridad y confidencialidad.

Dentro de la organización, se cuenta con voceros expresamente autorizados para responder cualquier solicitud de información requerida por personas ajenas al Grupo OSDE o por los medios de comunicación.

OSDE ofrece la herramienta de videollamada entre los prestadores para que la comunicación sea mucho más fluida y clara entre ellos. Se suele utilizar cuando un enfermero se encuentra atendiendo a un socio en un sitio de difícil acceso, sin posibilidad de realizar una consulta médica, este realiza una interconsulta con un médico en otra ubicación dentro del país, para obtener el diagnóstico correspondiente.

---

<sup>53</sup> DILLON, Horacio. *Reporte Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 30-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>

El otro uso de la videollamada entre los prestadores, es con el objetivo de obtener una segunda opinión. Según el Reporte Social, esta “Permite a un médico prestador de OSDE poder realizar una video consulta con un especialista de cualquier parte del país. El principal objetivo de este servicio es resolver dudas diagnósticas o terapéuticas puntuales en forma programada con un especialista ...”.<sup>54</sup>

Previo al contexto de cuarentena, no existía un contacto directo vía videollamada entre socios y prestadores. Hoy en día, la comunicación entre estos, con el objetivo de respetar el aislamiento, se comenzó a dar por videollamadas o mensajería vía WhatsApp. Los clientes deben comunicarse con la central de urgencia correspondiente para ser derivados a un prestador.

En cuanto a la comunicación en el ámbito digital, OSDE publica contenido en las siguientes plataformas:

- Sitio web: [www.osde.com.ar](http://www.osde.com.ar)
- Facebook: <https://www.facebook.com/grupoosdeoficial/>
- Instagram: <https://www.instagram.com/osde/?hl=es-la>
- Youtube: [https://www.youtube.com/channel/UCcsQIO\\_jf2Rd9S3alpSp3xw](https://www.youtube.com/channel/UCcsQIO_jf2Rd9S3alpSp3xw)
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/osde/?originalSubdomain=ar>

#### Sitio web

El sitio web<sup>55</sup> se encuentra únicamente en español. Este está organizado para cada uno de sus públicos con quienes tiene contacto más frecuentemente, siendo estos: Socios, Empresas, Prestadores y Proveedores. En el caso de estos 3 últimos, redirigiendo al usuario a una extranet específica para cada uno.

En el apartado de Socios, se puede visualizar información de interés tanto para los clientes actuales como para los potenciales. El inicio está dividido en 8 secciones (conocé a OSDE, quiero ser socio, información al socio, gestiones online, cartilla médica, salud y bienestar, novedades y contacto). Asimismo, en la parte inferior de la página, se puede encontrar más información dividida en: Sobre OSDE, Empresas/Prestadores e Información Adicional.

Algo a tener en cuenta es que el sitio posee con un chat virtual, y además se puede encontrar un buscador en la parte superior derecha para ayudar al internauta a hallar lo que busca con más facilidad.

<sup>54</sup> DILLON, Horacio. *Reporte Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 30-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>

<sup>55</sup> OSDE. *Home*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!homepage.html>

**Conocé a OSDE<sup>56</sup>:** En este apartado se encuentra la historia del Grupo OSDE, a qué se dedica, el código de conducta de la organización y el reporte social 2016-2018.

**Quiero ser socio<sup>57</sup>:** En esta sección en particular, el sitio te redirige a <https://asociarmeaosde.com.ar/> en donde el usuario puede completar un formulario para obtener una cotización y evaluar qué plan se adecúa mejor a sus necesidades.

**Información al socio<sup>58</sup>:** En este caso, el sitio muestra información valiosa para quienes ya están asociados a algún plan de la empresa, como por ejemplo los servicios y coberturas y cómo utilizar el servicio.

**Gestiones online<sup>59</sup>:** La persona debe ingresar a esta pestaña con usuario y contraseña, el cual se solicita ingresando el número de documento y el número correspondiente de socio. En este apartado, se tiene la posibilidad de visualizar la cartilla online con los prestadores activos, ordenados por especialidad, cercanía o específicamente buscar el nombre si así se desea. Una vez emitido el turno, se podrá gestionar el mismo desde el apartado “Mis turnos”, donde detalla la fecha, la hora, dirección y el profesional a cargo de la consulta. Actualmente existen 600.000 usuarios que realizan trámites online. Este número equivale a un 27,2% de los socios.

**Cartilla médica<sup>60</sup>:** Como el nombre lo indica, en esta sección encontraremos la cartilla médica tanto de profesionales como de sanatorios y farmacias que trabajan con OSDE.

**Salud y Bienestar<sup>61</sup>:** En este apartado, el usuario puede encontrar información médica de interés. En estos tiempos en donde las noticias relacionadas al Covid-19 abundan y se pueden encontrar muchas fake news, OSDE ha utilizado esta parte de su sitio para brindar contenido de calidad y verídico.

**Novedades<sup>62</sup>:** En Novedades, se pueden ver las últimas actualizaciones y remodelaciones que ha estado haciendo OSDE.

**Contacto<sup>63</sup>:** En esta parte del sitio, el usuario puede obtener los números telefónicos de la compañía y encontrar los centros de atención más cercanos a su ubicación.

<sup>56</sup> OSDE. *Conocé a OSDE*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!conozca-osde.html>

<sup>57</sup> OSDE. *Asociarme a OSDE*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://asociarmeaosde.com.ar/>

<sup>58</sup> OSDE. *Información al socio*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-atencion-al-socio.html>

<sup>59</sup> OSDE. *Gestiones online*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-atencion-al-socio.html?urlRedireccion=#!tramites-en-linea.html>

<sup>60</sup> OSDE. *Cartilla Médica*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!cartilla.html>

<sup>61</sup> OSDE. *Salud y Bienestar* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!salud-y-bienestar.html>

<sup>62</sup> OSDE. *Novedades*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-novedades.html>

<sup>63</sup> OSDE. *Contacto*. [online]. [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-contactenos.html>

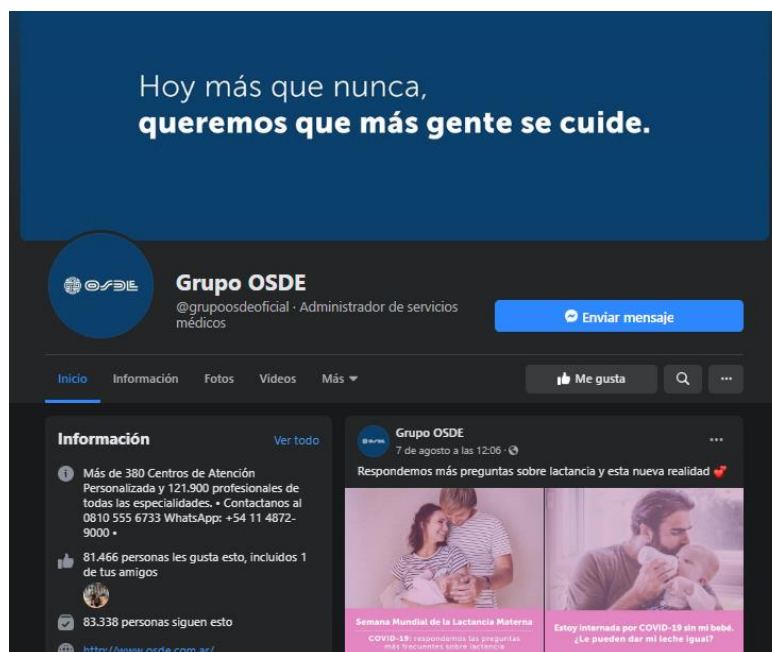




Facebook

La página de Facebook<sup>64</sup> cuenta con 81.465 de me gustas y 83.338 de seguidores.

En relación a su contenido, OSDE utiliza esta red social posteando diariamente para contestar preguntas sobre determinados temas médicos, dar a conocer sus aplicaciones móviles, difundir noticias redirigiendo al usuario a su apartado de Salud y Bienestar del sitio web y para promocionar su contenido en otras redes sociales como YouTube.



<sup>64</sup> FACEBOOK. *Página de OSDE*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-contactenos.html>



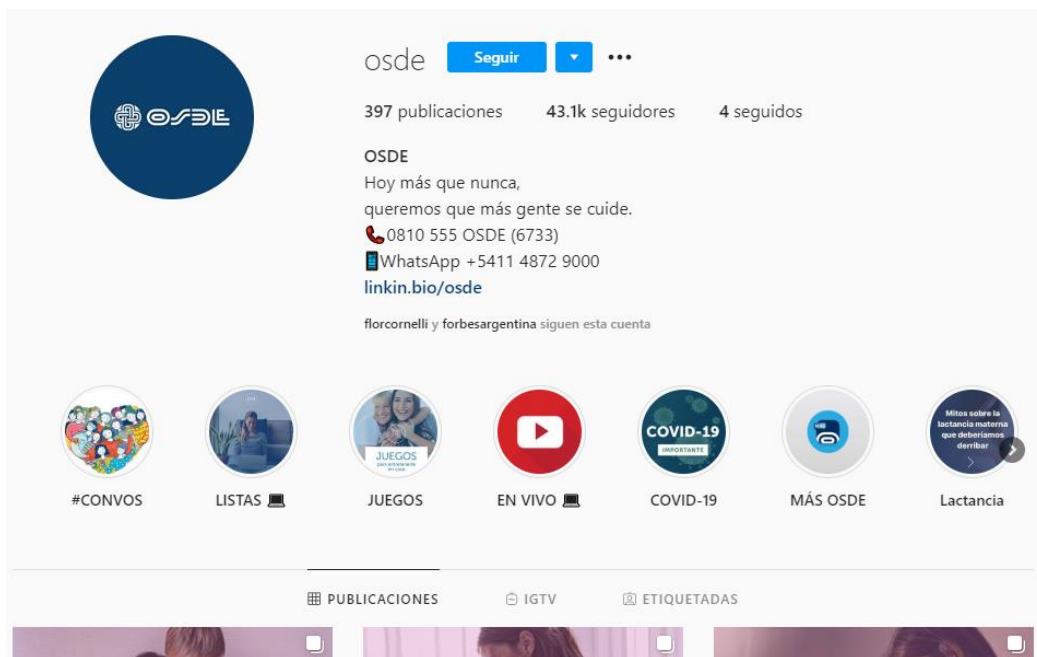
Instagram

El Instagram<sup>65</sup> de OSDE tiene 41.100 seguidores, siguiendo sólo a 4 cuentas (@urg\_urgencias, @fundacionosde @osdeneo y @interturis).

En cuanto al contenido que se publica, al igual que Facebook, en los posteos podemos encontrar información médica, publicaciones en otras redes sociales y novedades sobre sus apps. Un detalle a destacar es que todas sus imágenes poseen el logo de la empresa y, si bien tiene algunas excepciones, en la mayoría de sus posteos se utilizan los colores institucionales.

Con respecto a las historias destacadas, se puede encontrar información sobre sus videos en Youtube, juegos, información médica de interés y datos de la empresa.

OSDE además, cuenta con contenido en IGTV, en donde ofrece el espacio a profesionales especializados en determinadas ramas de la medicina para informar acerca de un tema en particular.



Youtube

Su canal de Youtube<sup>66</sup> fue creado el 15 de enero de 2013 y cuenta con 37.800 suscriptores.

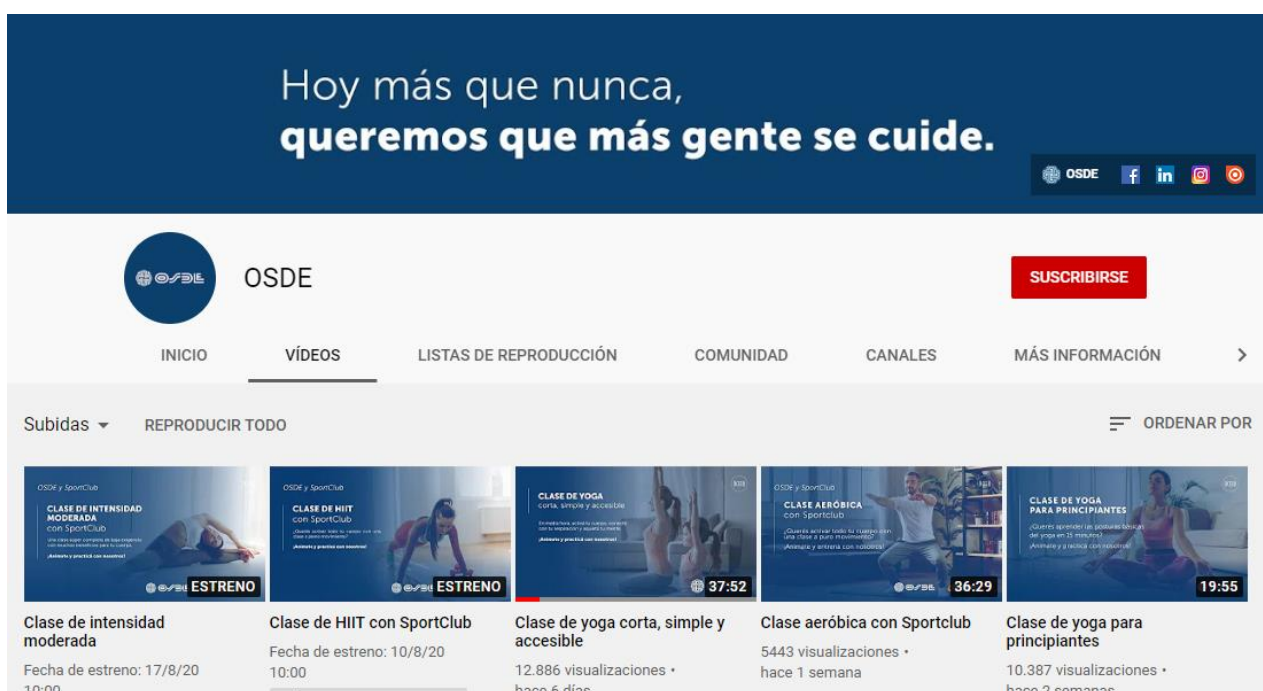
OSDE publica un video por semana y ya podemos encontrar más de 150 en su canal, divididos en 20 listas de reproducción.

En cuanto a su contenido, OSDE publica videos de una duración promedio de una hora sobre salud, nutrición y clases de yoga, hiit, stretching, etc.

<sup>65</sup> INSTAGRAM. Cuenta de OSDE. [online][consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.instagram.com/osde/?hl=es-la>

<sup>66</sup> YOUTUBE. Cuenta de OSDE. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: [https://www.youtube.com/channel/UCcsQIO\\_jf2Rd9S3alpSp3xw](https://www.youtube.com/channel/UCcsQIO_jf2Rd9S3alpSp3xw)

Podemos observar que los videos, sobre todo se centran en dar a conocer la alianza que posee con la cadena de gimnasios Sport Club. Esta misma nació como una idea original de la Gerencia Comercial de la organización, donde se buscaba fidelizar al socio más joven y cambiar la imagen de la misma. El objetivo era darle un valor agregado a la credencial, obteniendo beneficios en el establecimiento. Se buscaba que no sólo se utilizara debido a enfermedades o cuestiones negativas, sino en momentos de plena salud o incluso ocio. Como se comentaba anteriormente, esta campaña está destinada a los socios jóvenes, por lo tanto, debido a la situación actual de imposibilidad de concurrir de manera presencial al gimnasio, tanto OSDE como Sport Club, trabajan en conjunto para realizar clases recreativas y especializadas en aeróbica y musculación vía streaming en YouTube.

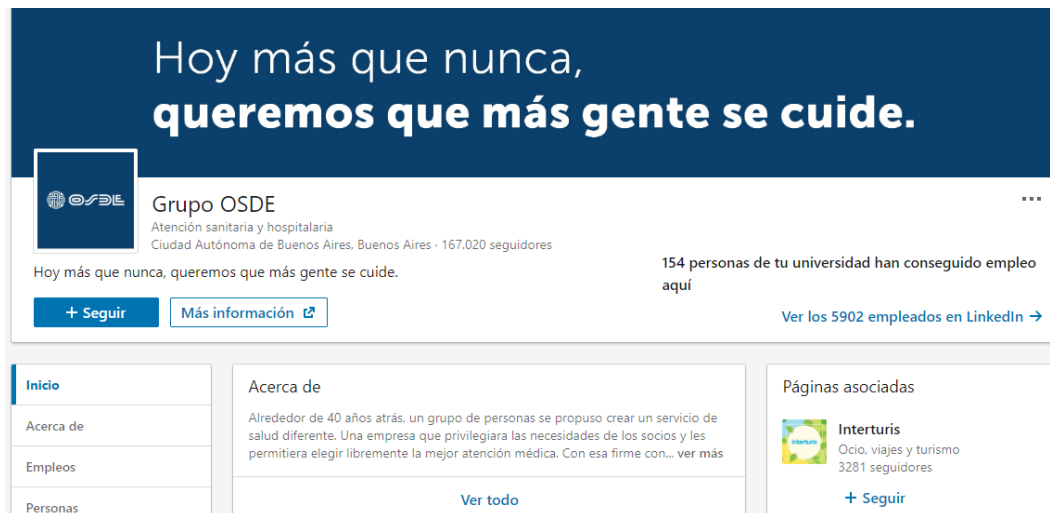


### Linkedin

En el perfil de LinkedIn<sup>67</sup>, OSDE tiene 5.902 empleados asociados a su cuenta y 167.020 seguidores.

El contenido que se presenta en esta plataforma, está íntimamente relacionado con su contenido de Facebook e Instagram.

<sup>67</sup> LINKEDIN. Cuenta de OSDE. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.linkedin.com/company/osde?originalSubdomain=ar>



Sobre todo en Instagram y en Facebook, sus posts se centran en comunicar la campaña que se ha implementado hace 2 años de “Queremos que más gente se cuide”. Esta consiste en más de 600 actividades de prevención para la comunidad. Esta busca la concientización en temas como la lucha contra el tabaquismo, el alcoholismo, la diabetes, la obesidad, entre otros. La organización opta por la comunicación de estas en medios audiovisuales, por lo tanto se pueden observar chupetes con las palabras “Queremos que más gente se cuide”, o en el caso de los medios digitales, posts semanales con información importante para los cibernautas. Debido al contexto de pandemia, esta se adaptó a “Hoy más que nunca, queremos que más gente se cuide”. Dentro de esta temática, los posts están centrados en llevar a la comunidad las respuestas a las preguntas más frecuentes sobre temas pertinentes al COVID-19.

### Aplicaciones Móviles

OSDE cuenta con 8 aplicaciones propias de la empresa:

1. **Credencial Digital OSDE:** Brinda la posibilidad de generar tu credencial definitiva en formato digital de manera inmediata, se puede utilizar dentro de las 24 horas y es offline. La misma se puede presentar en farmacias y a la red de profesionales de la salud.
2. **OSDE Móvil:** Brinda la posibilidad de generar la Credencial Provisional Móvil de manera inmediata. Permite contar con acceso directo a teléfonos de urgencias y consultar la ubicación de un Centro de Atención Personalizada (CAP).
3. **OSDE - Consulta Médica Online (CMO):** Permite a la organización ofrecer a sus socios una asistencia médica virtual a través de cualquier dispositivo.
4. **Más OSDE:** Programa de beneficios para socios que permite acceder a ofertas de descuentos en varios rubros.
5. **Monitoreo Domiciliario:** Permite realizar un seguimiento de tus síntomas luego de la consulta junto a un médico profesional.

6. **Prestadores OSDE:** Es un canal especialmente pensado para los prestadores de OSDE, con el objetivo de fortalecer la comunicación y brindar la funcionalidad e información necesaria para la gestión de forma ágil y sencilla.
7. **OSDE Orientación Online:** Aplicación que ofrece a los socios un canal de atención, al momento de una entrevista de orientación psicoanalítica.
8. **OSDE - Unidad de Asistencia Remota (UAR):** Permite que las empresas ubicadas en zonas geográficas de difícil acceso reciban atención médica especializada y asesoramiento calificado en forma inmediata, las 24 horas del día, los 365 días del año, a través de cualquier dispositivo móvil.

### 3.2 Perfil Externo (Análisis del Entorno)

#### **Nivel Meso**

Se considera que OSDE es una obra social, la cual, como se explicó anteriormente, “brinda un servicio de cobertura médica...”, se determinó que está inserta en el **sector terciario**. Con respecto a esta **industria**, la empresa se encuentra dentro de la **Salud** en la cual actualmente, existen varias cámaras que representan a los profesionales y las empresas que participan en el sector. Una de las más importantes es la Cámara Argentina de Empresas y Salud, quienes “Por medio de nuestros servicios, dotamos a las empresas de salud de las modernas herramientas que requiere hoy la gestión empresarial para mejorar la calidad, disminuir los costos y satisfacer al usuario.”<sup>68</sup>

Según la investigación<sup>69</sup> realizada por el presidente de la Asociación Civil de Actividades Médicas Integradas (ACAMI), Hugo Magonza, el 52% de la población posee cobertura médica a través de una obra social; el 34%, accede a una atención médica mediante el sistema público sanitario; y el 14% restante, por la medicina privada (entre ellos, se encuentran quienes triangulan sus aportes dirigidos a las obras sociales).

La Industria de la Salud y sus correspondientes empresas conforman un universo bastante heterogéneo. Según la consultora Claves<sup>70</sup>, existen ocho organizaciones financiadoras que albergan el 70% de los afiliados: OSDE, Swiss Medical, Galeno, Omint, Medicus, Medifé, Sancor Salud y el Hospital Italiano. Por otro lado, una parte importante de estas grandes entidades es que

<sup>68</sup> CÁMARA ARGENTINA DE EMPRESAS DE LA SALUD. *Quiénes somos* [online] [Consulta: 30-08-2019] Disponible en: <http://www.caes.com.ar/index.php/institucional/quienes-somos>

<sup>69</sup> STANG, Silvia. *Prepagas y clínicas: cómo está hoy el sector privado de la salud, que atiende a dos tercios de la población* [online]. La Nación. [consulta 15-08-2020]. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/coronavirus-como-esta-sector-privado-salud-cuales-nid2350385>

<sup>70</sup> STANG, Silvia. *Prepagas y clínicas: cómo está hoy el sector privado de la salud, que atiende a dos tercios de la población* [online]. La Nación. [consulta 15-08-2020]. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/coronavirus-como-esta-sector-privado-salud-cuales-nid2350385>

son además prestadoras, lo cual implica que gozan de centros médicos, clínicas u hospitales propios.

**Tabla 3: Principales EMP según cantidad de afiliados (2019)**

Ranking	Institución	Cápitas	% sobre cobertura total	Cobertura acumulada	Cantidad de Prestadores en cartilla (aprox.)*
1	Osde	2.200.000	34,8%	34,8%	180.000
2	Swiss Medical	1.000.000	15,8%	50,7%	20.000
3	Galeno	750.000	11,9%	62,5%	68.000
4	Sancor Salud	460.000	7,3%	69,8%	152.000
5	Omint	320.000	5,1%	74,9%	10.000
6	Medicus	240.000	3,8%	78,7%	12.000
7	Accord Salud (UPCN)	190.000	3,0%	81,7%	10.000
8	Medife (ASE)	300.000	4,7%	86,4%	12.000
9	Hospital Italiano	160.000	2,5%	89,0%	2.000
10	Hospital Británico	42.000	0,7%	89,6%	
11	Hospital Alemán	54.000	0,9%	90,5%	
	<i>Resto de las EMP</i>	<i>600.000</i>	<i>9,5%</i>	<i>100%</i>	
	<b>Total EMP</b>	<b>6.316.000</b>	<b>100%</b>		

Fuente: en base al sitio web "miobrasocial.com" y a la declaración en SuSS (julio 2018).

\*<http://www.miobrasocial.com.ar/categoria/medicina-prepaga/> (Fecha de consulta: 8-10-2019)

### Cuota del mercado

OSDE es la organización de medicina prepaga y obra social con mayor cantidad de afiliados de la industria local, con aproximadamente dos millones de estos, siguiendo Swiss Medical con poco más de un millón.

Tuvo un superávit de 2 o 3 puntos porcentuales en sus balances anuales durante los pasados años, siempre reinvertidos en la ampliación y/o mejoras en el patrimonio y la cobertura médica.

Esta situación se fue modificando, fundamentalmente por la promulgación de leyes como “Ley de enfermedades crónicas”, “Ley de fertilización asistida”, “Ley de identidad de género”, “Ley de regulación de medicina prepaga” o “Ley de cobertura a la intolerancia a la leche de vaca, pasado el año de vida”. El costo que significa el cumplimiento y financiación de estas, llevó a la disminución del superávit. En resumen, el balance de OSDE del 2018 es de -1.<sup>71</sup>

<sup>71</sup> DILLON, Horacio. *Reporte Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>

Información financiera

Según el reporte Social del 2018<sup>72</sup> brindado por OSDE, la empresa aumentó sus egresos en todos los aspectos analizados, tales como aportes, prestaciones farmacéuticas, odontológicas, gastos de administración, etc.

	2017	2018
Recursos netos por aportes, contribuciones y cuotas	63.771.537.485	82.719.112.740
Egresos por prestaciones médico-asistenciales contratadas	42.662.745.967	54.021.395.924
Egresos por prestaciones farmacéuticas contratadas	9.106.270.492	11.716.023.434
Egresos por prestaciones odontológicas contratadas	2.496.825.700	3.094.958.574
Egresos por otras prestaciones sociales contratadas	3.776.778.964	5.244.086.143
Gastos de administración	4.376.678.543	5.131.661.416
Egresos por servicios de asesoramiento y atención al afiliado	1.939.729.212	2.251.893.246

Diamante competitivo

La teoría de Diamante competitivo no aplica en la organización OSDE ni a la industria para el análisis.

5 fuerzas

1. **Nuevos entrantes:** OSDE cuenta con una política de ofrecer en su cartilla médica una gran variedad de prestadores capacitados en sus respectivas especialidades. Esto genera beneficios en los socios, brindándole la libertad de elegir según su preferencia y comodidad. No obstante, OSDE es fiel a su misión “*Trabajamos para prestar un servicio ejemplar de salud...*” y visión “*Ser la Institución de referencia en la Argentina..*”. En ambos apartados deja claro su anhelo por la excelencia en el servicio a brindar y convertirse en la preferencia de los argentinos. Es por esto que a pesar de contar con una economía de escala, OSDE opta por realizar una selección rigurosa sobre la contratación de sus prestadores, enfocándose en su currículum, con el objetivo de ofrecerle a sus más de 2 millones de socios únicamente servicios médicos de primer nivel.

Es necesario contar con una gran cantidad de capital o accionistas para la creación de una nueva organización de medicina prepaga privada. Asimismo, se debe cubrir todos

<sup>72</sup> DILLON, Horacio. *Reporte Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>



los requisitos del Programa Médico Obligatorio<sup>73</sup>. Este último refiere al deber que tienen las nuevas empresas que ingresan a este rubro de cubrir una serie de determinadas enfermedades y/o drogas que el gobierno dispone como requisito desde el punto de vista médico, además de otros administrativos. Por otro lado, debido a la situación económica del país de público conocimiento, se analiza crear planes de menor valor que cubran parcialmente el PMO.

A causa del gran costo de los medicamentos, es muy difícil cubrir la totalidad del programa en mención, un ejemplo de esto es el medicamento Spin Raza (nombre comercial) para la atrofia medular espinal, con un costo anual de aproximadamente 800 mil dólares por cada paciente, siendo esta una droga obligatoria de cubrir. Así como esta, permanentemente ingresan nuevas drogas de alto valor al PMO.

En cuanto a los médicos prestadores no existe una lealtad exclusiva, sino que estos pueden trabajar para otras empresas de la competencia.

2. **Proveedores:** En este caso, nos enfocaremos en los proveedores del servicio de la salud. Es por esto, que tomaremos a los prestadores como los proveedores. Ellos son parte fundamental para que la empresa funcione y se destaque. Suministran insumos médicos tales como las herramientas pertinentes para la correcta atención de los pacientes. Los prestadores resultan de suma importancia para llevar a cabo las tareas de OSDE.

Sin embargo, los prestadores no concentran el poder, ya que, por ejemplo, los valores de los honorarios, son previamente acordados durante la contratación de los mismos. Impidiéndole a estos cobrar aranceles diferenciados o extras a los pactados.

Existen determinadas prácticas fuera del contrato que pueden ser cobradas de manera particular por el profesional, sin perjuicio de la relación contractual con OSDE. En este caso, el paciente deberá abonar la totalidad del servicio, solicitando posteriormente el reintegro de acuerdo al plan binario que posea.

3. **Poder de los clientes:** Los clientes pueden tener un cierto poder sobre las obras sociales/prepagas, donde su descontento puede llevar a desafiliarse de las mismas. Sin embargo este no es muy significativo, ya que al ser una gran cantidad de clientes, las bajas individuales o esporádicas no afectan al funcionamiento de OSDE. Asimismo el poder que estos poseen no llega a ser tan fuerte como para poder imponer un determinado precio a la cuota mensual o pedir el descenso de la misma.

4. **Productos sustitutos:** Existen diferentes tipos de servicios de salud entre los que los clientes pueden elegir dentro del país. No solo existen otras prepagas u obras sociales que

---

<sup>73</sup> GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. *Orientación al Beneficiario*. [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://www.sssalud.gob.ar/index.php?page=pmoprincipal>

brindan un servicio similar, sino que también los ciudadanos tienen la posibilidad de optar por la salud pública gratuita brindada en hospitales a lo largo de toda la región. Además existen medicinas alternativas, que aunque no es lo más común, pueden ser escogidas en lugar de la medicina tradicional.

Salvo que hayan tenido una mala experiencia con la misma o se les dificulte económicamente el pago de la cuota, generalmente los clientes no suelen cambiar de prepaga u obra social una vez que están en ella.

5. **Rivalidad entre los competidores:** A nivel local, existe una gran cantidad de competidores en el mercado, algunos ejemplos son Medicus, Swiss Medical, Galeno, entre otros. Aunque existe bastante competencia, OSDE es elegida, como se dijo anteriormente, por aproximadamente 2 millones de afiliados.

En conclusión, debido a la situación económica y regulaciones políticas del país, a pesar de crearse nuevas organizaciones dedicadas a la medicina privada, es difícil competir en el mercado y convertirse en una amenaza para OSDE o para la industria en general.

## Nivel Macro

### PESTEL

#### *Político*

Programa Hemofilia A Severa: El gobierno modificó en el año 2019, un programa en el cual en vez de reintegrar a la obra social un porcentaje del costo de la medicación de pacientes que sufren de Hemofilia, se le proveerá al paciente dicho medicamento, una vez que se inscriba al programa y cumpla con los requisitos del mismo (requisitos específicos de medicina). Para aquellos que estén en el listado de quienes cumplen con las condiciones y cuentan con los requisitos, las obras sociales enviarán este a la Superintendencia de Salud para que puedan inscribirse.<sup>74</sup>

Esto, repercute directamente en OSDE ya que el gobierno provee el medicamento al afiliado, permitiéndole a las organizaciones el ahorro del costo de dicha medicación.

Vacuna Oxford contra COVID-19: El 14 de agosto del 2020 se dio a conocer que el laboratorio argentino *mAbxience* producirá la sustancia activa de la vacuna. La *Fundación Slim* firmó un acuerdo, donde se comprometió a donar una suma millonaria para la fabricación de la

<sup>74</sup> GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. *Programa Compra Conjunta Medicamento Factor VIII para la hemofilia A severa* [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/programa-compra-conjunta-medicamento-factor-viii-para-la-hemofilia-severa>



misma, con *AstraZeneca* (farmacéutica de Inglaterra) para financiar la producción de la vacuna para América Latina. La farmacéutica británica se arriesgó a empezar a fabricar la vacuna pendiente de superar los últimos ensayos clínicos.

Esto generará repercusión a nivel general en la industria nacional de la Salud. La producción masiva de la vacuna afectará los centros de vacunación; como por otro lado, potencialmente es factible de afectar las prepagas del país, dependiendo de las políticas que adopte el Estado de la Nación, a saber si estas deberán cubrir sus costos en los socios.<sup>75</sup>

### ***Económico***

Notoria devaluación de la moneda local e incertidumbre sobre la economía del país: Para julio del año 2017, el peso cotizaba a un valor de 17,66 por dólar. En mayo de 2018, el peso argentino se cotizó a 24,00 por dólar. A finales de agosto de 2018, el peso rondaba los 40 por dólar. En agosto de 2019, la moneda nacional llegó a valer 60 pesos por dólar, que en menos de cuatro años aumentó en 50 pesos su valor. Para noviembre de 2020, el valor llegó a 83,50.

Esta situación de inestabilidad en la Argentina, afecta directamente a la organización ya que los precios de los medicamentos y de ciertos tratamientos aumentan significativamente. Esto provoca que las coberturas también tengan que ser cada vez mayores, e invertir más capital para poder seguir ofreciendo un servicio de calidad con cobertura completa.

Crisis económica: Según una encuesta realizada por la ONG Defendamos Buenos Aires, en los primeros meses del 2019, más de cien mil personas entre la Ciudad de Buenos Aires y la provincia, se desafiliaron de la obra social prepaga, desde Swiss Medical, Medicus, hasta OSDE, entre otras. Esto se debe al difícil presente del país, donde más de veinte mil personas perdieron su empleo en las locaciones previamente mencionadas.<sup>76</sup>

Debido a la situación económica del país en 2019, los precios de los servicios de salud aumentaron considerablemente generando que muchos de los argentinos tuvieran que dejar de pagar el servicio. OSDE sufrió una pérdida de afiliados.

Sin embargo durante el 2020<sup>77</sup>, aunque la crisis económica es cada vez más grande en el país, mucha gente comenzó a consultar “sobre el costo de las cuotas de las prestadoras privadas

<sup>75</sup> SMINK, Veronica. *Coronavirus: cómo es el laboratorio argentino que va a producir la vacuna de la Universidad de Oxford y AstraZeneca para América Latina* [online] BBC [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53783657>

<sup>76</sup> DEFENDAMOS BUENOS AIRES. *Encuesta de Salud. Más de 140 mil personas abandonaron la prepaga en el primer trimestre de 2019.* [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://defendamosbuenosaires.blogspot.com/2019/04/encuesta-de-salud-mas-de-140-mil.html>

<sup>77</sup> FORTUNA. *Aumentaron las consultas por el costo de las prepagas.* [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://fortuna.perfil.com/2020-07-16-214237-aumentaron-las-consultas-por-el-costo-de-las-prepagas/>

de medicina prepagas aumentaron un 35% para un grupo familiar (dos adultos y dos chicos) y se incrementaron un 65% para personas solas”, debido a la pandemia. Algunos de los motivos fueron: que no contaban con una cobertura médica, que querían pasarse a un plan más barato, entre otras. Según el informe de la plataforma Elegimejor<sup>78</sup>, las prepagas más solicitadas por conocimiento y/o reputación fueron Osde un 40%; Galeno, un 20%; Sancor, un 20%; Omint, un 10%, y Medifé, un 10%.

Esto puede beneficiar a OSDE, en relación a la posibilidad de tener nuevos afiliados, pero también puede perjudicarlo, a la hora de cambiar de plan por uno más económico tanto dentro de OSDE, como buscando otra prepaga.

## *Social*

Perspectiva social de la crisis económica: Según Javier Miglino, Director de Defendamos Buenos Aires, y como se explicó anteriormente, más de 100 mil personas dejaron de pagar sus respectivas prepagas debido a la situación económica y política del país. “Según la información brindada por las distintas cámaras de salud privada de la República Argentina, la obra social privada prepaga es un privilegio del que gozan apenas el 10 por ciento de todos los asalariados públicos”.<sup>79</sup>

Esto repercute directamente tanto en OSDE como en su competencia directa, ya que sus fuentes de ingreso principal son los afiliados y son necesarios para poder mantener a la empresa económicamente.

Se prevé que durante el año 2020<sup>80</sup>, el 55% de los afiliados a prepagas se pasará a un plan más económico del que tienen actualmente. Esto significa que cada vez más afiliados estarán suscritos a planes más limitados, con posibilidad de copagos lo que podría generar menos ingresos para OSDE.

Falta de educación sexual: Latinoamérica es considerada la segunda región del mundo con la tasa más alta de embarazo sin intención en la edad adolescente. Esto se da por distintos factores sociales, económicos y culturales, que van desde la falta de información hasta la ausencia del reconocimiento sobre el derecho a elegir. Es por eso que la falta de educación sexual, provoca

<sup>78</sup> FORTUNA. *Aumentaron las consultas por el costo de las prepagas*. [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://fortuna.perfil.com/2020-07-16-214237-aumentaron-las-consultas-por-el-costo-de-las-prepagas/>

<sup>79</sup> DEFENDAMOS BUENOS AIRES. *Encuesta de Salud. Más de 140 mil personas abandonaron la prepaga en el primer trimestre de 2019*. [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://defendamosbuenosaires.blogspot.com/2019/04/encuesta-de-salud-mas-de-140-mil.html>

<sup>80</sup> INFOBAE ECONÓMICO. *El 55% de los afiliados a prepagas prevé cambiar durante 2020 a un plan más económico del que tiene en la actualidad* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.infobae.com/economia/2020/01/22/el-55-de-los-afiliados-a-prepagas-preve-cambiar-durante-2020-a-un-plan-mas-economico-del-que-tiene-en-la-actualidad/>

que en Argentina, según un estudio respaldado por UNICEF, una adolescente tenga un hijo cada seis minutos y, por día, nacen siete bebés de niñas menores de 15 años.<sup>81</sup>

Por otra parte, según una investigación realizada por AHF Argentina<sup>82</sup>, sólo el 14,5% de los argentinos utiliza preservativo en todas sus relaciones sexuales, el 65% lo hace solo a veces y el 20,5% nunca. Además, en nuestro país más del 98% de las infecciones se producen por relaciones sexuales sin protección y se estima que 139.000 personas viven con VIH, de las cuales el 17% desconoce su diagnóstico.

Asimismo, se incrementó el número de los diagnósticos de VIH entre jóvenes de sexo masculino. Comparado a años anteriores hay un aumento importante en los casos de sífilis, con un pico entre las edades de 14 a 25 años .

“Afectando tanto a hombres como a mujeres, estas infecciones tienen mayor prevalencia entre los jóvenes. Es decir, si bien todas las personas sexualmente activas pueden padecerlas, lo que cambia es la incidencia de estas infecciones entre los diferentes grupos etarios. Esto se puede explicar por diferentes factores como la escasa percepción de riesgo de adquirir una ITS, la falta de educación sexual integral (ESI) en todos los ámbitos y sobre todo, la falta de medidas de prevención que incluyen la educación del correcto uso del preservativo, debido a que es el único método que previene el 99,9% de las ITS, además del embarazo no deseado.”<sup>83</sup>

Podemos relacionar lo que sucedió y sigue sucediendo históricamente en la Argentina, con OSDE ya que busca proteger la salud de las personas, y es por eso que también debe tener en agenda las cuestiones de Educación Sexual ya que es un tema creciente para toda la comunidad.

Descenso de consultas por otras enfermedades<sup>84</sup>: En un documento conjunto, 26 entidades médicas argentinas mostraron su descontento debido al diagnóstico y manejo de enfermedades agudas y crónicas en el contexto de la pandemia por Covid-19 "a partir de múltiples estadísticas que hablan del descenso de consultas, estudios de diagnóstico, controles, intervenciones e ingresos a guardias". En dicho documento, se expresan los riesgos que trae la suspensión de

<sup>81</sup> DIARIO DE NEUQUÉN. *Argentina: cada seis minutos, una adolescente es mamá* [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://www.lmneuquen.com/argentina-cada-seis-minutos-una-adolescente-es-mama-n651805>

<sup>82</sup> AHF ARGENTINA, 2020. *Baja en el uso del preservativo y consumo de drogas sintéticas, dos de las causas que dispararon las cifras de ETS entre los jóvenes.* [online] [consulta: 29-09-2020] Disponible en: <https://testdevih.org/baja-en-el-uso-del-preservativo-y-consumo-de-drogas-sinteticas-dos-de-las-causas-que-dispararon-las-cifras-de-ets-entre-los-jovenes/>

<sup>83</sup> SANATORIO ALLENDE, 2019. *Jóvenes: los más expuestos a las ITS.* La Voz [online]. [Consulta: 29-09-2020]. Disponible en: <https://www.lavoz.com.ar/espacio-de-marca/jovenes-mas-expuestos-a-its>.

<sup>84</sup> BAE NEGOCIOS. *Entidades médicas advierten por el descenso de consultas por otras enfermedades* [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://www.baenegocios.com/sociedad/Entidades-medicas-advierten-por-el-descenso-de-consultas-por-otras-enfermedades-20200814-0098.html>

consultas, estudios y seguimiento clínico de las enfermedades, intervenciones terapéuticas, vacunación e interrupción de tratamientos por parte de los pacientes.

Esto se puede ver íntimamente relacionado con la actividad de los prestadores de OSDE, quienes reciben menos consultas por el intento de los pacientes de exponerse menos a los lugares públicos.

Aumento en los índices de sobrepeso/obesidad:<sup>85</sup> Los ciudadanos argentinos se encuentran ante una situación que genera cambio de hábitos. Esto es resultado de la cuarentena obligatoria, presente en todo el país desde marzo por el coronavirus (COVID-19). "Se observan factores como incremento del sedentarismo, alteración de horarios de sueño, aumento del estrés por falta de socialización, alteración en horarios de alimentación e incremento de consumo de alimentos poco saludables".

Según el Ministerio de Salud, afirman que 6 de cada 10 adultos argentinos presentan exceso de peso y que en el caso de niños en edad escolar, un 30 por ciento de ellos tiene sobrepeso y un 6 por ciento obesidad.

### ***Tecnológico***

Robótica: La robótica aplicada a la medicina es uno de los partícipes para la mejora de la salud y sus tratamientos. Ya se encuentran a disposición de los médicos, robots que operan, quienes pueden llegar a lugares del cuerpo humano que presentan dificultad para los cirujanos.

Así mismo, también se puede encontrar prótesis mioeléctricas en pacientes amputados. La prótesis reproduce los movimientos de la extremidad. Estas, ayudadas de los nervios restantes, reproducen los movimientos tal cual lo haría la extremidad amputada.<sup>86</sup>

Esto repercute en OSDE porque en un futuro, estas pueden ser posibles herramientas que deba incluir en de sus servicios.

Ecografías 4D y 5D (Fetal Realistic View): Los ecógrafos 4D tienen actualmente una alta resolución y realismo. Además, estas aportan un enfoque tridimensional a la ecografía. La ecografía 5D consiste en un ultrasonido que permite captar imágenes tridimensionales del bebé en el interior del vientre. Estas imágenes contarán con una gran nitidez y con una mayor

<sup>85</sup> PERFIL. *Expertos Advierten Sobre Mayor Sobrepeso Y Obesidad Por La Cuarentena*. [online] [consulta: 30-08-2020] Disponible en: <https://www.perfil.com/noticias/coronavirus/expertos-advierten-sobre-mayor-sobrepeso-y-obesidad-en-argentina-ante-cuarentena.phtml>

<sup>86</sup> TRAPERO, Carlos Martín. *Cirugía Robótica y Enfermería de Quirófano: ¿necesidad de cambio?*. [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: [http://www.aeeq.net/congresos/7AEEQ/descargas/ponencias/m2\\_cmartin.pdf](http://www.aeeq.net/congresos/7AEEQ/descargas/ponencias/m2_cmartin.pdf)

resolución, lo que permite ver con un tono mucho más realista el aspecto de la cara y el cuerpo del bebé.<sup>87</sup>

OSDE, al estar comprometida y destinada al cuidado de las personas y para prevenir futuros problemas, deberá tener en cuenta este avance para poder así brindar un servicio completo en calidad y a la vez avanzado.

Tomógrafo por Emisión de Positrones (PET)<sup>88</sup>: Investigadores argentinos del Centro Atómico de Ezeiza crearon el primer Tomógrafo por Emisión de Positrones que permite analizar el metabolismo celular a través de métodos no invasivos y detectar de manera precoz enfermedades malignas, problemas cardiológicos o neurológicos. Este hecho, es un gran avance en la medicina y la industria de la salud. OSDE, como empresa que debe brindar el mejor servicio para la salud, deberá considerar empezar a cubrir este tipo de estudios ya que se pueden detectar enfermedades mucho antes que en las tomografías convencionales y de esta forma se podrían prevenir cuestiones de salud graves.

Telemedicina<sup>89</sup>: En los últimos años se empezaron a desarrollar aplicaciones que permitían las consultas médicas en forma virtual. A partir de la pandemia, “los servicios de salud privados y las nuevas prepagas "digitales" han desplegado su catálogo de soluciones para asistir a muchas personas y, a la vez, alivianar el sistema de salud. La Comisión Europea estima que el mercado mundial de telemedicina rondará los casi 40.000 millones de euros en los próximos doce meses”. Existen apps que permiten gestionar desde ellas, tanto las videoconsultas, como el historial médico de los pacientes y la prescripción de medicamentos vía online.

Para OSDE sería una oportunidad tener una app que nucleee toda la gestión médica en un solo lugar.

## ***Ecológico***

Ley N° 2585/07: El artículo 8 de dicha ley, aclara que “El Profesional de Mantenimiento e Infraestructura debe verificar la ejecución de los procedimientos de limpieza en los distintos sectores del establecimiento de salud y Coordinar acciones de revisión del estado de la

<sup>87</sup> IGLESIAS, Ana y PASQUALINI, Agustín. *Aplicaciones de la ecografía transvaginal 3D en medicina reproductiva* [online] Halitus Instituto Médico [consulta: 11-09-2019] Disponible en: [http://www.samer.org.ar/revista/numeros/2014/Numero\\_2/revision\\_aplicaciones.pdf](http://www.samer.org.ar/revista/numeros/2014/Numero_2/revision_aplicaciones.pdf)

<sup>88</sup> LA NACIÓN. *Avance científico argentino en el ámbito médico* [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/avance-cientifico-argentino-en-el-ambito-medico-nid1727029/>

<sup>89</sup> IPROUP *Crece el uso de apps para prevenir el coronavirus y el pedido de doctores online para no concurrir a una guardia* [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://www.iproup.com/innovacion/12164-pandemia-coronavirus-consultas-online-para-no-ir-a-la-guardia>

infraestructura, juntamente con el responsable del Área de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente, de los distintos sectores del establecimiento de salud.”<sup>90</sup>

Esta ley procura que todos los sectores del establecimiento de salud deben mantener un protocolo de limpieza para garantizar un servicio de calidad, es por esto que OSDE debe considerar esta ley para que todos sus prestadores trabajen tanto en sus consultorios, como en hospitales, brindando un servicio tanto de calidad en establecimientos aptos para hacerlo.

Ley 154/99 Residuos Patogénicos (Ciudad Autónoma de Buenos Aires): La presente ley regula la generación, manipulación, almacenamiento, recolección, transporte, tratamiento y disposición final de todos los residuos patogénicos provenientes de aquellas actividades que propendan a la atención de la salud humana y animal, ubicados en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires. Son considerados residuos patogénicos todos aquellos desechos o elementos materiales en estado sólido, semisólido, líquido o gaseoso que presumiblemente presenten o puedan presentar características de infecciosidad, toxicidad o actividad biológica que puedan afectar directa o indirectamente a los seres vivos, o causar contaminación del suelo, del agua o de la atmósfera que sean generados en la atención de la salud humana o animal por el diagnóstico, tratamiento, inmunización o provisión de servicios, así como también en la investigación o producción comercial de elementos biológicos o tóxicos.<sup>91</sup>

OSDE debe garantizar y controlar que se cumpla esta ley para así evitar contaminación y enfermedades por desechos en los establecimientos que brindan su servicio.

Tendencia al reciclado de desechos: Marcada tendencia social que tiende al reciclado y la división de los desechos tanto a nivel privado como empresarial. La recuperación de papel, tapitas, llaves, botellas, etc. constituye una acción significativa y de gran repercusión educativa. Cada vez más empresas en Argentina se suman al reciclado y ya en la mayoría de los centros médicos se podrá encontrar los cestos de desechos reciclables con un color verde, y los cestos para la basura de color negro<sup>92</sup>.

Al ser una organización que busca garantizar el bienestar, por la situación social hoy en Argentina, OSDE deberá preocuparse por este movimiento y sumarse al mismo.

## **Legal**

<sup>90</sup> GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. *Decreto 2585/2007* [online][consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://normas.gba.gob.ar/documentos/BoeG8fz0.html>

<sup>91</sup> GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. *Residuos patogénicos* [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: [https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documents/ley\\_154\\_-\\_residuos\\_patogenicos.pdf](https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documents/ley_154_-_residuos_patogenicos.pdf)

<sup>92</sup> RIZZO, Jélica. *Cada vez más empresas en Argentina se suman al reciclado* [online] La Nación [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://blogs.lanacion.com.ar/bien-verde/ecologia/cada-vez-mas-empresas-en-argentina-se-suman-al-reciclado/>

Ley de fertilización asistida: Sancionada el 5 de junio de 2013, La norma busca “garantizar el acceso integral a los procedimientos médico-asistenciales de reproducción médicamente asistida”. Al referirse a procedimientos, estos consisten en técnicas realizadas con asistencia médica para la consecución de un embarazo, dentro de los cuales se comprende a “las técnicas de baja y alta complejidad, que incluyan o no la donación de gametos y/o embriones...”<sup>93</sup>

Ley de identidad de género: Esta Ley reconoce a las personas travestis, transexuales y transgéneros permitiendo a estas ser inscritas en sus documentos de identidad con el nombre y el género de elección, por otra parte, ordena que todos los tratamientos médicos de adecuación a la expresión de género sean incluidos en el Programa Médico Obligatorio, lo que garantiza una cobertura de las prácticas en todo el sistema de salud, tanto público como privado.<sup>94</sup>

Ley de cobertura a la intolerancia a la leche de vaca: Dicha ley extiende la cobertura al 100 por ciento de la leche medicamentosa para los chicos mayores de un año que sufran Alergia a la proteína de la leche de vaca (APLV). Una lata de 400 gramos de esta leche vale aproximadamente 2.000 pesos con un rendimiento de 4 o 5 días. Los beneficiarios de la prestación no deben cumplir requisitos de edad puesto que se cubrirá desde el nacimiento mismo.

Actualización de la ley de diabetes: La Secretaría de Gobierno de Salud de la Nación de la presidencia de Mauricio Macri, a cargo de Adolfo Rubinstein, actualizó la normativa para la prescripción de medicamentos e insumos de las personas que padecen de diabetes, establecida por la Ley Nacional N° 23.753 (promulgada el 5 de enero de 1989), estableciendo una cobertura del 100% a medicamentos e insumos esenciales para el tratamiento de pacientes con diabetes.<sup>95</sup>

Ley de obesidad: “La ley contempla brindar todos los tratamientos necesarios, médicos clínicos, nutricionales, psicológicos, quirúrgicos y farmacológicos, así como todas aquellas prácticas necesarias para la atención de los trastornos en la alimentación a todas las obras sociales. Ninguna organización podrá negarse ante el requerimiento de una persona obesa a proporcionar el servicio solicitado.”<sup>96</sup>

<sup>93</sup> GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. *Reproducción asistida* [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/tema/hogar/hijo/fertilizacion-asistida>

<sup>94</sup> GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA *Ley 26.743 - De Identidad de Género* [online][consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/tema/hogar/hijo/fertilizacion-asistida>

<sup>95</sup> GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, *Actualizan la normativa que provee medicamentos e insumos a personas con diabetes* [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/actualizan-la-normativa-que-provee-medicamentos-e-insumos-personas-con-diabetes>

<sup>96</sup> GONZALEZ, Marta; Dottavio, Esteban y Mejias, Claudia. *Implicancias de la obesidad y sobrepeso: su reglamento*. Hospital Alemán [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <http://www.auditoriamedicahoy.com.ar/biblioteca/Obesidad%20Gonzalez%20Dottavio%20Mejias.pdf>



Ley de fibrosis quística: “tendrán cobertura del 100% todos los estudios de diagnóstico, tratamiento y control que se relacionen o deriven de la fibrosis quística de páncreas o mucoviscidosis, como así también el diagnóstico y tratamiento de los órganos que vayan siendo afectados por el avance de la enfermedad. Dichas patologías, contarán con la misma cobertura para tratamientos psicológicos y/o psiquiátricos que sean necesarios. Estas coberturas quedarían a cargo de todas las obras sociales y prepagas privadas de la República Argentina.”<sup>97</sup>

Todas estas leyes, se relacionan con OSDE ya que deben ser acatadas y respetadas por la empresa.

## FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Gran experiencia en el rubro.</li> <li>→ Prestadores, sucursales e insumos médicos de primer nivel.</li> <li>→ Sucursales de OSDE en gran parte del país.</li> <li>→ Importantes premios hacia los empleados.</li> <li>→ Flexibilidad horaria para los empleados.</li> <li>→ Buena relación con los prestadores.</li> <li>→ Buena reputación.</li> <li>→ Tiene la mayor cantidad de afiliados y prestadores en relación a la competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Posibilidad de adquirir sanatorios propios.</li> <li>→ Posibilidad de minimizar el descontento de los empleados mediante la comunicación interna.</li> <li>→ Posibilidad de extender convenios con otros países no limítrofes de América y Europa para cobertura médica.</li> <li>→ Posibilidad de tener en una sola app todos los servicios correspondientes a la gestión médica online integral.</li> </ul>

<sup>97</sup> CLARÍN. *Fibrosis quística: qué cambia con la ley que aprobó el Senado* [online] [consulta: 11-08-2020]  
Disponible en: [https://www.clarin.com/sociedad/fibrosis-quistica-cambia-ley-aprobo-senado\\_0\\_PD3tK9sF.html](https://www.clarin.com/sociedad/fibrosis-quistica-cambia-ley-aprobo-senado_0_PD3tK9sF.html)



Debilidades	Amenazas
<p>→Descontento de los afiliados por los altos precios de las cuotas mensuales.</p> <p>→Disconformidad de los empleados con respecto a las remuneraciones.</p> <p>→Desconfianza por parte de los empleados de rango medio para con el proceso de selección de los altos mandos.</p> <p>→Precios de insumos y medicamentos valorizados en divisa extranjera.</p> <p>→Poco conocimiento por parte de los socios de las herramientas de gestión online.</p>	<p>→Devaluación de la moneda.</p> <p>→Posible desafiliación de los clientes.</p> <p>→Futuras leyes o normativas de cobertura de medicamentos sin financiamiento.</p> <p>→Inestabilidad económica en relación al valor de la moneda local.</p> <p>→Pandemia.</p>

### 3.3 Stakeholders

Luego de realizar la investigación sobre los stakeholders de OSDE, se categorizan por medio de la teoría de los vínculos de Esman y Grunig<sup>98</sup>. Esta teoría se basa en cuatro tipos de vínculos que se consideran críticos para la supervivencia de una organización. Estos son: los posibilitadores (aquellos stakeholders que hacen posible la existencia de la organización), los funcionales (permiten el funcionamiento, tanto inputs o outputs), los normativos (comparten problemas o valores similares a la empresa) y los difusos o de difusión.

#### 1. Empleados

Vínculo: Funcional

Definición: m. y f. Persona que desempeña un empleo.<sup>99</sup>

Criterio: Empleados que ocupen cargos mayores o iguales a gerente en los departamentos de la organización.

<sup>98</sup> BARO, Marcelo. *Jerarquización de stakeholders para la construcción del capital social de las organizaciones* [online] Universidad del Cema [consulta: 20-09-2020] Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/38013>

<sup>99</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Empleado*. [online] [Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dle.rae.es/empleado>

## 2. Gobierno

Vínculo: Posibilitador

Definición: Órgano superior del poder ejecutivo de un Estado o de una comunidad política, constituido por el presidente y los ministros o consejeros<sup>100</sup>

Criterio: Funcionarios del poder Ejecutivo y Legislativo del Gobierno Nacional y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuyos cargos sean iguales o superiores al de Subsecretario, del área de Salud, Trabajo y Ciencia, incluyendo organismos descentralizados.

Apertura: (Ver en anexo - Punto 2)

## 3. Clientes

Vínculo: Funcional

Definición: Persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.<sup>101</sup>

Criterio: Todas aquellas personas que utilicen la prepaga con los diferentes planes y categorías especiales.

## 4. Medios de Comunicación

Vínculo: Difuso

Definición: “Un medio de comunicación es un sistema técnico utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos que brindan información o contenidos a las masas”<sup>102</sup>

Criterio: Se identificarán a los gatekeepers de aquellos medios de comunicación nacionales de soporte gráfico, audiovisual y digital que posean una sección o suplemento en el que se traten temas de salud, ciencia, tecnología, sociedad, negocios y empresas. Se tomarán los diarios y revistas con circulación neta pagada mayor a los 10.000 ejemplares promedio por diario/revista. En cuanto a la TV y radio se tomarán los 5 canales/emisoras de aire de alcance

<sup>100</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Gobierno*. [online] [Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dle.rae.es/gobierno>

<sup>101</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Cliente*. [online][Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dpej.rae.es/lema/cliente>

<sup>102</sup> CONCEPTO. Medios de Comunicación [online] [Consulta: 30-08-2020] Disponible en: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

nacional con mayor rating y dentro de estos los programas de noticias con mayor rating. Se tomarán los portales web con un número de visitas superior a 1.000.000.

Apertura: (Ver en anexo - Punto 3)

## 5. Competencia

Vínculo: Normativo

Definición: Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.<sup>103</sup>

Criterio: Todas las organizaciones que ofrecen un servicio de salud, como las prepagas y las obras sociales.

## 6. Comunidad

Vínculo: Difusos

Definición: “grupo de personas (o instituciones) que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos”.<sup>104</sup>

Criterio: Se tomarán aquellas ONGs dedicadas a la salud sexual de jóvenes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se identificará a los directores de las fundaciones.

## 7. Prestadores

Vínculo: Posibilitador

Definición: Aquellos médicos, sanatorios u hospitales al servicio de OSDE.<sup>105</sup>

Criterio: Todos los prestadores que trabajan para OSDE.

## 8. Influencers

Vínculo: Difuso

<sup>103</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Competencia* [online][Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dle.rae.es/competencia>

<sup>104</sup> CAUSSE CATHCART, Mercedes. *El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico* [online] Universidad de Oriente [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181321553002.pdf>

<sup>105</sup> PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [vía mail]. 2020. Disponible en anexos

Definición: Alguien que afecta o cambia la forma en que otras personas se comportan, por ejemplo mediante el uso de las redes sociales.<sup>106</sup>

Criterio: Se identificarán influencers de la República Argentina que tengan una audiencia joven y más de 300.000 seguidores en alguna de sus redes sociales.

Apertura: ver Anexo punto 4

### 3.4 Descripción

Para describir la situación en la que se encuentran los stakeholders, se utilizará el modelo de Brad Rawlins<sup>107</sup>, que se centra en 4 pasos fundamentales. Estos son:

Primer paso: Inventario de stakeholders.

Segundo paso: Priorización de stakeholders por sus atributos.

Tercer paso: Jerarquización de stakeholders en función de la situación.

Cuarto paso: Priorización de los stakeholders en función de la comunicación.

Para poder priorizar a los stakeholders según sus atributos, usaremos las variables definidas en el modelo de Mitchell (Ver en Anexo- Punto 5)<sup>108</sup>:

- Poder: entendido como la capacidad de influenciar en las decisiones de la organización. Puede ser:
  - Coercitivo: su poder radica en el uso de la violencia o prohibición.
  - Utilitario: basado en el uso de recursos económicos o materiales.
  - Normativo: centrado en los recursos simbólicos.
- Legitimidad: relacionado con la capacidad que tiene el público de exigir ciertos comportamientos a la organización.
- Urgencia: referido a la gravedad de las consecuencias e inmediatez de las tareas a realizar.

Pasarán al tercer paso del Modelo Rawlins, aquellos stakeholders que tengan 2 o 3 atributos.

<sup>106</sup> UNIVERSIDAD DE CAMBRIDGE. *Influencer*. [online] [Consulta: 29-09-2019] Disponible en: <https://dictionary.cambridge.org/es-LA/dictionary/english-portuguese/influencer>

<sup>107</sup> BARO, Marcelo. *Jerarquización de stakeholders para la construcción del capital social de las organizaciones* [online] Universidad del Cema [consulta: 20-09-2020] Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/38013>

<sup>108</sup> BARO, Marcelo. *Jerarquización de stakeholders para la construcción del capital social de las organizaciones*. Universidad del Cema [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/38013>

### 3.5 Jerarquización

Para realizar la jerarquización de estos Stakeholders, se utilizará también el modelo “sistemático e integral” de Brad Rawlins, en este caso se realizará la jerarquización por Hallahan, en función a la situación. En su concepción, Kirk Hallahan, identifica cuatro categorías de stakeholders al tiempo que les otorga una jerarquía. Estos son: (Ver en Anexo - Punto 5)

- Inactivos: bajo conocimiento e implicación.
- Informados: alto nivel conocimiento pero baja implicación.
- Atentos: bajo conocimiento pero altamente involucrados.
- Activos: alto conocimiento e implicación.

Una vez realizada la descripción y jerarquización de los stakeholders, se llegó a la conclusión que los públicos para OSDE son:

- Los empleados
- Superintendencia de Servicios de Salud (organismo descentralizado)
- Medios de Comunicación
- Los clientes
- Los prestadores
- Influencers

### 3.6 Públicos prioritarios

Luego de analizar los públicos antes mencionados, se determinó que los públicos prioritarios para la organización son:

- Influencers
- Clientes
- Prestadores

### 3.7 Perfilación

- Influencers: Influencers de la República Argentina que tengan una audiencia joven y más de 300.000 seguidores en alguna de sus redes sociales.
- Clientes: Socios activos de OSDE, pertenecientes a determinado plan ofrecido por la obra social.
- Prestadores: Prestadores activos de OSDE que prestan servicio médicos.

### 3.8 Segmentación y nominalización

- Influencers
  - a. Juan Pablo González (Instagram)
  - b. Natalia Jersonsky (Instagram y Twitter)
  - c. Gregorio Rossello (Instagram)
  - d. Sofía Morandi (Instagram)
  - e. Julieta Castro (Tik Tok e Instagram)
  - f. Lucas Spadafora (Instagram)
  - g. Martín Perez Disalvo -Coscu- (Youtube y Twitch)
  - h. Fermin Bo (Instagram)
  - i. Sabina sin R (Tik Tok)
  - j. Martina “Tupi” Saravia (Instagram)
  - k. Agustina Papry Suásquita (Instagram y Youtube)
  - l. Magali Tajés (Instagram)
  - m. Flor Jazmín Peña (Instagram)
  - n. Lizardo Ponce (Instagram)
  - o. Cande Molfese (Instagram y Youtube)
  - p. Leandro Riccio (Youtube)
  - q. Lionel Ferro (Instagram)
  - r. Lucas Lezin (Instagram y Youtube)
  - s. Julián Serrano (Instagram y Youtube)
  - t. Bauti Amestoy (Tik Tok)
  
- Clientes
  - a. Dato no obtenido
  
- Prestadores
  - a. Dato no obtenido

### 3.9 Temática

- A raíz del contexto social y sanitario actual, se muestra una disminución en las consultas médicas, lo que podría llevar a un deterioro en la salud de las personas. Esto hace que la

Gerencia de Marketing difunda el uso de la aplicación OSDE CMO para realizar consultas por videollamada.<sup>109</sup>

- Gran porcentaje de embarazos no deseados en la adolescencia y aumento en las enfermedades de transmisión sexual a lo largo de la Provincia y la Ciudad de Buenos Aires, lleva a que la Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria brinde información a referentes de las redes sociales y así lograr que ellos la difundan a los jóvenes por medio de estas.<sup>110</sup>

### 3.10 Problemáticas

De las temáticas definidas, consideramos que las problemáticas son las siguientes:

1. Falta de conocimiento de los clientes sobre las funciones de la aplicación OSDE CMO que la organización ofrece.
2. Escasez de conocimientos sobre Educación Sexual en los jóvenes de la Provincia y Ciudad de Buenos Aires, siendo esta la principal causa de embarazos no deseados en las adolescentes y aumento en las enfermedades de transmisión sexual.

## **4. Plan de Comunicación**

A continuación, se desarrollarán dos campañas de Relaciones Públicas orientadas a resolver las problemáticas antes mencionadas.

### 4.1 Objetivo General

Para OSDE, ser percibida como una organización de la salud que se preocupa por el bienestar de la sociedad y busca respuestas a los problemas actuales.

### 4.2 Campaña 1: “OSDE en tu casa”

Como pudimos observar en el PESTEL, en un documento conjunto, 26 entidades médicas argentinas demostraron que hubo un gran descenso en los controles y consultas por otras enfermedades. Esto se debe principalmente al miedo que tienen las personas a contagiarse de Covid-19 ingresando en centros o consultorios médicos.

<sup>109</sup> BAE NEGOCIOS. *Entidades médicas advierten por el descenso de consultas por otras enfermedades* [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://www.baenegocios.com/sociedad/Entidades-medicas-advierten-por-el-descenso-de-consultas-por-otras-enfermedades-20200814-0098.html>

<sup>110</sup> PUEDO DECIDIR. *Información sobre embarazo adolescente* [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <http://puedodecidir.org/#informacion-sobre-embarazo-adolescente>

Por este motivo, OSDE autorizó la video consulta online con prestadores de cartilla. El asociado tiene la posibilidad de comunicarse con OSDE. Allí, se consultará al afiliado la posibilidad de realizar la consulta remota online por videollamada, o en caso que la patología lo requiera, se hará dicha cita de manera presencial.

## **Objetivo particular**

Para la aplicación OSDE CMO, ser asociada como la principal herramienta de video consultas de la organización por los clientes de OSDE en un plazo de tres meses.

- Indicadores de evaluación
  - Número de usuarios que efectuaron una o más consultas por la aplicación.
  - Cantidad de video consultas concretadas a través de la aplicación.

## **Estrategias**

1. Demostrar la facilidad de la aplicación OSDE CMO para realizar video consultas.
2. Evidenciar las ventajas del uso de la aplicación OSDE CMO para consultas médicas a distancia.
3. Probar lo rápido y efectivas que son las video consultas.

## **Mensajes clave**

- “En Argentina, debido a la pandemia de Covid-19, hubo un gran descenso en las consultas médicas.”
- “OSDE CMO es una aplicación que permite mantener el cuidado de la salud respetando el distanciamiento social, preventivo y obligatorio”
- “OSDE se preocupa por el bienestar de las personas”
- “Quedate en casa, OSDE te cuida”
- “Las consultas ahora en tu casa”
- “Te atendemos desde la comodidad de tu casa”

## **Tácticas**

Las tácticas que se llevarán a cabo tienen como objetivo difundir las ventajas y beneficios de utilizar la aplicación OSDE CMO para que los socios puedan realizar video consultas desde sus casas. De esta forma, lograr que se perciba a la empresa como una organización de la salud que se preocupa por el bienestar de la sociedad y busca respuestas a los problemas actuales. Para esto, se publicará la información en formato de noticia en el apartado de Novedades del sitio web, se les enviará a los prestadores un flyer que contenga un código QR que los redirija a un video explicativo y se compartirá la información vía correo electrónico en un newsletter a los clientes. Aquellos que realicen su primera consulta por la aplicación, recibirán vía mail un código de



descuento para canjear en las marcas asociadas a OSDE el cual es de único uso y personalizado para cada usuario. Todas las tácticas de esta campaña estarán encabezadas por el claim de campaña “OSDE en tu casa”; y así poder transmitir nuestros mensajes clave.

1. **Newsletter:** Se realizará y compartirá un newsletter a los clientes de OSDE cada mes durante tres meses. A lo largo de la campaña se realizará un seguimiento de la apertura del mismo y se reenviará a los usuarios que no lo han abierto. En base a esta información, se realizarán cambios pertinentes para lograr mejores resultados. Este, contará con los beneficios y ventajas de utilizar la aplicación OSDE CMO para consultas por video llamada. Además, se comunicará acerca de los descuentos y promociones a los que tendrán acceso por realizar su primera consulta online. Esto tiene como finalidad que los clientes usen la aplicación para hacer consultas. Para la ejecución de esta táctica, precisaremos de una computadora, un diseñador, un redactor, una plataforma para enviar el newsletter, internet, mail y los correos electrónicos de los clientes, quienes recibirán el newsletter.

Como método de control se contabilizará la apertura del mail en relación a los enviados.

2. **Noticia en el apartado de Novedades del sitio web:** Se redactará y publicará una nota en la pestaña de Novedades del sitio web de OSDE. El mismo debe contener información más detallada acerca de la situación del descenso de las consultas, datos sobre la aplicación OSDE CMO y los beneficios y ventajas de realizar consultas por videollamada. El objetivo es persuadir en el uso de la aplicación a los clientes. Para su desarrollo, necesitamos una computadora, un redactor, un diseñador multimedia e internet.

Como método de control se contabilizarán los clics (ingresos) a la nota.

3. **Flyer en consultorios de prestadores:** Se diseñará y enviará vía correo electrónico un flyer que contenga una frase disparadora y código QR a los prestadores de OSDE a lo largo del país. Se les solicitará que lo coloquen en un lugar visible en sus consultorios para que los clientes de OSDE lo puedan ver. Una vez que los socios escaneen el código QR, este los redirigirá a un video de Youtube que se publicará en forma oculta (sólo accesible para quienes escaneen el código QR) desde la cuenta de OSDE en el cual se mostrará un tutorial de cómo utilizar la aplicación OSDE CMO y sus beneficios. Esta táctica tiene como objetivo que los clientes conozcan la aplicación para hacer consultas. Para llevarla a cabo, necesitaremos de una computadora, un encargado de diseñar el flyer, el código QR y el video de YouTube, internet, mail y los correos electrónicos de los prestadores, quienes recibirán el diseño. Además se necesitará un locutor.

Como método de control se tomarán las visualizaciones del video de Youtube.

## Desarrollo de la táctica: Flyer + Video



### 4.3 Campaña 2: “OSDE te cuida”

Como pudimos observar en el PESTEL, históricamente en Argentina la Educación Sexual nunca fue prioridad y esto trae consecuencias principalmente en la salud de las personas. La falta de Educación Sexual afecta específicamente a los jóvenes quienes no toman dimensión de los riesgos y consecuencias que puede traer la ausencia de métodos de protección sexual. Esto genera que cada vez haya más embarazos adolescentes y el pico de enfermedades de transmisión sexual se produzca en personas de entre 14 y 25 años.

Por este motivo, es importante que OSDE se involucre en esta causa buscando informar acerca de la importancia en el cuidado de la salud sexual.

#### **Objetivo Particular**

Concientizar por lo menos al 75% de los influencers, acerca de la importancia de utilizar las redes sociales para transmitir contenido sobre Educación Sexual Integral a los jóvenes en un plazo de tres meses.

- Indicador de Evaluación
  - Cantidad de influencers concientizados
    - Encuesta a los influencers sobre el grado de conciencia que tomaron respecto a esta problemática.

#### **Estrategias**

1. Fomentar el conocimiento de los influencers acerca de las problemáticas que genera la falta de Educación Sexual en la adolescencia.
2. Demostrar los beneficios de contar con conocimientos de Educación Sexual Integral.

#### **Mensajes clave**

- “En Argentina, nacen siete bebés de niñas menores de 15 años por día”
- “El preservativo es el método más eficaz para prevenir el contagio de ETS”
- “Es importante que realices tus chequeos anuales”
- “Acordate que podés conseguir preservativos gratis”
- “Seamos concientes del poder de nuestras redes sociales”
- “Hoy más que nunca, influenciamos”
- “Basta de tabú, basta de dudas”
- “Asumí el compromiso, informate y educá”

## Tácticas

Las tácticas que se llevarán a cabo tienen como objetivo persuadir a los influencers para que publiquen en sus redes sociales contenido sobre Educación Sexual Integral. Para esto, se realizará un evento y el envío de un press kit. Todas las tácticas de esta campaña estarán encabezadas por el claim de campaña “OSDE te cuida”; y así poder transmitir nuestros mensajes clave.

1. **Press kit:** Junto con la invitación del evento, se enviará un press kit que contenga un folleto educativo acerca de los distintos métodos de protección que existen hoy en día, la forma correcta de cortar un preservativo para transformarlo en barrera de látex y la importancia de realizarse chequeos médicos anuales. También contará con un apartado que explique el uso de las redes sociales como medio para la concientización.

Además se enviará junto al folleto 2 cajas de preservativos (3 unidades), 1 aceite para masajes y unos chocolates. Todo esto estará dentro de una caja de madera tallada con el #OSDETeCuida. Esta táctica tiene como objetivo empezar a introducir a los influencers en el tema de Educación Sexual Integral y presentar la nueva campaña de OSDE. Para elaborarlo necesitaremos un proveedor de cajas de madera, los elementos mencionados anteriormente, un diseñador para el folleto y la contratación de una empresa de mensajería.

Como método de control se tomarán los contenidos publicados por influencer (métricas/interacciones).

2. **Evento:** Se llevará a cabo un evento en el salón César Amorosi, un multiespacio que dispone OSDE en el segundo subsuelo de sus oficinas de Alem, el día 4 de septiembre de 2021 (Día Mundial de la Salud Sexual) a las 15 hs para los 20 influencers. Esta táctica tiene como objetivo educarlos acerca de Educación Sexual Integral.

Se les enviará una invitación personalizada, con una tarjeta extra, detallando la dirección del estacionamiento, el cual será gratuito para quien se desplace en auto junto con el press kit mencionado en la táctica anterior. En el evento habrá un escenario para que la sexóloga (Julia Santecchia) presente una charla inicial sobre Educación Sexual Integral. Finalizada la misma, se dará lugar para responder las preguntas de los influencers y sus seguidores. El evento tendrá una duración de 2 horas.

Se armará un sector especialmente decorado para que los influencer puedan hacer fotos o videos para sus redes sociales. El evento se hará bajo el #OSDETeCuida.

Para esto necesitaremos un diseñador y una imprenta para el banner, cartelera y las invitaciones (se utilizará el mismo servicio de mensajería que en el press kit ya que se

enviarán las dos cosas juntas), servicio de catering, decoración (banners, cartelería), fotógrafo y sonidista.

Como método de control se contará la cantidad de asistentes al evento en relación a los invitados y las publicaciones que se realicen en las redes sociales bajo el hashtag #OSDEtecuida.

### Desarrollo de la táctica: Evento

- Edificio en donde se realizará el evento



- Salón Auditorio César Amorosi (2do subsuelo del edificio)



- Invitación (la cual será enviada junto con el press kit a los influencers)



- Estacionamiento



- Decoración

del salón: para la recepción, habrá un banner con rosas rojas simuladas y el isologo de OSDE en blanco. En cuanto a la decoración del salón auditorio, en el escenario habrá un sillón grande junto con una mesa ratona (véase en la imagen del salón auditorio) para que la charla con la sexóloga se desarrolle en un entorno “más íntimo”. Por detrás un banner grande con el logo de OSDE.

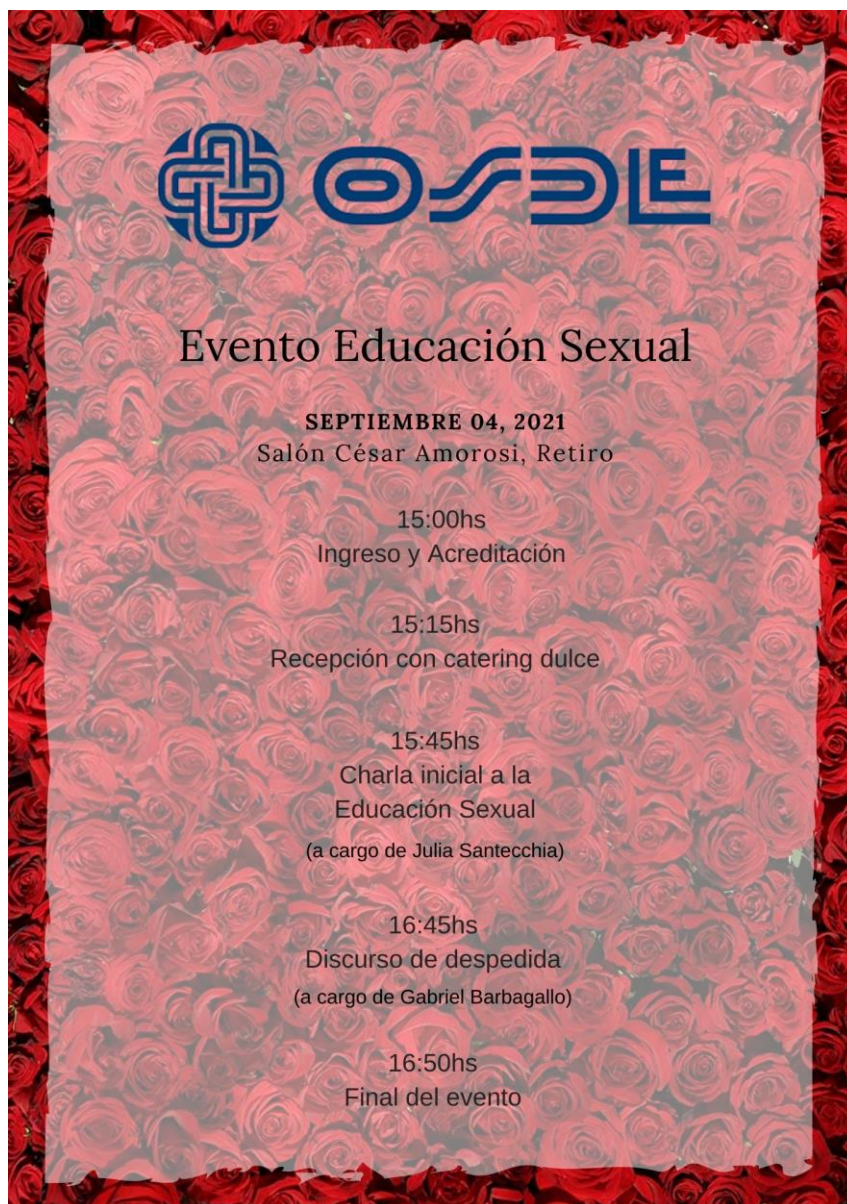





- Catering: Para el servicio de catering se optará por opciones dulces que contengan alimentos afrodisíacos (chocolate, café, frutillas, bananas, higos, mangos, frambuesas, duraznos). Para ello, se ofrecerán shots dulces y una bandeja de frutas cortadas junto a una cascada de chocolate. Todo esto estará en una mesa para que los invitados se sirvan a su gusto. En cuanto a las bebidas, se servirá café, chocolate caliente, té y agua sin gas.



- Itinerario



 **OSEDE**

## Evento Educación Sexual

**SEPTIEMBRE 04, 2021**  
Salón César Amorosi, Retiro

15:00hs  
Ingreso y Acreditación

15:15hs  
Recepción con catering dulce

15:45hs  
Charla inicial a la  
Educación Sexual  
(a cargo de Julia Santecchia)

16:45hs  
Discurso de despedida  
(a cargo de Gabriel Barbagallo)

16:50hs  
Final del evento



## Calendarización

Mes	November 2020				December 2020				January 2021				February 2021	March 2021	April 2021	May 2021	June 2021	July 2021				August 2021				September 2021																		
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4						1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4											
<b>Campaña 1</b>																																												
<b>Táctica 1 Newsletter</b>																																												
Elaboración																																												
Aprobación																																												
Envío																																												
Cambios																																												
<b>Táctica 2 Noticia en el sitio web</b>																																												
Elaboración																																												
Aprobación																																												
Subirlo																																												
<b>Táctica 3 Flyer</b>																																												
Idea creativa																																												
Aprobación																																												
Elaboración de flyer																																												
Elaboración de video																																												
Aprobación																																												
Envío de flyer																																												
Subir video a YouTube																																												
<b>Campaña 2</b>																																												
<b>Táctica 1 Press Kit</b>																																												
Idea creativa																																												
Búsqueda y compra a proveedores																																												
Elaboración																																												
Envío																																												
<b>Táctica 2 Evento</b>																																												
<i>Oradora</i>																																												
Búsqueda																																												
Contratación																																												
<i>Catering</i>																																												
Búsqueda																																												
Contratación																																												
<i>Sonidista</i>																																												
Búsqueda																																												
Contratación																																												
<i>Decoración/Ambientación</i>																																												
Búsqueda																																												
Contratación																																												
Armado																																												
Desarme																																												
<i>Invitaciones</i>																																												
Diseño e impresión																																												
Envío																																												
<i>Comité de Seguimiento</i>																																												
Confirmación de asistencia																																												
Envío mail de agradecimiento																																												
<i>Banners</i>																																												
Diseño y elaboración																																												
Armado																																												
Desarme																																												

## Presupuesto

Servicio	Empresa	Especificaciones	Precio final
<b>CAMPAÑA 1</b>			
<b>Táctica 1: Newsletter</b>			
No se efectuarán gastos adicionales a los de la organización para desarrollar esta táctica			
<b>Diseñador y Redactor</b>	Diseño, redacción y envío	6 horas de trabajo	\$0,-
<b>Táctica 2: Novedades en sitio web</b>			
No se efectuarán gastos adicionales a los de la organización para desarrollar esta táctica			
<b>Redactor y diseñador multimedia</b>	Redacción y publicación	3 horas de trabajo	\$0,-
<b>Táctica 3: Flyer + Video</b>			
No se efectuarán gastos adicionales a los de la organización para desarrollar esta táctica.			
<b>Diseñador gráfico y Redactor del flyer</b>	Concepto, diseño y envío	5 horas de trabajo	\$0,-
<b>Diseñador multimedia y Locutor</b>	Concepto, diseño y publicación	10 horas de trabajo	\$0,-
<b>TOTAL CAMPAÑA 1</b>			<b>\$0,-</b>
<b>CAMPAÑA 2</b>			
<b>Táctica 1: Press Kit</b>			
<b>Folleto</b>	Gráfica límite <sup>111</sup>	25 folletos full color doble faz	\$735,-
<b>Cajas de madera</b>	Patagonia White	Cajas de madera de pino con grabado y tapa corrediza de 18 x 10 x 5 cm	\$13.000,- (\$650 c/u)

<sup>111</sup> GRÁFICA LÍMITE. *Folletos / Volantes Impresión Offset Digital* [online] [consulta: 24-10-2020] Disponible en: [https://www.grafica-limite.com.ar/folletos\\_impresion\\_laser.php](https://www.grafica-limite.com.ar/folletos_impresion_laser.php)

<b>Preservativos</b>	Prime Skin <sup>112</sup>	40 cajas de 3 unidades cada una	\$10.760,- (\$269 c/u)
<b>Chocolates</b>	Ferrero Rocher <sup>113</sup>	20 cajas de 8 chocolates cada una	\$6.380,- (\$319 c/u)
<b>Aceite para masajes</b>	Aceite Ekos Andiroba <sup>114</sup>	20 unidades	\$15.700,- (\$785 c/u)
<b>Mensajería</b>	Pedidos Ya	20 envíos	\$4.000,- (\$200 c/u)
<b>Táctica 2: Evento</b>			
<b>Ambientación</b>	Audium	Sonido e iluminación (incluye SADAIC y AADICAPIF, luces led, micrófono, parlantes, consola y técnicos)	\$51.425,-
	Multirubro GROUP <sup>115</sup>	12 packs de 4 guirnaldas (48 guirnaldas en total) de rosas artificiales	\$43.200,- (\$3.600 c/u)
<b>Catering (shots)*</b>	Pie Galerie <sup>116</sup>	6 docenas	\$7.000,-
<b>Catering (cascada + fruta)*</b>	Fetucci <sup>117</sup>	Cascada + frutas de estación + snacks	\$2.500,-
<b>Servicio bebidas*</b>	Salsarte <sup>118</sup>	Gaseosa y Agua mineral Libre	\$4.000,-
<b>Personal</b>	Julia Santecchia	Oradora	\$80.000,-
	Agustín Gómez	Fotógrafo	\$17.500

<sup>112</sup> FARMACITY. *Preservativo sin latex Skyn x3*. [online] [consulta:24-10-2020] Disponible en: <https://www.farmacity.com/preservativo-sin-latex-skyn-x-3-un/p>

<sup>113</sup> WALMART. *Bombón Relleno chocolate Ferrero Rocher 100gr*. [online] [consulta: 24-10-2020] Disponible en: <https://www.walmart.com.ar/bombon-rellen-choc-ferrero-rocher-100-gr/p>

<sup>114</sup> NATURA. *Aceite para masajes andiroba 100ml*. [online] [consulta: 24-10-2020] Disponible en: <https://tinyurl.com/y5p55mvb>

<sup>115</sup> MERCADO LIBRE. *Guirnalda Flor Deco Artificial Pack 4*. [online] Multirubro Group [consulta: 24-10-2020] Disponible en: <https://n9.cl/11g4x>

<sup>116</sup> PIEGALERIE. *SHOTS DULCES* [online] [consulta: 24-10-2020] Disponible en: <https://www.piegalerie.com.ar/productos/promo-shots-dulces/?variant=109737968>

<sup>117</sup> FETUCCI. *Cascada de chocolate* [online] [consulta: 24-10-2020] Disponible en: <http://fetucci.com.ar/index.php/servicios/cascada-de-chocolate>

<sup>118</sup> SALSARTE. *Catering bebidas* [online] [consulta: 24-10-2020] Disponible en: <https://www.salsarte.com.ar/catering-bebidas/>

<b>Imprenta</b>	Gráfica límite <sup>119</sup>	Banner 2m x 2m	\$735,-
	Gráfica límite <sup>120</sup>	Invitaciones y tarjeta estacionamiento	\$761,-
<b>Seguro para Eventos</b>		OSDE posee cobertura para este tipo de eventos	\$0,-
<b>TOTAL CAMPAÑA 2</b>			<b>\$257.696,-</b>
<b>TOTAL PLAN DE COMUNICACIÓN</b>			<b>\$257.696,-</b>

(\*) Sujeto a la confirmación de los invitados al evento.

<sup>119</sup> GRÁFICA LÍMITES. *Fondo de prensa* [online] [consulta: 24-10-2020] Disponible en: [https://www.grafica-limite.com.ar/banners.php#Fondo\\_de\\_prensa](https://www.grafica-limite.com.ar/banners.php#Fondo_de_prensa)

<sup>120</sup> GRÁFICA LÍMITES. *Portales tarjetones* [online] [consulta: 24-10-2020] Disponible en: [https://www.grafica-limite.com.ar/postales\\_tarjetones.php](https://www.grafica-limite.com.ar/postales_tarjetones.php)

---

## Conclusión

Gracias a la elaboración del presente trabajo, logramos entender la labor que conlleva el desarrollo de un Plan de Relaciones Públicas y la importancia de realizar una buena investigación al momento de hacerlo. A partir de este, conseguimos aplicar todas las habilidades y conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera.

La realización de este trabajo fue un desafío, desde la investigación y el desarrollo del plan de comunicación hasta la adaptación a la situación en la que vivimos actualmente. En cuanto a la elaboración del plan, lo que nos resultó más complejo fue la búsqueda de las problemáticas. Sin embargo, gracias a la constante comunicación de nuestro equipo y las consultas semanales realizadas al docente, pudimos encontrar las herramientas para identificar las mismas.

Para concluir, nos gustaría resaltar la predisposición y sinceridad del Dr. Daniel Parlagreco, Subgerente de Evaluación de Insumos Médicos, quien nos facilitó mucho la información de la organización y fue muy claro con sus respuestas.

Brief

Brief	
OSDE	
OSDE (Organización de Servicios Directos Empresarios) fue creada bajo la forma legal de Asociación civil sin fines de lucro , iniciando sus actividades en 1972. Comenzó ofreciendo cobertura médica como obra social, pero hoy en día también ofrece servicio de prepaga. Actualmente hay 37 filiales a nivel nacional. OSDE es la organización de medicina prepaga y obra social con mayor cantidad de afiliados de la industria local.	
Clientes/Prestadores	Influencer
Problemática 1: Falta de conocimiento de los clientes sobre las funciones de la aplicación OSDE CMO que la organización ofrece.	Problemática 2: Escasez de conocimientos sobre Educación Sexual en los jóvenes de la Provincia y Ciudad de Buenos Aires, siendo esta la principal causa de embarazos no deseados en las adolescentes y aumento en las enfermedades de transmisión sexual.
Objetivo General: Para OSDE, ser percibida como una organización de la salud que se preocupa por el bienestar de la sociedad y busca respuestas a los problemas actuales.	
Campaña 1	Campaña 2
Objetivo particular 1: Para la aplicación OSDE CMO, ser asociada como la principal herramienta de video consultas de la organización por los clientes de OSDE en un plazo de tres meses.	Objetivo particular 2: Concientizar por lo menos al 75% de los influencers, acerca de la importancia de utilizar las redes sociales para transmitir contenido sobre Educación Sexual Integral a los jóvenes en un plazo de tres meses.
Estrategia 1.1: Demostrar la facilidad de la aplicación OSDE CMO para realizar video consultas	Estrategia 2.1: Fomentar el conocimiento de los influencers acerca de las problemáticas que genera la falta de educación sexual en la adolescencia.
Estrategia 1.2: Evidenciar las ventajas del uso de la aplicación OSDE CMO para consultas médicas a distancia.	Estrategia 2.2: Demostrar los beneficios de contar con conocimientos de Educación Sexual Integral.
Estrategia 1.3: Probar lo rápido y efectivas que son las video consultas.	
Táctica 1.1: Envío de Newsletter a los clientes con la finalidad que estos usen la aplicación para hacer consultas	Táctica 2.1: Envío de Press Kit a los influencers con el fin de empezar a introducir a los influencers en el tema de Educación Sexual Integral y presentar la nueva campaña de OSDE.
Táctica 1.2: Publicación de una nota en la pestaña de Novedades del sitio web de OSDE con el objetivo persuadir en el uso de la aplicación a los clientes.	Táctica 2.2: Realizar un evento en el cual se dará una chara con una sexóloga con el objetivo educar a los influencers acerca de Educación Sexual Integral.
Táctica 1.3: Envío de un flyer a los prestadores de OSDE a lo largo del país, para que lo coloquen en sus consultorios y los clientes de OSDE lo puedan ver. Este tendrá un código QR que los redirigirá a un video tutorial de Youtube . Con el fin de que los clientes conozcan la aplicación para hacer consultas.	
Indicador de evaluación 1 : Número de usuarios que efectuaron una o más consultas por la aplicación. Cantidad de video consultas concretadas a través de la aplicación.	Indicador de evaluación 2: Cantidad de influencers concientizados
Indicador de control 1.1: Contabilizar las aperturas del mail en relación a los mails enviados.	Indicador de control 2.1: Contenidos publicados por influencer (métricas/interacciones - likes, comentarios, compartidos, guardados, alcance, views -).
Indicador de control 1.2: Contabilizar los clics (ingresos) a la nota	Indicador de control 2.2: Cantidad de asistentes al evento en relación a los invitados y las publicaciones que se realicen en las redes sociales bajo el hashtag #OSDEtecuida
Indicador de control 1.3: Contabilizar las visualizaciones del video de Youtube	
Mensaje 1: “En Argentina, debido a la pandemia de Covid-19, hubo un gran descenso en las consultas médicas.” “OSDE CMO es una aplicación que permite mantener el cuidado de la salud respetando el distanciamiento social, preventivo y obligatorio” “OSDE se preocupa por el bienestar de las personas” “Quedate en casa que OSDE te cuida” “Las consultas ahora en tu casa” “Te atendemos desde la comodidad de tu casa”	Mensajes 2: “En Argentina, nacen siete bebés de niñas menores de 15 años por día” “El preservativo es el método más eficaz para prevenir el contagio de ETS” “Es importante que realices tus chequeos anuales” “Acordate que podés conseguir preservativos gratis” “Seamos concientes del poder de nuestras redes sociales” “Hoy más que nunca, influenciamos” “Basta de tabú, basta de dudas” “Asumí el compromiso, informate y educá”
Presupuesto total: \$257.696	

## Bibliografía

- AHF ARGENTINA, 2020. *Baja en el uso del preservativo y consumo de drogas sintéticas, dos de las causas que dispararon las cifras de ETS entre los jóvenes*. [online] [consulta: 29-09-2020] Disponible en: <https://testdevih.org/baja-en-el-uso-del-preservativo-y-consumo-de-drogas-sinteticas-dos-de-las-causas-que-dispararon-las-cifras-de-ets-entre-los-jovenes/>
- Argentina.gov.ar. *Cobertura Médica* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.sssalud.gob.ar/index.php?page=pmoprincipal>
- BAE NEGOCIOS. *Entidades médicas advierten por el descenso de consultas por otras enfermedades* [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://www.baenegocios.com/sociedad/Entidades-medicas-advierten-por-el-descenso-de-consultas-por-otras-enfermedades-20200814-0098.html>
- BARO, Marcelo. *Jerarquización de stakeholders para la construcción del capital social de las organizaciones* [online] Universidad del Cema [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/38013>
- BARO, Marcelo. *Objetivos y Metas*. Presentación PowerPoint. 2019.
- CÁMARA ARGENTINA DE EMPRESAS DE LA SALUD . *Quiénes somos* [online] [Consulta: 30-08-2019] Disponible en: <http://www.caes.com.ar/index.php/institucional/quienes-somos>
- CAPRIOTTI PERI, Paul. “De la Identidad a la Comunicación Corporativa”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 19 - 45. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en: <http://www.rodrigobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>
- CAPRIOTTI PERI, Paul. “Los Públicos de las Organizaciones”. En: *Branding Corporativo [online]*. Santiago, Libros de la Empresa, 2009. pp 69 - 81. [consulta: 11-08-2020]. Disponible en: <http://www.rodrigobruno.com.ar/rodrigo/descargas/brandingcorporativo.pdf>
- CAUSSE CATHCART, Mercedes. *El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico* [online] Universidad de Oriente [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181321553002.pdf>
- CLARÍN. *Fibrosis quística: qué cambia con la ley que aprobó el Senado* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: [https://www.clarin.com/sociedad/fibrosis-quistica-cambia-ley-aprobo-senado\\_0\\_PD3tK9sF.html](https://www.clarin.com/sociedad/fibrosis-quistica-cambia-ley-aprobo-senado_0_PD3tK9sF.html)
- CLÍNICA MAYO. *Exploración por tomografía por emisión de positrones* [online] [consulta: 18-08-2020] Disponible en: <https://www.mayoclinic.org/es-es/tests-procedures/pet-scan/about/pac-20385078>



- CONCEPTO. Medios de Comunicación [online] [Consulta: 30-08-2020] Disponible en: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- DEFENDAMOS BUENOS AIRES. *Encuesta de Salud. Más de 140 mil personas abandonaron la prepaga en el primer trimestre de 2019.* [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://defendamosbuenosaires.blogspot.com/2019/04/encuesta-de-salud-mas-de-140-mil.html>
- DEFINICIÓN. *Definición de Industria.* [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en: <https://definicion.de/industria>
- DIARIO DE NEUQUÉN. *Argentina: cada seis minutos, una adolescente es mamá* [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://www.lmneuquen.com/argentina-cada-seis-minutos-una-adolescente-es-mama-n651805>
- DICCIONARIO DE CAMBRIDGE. *Definición de Newsletter.* [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/newsletter>
- DILLON, Horacio. *Reporte de Social 2016-2018* [online] OSDE [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/rse/RSE2018.pdf>
- FACEBOOK. *Página de OSDE.* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-contactenos.html>
- FORTUNA. *Aumentaron las consultas por el costo de las prepagas.* [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://fortuna.perfil.com/2020-07-16-214237-aumentaron-las-consultas-por-el-costo-de-las-prepagas/>
- GARAY, Oscar Ernesto. *La Medicina Prepaga* [online] Ministerio de la Salud. [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <http://www.salud.gob.ar/dels/entradas/la-medicina-prepaga#:~:text=Por%20su%20lado%2C%20la%20ley,de%20prevenci%C3%B3n%2C%20protecci%C3%B3n%2C%20tratamiento%20y>
- GARAY, Oscar Ernesto. *Obras Sociales* [online] Ministerio de la Salud. [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <http://www.salud.gob.ar/dels/entradas/obras-sociales>
- GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. *Residuos patogénicos* [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: [https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documents/ley\\_154\\_-\\_residuos\\_patogenicos.pdf](https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documents/ley_154_-_residuos_patogenicos.pdf)
- GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. *Decreto 2585/2007* [online][consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://normas.gba.gob.ar/documentos/BoeG8fz0.html>
- GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA *Ley 26.743 - De Identidad de Género* [online][consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/tema/hogar/hijo/fertilizacion-asistida>

- GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, *Actualizan la normativa que provee medicamentos e insumos a personas con diabetes* [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/actualizan-la-normativa-que-provee-medicamentos-e-insumos-personas-con-diabetes>
- GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. *Orientación al Beneficiario*. [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://www.sssalud.gob.ar/index.php?page=pmoprincipal>
- GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. *Programa Compra Conjunta Medicamento Factor VIII para la hemofilia A severa* [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/programa-compra-conjunta-medicamento-factor-viii-para-la-hemofilia-severa>
- GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. *Reproducción asistida* [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/tema/hogar/hijo/fertilizacion-asistida>
- GONZALEZ, Marta; Dottavio, Esteban y Mejias, Claudia. *Implicancias de la obesidad y sobrepeso: su reglamento*. Hospital Alemán [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <http://www.auditoriamedicahoy.com.ar/biblioteca/Obesidad%20Gonzalez%20Dottavio%20Mejias.pdf>
- IGLESIAS, Ana y PASQUALINI, Agustín. *Aplicaciones de la ecografía transvaginal 3D en medicina reproductiva* [online] Halitus Instituto Médico [consulta: 11-09-2019] Disponible en: [http://www.samer.org.ar/revista/numeros/2014/Numero\\_2/revision\\_aplicaciones.pdf](http://www.samer.org.ar/revista/numeros/2014/Numero_2/revision_aplicaciones.pdf)
- INFOBAE ECONÓMICO. *El 55% de los afiliados a prepagas prevé cambiar durante 2020 a un plan más económico del que tiene en la actualidad* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.infobae.com/economia/2020/01/22/el-55-de-los-afiliados-a-prepagas-preve-cambiar-durante-2020-a-un-plan-mas-economico-del-que-tiene-en-la-actualidad/>
- INSTAGRAM. *Cuenta de OSDE*. [online][consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.instagram.com/osde/?hl=es-la>
- IPROUP *Crece el uso de apps para prevenir el coronavirus y el pedido de doctores online para no concurrir a una guardia* [online] [consulta: 23-08-2020] Disponible en: <https://www.iproup.com/innovacion/12164-pandemia-coronavirus-consultas-online-para-no-ir-a-la-guardia>
- JOHNSON, Gerry, SCHOLER, Kevan y WHITTINGTON, Richard. “El entorno”. En: *Dirección Estratégica*. 7ma edición. Madrid, Pearson, 2006. pp 63 - 113.

- LA NACIÓN. *Avance científico argentino en el ámbito médico* [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/avance-cientifico-argentino-en-el-ambito-medico-nid1727029/>
- LINKEDIN. *Cuenta de OSDE*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.linkedin.com/company/osde?originalSubdomain=ar>
- LÓPEZ URRUTIA, Lilimar. *Una Nueva Manera de Hacer Empresa* [online] RRPP Net [consulta: 18-08-2020] Disponible en: <http://www.rrppnet.com.ar/responsabilidad%20social%20en%20las%20organizaciones.htm#:~:text=La%20RSE%2C%20se%20podr%C3%ADa%20definir,y%20medioambientales%20de%20la%20empresa.>
- MINISTERIO DE SALUD. *COVID: Recomendaciones para la implementación de triage* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: [http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001849cnt-covid-19\\_recomendaciones-implementacion-triage.pdf](http://www.msal.gob.ar/images/stories/bes/graficos/0000001849cnt-covid-19_recomendaciones-implementacion-triage.pdf)
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. *Medicina tradicional: definiciones* [online] [Consulta: 18-08-2020] Disponible en: [https://www.who.int/topics/traditional\\_medicine/definitions/es/](https://www.who.int/topics/traditional_medicine/definitions/es/)
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. *Medicina tradicional: definiciones* [online] [Consulta: 18-08-2020] Disponible en: [https://www.who.int/topics/traditional\\_medicine/definitions/es/](https://www.who.int/topics/traditional_medicine/definitions/es/)
- OSDE. *Gestiones online*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-atencion-al-socio.html?urlRedireccion=#!tramites-en-linea.html>
- OSDE. *Asociarme a OSDE*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://asociarmeaosde.com.ar/>
- OSDE. *Cartilla Médica*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!cartilla.html>
- OSDE. *Código de Conducta*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/uploads/CodigoDeConducta.pdf>
- OSDE. *Conocé a OSDE*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!conozca-osde.html>
- OSDE. *Contacto*. [online]. [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-contactenos.html>
- OSDE. *Grupo OSDE*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!grupo-OSDE.html>
- OSDE. *Home*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!homepage.html>

- 
- OSDE. *Información al socio*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-atencion-al-socio.html>
  - OSDE. *Novedades*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-novedades.html>
  - OSDE. *Nuestra Misión*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-nuestra-mision.html>
  - OSDE. *Nuestros Valores*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-nuestra-mision.html>
  - OSDE. *Salud y Bienestar* [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!salud-y-bienestar.html>
  - OSDE. *Servicios y cobertura*. [online] [consulta: 23-08-2019] Disponible en: <https://www.osde.com.ar/index.html#!osde-servicios-cobertura.html>
  - PARLAGRECO, Daniel, 2020, *Entrevista con autoridad de OSDE*. [en persona]. 2020. Disponible en anexos
  - PERFIL. *Expertos Advierten Sobre Mayor Sobrepeso Y Obesidad Por La Cuarentena*. [online] [consulta: 30-08-2020] Disponible en: <https://www.perfil.com/noticias/coronavirus/expertos-advierten-sobre-mayor-sobrepeso-y-obesidad-en-argentina-ante-cuarentena.phtml>
  - PSICOLOGÍA DEL COLOR. *Psicología del color azul oscuro* [online] [consulta: 30-08-2019] Disponible en: <https://www.psicologiadelcolor.es/project/psicologia-del-color-azul-oscuro/>
  - PUEDO DECIDIR. *Información sobre embarazo adolescente* [online] [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <http://puedodecidir.org/#informacion-sobre-embarazo-adolescente>
  - REAL ACADEMIA ESPAÑOLA *Definición de Mercado*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en: <https://dle.rae.es/mercado>
  - REAL ACADEMIA ESPAÑOLA *Definición de Sector*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en: <https://dle.rae.es/sector>
  - REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Cliente*. [online][Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dpej.rae.es/lema/cliente>
  - REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Competencia* [online][Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dle.rae.es/competencia>
  - REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Definición de Ecografía*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en: <https://dle.rae.es/ecograf%C3%ADa>
  - REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Definición de Extranet*. [online] [Consulta: 15-08-2020] Disponible en: <https://dpej.rae.es/lema/extranet>
  - REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Empleado*. [online] [Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dle.rae.es/empleado>

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Gobierno*. [online] [Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dle.rae.es/gobierno>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Presta*. [online] [Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dle.rae.es/presta>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Prestador*. [online] [Consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://dle.rae.es/prestador>
- RIZZO, Jésica. *Cada vez más empresas en Argentina se suman al reciclado* [online] La Nación [consulta: 20-09-2019] Disponible en: <https://blogs.lanacion.com.ar/bien-verde/ecologia/cada-vez-mas-empresas-en-argentina-se-suman-al-reciclado/>
- SANATORIO ALLENDE, 2019. *Jóvenes: los más expuestos a las ITS*. La Voz [online]. [Consulta: 29-09-2020]. Disponible en: <https://www.lavoz.com.ar/espacio-de-marca/jovenes-mas-expuestos-a-its>.
- SMINK, Veronica. *Coronavirus: cómo es el laboratorio argentino que va a producir la vacuna de la Universidad de Oxford y AstraZeneca para América Latina* [online] BBC [consulta: 11-08-2020] Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53783657>
- STANG, Silvia. *Prepagas y clínicas: cómo está hoy el sector privado de la salud, que atiende a dos tercios de la población* [online]. La Nación. [consulta 15-08-2020]. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/coronavirus-como-esta-sector-privado-salud-cuales-nid2350385>
- THOMPSON, Arthur y STRICKLAND III, Alonso. *Dirección y administración estratégicas*. Ibarra Colado, Patricia (trad.) Delaware: Irwin, 1995, pp 1034, ISBN: 0-201-60107-9.
- TRAPERO, Carlos Martín. *Cirugía Robótica y Enfermería de Quirófano: ¿necesidad de cambio?*. [online] [consulta: 11-09-2019] Disponible en: [http://www.aeeq.net/congresos/7AEEQ/descargas/ponencias/m2\\_cmartin.pdf](http://www.aeeq.net/congresos/7AEEQ/descargas/ponencias/m2_cmartin.pdf)
- UNIVERSIDAD DE CAMBRIDGE. *Follower* [online][Consulta: 29-09-2019] Disponible en: <https://dictionary.cambridge.org/es-LA/dictionary/english/follower?q=follower+>
- UNIVERSIDAD DE CAMBRIDGE. *Influencer*. [online] [Consulta: 29-09-2019] Disponible en: <https://dictionary.cambridge.org/es-LA/dictionary/english-portuguese/influencer>
- YOUTUBE. *Cuenta de OSDE*. [online] [consulta: 11-08-2020] Disponible en: [https://www.youtube.com/channel/UCcsQIO\\_jf2Rd9S3alpSp3xw](https://www.youtube.com/channel/UCcsQIO_jf2Rd9S3alpSp3xw)

## Anexos

### Punto 1: Empleados

1. Dirección General
  - a. Dirección Comercial
    - i. Gerencia Comercial
    - ii. Gerencia de Atención Personalizada
    - iii. Gerencia de Promoción y Ventas
  - b. Dirección Médica
    - i. Gerencia Médica de Filiales
    - ii. Gerencia Médica de Gestión
    - iii. Gerencia Médica de Prestaciones
    - iv. Gerencia Médica de Logística, Asistencial y Urgencias Nacional
    - v. Gerencia de Programas Especiales
    - vi. Gerencia Médica de Urgencias
    - vii. Gerencia de Coordinación Médica
  - c. Dirección Administrativa
    - i. Gerencia Administrativa
    - ii. Gerencia de Productos y Servicios
    - iii. Gerencia de Cobranzas
    - iv. Gerencia de Contaduría
    - v. Central Gerencia de Controles de Facturación a Prestadores
    - vi. Gerencia de Presupuestos y Coordinación Administrativa
  - d. Dirección de Procesos y Sistemas
    - i. Gerencia de Procesos
    - ii. Gerencia de Sistemas
  - e. Gerencia de Legales
  - f. Gestión de Negocios
  - g. Gerencia de Auditoría Interna
  - h. Gerencia de Relaciones Académicas y RSE
  - i. Gerencia de Marketing
  - j. Gerencia de Recursos
  - k. Compliance

### Punto 2: Gobierno

## **Gobierno Nacional**

### *Poder Ejecutivo*

1. Presidencia de la Nación
  - a. Jefatura de Gabinete de Ministros
    - i. Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación
      1. Secretaría de Planeamiento y Políticas en Ciencia, Tecnología e Innovación
        - a. Subsecretaría de Políticas en Ciencia, Tecnología e Innovación
        - b. Subsecretaría de Estudios y Prospectiva
      2. Secretaría de Articulación Científico-Tecnológica
        - a. Subsecretaría de Evaluación Institucional
        - b. Subsecretaría de Coordinación Institucional
    - ii. Ministerio de Salud
      1. Secretaría de Calidad en Salud
        - a. Subsecretaría de Calidad, Regulación y Fiscalización
        - b. Subsecretaría de Gestión de Servicios e Institutos
      2. Secretaría de Acceso a la Salud
        - a. Subsecretaría de Medicamentos e Información Estratégica
        - b. Subsecretaría de Estrategias Sanitarias
      3. Superintendencia de Servicios de Salud (organismo descentralizado)
    - iii. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social
      1. Secretaría de Trabajo
        - a. Subsecretaría de Fiscalización del Trabajo
        - b. Subsecretaría de Políticas de Inclusión en el Mundo Laboral
      2. Secretaría de Empleo
        - a. Subsecretaría de Formación Profesional y Capacitación Permanente
        - b. Subsecretaría de Promoción del Empleo

### *Poder Legislativo*

1. Vicepresidencia de la Nación
  - a. Comisiones Permanentes
    - i. Comisión de Ciencia y Tecnología e Innovación Productiva



- ii. Comisión de Legislación del Trabajo

### **Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

#### *Poder Ejecutivo*

- 1. Jefatura de Gobierno
  - a. Jefatura de Gabinete
    - i. Ministerio de Salud
      - 1. Subsecretaría de Administración del Sistema de Salud
      - 2. Subsecretaría de Planificación Sanitaria y Gestión en Red
    - ii. Ministerio de Desarrollo Económico y Producción
      - 1. Subsecretaría de Trabajo, Industria y Comercio
      - 2. Subsecretaría de Bienestar Ciudadano
      - 3. Subsecretaría de Desarrollo Económico

#### *Poder Legislativo*

- 1. Comisiones
  - a. Educación, Ciencia Y Tecnología
  - b. Legislación del Trabajo
  - c. Salud

### **Punto 3: Medios de comunicación**

#### **Medios gráficos**

##### *Diarios*

- 1. Clarín
  - a. Secciones
    - i. Economía
    - ii. Sociedad
    - iii. Empresas y Protagonistas
  - b. Suplementos
    - i. Económico
- 2. La Nación
  - a. Secciones
    - i. Sociedad
    - ii. Economía
    - iii. Coronavirus

- iv. Ciencia y Salud
- b. Suplemento
  - i. Comunidad de Negocios
- 3. Página 12
  - a. Secciones
    - i. Economía
    - ii. Sociedad
    - iii. Ciencia
  - b. Suplemento
    - i. Cash
- 4. Ámbito Financiero
  - a. Secciones
    - i. Sociedad
    - ii. Economía
    - iii. Negocios
    - iv. Lifestyle
  - b. Suplemento
    - i. Ámbito Biz
- 5. El Cronista
  - a. Secciones
    - i. Finanzas y Mercados
    - ii. Apertura Negocios
    - iii. Lado B
  - b. Suplementos
    - i. Salud
    - ii. Innovación

## *Periódicos*

- 1. Perfil
  - a. Secciones
    - iii. Economía
    - iv. Ciencia/Medicina
- 2. El Economista
  - c. Secciones
    - i. Negocios

## *Revistas*

1. Revista Argentina de Salud Pública
  - a. Secciones
    - i. Intervenciones sanitarias
    - ii. Sala de situación
2. Revista Argentina de Medicina
  - a. Secciones
    - i. Dato no obtenido
3. Apertura
  - a. Secciones
    - i. Economía y política
    - ii. Finanzas
    - iii. Negocios
  - b. Suplementos
    - i. Responsabilidad empresarial
    - ii. Especiales
4. Mercado
  - a. Secciones
    - i. Empresas y Negocios
    - ii. Tecnología
    - iii. Vida y Estilo
5. Fortuna
  - a. Secciones
    - i. Empresas y Protagonistas
    - ii. Negocios
    - iii. Tecnología
    - iv. Estilo

## **Medios Audiovisuales**

### *Televisión*

1. Telefe
  - a. Telefe Noticias a las 20
2. El trece
  - a. Telenoche
3. El Nueve
  - a. Telenuve

4. América Tv
  - a. América Noticias
5. Televisión Pública
  - a. Televisión Pública Noticias (20h)

## *Radio*

1. Radio Mitre
  - a. Cada Mañana
2. Radio 10
  - a. Mañana Sylvestre
3. Radio La Red
  - a. Novaresio
4. Radio 750
  - a. La Mañana
5. Radio Continental
  - a. Buen Día Continental

## **Portales Digitales**

1. Infobae
  - a. Secciones
    - i. Salud
    - ii. Ciencia
    - iii. Económico
2. Iprofesional
  - a. Secciones
    - i. Negocios
    - ii. Health and Tech
3. Urgente 24
  - a. Secciones
    - i. Mercados
    - ii. Vida Sana
    - iii. Negocios
    - iv. Salud
    - v. Sociedad

## Punto 4: Influencers

- a. Juan Pablo González (Instagram)
- b. Natalia Jersonsky (Instagram y Twitter)
- c. Gregorio Rossello (Instagram)
- d. Sofia Morandi (Instagram)
- e. Julieta Castro (Tik Tok e Instagram)
- f. Lucas Spadafora (Instagram)
- g. Martín Perez Disalvo -Coscu- (Youtube y Twitch)
- h. Fermin Bo (Instagram)
- i. Sabina sin R (Tik Tok)
- j. Martina “Tupi” Saravia (Instagram)
- k. Agustina Papry Suásquita (Instagram y Youtube)
- l. Magali Tajés (Instagram)
- m. Flor Jazmín Peña (Instagram)
- n. Lizardo Ponce (Instagram)
- o. Cande Molfese (Instagram y Youtube)
- p. Leandro Riccio (Youtube)
- q. Lionel Ferro (Instagram)
- r. Lucas Lezin (Instagram y Youtube)
- s. Julián Serrano (Instagram y Youtube)
- t. Bauti Amestoy (Tik Tok)

## Punto 5: Jerarquización

Stakeholders	Priorización por sus atributos			Según la situación			
	Legitimidad	Poder	Urgencia	Inactivos	Informados	Atentos	Activos
<b>Empleados</b>							
Dirección general	x						x
Dirección administrativo	x						x
Gerencia administrativo	x						x
Gerencia de productos y servicios	x						x
Gerencia de Cobranzas	x						x
Gerencia de Contaduría	x						x
Central Gerencia de Controles de Facturación a Prestadores	x						x
Gerencia de Presupuestos y Coordinación Administrativa	x						x
Dirección comercial	x						x
Gerencia comercial	x						x
Gerencia de atención personalizada	x						x
Gerencia de Promoción y Ventas	x						x
Dirección de procesos y sistemas	x						x
Gerencia de procesos	x						x
Gerencia de sistemas	x						x
Gerencia de legales	x						x
Dirección médica	x						x
Gerencia médica de filiales	x						x
Gerencia médica de prestaciones	x						x
Gerencia médica de Logística, Asistencial y Urgencias Nacional	x						x
Gerencia de programas especiales	x						x
Gerencia médica de urgencias	x						x
Gerencia de coordinación médica	x						x
Gerencia de asistencia	x						x
Gerencia de Urgencias	x						x
Gerencia de Negocios	x						x
Gerencia de Auditoría Interna	x						x
Gerencia de Relaciones Académicas y RSE	x						x
Gerencia de Recursos	x						x
Gerencia de Marketing	x						x
Gerencia de Compliance	x						x
<b>Gobierno</b>							
<b>Gobierno Nacional</b>							
<b>Poder Ejecutivo</b>							
Presidente de la nación	x	Normativo		x			
Jefe de gabinete		Normativo		x			
Ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación	x	Normativo			x		
Secretaría de Planeamiento y Políticas en Ciencia, Tecnología e Innovación	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Políticas en Ciencia, Tecnología e Innovación	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Estudios y Prospectiva	x	Normativo			x		
Secretaría de Articulación Científico-Tecnológica	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Evaluación Institucional	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Coordinación Institucional	x	Normativo			x		
Ministro de salud	x	Normativo			x		
Secretaría de Calidad en Salud	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Calidad, Regulación y Fiscalización	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Gestión de Servicios e Institutos	x	Normativo			x		
Secretaría de Acceso a la Salud	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Medicamentos e Información Estratégica	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Estrategias Sanitarias	x	Normativo			x		
Superintendencia de Servicios de Salud (organismo descentralizado)	x	Normativo					x
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	x	Normativo			x		
Secretaría de Trabajo	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Fiscalización del Trabajo	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Políticas de Inclusión en el Mundo Laboral	x	Normativo			x		
Secretaría de Empleo	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Formación Profesional y Capacitación	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Promoción del Empleo	x	Normativo			x		
<b>Poder Legislativo</b>							
Vicepresidencia de la Nación	x	Normativo		x			
Comisiones Permanentes	x	Normativo			x		
Comisión de Ciencia y Tecnología e Innovación Productiva	x	Normativo			x		
Comisión de Legislación del Trabajo	x	Normativo			x		
<b>Gobierno CABA</b>							
<b>Poder Ejecutivo</b>							
Jefatura de Gobierno		Normativo		x			
Jefatura de Gabinete		Normativo		x			
Ministerio de Salud	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Administración del Sistema de Salud	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Planificación Sanitaria y Gestión en Red	x	Normativo			x		
Ministerio de Desarrollo Económico y Producción	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Trabajo, Industria y Comercio	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Bienestar Ciudadano	x	Normativo			x		
Subsecretaría de Desarrollo Económico	x	Normativo			x		
<b>Poder Legislativo</b>							
Comisiones	x	Normativo			x		
Educación, Ciencia Y Tecnología	x	Normativo			x		
Legislación del Trabajo	x	Normativo			x		
Salud	x	Normativo			x		
<b>Medios de comunicación</b>							
Negocios	x		x				x
Economía	x		x	x			
Empresas	x		x				x
Sociedad	x		x		x		
Salud y Ciencia	x		x				x
Tecnología	x		x		x		
<b>Clientes</b>	x	Utilitario	x				x
<b>Comunidad</b>	x		x				
<b>Prestadores</b>	x	Utilitario					x
<b>Influencers</b>	x		x			x	

## Punto 6: Mail al Dr. Daniel Parlagreco, Subgerente de Evaluación de Insumos Médicos de OSDE



**lucas otero**

18:28 (hace 14 minutos) ☆

Buenas tardes Daniel, Según lo conversado por teléfono, mediante el presente mail le paso las preguntas sobre la organización. La primera s...



**Daniel Parlagreco**

18:41 (hace 1 minuto) ☆ ↩ ⋮

para mí ▾

Hola Lucas, cómo estás? Espero que muy bien. En primer lugar los prestadores son aquellos médicos, sanatorios u hospitales de comunidad contratados, al servicio de OSDE.

Por otro lado, CMO significa Consulta Médica Online. Esta es una herramienta que permite al socio desde su casa comunicarse con la Mesa Operativa de Urgencias de la Filial Metropolitana. Las autoridades realizarán lo que se llama unTriage donde se selecciona a los pacientes que requieran de una consulta online, según su patología. Esta será realizada por personal del Staff de OSDE tanto por teléfono como por videollamada. También se realizan las Consultas Médicas Online en caso de sobredemanda de pedidos de atención domiciliaria. No te olvides lo conversado por teléfono del estado de CMO en la cuarentena, donde los servicios fueron ampliados a prestadores de OSDE.

...

--

Daniel Parlagreco  
Subgerente Evaluación de Insumos Médicos  
Gerencia Médica de Gestión  
Organización de Servicios Directos Empresarios  
OSDE Binario - Filial Metropolitana  
Av. Leandro N. Alem 1067 entrepiso (1001) Buenos Aires - Argentina  
Tel: (011) 4510-5466  
e-mail: [daniel.parlagreco@osde.com.ar](mailto:daniel.parlagreco@osde.com.ar) - <http://www.osde.com.ar>