

**Formulación del plan estratégico para la Sociedad Colombiana de Médicos
Generales**

Andrés Mauricio Ardila Vargas

Hernán Camilo Arenas

Gloria Ernestina Bendezú Herrera

Indira Judith Calambas Álvarez

Martín Alfonso Rodríguez López

Asesor Temático

Laura Andrea Niño Silva

Asesora Metodológica

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Facultad de Ciencias de la Salud

Especialización en Gerencia de la Calidad en Salud

Bogotá D.C.- Colombia

Julio, 2019

Resumen

La Sociedad Colombiana de Médicos Generales (SOCOMEG), es una sociedad corporativa, sin ánimo de lucro, con el objetivo de mejorar la calidad de vida y profesional de los médicos generales y afiliados afines al gremio de la salud; se ha evidenciado deficiencias en el proceso administrativo, siendo un riesgo para el cumplimiento de los propósitos de la organización. **Objetivo:** Formular el plan estratégico para la Sociedad Colombiana de Médicos Generales (SOCOMEG). **Método:** Se desarrolló mediante un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y corte transversal debido a que busca dar respuesta un problema específico en un contexto y tiempo limitados. La población que se abordó fue el área administrativa de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales. Para desarrollar el estudio, se determinaron las siguientes fases: Diagnóstico Organizacional, Determinación de puntos de intervención y creación de estrategia, y Definición de Planes Operativos **Resultados:** El diagnóstico situacional permitió analizar el ambiente interno y externo de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales y así establecer las estrategias para ser implementadas a partir del año 2020 mediante el diseño, planeación e implementación. **Conclusiones:** En esta investigación donde el objeto de estudio es la Sociedad de Médicos Generales, se implementó de la matriz DOFA, donde se identificó las amenazas a las que se encuentra expuesta la empresa y las debilidades que no permitían obtener una estabilidad financiera ni administrativa identificadas de forma ineficaz por lo tanto con controles insuficientes.

Palabras Clave: Modelo gerencial, Planeación estratégica, Estrategia, Método de análisis, Estudio DOFA.

Abstract

The Colombian Society of General Practitioners (SOCOMEG) is a corporate, non-profit, with the objective of improving the quality of life and professional of general practitioners and affiliates related to the health guild; deficiencies in the administrative process have been evidenced, being a risk for the fulfillment of the organization's purposes. **Objective:** Formulate the strategic plan for the Colombian Society of General Practitioners (SOCOMEG). **Method:** It was developed through a qualitative, descriptive and cross-sectional approach because it seeks to answer a specific problem in a limited context and time. The population that was addressed was the administrative area of the Colombian Society of General Practitioners. To develop the study, the following phases were determined: Organizational Diagnosis, Determination of intervention points and strategy creation, and Definition of Operational Plans. **Results:** The situational diagnosis allowed analyzing the internal and external environment of the Colombian Society of General Practitioners and thus establish the strategies to be implemented from the year 2020 through design, planning and implementation. **Conclusions:** In this investigation of where the object of study is the Society of Doctors Generals, the DOFA matrix has been implemented, which identifies the mitigations to which it exposes the company and the weaknesses that would not allow it to obtain a financial stability identified ineffectively because of so much with insufficient controls.

Keywords: Management model, Strategic planning, Strategy, Analysis method, DOFA Study.



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

Bogotá, D.C diciembre 07 de 2019

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, respeta los conceptos académicos emitidos por los estudiantes del Programa de **Especialización en Gerencia de la Calidad en Salud**, a través de sus proyectos de investigación, no se hace responsable de su contenido.

Las ideas expresadas en los citados trabajos no constituyen compromiso institucional, son responsabilidad exclusiva de cada autor.

Atentamente,

Carmen Cecilia Almonacid U
CARMEN CECILIA ALMONACID URREGO
Decana Facultad de Ciencias de la Salud

LANS *[Signature]*

Tabla de contenido

Introducción	1
Planteamiento del Problema	2
Objetivos	4
A. Objetivo General	4
B. Objetivos Específicos.....	4
Justificación	5
Marco Referencial.....	8
Marco Conceptual:	8
Marco Legal:	12
Diseño metodológico	14
Desarrollo de la propuesta	18
Objetivo número 1: Realización del diagnóstico del estado organizacional de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales.....	18
Objetivo número 2: Generación del plan estratégico para la Sociedad Colombiana de Médicos generales.	23
Objetivo número 3: Definición de Plan Operativo.....	32
Conclusiones y Recomendaciones	39
Anexos	40
Anexo A: Identificación de factores de riesgo y oportunidades de mejora	40
Anexo B: Estrategias seleccionadas según su naturaleza en la matriz de análisis	42
Anexo C: Acta 007 Socomeg.....	43
Anexo D: Acta Junta Directiva Planeación Educación Continuada	44
Anexo E: Plan Operativo de Sociedad Colombiana de Médicos Generales	46
Anexo F: Hoja de vida indicadores	47
Referencias Bibliográficas	50
Bibliografía	52

Introducción

El diseño de la planeación de estratégica de la Sociedad Colombiana de Médicos generales se da a partir la de organización, una organización administrativa poca clara y el poco crecimiento a nivel económico que había evidenciado lo que no permitía observar su camino ni realización de objetivos a corto o largo plazo.

Siendo la planeación estratégica una herramienta para el desarrollo de la empresa y logre un futuro exitoso, proporcionando una serie de acciones que en conjunto resultaran en estrategias apropiadas para la situación que vive la organización.

En el presente documento se establece la situación organizacional de SOCOMEG, donde se evaluaron sus aspectos positivos y a mejorar, a partir de los cuales se generan estrategias a corto plazo, dando estructura a su parte administrativa, aumentando su base financiera con un adecuado uso de sus recursos, enfocar sus decisiones a cada de las estrategias planteadas, disminuyendo acciones negativas que generen retrasos en sus metas y no menos importante generando una valor agregado en sus actividades a partir del conocimiento del mercado en el cual se desenvuelve y en el cual se tiene que dar a conocer.

Además, es importante la medición de cada uno de sus estrategias por medio del uso de indicadores permitiendo un control estricto de cada acción y su pertinencia.

Planteamiento del Problema

Colombia siendo un país en vía de desarrollo, requiere de instituciones fortalecidas que brinden una adecuada protección y satisfacción a los usuarios a partir de un sistema de salud con bases sólidas que favorezca el pensamiento innovador motivando a los empleados hacia el compromiso con los objetivos misionales de las organizaciones.

En este sentido es importante resaltar que desde la creación de las EPS con la ley 100 se han identificado algunas situaciones que afectan la prestación del servicio analizadas desde el punto de vista del personal de salud, como horarios extensos, deficiencias en aspectos de bienestar laboral, poco personal y exigencias en los tiempos de atención que desafortunadamente pueden generar lamentables y trágicas consecuencias que inciden en la atención humanizada y en la calidad.

Frente a esta situación, el gremio médico se ha visto en la necesidad de generar una entidad que los proteja y los represente ante la comunidad con el fin de dar cumplimiento a los postulados académicos, éticos y profesionales sugeridos en su formación.

Por lo anteriormente descrito, se creó la Sociedad Colombiana de Médicos Generales (SOCOMEG), una sociedad corporativa, sin ánimo de lucro, de reciente creación, con el objetivo de mejorar las condiciones de trabajo de cada profesional, educación continuada y unión del gremio de la salud, en busca de mejores oportunidades y aumento de su campo de acción.

Pero a pesar de tener claridad en sus objetivos, se evidencia una dificultad para convertirlo en acciones tangibles por el desconocimiento de sus miembros manejo empresarial, y como cualquier empresa SOCOMEG, requiere de ciertas bases de dirección y planeación para obtener una base sólida e iniciar un crecimiento exponencial, adquiriendo un estatus y reconocimiento como identidad líder a nivel académico y lograr la tarea de agremiar a los médicos de Colombia.

Al contrario, se ha evidenciado:

- Fallas en el proceso administrativo y sus componentes, planeación, organización, dirección y control.
- Entorpecimiento de procesos estratégicos, tácticos y operativos.
- Planteamiento de objetivos a futuro sin tener en cuenta los recursos con los que se cuenta.
- División del trabajo y política de “delegación de poder a subordinados” inadecuadas, que generan inconformidad y sobrecarga de trabajo innecesarios.

Estas anomalías constituyen un riesgo para la realización de los objetivos trazados por SOCOMEG.

Teniendo en cuenta lo anterior, ¿Cómo formular el plan estratégico para la Sociedad Colombiana de Médicos Generales?

Objetivos

A. Objetivo General

Formular el plan estratégico para la Sociedad Colombiana de Médicos Generales (SOCOMEG)

B. Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico del estado organizacional de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales.
- Generar el plan estratégico para la Sociedad Colombiana de Médicos generales.
- Formular los planes operacionales para la ejecución del plan estratégico y el despliegue en la organización.

Justificación

La empresa es una unidad económica y social, esencial para el funcionamiento de un sistema económico, busca la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, en base a la fabricación de productos, prestación de servicios y generación de bienes.

Cada persona se especializa en un área específica, generando satisfacción en el empleador y empleado por cubrimiento de necesidades propias de cada sector.

Las empresas surgen de las decisiones de individuos, que dirigen la asignación de recursos dentro de los límites de su competencia, constituyéndose con una personalidad jurídica propia y una razón social (Hoff, Demirgüç & Gatti, 2016).

En el sector salud, el aprovechamiento de los múltiples campos de acción sería de gran beneficio, porque ser uno de los requerimientos fundamentales de la sociedad y su crecimiento debe ser proporcional al de la población.

De esta forma, teniendo en cuenta la situación a nivel de salud, en cuanto a necesidades de los profesionales, los cuales requieren ciertas condiciones dignas, para desempeñar sus actividades de manera eficiente como: sueldo adecuado, con un contrato con todo lo establecido por la ley y motivación inherente a cada individuo, por lo que se generó la necesidad representación antes los entes institucionales de salud y su necesidad de actualización a conocimientos en el campo de la medicina, se creó la Sociedad Colombiana de Médicos Generales, como empresa sin ánimo de lucro a disposición del gremio médico, ejercicio médico con responsabilidad, ofrecer educación continuada a sus miembros.

Siendo una sociedad científica y con deseos de agremiar, uno de sus objetivos es dar opiniones sobre la situación del sistema de salud y de los profesionales, dando un punto de vista ponderado de la misma.

La Sociedad Colombiana de Médicos Generales al igual que las empresas de cualquier sector, ha tenido inconvenientes para definir y establecer sus objetivos misionales, además de las actividades para alcanzarlos, lo que ha conllevado a que la compañía crezca

lentamente y con una brecha de ganancias muy pobre, con un rumbo poco claro de la misma, ni en cuanto tiempo encontrar su punto de equilibrio convirtiendo sus desventajas en ventajas competitivas con relación a las asociaciones de características similares en este sector.

Siendo esta solo una visión superficial de escenario de esta empresa es imperativo adquirir una herramienta que permita tener un panorama general, así como mejorar y organizar cada una de las piezas de la organización.

Frente al planteamiento realizado hasta aquí, se puede establecer que algunas de las causas (Holded, 2018) para que una empresa fracase son:

- No contar con el capital necesario: La falta de planeación económica es uno de los errores más comunes se evidencia para estructurar como: inversión inicial, gastos corrientes e intereses generados de la inversión

- Planeación errónea: Cómo se ha mencionado previamente, uno los factores más importantes la faltan planeación, derivada la falta de estrategia o modelo gerencial ni siquiera una realización de un plan de negocios.

- Falta de liderazgo: Para el éxito empresarial se ha descrito que, liderazgo es la guía en que se pueden formular y derivar las estrategias y plantear nuevas soluciones para la organización.

- Incapacidad de delegar: Saber delegar las funciones hace que, la carga de las funciones puede estar equilibrada debido a que en la planeación cuando un solo individuo hace todas las tareas puede llegar a cansancio extremo y desilusión del proyecto, por lo que se debe asesorar y contratar expertos en cada materia, para que no ocurra la falta de ejecución del proyecto.

- Otros motivos: la falta de comunicación a todos los niveles de la empresa, la toma de decisiones unilateral sin tener en cuenta la opinión de los miembros de organización, no tener claridad sobre las finanzas (ingresos, egresos y patrimonio que se generan).

Por lo que a nivel gerencial se refiere, es importante tener claridad sobre las características de la empresa, desde la perspectiva del médico general los cuales no tienen un amplio conocimiento en el área gerencial, que no tiene la formación para realizar tareas

de dirección y organización, por lo cual es necesario realizar un análisis de los modelos gerenciales adaptable, de forma clara y de fácil entendimiento, para un adecuado crecimiento de la empresa dando respuesta a las necesidades que se evidencian actualmente al evaluar la trayectoria y el posible futuro de esta organización.

Marco Referencial

Etimológicamente, estrategia deriva del latín *strategia*, que a su vez procede de dos términos griegos: *stratos* (“ejército”) y *agein* (“conductor, guía”); por lo tanto, el significado primario de estrategia es el arte de dirigir las operaciones militares. Estrategia es una noción que aparece mencionada en la Biblia desde el antiguo testamento, en el siglo IV Sun Tzu, general chino escribió la colección de ensayos sobre el arte de la guerra; en el arte militar de dirigir, la estrategia consiste en la gestión de la coordinación del trabajo cooperativo orientado, es un proceso a través del cual el estratega se abstrae del pasado para situarse mentalmente en un futuro deseado y a partir de este, tomar las decisiones en el presente para cumplir los objetivos.

En la antigua Grecia, Sócrates comparó las actividades de un empresario con las de un general al señalar que en toda tarea quienes la ejecutan debidamente tienen que hacer planes y mover recursos para alcanzar los objetivos.

El término se incorpora en la actividad económica de la organización después de la Segunda Guerra mundial, en el libro Clásico *The Theory of Games Behavior*, publicado en 1944, Von Neumann y Morgenstern en su investigación sobre la teoría de los juegos establecen el planteamiento estratégico o no cooperativo en la que una serie de actos que ejecuta la empresa, son seleccionados de acuerdo a una situación concreta.

Según Drucker (1954) la estrategia se fundamenta en el análisis de la situación presente, la definición de qué son los recursos y qué deberían ser, y la creación de los cambios considerados necesarios para lograr el futuro deseado.

El marco de referencia de esta propuesta está constituido por el marco conceptual y legal, los cuales se desarrollan a continuación:

Marco Conceptual:

Se fundamenta en la revisión de los conceptos: estrategia como herramienta de aplicación en la administración de las organizaciones y planeación estratégica como proceso para la toma de decisiones.

1. La estrategia como herramienta en la administración de las organizaciones: La estrategia es una herramienta que se utiliza en diferentes ámbitos, desde la organización de una gran empresa, hasta en los encuentros deportivos; todo con el fin de cumplir un objetivo común: El ser una empresa sobresaliente, innovadora y próspera.

Teniendo en cuenta el trabajo desarrollado por Amorocho (2009), se puede identificar que la viabilidad de una empresa se puede relacionar con los objetivos obtenidos, es decir, en los resultados de un trabajo previamente realizados y proyectados.

2. La planeación estratégica como proceso para la toma de decisiones: En cuanto a la historia, los chinos introdujeron este concepto para asuntos militares en la obra literaria *El Arte de La guerra* de Sun Tzu, filósofo y militar chino de los años 400-340 (A.C.), (Castellanos & Cruz, 2014). Posteriormente entre 1950-1960 se comienza a utilizar este concepto en las organizaciones para mejorar el desempeño de la misma y ver su crecimiento a largo plazo.

La planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro (Amaya, J.A 2005). Se caracteriza porque en su formulación proyectada a largo plazo, en sus términos de efectos y sus consecuencias. Está orientada hacia las relaciones entre la empresa y su ambiente de tarea; incluye la empresa como totalidad y abarca todos sus recursos para obtener el efecto sinérgico de toda la capacidad y potencialidad de la empresa, como toma deliberada y sistemática de decisiones, la planeación estratégica incluye propósitos que afectan o deberían afectar a toda la empresa durante largos períodos. Es una planeación que incluye plazos más largos, es más amplia y se desarrolla en los niveles jerárquicos más elevados de la organización. (Chiavenato, I 2017).

Es además una herramienta de gestión dirigida a: la obtención, procesamiento y análisis de información obtenida de una empresa, que genera las acciones necesarias para la toma de decisiones, adecuada para el momento de la organización y orientada a los objetivos a largo plazo (Contreras, 2013). Es importante plantear ciertas preguntas, para encaminar de forma precisa lo que se quiere realizar:

- ¿En qué consiste el negocio?
- ¿Características del entorno general y específico?
- ¿Cuál es la competencia cualidades y características?,
- ¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades?
- ¿Cuál es la visión, si tiene claro su horizonte?
- ¿Cuál es el camino adecuado para llegar a las metas?
- ¿Qué método utilizar, para medir si se está concretando los objetivos planteados, a corto y largo plazo?

A través de la planeación, una persona u organización se fija alguna meta y estipula qué pasos debería seguir para llegar hasta ella. Este proceso, puede tener una duración variable dependiendo del caso, e incluye los recursos con los que se cuenta y las influencias externas.

Toda planeación implica un proceso que supone tomar decisiones sucesivas; parte desde la identificación de un problema y sigue con el análisis de las diferentes opciones disponibles; decisión que debe ser tomada por el sujeto o la compañía que le resulte más propicia para solucionar el problema en cuestión e iniciar la puesta en marcha de un plan teniendo en cuenta una estrategia.

El diagnóstico analítico permite conocer la situación real de la organización por medio de la utilización de ciertas herramientas. Siendo su finalidad la búsqueda de amenazas, corregir debilidades, aprovechar oportunidades y priorizar fortaleza a partir de procesos internos de la organización, comunicación interna y externa (Meza & Carballeda, 2003).

Se establece entonces que este diagnóstico es el primer paso para la formulación de nuevas herramientas que permitan un sistema viable y un cambio de modelo gerencial; entendiendo que para que funcione es fundamental contar con el compromiso de la

organización para realizar los cambios requeridos frente a los resultados obtenidos, así mismo se requiere que la información solicitada en este primer momento sea suministrada de primera mano y permita evidenciar la realidad de la institución y por último realizar la respectiva retroalimentación para establecer los compromisos de mejora requeridos. (Meza & Carballeda, 2003).

El diagnóstico organizacional se divide en tres etapas:

- Generación de la información mediante observación de la organización y aplicación de instrumentos asociados.
- Organización de la información de manera sistemática y de fácil consulta.
- Análisis e interpretación de la información desde una matriz de datos que permitan dar cuenta de los cuestionamientos iniciales.

La planeación estratégica cumple seis etapas:

- I. Determinación de los objetivos empresariales que enmarcan el propósito de la empresa.
- II. Análisis ambiental externo permite conocer el ambiente y diagnosticar lo que ocurre en él.
- III. Análisis de ambiente general que incluye factores tecnológicos, políticos, económicos, legales, sociales, demográficos y ecológicos.
- IV. Análisis organizacional interno que permite conocer la empresa en su interior e incluye: la misión, la visión, los objetivos empresariales, la estructura organizacional, la tecnología, el talento humano y el tipo de administración.
- V. Formulación de las alternativas estratégicas y elección de la estrategia empresarial.

Marco Legal:

El siguiente marco legal descrito en la tabla 1, hace referencia a la legislación colombiana que soportó la presente investigación y que fue desarrollada de manera cronológica incluyendo a la Constitución Política de Colombia, Leyes y Decretos alusivos al tema.

Tabla 1

Referencias legales para desarrollo de trabajo – Primera parte

LEY	DESCRIPCIÓN
Constitución política de Colombia 1991	Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones.
Ley 222 de 1995	Se define el proceso para la creación de empresa Unipersonal y los requisitos para su creación.
Ley 344 de 1996	Se establecen normas correspondientes a la creación de empresas y se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público.
Ley 789 de 2002	Se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social. Se crea el Fondo Emprender como una cuenta independiente, el cual será administrado por esta entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que para los efectos legales.

Fuente: Elaboración propia modificada de Constitución Política de Colombia, Leyes y Decretos que reglamentan la constitución de una Sociedad en Colombia.

Tabla 1*Referencias legales para desarrollo de trabajo – segunda parte*

LEY	DESCRIPCIÓN
Ley 1014 de 2006	Se dispone de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas. Se crea un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas, y establecen mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.
Decreto 410 de 1971	<p>Se definen los requisitos para la constitución de una sociedad Comercial.</p> <p>Se establece en la Constitución de Sociedades Colectivas, que todos los socios de la sociedad en nombre colectivo responderán solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales.</p> <p>Establece que una sociedad en comandita se formará siempre entre uno o más socios que comprometen solidaria e ilimitadamente su responsabilidad por las operaciones sociales y otro o varios socios que limitan la responsabilidad a sus respectivos aportes. Los primeros se denominarán socios gestores o colectivos y los segundos, socios comanditarios.</p> <p>Sobre constitución de Sociedades de Responsabilidad Limitada, los socios responderán hasta el monto de sus aportes. En los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades.</p> <p>Sobre constitución de Sociedades Anónimas, se formarán por la reunión de un fondo social suministrado por accionistas responsables hasta el monto de sus respectivos aportes; será administrada por gestores temporales y revocables y tendrá una denominación seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de las letras "S A."</p>
Decreto 4466 de 2006:	Por el cual se establecen los requisitos que deben cumplir los interesados en la creación de empresa u organizaciones, desde el proceso de constitución, organización y control, hasta los entes reguladores que tendrán el fin de velar por el cumplimiento de los requisitos para cada una de las organizaciones.
Decreto 1192 de 2009	Reglamenta el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

Fuente: Elaboración propia modificada de Constitución Política de Colombia, Leyes y Decretos que reglamentan la constitución de una Sociedad en Colombia.

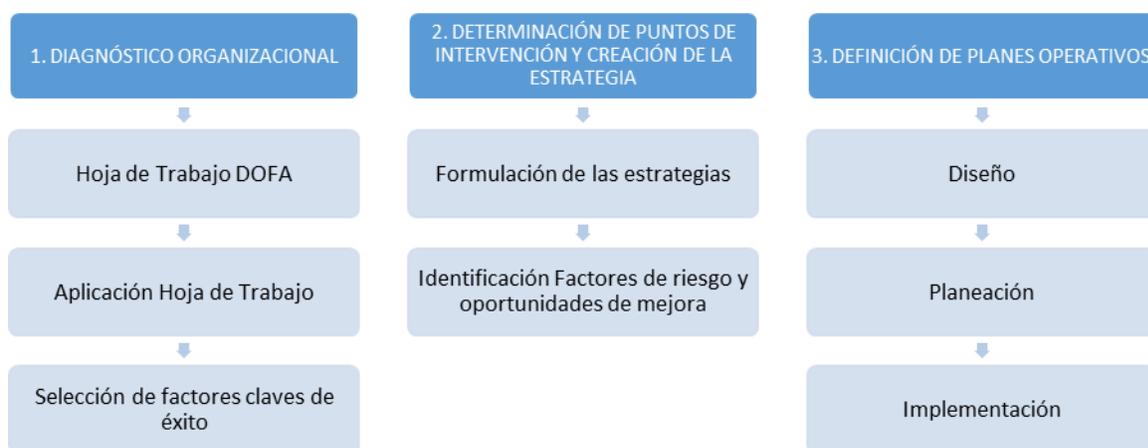
Diseño metodológico

Este estudio tiene un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo y corte transversal debido a que busca dar respuesta un problema específico en un contexto y tiempo limitados, en este caso particular pretende formular el plan estratégico para la Sociedad Colombiana de Médicos Generales.

Para cumplir los objetivos específicos se han determinado las siguientes fases como se evidencia en el gráfico número 1:

Gráfico 1:

Fases Diseño Metodológico



Fuente: Elaboración Propia

1. Diagnóstico Organizacional: El cual se realiza mediante la aplicación de la matriz DOFA incluyendo los atributos de la empresa y del ambiente. Para la elaboración del diagnóstico se tuvieron en cuenta los siguientes elementos:

a. Elaboración de la hoja de trabajo para el análisis DOFA: teniendo en cuenta los factores claves relacionados con la organización, los mercados, los recursos financieros, la infraestructura, el recurso humano, los inventarios, el sistema de mercadeo y distribución de investigación y desarrollo, las tendencias políticas, sociales, económicas y tecnológicas y variables de competitividad.

En la tabla 2 describe análisis DOFA en donde es fundamental incluir todos los elementos clave para que el diagnóstico de cuenta de la situación real de la organización.

Tabla 2:

Descripción de los elementos claves: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Enumerar Oportunidades Clave	Enumerar amenazas Clave
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Enumerar fortalezas Clave	Enumerar Debilidades Clave

Fuente: *Elaboración Propia*

b. Aplicación del análisis DOFA con personal de la Sociedad: A partir del análisis realizado por parte de los socios de la organización se construye la matriz como Herramienta de diagnóstico organizacional, de tal forma que sean insumo principal para la elaboración de su plan estratégico.

c. Selección de factores claves de éxito: Una vez llena la hoja de trabajo, debe hacerse una selección de los factores claves de éxito, que servirán para el análisis DOFA. Hay que escoger solamente aquellos que sean fundamentales para

el éxito o fracaso de la compañía. Para ello, debe utilizarse el análisis de impacto. Este consiste en definir cuál es el impacto de cada fortaleza, debilidad, oportunidad o amenaza y por tanto convertirla en factor clave del éxito (Betancourt, 2018).

Para ello debe elaborarse una matriz de impactos en la cual se defina y categorice cada factor en relación con el impacto en el negocio. Para ello se puede utilizar el modelo de matriz que se evidencia a continuación:

Tabla 3:

Categorización de Impacto en análisis DOFA

FORTALEZAS	IMPACTO			OPORTUNIDADES	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
DEBILIDADES	IMPACTO			AMENAZAS	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo

Fuente: *Elaboración Propia*

Con base en la selección de los factores claves de éxito de más alto impacto se realizará el análisis DOFA, que consiste en relacionar oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, preguntándose cómo convertir una amenaza en oportunidad, como aprovechar una fortaleza, como anticipar el efecto de una amenaza y prevenir el efecto de una debilidad (Betancourt, 2018)

2. Determinación de los puntos de intervención y creación de la estrategia: Este análisis originará un primer acercamiento a la formulación de estrategias para la compañía. Para realizar el análisis DOFA, puede utilizarse la matriz que se muestra a continuación:

Tabla 4:*Matriz Análisis DOFA*

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Oportunidades que se deben aprovechar	Riesgos externos que se deben afrontar
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
Puntos fuertes internos	FORTALEZA + OPORTUNIDADES Estrategia a seguir con base en las fortalezas y oportunidades detectadas	FORTALEZAS + AMENAZAS Estrategia a seguir con base en las fortalezas y amenazas detectadas
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
Puntos débiles internos	DEBILIDADES +OPORTUNIDADES Estrategia a seguir con base en las debilidades y oportunidades	DEBILIDADES + AMENAZAS Estrategia a seguir con base en las debilidades y amenazas detectadas

Fuente: *Elaboración Propia*

El objetivo es identificar los problemas que enfrenta la organización y determinar sus causas para que la gerencia pueda planificar soluciones mediante la aplicación y seguimiento de las estrategias generadas con el ejercicio de diagnóstico situacional.

A partir del análisis de la información obtenida con el diagnóstico y las estrategias diseñadas, se realiza la identificación de factores de riesgo y las oportunidades de mejora a cada uno de estos riesgos.

3. Definición de planes operativos: Con los riesgos identificados, las oportunidades de mejora aplicada, se diseñan e inicia la implementación de los planes operativos para el funcionamiento de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales.

Desarrollo de la propuesta

Objetivo número 1: Realización del diagnóstico del estado organizacional de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales

Para el desarrollo de los objetivos y cumplimiento de las estrategias se utilizó la herramienta de análisis matriz DOFA diagnóstico organizacional de SOCOMEQ a partir de la identificación de factores internos y externos de la organización dependiendo de su contexto y situación actual.

Se identifican áreas con mayor potencial y opción de mejora que permitan minimizar impactos negativos que pueda ocasionar poca estabilidad de la organización.

Los factores analizados fueron cuatro, agrupados en dos variables: internas y externas; las variables internas Debilidades y Oportunidades, así como las variables externas Fortalezas y Amenazas.

Para el proceso de diagnóstico organizacional, en primera instancia se llevó a cabo una reunión con la junta directiva en pleno de SOCOMEQ, estableciendo la necesidad de realizar una reestructuración en los procesos llevados a cabo por parte de la empresa, donde cada uno de los integrantes dieron a conocer sus opiniones y experiencias en torno a la trayectoria de la Sociedad, tomando en cuenta tanto logros como falencias.

Posteriormente se realizó una recolección de datos a partir de las siguientes preguntas orientadoras:

1. ¿Cuál es el futuro que visualiza para la Sociedad Colombiana de Médicos Generales?
2. ¿Cuáles han sido los logros obtenidos hasta el momento por la Sociedad Colombiana de Médicos Generales?
3. ¿Cuáles han sido los errores evidenciados por parte de los miembros de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales?
4. ¿Cuáles han sido las falencias detectadas por los miembros SOCOMEQ a nivel organizacional?

5. ¿Cuáles han sido los resultados positivos detectados por los miembros SOCOMEG a nivel organizacional?

A partir de los datos recolectados, se escoge herramienta diagnóstica para este caso puntual la matriz DOFA, para generar y desarrollar las estrategias.

En la tabla número 5 se evidencia el resultado de la junta directiva realizada:

Tabla 5:

Matriz DOFA Sociedad Colombiana de Médicos Generales: Reunión Junta Directiva

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>1: Explorar el mercado de educación médica continuada de forma presencial y virtual para gremio médico con poco crecimiento en el país.</p> <p>2: A raíz de la resolución 2881 de 2018 correspondiente a transferencia de valor (la cual busca fomentar un relacionamiento transparente entre la industria farmacéutica y los actores del sistema de salud) se requiere generación de un intermediario entre la industria farmacéutica y los médicos.</p> <p>3: Patrocinio económico a la Sociedad Colombiana de Médicos Generales para realización de sus diferentes eventos, cursos y diplomados a partir de alianzas estratégicas con la industria farmacéutica.</p>	<p>1: Falta de apoyo académico y el no reconocimiento por parte de las Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedad agremiadas, Colegios Profesionales, entre otros.</p> <p>2: No hay claridad en cuanto a la adquisición de recursos económicos por parte de SOCOMEG.</p> <p>3: Incumplimiento de eventos propuestos que conlleva a la pérdida de imagen como sociedad fundamentada por falta de recursos financieros necesarios para su organización marketing.</p>
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1: Única sociedad registrada ante Cámara de Comercio, Alcaldía Mayor y miembros de CAMEC (Consejo Colombiano de Acreditación y Recertificación Médica, de Especialistas y profesiones afines).</p> <p>2: Personal perteneciente a SOCOMEG con experiencia en el área de educación continuada y sociedades científicas.</p> <p>3. Número creciente de afiliados como público objetivo médicos generales (Población de médicos generales en el país aprox. 80 000)</p>	<p>1: Falta de credibilidad ante la industria farmacéutica y área de educación médica continuada por poca experiencia, y reconocimiento en el mercado además de reciente creación.</p> <p>2: Plataforma estratégica sin revisión y ajustes a la situación actual de la Organización.</p> <p>3: Falta de conocimiento técnico en las asignación de competencias correspondiente a cada cargo establecido en la junta directiva.</p>

Fuente: *Elaboración Propia resultado de la herramienta aplicada*

Con la realización de la matriz DOFA y el desarrollo de cada variable, se continúa con la matriz de impacto, la cual ayuda a clasificar cada variable de mayor a menor relevancia, haciendo una valoración objetiva por parte de los investigadores teniendo en cuenta la probabilidad de ocurrencia y sus repercusiones tanto negativas como positivas para la organización.

Teniendo en cuenta la clasificación de impacto, se desarrollaron las estrategias a desarrollar en el segundo y tercer objetivo del presente estudio.

A continuación, en la tabla 6 se determinaron las estrategias como producto del diagnóstico organización y su clasificación de impacto:

Tabla 6:

Clasificación de Impacto análisis DOFA Sociedad Colombiana de Médicos Generales – Primera parte

	IMPACTO				IMPACTO		
	ALTO	MEDIANO	BAJO		ALTO	MEDIANO	BAJO
FORTALEZAS	F1: Única sociedad registrada ante Cámara de Comercio, Alcaldía Mayor y miembros de CAMEC (Consejo Colombiano de Acreditación y Recertificación Medica, de Especialistas y profesiones afines).	F3: Número creciente de afiliados como público objetivo médicos generales (Población de médicos generales en el país aprox. 80 000).	F2: Personal perteneciente a SOCOMEG con experiencia en el área de educación continuada y sociedades científicas.	OPORTUNIDADES	O2: A raíz de la resolución 2881 de 2018 correspondiente a transferencia de valor (la cual busca fomentar un relacionamiento transparente entre la industria farmacéutica y los actores del sistema de salud) se requiere generación de un intermediario entre la industria farmacéutica y los médicos.	O3: Patrocinio económico a la Sociedad Colombiana de Médicos Generales para realización de sus diferentes eventos, cursos y diplomados a partir de alianzas estratégicas con la industria farmacéutica.	O1: Explorar el mercado de educación médica continuada de forma presencial y virtual para gremio médico con poco crecimiento en el país.

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 6:

Clasificación de Impacto análisis DOFA Sociedad Colombiana de Médicos Generales – Segunda parte

DEBILIDADES	IMPACTO			AMENAZAS	IMPACTO		
	ALTO	MEDIANO	BAJO		ALTO	MEDIANO	BAJO
	D3: Falta de conocimiento técnico en las asignación de competencias correspondiente a cada cargo establecido en la junta directiva	D2: Plataforma estratégica sin revisión y ajustes a la situación actual de la Organización	D1: Falta de credibilidad ante la industria farmacéutica y área de educación médica continuada por poca experiencia, y reconocimiento en el mercado además de reciente creación.		A3: Incumplimiento de evento propuestos que conlleva a la pérdida de imagen como sociedad fundamentada por falta de recursos financieros necesarios para su organización marketing.	A2: No hay claridad en cuento a la adquisición de recursos económicos por parte de SOCOMEG.	A1: Falta de apoyo académico y el no reconocimiento por parte de las Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedad agremiadas, Colegios Profesionales, entre otros.

Fuente: *Elaboración Propia*

Teniendo en cuenta lo obtenido en la matriz DOFA y de impacto a partir de las cuales se realizarán las estrategias las cuales se describirán en la tabla 7.

Tabla 7:

Estrategias generadas a partir del Diagnóstico Organizacional de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>1: Explorar el mercado de educación médica continuada de forma presencial y virtual para gremio médico con poco crecimiento en el país.</p> <p>2: A raíz de la resolución 2881 de 2018 correspondiente a transferencia de valor (la cual busca fomentar un relacionamiento transparente entre la industria farmacéutica y los actores del sistema de salud) se requiere generación de un intermediario entre la industria farmacéutica y los médicos.</p> <p>3: Patrocinio económico a la Sociedad Colombiana de Médicos Generales para realización de sus diferentes eventos, cursos y diplomados a partir de alianzas estratégicas con la industria farmacéutica.</p>	<p>1: Falta de apoyo académico y el no reconocimiento por parte de las Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedad agremiadas, Colegios Profesionales, entre otros.</p> <p>2: No hay claridad en cuanto a la adquisición de recursos económicos por parte de SOCOMEG.</p> <p>3: Incumplimiento de eventos propuestos que conlleva a la pérdida de imagen como sociedad fundamentada por falta de recursos financieros necesarios para su organización marketing.</p>
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<p>1: Única sociedad registrada ante Cámara de Comercio, Alcaldía Mayor y miembros de CAMEC (Consejo Colombiano de Acreditación y Recertificación Médica, de Especialistas y profesiones afines).</p> <p>2: Personal perteneciente a SOCOMEG con experiencia en el área de educación continuada y sociedades científicas.</p> <p>3: Número creciente de afiliados como público objetivo médicos generales (Población de médicos generales en el país aprox. 80 000)</p>	<p>FO1: F3+O3: Realizar alianzas con la industria farmacéutica e instituciones de educación médica continuada para la generación de eventos como congresos, simposios, cursos y diplomados de educación continuada</p> <p>FO2: F2+O2: presentar una opción legal a la industria farmacéutica para poder generar eventos a los médicos en cumplimiento de la resolución 2881/18</p> <p>FO3: F1+O1: Ofrecer cursos, simposios, diplomados y congresos dirigidos a médicos generales y demás profesionales de la salud interesados enfocados a sus áreas de conocimiento por afianzar y mejorar.</p>	<p>FA1: F1+A3: Formulación de planes operativos ajustados a los recursos económicos existentes de SOCOMEG.</p> <p>FA2: F2+A1: Establecer alianzas estratégicas con Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedades agremiadas, Colegios profesionales que respalden a SOCOMEG y sirvan para darse a conocer en el mercado médico.</p> <p>FA 3: F3+A2: Fortalecer la base económica de la Sociedad a través de una contribución monetaria anual por parte de los asociados a la organización</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>1: Falta de credibilidad ante la industria farmacéutica y área de educación médica continuada por poca experiencia, y reconocimiento en el mercado además de reciente creación.</p> <p>2: Plataforma estratégica sin revisión y ajustes a la situación actual de la Organización.</p> <p>3: Falta de conocimiento técnico en las asignación de competencias correspondiente a cada cargo establecido en la junta directiva.</p>	<p>DO1: D3+O2: A partir del aval dado por la cámara de comercio, establecer las funciones de las integrantes de la junta directiva que sean idóneos y acordes con su perfil académico y experiencia.</p> <p>DO2: D2+O3: usar los recursos obtenidos para contratar personal capacitado para las actividades la Sociedad.</p> <p>DO3: D1+O1: implementación del departamento de marketing para aumentar de conocimiento de la marca y así el reconocimiento por parte de la industria farmacéutica, sociedades científicas y población objetivo.</p>	<p>DA1: D1+A1: Generar canales de comunicación con las partes interesadas (Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedad agremiadas, Colegios Profesionales, entre otros) para establecimiento y/o afianzamiento de alianzas.</p> <p>DA2: D3+A3: Reestructuración de cargos de la junta directiva según los perfiles de los miembros</p> <p>DA3: D2+A2: Plantear la plataforma estratégica de acuerdo a los nuevos intereses de la sociedad y de esta forma lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.</p>

Fuente: *Elaboración Propia*

Con el desarrollo del diagnóstico organizacional se evidencia varios retos para la sociedad, con lo cual el conocimiento de su entorno, además de su funcionamiento interno, el mercado al cual se enfrenta y su población objetivo encaminan las acciones posteriores que llevaron a la realización de objetivos de una forma enfocada a sus fortalezas y realización de planes de mejora.

Objetivo número 2: Generación del plan estratégico para la Sociedad Colombiana de Médicos generales.

Para la realización del plan estratégico como ya se ha descrito inicialmente se realiza recolección de datos proporcionados por los miembros de junta directiva de la institución, por medio de una entrevista donde se realizaron preguntas puntuales que facilitó el diligenciamiento de la herramienta diagnóstica Matriz DOFA, con posterior elaboración de matriz de impacto y finalmente elaboración de estrategias enfocadas a los requerimientos de la sociedad.

A continuación, se iniciará la estructuración del plan estratégico con la evaluación de los siguientes puntos: historia, misión, visión, objetivos globales, principios corporativos y valores institucionales (Anexo A).

Historia:

La Sociedad Colombiana de Médicos Generales (SOCOMEG), una sociedad corporativa, sin ánimo de lucro, de creación en el año 2017, con el objetivo de mejorar las condiciones de trabajo de cada profesional, educación médica continuada y unión del gremio de la salud, en busca de mejores oportunidades y aumento de su campo de acción.

En cuanto a la misión y visión SOCOMEG los generó en su año de creación en base a la de otras sociedades como se muestra a continuación:

Misión:

Propender por el desarrollo responsable de la medicina general y la aplicación ética del ejercicio médico en la comunidad, velando así por la unidad, el bienestar personal y profesional de sus miembros, con base en una organización científica y gremial que le permita cumplir con sus objetivos.

Visión:

Posicionar a la SOCOMEG en el 2027, como la Sociedad de médicos generales líder, académica y gremial en el sector salud; competitiva, sostenible y modelo de gestión en el continente latinoamericano; a través de la investigación y programas de desarrollo profesional continuo teórico – práctico; en beneficio de sus miembros, pacientes y la comunidad en general.

En cuanto a los objetivos globales en el momento de la investigación se evidenció que no tenían su objetivo central claro y planteado en su constitución.

Referente a los principios corporativos sucedió lo mismo que con la misión - visión y valores institucionales no están planteados.

Valores Institucionales:

La actividad de la Sociedad guiada bajo los principios de responsabilidad, solidaridad, lealtad y respeto, está encaminada a mantener el desarrollo científico y ético de nuestros afiliados, en procura del mejoramiento continuo de los mismos y por ende de la comunidad en general

Ante lo presentado se replanteo estos puntos de la siguiente forma (Anexo):

- Enfoque la misión hacia el para qué existe, cual es el negocio que ofrece y cuál es su prioridad, con lenguaje más claro y menos técnico por lo cual la misión seria:

Misión:

Acercar al médico general a la calidez del ejercicio profesional de manera ética y responsable a partir de las bases científicas establecidas y así establecer adecuada relación médico-paciente, además de velar por el bienestar de sus miembros y la comunidad.

- Referente a la visión se propone no establecer un año para encaminar el rumbo de la organización y siendo emotiva para ayudar a impulsar a realizar lo propuesto.

Visión:

Situar a la sociedad como líder en la educación médica continuada y gremial en el sector salud, brindando apoyo y crecimiento profesional a los médicos generales, en beneficio de sus miembros, pacientes y la comunidad en general de la región latinoamericana.

- Como se habló anteriormente la sociedad no tenía objetivos globales por lo cual se planteó el objetivo principal teniendo en cuenta sus requerimientos y su crecimiento como organización.

Objetivo institucional:

Generar soporte y rentabilidad económica a partir de alianzas y avales en área académica farmacéutica.

- De los principios corporativos revisar el planteamiento de los principios corporativos, de tal forma que no parezcan valores.

Principios Corporativos:

La actividad de la Sociedad guiada bajo los principios de:

- Liderazgo
- Responsabilidad social
- Humanización en salud
- Educación Continuada
- Desarrollo Científico y ético

- Se plantea valores institucionales que orienten el desarrollo de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales teniendo el enfoque de su empresa y el tipo de profesional el cual es su población objetivo.

Valores institucionales:

La actividad de la Sociedad guiada bajo los valores de:

- Responsabilidad
- Solidaridad
- Respeto
- Profesionalismo
- Empatía

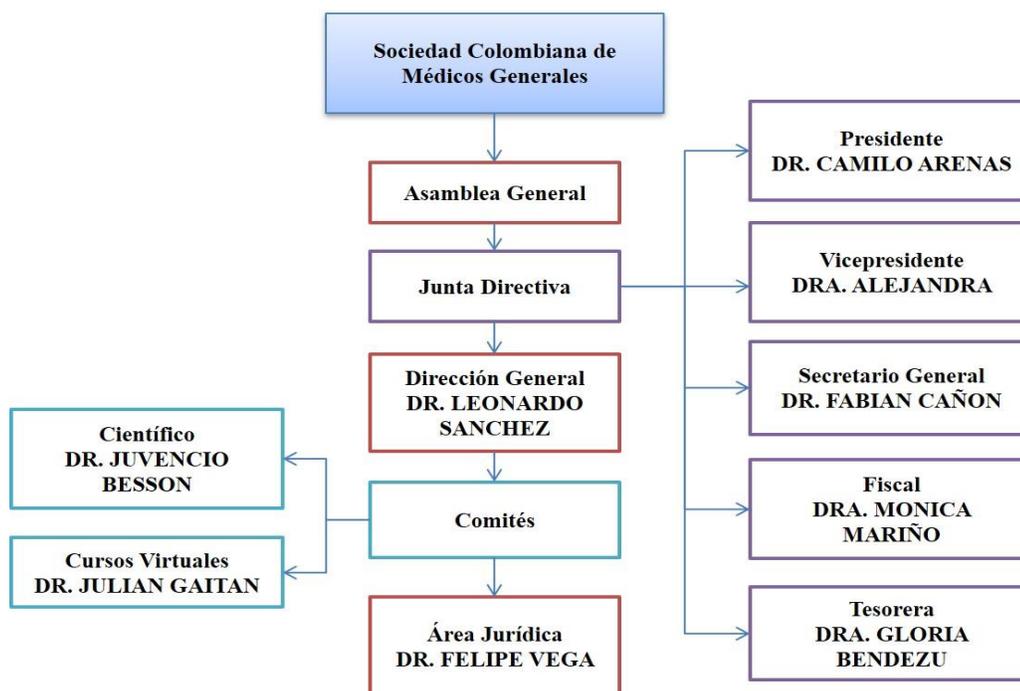
Estructura Organizacional:

Desde su conformación como Sociedad ante la Cámara de Comercio de Bogotá, la Sociedad Colombiana de Médicos Generales no había estructurado un organigrama como tal, sino definió unos cargos temporales y se asignaron sin tener en cuenta la formación y perfil profesional de cada uno de los miembros de la junta directiva, lo que generó conflictos internos en la sociedad; por lo tanto, esta estrategia buscó desarrollar un Organigrama de acuerdo con el perfil de los integrantes:

A continuación, se evidencia el desarrollo de este:

Figura 1:

Organigrama Sociedad Colombiana de Médicos Generales



Fuente: Elaboración Propia

Funciones de los cargos:

Mediante el perfil del cargo se guio al posicionamiento de cada uno de los miembros de la junta directiva en específico a establecer sus cargos, se hace descripción de los mismos propuestos por los investigadores presentados a continuación:

Presidente:

- a) Representar judicial y extrajudicialmente a la entidad.
- b) Presidir las Asambleas Generales ordinarias y extraordinarias.
- c) Informar de sus actividades a la Junta Directiva y a la Asamblea General.
- d) Proponer a la Junta Directiva los acuerdos y reglamentos necesarios para el buen funcionamiento de la Asociación.
- e) Celebrar contratos hasta por cuantía equivalente a diez (10) salarios mínimos legales mensuales.

- f) Las funciones que le delegue la Asamblea General y la Junta Directiva.
- g) Las demás funciones que le señale la ley o estos estatutos.

Vicepresidente:

- a) Tendrá voz más no voto en la junta, cuando el presidente esté presente.
- b) b) Reemplazará al presidente en sus faltas absolutas o temporales.

En esta circunstancia, tendrá voz y voto y las funciones del presidente. Y todas aquellas funciones que le designará el presidente.

Secretario General:

- a) Velar por el correcto funcionamiento, archivar por orden cronológico y numeración consecutiva la correspondencia de la entidad.
- b) Ordenar gastos dentro de las atribuciones que le señale la Junta Directiva.
- c) Asistir a las reuniones ordinarias y extraordinarias de la Asamblea General y de la Junta Directiva. d) Preparar con la Presidencia el orden del día para las Asambleas y reuniones de la Junta Directiva. e) Redactar las actas y presentarlas para su aprobación en la reunión siguiente.
- f) Llevar al día los libros de actas de la Junta Directiva y Asambleas.
- g) Ejecutar y/o verificar la ejecución de los programas y actividades aprobados por la Asamblea General, por la Junta Directiva Nacional y las ordenadas por el Presidente.
- h) Comunicar por escrito a los miembros de LA SOCIEDAD COLOMBIANA DE MÉDICOS GENERALES, a través del correo convencional o por correo electrónico, las decisiones más relevantes adoptadas en reuniones de Asamblea General, de Junta Directiva Nacional de LA SOCIEDAD COLOMBIANA DE MÉDICOS GENERALES y hacer el seguimiento de las mismas.
- i) Coordinar el funcionamiento y las reuniones de los Comités.
- j) Las demás funciones que le encargue la Junta Directiva y el Presidente.

Fiscal:

- a) Controlar y vigilar el empleo de los fondos de la Asociación de acuerdo con los estatutos, las decisiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva.

b) Denunciar oportunamente a la Asamblea General o la Junta Directiva cualquier anomalía que encuentre en relación con el manejo de los fondos de la entidad o con el funcionamiento de la misma.

c) Vigilar el estricto cumplimiento de los presentes estatutos y de los reglamentos internos.

d) Vigilar que la contabilidad de la sociedad se lleve regularmente y con ajuste a las normas vigentes. e) Asistir a las Asambleas Generales y a las reuniones de la Junta Directiva.

f) Convocar a la Asamblea General extraordinaria cuando lo considere necesario.

Tesorero:

a) Manejar y responder por los fondos y valores de la entidad.

b) Recaudar los ingresos ordinarios y extraordinarios de la entidad.

c) Firmar los pagos de cuentas autorizadas por la Asamblea, la Junta Directiva o el Presidente.

d) Conservar ordenadamente la primera copia de los recibos de caja que se elaboran por todos y cada uno de los ingresos de la sociedad, el original de los comprobantes de egreso, a los que se anexan soportes con NIT, de quien recibe los pagos; las copias de las consignaciones en bancos o corporaciones, etc.

e) Llevar en orden cronológico y consecutivo el archivo de tesorería.

f) Revisar con el contador periódicamente los libros de contabilidad de la institución.

g) Custodiar el archivo contable y los libros oficiales de la institución.

h) Rendir informes a la Junta Directiva sobre la situación económica de la Asociación.

Estrategias:

A continuación se presentan las estrategias desarrolladas a partir del diagnóstico organizacional, la cual se clasificaron a partir de la viabilidad y el plazo en el cual se puede realizar (Anexo B).

- 1. Según su viabilidad y realización a corto plazo:** en cuanto a que se convierten en un requerimiento para obtener una estabilidad financiera y funcionalidad de la empresa a partir de su estructuración interna y comportamiento con sus competidores.
 - a. Demostrar y proponer una opción legal a la industria farmacéutica para poder generar eventos a los médicos en cumplimiento de la resolución 2881/18.
 - b. Ofrecer cursos, simposios, diplomados y congresos dirigidos a médicos generales y demás profesional es de la salud interesados, enfocados a sus áreas de conocimiento por afianzar y mejorar.
 - c. Establecer las funciones de las integrantes de la junta directiva que sean idóneos y acordes con su perfil académico y experiencia.
 - d. Formular de plan operativo ajustado a los recursos económicos existentes de SOCOMEG.
 - e. Reestructurar los cargos de la junta directiva según los perfiles de los miembros.
 - f. Plantear la plataforma estratégica de acuerdo a los nuevos intereses de la sociedad y de esta forma lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo (la cual se está desarrollando en el objetivo 2 del trabajo).

- 2. Según su viabilidad y realización a mediano plazo:** a partir de su expansión del mercado las estrategias planteadas requieren mayores acciones para ser realizadas.
 - a. Establecer alianzas con la industria farmacéutica e instituciones de educación médica continuada para la generación de eventos como congresos, simposios, cursos y diplomados de educación continuada.
 - b. Generar canales de comunicación con las partes interesadas (Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedad agremiadas, Colegios Profesionales, entre otros) para establecimiento y/o afianzamiento de alianzas.

- 3. Según su poca viabilidad y realización a largo plazo:** se generan a partir de la acciones realizadas a corto plazo y la estabilidad económica – administrativa de la institución.
 - a. Utilizar los recursos obtenidos para contratar personal capacitado para las actividades la Sociedad.

- b.** Implementar un departamento de marketing, para aumentar de conocimiento de la marca y así el reconocimiento por parte de la industria farmacéutica, sociedades científicas y población objetivo.
- c.** Establecer alianzas estratégicas con Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedades agremiadas, Colegios profesionales que respalden a SOCOMEG y sirvan para darse a conocer en el mercado médico.
- d.** Fortalecer la base económica de la Sociedad a través de una contribución monetaria anual por parte de los asociados a la organización.

Las estrategias planteadas deben realizarse por medio de un plan operativo el cual se desarrolla en el objetivo 3.

Objetivo número 3: Definición de Plan Operativo

De acuerdo con las estrategias planteadas, se estableció un plan de acción para ser ejecutado a partir del segundo semestre del año 2019 hasta el segundo semestre del año 2020; donde las estrategias desarrolladas son las de corto plazo, con cada una se definió el cómo hacerlo, los recursos empleados, responsables, plazo y estado de ejecución.

Estrategia 1: Demostrar y proponer una opción legal a la industria farmacéutica para poder generar eventos a los médicos en cumplimiento de la resolución 2881/18.

Como una de las actividades para desarrollo de esta estrategia se evidencia en el Anexo C: **Acta N° 007** del día 7 de noviembre de 2019, reunión llevada a cabo por los representantes de la Sociedad Colombiana de Médicos Generales Dr. Camilo Arenas (presidente) y Julián Gaitán (Director de Cursos virtuales) junto con el laboratorio **Boehringer Ingelheim**; con el fin de establecer las propuestas de participación del laboratorio en los siguientes eventos:

- Simposio metabólico (línea de medicamentos enfocada al manejo de diabetes mellitus).
- Congreso Nacional
- Realización de Diplomado de Anticoagulación (línea de medicamentos enfocada al manejo de enfermedad cardiovascular).

Como conclusiones de la reunión se considera presentar propuesta formal por parte de la sociedad describiendo el desarrollo del simposio, el brochure de las actividades con tarifario 2020 y propuesta formal con la descripción de la estructura metodológica del diplomado de anticoagulación para el día 27 de noviembre.

Estrategia 2: Ofrecer cursos, simposios, diplomados y congresos dirigidos a médicos generales y demás profesional es de la salud interesados, enfocados a sus áreas de conocimiento por afianzar y mejorar.

Para lo anterior se demuestra en el Anexo D: Acta Junta Directiva Planeación Educación Continuada, realizada el 27 de octubre de 2019 en la ciudad de Bogotá, la planeación de actividades académicas para el año 2020, en la que se planea organizar:

- Simposios: Enfermedades metabólicas, Pediatría e Infectología.

- Congresos: Segundo Congreso de Médicos Generales.
- Implementación de Educación Virtual:
 - Diplomados: diabetes mellitus, de Emergencias Cardiovasculares, dolor, pediatría, actividad física.
 - Cursos: espirometría, actualización ASMA-EPOC, anticoagulación, electrocardiograma, hipertensión arterial, insuficiencia cardiaca, enfermedades Tropicales, manejo de fiebre, AIEPI, depresión, Ansiedad, Trastornos de sueño, Tecnovigilancia, Microbiología, detección de cáncer de Cuello uterino, detección de cáncer de mama.

Debido a que entre los miembros de junta directiva cuentan con médicos generales se les ha facilitar encontrar los puntos a mejorar en el área de educación de los mismos.

Estrategia 3: Establecer las funciones de las integrantes de la junta directiva que sean idóneos y acordes con su perfil académico y experiencia.

Se realiza revisión de los estatutos SOCOMEG, donde se evidencia que las funciones de cada uno de los miembros no están claramente establecidas por lo cual se proponen en el plan estratégico las funciones de cada uno de los miembros de la junta directiva.

Estrategia 4: Formular de plan operativo ajustado a los recursos económicos existentes de SOCOMEG.

En el cuadro N. se plantea el Plan Operativo SOCOMEG 2019-2020, donde se estableció un en plan de trabajo para lo que resta del año curso y para el próximo año; se desarrollaron 4 fases:

- Planeación año 2020: se establecen las actividades para la sociedad, se definen las fechas de los simposios, congresos y talleres, se establece metas de aumento de afiliados a 5000 profesionales, se establece la meta de internacionalización mínimo a 2 países, y se buscan avales académicos.
- Eventos 2020: Se define la organización del simposio de enfermedades metabólicas, pediatría, Infectología, Organización segundo congreso Nacional y Taller de Anticoagulación

- Avales y cursos año 2020: Busca que la Sociedad Colombiana de Médicos Generales avales de eventos académicos y medicamentos, lo que generaría ganancia económica.
- Fidelización año 2020: Se busca aumentar el número de afiliados, fidelizar los profesionales e internacionalizar la Sociedad Colombiana de Médicos Generales y la Organización de Brigadas.
- Planeación año 2021: Para esta fase se establecen las actividades para la sociedad y se definen las fechas para realizar los simposios y congresos para el año siguiente.

Como se observa el desarrollo del plan operativo (Anexo E) inicia a partir del último trimestre del 2019, ya que la industria Farmacéutica, la cual es el financiador principal de la empresa, hace su programación en dicho trimestre del año anterior.

Para garantizar la correcta ejecución de los eventos organizados por la Sociedad Colombiana de Médicos Generales se propone establece el Comité de Organizador, cuyo objetivo principal es fomentar la correcta ejecución de los eventos de la SOCOMEG.

Para realizar seguimiento a los retos planteados a partir del estudio desarrollado, se establecieron 3 indicadores (Anexo F) encargados de monitorear la efectividad de los planes de acción; los indicadores son los siguientes:

1. Eventos Desarrollados
2. Número de Afiliados
3. Fidelización

Estrategia 5: Reestructurar los cargos de la junta directiva según los perfiles de los miembros, en el desarrollo del objetivo 2 se realiza organigrama de la sociedad acorde con lo ya establecido.

Estrategia 6: Plantear la plataforma estratégica de acuerdo a los nuevos intereses de la sociedad y de esta forma lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo (la cual se está desarrollando en el objetivo 2 del trabajo).

Tabla 8:*Plan Operativo clasificado por estrategias (Primera parte)*

ORÍGEN	ESTRATEGIA	VIABILIDAD	PLAZO	¿CÓMO HACERLO?	RECURSOS NECESARIOS	PLAZO	RESPONSABLE	ESTADO DE EJECUCIÓN	SOPORTE DOCUMENTAL
ESTRATEGIA FO	FO2: F2+O2: presentar una opción legal a la industria farmacéutica para poder generar eventos a los médicos en cumplimiento de la resolución 2881/18	VIABLE	CORTO	Reunión con industria farmacéutica: ABBOT	Recursos económicos, talento humano, transporte	Noviembre de 2019	Presidente, Director Jurídico	EJECUTADO	ACTA DE REUNIÓN CON INDUSTRIA FARMACÉUTICA
ESTRATEGIA FO	FO3: F1+O1: Ofrecer cursos, simposios, diplomados y congresos dirigidos a médicos generales y demás profesionales de la salud interesados	VIABLE	CORTO	Envío de Brochure a industria farmacéutica	Talento humano: Auxiliar Operativo	Noviembre de 2019	Auxiliar Operativo	EJECUTADO	ACTIVIDADES ACADÉMICAS SOCOMEG 2020
ESTRATEGIA DO	DO1: D3+O2: A partir del avalado por la cámara de comercio, establecer las funciones de los integrantes de la junta directiva que sean idóneos con la formación académica y experiencia de cada uno.	VIABLE	CORTO	Reunión con los integrantes de la Junta directiva	Talento humano: Todos los integrantes de la Junta directiva	Noviembre de 2019	Todos los Integrantes de la Junta Directiva	EJECUTADO	ESTATUTOS CORPORACIÓN SOCIEDAD COLOMBIANA DE MÉDICOS GENERALES EN REVISIÓN

Tabla 8:*Planes Operativos clasificados por estrategias (Segunda Parte)*

ORÍGEN	ESTRATEGIA	VIABILIDAD	PLAZO	¿CÓMO HACERLO?	RECURSOS NECESARIOS	PLAZO	RESPONSABLE	ESTADO DE EJECUCIÓN	SOPORTE DOCUMENTAL
ESTRATEGIA FA	FA1: F1+A3: Formulación de planes operativos ajustados a los recursos existentes para el funcionamiento de la SOCOMEG.	VIABLE	CORTO	Estructuración y establecimiento de los planes operativos	Talento humano, Recursos tecnológicos (Computador)	Octubre 2019	Junta Directiva	EJECUTADO	DOCUMENTO : PLAN OPERATIVO 2019-2020
ESTRATEGIA DA	DA2: D3+A3: Reestructurar los cargos de la junta directiva Según los perfiles de los miembros	VIABLE	CORTO	Revisión de hojas de vida, establecimiento de cargos de acuerdo a experiencia y perfil profesional	Talento humano, Recursos tecnológicos (Computador)	Noviembre 2019	Junta Directiva	EJECUTADO	ORGANIGRAMA DE LA SOCIEDAD COLOMBIANA DE MÉDICOS GENERALES
ESTRATEGIA DA	DA3: D2+A2: Plantear la plataforma estratégica de acuerdo a los nuevos intereses de la junta directiva y las nuevas oportunidades de negocio	VIABLE	CORTO	Revisión de Plataforma estratégica de la sociedad, plantear las modificaciones pertinentes, aplicar las modificaciones	Talento humano, Recursos tecnológicos (Computador)	Noviembre 2019	Junta Directiva	EJECUTADO	PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD COLOMBIANA DE MÉDICOS GENERALES
ESTRATEGIA FO	FO1: F3+O3: Realizar alianzas con la industria farmacéutica, prestadores de educación médica continuada para la generación de eventos como congresos, simposios, cursos y diplomados de educación continuada	VIABLE	MEDIANO	Comunicación con industria farmacéutica de los siguientes laboratorios: Novartis, Astrazeneca y Meds Medical	Recursos económicos, talento humano, transporte	Enero 2020	Presidente, Director de Cursos Virtuales	POR EJECUTAR	

ORÍGEN	ESTRATEGIA	VIABILIDAD	PLAZO	¿CÓMO HACERLO?	RECURSOS NECESARIOS	PLAZO	RESPONSABLE	ESTADO DE EJECUCIÓN	SOPORTE DOCUMENTAL
ESTRATEGIA S DA	DA1: D1+A1: Establecer canales de comunicación con las partes interesadas (Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedad agremiadas, Colegios Profesionales, entre otros) para resolución y afianzamientos de alianzas	VIABLE	MEDIANO	Establecer alianzas estratégicas con las partes interesadas	Recursos económicos, talento humano, transporte	Enero 2020	Auxiliar Operativo	POR EJECUTAR	
ESTRATEGIA S DO	DO2: D2+O3: usar los recursos obtenidos para contratar personal capacitado para las actividades la Sociedad	POCO VIABLE	LARGO	Contratación de nuevos auxiliares operativos	Recursos Económicos	Julio 2020	Director Ejecutivo	POR EJECUTAR	
ESTRATEGIA S DO	DO3:D1+O1: formar el departamento de marketing para aumentar de conocimiento de marca con ello el reconocimiento por parte de la institución y público objetivo	POCO VIABLE	LARGO	Establecer el perfil a contratar, publicar la oferta laboral, realizar entrevistas, analizar candidatos, realizar el proceso de contratación	Recursos económicos, talento humano (Encargado de selección)	Julio 2020	Director Ejecutivo	POR EJECUTAR	
ESTRATEGIA S FA	FA2: F2+A1: Establecer alianzas estratégicas con Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedades agremiadas, Colegios profesionales que respalden a SOCOMEG	POCO VIABLE	LARGO	Establecer alianzas estratégicas con las partes interesadas	Recursos económicos, talento humano, transporte	Julio 2020	Junta directiva	POR EJECUTAR	
ESTRATEGIA S FA	FA 3: F3+A2: Fortalecer la estructura financiera de la Sociedad a través de una contribución económica anual por parte de los asociados a la	POCO VIABLE	LARGO	Realizar comité con junta directiva, establecer cuota de afiliación, establecer medio de recaudo, definir cuenta	Recursos económicos, medios tecnológicos, talento humano (Contador y auxiliar operativo)	Julio 2020	Junta directiva	POR EJECUTAR	

	organización			bancaria, definir responsable del recaudo, establecer seguimiento contable, definir destino de los recursos entrantes					
--	--------------	--	--	---	--	--	--	--	--

Conclusiones y Recomendaciones

1. En esta investigación donde el objeto de estudio es la Sociedad de Médicos Generales, se implementó de la matriz DOFA, donde se identificó las amenazas a las que se encuentra expuesta la empresa y las debilidades que no permitían obtener una estabilidad financiera ni administrativa identificadas de forma ineficaz por lo tanto con controles insuficientes.
2. Con la realización de un plan estratégico para Socomeg se generaron las acciones necesarias para el desarrollo de sus objetivos que en el caso puntual han ido implementándose progresivamente y de esta forma logrando realizar las estrategias a corto plazo.
3. La realización del plan operativo permitió a Socomeg organizar sus actividades de una manera organizada y enfocada al aumento de su patrimonio, aumento de sus afiliados e implementación de indicadores para el control de los procesos.
4. Se recomienda la matriz DOFA como herramienta de análisis organizacional para establecer puntos de partida para el proceso de planeación estratégica determinando debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.
5. La planeación estratégica como modelo de Organización empleado por una empresa permite el cumplimiento de los objetivos establecidos siempre y cuando se aproveche las fortalezas comerciales con las oportunidades de mercado, lo que brinda una dirección para el cumplimiento de los mismos.
6. Se recomienda el uso de la planeación estratégica para la organizar el uso de recursos, coordinar las actividades, además de controlar resultado lo que ayuda a disminuir los riesgos a corto y largo plazo.

Anexos

Anexo A: Identificación de factores de riesgo y oportunidades de mejora

ELEMENTO A ANALIZAR	FACTOR DE RIESGO	OPORTUNIDAD DE MEJORA	PROPUESTA
MISIÓN	Propender por el desarrollo responsable de la medicina general y la aplicación ética del ejercicio médico en la comunidad, velando así por la unidad, el bienestar personal y profesional de sus miembros, con base en una organización científica y gremial que le permita cumplir con sus objetivos.	Enfocar la misión hacia el para qué existe, cual es el negocio que ofrece y cuál es su prioridad, con lenguaje más claro y menos técnico	Acercar al médico general a la calidez del ejercicio profesional de manera ética y responsable a partir de las bases científicas establecidas y así establecer adecuada relación médico-paciente, además de velar por el bienestar de sus miembros y la comunidad.
VISIÓN	Posicionar a la SOCOMEG en el 2027, como la Sociedad de médicos generales líder, académica y gremial en el sector salud; competitiva, sostenible y modelo de gestión en el continente latinoamericano; a través de la investigación y programas de desarrollo profesional continuo teórico – práctico; en beneficio de sus miembros, pacientes y la comunidad en general.	No establecer un año para encaminar el rumbo de la organización. Que sea más emotiva e impulsa a realizar lo propuesto	Situar a la sociedad como líder en la educación médica continuada y gremial en el sector salud, brindando apoyo y crecimiento profesional a los médicos generales, en beneficio de sus miembros, pacientes y la comunidad en general de la región latinoamericana.
OBJETIVOS GLOBALES	No estaban descritos	Realizar de manera escrita y concisa los objetivos globales	Generar soporte y rentabilidad económica a partir de alianzas y avales en área académica farmacéutica
PRINCIPIOS CORPORATIVOS	La actividad de la Sociedad guiada bajo los principios de responsabilidad, solidaridad, lealtad y respeto, está encaminada a mantener el desarrollo científico y ético de nuestros afiliados, en procura del mejoramiento continuo de los mismos y por ende de la comunidad en general	Estos no son principios si no valores, deben ser reubicados.	La actividad de la Sociedad guiada bajo los principios de liderazgo, responsabilidad social, comprometido con su profesión y el cuidado de los pacientes, trato humanizado y, pensamiento crítico con el objeto de mantener el desarrollo científico y ético de nuestros afiliados, en procura del mejoramiento continuo

Fuente: *Elaboración Propia*

ELEMENTO A ANALIZAR	FACTOR DE RIESGO	OPORTUNIDAD DE MEJORA	PROPUESTA
VALORES INSTITUCIONALES	No estaban descritos	Se modifican algunos enfocados en el ejercicio de la medicina.	La actividad de la Sociedad guiada bajo los valores de responsabilidad, solidaridad, respeto, profesionalismo y empatía encaminada a preservar el desarrollo científico y ético de nuestros médicos generales

Fuente: *Elaboración Propia*

Anexo B: Estrategias seleccionadas según su naturaleza en la matriz de análisis

ORÍGEN	ESTRATEGIA	VIABILIDAD	PLAZO
ESTRATEGIAS FO	FO2: F2+O2: presentar una opción legal a la industria farmacéutica para poder generar eventos a los médicos en cumplimiento de la resolución 2881/18	VIABLE	CORTO
ESTRATEGIAS FO	FO3: F1+O1: Ofrecer cursos, simposios, diplomados y congresos dirigidos a médicos generales y demás profesional es de la salud interesados enfocados a sus áreas de conocimiento por afianzar y mejorar.	VIABLE	CORTO
ESTRATEGIAS DO	DO1: D3+O2: A partir del aval dado por la cámara de comercio, establecer las funciones de las integrantes de la junta directiva que sean idóneos y acordes con su perfil académico y experiencia	VIABLE	CORTO
ESTRATEGIAS FA	FA1: F1+A3: Formulación de planes operativos ajustados a los recursos económicos existentes de SOCOMEG.	VIABLE	CORTO
ESTRATEGIAS DA	DA2: D3+A3: Reestructuración de cargos de la junta directiva según los perfiles de los miembros	VIABLE	CORTO
ESTRATEGIAS DA	DA3: D2+A2: Plantear la plataforma estratégica de acuerdo a los nuevos intereses de la sociedad y de esta forma lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.	VIABLE	CORTO
ESTRATEGIAS FO	FO1: F3+O3: Realizar alianzas con la industria farmacéutica e instituciones de educación médica continuada para la generación de eventos como congresos, simposios, cursos y diplomados de educación continuada.	VIABLE	MEDIANO
ESTRATEGIAS DA	DA1: D1+A1: Generar canales de comunicación con las partes interesadas (Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedad agremiadas, Colegios Profesionales, entre otros) para establecimiento y/o afianzamiento de alianzas.	VIABLE	MEDIANO
ESTRATEGIAS DO	DO2: D2+O3: usar los recursos obtenidos para contratar personal capacitado para las actividades la Sociedad.	POCO VIABLE	LARGO
ESTRATEGIAS DO	DO3:D1+O1: implementación del departamento de marketing para aumentar de conocimiento de la marca y así el reconocimiento por parte de la industria farmacéutica, sociedades científicas y población objetivo.	POCO VIABLE	LARGO
ESTRATEGIAS FA	FA2: F2+A1: Establecer alianzas estratégicas con Entidades Promotoras de Salud, Sociedades Científicas, Sociedades agremiadas, Colegios profesionales que respalden a SOCOMEG y sirvan para darse a conocer en el mercado médico	POCO VIABLE	LARGO
ESTRATEGIAS FA	FA 3: F3+A2: Fortalecer la base económica de la Sociedad a través de una contribución monetaria anual por parte de los asociados a la organización	POCO VIABLE	LARGO

Fuente: *Elaboración Propia*

Anexo C: Acta 007 Socomeg: Fuente: Sociedad Colombiana de Médicos Generales



ACTA No. 007
Reunión Boehringer Ingelheim
CORPORACION SOCIEDAD COLOMBIANA DE MEDICOS GENERALES

Se reunieron los miembros de la CORPORACION SOCIEDAD COLOMBIANA DE MEDICOS GENERALES.

La convocatoria se realizó a través del Dr. Camilo Arenas presidente actual y Julián Gaitán director de cursos virtuales.

La cita se cumplió en la Ciudad de Bogotá, a los siete (7) días del mes de noviembre de Dos mil diecinueve (2019) Calle 140 No. 13 – 66 Edificio PANORAMA 140, para desarrollar el siguiente orden del día:

Donde se tratará el siguiente orden del día:

Reunión laboratorio Boehringer Ingelheim sobre propuestas para participación de:

1. Simposio metabólico
2. Congreso nacional
3. Realización de diplomado de anticoagulación

Como conclusiones de la reunión se considera presentar propuesta por parte de la sociedad, el brochure de las actividades con tarifario 2020 y propuesta formal de diplomado de anticoagulación para el día 27 de noviembre.

De igual manera se realizará reunión de Junta directiva el día lunes 11 de noviembre a las 11 en panorama 140 para definir actividades de presentadas.

Estando reunidos en la ciudad de Bogotá a los Siete (7) días del noviembre de dos mil diecinueve (2019). Se da por terminada la reunión y se realiza su respectiva acta.

Anexo D: Acta Junta Directiva Planeación Educación Continuada

Fuente: *Sociedad Colombiana de Médicos Generales*



**ACTA
JUNTA DIRECTIVA
CORPORACION SOCIEDAD COLOMBIANA DE MEDICOS GENERALES**

Se reunieron los miembros fundadores de la CORPORACION SOCIEDAD COLOMBIANA DE MEDICOS GENERALES.

La convocatoria se realizó a través del Sr. Leonardo Sánchez, que convocó a reunión a los cinco académicos siendo en el momento miembros fundadores, por medio electrónico y telefónico, el día sábado 3 de febrero de 2018.

La cita se cumplió en la Ciudad de Bogotá, a los veintisiete (27) días del mes de octubre de Dos mil diecinueve (2019), en la Cámara 49 B # 171-03, para desarrollar el siguiente orden del día:

1. Verificación del Quórum
2. Lectura y aprobación del acta previa.
3. Planeación de actividades académicas para el año 2020
4. Cierre.

De acuerdo al anterior orden del día, se procede a su desarrollo:

1. VERIFICACIÓN DEL QUÓRUM

Aprobado el orden del día, existe quórum para deliberar y decidir con la presencia de los cinco académicos los cuales se constituyen deliberantes.

2. LECTURA Y APROBACIÓN DEL ACTA PREVIA.

Se procedió con la lectura del Acta previa, su aprobación se decidió así:

APRUEBA	APRUEBA	NO
1. JORGE LEONARDO SANCHEZ	X	
2. HERNAN CAMILO ARENAS	X	
3. MONICA MARIÑO SANTOS	X	
4. GLORIA BENDEZU HERRERA	X	
5. FABIAN HUMBERTO CAÑÓN	X	
6. ALEJANDRA VELAZQUEZ	X	
7. JUVENCIO BESSON	X	
8. JULIAN GAITAN	X	

En consecuencia de lo anterior, se aprueba el Acta previa por mayoría absoluta.

3. PLANEACIÓN DE ACTIVIDADES ACADÉMICAS PARA EL AÑO 2020

Se tiene previsto realización de 3 simposios:

- Enfermedades metabólicas
- Pediatría

SOCIEDAD COLOMBIANA DE MÉDICOS GENERALES
info@socomeq.com.co - Teléfono: 3138086190
www.socomeq.com.co
Bogotá - Colombia

Anexo D: Acta Junta Directiva Planeación Educación Continuada

Fuente: *Sociedad Colombiana de Médicos Generales*



- Infectología

En cuanto a Congreso:

- Organización de II Congreso de Médicos Generales

Implementación de educación virtual:

Dr. Julián David Gaitán

- Diplomado en diabetes
- Curso de espirometría
- Curso de actualización Asma - EPOC
- Curso de anticoagulación

Dr. Juvencio

- Diplomado de emergencias cardiovasculares
- Curso de electrocardiograma
- Cursos de hipertensión arterial
- Curso de insuficiencia cardíaca

Dr. Leonardo Sánchez

- Diplomado en dolor
- Diplomado en actividad física
- Curso de enfermedades Tropicales
- Curso de manejo de fiebre
- Curso AIEPI

Dra. Gloria:

- Curso depresión
- Curso Ansiedad
- Curso Trastornos de sueño

Otros

- Osteoporosis
- Tecnovigilancia
- Microbiología
- Cuello uterino
- Diplomado en pediatría
- Curso detección de cáncer de mama
- Curso de detección de cáncer de cuello uterino

Estando reunidos en la ciudad de Bogotá a los veintisiete (27) días del mes de octubre de Dos mil diecinueve (2019). Se da por terminada la reunión y se realiza su respectiva acta.

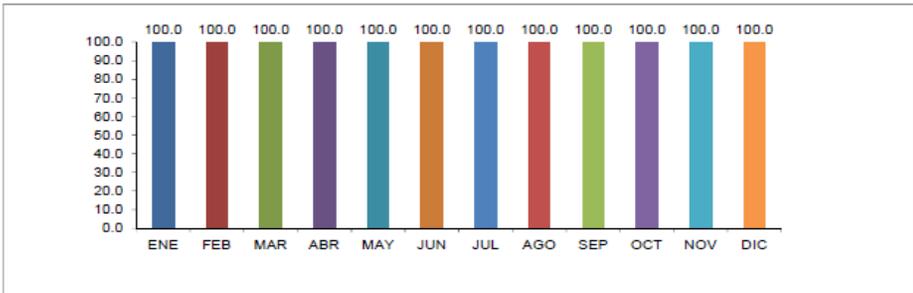
SOCIEDAD COLOMBIANA DE MÉDICOS GENERALES
 info@socomeg.com.co - Teléfono: 3188086190
 www.socomeg.com.co
 Bogotá - Colombia

Anexo E: Plan Operativo de Sociedad Colombiana de Médicos Generales

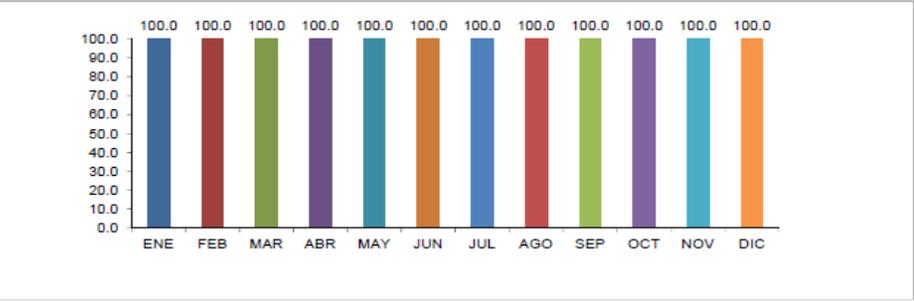
FASE	ACTIVIDADES / ESTRATEGIAS	RESPONSABLE	INDICADORES	PRODUCTO
PLANIFICACIÓN AÑO 2020	Planeamientos de actividades para la sociedad	Junta directiva		proyeccion año 2020
	Definir fechas de simposios	Junta directiva		proyeccion año 2020
	Definir fecha de congreso	Junta directiva		proyeccion año 2020
	Aumento afiliados meta 5000 año	Junta directiva		proyeccion año 2020
	Internacionalización 2 países	Junta directiva		proyeccion año 2020
	Taller de anticoagulación	Junta directiva		proyeccion año 2020
	1 congreso nacional	Junta directiva		proyeccion año 2020
	3 simposios Bogotá	Junta directiva		proyeccion año 2020
	Probono brigadas Avales: Académicos 5 y medicamentos 2	Junta directiva		proyeccion año 2020
EVENTOS 2020	organización simposio enfermedades metabólicas	comité organizador	Eventos efectivos= numero de eventos realizados/ numero de eventos planeados	simposio metabolico
	organización simposio Pediatría	comité organizador		simposio pediatría
	Organizar simposio infectología	comité organizador		simposio infectología
	organización segundo congreso nacional	comité organizador		segundo congreso nacional
	organización taller de anticoagulación	comité organizador / laboratorio aliado		taller de anticoagulación
AVALES Y CURSOS AÑO 2020	Avales: Académicos 5 y medicamentos 2	Director ejecutivo/ vicepresidencia		ganancia económica o estratégica
FIDELIZACIÓN AÑO 2020	Aumento afiliados a 5000	departamento marketing	% de afiliados por mes= # de afiliados det. Mes / # total de afiliados * 100	meta de 5000
	Fidelización de afiliados	departamento marketing	% de retención de clientes = Clientes retenidos / Total clientes	meta de 5000
	Internacionalización 2 países	presidencia		convenio con sociedades
	organización brigadas	vicepresidencia		brigadas
PLANIFICACIÓN AÑO 2021	Planeamientos de actividades para la sociedad	Junta directiva		proyeccion año 2021
	definir fechas de simposios	Junta directiva		proyeccion año 2021
	Definir fecha de congreso	Junta directiva		proyeccion año 2021

Fuente: *Elaboración Propia*

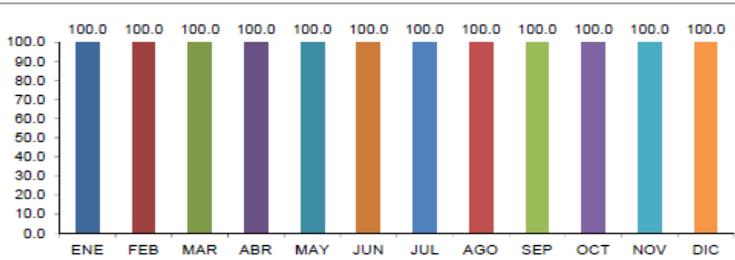
Anexo F: Hoja de vida indicadores **Fuente:** *Elaboración Propia*

 SOCOMEG <small>SISTEMAS DE GESTIÓN DE PROCESOS OPERATIVOS</small>		FORMATO HOJA DE VIDA DE INDICADOR										Código: TH.ST.P.2.F.4																											
												Versión: 1																											
												Vigente: 17/12/2018																											
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES																																							
OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO		7. Fortalecimiento de la Gestión Institucional																																					
PROCESO		N/A										CÓDIGO																											
SUBPROCESO		N/A										CÓDIGO																											
INFORMACIÓN BÁSICA INDICADOR																																							
NOMBRE INDICADOR:		EVENTOS EFECTIVOS				MÉTODO DE CÁLCULO		EE= # DE EVENTOS REALIZADOS / # DE EVENTOS PLANEADOS																															
DEFINICIÓN:		NUMERO DE EVENTOS QUE SE PUDIERON LLEVAR A CABO CON RELACION A LOS PLANEADOS PARA EL AÑO				INTERPRETACIÓN:		CAPACIDAD DE LA SOCIEDAD PARA LA PLANEACION Y REALIZACION DE EVENTOS																															
OBJETIVO:		EVIDENCIAS EL NUMERO DE EVENTOS REALIZADOS				TIPO DE INDICADOR:		Gestión o eficiencia		ORIGEN DEL INDICADOR:		Otro																											
LIMITE DEL INDICADOR		3				FUENTE DE DATOS:		BASE DE DATOS EVENTOS SOCOMEG																															
META VIGENCIA:		3				UNIDAD DE MEDIDA:		NUMEROS ENTEROS																															
META ESTRATEGICA:		5				PERIODICIDAD DEL REPORTE:		Anual																															
LINEA BASE:		2				RESPONSABLE:		DIRECTOR GENERAL , GRUPO DE PLANEACION DE EVENTOS																															
PERSONAS QUE DEBEN CONOCER EL RESULTADO:		JUNTA DIRECTIVA																																					
RESULTADO INDICADOR																																							
CONCEPTO		LB	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL																								
# DE EVENTOS REALIZADOS		2													0																								
# DE EVENTOS PLANEADOS															0																								
Resultado Anual			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0																								
Rangos de gestión																																							
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Escala</th> <th>Calificación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>≤</td> <td>1.00</td> <td style="background-color: red; color: white; text-align: center;">Malo</td> </tr> <tr> <td>1.00</td> <td>2.00</td> <td style="background-color: yellow; text-align: center;">Regular</td> </tr> <tr> <td>3.00</td> <td>4.00</td> <td style="background-color: lightblue; text-align: center;">Bueno</td> </tr> <tr> <td>≥</td> <td>5.00</td> <td style="background-color: green; text-align: center;">Excelente</td> </tr> </tbody> </table>		Escala		Calificación	≤	1.00	Malo	1.00	2.00	Regular	3.00	4.00	Bueno	≥	5.00	Excelente																							
Escala		Calificación																																					
≤	1.00	Malo																																					
1.00	2.00	Regular																																					
3.00	4.00	Bueno																																					
≥	5.00	Excelente																																					
		COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR																																					
		 <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <caption>COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR (Datos del Gráfico)</caption> <thead> <tr> <th>Mes</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>ENE</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>FEB</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>MAR</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>ABR</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>MAY</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>JUN</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>JUL</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>AGO</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>SEP</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>OCT</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>NOV</td><td>100.0</td></tr> <tr><td>DIC</td><td>100.0</td></tr> </tbody> </table>												Mes	Valor	ENE	100.0	FEB	100.0	MAR	100.0	ABR	100.0	MAY	100.0	JUN	100.0	JUL	100.0	AGO	100.0	SEP	100.0	OCT	100.0	NOV	100.0	DIC	100.0
Mes	Valor																																						
ENE	100.0																																						
FEB	100.0																																						
MAR	100.0																																						
ABR	100.0																																						
MAY	100.0																																						
JUN	100.0																																						
JUL	100.0																																						
AGO	100.0																																						
SEP	100.0																																						
OCT	100.0																																						
NOV	100.0																																						
DIC	100.0																																						

Anexo F: Hoja de vida indicadores **Fuente:** *Elaboración Propia*

		FORMATO HOJA DE VIDA DE INDICADOR										Código: TH.ST.P.2.F.4			
												Versión: 1			
												Vigente: 17/12/2018			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES															
OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO		6. Incrementar la satisfacción del cliente.													
PROCESO		N/A										CÓDIGO			
SUBPROCESO		N/A										CÓDIGO			
INFORMACIÓN BÁSICA INDICADOR															
NOMBRE INDICADOR:		% DE RETENCION DE AFILIADOS				MÉTODO DE CÁLCULO		%RA= # CLIENTES RETENIDOS / # DE AFILIADOS TOTALES* 100							
DEFINICIÓN:		% DE AFILIADOS QUE CONTINUARON CON SUSCRIPCION A LA SOCIEDAD				INTERPRETACIÓN:		# DE AFILIADOS QUE CONTINUARON EN LA SOCIEDAD							
OBJETIVO:		OBSERVAR EL COMPORTAMIENTO DE FIDELIZACION DEL AFILIADO				TIPO DE INDICADOR:		Impacto o efectividad		ORIGEN DEL INDICADOR:		Otro			
LIMITE DEL INDICADOR		10%				FUENTE DE DATOS:		BASE DE DATOS AFILIADOS SOCOMEG							
META VIGENCIA:		50%				UNIDAD DE MEDIDA:		PORCENTAJE							
LINEA BASE:		5%				PERIODICIDAD DEL REPORTE:		SEMESTRAL							
PERSONAS QUE DEBEN CONOCER EL RESULTADO:		JUNTA DIRECTIVA				RESPONSABLE:		DEPARTAMENTO MARKETING							
RESULTADO INDICADOR															
CONCEPTO		LB	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
# CLIENTES RETENIDOS		5													0
# DE AFILIADOS TOTALES															0
Resultado SEMESTRAL		5.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Rangos de gestión															
Escala		Calificación													
≤	1.00	Malo													
1.00	2.00	Regular													
3.00	4.00	Bueno													
≥	5.00	Excelente													
		COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR													
															

Anexo F: Hoja de vida indicadores Fuente: *Elaboración Propia*

		FORMATO HOJA DE VIDA DE INDICADOR										Código: TH.ST.P.2.F.4 Versión: 1 Vigente: 17/12/2018		
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE INDICADORES														
OBJETIVO ESTRATÉGICO ASOCIADO		6. Incrementar la satisfacción del cliente.										CÓDIGO		
PROCESO		N/A										CÓDIGO		
SUBPROCESO		N/A										CÓDIGO		
INFORMACIÓN BÁSICA INDICADOR														
NOMBRE INDICADOR:	% DE AFILIADOS POR TRIMESTRE					MÉTODO DE CÁLCULO	%AT= # DE AFILIADOS POR TRIMESTRE / # DE AFILIADOS POR TRIMESTRE PROYECTADOS* 100							
DEFINICIÓN:	% DE LOS AFILIADOS QUE SE REGISTRAN EN UN TRIMESTRE					INTERPRETACIÓN:	# DE AFILIADOS OBTENIDOS EN UN TRIMESTRE							
OBJETIVO:	OBSERVAR EL COMPORTAMIENTO DE REGISTRO DE FILAIADOS EN CADA TRIMESTRE DEL AÑO					TIPO DE INDICADOR:	Impacto o efectividad		ORIGEN DEL INDICADOR:	Otro				
LIMITE DEL INDICADOR	500					FUENTE DE DATOS:	BASE DE DATOS AFILIADOS SOCOMEQ							
META VIGENCIA:	1250					UNIDAD DE MEDIDA:	PORCENTAJE							
META ESTRATEGICA:	350					PERIODICIDAD DEL REPORTE:	TRIMESTRAL							
PERSONAS QUE DEBEN CONOCER EL RESULTADO:	JUNTA DIRECTIVA					RESPONSABLE:	DEPARTAMENTO MARKETING							
RESULTADO INDICADOR														
CONCEPTO	LB	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
# DE AFILIADOS POR TRIMESTRE	350													0
# DE AFILIADOS POR TRIMESTRE PROYECTADOS														0
Resultado TRIMESTRAL	5.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Rangos de gestión														
		Calificación												
≤	75.00	Malo												
	75.00	Regular												
	85.00	Bueno												
≥	5.00	Excelente												
		COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR												
														

Referencias Bibliográficas

Ayala Garcia, J. (Julio de 2014). Banco de la Republica. Recuperado el 11 de 04 de 2019, de Banco de la Republica: banrep.gov.co.

Contreras, E. (Julio de 2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Sucre, Sincelejo, Colombia.

Florez, J., Atehortúa, S., & Alba, A. (2009). Las condiciones laborales de los profesionales de la Salud a partir de la Ley 100 de 1993: evolución y un estudio de caso para Medellín. Gerencia Política y Salud, 107-131.

Guzman, K. (Mayo de 2014). <http://www.banrep.gov.co>. Recuperado el 11 de Abril de 2019, de <http://www.banrep.gov.co>: <http://www.banrep.gov.co>.

Hoff, C., Demirgüç, A., & Gatti, R. (28 de 03 de 2016). Banco Mundial. Recuperado el 10 de abril de 2019, de Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org>.

Serna, H. (2008). Gerencia Estrategica: Teoria, Metodologia, Alineamiento, implementacion y mapas estrategicos. Bogotá D.C.: 3R Editores.

Castellanos, J., & Cruz, M. (2014). Revista de estudios avanzados de liderezgo. From Revista de estudios avanzado de liderezgo: regent.edu/real.

Gomez Escobar, I. (2004, abril). emagister. From https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_66994_66994-1.pdf.

Meza, A., & Carballeda, P. (2003). <https://eva.udelar.edu.uy>. From https://eva.udelar.edu.uy:https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/453210/mod_folder/content/0/20.pdf.

Betancourt, D. F. (19 de abril de 2018). Cómo hacer el análisis FODA (matriz FADO) paso a paso + ejemplo práctico. Recuperado el 15 de mayo de 2019, de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/matriz-foda.

Holded. (11 de 07 de 2018). *holded*. Recuperado el 02 de 07 de 2019, de holded: <https://www.holded.com>.

Bibliografía

- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitucion Politica de Colombia* . Bogota .
- Castellanos Narciso, J., & Cruz Pulido, M. (2014). *Revista de estudios avanzado de liderezgo*. Obtenido de Revista de estudios avanzado de liderezgo: regent.edu/real
- Gomez Escobar, I. (abril de 2004). *emagister*. Obtenido de https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_66994_66994-1.pdf
- Holded. (11 de 07 de 2018). *holded*. Recuperado el 02 de 07 de 2019, de holded: <https://www.holded.com>
- Meza, A., & Carballeda, P. (2003). <https://eva.udelar.edu.uy>. Obtenido de <https://eva.udelar.edu.uy>: https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/453210/mod_folder/content/0/20.pdf