

MANUAL DE ORGANIZACIÓN, FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE REDPLAN SALUD

1. OBJETIVO

El presente Manual de Organización, Funciones y Procedimientos tiene como objetivo determinar la organización de REDPLAN SALUD (RPS) y normar su funcionamiento para lograr que sus actividades se cumplan con el máximo de eficiencia y eficacia, garantizando así la efectividad y la calidad de los productos y/o servicios que ofrece a la comunidad.

2. ALCANCE

El presente Manual de Organización, Funciones y Procedimientos es aplicable a toda persona relacionada con RPS, de todo nivel que esté involucrado en la venta de productos y/o servicios de salud.

3. POLÍTICA

El INPPARES, a través de la Unidad de Mercadeo Social tiene como política ofrecer productos y/o servicios de calidad, acorde con las necesidades de la población objetivo; considerando cumplir siempre con sus objetivos.

4. PERIODO DE DURACIÓN

El presente Manual de Organización, Funciones y Procedimientos de RPS, una vez puesto en vigencia deberá ser obligatoriamente cumplido por un período de dos años, pudiéndose modificar en cualquier momento si se amerite el caso, previa coordinación y autorización de los Directores correspondientes.

5. RESPONSABILIDAD

Todas las personas involucradas en RPS, serán las responsables de la aplicación del presente Manual de Organización, Funciones y Procedimientos de RPS.

ORGANIZACIÓN

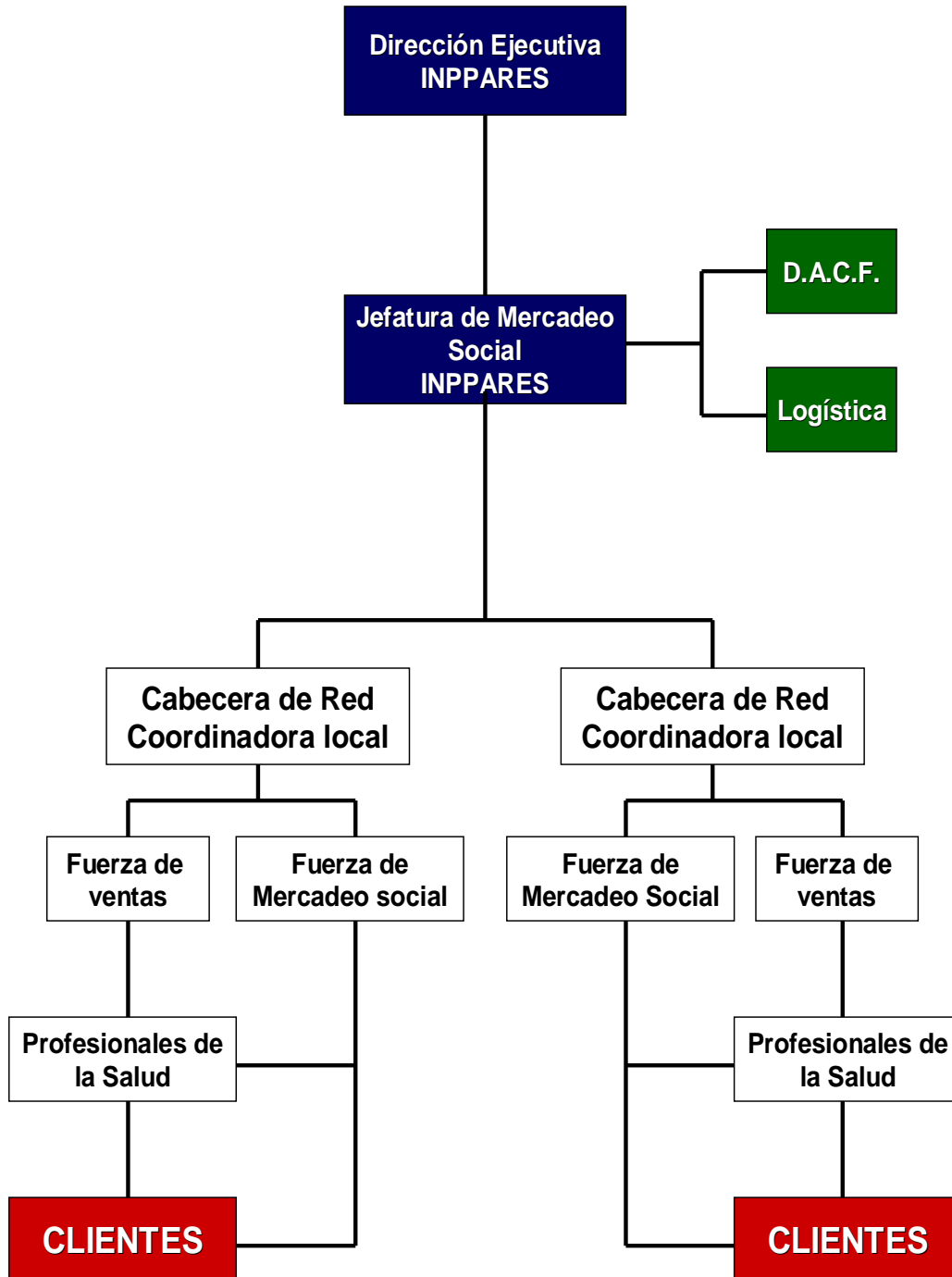
RedPlan Salud desarrolla un sistema de atención a la Salud Sexual y Reproductiva, cuyo énfasis principal es lograr que las personas tengan acceso oportuno y accesible económicamente a medios de anticoncepción, desde una perspectiva de respeto a sus derechos, para una Planificación Familiar, acorde a sus deseos.

La organización de RPS, tiene su base en los “**Estándares de Pertenencia**”, que los profesionales afiliados al proyecto deben aceptar cumplir permanentemente.

1.1.- Estándares de pertenencia a RedPlan Salud.

VALOR	DEFINICIÓN DEL CONCEPTO
Respeto en la atención.	El cliente debe ser tratado con respeto y amabilidad, garantizándole la confidencialidad y privacidad en la atención como una forma de demostrarle su compromiso con el bienestar de la persona.
Comprensión de las necesidades del cliente.	La persona valora positivamente el servicio individualizado y desea ser atendido por alguien que demuestra querer lograr comprender su situación individual y necesidades específicas y le den seguridad que los problemas pueden ser resueltos.
Información completa y veraz.	El cliente de RPS valora la información, que sea explicada en términos que puede entender, que esta información sea completa, que brinde seguridad y conocer los riesgos en el uso de medios anticonceptivos. El afiliado en todo momento promueve la elección libre e informada del cliente.
Competencia técnica	El afiliado reconoce el derecho y la posibilidad del cliente de evaluar las competencias técnicas y los valores humanos del profesional que lo atiende; por lo que debe mantener una preocupación permanente en el fortalecimiento de sus competencias técnicas.
Garantía de acceso a la atención.	Las personas desean tener acceso inmediato a los servicios y garantía de un suministro estable de los medios anticonceptivos de su elección. Una ubicación y horario adecuados es importante, pero también el acceso es logrado si el cliente confía en la calidad de la atención, es accesible desde el punto de vista económico y respeta los valores culturales, sin expresar inequidad en cualquiera de sus formas.
Equidad	Los afiliados reconocen la diversidad de las personas, sus diferentes capacidades, la diferencia en la demanda que ello genera e identifica las necesidades reales del cliente. Por lo que ofrecen un servicio y trato personalizado, especialmente con las personas social y económicamente más vulnerables.
Resultados	Ofrecer a los clientes resultados científicos precisos, satisfacción de sus expectativas de atención, relación interpersonal que demuestre interés por las sugerencias de los clientes para mejorar los servicios que reciben, dando respuesta sincera y rápida, a las quejas que al respecto puedan presentarse.

2.2.- Organigrama.



D.A.C.F.: Dirección de Administración, Contabilidad y Finanzas.

2.3.- Competencia de los profesionales afiliados.

El profesional afiliado a RPS debe poseer una serie de competencias que permitan brindar una atención de calidad basada en una adecuada interacción con los clientes logrando un incremento sostenido de la demanda de atención en su área de acción y una permanencia sostenida en el tiempo de los usuarios(as).

Las competencias laborales necesarias para lograr un buen desempeño del trabajo a realizar son, en sentido general de tres tipos:

Conceptuales.

Son las que expresan los conocimientos teóricos de que dispone el profesional acerca de las prestaciones de salud que debe brindar en su labor diaria.

Procedimentales

Dispone de las habilidades para realizar los procedimientos que requieren las técnicas con las que debe desarrollar las prestaciones de salud.

Actitudinales

Conoce y aplica las normas de comportamiento humano que debe desarrollar en su relación con los clientes.

En el proceso de evaluación de las competencias de los proveedores y en las actividades que RPS debe hacer para identificar las necesidades es necesario además, tener en cuenta **las necesidades de los proveedores**, en la publicación de la Federación Internacional de Planificación Familiar (IPPF, según sus siglas en inglés), “*Pautas Médicas y de Prestación de Servicios para Servicios de Salud Sexual y Reproductiva*”; en su tercera edición del año 2004, estas necesidades de los proveedores serían las siguientes:

De capacitación; Los/as proveedores de servicios deben tener acceso a los conocimientos y habilidades que necesitan para realizar todas las tareas requeridas por su trabajo.

De contar con información; es necesario mantener informados a todos los/as proveedores de servicios acerca de los temas relacionados con su trabajo.

De disponer de infraestructura; Los/as proveedores de servicios necesitan contar con instalaciones físicas y organización apropiadas, para brindar servicios con un nivel aceptable de calidad.

De acceso a suministros; los/as prestadores de servicios necesitan un flujo continuo y confiable de suministros de los métodos anticonceptivos y de los materiales necesarios para proporcionar servicios de salud sexual y reproductiva, consistentes con los estándares apropiados de calidad.

De recibir asesoramiento; los proveedores de servicios necesitan orientación clara, relevante y objetiva: esto es, el tipo de orientación que fortalezca su compromiso y su capacidad para brindar servicios de alta calidad.

De apoyo; los/as prestadores de servicios necesitan tener la certeza de que, cualquiera que sea el nivel de atención en el cual ellos trabajen, desde el nivel comunitario hasta el establecimiento clínico más completo, ellos/as son miembros de un grupo de mayor tamaño, en el cual los individuos o las unidades pueden apoyarse mutuamente.

De respeto; Los programas deben otorgar el reconocimiento a los/as proveedores de servicios por su competencia y su potencial, y respetar sus necesidades humanas.

De aliento; los/as proveedores de servicios necesitan recibir aliento para desarrollar su potencial y creatividad.

De retroalimentación; los/as proveedores de servicios necesitan recibir retroalimentación sobre la opinión de otras personas acerca de su competencia y sus actitudes.

De expresar opinión; todos los/as proveedores de servicios, independientemente del nivel de atención en el cual estén trabajando, necesitan poder expresar sus puntos de vista sobre la calidad y la eficiencia del programa.

2.3.1.- Competencias generales, de conceptos y actitudes.

- Logra una comunicación adecuada con las(os), clientes y su entorno familiar.
- Promueve los derechos de las personas en SSR.
- Actuar con criterios de equidad en la atención.
- Identifica el valor de la promoción y la protección de la salud.
- Identifica riesgos sociales en las personas y la comunidad.
- Puede modificar conductas en las personas que afectan la salud.
- Identifica y respetar la diversidad cultural de las personas.
- Realiza una correcta gestión de la calidad en los servicios.
- Identifica el nivel de satisfacción de los clientes.
- Desarrolla acciones de mercadeo social de los servicios.
- Brinda información comprensible para los clientes.
- Transmite confianza y seguridad a los clientes.
- Logra una comunicación afectiva y respetuosa.
- Puede trabajar en coordinación con las otras organizaciones de la sociedad civil.
- Puede trabajar en coordinación con organizaciones comunitarias.
- Hace un uso adecuado de los recursos.

2.3.2.- Competencias en las prestaciones de anticoncepción que deben tener los profesionales afiliados:

- Brindar consejería y orientación.
- Manejar los criterios médicos de elección para iniciar el uso de métodos anticonceptivos (MAC).
- Conocer los criterios de uso de MAC en situaciones especiales, identificar estas situaciones y referir a los usuarios.
- Conocer y orientar sobre los mecanismos de acción de los diferentes MAC.
- Conocer los criterios de uso de MAC en las diferentes etapas de la vida de las personas.
- Conocer las contraindicaciones MAC.
- Identificar y manejar correctamente las reacciones secundarias de los MAC.
- Indicar anticonceptivos hormonales orales monofásicos, trifásicos e inyectables.
- Indicar anticoncepción oral de emergencia.
- Inserción y retiro de dispositivos intrauterinos.
- Indicación y orientación del correcto uso del condón.
- Indicación y orientación del correcto uso de espermicidas.
- Indicación y orientación del correcto uso de métodos naturales (MELA, Ritmo calendario, Moco cervical, Billing, Filancia del moco cervical).
- Orientar la anticoncepción quirúrgica, principalmente el carácter definitivo de la misma.
- Realizar el seguimiento del uso de los diferentes MAC.

2.3.3.- Competencias en las prestaciones de tamizaje en mujeres sanas.

Los programas de tamizaje estarán enfocados a la búsqueda activa de riesgos y enfermedades con las siguientes características clínico-epidemiológicas:

- Enfermedades con alta prevalencia en la población del país, condicionantes de alta morbilidad y mortalidad.
- Que sea posible detectarlas por métodos simples y económicos al alcance de los clientes y aceptables culturalmente.
- Que sea posible y accesible un tratamiento temprano, que este dentro de las prestaciones que ofrece RPS.

En la realidad de la situación de la salud reproductiva en el país, estos problemas se circunscriben a tres componentes fundamentales:

- Detección y tratamiento de las afecciones infecciosas o no del tracto genital femenino, precisar cuando es necesario el examen bimanual.
- Detección y manejo sindrómico de las infecciones de transmisión sexual.
- Tamizaje del cáncer ginecológico, las competencias en este aspecto son:

ENTIDAD	ACCIONES DE TAMIZAJE / COMPETENCIAS
Cáncer de mama	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las clientas de mayor riesgo. • Realizar el examen físico de la mama. • Indicación de mamografía • Interpretación de la clasificación BIRAD. • Orientar según resultado del BIRAD. • Instruir sobre el auto examen de mama.
Cáncer de cuello uterino.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las clientas de mayor riesgo. • Realizar toma de muestra para Papanicolau • Interpretar los resultados de la citología exfoliativa. • Orientar según resultado. • Hacer inspección directa visual del cuello uterino. • Hacer inspección visual con ácido acético (IVAA). • Conocer las categorías de los resultados del IVVA. • Orientar según resultado. • Conocer las limitaciones del IVVA.
Menopausia y Climaterio	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las manifestaciones clínicas del climaterio. • Manejo de la terapia de sustitución hormonal. • Orientar acciones de salud que mejoren las condiciones de vida en esta etapa. • Identificar factores de riesgo de osteoporosis. • Indicar terapéuticas de prevención de la osteoporosis. • Orientación sexual de la pareja.

2.4.- Procedimientos de la afiliación.

2.4.1.- Proceso de Captación de Profesionales.

- Participación de las instancias de Dirección Central y Locales del Programa (Gerencia de Mercadeo Social, responsables de las Cabecera de Red, Coordinadores Locales, Fuerza de Ventas y Fuerza de Mercadeo Social de las Redes), en los eventos de carácter científico con temáticas vinculadas al marco de acción del Programa, en los que se tratará de realizar una presentación para explicar las características del mismo.
- Realizar reuniones de información de los alcances del Programa con los Colegios Profesionales y las Sociedades Científicas vinculadas en sus Bases Programáticas a la Salud Sexual y Reproductiva.
- En las actividades señaladas anteriormente, debe entregarse a los profesionales presentes, el material informativo **“Que es RedPlan Salud”**, junto la ficha de datos personales, en los que debe quedar establecida la conformidad del profesional a recibir una visita de un representante del Programa, para explicar en detalle las características del Programa y el procedimiento de afiliación al mismo.

- En el proceso de captación de afiliaciones, el profesional debe conocer, en detalle, el Convenio de Afiliación Individual que debe firmar, debe ser entregada una copia del mismo, para su análisis y estudio, previo a su firma.
- Las ficha de datos se entregarán a la Cabecera de Red o Coordinadora Local (según el caso), las que entregará a la Fuerza de Ventas o fuerza de Mercadeo Social, para que procedan a realizar las visitas a los profesionales con el fin de lograr su afiliación al Programa.
- La Fuerza de Ventas y de Mercadeo Social Locales, pueden realizar visitas a los profesionales vinculados con atención de la SSR y promover su afiliación, según la metodología establecida, a la red de atención de RPS.
- Debe ser explorada la posibilidad, de lograr el apoyo de medios locales de difusión masiva, para la divulgación de las actividades de RPS, sus objetivos y las formas de afiliación, siempre que la misma sea en forma de colaboración **no remunerada**.
- Otra forma de promoción de afiliación de profesionales de la salud al Programa puede ser la información de los alcances y el objetivo del mismo con las autoridades locales y las organizaciones sociales de la comunidad.
- La divulgación, mediante diferentes formas, a la población de las ventajas de atenderse con profesionales vinculados al Programa, conociendo cuales son estos en su comunidad, puede ser una forma de promover la voluntad de afiliación de los profesionales.
- Las Cabeceras de Red o las Coordinadoras Locales pueden desarrollar iniciativas propias, en el marco de la realidad local, en la promoción del programa para lograr la afiliación de profesionales.

2.4.2.- Proceso de afiliación de los profesionales de la salud.

El proceso de afiliación de los profesionales de la salud a las actividades de RPS, es un proceso voluntario, previo conocimiento de las Estrategias y Objetivos del Programa por parte de los mismos.

En la decisión de los profesionales de su incorporación a RPS, debe lograrse por los promotores de la afiliación, un equilibrio entre los beneficios económicos que los afiliados pueden alcanzar, con la contribución social a realizar en el mejoramiento de la SSR de las personas, poniendo a su alcance medios de planificación familiar y otros servicios, en condiciones de óptima calidad y accesibilidad cultural, económica y disponibilidad inmediata.

Es un concepto básico de RPS, que la afiliación no debe darse solamente en el marco de prometer beneficios económicos a los profesionales.

Los procedimientos de afiliación deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Constancia escrita del profesional de su aceptación de las condiciones de afiliación, previstas en el Convenio Individual de Afiliación.
2. Entregar fotocopia de la Licencia de Funcionamiento del consultorio.
3. Entregar fotocopia de la Colegiatura del gremio profesional al cual pertenezca.
4. Aceptación de participar en las actividades de capacitación.

5. Realización de la evaluación, que determina el nivel de prestaciones que puede realizar en el marco de los objetivos de RPS.
6. Aceptación por escrito del profesional de los resultados de la evaluación de la Junta de INPPARES.
7. Confirmar la Cabecera de Red o la Coordinadora Local, que el profesional dispone de un consultorio con las características físicas que garantizan la calidad de las prestaciones según los parámetros establecidos por RPS.
8. Firma del Convenio de Afiliación Individual al Programa.

2.4.3.- Condiciones para la desafiliación de profesionales.

- Faltas éticas comprobadas en la atención de las usuarias.
- No cumplir alguna de las cláusulas del Contrato de Afiliación.
- Participación inadecuada y/o colaboración en actividades programadas por RPS.
- Demostración de falta de veracidad en los informes enviados a RPS.
- Demostración de la práctica de procedimientos penados por la legislación vigente en el país.
- Carta notarial del profesional en que exprese su voluntad de desafiliación al Programa.

2.4.4.- Proceso de identificación codificada de los profesionales de la salud.

La codificación de los profesionales es responsabilidad de la Coordinadora Local de la Cabecera de Red, una vez haya concluido el procedimiento de afiliación.

Los códigos serán alfanuméricos y tendrán 8 dígitos, los cuales definen la ubicación y clase profesional del afiliado, según la siguiente forma:

Los **dos primeros dígitos** identifican **la ciudad** en que se encuentra la sede o cabecera de red en que se desempeña el profesional.

El **tercero y cuarto dígito** identifican **el distrito** donde se encuentra ubicado el consultorio en que presta servicios el profesional para el Programa.

El quinto dígito será alfabético para definir el tipo de profesional.

- Obstetra con la letra....."O"
- Médico general con la letra....."M"
- Médico ginecólogo con la letra....."G"

El sexto, séptimo y octavo dígito será el número correlativo asignado al profesional en el listado de prestadores de la sede o cabecera de red, el que constituye la identificación del mismo en el sistema de información del Programa.

Ejemplo:

Profesional con el código: 01-03-O-012

01.....Ciudad de Lima
 03.....Distrito de Ate Vitarte
 O.....Profesional Obstetra
 012.....Número correlativo en la lista de afiliados

RedPlan Salud garantiza la calidad de los servicios y prestaciones que ofrece mediante un proceso de afiliación, en el que las atenciones que autoriza a realizar a nombre del programa a los profesionales afiliados, este acorde a las competencias de los mismos.

Para este fin se han establecido **tres niveles de atención**, en los que se determinan los servicios, que en el marco de RPS y en su nombre, pueden ofrecer a sus clientes los profesionales afiliados.

RedPlan Salud, garantiza a los profesionales afiliados los medios para realizar las prestaciones autorizadas, las que quedan establecidas en el Convenio Individual de Afiliación a la Red de INPPARES.

La evaluación de los profesionales para determinar en que nivel se encuentra será realizada por una Junta de Profesionales; integrada por Médicos y Obstetras, designados por la Dirección Ejecutiva de INPPARES.

Las decisiones de la Junta de Evaluación; NO SON APELABLES

INPPARES garantiza a los profesionales afiliados, un proceso de capacitación, con el cual se logra el cambio de condiciones de afiliación, y para adquirir nuevas competencias.

2.4.5.- COMPETENCIAS REQUERIDAS PARA CADA NIVEL DE AFILIACIÓN

NIVEL PRIMARIO	
ÁREA DE ATENCIÓN	COMPETENCIAS
Comunicación y Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Logra una comunicación adecuada con las(os), clientes y su entorno familiar. Afectiva y respetuosa. • Promueve los derechos de las personas en SSR. • Actuar con criterios de equidad en la atención. • Identifica el valor de la promoción y la protección de la salud. • Identifica riesgos sociales en las personas y la comunidad. • Identifica y respeta la diversidad cultural de las personas. • Identifica el nivel de satisfacción de los clientes. • Brinda información comprensible para los clientes, con la que transmite seguridad y confianza. • Hace un uso adecuado de los recursos.
Manejo de métodos anticonceptivos (MAC)	<ul style="list-style-type: none"> • Brinda consejería y orientación. <p>Maneja los criterios médicos de elección para iniciar el uso de MAC.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce y orienta sobre los mecanismos de acción de los MAC. <p>Conoce los criterios de uso de los MAC, en mujeres sin factores de riesgo asociados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce las contraindicaciones de los MAC. • Identifica y maneja las reacciones secundarias de los MAC. Indica anticoncepción hormonal, excepto parches e implantes. • Indica el uso del condón. • Indica métodos naturales.
Prevención de cáncer ginecológico	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce los riesgos de cáncer de mama y cuello uterino. <p>Realiza la indicación de la mamografía según riesgo de la usuaria.</p> <p>Realiza el examen físico de la mama y orienta sobre la realización del auto examen.</p> <p>Realiza la toma del PAP y orienta la referencia según resultados.</p>
Prevención de ITS y VIH/SIDA	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce e identifica a las personas en riesgo • Conoce, identifica los síndromes susceptibles de ITS, orienta la referencia.
Atención de la menopausia y el climaterio	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza consejería. <p>Orienta acciones para mejorar la calidad de vida en estas clientas.</p> <p>Identifica la necesidad de terapia de sustitución hormonal y orienta la referencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica usuarias con riesgos de osteoporosis y orienta la referencia para tratamiento.
Afecciones ginecológicas	<p>Diagnóstica y trata correctamente las vulvo-vaginitis por candida, tricomonas e inespecíficas.</p> <p>Diagnóstica y trata correctamente las infecciones del tractus urinario inferior y superior.</p> <p>Identifica los trastornos del ciclo menstrual y refiere para su atención.</p>

NIVEL SECUNDARIO	
ÁREA DE ATENCIÓN	COMPETENCIAS
Comunicación y Gestión	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene competencias de IEC, para lograr la modificación de conductas en las personas. <p>Realiza correctamente acciones de Mercadeo Social de los objetivos del Programa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene capacidad de gestión de la calidad de los servicios. • Puede establecer alianzas con Organizaciones de la Comunidad y otras de la Sociedad Civil.
Manejo de métodos anticonceptivos (MAC)	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO.</p> <p>Conoce los criterios de uso de los MAC, en mujeres con factores de riesgo asociados por la edad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencias de inserción y retiro de DIU. • Indica anticoncepción mediante el uso de parches e implantes. Refiere para la colocación de implantes.
Prevención de cáncer ginecológico	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO.</p> <p>Identificación de resultados de la clasificación de BIRAD de la Mamografía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orienta la referencia según resultado por el BIRAD. • Realiza consejería de acuerdo a los resultados según BIRAD. • Realiza la toma del PAP y orienta la referencia según resultados.
Prevención de ITS y VIH/SIDA	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realiza el tratamiento de la ITS, según clasificación por síndromes.
Atención de la menopausia y el climaterio	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realiza terapia de sustitución hormonal. • Indica tratamiento de prevención de la osteoporosis.
Afecciones ginecológicas	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstica y trata la dismenorrea. • Orienta el tratamiento de la infertilidad.

NIVEL TERCIARIO	
ÁREA DE ATENCIÓN	COMPETENCIAS
Comunicación y Gestión	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO Y SECUNDARIO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencias de dirección en RPS. • Organiza y planifica acciones de Mercadeo Social en objetivos del Programa. • Tiene capacidad de evaluación de la calidad de los servicios. • Establece alianzas con Organizaciones de la Comunidad y otras de la Sociedad Civil.
Manejo de métodos anticonceptivos (MAC)	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO Y SECUNDARIO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce los criterios de uso de los MAC, en mujeres con entidades clínicas (Diabetes mellitus, Hipertensión arterial, Cardiopatías). • Colocación de implantes. • Indicación de anticonceptivos a
Prevención de cáncer ginecológico	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO Y SECUNDARIO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar inspección visual con ácido acético (IVVA). • Conoce e identifica las categorías de resultado según el IVVA. • Realiza referencia por resultados del IVVA
Prevención de ITS y VIH/SIDA	<p>SE AÑADEN A LOS DEL NIVEL PRIMARIO Y SECUNDARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realiza estudio epidemiológico de las ITS.

2.5.- Funciones.

Institucionalmente RedPlan Salud tiene los siguientes niveles de jerarquización gerencial:

1. Dirección Ejecutiva de INPPARES.
2. Jefatura de Mercadeo Social de INPPARES.
3. Coordinadora de la red local.
4. Representante de la fuerza de Ventas.
5. Representante de la fuerza de Mercadeo Social.
6. Profesional de salud afiliado.

2.5.1.- Funciones específicas de los niveles centrales en INPPARES.

2.5.1.1.- Dirección ejecutiva de INPPARES.

- Establecer las Estrategias de desarrollo prospectivo del Programa.
- Garantizar el cumplimiento de las Líneas Estratégicas para el desarrollo del Programa.
- Realizar las coordinaciones, convenios y alianzas con los Organismos que permitan lograr obtener el financiamiento para la expansión de las acciones previstas.

2.5.1.2.- Jefatura de Mercadeo.

1. Responsable del control de la gestión de RPS en las Sedes Locales del programa.
2. Planificar, controlar y supervisar la compra de los suministros de los productos en Las Sedes de RPS.
3. Establecer la estructura de precios y la sugerencia de estos en los canales de venta.
4. Supervisar a las Cabeceras de Red a la Fuerza de Ventas y de Mercadeo Social en las Sedes de RPS.
5. Elaborar y presentar mensualmente las estadísticas de ventas de productos en las redes adscritas a RPS.
6. Preparar el Plan de Capacitación de los profesionales afiliados en las diferentes sedes, según las necesidades identificadas.
7. Gestionar la incorporación de empresas farmacéuticas al Programa.
8. Gestionar la extensión de RPS en otras ciudades del país.
9. Proponer a la Dirección Ejecutiva de INPPARES la ampliación de RPS en nuevas Sedes.
10. Supervisar las actividades programadas por cuenta de RPS.
11. Otras que sean señaladas por la Dirección Ejecutiva de INPPARES.

2.6.- Constitución y Organización de Redes de Atención.

La conformación de una Red tiene como objetivo acercar la atención a los clientes, fomentar la competencia, la calidad de la atención y brindar respuesta rápida a las necesidades y demandas de la población.

2.6.1.- La red de atención de RPS, cumple los siguientes requisitos:

- Esta en el lugar indicado para satisfacer la demanda de forma expedita.
- Brinda solución a la complejidad identificada.
- Tiene criterios de referencia y contrarreferencia.
- Es fácilmente accesible a las personas.
- Su funcionamiento es satisfactorio para las(os), clientes.

Las Redes de Atención de RedPlan Salud están constituidas, según el Organigrama del Programa de la siguiente manera:

Integrante	Características y Funciones generales
Coordinadora(or) del programa	Tiene a su cargo la gestión administrativa global del programa. Elaboración de la información establecida para el control del funcionamiento del programa, dirigida a los miembros de la red e INPPARES. Reunirse con frecuencia semanal con la fuerza de ventas y el equipo de mercadeo social para monitorear y evaluar los avances en las actividades realizadas y el nivel de venta de los productos. Supervisar el desempeño de los integrantes de la red.
Coordinadora(or) local	Existirá una en cada ciudad donde este funcionando RPS. Es la responsable de la elaboración y custodia de la base de datos, así como de la elaboración y monitoreo del cumplimiento del cronograma local de actividades. Propone a la coordinadora del programa los profesionales que considera deben ser afiliados a RPS. Responde a otras funciones que sean orientadas por la Coordinadora del Programa.
Fuerza de ventas	Varía en número según la ciudad de intervención, con perfil profesional similar al de los miembros de la red en su localidad. Visitará a los profesionales de la salud, afiliados o no, de acuerdo a una zonificación previa y el cronograma establecido. Realizan la entrega de los productos en la visita.
Fuerza de Mercadeo Social	Varía en número según la ciudad de intervención, con perfil profesional similar al de los miembros de la red en su localidad. La coordinadora del programa orienta las ciudades en que la coordinadora local será una de las integrantes. Este equipo es responsable de la programación y ejecución de las actividades de promoción y prevención, como campañas, jornadas y charlas. Elaborarán los formatos de actividades respectivos. Será la encargada de recoger los informes globales de los servicios y sistematizar la información.
Proveedores miembros de la red	Profesionales de las ciencias de la salud, con formación en SSR, con consultorio propio y con registro profesional de acuerdo a su línea de trabajo. Se comprometen a capacitarse periódicamente y a compartir información confidencial básica con el equipo central. La información solicitada solo estará basada al perfil de clientes atendidos por tipo de servicio en términos globales y no personales. El programa asume el compromiso no compartir esta información con otras fuentes.

2.6.2.- Funciones específicas a nivel de Redes de Atención de RPS.

2.6.2.1.- Centro o establecimiento Cabecera de Red.

1. Constituirse en la localidad en el centro de referencia y contrarreferencia para los profesionales afiliados a RedPlan Salud.
2. Brinda asesoría técnica en el manejo de clínico de los clientes.
3. Asume la atención de usuarios de complejidad no manejable por los profesionales afiliados según competencias.
4. Colabora en la programación y realización de las actividades de Mercadeo Social.
5. Evaluar las propuestas de profesionales que desean afiliarse a RPS.
6. Firmar los convenios respectivos.

2.6.2.2.- Coordinadora(or), Local.

1. Responsable de la gestión y el funcionamiento eficiente de la red de profesionales en su localidad.
2. Coordina con la fuerza de ventas un correcto abastecimiento de los productos y la asignación y cumplimiento de las cuotas.
3. Coordina con la fuerza de ventas la promoción y difusión de los servicios que ofrece la Cabecera de Red.
4. Coordina con la fuerza de mercadeo social la programación, objetivos y realización de las actividades programadas por cuenta de RPS.
5. Presenta mensualmente a la Jefatura de Mercadeo Social de INPPARES el reporte de venta de productos, detallando lo distribuido en el servicio y lo distribuido a los profesionales afiliados
6. Presenta mensualmente el reporte de servicios ofrecidos a usuarios(as) derivados por profesionales de RPS.
7. Efectuar el pago mensual de honorarios a la fuerza de ventas, en el cual se incluirá el porcentaje correspondiente a las ventas realizadas.
8. Informa mensualmente del número de profesionales afiliados a RPS. Señalando el número de nuevos afiliados por categoría de competencias
9. De producirse una desafiliación hacer un informe de las causas de la misma.
10. Otras funciones asignadas por la Jefatura de Mercadeo Social.

2.6.2.3.- Fuerza de Mercadeo Social.

1. Programar con la Coordinadora Local las actividades para la prevención y promoción de la salud.
2. Coordinar con las organizaciones locales públicas y/o privadas para la realización de las actividades de mercadeo social de la salud.
3. Trabajar en la búsqueda de apoyo material y financiero con las entidades locales para la realización de las actividades programadas.
4. Llevar el registro de las actividades realizadas y entregarlo mensualmente a la cabecera de red o coordinadora local.
5. Coordinará con el profesional afiliado su participación en las actividades de prevención y promoción de la salud.
6. Recoger los reportes mensuales de atenciones de los profesionales.
7. Otras que sean asignadas por la cabecera de red o coordinadora local.

2.6.2.4.- Fuerza de Ventas.

1. Recoger diariamente, preferiblemente en horario de la mañana, en la cabecera de red los insumos anticonceptivos.
2. Distribuir los productos a los profesionales afiliados en la red.
3. Informar diariamente en la cabecera de red de lo recaudado monetariamente por distribución de anticonceptivos.
4. Distribuir los materiales para la difusión y promoción de RPS a los afiliados.
5. Proponer a la cabecera red de nuevas afiliaciones y participar en la firma de los convenios respectivos.
6. Participar en las actividades programadas por cuenta del RPS.
7. Presentar un informe de actividades y la planilla de movilidad mensual a la cabecera de red o coordinadora local para su pago respectivo, el cual incluye el porcentaje respectivo de la venta de productos.
8. Participar en la evaluación trimestral que realiza la cabecera de red o coordinadora local de su desempeño; requisito indispensable para seguir conformando el equipo de ventas.
9. **Las fuerzas de venta pertenecientes a la Ciudad de Lima, entregarán una vez por semana las boletas y/o facturas de venta a la asistente de Mercadeo Social en INPPARES.**

Es la responsable de los productos anticonceptivos que se les entregan para su distribución a los profesionales afiliados.

En caso de ocurrir pérdida o extravío tiene la obligación de reponer de su propio peculio el monto de lo perdido.

Posteriormente se puede establecer un pago por riesgo de caja.

2.6.2.5.- Profesional de la salud afiliado a RPS.

Su afiliación al Programa se realiza mediante la firma de un Convenio Individual con el Instituto Peruano de Paternidad Responsable (ver anexo), en que quedan establecidas las obligaciones de ambas partes.

1. Ofrecer a sus clientes los servicios de salud que promociona RPS, los que serán brindados con calidad y accesibles en precio y disponibilidad.
2. Trabajar preferentemente con los productos e insumos que INPPARES le provee, según criterio profesional y la preferencia del usuario.
3. Desarrollar sus actividades prestacionales, de manera preferente bajo los criterios contenidos en la Guías de Práctica Clínica del Programa.
4. Los servicios son ofrecidos en un marco de respeto irrestricto a los derechos de las personas, establecidos en el Programa.
5. Esta comprometido a brindar información veraz, completa y técnicamente fundamentada, para que el cliente pueda tomar una decisión adecuada en relación al método anticonceptivo que desea utilizar, teniendo en cuenta las contraindicaciones y posibles reacciones secundarias.
6. Cumplir los estándares de calidad establecidos en el Programa de RPS.
7. Realizar el registro de las atenciones y las ventas de productos, en los formatos que INPPARES entregará, con el fin de disponer de la información para la evaluación integral de la calidad del desempeño del Programa.
8. Participar en las actividades de Mercadeo Social de RPS.
9. Participar en las actividades de evaluación del Programa.
10. Colaborar en investigaciones gerenciales y médicas que propone INPPARES.

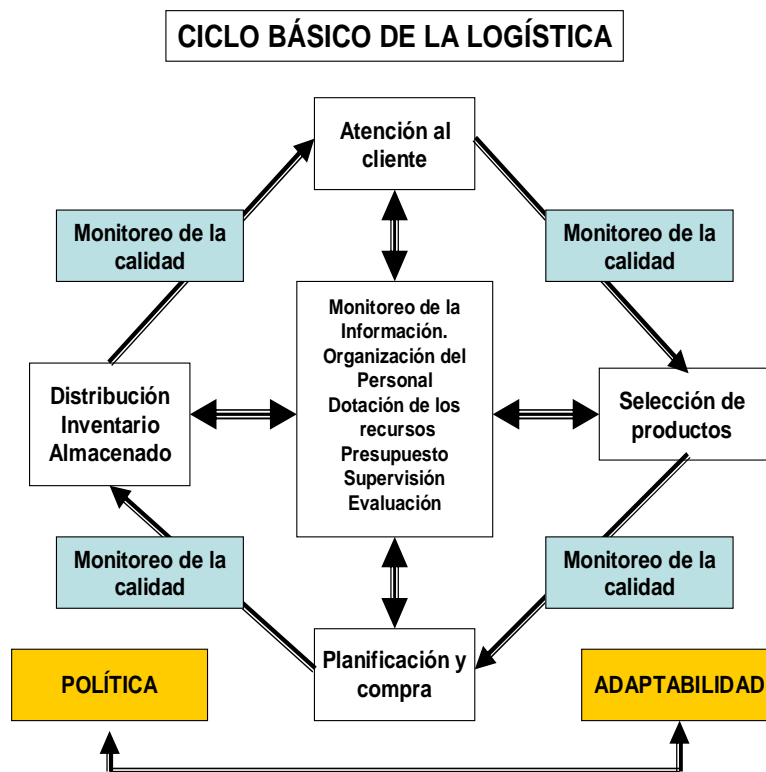
2.7.- Logística del programa.

El propósito fundamental del sistema del Logístico de RPS, es optimizar al máximo el **acceso de los clientes a medios anticonceptivos de calidad**.

Para este fin pretende:

- Disponer de productos adecuados en calidad.
- Tener siempre la cantidad necesaria de productos.
- Que los productos siempre se mantengan en buen estado.
- Que se encuentren en el lugar adecuado.
- Que en todo momento sean físicamente accesibles a los clientes.
- Lograr un costo atractivo para el cliente.

Esto implica mantener un monitoreo permanente en los componentes del ciclo básico de un sistema logístico.



2.7.1.- Proceso de compra de productos.

El proceso de compra de los productos e insumos requeridos por el Programa es centralizado por INPPARES.

La gerencia de Mercadeo Social de INPPARES tiene la responsabilidad de planificar y pactar con las empresas proveedoras, los términos financieros y de calidad de la compra de los productos e insumos requeridos por el Programa.

El objetivo principal es lograr **precios preferenciales**, que permitan establecer un precio de venta que sea accesible a los clientes objetivos del programa.

Además la Gerencia de Mercadeo Social de INPPARES, establecerá los precios de venta de los productos para los diferentes canales de distribución del Programa.

La Gerencia de Mercadeo Social de INPPARES, es responsable de establecer los **precios preferenciales** que pueden ser ofrecidos a los profesionales afiliados según el volumen de compra que los mismos soliciten y su capacidad histórica de actividad de pago demostrada.

La Gerencia de Mercadeo Social en coordinación con la Dirección Ejecutiva de INPPARES, acuerda con el laboratorio (denominado; el proveedor), los términos generales de compra de los productos:

- Volúmenes de la compra en Unidades Físicas.
- Precio unitario.
- Forma de pago.
- Periodo posible de uso del producto según fecha de vencimiento.
- Periodos de entrega.
- Fecha de la entrega según la periodicidad acordada.
- Cláusulas de seguridad.

La Gerencia de Mercadeo Social hace el requerimiento de los productos, según los términos acordados con el proveedor, a la Dirección de Administración, Contabilidad y Finanzas (DACF), de INPPARES.

La DACF, emite la orden de compra, según los términos financieros acordados, que remite al Laboratorio proveedor, según los requerimientos de la Gerencia de Mercadeo Social.

La entrega de los productos se realiza por el proveedor en el almacén central de INPPARES.

Es responsabilidad de la administración del almacén central de INPPARES, en coordinación con la DACF, verificar que la entrega se corresponde con los términos pactados en el contrato de compra.

2.7.2.- Proceso de distribución de productos e insumos.

- Las Cabeceras de Red o las Coordinadoras Locales debe remitir a la Gerencia de Mercadeo Social de INPPARES, sus necesidades de productos para garantizar el abastecimiento del servicio y de los profesionales para un periodo de **dos meses**.
- La Gerencia de Mercadeo Social realiza la distribución según los requerimientos solicitados y envía los productos a las diferentes sedes y/o cabeceras de red, con su respectiva Guía de Remisión en la que describe lo enviado, acompañado de la correspondiente Nota de Débito de los productos entregados.
- La fuerza de ventas es la responsable de solicitar diariamente, preferiblemente en horario de la mañana, a la coordinadora local la entrega de los productos que requiere distribuir, además entregará a la coordinadora lo recaudado en la venta del día anterior.

- Debe realizar diariamente el conteo de los productos, registrando lo entregado por la cabecera de red, lo distribuido por la fuerza de ventas y la existencia final de cada producto.
- La fuerza de ventas una vez que ha recibido los productos que requiere es la responsable de visitar a los profesionales afiliados para entregar los pedidos u ofrecer los mismos, la entrega de los mismos debe ser acompañada de una boleta o factura, según el caso, en que se consigne el monto económico de los productos entregados.
- La Fuerza de Ventas puede entregar a los profesionales productos a crédito, con **un plazo máximo de pago a 30 días calendario**, debe llevar un registro de o los créditos concedidos en un cuaderno habilitado especialmente a este fin, en el que debe tener un registro de las condiciones de amortización de los créditos concedidos y el vencimiento de los plazos de amortización de la deuda.
- La Fuerza de Ventas, puede ofrecer descuentos a los profesionales afiliados por volúmenes de compra, de acuerdo a los precios establecidos por la Gerencia de Mercadeo Social de INPPARES, para los diferentes productos.
- Esta oferta de precios preferenciales debe ser informada y autorizada por la cabecera de red o la coordinadora local.

2.8.- Presupuesto.

El presupuesto del programa es proyectado de forma centralizada por el DACF de INPPARES. Se realiza un desglose por los principales rubros correspondientes a las acciones previstas en las estrategias del programa, las que serían:

- Compra de productos e insumos.
- Elaboración de materiales para Información, Educación y Comunicación.
- Acciones de evaluación de las sedes y redes.
- Actividades de capacitación.

2.9.- Sistema de Información Gerencial (SIG).

El SIG, constituye la base fundamental del Programa para disponer de las herramientas de monitoreo y supervisión de las actividades, la calidad del desempeño, así como realizar la evaluación del alcance logrado en las metas estratégicas del programa.

Las necesidades de información del programa están enmarcadas en obtener:

- Cantidad de servicios prestados.
- Calidad de los servicios.
- Tipos de anticonceptivos indicados.
- Característica de la población atendida.
- Incorporación de nuevos clientes y mantenimiento de los antiguos.
- Satisfacción de la población con el servicio.
- Ventas de productos.
- Existencias de los diferentes productos.
- Balance financiero de la actividad.

El SIG, en su logística tiene tres componentes:

1. Recolección de los datos.
2. Registro de los datos.
3. Análisis de la información.

Información para medir resultados e impacto del programa.

Tipo de información	Datos necesarios	Uso y decisiones
Demanda y uso de MAC	Métodos indicados Continuidad de los clientes Razón de métodos temporales vs. Definitivos Motivo de la selección por el cliente Razones para el uso de un MAC Fuente de suministro y existencia de MAC Costo unitario	Evaluar si el sistema de suministro y distribución es satisfactorio para los clientes. Adecuar el sistema de compras y distribución a las necesidades Análisis de costos
Abandono y fallos de los MAC	Tasa de abandono por tipo de MAC Razón del abandono Tasa de fallo por tipo de MAC Razón del fallo Tasa de reacciones secundarias Tasa de complicaciones	Medir grado de satisfacción del cliente Acciones para mejorar la calidad de la indicación Evaluar calidad de la referencia
Calidad de los servicios	Cumplimiento de orientación en las Guías de Atención Comportamiento de los prestadores Relación con el cliente Grado de satisfacción del cliente Condiciones físicas de los consultorios Acciones de bioseguridad	Mejoramiento de la calidad e la oferta
Característica social de los clientes	Edad Situación reproductiva Escolaridad Nivel económico Actividad que realiza	Adecuar la oferta a necesidades

El SIG, esta diseñado en base a los estándares de calidad que pretende alcanzar el programa, y el cumplimiento de los mismos da una base que permite evaluar los avances alcanzados en el desarrollo de las líneas estratégicas de RPS.

La elaboración de los estándares tiene en cuenta los las dimensiones de la calidad y el contenido conceptual de cada una:

Dimensión	Contenido conceptual
Competencia técnica	Nivel de conocimientos, habilidades, destrezas, capacidad y desempeño actual de los profesionales afiliados y el grado de apoyo técnico y administrativo que reciben.
Acceso a los servicios	Grado en el cual la prestación de los servicios de salud se oferta con equidad, garantizando el acceso económico y respetando la cultura del cliente.
Eficacia en el uso de los recursos	Grado de relación entre un procedimiento aplicado y los resultados esperados. Eficacia anticonceptiva y satisfacción del cliente
Relaciones interpersonales	La calidad de la interacción entre <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores y clientes. • Gerentes y proveedores de salud. • Los equipo de salud y la comunidad. • Al interior de los equipos de trabajo.
Eficiencia en las prestaciones	Suministrar el mayor beneficio con los recursos que se cuenta. Obtener beneficios económicos para el prestador y el Programa, sin afectar la calidad
Lograr la continuidad de las prestaciones	Implica que los clientes puedan recibir todos los servicios que oferta RPS, sin interrupciones, en el momento que consideren necesitarlo. Que los clientes mantengan la continuidad de atención en los consultorios de RPS.
Las prestaciones son realizadas con seguridad para los clientes	Implica la reducción de riesgos, de infecciones, de efectos secundarios y complicaciones. Las indicaciones son adecuadas a la característica del cliente.
Las atenciones se brindan en un ambiente de comodidad para los clientes	Las características físicas de los consultorios brindan condiciones de comodidad, seguridad y privacidad a los clientes, que agregan valor y acrecientan la satisfacción del cliente y su deseo de volver en el futuro.
Respeto al cliente	El cliente tiene derecho a recibir un tratamiento respetuoso en todo momento y bajo todas circunstancias. La atención se brinda en el marco del respeto irrestricto a los derechos de las personas; básicamente su derecho a decidir que hacer con su cuerpo.
Dignidad del cliente	El paciente tiene derecho a su privacidad personal y de información: El derecho a ser examinado en instalaciones diseñadas para asegurar un aislamiento visual y auditivo razonable. El derecho de ser examinado en presencia de la persona que el decida.

Cada estándar, contempla un grupo de indicadores, que deben ser construidos con los datos que el SIG debe aportar.

El esquema que desarrolla el SIG, para la construcción de indicadores, basado en los estándares se expresa en el siguiente ejemplo:

Estándar:	La existencia de productos en almacén central de INPPARES, permite garantizar los requerimientos de la redes, durante el periodo establecido.
------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

INDICADOR

Nombre:	Porcentaje de los diferentes tipos de MAC en almacén central de INPPARES en relación a lo programado para un trimestre y distribución a las redes.
Tipo de indicador	Estructura.
Justificación	La existencia de productos en almacén central de INPPARES, en cantidad suficiente, permite garantizar una distribución a las redes para que siempre dispongan de los MAC solicitados por los clientes.
Objetivo	Establecer la existencia óptima, para un periodo de tres meses, de productos en los almacenes, que de respuesta en el tiempo requerido a las solicitudes de las redes.
Tipo de medida	Porcentaje.
Numerador	Unidades físicas de un tipo de producto existentes en el almacén central de INPPARES.
Denominador	Cantidad de unidades físicas de un tipo de producto que deben existir, de acuerdo a la cantidad establecida para garantizar la disponibilidad de un trimestre.
Umbral de cumplimiento	90%, como cantidad mínima, de la requerida para tres meses de consumo.
Fuente de datos	Tarjeta control de existencias por producto en almacén.
Periodicidad	Mensual
Responsable	Jefe de almacén central de INPPARES Gerencia de Mercadeo de INPPARES

2.9.1.- Indicadores de recursos.

1. Porcentaje de profesionales afiliados por redes de los colegiados en la ciudad
2. Porcentaje de profesionales de cada red con capacitación básica
3. Porcentaje de profesionales de cada red con capacitación avanzada
4. Cantidad de productos comprados en el año por rubros respecto a la demanda producida el año anterior
5. Cantidad en stock de los diferentes productos en almacén central

2.9.2.- Indicadores de proceso.

1. Porcentaje de profesionales por redes que refieren el abastecimiento de MAC es adecuado
2. Número de nuevos usuarios por MAC, por ciento de incremento
3. Número de usuarios en seguimiento por MAC, por ciento de incremento
4. Porcentaje de pacientes referidos a la cabecera de red
5. Porcentaje de acciones de promoción realizada de acuerdo al plan

2.9.3.- Indicadores de resultado.

1. Porcentaje de clientes satisfechos con la atención
2. Porcentaje de clientes que consideran adecuados los precios
3. Porcentaje de profesionales afiliados satisfechos con su pertenencia a RPS
4. Porcentaje de profesionales afiliados satisfechos con la capacitación
5. Porcentaje de quejas respecto a clientes atendidos
6. Tasa de rechazo al uso de MAC
7. Tasa de complicaciones por uso de MAC
8. Incremento porcentual de ingresos económicos
9. Incremento porcentual de MAC distribuidos