



## Proveedores del sector privado: un gran recurso sin explotar para mejorar la salud de las mujeres

- *Las redes de proveedores del sector privado pueden ser muy eficaces para proporcionar servicios de planificación familiar/salud reproductiva (PF/SR) a las mujeres.*
- *Ventajas: los puntos de entrega de servicios ya están establecidos, a menudo son sostenibles financieramente y cuentan con capacidad en exceso. Las parteras profesionales del sector privado suministran el 46% de todos los anticonceptivos usados en Indonesia.*
- *Una “organización de enlace” es fundamental para vincular a los proveedores, determinar incentivos, formular un plan para cumplir con los objetivos de servicio y servir de intermediaria para capacitación, suministros, calidad y extensión a los clientes.*

**Variedad de redes:** Una definición bien conocida es derivada de la concesión de franquicias sociales y consiste en un grupo de proveedores que ofrecen una serie de servicios, con niveles de calidad y a precios bajos fijos, y quienes han sido capacitados en habilidades clínicas y comerciales. Una definición más amplia es: una afiliación de prestadores de servicios de salud independientes, bajo una estructura u organización que aglutina a varios grupos, cuya finalidad es la prestación de servicios de salud. Las redes pueden ser estrictamente comerciales, sin fines de lucro o mixtas y pueden incluir una alianza entre los sectores público y privado.

**Tipos de proveedores y organizaciones “de enlace”:** Ejemplos de proveedores vinculados: clínicas de organizaciones no gubernamentales (ONG), médicos, parteras profesionales, hospitales, farmacéuticos y vendedores de medicamentos. Entre las organizaciones de enlace figuran: ONGs, franquiciadores sociales, proveedores, organizaciones comerciales, empresas de seguro médico, asociaciones profesionales, instituciones educativas, empresas farmacéuticas, hospitales privados y alianzas entre los sectores público y privado.

### Redes exitosas de proveedores

País/Proveedor	Resultado
Indonesia—Parteras profesionales del sector privado	Suministrar el 46% de los anticonceptivos usados a nivel nacional.
Pakistán—Green Star Network	4.670.373 APPs* (1998, 20% de APPs nacionales)
India—Janani	740.850 APPs (2002, 5.3% de APPs de Bihar)

\* APP=Año de Protección por Pareja

**Cómo organizar una red:** La organización de enlace formula un plan estratégico para lograr los objetivos del programa. Los elementos del plan varían pero a menudo incluyen los preparativos para la capacitación, la creación y el mantenimiento de un sistema para la garantía de la calidad, la conexión entre los proveedores y los productos sin costo alguno o a bajos costos, y la creación de una “marca” identificable para la red. Si la organización de enlace es un franquiciador, quizás les cobre una cuota a los proveedores a cambio de los beneficios de afiliación, y exija que los socios acaten determinadas normas. Por contraste, las redes poco rígidas pueden ser iniciadas por el sector público, como es el caso de Indonesia, donde las parteras profesionales de las aldeas recibieron capacitación y algunas un estipendio gubernamental para proporcionar servicios de salud reproductiva en las zonas rurales. Incluso los socios de una asociación profesional pueden ser considerados una red, aunque por lo general una menos rígida.

**¿Cómo se benefician los proveedores y los clientes?** Los proveedores del sector privado citan la capacitación (tanto técnica como comercial), productos y suministros, publicidad, promoción, crédito y afiliación, como los beneficios de participar en la red. A los clientes les gusta recibir servicios convenientes y de calidad de alguien que posiblemente conozcan.

**Mantenimiento de la calidad:** Especialmente a medida que se amplían las redes, un reto importante para la organización de enlace es promover la calidad, lo cual implica establecer, monitorear y hacer cumplir normas. Las redes establecidas han experimentado con una variedad de estrategias. Entre éstas figuran abogar por normas nacionales como un requisito para obtener una licencia, colocar a los gerentes de las clínicas empleados por la organización matriz en el punto de entrega de servicios, monitorear y capacitar a los proveedores de manera continua, y subcontratar el monitoreo de los indicadores de la calidad que se pueden medir de manera objetiva, como el control de infecciones.

**Sostenibilidad financiera:** Es esencial tener en cuenta la sostenibilidad financiera o considerable recuperación de costos desde el principio. Algunas estrategias comprobadas son:

- Vincular a los proveedores del sector privado **que ya están ejerciendo su profesión de manera sostenible en términos financieros.**
- **Diversificar los servicios** ofrecidos más allá de la PF/SR para abarcar otros servicios preventivos como la salud materno-infantil y servicios curativos, diagnósticos y quirúrgicos más lucrativos.
- Pagar **honorarios por referencias** a los socios de la red de nivel más bajo que dan referencias a los clientes que necesitan servicios más especializados, y después recuperar los ingresos de los socios de nivel más alto.
- **Al alinear los incentivos financieros con una toma de decisiones clínicas apropiadas** se promueve tanto la sostenibilidad financiera como la calidad de la atención.

**Fuente de suministro de productos:** Un suministro barato, fiable y conveniente es esencial para los proveedores y puede provenir de fuentes comerciales, mercadeo social, ONGs o fuentes gubernamentales.

**Implementación del programa:** En la siguiente lista de verificación se resumen los pasos principales para implantar el programa:

Lista de verificación	
Establecer los objetivos	
Formular un plan estratégico: determinar las actividades clave	
Determinar el número y ubicación de los proveedores del sector privado: capacidad clínica	
Encontrar posibles organizaciones de enlace y aclarar el potencial de crear una	
Determinar los requisitos reguladores o jurídicos para la red;	
Ejemplo: ¿Puede determinado profesional trabajar en el sector privado?	
Aclarar las necesidades y los deseos del proveedor: integrarlos al plan estratégico, como:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing: regional o comunitario</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de insumos</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deseo de establecer una conexión con otros proveedores similares</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en habilidades clínicas, comerciales o relacionadas con la calidad</li> </ul>	
Analizar el posible mercado para servicios de PF/SR y otros servicios:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena disposición de los clientes para pagar</li> </ul>	

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia de los sectores público y privado</li><li>• Calidad y precio de otros servicios de los sectores público y privado</li><li>• Densidad y ubicación de la población</li><li>• La mejor forma de alcanzar a los clientes</li></ul> |  |
|--|--|

---

Donde obtener más información: [www.magweb.org](http://www.magweb.org)

#### Referencias

Dominic Montagu. Franchising of Health Services in Low-income Countries. Health Policy Planning. 17: 121-130 (2002).

Sitio Web del Private Sector Partnerships One Project: <http://www.psp-one.com>

Última revisión: 16/5/05

(La versión en español se publicó el 28 de enero de 2008)

Producido en asociación con la Iniciativa para Maximizar el Acceso y Calidad

Diseñado y producido por: The INFO Project at the Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health/Center for Communication Programs.

Este informe se produce gracias al apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, de Global, GH/PRH/PEC, bajo los términos de la Subvención No. GPH-A-00-02-00003-00.



**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA

la