

Trama Solutions proporciona respuestas tecnológicas al sector sanitario

La compañía gallega facturó durante su primer año de actividad un millón de euros y da empleo a 17 profesionales

M. Hevia

La gestión y la consultoría médica constituyen dos de las áreas sobre las que se sustenta la actividad de Trama Solutions, una compañía especializada en el sector médico sanitario que se creó en el 2015 de la mano de su directora, María Muñiz, tras la disolución de Congrega, una empresa de la que era socia desde 1989 y que dirigió prácticamente durante toda su existencia.

Más de veinticinco años de experiencia y la confianza de sus clientes han hecho que Trama Solutions se haya posicionado en el mercado como marca de referencia en el sector en el que operan, principalmente médico. Y como resultado, sus cifras, que tan solo un año después de su puesta en marcha facturó 1 millón de euros y da empleo a 17 profesionales.

Aunque su especialidad es la médica, la firma coruñesa desarrolla iniciativas relacionadas con la for-

mación *on-line* para el sector de la salud, tanto desarrollo técnico como creación de contenidos para su propia plataforma Aula Trama y para terceros, además de creación y organización de congresos y seminarios, etc.

Por su parte, Trama Solutions también se ha especializado en mercadotecnia, es decir, en procesos para hacer y construir marcas, lo que se conoce como *branding*; desarrolla multimedia y diseño grá-

Desarrolló un programa de entrenamiento para pacientes con enfermedades intestinales



María Muñiz se ha puesto al frente en la dirección de la nueva firma en la que trabajan 17 personas

fico y *web* a través de su submarca Fiera Gráfica, que cuenta en su cartera de clientes confirmas gallegas como Panadería Da Cunha o Elinsa, entre otros.

Trama Solutions orienta su mercado el territorio nacional, ya que trabaja tanto con colectividades científicas, como la Sociedad Española de Cardiología, la Sociedad Española de Neurorradiología (SENR), o la Asociación Española de Enfermería en Cardiología; laboratorios como Almirall, Bayer, Esteve o Astrazéneca y entidades públicas como el Servicio Galego de Saúde y ayuntamientos. Para ellos ha organizado reuniones anuales, congresos, cursos de formación y, desarrollo de identidad corporativa.

El pasado mes de junio, la Aso-

ciación Española de Enfermería en Cardiología finalizó su primer curso *on-line* (título en Experto en Insuficiencia Cardíaca para Enfermería) a través de la plataforma para formación digital desarrollada hace un año por Trama Solutions.

GUÍA PARA EL ENFERMO

Otro de los grandes programas desarrollados por esta firma coruñesa es Educainflamatoria, un programa de formación a través del cual el paciente puede contactar con su unidad de referencia para plantear cuestiones. A petición de la doctora Ana Echarri, de la Unidad de Enfermedad Inflamatoria Intestinal del Complejo Hospitalario Universitario de Ferrol, Trama Solutions desarrolló la web www.educainflamatoria.com.

La segunda parte del proyecto se completó con la creación de Telecumple, un programa de tele-entrenamiento en adherencia terapéutica dirigido a pacientes con enfermedad inflamatoria intestinal, que cuenta con una web informativa y una aplicación para el propio paciente. Un aspecto fundamental es conseguir que el paciente cumpla adecuadamente y durante el tiempo necesario con su tratamiento de mantenimiento.

Las cifras de adherencia se sitúan en torno al 40 y 60 % y el riesgo de recurrencia sintomática es cinco veces mayor en pacientes con una mala adherencia, de ahí la importancia de realizar un plan de entrenamiento mediante formación y refuerzo de técnicas positivas para reducir ese porcentaje.

LIBROS

NOVEDAD

«La empresa sensual»

Elená Méndez

Hay empresas que enamoran. Usan sus artes de seducción y consiguen que sus clientes y empleados caigan rendidos a sus encantos. Apple, Google, Zara o Starbucks son algunas de estas compañías sensuales que en opinión de Jesús Vega serán las únicas capaces de sobrevivir a la actual transformación empresarial.

Jesús Vega, director de recursos humanos del Grupo Inditex entre los años 2000 y 2006, analiza en este libro casos concretos de compañías que han conseguido establecer esa relación amorosa con los demás y nos desvela sus secretos, sus métodos y las técnicas y procedimientos de

los que se sirven para establecer vínculos afectivos duraderos con sus trabajadores, sus clientes y con el mercado en general.

El libro nos ayudará a comprender por qué algunas organizaciones tienen éxito y otras no. Nos desvela cuáles son los caminos a recorrer para convertir a nuestras empresas en verdaderas seductoras, capaces de enamorar, y lo que siempre es más difícil, mantener la pasión. Para ello, el autor, nos anima a trabajar para atrapar, involucrar y enganchar a los clientes, empleados e inversores. Debemos conseguir que todo el mundo caiga rendido a nuestra manera de hacer, nuestro carisma y magnetismo. Fácil, ¿no?



Jesús Vega
Edita: Alianta
223 páginas; 14,95 euros

SUGERENCIAS

«Tráguese ese sapo»

No hay tiempo para hacer todo lo que figura en nuestra lista de cosas pendientes. La gente que tiene éxito sabe cómo priorizar las tareas, a fin de completar cada día las más importantes. Según un viejo dicho, si la primera cosa que tenemos que hacer cada mañana es tragarnos un sapo, entonces nos queda la satisfacción de saber que eso probablemente sea lo peor que haremos en todo el día.

Brian Tracy ataca los factores que determinan una eficaz administración personal del tiempo: decisión, disciplina y resolución. Detalla veintiún pasos lógicos que nos ayudarán a terminar con la postergación de las tareas importantes hoy mismo y a definir los objetivos y metas globales.



Brian Tracy
Edita: Empresa Activa
128 páginas; 10 euros