



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

TEMA:

**PROPUESTA PARA MEJORAR EL SERVICIO DE CONSULTA
EXTERNA QUE BRINDA EL HOSPITAL “MARIELL”**

Autora:

MARIELLA SOTOMAYOR SOTOMAYOR

Tutora:

Ing. ROXANA CHIQUITO CHILÁN

Guayaquil – Ecuador

2016

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de tutora del trabajo de investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el trabajo de investigación con el tema: "**Propuesta para mejorar el servicio de consulta externa que brinda el hospital "MARIELL", periodo 2016"**", presentando como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene el servicio que brinda la consulta externa en la satisfacción del cliente en el hospital "MARIELL"?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por el Egresado: **Mariella Vicenta Sotomayor Sotomayor**

Tutora: **Ing. Roxana Chiquito Chilán**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Propuesta para mejorar el servicio de consulta externa que brinda el hospital "MARIELL", periodo 2016, de la carrera Administración de Empresa del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

Mariella Vicenta Sotomayor Sotomayor

Dedicatoria

Este proyecto de investigación representa todo mi sacrificio, y desvelos. El estudiar durante nuestra edad madura implica esfuerzo y sacrificio, la parte más afectada es el núcleo familiar, sin embargo ellos son los que de diferente manera, estimulan a continuar la tarea emprendida, por esta razón quiero dedicar este trabajo a mis tías, por el apoyo incondicional que he recibido día a día para la culminación de este proyecto y principalmente a mi hijo por su comprensión y afecto ya que aceptó el transitorio alejamiento de las obligaciones del hogar mientras realice la dura tarea de construir el conocimiento durante este periodo que servirá para el adelanto y progreso de la institución al cual me desempeño.

Mariella Sotomayor Sotomayor

Agradecimientos

Agradezco a las autoridades, docentes por el apoyo y colaboración oportuna en el desarrollo del proceso de investigación. A mis amistades por el apoyo incondicional que he recibido día a día para la culminación de este proyecto de manera desinteresada

Mariella Sotomayor Sotomayor

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Páginas
Carátula	¡Error! Marcador no definido.
Certificación de la aceptación de la tutora	ii
Declaración de autoría de la investigación	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos.....	v
Índice general.....	vi
Índice de figuras.....	viii
Índice de tablas.....	¡Error! Marcador no definido.
Resumen.....	x
Summary.....	xi

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Formulación del problema.....	3
Variables de investigación.....	3
Objetivos de la investigación.....	4
Justificación.....	5

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

Fundamentación teórica.....	6
Antecedentes históricos	8
Antecedentes referenciales.....	10
Fundamentación legal	28
Variables de la investigación.....	30

	vii
Definiciones conceptuales.....	32

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Tipo de investigación.....	37
Misión	38
Visión.....	38
Valores	38
Población y Muestra.....	49

CAPÍTULO IV ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Análisis y discusión de resultados.....	54
Conclusiones.....	72
Recomendaciones.....	74
Bibliografía	75
Páginas web consultadas.....	76
Anexos	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Contenido	Páginas
Figura No. 1: Triángulo del servicio.....	16
Figura No. 2: Estructura organizativa de la consulta externa del hospital Mariell	39
Figura No. 3: Flujo de procesos	40
Figura No. 4: Diagrama de causa y efecto	48
Figura No.5: Diagrama de afinidad.....	59
Figura No. 6: Diagrama mejorado	68
Figura No. 7: Edad de los pacientes de consulta externa del hospital.....	81
Figura No. 8: Trato del guardia.....	82
Figura No. 9: Señalización interna	83
Figura No.10: Personal colaborador.....	84
Figura No. 11: Tiempo de espera.....	85
Figura No. 12: Tiempo de servicio en caja	86
Figura No. 13: Disponibilidad de citas	87
Figura No.14: Trabajo social	88
Figura No. 15: Atención recibida por el personal de enfermería.....	89
Figura No. 16: Atención por marte de médicos	90
Figura No. 17: Privacidad y atención médica	91
Figura No. 18: Toma de muestra en laboratorio	92
Figura No.19: Atención en sala de imágenes.....	93
Figura No. 20: Tiempo de espera en farmacia	94
Figura No. 21: Limpieza/comodidad en consultorios y sala de espera.....	95
Figura No. 22: Resumen del análisis y discusión de resultados.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	Páginas
Tabla No. 1: Acción No. 1 Planificar horarios de la atención en la consulta externa	62
Tabla No. 2: Acción No. 2 Planificar talleres de capacitación para todo el personal y medir la satisfacción del cliente	64
Tabla No. 3: Acción No. 3 Planificar acciones en la distribución y confort del área de consulta externa	67
Tabla No. 4: costos de capacitación para el personal	70
Tabla No.5: Costos contratación nuevo personal.....	70
Tabla No. 6: Costos página Web.....	71
Tabla No. 7: Edad de los pacientes de consulta externa del hospital.....	81
Tabla No. 8: Trato del guardia.....	82
Tabla No. 9: Señalización interna.....	83
Tabla No.10: Personal colaborador	84
Tabla No. 11: Tiempo de espera.....	85
Tabla No. 12: Tiempo de servicio en caja	86
Tabla No. 13: Disponibilidad de citas	87
Tabla No.14: Trabajo social	88
Tabla No. 15: Atención recibida por el personal de enfermería.....	89
Tabla No. 16: Atención por parte de médicos	90
Tabla No. 17: Privacidad y atención médica	91
Tabla No. 18: Toma de muestra en laboratorio	92
Tabla No.19: Atención en sala de imágenes	93
Tabla No. 20: Tiempo de espera en farmacia	94
Tabla No. 21: Limpieza/comodidad en consultorios y sala de espera	95
Tabla No. 22: Análisis y discusión de resultados	96

Resumen

El trabajo que se desarrolla es mejorar la satisfacción de los clientes en el servicio que se brinda en la Consulta Externa del hospital "MARIELL", con el cual se determinan las falencias de los servicios, relacionados con la insatisfacción del cliente en el servicio que se brinda, para así poder realizar un plan de mejora. Para este proceso se utilizan técnicas de administración como el diagrama de causa y efecto, el diagrama de afinidad y la encuesta, además las técnicas computacionales del Excel que ayudaron a la recopilación y cálculo de toda la información y así poder determinar las falencias en el servicio actual y realizar la propuesta para el objetivo de la investigación, dando una solución y recomendaciones para poder ofrecer un mejor servicio en la consulta del hospital "MARIELL".

Summary

The work that is developed is to improve customer satisfaction in the service provided in the outpatient clinic of the "Mariella" hospital, with which the shortcomings of the services are determined, related to customer dissatisfaction in the service that It provides, in order to make an improvement plan. For this process management techniques are used as the diagram of cause and effect, the affinity diagram and the survey also computational techniques of Excel that helped the collection and calculation of all the information in order to identify gaps in service current and make the proposal for the purpose of research, giving a solution and recommendations to provide better service in the office of "Mariella" hospital.

CAPÍTULO I

El problema

Planteamiento del problema

Ubicación del problema en un contexto

La preocupación de los centros hospitalarios por mejorar continuamente es cada vez mayor, por eso es de vital importancia considerar todos los aspectos que se involucran en los procesos asistenciales extra como intrahospitalarios para brindar servicios que no solo cubran con los requerimientos de los clientes, sino que estos se sienta cómodo, bien atendido, tratados amablemente y de esta forma se convierta en la mejor estrategia publicitaria para la institución.

La satisfacción del cliente se evidencia en calidad siendo este un elemento de vital importancia, que da confiabilidad, credibilidad y prestigio tanto al centro hospitalario como la personal que labora en dicha institución.

Según estadísticas del 2013, Ecuador cuenta con 4.200 centros médicos que brindan servicios de salud de los cuales 30 son centros ginecos-obstétricos; 9 públicos y 21 privados.

Estos centros hospitalarios ginecos-obstétricos dan respuesta a los problemas y necesidades de salud, en algunos casos olvidándose que el objetivo principal es vender servicios, por ende, la satisfacción cliente es de suma importancia para que la institución perdure con el tiempo, aumente su competitividad e incremente su posicionamiento en el mercado reflejado en un impacto positivo en su desempeño financiero.

Los clientes llegan a los centros hospitalarios en busca de ayuda, comprensión y atención, pero es lamentable que muchos de ellos se

tengan con una pésima experiencia debido a procesos tediosos con prolongados tiempos de espera, falta de personal, personal que maltrata al cliente que en mucho de los casos estos factores son producto de la mala organización de administrativa del lugar.

Es por ello que es importante para las instituciones, conocer qué tan satisfecho se encuentran sus clientes con el servicio ofrecido. Por lo general los centros hospitalarios no se preocupan por la atención holística del cliente, lo tratan como un paciente al cual se le debe solucionar su afección o problema de salud, descuidando áreas claves como cajas, información, presentación del personal, áreas de espera entre otras.

Además, el personal en todo momento debe mostrar actitud de atención, interés por servir, respeto y amabilidad para que el cliente se sienta a gusto y con deseos de regresar al centro hospitalario.

El Hospital "MARIELL" es uno de los 21 centros hospitalarios privados del país que brinda servicios de cuidado la salud sexual, reproductiva, perinatal y neonatal de la mujer embarazada y en etapa de reproducción. Cuenta con un área de consulta externa donde se brinda consultas médicas en especialidades como: gineco-obstetricia, mastología, odontología, cardiología, colposcopia, urología, infertilidad, genética, odontología, psicología y otros servicios monitoreo fetal, ecografía, farmacia.

Esta institución presta atención a un núcleo considerable de personas, acuden diariamente alrededor de trescientos cincuenta clientes a solicitar atención ambulatoria, a través de la consulta externa en las distintas especialidades.

La consulta externa se brinda con el siguiente talento humano: dos guardias de seguridad, tres auxiliares de limpieza, dos servicios al cliente,

cinco cajeras, tres trabajadoras sociales, dos enfermeras y nueve especialistas en áreas como: (ginecología, odontólogos, psicólogo, cardiología, endocrinología, colposcopia, genética, urología, infertilidad) y seis obstetras, cuenta con dos personas en farmacia.

El hospital trata de llevar a cabo sus procesos de manera ágil y adecuada, pero surgen siempre obstáculos de carácter interno o externo que atentan contra la satisfacción del cliente presentando problemas como:

- Inadecuada orientación al cliente.
- Tiempo de espera prolongada.
- Poca calidez en la atención del personal.
- El personal brinda poca información sobre citas, diagnóstico, tratamiento de los clientes, etc.

Delimitación del problema

Campo: Administración de Servicios

Aspectos: Servicio al cliente

Área: Servicios de Consulta Externa

Periodo: 2016

Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene el servicio que brinda la consulta externa en la satisfacción del cliente en el hospital "MARIELL"?

Variables de investigación

Variable Independiente: Servicio actual en la consulta externa.

Variable Dependiente: Satisfacción de los clientes

Objetivos de la investigación

Objetivo general:

- Elaborar una propuesta de mejora del servicio de consulta externa del hospital “MARIELL”, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes y mejorar la calidad del servicio brindado, mediante un estudio del proceso.

Objetivos específicos:

- 1) Fundamentar aspectos teóricos sobre el servicio al cliente de la consulta externa del hospital “MARIELL”.
- 2) Medir la satisfacción del cliente respecto al servicio de la consulta externa del hospital.
- 3) Analizar e identificar las falencias y debilidades del proceso en el servicio que brinda el hospital en la consulta externa.
- 4) Estructurar una estrategia que aporte a mejorar la satisfacción del cliente.

Justificación e importancia

La presente investigación es pertinente pues permitirá medir la satisfacción de los clientes en el área de consulta externa del hospital ya que es indispensable conocer las falencias del proceso para así tomar las medidas correctivas y mejorar el servicio que se brinda, para poder contribuir al objetivo de la investigación.

El cuidado y la mejor atención en los centros hospitalarios hacia los clientes, es una obligación de la sociedad, que contribuye a engrandecer el desarrollo social y humano de las generaciones.

El continuo mejoramiento se da a través de las acciones diarias realizadas por los empleados de una institución, que por más pequeñas que estas sean, permite que la misma sea más competitiva en la satisfacción del cliente, en esta investigación se analizará el servicio que actualmente está brindando el hospital "MARIELL" en la consulta externa; considerando que el cliente constituye parte importante del enfoque administrativo del centro de hospitalario.

Estas acciones son considerando como uno de los pilares fundamentales para los servicios de salud y la buena atención que es un requisito fundamental enfocado a otorgar seguridad a los clientes, comodidad y satisfaciendo la atención de integral del cliente. Así mismo tener procesos definidos y socializados con el personal institucional permite que el centro hospitalario funcione en forma congruente y armónica.

El primer paso al atender un cliente es escucharlo para determinar cuáles son sus deseos además de facilitar la información que solicita de forma concreta y precisa.

Debido a esto la institución se deben implementar herramientas que permita conocer las perspectivas de los clientes y evaluar su satisfacción, dicha medición debe hacerse dependiendo de las características del servicio brindado y evaluando al equipo humano de trabajo que brinda atención en los diferentes servicios.

Ya que las personas asisten a un centro hospitalario para hacerse un chequeo médico, o porque ya tienen alguna dolencia y requieren un tratamiento; a nadie le gusta que lo traten de una forma déspota y sin ningún interés.

La actitud de servicio es muy importante en los empleados, se puede ofrecer a nuestros clientes una atención cálida, respetuosa y de forma oportuna, trato adecuado y una óptima atención, con equipos modernos para realizar exámenes, permiten al cliente estar cómoda y sentirse en confianza en la institución y en el servicio brindado, también va a permitir que el hospital tenga prestigio y acudan inclusive clientes de otros sectores; lo que aumentaría los ingresos que permitirá mejorar el sistema y la tecnología del centro hospitalario.

Esta investigación se justifica al determinar cuáles son las falencias que tiene la atención al cliente en la Consulta Externa y sus necesidades principales, para en un futuro elevar el grado de satisfacción de los clientes y así contribuir con el mejoramiento de la atención en la Consulta Externa del Centro hospitalario.

En los centros hospitalarios ginecos-obstétricos una de las quejas más común en la actualidad el trato deshumanizado de parte de los profesionales de salud hacia los clientes, ya sea del médico enfermeros o personal de apoyo además de generar malestar en los clientes crea cuellos de botella en el proceso.

Por ende, es necesario que el trabajador se capacite constantemente, y eleve la calidad humana buscando así mejorar la relación entre el cliente y el trabajador del hospital brindando un servicio satisfactorio y gozar de la confianza del cliente.

Sólo se han mencionado algunas de las situaciones en los centros hospitalarios, en realidad debería estar involucrado todo el personal para poder ofrecer un mejor servicio, hay que tomar en cuenta que para dar al cliente una atención adecuada el personal tiene que estar capacitado con buenos modales y mucha responsabilidad de esa forma podrá hablar claramente y lograr tener una empatía con el cliente.

La satisfacción del cliente es uno de los resultados más importantes de prestar servicios de calidad dado que la satisfacción del cliente influye en su comportamiento y no solo depende del servicio sino también de las experiencias vividas.

CAPÍTULO II

Marco teórico

Fundamentación teórica

Antecedentes históricos

La evolución del servicio al cliente ha tenido cambios a lo largo de las últimas décadas, debido a las condiciones del entorno y de acuerdo a los acontecimientos y necesidades de la época, la atención y la calidad de los servicios que se otorgaban en 1984 no eran prioritarios, fue durante mucho tiempo un área que no siempre funcionó bien, los plazos de entrega no siempre se cumplían, en las quejas no había una solución ágil; muchas de estas causas impedían un buen servicio al cliente.

En el año 1991 las (Norma ISO 9004-2) motivan el servicio al cliente, en algunas instituciones, gracias a la tecnología comienzan a poner áreas para servicio al cliente para realizar una captación de clientes nuevos y fidelizar los clientes actuales, también crearon programas para una mejora de la atención.

La satisfacción del cliente en el año 2008 en el que las empresas en general siguen mejorando y toman importancia al vínculo; y a la satisfacción real del cliente como es escuchar al cliente darle un servicio personalizado, transparente y rápido. Ya en este año las quejas son escuchadas y le dan una solución rápida, en el servicio se le da al cliente más de lo que espera, se toman en cuenta las estrategias de recursos humanos para no solamente tener si no mantener al cliente y al empleado satisfecho.

En la actualidad, el uso de herramientas de comunicación masiva, como es la Internet, ha favorecido notablemente la rapidez y la variedad de temas que se pueden tratar. Muchos de los clientes que acuden a los

centros de salud o a la consulta, refieren haber investigado previamente en Internet. Las redes sociales nos sirven para hacer una promoción del servicio que se brinda y se hace conocido el centro de salud.

Desde el 2010 hasta la actualidad el uso de las redes sociales convirtió al cliente en la voz publicitaria de la marca, es por eso que se efectúa una nueva estrategia del valor agregado a los clientes, buscando la fidelidad del cliente y el valor de los comentarios y recomendaciones, ese es el poder de la reputación online, mientras más publicidad positiva tengan es mejor para la institución. Por todo esto las empresas están obligadas a cuidar a cada cliente; después de todo sin clientes no hay empresa.

En este trabajo se ilustra el cambio que se puede realizar en la consulta externa del hospital "MARIELL" para el mejoramiento de sus servicios. La consulta externa se apertura en 1946, cuando un grupo de prestigiosos médicos visionarios quienes, con gran certeza, constituyen el hospital, que conduciría a dar inicio a un proyecto médico hospitalario que transformaría la atención médica en el país, cuidando de la salud sexual, reproductiva, de la mujer embarazada y en etapa de reproducción.

En esta fecha se atendía un promedio de 180 clientes diarios, en los inicios siendo una institución pequeña el servicio al cliente se brindaba con: un guardia de seguridad, un auxiliar de limpieza, un servicio al cliente, dos cajeras, una trabajadora social, tres enfermeras, una persona en farmacia, cuatro obstetras, cinco médicos especialistas en diferentes ramas, (Ginecología, Psicólogo, Cardiología, Colposcopia.).

Con el pasar del tiempo en 1985 el incremento en los clientes y con el afán de brindar comodidad y una mejor atención, se realiza un segundo piso en las instalaciones, con 6 consultorios nuevos que proporcionen privacidad para todos los clientes, se incrementa un área de laboratorio, y

de radiografía, (2) baños de fácil acceso, al incrementar el hospital se realiza la contratación de más personal esto nos ayuda al mejoramiento en el servicio de la consulta externa en todas sus áreas.

Antecedentes referenciales

Los servicios de salud y negocios tipo comercial se dieron cuenta que, al ofrecer un servicio eficiente, dé forma cálida, esto no solamente es beneficioso para el cliente, también lo es para la institución. Lamentablemente se ha descuidado el servicio, esto es algo que se tiene que retomar para poder brindar una mejor atención.

Un servicio es un conjunto de acciones que buscan satisfacer todas las necesidades de los clientes. Los servicios incluyen distintas actividades desempeñadas por un gran número de empleados (funcionarios o empresarios).

Según diversos criterios los servicios se pueden clasificar por:

- 1) Por su naturaleza que son:** Servicio de salud, Servicio financieros, Servicio profesionales, Servicio de hotelería y turismo, Servicio de deporte y arte, Servicio de distribución, Servicio de educación e investigación, Servicio de telecomunicación, Servicio de mantenimiento.

- 2) Por el sector de actividad.**
 - a)** Servicios de distribución pone en contacto a los productores con los consumidores tales como: transporte, comercio, comunicaciones.
 - b)** Servicios de Producción se proporcionan a las empresas o a los consumidores como: servicios bancarios, seguros, inmobiliarios, ingeniería, arquitectura, jurídicos, etc.

- c) Servicios sociales que se dan de forma colectiva como: atención médica, educación, postales.
- d) Servicios Personales son las empresas que se dedican a dar servicios que se relacionan con el cuidado o apariencia física de las personas estas pueden ser: restauración, reparaciones, asesoramiento, servicio doméstico, lavandería, peluquería, diversiones, etc.

3) Por su función

- Servicios de gestión y dirección empresarial como: Auditoría, Consultoría, Jurídico, Inspección contable, etc.
- Servicio de producción como: Reparaciones, Mantenimiento, Ingeniería, Servicios técnicos.
- Servicio de información y comunicación como: lo Informático
Servicios de investigación como los proyectos urbanísticos, decoración, investigación de personas o empresas.
- Servicios de ventas como la Investigaciones de mercados, Campañas de comunicación, marketing directo, exposiciones, diseño gráfico, etc.
- Servicios operativos como la limpieza, Vigilancia, seguridad.

4) Por el comportamiento del consumidor.

- Servicios de conveniencia. - Servicios adquiridos frecuentemente como mensajería, solicitar un taxi, el alquilar un coche, tintorerías, o un transporte aéreo.
- Servicios de compra en este servicio el proceso de decisión es más complejo los compradores buscan mucha información antes de obtenerlos, hacen comparaciones estos pueden ser viajes de vacaciones, la apertura de una cuenta corriente o póliza.

- Servicios de especialidad la credibilidad de quien presta el servicio es muy importante se considera muy trascendental ya que es la elección de un abogado, un médico.
- Servicios especiales los consumidores se desplazarán hasta donde haga falta para poder recibirlos ya que son tratamientos de cáncer, intervenciones oftalmológicas o de cirugía plástica.
- Servicios no buscados es un servicio que no se quiere adquirir en el caso de los seguros de automóvil obligatorios o seguros de incendio; cuando se adquiere un inmueble.

5) Según quien los gestiona:

- Servicios públicos:
Son aquellos que establece el Estado para que la población satisfaga sus necesidades.
- Servicios privados:
Son los que se ofrecen en las empresas particulares.

En esta investigación el servicio se clasifica por su naturaleza y por el sector social ya que la atención médica es de forma colectiva, toda persona en algún determinado momento tiene que ir a un centro hospitalario por enfermedad o prevención, se quiere respuesta inmediata por parte de los empleados, y dependiendo del servicio otorgado el cliente se queda o se va.

Lira (2009) dice que un cliente que recibe un buen servicio puede llegar a ser la publicidad para una institución, muy poderosa como los puede ser, la venta personal. Cautivar a un nuevo cliente es más difícil y más caro que mantener uno. Por ello las instituciones se han visto en la necesidad de optar por asentar por escrito, como ofrecer mejor los servicios. El cliente es la persona de mayor importancia de cualquier negocio. Ser reconocido como una institución con un excelente servicio al cliente es

una manera de garantizar que el cliente por su parte sea fiel y leal; buscar la perfección en el servicio al cliente es la manera eficaz de marcar una diferencia con la competencia”.

Ninamango (2014) la satisfacción es la sensación que tiene el cliente de que sus necesidades han sido cubiertas. La satisfacción del mismo es el grado de cumplimiento por parte de la organización de salud, respecto a las expectativas y percepciones del cliente en relación a los servicios que este le ofrece.

Las actitudes del personal de toda empresa deben ser conscientes que el éxito depende de las actitudes y conductas que se da en la atención que se brinda, a las demandas de los clientes. Parte de mejorar es capacitar al personal y ampliar las habilidades el conocimiento y las actitudes los empleados para así poder producir un cambio positivo.

Zeithaml y Bitner (2002) indica que en la actualidad los servicios y los productos no solo deben ser indicados para el uso asignado, sino además de ser iguales e incluso superior a las atenciones depositadas por los clientes, el objetivo consiste en satisfacer las necesidades de los clientes desde el comienzo del servicio hasta el final para conseguir su confianza y fidelidad a través de una nueva atención de forma cálida, denominada calidad de servicio”.

Prieto (2014) es muy importante la satisfacción del cliente ya que la competencia es creciente, agresiva, y los clientes son la presa más codiciada, a su vez ellos han comenzado a reconocer que tienen un gran poder y lo expresan al elegir o abandonar un servicio.

Generalmente las instituciones se preocupan por dan un servicio de forma rápida para atender la demanda de pacientes, pero no se preocupan que

el cliente reciba cada día un mejor servicio y poder cumplir con todas sus expectativas. La atención al cliente queda en segundo plano, como clientes nos gustaría que todas nuestras experiencias en una consulta externa fueran agradables y que nuestras solicitudes o necesidades fueran solucionadas o al menos respondidas de una forma satisfactoria, Vinueza (2013) el servicio debe brindarse de manera plena, sin condiciones para los que lo aceptan, una vez que se encuentre la mejor manera en que se pueda servir a toda persona, se pondrá en práctica, utilizando nuestro talento único para satisfacer las necesidades de nuestros semejantes. Sé debe combinar esas necesidades con nuestro deseo de ayudar y servir a los demás.

Considerado los problemas de salud que hay en la población hay que tener en cuenta que tienen que ser tratados de manera similar. es por eso que Margaret Whitehead (1990) establece que la equidad en salud implica que todos deberían tener iguales oportunidades de obtener su pleno potencial (ninguna persona tendría que estar en desventaja para poder alcanzar su máximo potencial de salud).

En esta investigación se busca mejorar los servicios que se ofrecen en el hospital "Mariell", que se trate al cliente con eficacia y de manera justa, para que los clientes puedan adquirirlos y así poder satisfacer las necesidades para que no dude en regresar. Ávila Leal indica que "El servicio, más que una actividad es una actitud, es un comportamiento que tienen todos, es nuestra actitud hacia el cliente como se satisface su interés, necesidades y expectativa".

Según diversos criterios de autores se tiene como principios primordiales del servicio:

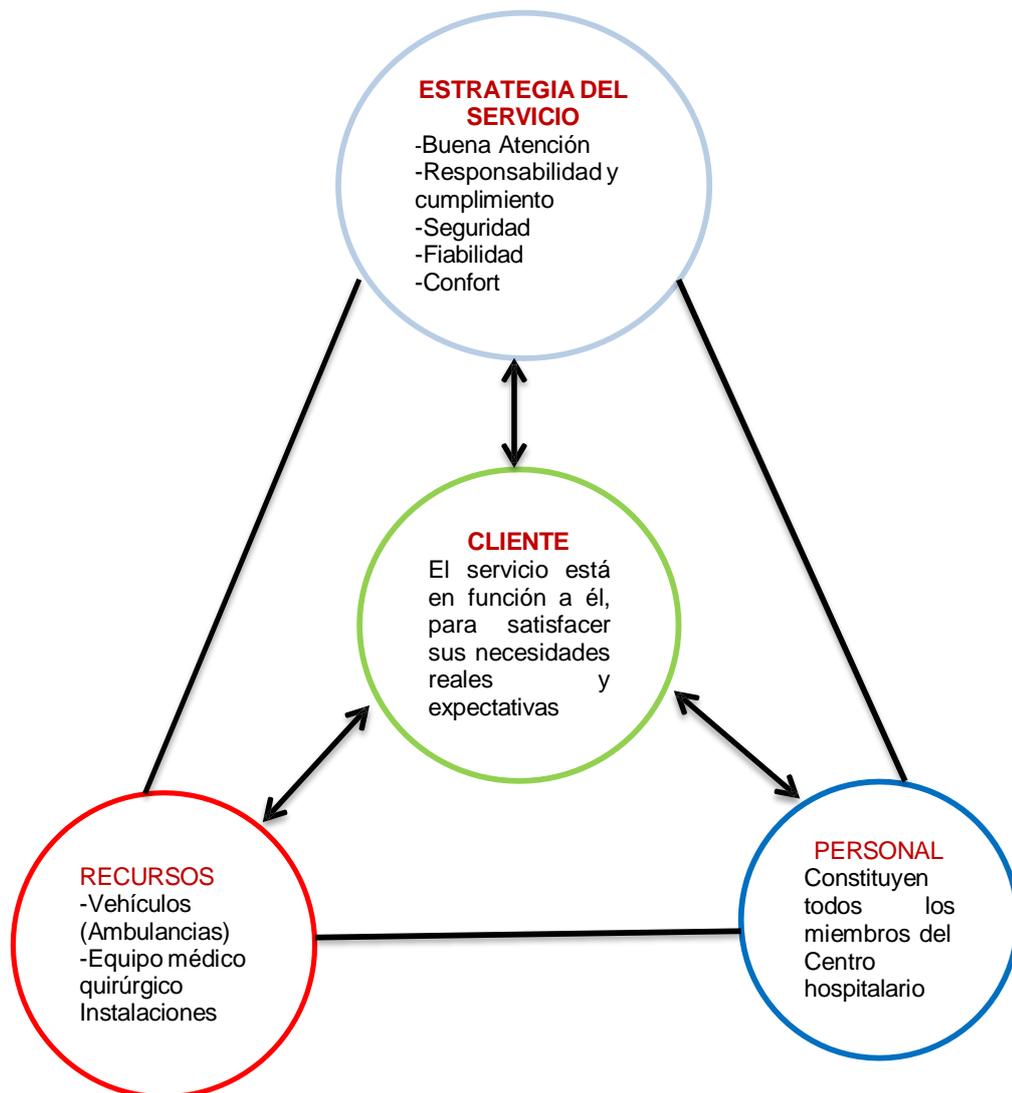
- **La actitud de servicio.** - Nuestra actitud es un estado mental influenciado por lo que se siente se piensa y por nuestra conducta. La actitud inicia respetándose y aceptándose uno mismo y a los demás.
- **Satisfacción del cliente.** - La satisfacción del cliente es un nivel de conformidad del mismo que ha recibido algún servicio, porque ha cubierto todas las expectativas.

En la actualidad es muy importante el servicio que se le está brindando a los clientes, para esto se están implementando talleres que ayuden al mejoramiento del servicio. Las actividades de servicio al cliente se asumen como acciones que están delegadas al personal que es el que tiene una comunicación con el cliente, el triángulo del servicio indica que esto no depende solo del personal de servicio; es producto de un conjunto de parámetros sincronizado para poder satisfacer al cliente, si se realiza de la forma correcta se tendrá un cliente feliz y un beneficio para la institución.

Basado con el criterio del empresario Albrecht (2000), quien creo el concepto de triangulo del servicio, donde se describe como se debe trabajar de forma sincronizada para obtener un mejor resultado. Creando una estrategia de servicio que dé al cliente una mejor atención con seguridad y confort, que el personal tenga responsabilidad y cumplimiento, desarrollando destreza y conocimiento de sus labores, teniendo las instalaciones adecuadas de forma limpia y ordenada, todo esto para satisfacer las necesidades reales y expectativas del cliente.

La autora modifiko el triángulo del servicio, adecuándolo bajo las necesidades de la investigación.

Figura 1. Triángulo del servicio



Fuente: Albrecht (2000)
Elaborado por: La autora de la investigación

Con la eficiencia, es mejorar el uso de los recursos humanos, técnicos y físicos, se logra la excelencia en el servicio al realizar las cosas bien se tiene una clara visión interna de lo que se debe hacer

Características del servicio al cliente

Según varios criterios el servicio tiene unas características específicas.

Intangibilidad

Que un servicio sea intangible quiere decir que no se puede apreciar con los sentidos, ni mucho menos imaginarlo antes de ser obtenido, esto dificulta ya que los servicios no pueden ser probados antes de ser adquiridos. Las instituciones deben hacer visible el servicio, ya que así pueden reducir el riesgo percibido por los consumidores por lo que no son tangibles.

Inseparabilidad

Esto quiere decir que los servicios no se podrán separar de la persona que lo ocasiona, el vendedor es el que provoca un servicio para el consumidor.

Heterogeneidad o inconsistencia

Un mismo servicio puede variar dependiendo de quién lo proporciona, deben de fijarse estándares de calidad para la prestación del servicio en función del personal que lo proporcionan.

Carácter perecedero

Ningún servicio puede ser guardado.

Ausencia de propiedad.

Al pagar por un servicio se adquiere un derecho, pero no la propiedad.

Atención al cliente

El servicio es inmaterial se encuentra en nuestro interior, es la acción que una persona realiza en beneficio de un cliente para su satisfacción, servicio al cliente es realmente una acción de ventas, la calidad del servicio que se otorga es la verdadera ventaja competitiva de una institución. Él cliente tiene que sentirse que se escuchan su pedido y que

responden a él tomando en cuenta que el cliente tiene diferentes necesidades, gustos y deseos.

Para lograr tener unas adecuadas relaciones humanas es inevitable cuidar mucho nuestra actitud. Se debe tener una mayor comprensión de la conducta humana y mostrar paciencia y tacto. Mejorar nuestras relaciones familiares nos ayuda mucho a fortalecer las relaciones con el entorno.

Clases de atención al cliente

Existen diferentes clases de atención al cliente:

- **Por la manera como se da la relación y el medio.**
 - **Atención presencial:** En este caso, hay un encuentro físico con el cliente, Se da un contacto visual y el lenguaje no verbal es muy importante esta atención entre el cliente y el empleado.
 - **Atención telefónica:** Es un canal de dialogo exige que se cumplan protocolos de servicio, Durante la llamada el tono de voz permite generar o no empatía con las personas.
 - **Atención virtual:** Estas son las tecnológicas ya sea por correo electrónico o por la web, el cliente valora esta atención por el funcionamiento de la página
- **Por la intención que puede hallarse en el contacto con el cliente.**
 - **Atención proactiva:** Cuando se motiva al cliente a adquirir nuestro servicio
 - **Atención reactiva:** Simplemente se da respuesta a la demanda, sin tratar de estimular necesidad alguna en el cliente.

- **Por el papel que juega la persona en la compra.**
 - **Atención directa:** Cuando el interlocutor es la persona que formula la necesidad y también es el que decide comprar, se trata de una atención directa, sin intermediarios.
 - **Atención indirecta:** Cuando la persona que hace la demanda no es la que toma la decisión final de comprar.

¿Quién es el Cliente?

Es una persona impulsada por un interés personal de recurrir a nuestra organización en busca de un servicio, esta persona se la encuentra no sólo en lo empresarial o institucional, sino también en la vida diaria, que buscan satisfacer una necesidad. Quien tiene una capacidad de pagar y estaría en posición de pedir y elegir un buen servicio

Factores que influyen en las Expectativas del Cliente

- a) **Eficiencia.** Si se le proporciona lo que solicita aquella información o acción que está buscando
- b) **Confianza.** El cliente que hace una pregunta concede autoridad a la otra persona.
- c) **Servicialidad.** Que le brinden asistencia en su consulta, con sugerencias e Información más detallada de la que él esperaba.
- d) **Interés personal.** Inicialmente esta es una relación de ellos y nosotros; se convierte en una relación de aprecio con el interés personal.
- e) **Confiabilidad.** Estar seguro del desempeño de la organización.

Clasificación General de Clientes:

Clientes activos:

Este tipo de cliente es el que genera volumen de venta en el momento, es la fuente de los ingresos de la empresa en la actualidad dándole una participación en el mercado.

Clientes potenciales:

Estos son considerados posibles clientes en el futuro, ya que han manifestado interés a través de una visita, una cotización o alguna oferta, que cuentan con poder de compra.

Clientes probables:

Son aquellos clientes con los que no se ha tenido ningún tipo de relación ya que no han efectuado ninguna compra, pero que pudieran ser posibles clientes a futuro.

Hay que poner atención en cómo se comporta los clientes activos, potenciales o probables para así ofrecer un trato acorde, según diversos criterios se puede tener clientes:

1. Clientes agresivos

Carácter fuerte, irritable, impaciente, apresurado, tono golpeado.
Su agresividad puede ser su forma natural de ser o un problema.

¿Qué debe hacerse cuando atiendes un cliente agresivo?

Escucharlo, dejarlo desahogarse y mostrar un deseo de ayudar, Mantener la serenidad y buscar rápidamente soluciones.

¿Qué no debe hacerse con un cliente agresivo?

Contradecirlo, Interrumpirlo o echarle la culpa del mal momento es lo que menos se debe hacer, a estos clientes no se les puede poner mala cara ni mucho menos enfrentarse a él.

2. El sabelotodo

Cree saberlo todo, le gusta decir lo que se debe hacer, exige mucha atención y a veces se muestra agresivo y tiende a encontrar defecto en todo.

¿Qué debe hacerse cuando atiendes a un cliente Sabelotodo?

Aportar una actitud serena y atenta, que desahogue su afán de sobresalir; dejarlo que defienda nuestros argumentos, pero no dejarse dominar.

¿Qué no debe hacerse?

No se debe molestar ni reaccionar bruscamente, ni tratar de competir con él.

3. Inseguro en general

Personas que le cuestan decidirse y responde con evasivas, inseguras con poca confianza, temen plantear claramente que cosa es la que quieren.

¿Qué debe hacerse cuando atiendes aun cliente inseguro?

Inspirándole confianza y mostrándole un auténtico deseo de servirle. Debe dejarlo que enuncie todas sus necesidades y sus puntos de vista.

¿Qué no debe hacerse?

No hay que presionarlo.

4. El quejador

Es el que se queja y regaña por lo mínimo y se fija en los detalles pequeños.

¿Qué debe hacerse cuando atiendes a un cliente quejador?

Atenderlo de una forma cortés hacerle conocer que se entiende así no esté de acuerdo con él.

¿Qué no debe hacerse?

Contradecir a estos clientes es subestimar su queja.

5. El dominante

Siempre quiere ser importante y quiere imponer sus opiniones. No acepta sugerencias de ninguna clase.

¿Qué debe hacerse?

Utilizar argumentos lógicos, guardando seguridad.

¿Qué no debes hacer?

Mostrarse asustado, o querer colocarlo en su sitio de forma descortés.

6. El miedoso

Desconfía de todo, se amedrenta ante las sugerencias.

¿Qué debes hacer?

Transmitirle amabilidad, calmarlo y demostrarle que lo que se quiere es servir.

¿Qué no debe hacerse?

Ser brusco con el tono de voz.

7. El callado

No expresa sus pensamientos, cuesta saber cuál es su necesidad.

¿Qué debes hacerse?

Preguntarle abiertamente con preguntas amplias.

¿Qué no debe hacerse?

Presentar impaciencia, hacerlo a un lado.

8. El orgulloso

Es "creído" y mira por encima del hombro.

¿Qué debe hacerse?

Darle el gusto resaltando sus cualidades.

¿Qué no debe hacerse?

No ponerle atención o ser irónico.

9. El criticón

Este cliente siempre encuentra defectos para todo, se queja constantemente.

¿Qué debe hacerse?

Dejar que hable. Responder con cortesía y educación.

¿Qué no debe hacerse?

Molestarse y reaccionar bruscamente.

10. El preguntón

Quiere saberlo todo. Exige mucha información.

¿Qué debe hacerse? Darle la información necesaria, hacerle caer en cuenta de las limitaciones de tiempo.

¿Qué no debe hacerse? Permitirle salirse del tema, resolviendo preguntas no pertinentes al caso.

Los clientes por sus niveles de satisfacción, se los clasificar en tres:

- 1. Clientes Complacidos:** Son los clientes que los servicios de la empresa han excedido sus expectativas, ellos no esperaban el servicio que se les dio.
- 2. Clientes Satisfechos:** Son aquellos que percibieron que el desempeño de la empresa coincide con sus expectativas. El resultado positivo que el cliente percibe por el servicio que adquirió.
- 3. Clientes Insatisfechos:** Son los clientes que el servicio brindado fue por debajo de sus expectativas, ellos no quieren repetir la experiencia desagradable.

La importancia de la atención al cliente

El cliente es la persona que recibe algo de nosotros, se debe prestar mucha atención en el propósito de establecer una filosofía y cultura con la estrategia de dar una atención completa al cliente, cuando se ha logrado alcanzar ese objetivo, se tendrá un aumento de nuevos compradores para tener una mejor aceptación en el mercado.

Se recuerda que los que nos generan ganancias son los clientes, hoy en día cada vez más competencia en el mercado, la preferencia de un cliente siempre va hacer donde el encuentre un buen servicio.

Métodos para medir la satisfacción

Se debe conocer la opinión de los clientes de dichos servicios.

Para conocer las opiniones y el nivel de satisfacción de los clientes, se puede preguntar directamente o recoger información de las opiniones indirectamente, o combinar ambos métodos.

4. Métodos directos:

Está diseñada para recoger información directamente de las personas, estas pueden ser:

- **Entrevista individual**

Con este método se profundiza al detallé la prestación del servicio ya estas entrevistas suelen demorar casi una hora, por lo general en estas entrevistas se utilizan preguntas abiertas para poder recoger la opinión del cliente. Éstas entrevistas las tiene que realizar una persona con experiencia para poder tramitarlas y capacitada para darle la solución.

- **Grupos de trabajo**

Los directivos de la institución reúnen un grupo de cliente y buscan opiniones respecto a los elementos y factores del servicio

- **Panel de personas usuarias**

Consiste en tomar una muestra representativa de todos los clientes y entrevistarlos periódicamente, así se puede recoger la evolución de las expectativas del cliente respecto al servicio prestado esto requieren constancia y mucho tiempo y realizado por personas capacitadas.

Encuestas periódicas

La aplicación de cuestionarios nos da a conocer cómo se va dando el servicio en una empresa este es el método más práctico y sencillo y aporta una valiosa y gran información para poder conocer el servicio que se brinda, esta puede ser aplicada a una gran cantidad del cliente.

- **Métodos indirectos:** Fuentes de información indirectas, que están al alcance de cualquier servicio.

Sistemas de quejas y sugerencias

Esta información debe ser utilizada para diseñar y complementar el estudio de recolección de opiniones y medir el grado de satisfacción de los servicios prestados, esto beneficia a la institución.

Cuando la sugerencia y reclamos son apreciados de forma cuidadosa este sistema es todo un éxito para poder asesorar al personal, con los procesos adecuados. Uno de los sistemas más conocidos es el “del buzón” para que se den resultados en este sistema tiene que ser comunicado tanto a los clientes como a los empleados de los objetivos del mismo, de la forma en que los empleados pueden participar, y de todos beneficios que se obtendrán con las buenas sugerencias de los clientes.

La inconformidad de un cliente es la manifestación de una queja este es un elemento que bien manejado reduce mucho el abuso de cualquier índole. Las quejas pueden ser: Objetivas (pueden comprobarse), Subjetivas (no pueden comprobarse), Mixto (tienen posibilidad de comprobación).

La Dirección General debe recibir directamente las quejas y sugerencias con bases en el análisis del contexto de las amenazas fortalezas con la comunicación del cliente por este medio, el número de quejas y sugerencias que son resueltas satisfactoriamente dan un indicador de esfuerzo de la satisfacción que realizan los empleados, el incremento del número de quejas y sugerencias es positivamente en un incremento de la satisfacción del visitante.

La resolución de una sugerencia o queja se involucrará en la mayoría de casos:

1. Nombrar quien va ser el responsable que atenderá las quejas y sugerencias.
2. Identificar cual tiene mayor incidencia o sean más repetitivas.
3. Identificar el proceso a realizar para resolver las quejas o atender las sugerencias.
4. Realizar un seguimiento de las quejas que se reciben y de las soluciones aplicadas.

Aportaciones del personal en contacto directo con los clientes

El personal capacitado es el que mejor conoce las demandas de los clientes, estos podrían proporcionar una buena información respecto a lo que los clientes esperan recibir de las prestaciones actuales.

El empleado debe conocer profundamente al Cliente para poder otorgar el servicio exacto en un tiempo determinado y en el lugar exacto, los sistemas o canales de comunicación tienen que ser eficaz estar evaluando y monitoreando el servicio para hacer sentir importante a su Cliente premie a su cliente con servicios adicionales.

Indicadores objetivos de la gestión de la actividad:

Todos ellos, pueden indicarnos si, en general, se está prestando un buen servicio, estos indicadores indirectos pueden ser:

- El porcentaje de errores.
- Ejecución del servicio prestado.
- Tiempos de espera del cliente.
- Número de servicios ejecutados o prestados anualmente.
- Felicitaciones recibidas.

- certificados recibidos o premios, etc.

De todos estos métodos el que se ha elegido para desarrollar a través de esta Guía práctica es la ENCUESTAS PERIÓDICAS. Ya se trata de un método que nos da la opinión directa de los clientes respectó al servicio que se está brindando.

Fundamentación legal

La Constitución ecuatoriana referente al Régimen Del Buen Vivir; estableció el Art. 362, la atención de salud como servicio se prestará a través de todos los centros hospitalarios, para que los servicios de salud sean seguros y con una calidad y calidez, y pueda garantizarán el consentimiento informado, el acceso a la Información y la confidencialidad de la información a los pacientes.

El Sistema Nacional de Salud en el Art. 3 cumplirá los siguientes objetivos:

1. A través de la actividad de una red de servicios de gestión desconcentrada y descentralizada, se certifica el ingreso equitativo y universal a servicios de salud.

Es muy importante tener un control en los centros hospitalarios en los servicios que se le brinda al cliente, se realice de forma humanitaria y equitativa, tomando en cuenta que la salud es una parte importante para la vida de cada persona.

Art. 4.- Se regirá El Sistema Nacional de Salud por los siguientes principios.

1. Equidad. - Certificar a toda la población el acceso a servicios de calidad, de acuerdo a sus necesidades, elimina las diferencias injustas como las concernientes al género.
2. Calidad. - la atención con calidez y la satisfacción de los clientes.
3. Eficiencia. - Mejorar el rendimiento de los recursos y en una forma social adecuada.

Es por eso que en la carta fundamental ecuatoriana el numeral 2 el artículo 66 reconoce el derecho a todas las personas a una vida digna que asegure su salud.

La Organización Mundial de la Salud señala “Que, al gozar del grado máximo de salud, es uno de los derechos básicos de todo ser humano y que los gobiernos tienen que tener responsabilidades en la salud de sus pueblos, la cual solo puede ser por las medidas sociales y la adopción sanitaria adecuada” la salud es un elemento indispensable para el avance económico social de un pueblo.

Incluye numerosas conductas y actitudes el que un cliente reciba un mal servicio; desde la falta de amabilidad y paciencia de los médicos, enfermeras, personal administrativo y de servicio; la falta de habilidades para comunicarse en el idioma nativo de las personas atendidas; la falta de privacidad en los consultorios; el no brindar confianza a los clientes al no atender sus inquietudes o informarles adecuadamente; llegando hasta manifestaciones más explícitas de maltrato verbal y físico, trato excluyente y desigual (MSP – Conasa, 2008: 16).

Se trabaja para mejorar la calidad de la atención para la población ecuatoriana en los servicios de salud así se mejora la calidad de vida y se brinda una mayor satisfacción al cliente una de sus estrategias, es el

equipo de mejoramiento continuo de la calidad (EMCC), basados en la nueva norma nacional y en la evidencia científica (MSP2008).

Por lo tanto, la ley de derechos y amparo del paciente - Capitulo II- Derechos del paciente nos indica en el Art. 2.- El derecho a una atención digna y oportuna y en el Art. 3. El derecho a no ser discriminado por su sexo, raza, edad, religión, condición social o económica. El derecho a la confidencia se tiene en el Art. 4 en la que indica "El derecho que tienen todos los pacientes a una consulta y que tenga el carácter de confidencial entre el médico y el paciente, el derecho a sus exámenes, diagnósticos, tratamientos y cualquier información que esté relacionada con el procedimiento médico.

Variables de la investigación

Independiente: servicio actual en la atención a los clientes en la consulta externa.

El clientes puede verse afectado al solicitar su primera consulta en servicio al cliente le emite un turno y le indican que tiene que esperar el turno para caja, el tiempo que espera el cliente no siempre es el óptimo , ya en caja registra sus datos personales al preguntar se tiene diferentes formas de tratar en esta área le generan un carnet, elaboran e integran el expediente clínico, la cajera consultara la fecha disponible de las agendas de los médicos y le indica al cliente realizan el pago correspondiente por la cita, el día correspondiente a la cita espera para ser atendida a la hora de programación de su cita la enfermera la pesa y mide, así mismo toma sus signos vitales y registra en su expediente clínico el medico interroga y examina al cliente realiza historia clínica y realiza exploración física completa y continua, le informan su padecimiento, da instrucciones para

su tratamiento elabora recetas médicas, y envía exámenes correspondientes.

El cliente pasaría a caja a realizar su cancelación de la próxima consulta, pago de recetas y exámenes; hay clientes que solicitan una encuesta económica para rebajas de medicación y exámenes médicos ellos pasarían primero por servicio al cliente y luego por caja y al finalizar al retiro de medicamento en la farmacia.

Si al orientar al cliente las indicaciones no son claras y de forma cordial se tiene un cliente insatisfecho, hay que cuidar mucho el tiempo de atención, en muchas ocasiones el cliente tiene que esperar ya que la persona que tiene que atenderlo está atendiendo cosas personales o porque simplemente no se encuentra en su puesto.

El servicio también puede afectarse por los doctores o enfermeras cuando no se disminuye los temores con los que ingresa el paciente algunas veces no le dan una explicación clara ni de la enfermedad o tratamiento, el cliente quiere ser atendido adecuadamente

El personal de salud tiene que tomar en cuenta las necesidades de los pacientes como clientes, sino también, sus expectativas. Las expectativas son lo que espera el paciente del servicio para poder estar satisfecho. Los servicios que recibe un cliente en un centro de salud pueden ser malos en ocasiones el servicio no está acorde con las expectativas del cliente y los empleados no se esfuerzan por cumplir esas expectativas, ni mucho menos por mejorarlas, y esto puede hacer que el cliente no nos recomiende y no regrese más al centro hospitalario.

Dependiente: satisfacción de los clientes de la Consulta Externa

La satisfacción del cliente no es satisfactoria las citas son casi mes a mes por el volumen de paciente, y cantidad de médicos, en la sala de espera se perciben clientes molestos por la espera en caja para poder solicitar su cita, hay que tomar encuesta que este proceso se realiza en todas las citas del paciente, la intimidad del paciente durante su consulta no se respeta en su totalidad esto produce mucha incomodidad para los clientes, el médico no da el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre procedimientos médicos o tratamientos esto hace que el cliente algunas veces regrese a consultar otra vez al consultorio, causando espera en las siguientes citas que tiene el médico, además refieren que no siempre son tratados respeto ni mucho menos con amabilidad por parte del personal de la consulta externa, estos problemas hacen notar las falencias en el servicio que se está brindando en Consulta Externa del hospital "MARIEL", es por eso que esta investigación quiere mejorar el servicio prestado en esta institución de salud.

Satisfacción del cliente

La satisfacción es entendida como la conformidad expresada por el cliente en función de las expectativas que este tiene respecto a la atención; que le dan en las diferentes áreas que integran todas las dimensiones de la calidad. Consecuentemente se diría que la satisfacción del cliente de los servicios de salud vendría a ser un resultado importante del trabajo realizado en los servicios de atención de salud y de acuerdo a este se determinaría que el cliente regrese posteriormente y el seguimiento de las conjeturas por parte del cliente.

Definiciones conceptuales

Eficiencia:

Los servicios eficientes son los que suministran atención más óptima a los clientes y a la sociedad, es decir con los recursos que se cuenta suministran el mayor beneficio.

Comodidad:

Las comodidades se relacionan con las comodidades físicas del establecimiento hospitalario, la limpieza y la privacidad del personal y los materiales.

Privacidad:

La privacidad es un derecho inherente a cada ser humano, El respeto a la intimidad con ambientes que garanticen una atención personalizada para su información médica.

La calidad:

Está relacionada con las percepciones de cada cliente para comparar una cosa con otra de su misma especie, en servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo.

Amabilidad:

El acto de amabilidad es aquel que nace de manera espontánea, natural y sin ningún tipo de interés o de intención de conseguir algo.

El buen trato:

Es una comunicación que establece un vínculo con otra persona o con un grupo, se basa en un profundo sentimiento de respeto y valoración.

Proactividad:

La actitud en la que la persona asume el control de su conducta de modo activo, lo que implica la toma de iniciativa de acciones creativas y audaces para generar mejoras.

Continuidad:

Continuidad es el término que se refiere al vínculo que mantienen aquellas cosas que están de alguna forma, en continuo, hacer algo sin interrupción

Respeto:

Es la consideración especial que se le tiene a alguien o incluso a algo, la acción de respetar a tener veneración, aprecio y reconocimiento por alguien o algo.

Comunicación:

Comunicarse con los clientes, compañeros, público, etc. A través de un lenguaje simple, claro y de fácil entendimiento.

Equidad:

Dar a cada uno lo que se merece por sus méritos o condiciones, de una forma imparcial. La equidad no elimina las diferencias existentes, ofrecer un trato equivalente que supere las desigualdades existentes en la sociedad.

Consulta por primera vez:

Es la primera consulta que se solicita en un centro hospitalario, por una demanda determinada.

Consulta médica:

Es la acción de examinar al cliente sano o enfermo para prevención, curación o mejoramiento de su salud.

Consultas sucesivas o subsecuentes:

Son las atenciones derivadas de una anterior (primera vez) y relacionadas con un padecimiento él requiere tratamiento, también llamadas consultas de control.

Consultas selectivas:

Cuando el paciente concurre por primera vez y es canalizado a través de un análisis previo (interrogatorio, exámenes, etc.). Para luego ser enviado al consultorio que le corresponde para las consultas subsecuentes.

Cuerpo médico:

Dividido en clínico y auxiliar de diagnóstico y tratamiento.

Servicio paramédico:

Enfermería, trabajo social y relaciones públicas, farmacia, archivo clínico.

Servicios indirectos:

Administración, contabilidad, adquisiciones y caja, de personal, almacenes, servicios generales como limpieza, vigilancia, transporte, de mantenimiento y conservación.

Calidad humana:

Atributos que forjan comportamientos positivos en los trabajadores para mejor del servicio.

Humanización:

Se refiere al proceso en el que se adquiere rasgos del ser humano como sentimientos, empatía, solidaridad, amor, etc.

Factores importantes para la excelencia en la atención al cliente nos ayudara mucho para mejorar nuestra comunicación, al poder

comunicarnos mejor se podrá conocer las necesidades del cliente y se podría mejorar el servicio que se brinda.

1. Una conversación amigable y tener un genuino interés en el cliente
2. Tener una sana comunicación con nuestros clientes de forma clara y directa.
3. Honestidad. No se debe engañar a un cliente, siempre ser honestos con ellos se recuerda que un cliente decepcionado es un cliente perdido.
4. Conoce a tu cliente, mantente informado para poder ayudarlo con lo que quieren el cliente.
5. Asegúrate de siempre escuchar sus sugerencias y quejas, para él se sienta escuchado.
6. Darles soluciones creativas y de una manera rápida y efectiva. Tú prioridad es la satisfacción de sus necesidades.
7. Buscarles respuestas y soluciones a inquietudes que ni el cliente sabe que tiene.

CAPÍTULO III

Metodología

Tipo de investigación

El diseño de la investigación está estructurado para estimar parámetros y cumplir con los objetivos expuestos y dar respuesta al problema planteado, la investigación fundamentalmente: el descriptivo, el correlacionar y el explicativo.

El Hospital “MARIELL” presta atención médica en salud sexual y reproductiva con una consulta externa, el crecimiento de la institución se basa en el compromiso de los clientes y funcionarios, procurando anticiparse en sus expectativas para mejorar cada vez más, logrando darle al cliente un servicio personalizado y de calidad. Es importante aclarar que la implementación y ajustes correspondientes de los protocolos de la institución es responsabilidad de nuestras áreas de servicio.

Este centro hospitalario inicia sus actividades en Guayaquil, el 26 de marzo de 1946, en los últimos años el avance del hospital ha sido muy notorio. Hoy presta sus servicios de salud con una variedad de especialidades como: Ginecología, Psicólogo, Cardiología, Colposcopia, Urología, Genética, Infertilidad, Odontología, Endocrinología. Por el incremento en los clientes y con el afán de brindar una mejor atención, se realiza la contratación de más personal hoy en días la consulta externa se brinda con el siguiente talento humano: dos guardias de seguridad, tres auxiliares de limpieza, un servicio al cliente, cinco cajeras, tres trabajadores sociales, ocho enfermeras, una persona en farmacia, seis obstetras, veintiuno médicos especialistas en diferentes ramas

Misión

Ser un Grupo Hospitalario que brinde asistencia médica y provee de información de los servicios con calidad y calidez, basados en el derecho a la Salud Sexual y Salud Reproductiva, a mujeres y hombres, para contribuir al bienestar de la comunidad apoyados en la tecnología de vanguardia.

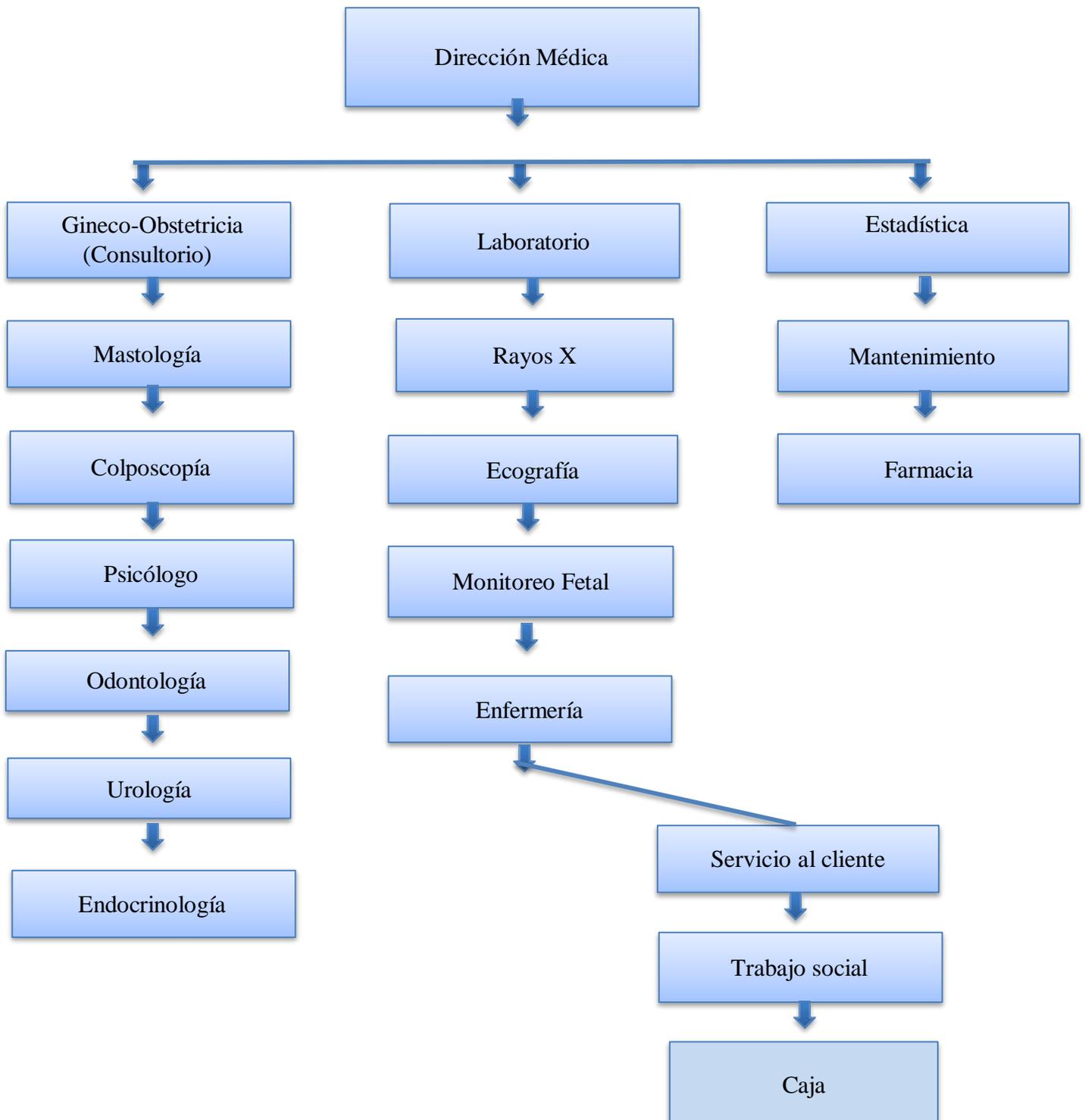
Visión

Ser reconocidos como el hospital líder de información y servicios médicos en salud sexual, reproductiva y planificación familiar e identificada por su solidaridad y sensibilidad.

Valores

- Calidad de servicio. Se brindará calidad de servicio a los clientes, de manera que sientan que son realmente la razón de ser del negocio.
- Honestidad. Comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, actuará con rectitud e integridad manteniendo un trato equitativo con los demás.
- Calidez. Entregando la mejor actitud que haga sentirlos bienvenidos y apreciados. La calidez en los actos logra que el cliente se sienta cómodo.
- Compromiso. Cuando se demuestra adhesión emocional hacia el trabajo, la empresa y todos los clientes.
- Actitud proactiva. Es la predisposición a proceder de manera anticipada a solucionar los problemas.
- Trabajo en equipo. Cuando todos se comparte un propósito en común, claramente conocido y existe respeto y colaboración.
- Respeto. Cuando se reconozca y considere a las demás personas por su individualidad, basados en la ética y el cuidado interpersonal

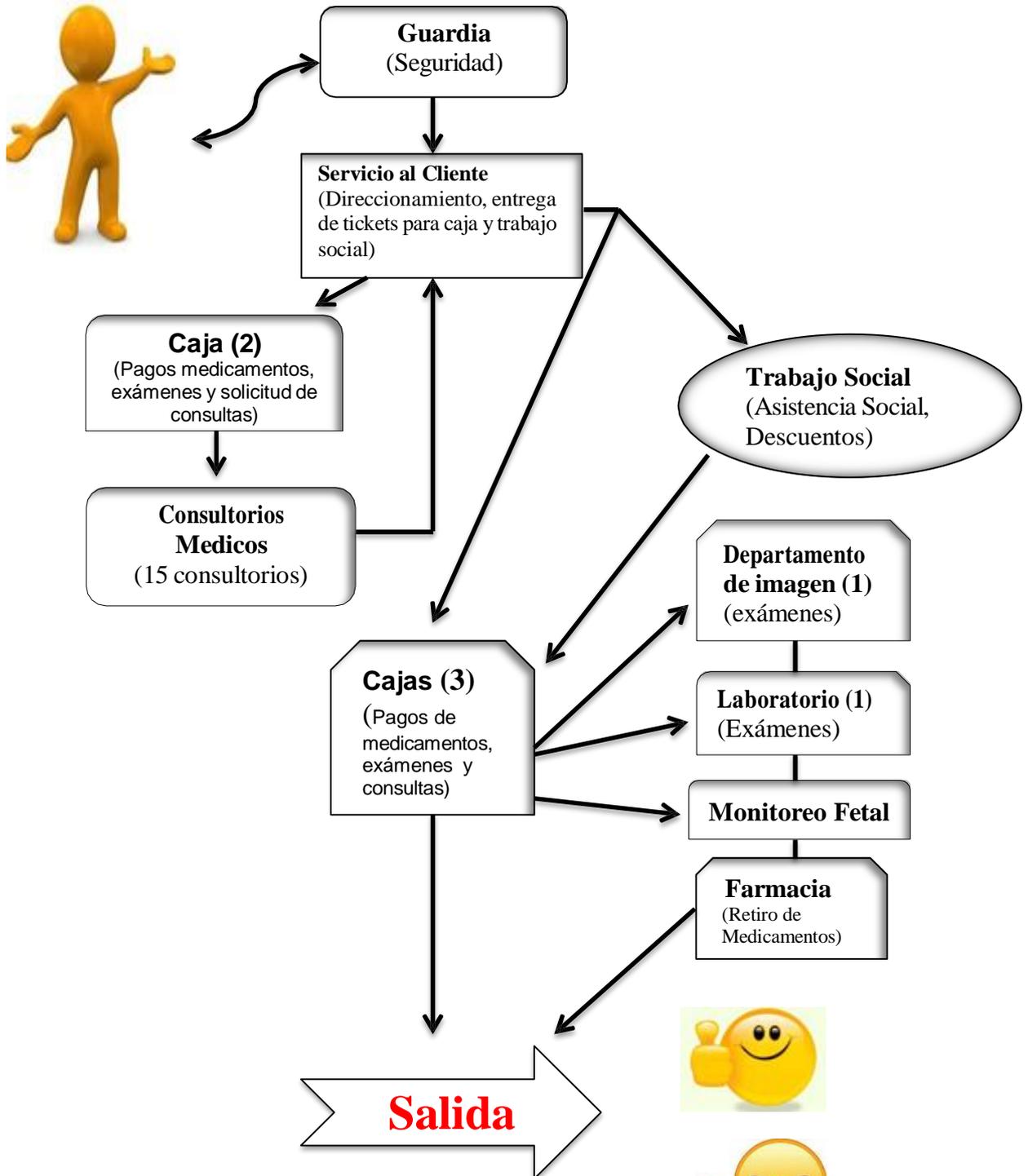
Figura 2. Estructura organizativa de la Consulta Externa del Hospital “MARELL”



Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 3. Flujo de procesos

El flujo de procesos de Consulta Externa se detalla a continuación



Fuente: Datos de la investigación
 Elaborado por: La autora de la investigación

Descripción del proceso actual, usando el método de la observación

El proceso inicia cuando el cliente se acerca a la ventanilla de servicio al cliente y solicita el ticket de turno con un médico, este ticket es asignado según el orden de llegada. El paciente debe esperar a ser llamado según su turno, debe cancelar el valor de la consulta en caja. Las consultas generalmente son para días posteriores, por la disponibilidad de médicos y consultorios; el cliente ha esperado una hora para cancelar su cita generándose un cuello de botella en caja y sin opción a poder ser atendido en el mismo día.

Cuando el paciente acude a la cita en la fecha y hora indicada, ingresa a la institución directamente a la sala de espera, la enfermera solicita las tarjetas de atención, y va llamando a cada paciente al consultorio para tomar sus signos vitales y es atendido por el médico, este proceso puede demorar de 30 a 40 minutos, el médico explica su diagnóstico y genera una o varias órdenes de exámenes en el sistema y le asigna su cita, para que regrese una vez que le entreguen los resultados de los exámenes.

El cliente es dirigido nuevamente a servicio al cliente para que le entreguen otro ticket, si solicita descuentos en los valores le entregan un ticket para trabajo social, si va a cancelar medicamentos, exámenes de laboratorio, ecografías, solicitud de consultas, (por primera vez o frecuentes); se le entrega un ticket para caja, por ser un área de cobros múltiples está genera congestión en sala de espera e insatisfacción en los clientes, por el tiempo de atención.

Este proceso genera un cuello de botella en caja las citas por primera vez, la cajera tiene que llenar datos personales de cliente nuevo; como nombres completos, dirección, teléfonos, esto genera una demora de 20 minutos en el área de caja. Hay clientes que en el día podrían tomar hasta tres turnos, los clientes esperan de 5 a 6 horas para ser atendidos,

generalmente tienen que llegar temprano para ser los primeros atendidos con el ginecólogo para poder tener tiempo de pagar exámenes, medicamentos y poder dejar pagada su siguiente cita.

Una vez realizada la observación del servicio que se brinda en el hospital “Mariell”, se realiza el estudio con diferentes tipos de investigaciones como:

La Investigación descriptiva, busca definir las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier cosa que se someta a un análisis. Es útil para mostrar con puntualidad los ángulos o duraciones de un fenómeno, acontecimiento, comunidad, contexto o situación (Hernández, Fernández Collado y Baptista, 2002).

El de tipo explicativo está dirigido a revelar las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se encamina en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué situaciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables. Se encuentra más estructurado que las demás investigaciones (de echo implica los propósitos de estas); además de que proporciona un sentido de entendimiento del fenómeno a que se hace referencia (Hernández et al. 2013).

El método correlacionar su finalidad es conocer qué relación o grado de asociación existe entre dos o más conceptos o variables en un contexto en particular. En cierta medida tiene un valor explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa (Hernández et al. 2010).

Con la investigación descriptiva se busca medir y evaluar cómo se manifiesta el servicio en la consulta externa del hospital “Mariell”, con la

explicativa establecemos el ¿Por qué? Mediante un análisis, y la investigación correlacionar indica el grado en que tiende a variar el servicio en la consulta externa.

Técnicas e instrumentos de la investigación:

Las técnicas que se utilizarán en el desarrollo del trabajo serán:

- Diagrama de causa y efecto
- Encuesta
- Diagrama de afinidad
- Plan de Mejora.

El Diagrama Causa-Efecto es una herramienta usada para presentar la relación de un problema y las posibles causas que lo ocasionan son eficaces para motivar el análisis grupal. El Diagrama Causa-Efecto es llamado usualmente Diagrama de "Ishikawa"; Diagrama Espina de Pescado" porque fue creado por Kaoru Ishikawa, interesado en mejorar el control de la calidad; Se utiliza para clarificar las diversas causas que se piensa que afectan los resultados del trabajo.

¿Cuándo se utiliza?

La naturaleza gráfica del Diagrama permite organizar grandes cantidades de información sobre el problema y determinar exactamente las posibles causas.

El Diagrama de causa y efecto se debe utilizar cuando se pueda contestar "sí" a una o a las dos preguntas siguientes:

1. ¿Es necesario identificar las causas principales de un problema?
2. ¿Existen ideas y/u opiniones sobre las causas de un problema?

En esta investigación se utiliza el diagrama de causa y efecto para poder hacer una representación gráfica sencilla en la que puede verse una especie de espina central, representando el problema a analizar, organizar y analizar las falencias en la consulta externa y así estructurar una mejora en el servicio del hospital "Mariell".

Para esta investigación se utiliza la encuesta herramienta para recolectar información mediante la elaboración de un cuestionario, sobre temas relacionados a la satisfacción de los servicios de salud prestada en el hospital "MARIELL".

La encuesta tiene distintos tipos de clasificación, los utilizados:

Tipos de encuestas

Según sus objetivos:

- **Encuestas descriptivas:** estas encuestas reflejar o documentan las actitudes o condiciones presentes. En el momento en que se realiza la encuesta intenta descubrir en qué situación se encuentra una estipulada población.
- **Encuesta explicativa:** Determina las relaciones de causa y efecto entre los fenómenos.

De la clasificación según la dimensión temporal distinguimos:

- **Estudios transversales:** se caracterizan por recoger información una única vez en un periodo de tiempo delimitado y de una población definida. Son económicos lo que permite estudiar con más sujetos, producen resultados más rápido
- De la clasificación según el sentido y momento de recogida de información encontramos:

- **Estudios retrospectivos:** Son los estudios de tendencias que avanzan en la recopilación de los datos, a la vez que se van sucediendo los hechos. Consiste en el estudio en un momento determinado a distintos sujetos.

Según las preguntas:

- **De respuesta abierta:** En estas encuestas el interrogado responde con sus palabras las preguntas en la encuesta. El encuestado tendrá libertad en contestar y se podrá adquirir respuestas profundas y se podrá preguntar el porqué de su respuesta.
- **De respuesta cerrada:** En estas encuestas se ponen opciones para cada respuesta, los encuestados deben elegir una de las opciones para responder, se obtendrán resultados más fáciles de cuantificar, hay un problema en estas encuestas, que no se tenga en las opciones las respuestas que el cliente quiera dar, lo ideal es siempre agregar la opción "otros".

El tipo de encuesta utilizado en esta investigación según su finalidad es descriptiva y explicativa, con un contenido de hechos y opiniones del cliente; el propósito es mejorar la toma de decisiones relacionadas con la consulta externa del hospital; Analizar e identificar las falencias y debilidades del proceso en el servicio y poder estructurar una estrategia que aporte a mejorar la satisfacción del cliente.

La encuesta realizada en la investigación fue creada para medir la satisfacción brindada en el servicio de la consulta externa. La encuesta fue aplicada a los clientes de consulta externa del Hospital "MARIELL" de la ciudad de Guayaquil, se realizará a 15 personas por día para tener un total de la muestra aleatoria, al estudiar 75 personas en la semana, con un rango de edad de 15 a 40 años.

Diagrama de afinidad. - se realiza para poder organizar la información recopilada de del diagrama de causa y efecto y de la encuesta, realizada en el hospital “Mariell”.

Tipos de Estrategia

La estrategia radica en lograr la fidelidad y estima por parte de nuestro cliente, se valoró los diversos tipos de estrategias y las que ayudan a esta investigación son:

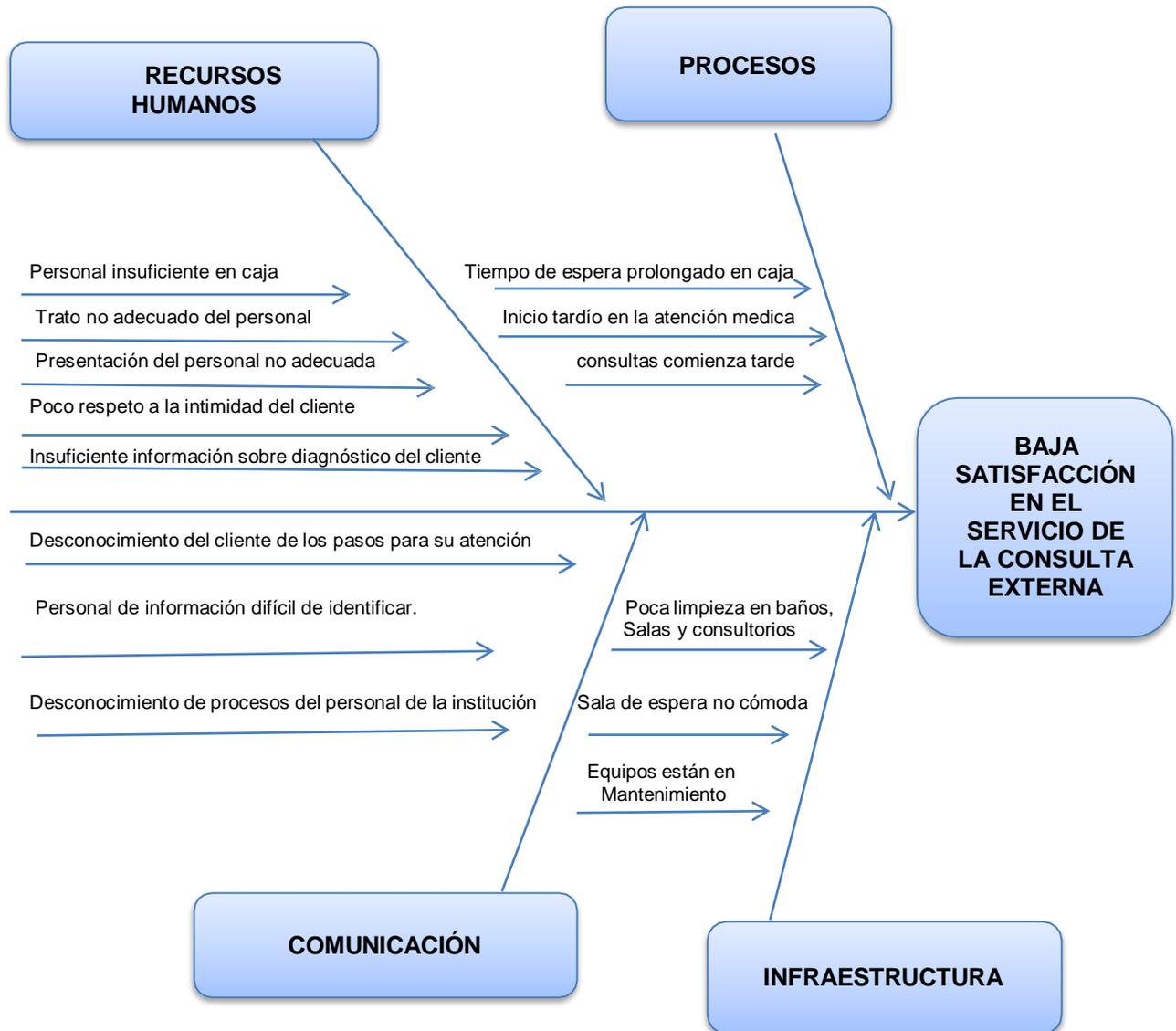
- **Estrategia de crecimiento.** - Una estrategia de crecimiento implica la introducción de nuevos servicios o la adición de nuevas características para los servicios existentes.
- **Estrategia de mantenimiento.** - Con acciones y actividades se busca mantener a los clientes actuales, incluye los procedimientos y trámites poco engorrosos, el buen trato y la capacitación del personal.
- **Estrategia de fidelización.** - Diseñada para ciertos clientes que se desea fidelizar, incluye las tarifas preferenciales, ejecutivos exclusivos.

La fidelización de clientes consiste en lograr que un cliente que ya ha adquirido nuestro servicio se convierta en un cliente fiel a nuestro servicio; es decir, se convierta en un cliente frecuente. La fidelización de clientes no solo nos permite lograr que el cliente vuelva, sino que también nos permite lograr que recomiende nuestro servicio a otros; suele ser un error que las empresas descuiden la fidelización de los clientes y se concentren en captar nuevos clientes, ya que fidelizar un cliente suele ser más rentable que captar uno nuevo.

Estas estrategias se desarrollan por lo que hay un entorno competitivo en el mercado, comparten factores de éxitos y ventajas competitivas, que nos permiten enfrentar las principales falencias que tiene la consulta externa “Mariell”; proporcionando decisiones anticipadas e identificando nuevas demandas.

Se realiza una estrategia mixta para poder documentar mediante la observación, descriptivo y explicativo; las condiciones presentes del servicio, y explica mediante un análisis las posibles mejoras del mismo.

Figura 4. Diagrama Causa y Efecto



Elaborado por: La autora de la investigación

Después de la descripción del flujo del proceso de la consulta externa del hospital "Mariell", se realiza el Diagrama de causa y efecto, la característica de calidad que se va analizar es el que indica la baja satisfacción del servicio, los factores más importantes son: los procesos, los recursos humanos la comunicación y la infraestructura; cada una de ellas tienen causas de dispersión en los procesos de la consulta externa el tiempo de espera prolongado en caja, el inicio tardío en la atención médica; en los recursos humanos tenemos insuficiente personal en caja,

presentación y trato no adecuado; en la comunicación el desconocimiento del personal y del cliente de los procesos del hospital, un personal de información difícil de identificar; y en la infraestructura la poca limpieza en baños, consultorios y salas, no contar con mobiliario cómodos para el cliente y con maquinarias en buen estado.

Población y Muestra

Para obtener la muestra representativa se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NP(1-P)}{(N-1)E^2 + Z^2P(1-P)}$$

Datos:

N = **340**- Tamaño de la población

P = **0,50**- Proporción muestral o su estimado, garantiza el máximo valor de n en la expresión anterior.

E = **0,10**-Error absoluto permisible

Z= **1,96**-Valor de z para un nivel de significación deseado (# de desviaciones estandar)

Para un universo de 340 pacientes, se realizara a 15 personas por día para tener un total de la muestra aleatoria, al estudiar 75 personas en la semana, con un rango de edad de 15 a 40 años, se ha elaborado como herramienta para la investigación un modelo de encuesta, la cual está basada en 15 preguntas cerradas por la rapidez en que los encuestados deben elegir para responder una de las opciones que se presentan en el listado de la encuesta que fue formulada y esto hace más fácil de cuantificarla.

Edad de los pacientes de consulta externa del hospital

Según se observa, los clientes que respondieron las encuestas en la consulta externa del Hospital "MARIELL", la mayoría se encuentra entre las edades de 15 a 40. El quedar embarazada de 35 a 40 puede ser más riesgoso que uno que ocurra entre los 20 y los 34 años. La mayoría de estas madres tienen embarazos y bebés perfectamente sanos, para las que tienen más de 40, el porcentaje de riesgo de complicaciones en el embarazo y en él bebe es mayor.

1. ¿El trato del guardia, le pareció adecuado?

Existe un criterio mayoritario que los clientes indican que el trato del guardia fue bueno pero el criterio minoritario indica que el guardia no direcciona bien, no saluda, y contesta de forma grosera.

2. ¿Los carteles, letreros y flechas lo ayudaron para orientarse?

Los clientes encuestados indican que, dentro del hospital, les resulta fácil guiarse, debido posiblemente a la adecuada señalización que tiene el hospital "MARIELL", los carteles y letreros son visibles y muy claros ayudando así la adecuada orientación.

3. ¿El personal de servicio al cliente le orientó y explicó de manera clara y adecuada?

Dentro del hospital se encuentra un personal informativo el cual ayuda a orientar y explicar de una manera más clara y adecuada al paciente, y hay un porcentaje que indican no encontrar en el counter de información al personal.

4. ¿El tiempo que esperó en la sala antes de la consulta, le pareció adecuado?

Los encuestados indican que el tiempo de espera antes de la consulta es mucho; ya que hubo interrupciones por visitantes médicos y pacientes con urgencias esto ocasiona molestia en el

cliente ya que tiene que esperar demasiado para poder ser atendido por el médico.

5. ¿El tiempo de espera y la atención en el área de caja, le pareció adecuado?

Los clientes indican que las cajeras no cuentan con suelto y les solicitan a ellos de una forma muy grosera, que no saludan y que hay retraso en la apertura de las cajas esto está provocando un porcentaje del 30% de insatisfacción en los clientes.

6. ¿Las citas se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad?

Por el volumen de los clientes que se atienden en este hospital las agendas se realizan cada 15 días, el porcentaje de pacientes por primera vez son los que más les incomoda la espera de la consulta, ya que ellas quisieran poder hacerse ver el mismo día, cuando ya tienes tu cita y el doctor no llega con puntualidad o simplemente no llega y hay que cambiar la cita cuando ya se ha esperado tanto.

7. ¿El trato en el área de Trabajo Social, le pareció?

Los clientes indican que la trabajadora social se demora mucho en la atención con pacientes, existe un criterio mayoritario negativo, por lo que el 20% considera que evidentemente la falta de interrelaciones personales es notoria, generando malestar para muchos de los clientes.

8. ¿Califique la atención que recibió por el personal de enfermería en la toma de signos vitales le atendieron con amabilidad, respeto y paciencia?

Destacando en primer lugar que la atención fue buena, de acuerdo a la opinión de este porcentaje de encuestados; en segundo lugar, manifestaron que la atención fue poco y nada satisfactorio en cuanto a la toma de signos vitales, ya que fue del 12% pues algunos la consideraron incompleta.

9. ¿El médico le brindó el tiempo necesario y despejó todas sus dudas sobre su problema de salud con amabilidad, respeto y paciencia?

Los encuestados indican que el médico explico su problema con tantas palabras técnicas que no logro entender, en algunos casos esta tan apurado por el volumen de pacientes, que explica rápido y no da tiempo para preguntar el porcentaje de insatisfacción es del 41%.

10. ¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio?

Según las encuestas, durante la consulta fueron interrumpidos por otras personas, por el personal médicos, enfermeras, auxiliares, visitantes médicos, estudiantes; estos clientes consideran que debería haber una atención más personalizada.

11. ¿La atención para tomarse análisis de laboratorio fue rápida?

De los clientes que califican como poco satisfactorio y los que consideran nada Satisfactoria estos encuestados indican que se debe contar con una copiadora dentro del hospital para no perder tiempo sacando copia del documento de identidad.

12. ¿La atención para tomarse exámenes radiográficos fue rápida?

De los clientes poco y nada satisfactoria indican que no encuentran fechas para las radiografías antes de la próxima consulta, estos exámenes el cliente tiene que realizarlos antes de la siguiente consulta para que el medico pueda ver la radiografía y poder continuar con el tratamiento.

13. ¿La atención en farmacia fue rápida?

La atención en la farmacia es rápida, pero hay un porcentaje de clientes que consideran que normalmente hacen falta los medicamentos que se deben proporcionar a los clientes y en el

momento de la entrega no revisan los medicamentos y entregan mal.

14. ¿El consultorio y la sala de espera se encontraron limpios y fueron cómodos?

Los encuestados indican que las salas son cómodas, pero la colocación de PH, desinfectante de manos y la limpieza en los baños tendría que ser más frecuentes, consideran que se ve feo que en un hospital no se encuentren estos implementos de limpieza.

CAPÍTULO IV

Análisis y discusión de resultados

De acuerdo a los resultados presentados en la encuesta, se realiza este análisis y discusión para elaborar una propuesta de mejora para el servicio al cliente en la consulta externa del hospital “Mariell”.

Diariamente se registran muchos inconvenientes con la atención a los clientes, al analizar las encuestas se encontraron las inconformidades en los indicadores “Nada satisfactorio” con el 17% y el otro indicador “Poco satisfactorio” con el 16%, estos niveles de insatisfacción son más altos en las preguntas mencionadas a continuación:

Pregunta 3:

¿El personal de servicio al cliente le orientó y explicó de manera clara y adecuada?

Pregunta 5:

¿El tiempo de espera y la atención en el área de caja, le pareció adecuado?

Pregunta 6:

¿Las citas se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad?

Pregunta 8:

¿Califique la atención que recibió por el personal de enfermería en la toma de signos vitales le atendieron con amabilidad, respeto y paciencia?

Pregunta 9:

¿El médico le brindó el tiempo necesario y despejó todas sus dudas sobre su problema de salud con amabilidad, respeto y paciencia?

Pregunta 11:

¿La atención para tomarse análisis de laboratorio fue rápida?

Pregunta 12:

¿La atención para tomarse exámenes radiográficos fue rápida?

Pregunta 13:

¿La atención en farmacia fue rápida?

Pregunta 14:

¿El consultorio y la sala de espera se encontraron limpios y fueron cómodos?

Para facilitar el análisis se considera agrupar las preguntas, por causas de insatisfacción en el servicio al cliente. A continuación, se detalla:

- 1) Tiempo: preguntas (6-5-11-12-13)
- 2) Trato al cliente: preguntas (3-8-9)
- 3) Limpieza: pregunta (14)

Al analizar el primer grupo de preguntas 6, 5, 11, 12,13 la causa de la insatisfacción es el tiempo, el cual es muy importante para el cliente; la encuesta demuestra que el tiempo de espera es muy prolongado, todos quieren ser atendidos de una manera rápida, los clientes sugieren en las encuestas lo siguiente:

“Poco personal para la demanda de clientes”

“Cajeras con desconocimiento del proceso y atención en forma descortés, no dan la bienvenida ni saludan”

“El paciente se tiene que movilizar de un lugar a otro con el fin de obtener un servicio”

“Respeto a la privacidad y al orden de llegada de los clientes”

“El personal establecer orientación e información inadecuada al cliente”

Estos comentarios evidencian molestia en los clientes, Una atención de excelente calidad y amabilidad podría quedar arruinada si el cliente espera de más; el tiempo es uno de los recursos más significativos en la vida de cualquier persona y perderlo esperando representa un gran

desperdicio. Los clientes que están con molestias de salud prefieren un centro hospitalario con atención rápida y eficiente, donde no tengan que hacer un tiempo prolongado en las filas para todo, ni tener que suspender otras actividades por tener que esperar.

El proceso inicia cuando el cliente se acerca a servicio al cliente y solicita el ticket de turno con un médico, este ticket es asignado según el orden de llegada. El paciente debe esperar a ser llamado según su turno debe cancelar el valor de la consulta en caja. El paciente acude a la cita en la fecha y hora indicada una vez que es llamado por la enfermera, pasa al consultorio donde es atendido por el Médico, genera una o varias órdenes de exámenes en el sistema y le asigna cita abierta para que regrese una vez que le entreguen los resultados de los exámenes.

El cliente es dirigido nuevamente a servicio al cliente para que le entreguen otro ticket para: trabajo social o caja. Este proceso hace un Cuello de botella en caja, esta área cobra medicamentos, exámenes de laboratorio, ecografías, solicitud de consultas (por primera vez y frecuentes), hay clientes que en el día podrían tomar hasta tres turnos, los clientes esperan de 5 a 6 horas para ser atendidos, generalmente tienen que llegar temprano para ser los primeros atendidos, sumado a esto que por la demanda de paciente algunos tienen que esperar de pie.

Cuando un médico llega tarde al consultorio, causa un retraso en la atención, por lo que el cliente debe esperar hasta ser atendido; y si el médico no llega deberán reprogramar sus citas eso implica que el cliente debe acudir a servicio al cliente para que entreguen un ticket para caja y solicitar le asignen de una cita nueva.

Para poder atender rápidamente al cliente debemos procurar contar con el número adecuado de personal y debemos tener siempre presente que

por querer reducir costos en personal, podríamos terminar perdiendo al cliente. El tiempo representa un gran motivo para pérdida de clientes no solo por que abandone la fila y se marcha a otro hospital, sino por los malos comentarios que hará a conocidos y familiares.

Al analizar el segundo grupo de preguntas 3, 8, 9 la insatisfacción del cliente está en el trato, hay clientes que en la encuesta indican que perciben del empleado maltrato, el que le conteste de forma no adecuada, que le grite, que no saluden, que el médico o enfermeras no le den la información clara, cordial y necesaria con una buena actitud; genera que el cliente este insatisfecho con el servicio.

Hay que recordar que el tratar bien a un cliente es nuestra mejor publicidad, ellos hacen posible que el hospital funcione; Si alguien recomienda algo, es porque tiene confianza en ello y en las personas que le han hablado previamente de ello. Hay que generar confianza a través de estrategia para estar del lado de nuestro cliente, debemos pensar y sentir como el, y no hay mejor forma de hacerlo que generar contenidos que vayan de la mano de sus necesidades.

No es sencillo atender a un cliente hay situaciones en las que se debe resolver problemas por eso es necesario tener profesionales capacitado para la atención, no todos deben manejar la información, pero es importante saber quién de su equipo de trabajo presta esa atención.

La persona de atención en todo momento debe dar su servicio con respeto, eficiencia, amabilidad, equidad, empatía; si la atención desde el momento que ingresa cliente se da con mala cara, sin saludar y con un tono de voz no adecuado se va a tener un cliente descontento, recordemos que el cliente es una voz que amplifica el trato recibido.

¡Todo cliente que entra debe ser recibido con un “Buen día” y –mejor aún- con un “Bienvenido!”, estará logrando dos cosas. La primera le está permitiendo saber que hay alguien ahí que puede asistirlo, y la segunda saber que usted está contento de que haya entrado.

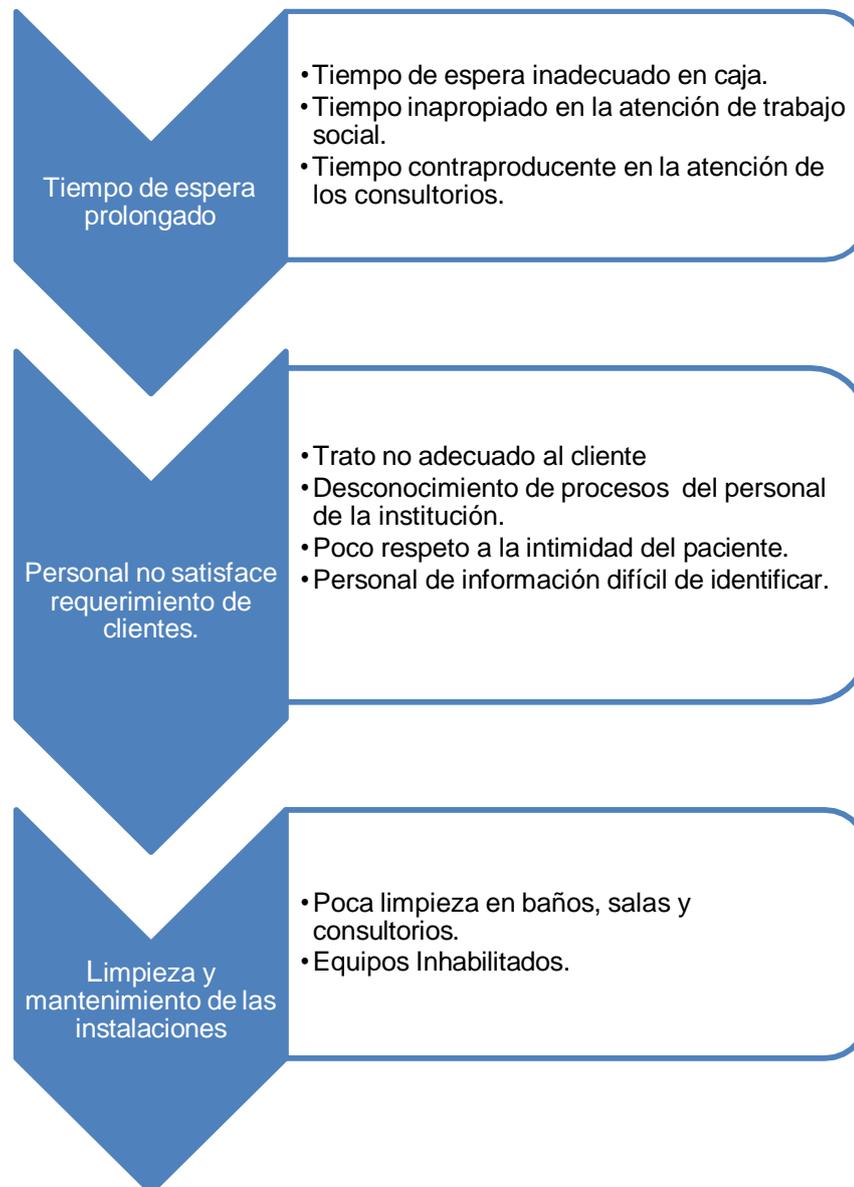
Al analizar el tercer grupo la pregunta 14 el contar con las instalaciones adecuadas, limpias y con todos los implementos necesarios es muy importante para tener un cliente satisfecho. El que las instalaciones estén descuidadas sucias o desordenadas con equipo y maquinaria dañada, produce que el cliente no reciba el servicio adecuado y requiere un cambio inmediato.

El lugar en que presenta mayor complicación es las áreas de los baños, por la afluencia de clientes; hay horarios en que se encuentran desabastecidos de insumos necesarios para la limpieza. En algunos comentarios el cliente indica que el tamaño de los tachos de basura son demasiados pequeños.

Cada área debe contar con los implementos necesarios para la limpieza, la higiene en hospitales se tiene que realizar de manera rigurosa, con una mayor frecuencia y de forma minuciosa, para cumplir con el objetivo de disminuir la mayor cantidad de agentes contaminantes y suciedad, para evitar la exposición directa a infecciones. El personal que la efectúa, debe estar capacitado para realizar esta actividad.

Con todas estas inconformidades se proceden a realizar un diagrama de afinidad para abordar el problema de una forma directa.

Figura 5. Diagrama de afinidad



Elaborado por: La autora de la investigación

Plan de mejora del servicio de la consulta externa del hospital "Mariell"

Objetivo general: Brindar herramientas, acciones y actividades necesarias para mejorar el servicio brindado en la consulta externa, agilizando los procesos en busca de satisfacer las necesidades de los clientes.

Tiempo: este plan de mejoras está elaborado para ser desarrollado en un periodo de mediano plazo, es decir dos años desde el inicio de su implementación.

Participantes: Médicos, Ecógrafos, Laboratorista, Enfermera, Servicio al cliente, Caja, Trabajo Social, auxiliar de servicio, Guardias.

Este plan de mejora contiene 3 acciones, las cuales esta elaboradas para solucionar el cuello de botella que se genera en caja por los cobros que se realizan (pago de todas las consulta, pagó de exámenes y pago de farmacia) el ingreso de una consulta por primera vez implica llenar todos los datos personales de paciente como dirección, teléfono, edad, cedula, nombres del padre de la madre, etc.; este es un proceso que requiere tiempo, hay clientes en fila que esperan para pagar solo medicación y tienen que esperar de 5 a 6 horas para ser atendidos. También se tiene una falencia en el trato que tienen los empleados con el cliente.

Con las actividades a realizar, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Por qué? Y recomendaciones para la realización de las acciones consideradas en el plan de mejoras, se disminuye el tiempo de espera y mejora el servicio que brinda el empleador.

A continuación, el detalle del plan de mejora

Acción No. 01

Establecer horarios de la atención en la consulta externa.

Planificar y coordinar los horarios de atención entre médicos, cajá, laboratorio, departamento de imágenes, trabajo social y la parte administrativa del hospital, tomando en cuenta las responsabilidades de los mismos y monitoreándolos para proporcionar una mejor atención al cliente.

La programación con anticipación y la contratación de nuevo personal ayudará al descongestionamiento de las cajas y salas de espera y el cliente puede ser atendido ágilmente.

Acción No. 02

Capacitar a todo el personal, y medir la satisfacción del cliente.

Planificar capacitaciones al personal del hospital, todos tienen que conocer los procesos que se realizan en la institución, no solamente para guiar al cliente; también para poder trabajar en equipo y poder progresar el trato al cliente y entre empleados.

Medir la satisfacción del cliente, es necesario para conocer las falencias y problemas en los procesos del hospital para así planificar e implementar un plan de acción.

Acción No. 03

Optimizar la distribución y limpieza de áreas de consulta externa.

Determinar la demanda de clientes, con el espacio que se tiene en la consulta tomando en cuenta:

Cantidad de pacientes según citas planificadas, la proyección de citas por primera vez, el espacio disponible en la sala de espera, la cantidad de asientos disponible en salas y baños para confort del cliente realizar horarios de limpieza de los mismos.

Desglose de las acciones y actividades:

Tabla 1

Acción No. 01 Planificar horarios de la atención en la consulta externa

Oportunidad de mejora: Disminuir el tiempo de espera del cliente				
Meta: Cumplir con horarios de citas y disminuir el tiempo de espera en el área de consulta externa del hospital "Mariell"				
Actividades # 1	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	Recomendaciones
Planificar horarios de atención	Médico Enfermeras	Coordinar con la Dirección del hospital la organización de la asignación de citas y tareas a los médicos y enfermeras.	➤ El cliente debe ser atendido en el horario estipulado.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La incrementación del horario de atención por la gran demanda de paciente que hay en el hospital. El horario actual es hasta las 15:00 P.M. se podría cambiar a 19:00 P.M. ➤ Implementar un plan de contingencia para la falta de personal (médico y enfermeras). ➤ La asignación de turnos equitativos para los médicos crear espacios vacíos para poder evitar interrupciones en las consultas para así poder lograr la atención de las pacientes en el tiempo adecuado. El medico podría agendar pacientes frecuentes con diagnostico reservado. ➤ Respetar al orden de llegada. ➤ Implementar un tiempo establecido para la asignación de las citas será menor a 10 días y el tiempo de espera 15 minutos la implementación de una nueva infraestructura en el plan de acción del 2017.
	Área de servicio al cliente	Implementar sistema de citas por internet y call center.	➤ El cliente tenga la facilidad de solicitar su cita desde su casa.	
	Área Administrativa Área de caja	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programación de citas hasta un mes de anticipación. ➤ Implementar dos cajeros para cobros de citas por internet y call center. ➤ Realizar una distribución de las cajas en áreas como Laboratorio y Departamento de imágenes. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El cliente solicite su cita con anticipación, y sus citas podían realizarse mes a mes. ➤ El cliente pueda manejar a su disposición la planificación de su cita. 	

Oportunidad de mejora: Disminuir el tiempo de espera del cliente				
Meta: Cumplir con horarios de citas y disminuir el tiempo de espera en el área de consulta externa del hospital "Mariell"				
Actividades # 2	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	Recomendaciones
Mejorar la distribución en la consulta externa	Área administrativa	Determinando la demanda y capacidad de espacio. Implementación de nueva infraestructura, creando seis nuevos consultorios, cuatro Perspectiva para la Contratación de seis médicos y dos profesionales para laboratorio y radiografías y dos cajeras.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ayuda a que fluya la atención en las áreas de laboratorio, ecografías y ginecología. ➤ La necesidad de una sala de espera cómoda para el cliente. ➤ Esto ayudaría a disminuir el volumen de personas en las cajas, y la solicitud de citas en menos tiempo. ➤ En laboratorios y radiografías con dos profesionales la atención se agilitaría. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aprovechar el tiempo que los clientes tienen en sala de espera, para entregarle información necesaria para así asegurarse de que obtenga los servicios en el hospital "Mariell".

Elaborado por: La autora de la investigación

Tabla 2

Acción No. 02 Planificar talleres de capacitación para todo el personal, y medir la satisfacción del cliente

Oportunidad de mejora: Disminución de quejas por el servicio del hospital "Mariell"				
Meta: Que el personal de la consulta externa del hospital "Mariell" se encuentre capacitado para la atención y orientación al cliente.				
Actividad # 1	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	Recomendaciones
Planificar talleres de capacitación	Médicos Ecógrafos Laboratorista Enfermera Servicio al cliente Caja Trabajo Social auxiliar de servicio Guardias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en equipo. ➤ Trato humanizado en la atención al cliente. ➤ Calidad y conocimiento de los servicios y procesos. Socialización de los servicios y procesos. ➤ Privacidad, intimidad y confidencialidad del paciente. ➤ Programa de servicio. ➤ Curso de trabajo en equipo y solución de conflicto. ➤ Curso de liderazgo e inteligencia emocional. ➤ Curso para la mejora de la calidad y productividad. ➤ Curso técnicas efectivas de atención al cliente humanizado. ➤ Cursos para fomentar la puntualidad del empleado. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Al trabajar en equipo se puede ayudar de forma eficiente al cliente. ➤ Al conocer todos los servicios y procesos del hospital, facilita la orientación del cliente. ➤ Cuidar a los clientes, saludando, dándoles las gracias con: Equidad, privacidad una sonrisa, actitudes amables, eficiencia, disponibilidad del personal, mejores instalaciones, servicios adicionales. Esto produce que el cliente se sienta "significativo" cuando visita un centro hospitalario. ➤ Fomentar la puntualidad del empleado demuestra que se valora el tiempo del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementar protocolos de actitud de servicio sobre: calidad, calidez, uniformes, maquillaje, peinado apropiado y accesorios. Estas capacitaciones deberían realizarse trimestralmente. ➤ El perfil del personal nuevo que se requieren es "Empleados dispuestos a hacer todo para garantizar la satisfacción del cliente." ➤ Trato cordial y amable (generar empatía).

Oportunidad de mejora: Disminución de quejas por el servicio del hospital "Mariell"

Meta: Que el personal de la consulta externa del hospital "Mariell" se encuentre capacitado para la atención y orientación al cliente.

Actividad #2	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	Recomendaciones
Establecer indicadores para medir el servicio y la atención que brinda el empleado al cliente.	Jefa de servicio Personal autorizado	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buzones de sugerencias y queja. ➤ Encuestas a los clientes. ➤ Botón de calificación de atención. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Al medir la satisfacción del cliente, se encontrará las falencias de los servicios que se ofrece en el hospital "MARIELL" se podrían realizar mejoras. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecer personal capacitado para para medir indicadores de gestión de cada uno de los servicios que brinda el hospital, Continuar con la realización de encuestas a los clientes para medir la mejora de la satisfacción. Tener buzones de sugerencias y quejas para poder analizar el servicio.

Oportunidad de mejora: Disminución de quejas por el servicio del hospital "Mariell"

Meta: Que el personal de la consulta externa del hospital "Mariell" se encuentre capacitado para la atención y orientación al cliente.

Actividad # 3	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	Recomendaciones
Generar un impacto positivo en el cumplimiento del empleado	Médicos Enfermera Caja Trabajo Social Guardias	Motivando a los empleados para trabajen eficientemente.	La motivación es la clave para tener empleados con sueños de superación, que busquen aprovechar el tiempo y que obtengan con mayor facilidad los objetivos de la empresa	➤ Es importante celebrar los logros de los empleados, para que el colaborador se sienta una pieza significativa en la institución.

Elaborado por: La autora de la investigación

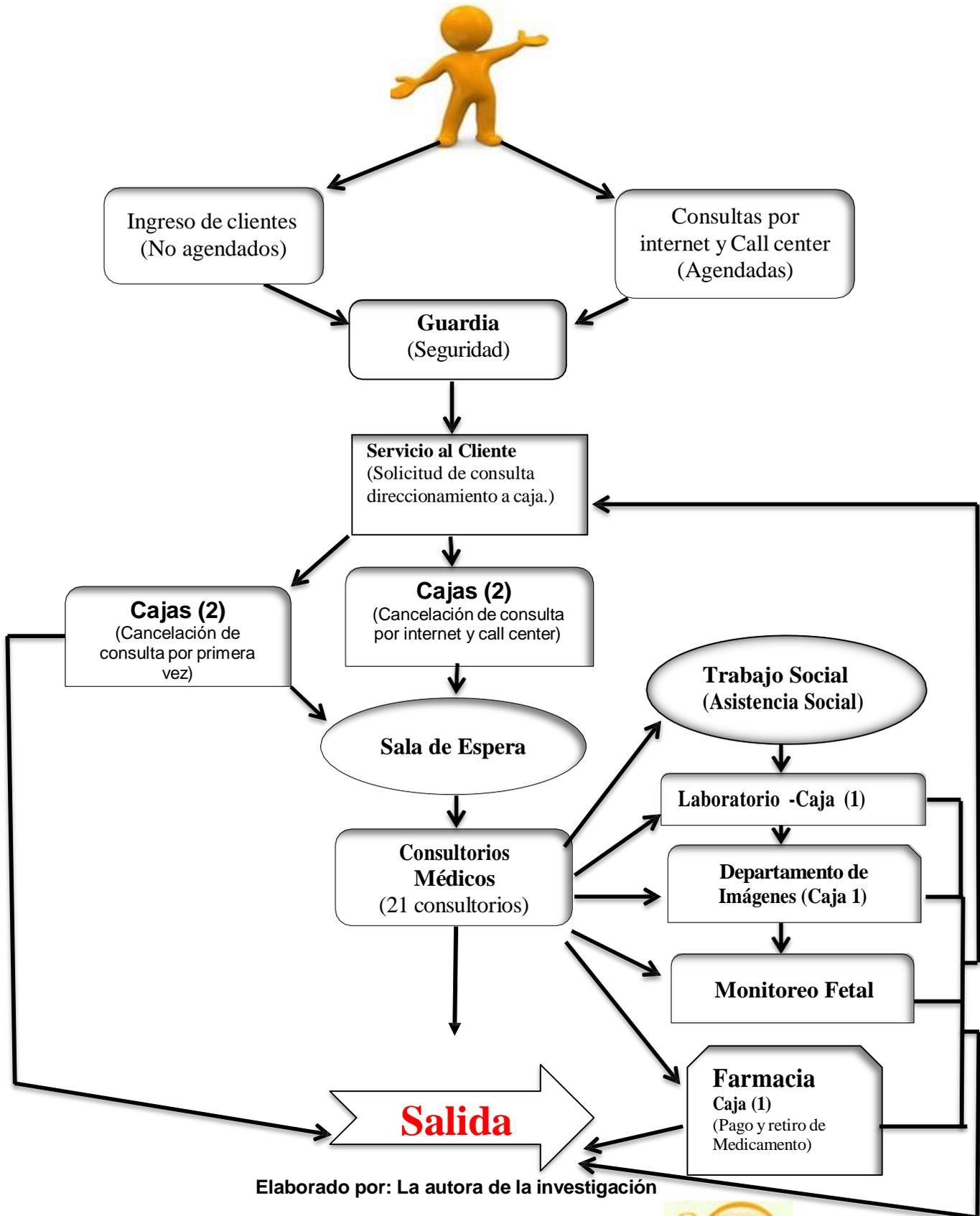
Tabla 3

Acción No. 03 Planificar acciones en la distribución y confort del área de consulta externa

Oportunidad de mejora: Tener normas que ayuden con el mantenimiento y limpieza de las áreas requeridas				
Meta: Comodidad del cliente en las salas de espera y los consultorios				
Actividad # 1	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	Recomendaciones
Coordinar normas de mantenimiento y limpieza	Auxiliar de servicio	Implementando una estrategia de horarios para realizar la limpieza en baños y consultorios.	Es un derecho que tiene el cliente de ser atendido en un lugar limpio y ordenado. Con la limpieza de consultorios, salas de esperas y baños tendremos una mejor presentación en la fachada del hospital.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El personal puede ayudar a crear y mantener un ambiente en el que los clientes sientan que los respetan. Al elaborar apariencia y limpieza de las edificaciones de los diferentes sectores. ➤ Asientos cómodos para los clientes, decoración agradable y acogedora de las salas de espera y de los consultorios. ➤ Tener normas de limpieza, de los servicios sanitarios y salas. ➤ Capacitar al personal, en especial ante la manipulación de maquinaria y desechos peligrosos. ➤ Tener prioridad con los clientes de tercera edad y con emergencias.
	Personal de mantenimiento	Implementando estrategias de mantenimiento para maquinarias y fachada del hospital	Al generar mantenimientos mensuales, las maquinarias para ecografía, laboratorio, monitoreo y aires acondicionados, estarán funcionando para la atención brindada al público.	

Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 6. Diagrama mejorado



Elaborado por: La autora de la investigación



Descripción del proceso mejorado

El proceso inicia cuando el cliente de manera presencial se acerca a servicio al cliente o por internet o call center solicitar su cita, para la cancelación de consultas por primera vez atienden dos cajas, y dos cajas más para cancelación de consultas por internet o call center esto permitirá que el cliente pueda solicitar su cita con anticipación y de forma rápida, la contratación de nuevo personal e incrementación de nuevos consultorios permitirá poder emitir citas médicas para el mismo día.

Cuando el paciente acude a la cita, directamente a la sala de espera, la enfermera solicita las tarjetas de atención, y va llamando a cada paciente al consultorio para tomar sus signos vitales y es atendido por el médico, este proceso puede demorar de 20 a 30 minutos, el medico explica su diagnóstico y genera una o varias órdenes de exámenes en el sistema y le asigna su cita en sistema, para que regrese una vez que le entreguen los resultados de los exámenes.

El cliente es dirigido nuevamente a servicio al cliente, si solicita descuentos en los valores le entregan un ticket para trabajo social, si va a realizarse exámenes de laboratorio, ecografías o quiere cancelar medicamentos puede ir directamente a esos departamentos cada uno contara con una caja para poder realizar la cancelación, en el caso de clientes que tengan realizarse diferentes exámenes, y cancelar medicamentos podrán realizarlos en la misma caja, sin tener que realizar diferentes filas. Este proceso ayudara a descongestionar el cuello de botella que se genera en caja, los clientes serán atendidos de una forma ordenada y rápida.

Financiamiento

Para ejecutar la propuesta presentada se requiere conocer cuál es el monto necesario para el mismo, de esta forma será posible identificar las posibles fuentes de financiamiento ya que esta puede ser de recursos propios o externos, es decir, solicitar un préstamo en una de las instituciones financieras del país a continuación se detallan los costos.

Tabla 4
Costos de capacitación para el personal

Descripción	Cantidad de personal a capacitar	Precio unitario	Total
Taller de servicio de calidad y trabajo en equipo	15	\$120.00	\$1.800,00
Taller de alta motivación y relaciones humanas	15	\$150.00	\$2.250,00
Subtotal			\$4,050.00
IVA 14%			\$567.00
Total			\$4,617.00

Fuente: Cenecú
Elaborado por: La autora de la investigación

Tabla 5
Costos contratación de nuevo personal

Descripción	Cantidad de personal a capacitar	Sueldo Básico	Total
Médicos	6	\$382.69	\$2,296.14
Cajeros	4	\$375.59	\$1,518.36
Laboratoristas	2	\$366.00	\$732.00
Asesor/gestor telefónico call center	4	\$375.59	\$1,518.36
Personal de limpieza	4	\$370.58	\$1,482,32
Total			\$7,547.18

Fuente: Ministerio de Trabajo (Tabla sectorial 19)
Elaborado por: La autora de la investigación

Tabla 6
Costos página web

Descripción	Total
Creación de la página web que consta de los siguientes Puntos: <ul style="list-style-type: none"> • Página de inicio • Promoción de los servicios ofrecidos • Enlaces de contacto • Agendamiento de citas 	\$280.00
Actualización de página	\$20.00
Subtotal	\$300.00
IVA 14%	\$42.00
Total	\$342.00

Costo para la creación y mantenimiento de la página web la cual será de fácil acceso y dinámica para los clientes. Fuente: Mercaweb

Destallados cada uno de los costos queda establecido que estos ascienden a \$12,506.18 el cual resulta asequible para el hospital "Mariell" es decir, que este se inclina por la opción de asumirlo siendo totalmente irrelevante recurrir a una institución financiera con la cual se crearía una obligación económica por varios años además de los intereses que esto genera.

CONCLUSIONES

Se está cumpliendo con el proyecto ya que se está mejorando la calidad de la atención al cliente que acude al hospital "MARIELL", por la verificación realizada por los medios planteados en la investigación. La implementación de estos indicadores resulto ser muy significativo ya que con ellos encontraremos las debilidades del servicio con esta acción se podrá apreciar los resultados durante el periodo del primer trimestre.

La deficiencia en la información y capacitación en los empleados, es una problemática por lo cual el cliente no se siente satisfecho con la atención brindada; para esto la implementación de las capacitaciones con profesionales con un amplio conocimiento científico a nivel nacional e internacional. Al realizar las capacitaciones al personal ellos deberán poder tener actitudes de servicio al cliente en su trabajo, comunicarse y escuchar mejor al cliente, conversar con clientes insatisfechos y resolver situaciones difíciles ofrecer disculpas sinceras y dar solución.

Por medio de la encuesta se podrá retroalimentar más sobre los factores que afectan el grado de satisfacción de los clientes y mejorar los servicios y el grado de satisfacción. Es muy importante que el cliente conozca sus derechos y deberes.

El espacio físico en el hospital se modificaría al incrementar el nuevo piso este contaría con 6 consultorios más que ayudarían con la demanda de pacientes que hay en el hospital, al realizar las citas por internet o call center tendríamos mayor fluidez en las áreas de caja, no se generaría congestionamiento en las salas de espera y mejoraría la distribución de las citas.

Es debido a esto que se puede concluir que se está cumpliendo con el proyecto ya que se está mejorando la calidad de la atención al cliente que

acude al hospital "MARIELL", por la verificación realizada por los medios planteados en la investigación. Con esta acción se podrá apreciar los resultados durante el periodo del primer trimestre.

RECOMENDACIONES

Llevar a cabo, las acciones propuestas para continuar con el estudio de las demás insatisfacciones que se presentaran en el servicio de la consulta externa, darle solución a mediano o a corto plazo.

Hay que fortalecer la seguridad del hospital, con el fin de que no se realice ninguna clase de vandalismo, ni que se tengan pérdidas materiales.

Los servicios hospitalarios están necesitados de modelos de calidad en las áreas dedicadas al procedimiento, análisis, gestión y mejora de los procesos.

Desarrollar nuevas estrategias con la elaboración y modificación de los procesos, realizando una evaluación constante según nivel de responsabilidad y con una actualización de los planes de mejora para satisfacción y seguridad del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Ley orgánica de salud-Registro Oficial Suplemento # 423-22-12-2006 -Del derecho a la salud y su protección.
- Prieto, J. (2014). Gerencia del servicio: La clave para ganar todos. (3era. ED.), Bogotá. Ecoe Ediciones.
- Uribe, M, (2013) Gerencia del servicio. (2da. ED.), Bogotá. Ediciones de la U.
- Vallejo, L., Sánchez, F. (2013). Servicio con pación: siete casos exitosos de servicio al cliente en América Latina / Bogotá: Carvajal Educación, Ecuador.
- Vinueza R., (2013) La Magia del servicio: Reglas de oro para la atención al público en cualquier negocio o profesión-Exitotal Ediciones

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

- http://consultoria.grupoamh.com/contenido/glosario_calidad.php#e
- <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ5928.pdf>
- www.minsa.gob.pe/dgsp/observatorio/documentos/ix_encuentro/iiiNivel/3ro_san_bartolome.pdf
- Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_(econom%C3%ADa))
- <http://www.binasss.sa.cr/revistas/rmcc/601/art12.pdf>
- <http://unfpa.org.co/wp-content/uploads/2014/08/SM-Protocolos-de-enfermer%C3%ADa.pdf>
- <http://www.monografias.com/trabajos94/calidad-servicios-salud/calidad-servicios-salud.shtml#ixzz449bOPqeS>
- <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Ramirez-Fabiola.pdf>
- <http://www.importancia.org/importancia-de-la-salud.php>

- www.mapfre.es/salud/es/cinformativo/importancia-cuidar-salud.shtml
- <http://www.monografias.com/trabajos85/hospitales-sector-salud-direccion-gestion-efectivas/hospitales-sector-salud-direccion-gestion-efectivas.shtml#ixzz44oKlpYqV>
- <http://www.depeco.econo.unlp.edu.ar/mfinpub/estufp9.pdf>
- <http://definicion.de/privacidad/#ixzz44tNfxl7h>
- <http://definicion.de/amabilidad/#ixzz44tUSkLJx>
- <http://concepto.de/equidad/#ixzz44tR7NTYL>
- <http://definicion.de/equidad/#ixzz44tRKEbyu>
- http://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf
- <http://www.monografias.com/trabajos95/definiciones-importantes/definiciones-importantes.shtml#ixzz45IKWkMYI>
- <http://blueblog.epdemexico.com/2013/08/14/diferencias-entre-paciente-y-cliente-enfoque-de-atencion-en-hospitales-publicos-y-privados/>
- <http://definicion.de/cliente/>
- <http://es.thefreedictionary.com/cliente>
- <http://marketingestrategico.pe/la-importancia-de-la-atencion-al-cliente-en-el-sector-salud/>

- https://books.google.com.ec/books?id=y3yWnHrzW-0C&printsec=frontcover&dq=servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false
- <https://books.google.com.ec/books?id=-hJVcH5nSp0C&printsec=frontcover&dq=servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjXILmirrMAhXHW4KHSVqDAIQ6AEIKTAD#v=onepage&q=servicio&f=false>
- <http://www.pymerang.com/marketing-y-redes/935-5-ventajas-claves-al-contratar-el-mystery-shopping>
- https://books.google.com.ec/books?id=Jgy5zYVW2ucC&printsec=frontcover&dq=quejas+y+sugerencias&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=quejas%20y%20sugerencias&f=false
- <http://athletgest.ibv.org/es/clientes-y-usuarios/49-buenas-practicas-para-la-gestion-de-quejas-y-sugerencias-de-clientes-y-usuarios.html?start=2>
- <http://marketingestrategico.pe/la-importancia-de-la-atencion-al-cliente-en-el-sector-salud/#sthash.gNPgw785.dpuf>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>
- <http://www.tiposde.org/escolares/123-tipos-de-encuestas/>
- <http://www.gestiopolis.com/encuesta-cuestionario-y-tipos-de-preguntas/>

- <http://support.minitab.com/es-mx/minitab/17/topic-library/quality-tools/quality-tools/what-is-a-cause-and-effect-diagram/>
- http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/herramientas_calidad/causaefecto.htm
- https://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_Ishikawa
- <http://www.monografias.com/trabajos42/diagrama-causa-efecto/diagrama-causa-efecto.shtml>
- <http://www.minsa.gob.pe/dgsp/observatorio/documentos/herramientas/DiagramaCausaEfecto.pdf>

ANEXOS

$$n = \frac{340 * 0,50(1-0,50)}{(340-1) 0,10^2 + 0,50(1-0,50)} + 1,96^2$$

$$n = \frac{170 * 0,50}{339 * 0,01 + 0,50 * 0,50} + 3,8416$$

85

$$n = \frac{3,39}{3,8416} + 0,25$$

$$n = \frac{85}{0,8824448} + 0,25$$

$$n = \frac{85}{1,1324448}$$

$$n = 75,05$$

$n = 75$

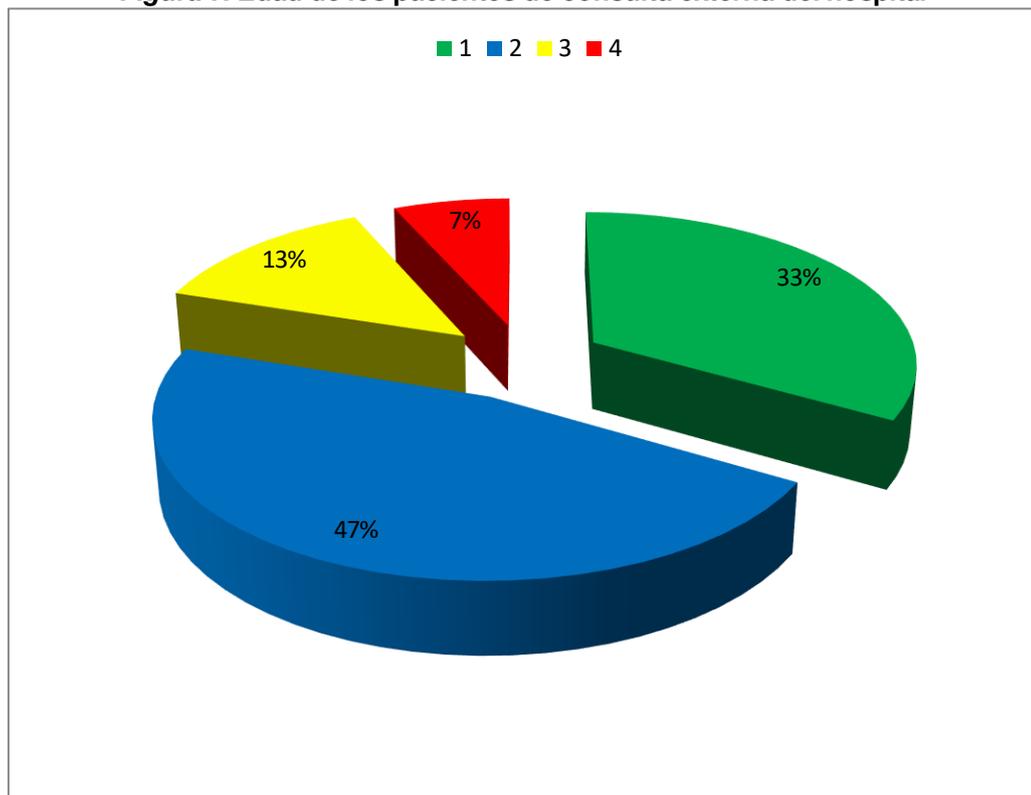
Tabla 7
Edad de los pacientes de consulta externa del hospital

CLIENTES	75
-----------------	-----------

OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE
1.-Del 15 al 20	25	33%
2.-Del 20 al 30	35	47%
3.-Del 31 al 35	10	13%
4.-Del 36 al 40	5	7%

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 7. Edad de los pacientes de consulta externa del hospital



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

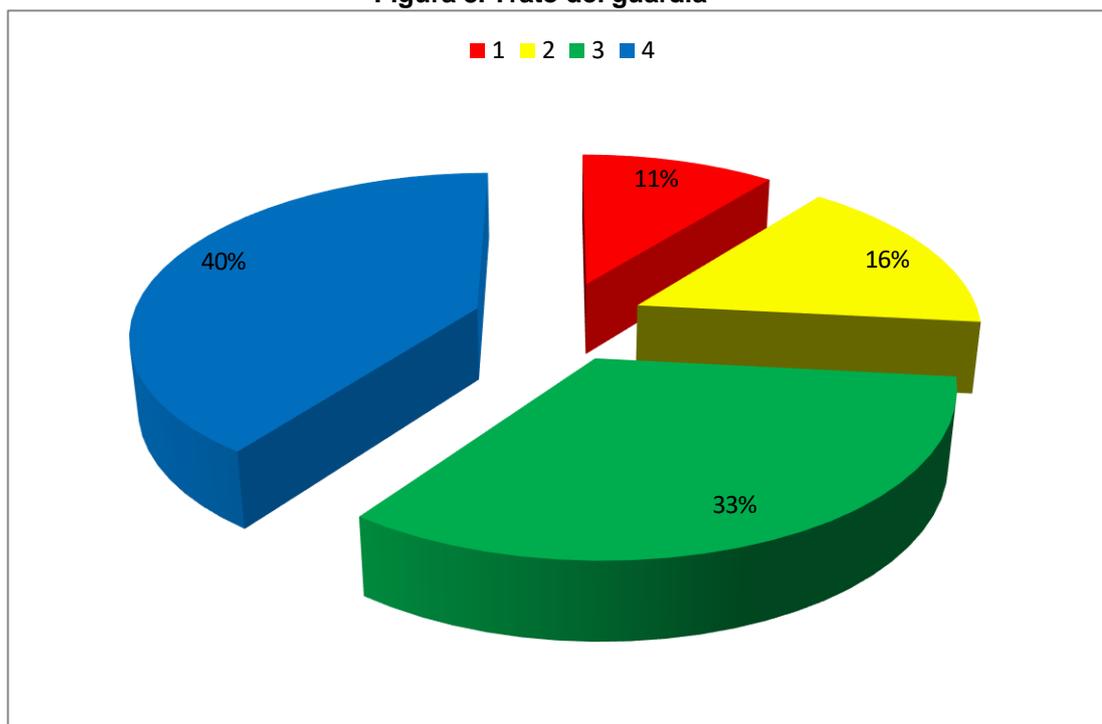
1.- ¿El trato del guardia, le pareció adecuado?

Tabla 8
Trato del guardia

		CLIENTES	75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE	
1.- Nada Satisfecho	8	11%	
2.- Poco Satisfecho	12	16%	
3.- Satisfecho	25	33%	
4.- Muy Satisfecho	30	40%	

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 8. Trato del guardia



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

2.- ¿Los carteles, letreros y flechas lo ayudaron para orientarse?

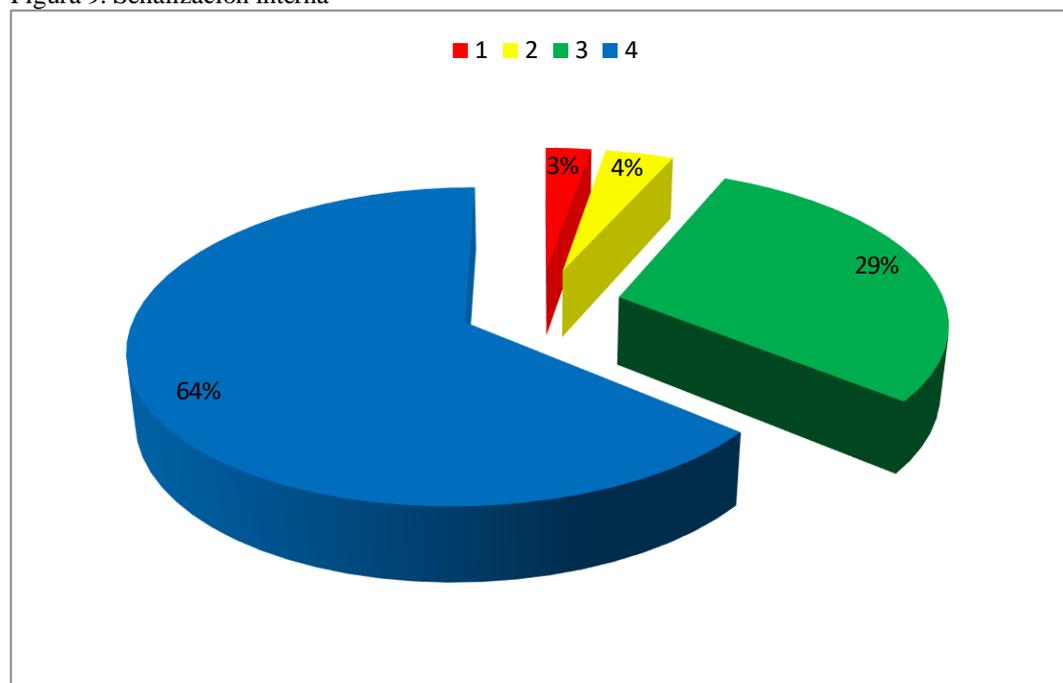
Tabla 9

Señalización interna

Señalización interna		
	CLIENTES	75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE
1.-Nada Satisfecho	2	3%
2.- Poco Satisfecho	3	4%
3.-Satisfecho	22	29%
4.- Muy Satisfecho	48	64%

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 9. Señalización interna



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

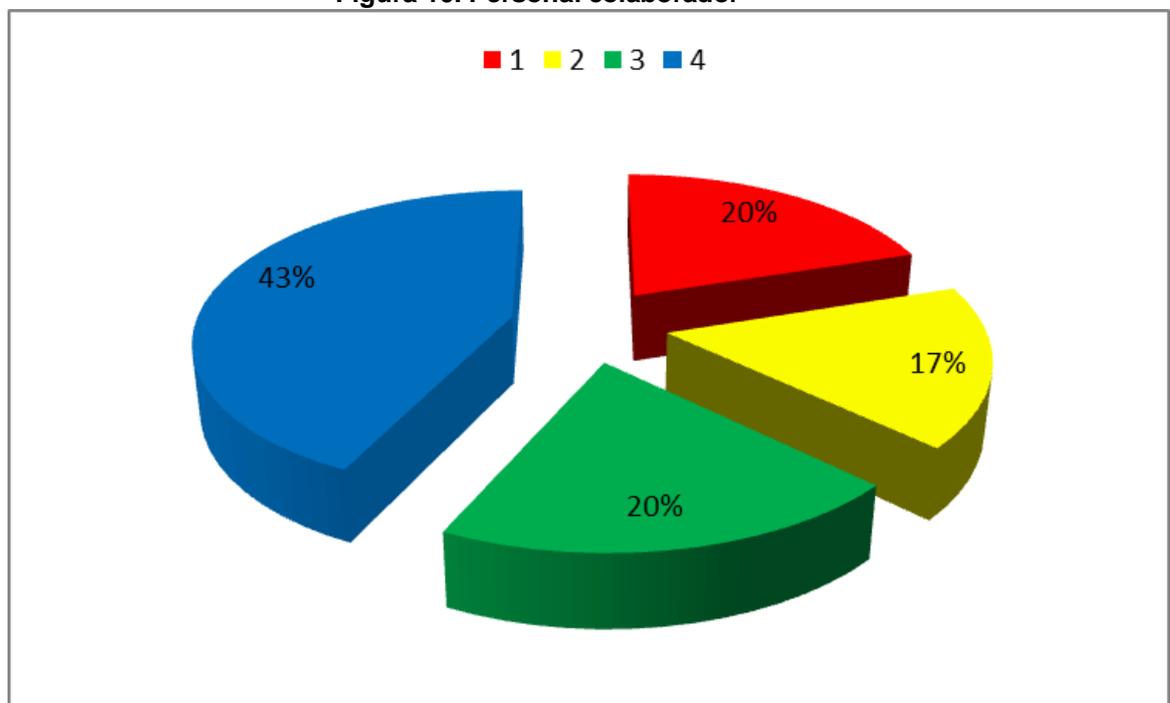
3.- ¿El personal de servicio al cliente le orientó y explicó de manera clara y adecuada?

Tabla 10
Personal colaborador

CLIENTES		
		75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE
1.-Nada Satisfecho	15	20%
2.- Poco Satisfecho	13	17%
3.-Satisfecho	15	20%
4.- Muy Satisfecho	32	43%

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 10. Personal colaborador



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

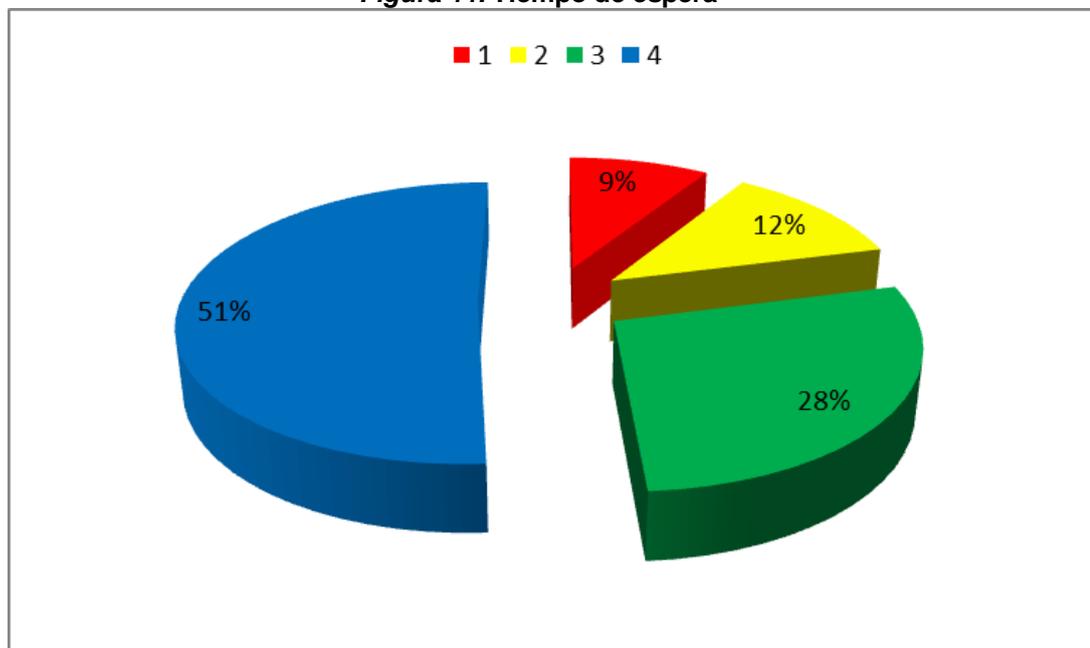
4.- ¿El tiempo que esperó en la sala antes de la consulta, le pareció adecuado?

Tabla 11
Tiempo de espera

CLIENTES		
		75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE
1.- Nada Satisfecho	7	9%
2.- Poco Satisfecho	9	12%
3.- Satisfecho	21	28%
4.- Muy Satisfecho	38	51%

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 11. Tiempo de espera



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

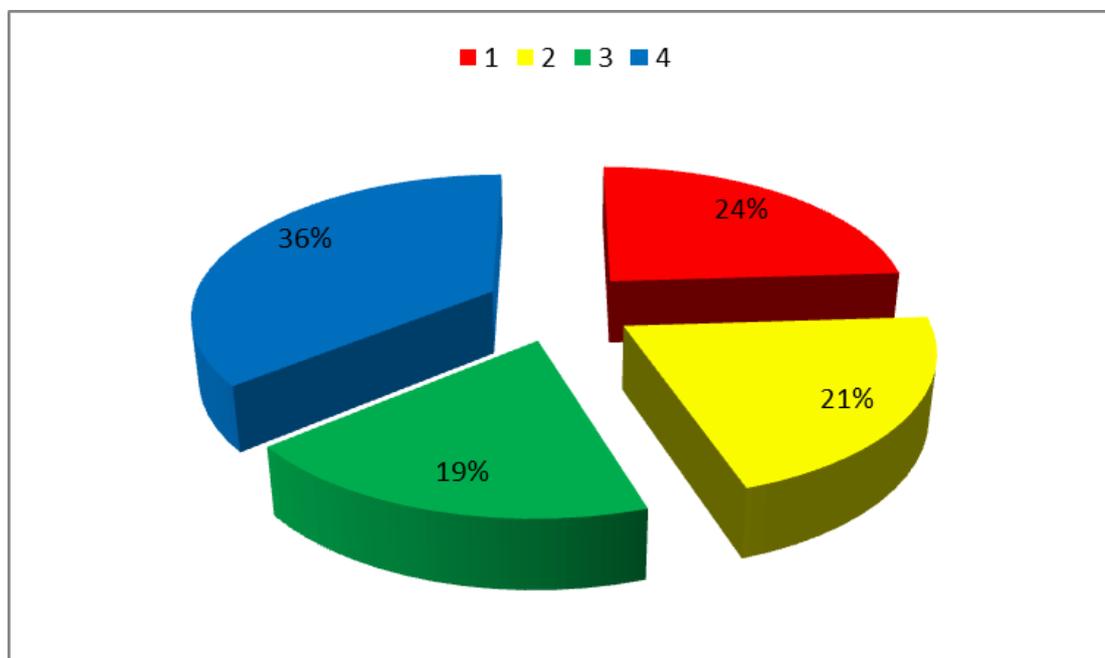
5.- ¿El tiempo de espera y la atención en el área de Caja, le pareció adecuado?

Tabla 12
Tiempo de servicio en caja

		CLIENTES	75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE	
1.-Nada Satisfecho	18	24%	
2.- Poco Satisfecho	16	21%	
3.-Satisfecho	14	19%	
4.- Muy Satisfecho	27	36%	

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 12. Tiempo de servicio en caja



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

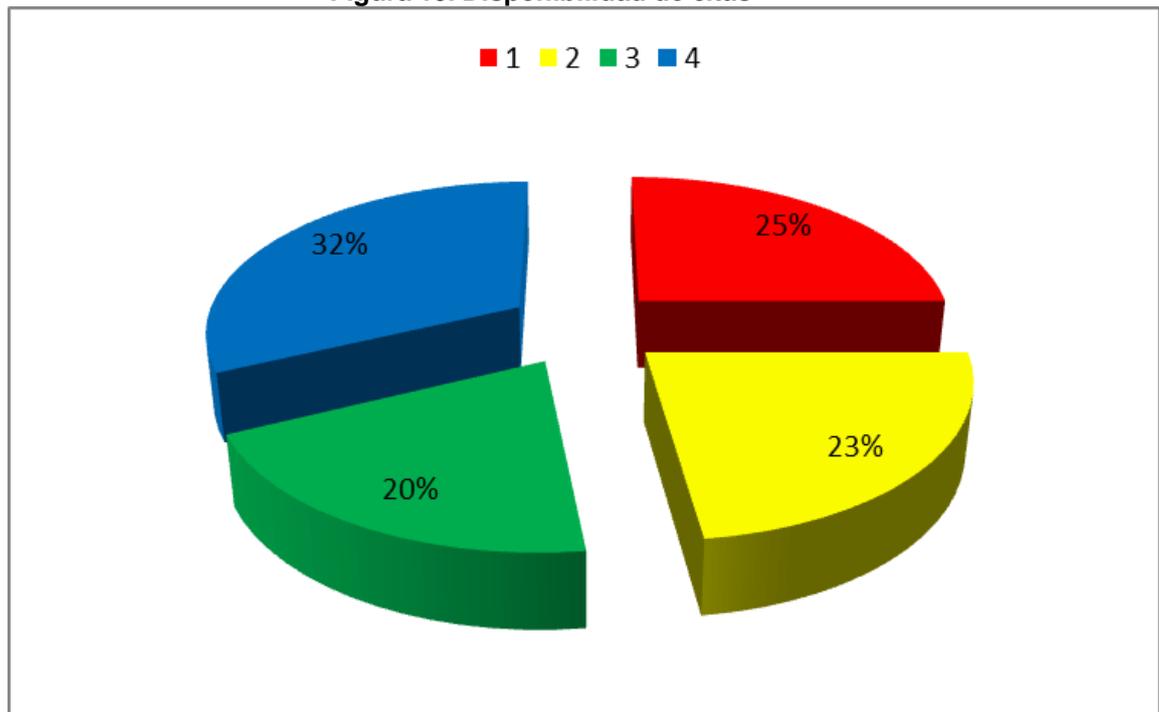
6.- ¿Las citas se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad?

Tabla 13
Disponibilidad de citas

		CLIENTES	75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE	
1.- Nada Satisfecho	19	25%	
2.- Poco Satisfecho	17	23%	
3.- Satisfecho	15	20%	
4.- Muy Satisfecho	24	32%	

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 13. Disponibilidad de citas



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

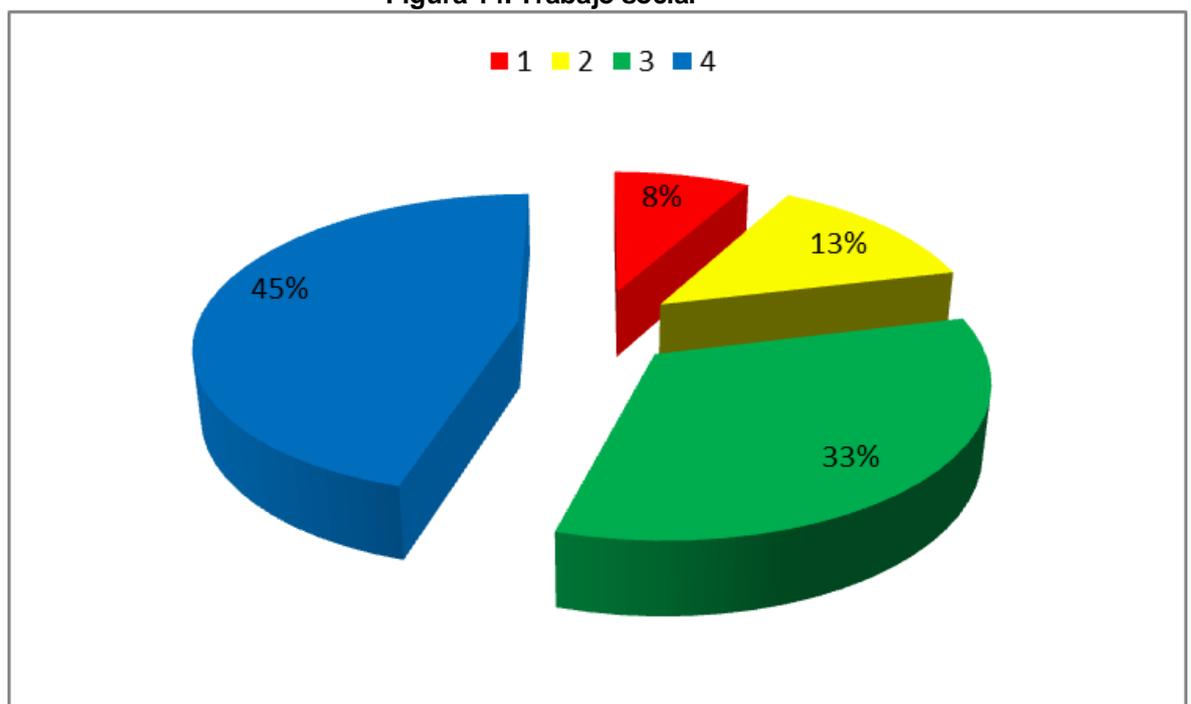
7.- ¿El trato en el área de Trabajo Social, le pareció adecuado?

Tabla 14
Trabajo social

		CLIENTES	75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE	
1.-Nada Satisfecho	6	8%	
2.- Poco Satisfecho	10	13%	
3.-Satisfecho	25	33%	
4.- Muy Satisfecho	34	45%	

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 14. Trabajo social



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

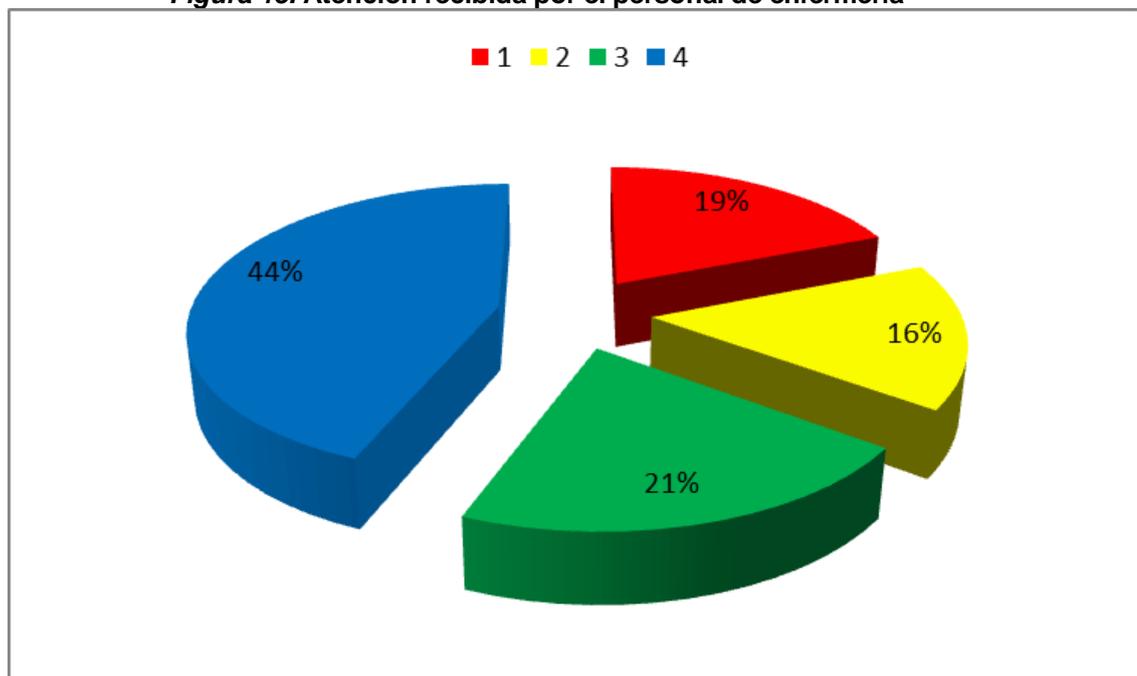
8.- ¿Califique la atención que recibió por el personal de enfermería en la toma de signos vitales le atendieron con amabilidad, respeto y paciencia?

Tabla 15
Atención recibida por el personal de enfermería

		CLIENTES	75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE	
1.-Nada Satisfecho	14	19%	
2.- Poco Satisfecho	12	16%	
3.-Satisfecho	16	21%	
4.- Muy Satisfecho	33	44%	

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 15. Atención recibida por el personal de enfermería



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

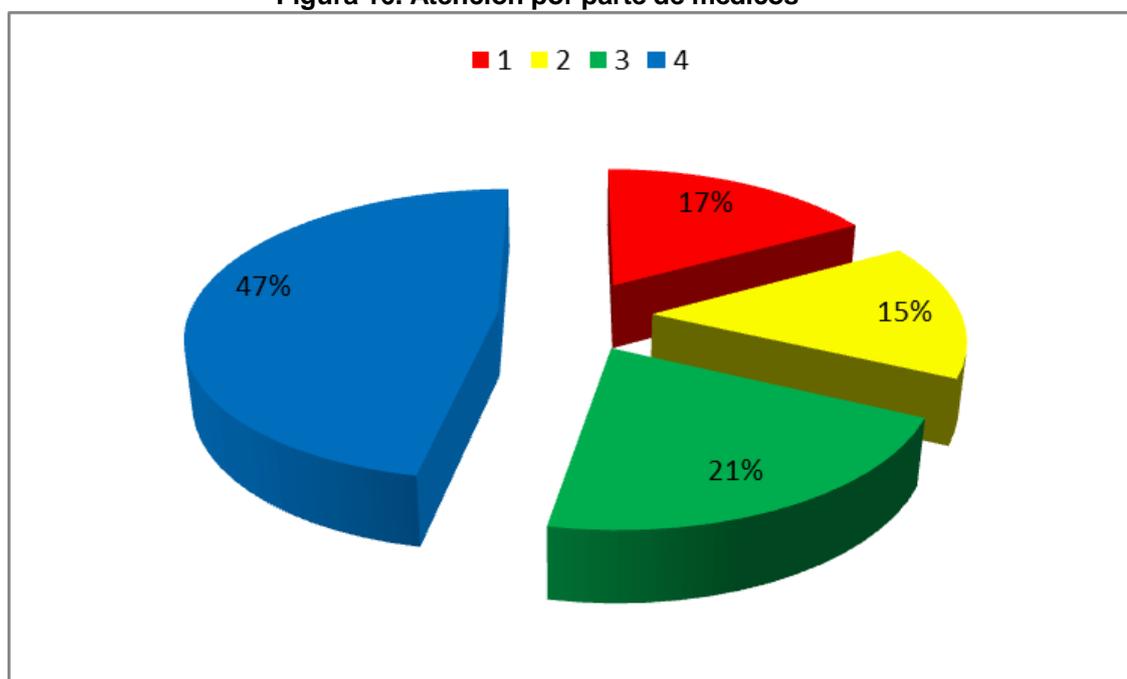
9- ¿El médico le brindó el tiempo necesario y despejó todas sus dudas sobre su problema de salud con amabilidad, respeto y paciencia?

Tabla 16
Atención por parte de médicos

		CLIENTES	75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE	
1.-Nada Satisfecho	13	17%	
2.- Poco Satisfecho	11	15%	
3.-Satisfecho	16	21%	
4.- Muy Satisfecho	35	47%	

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 16. Atención por parte de médicos



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

10- ¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio?

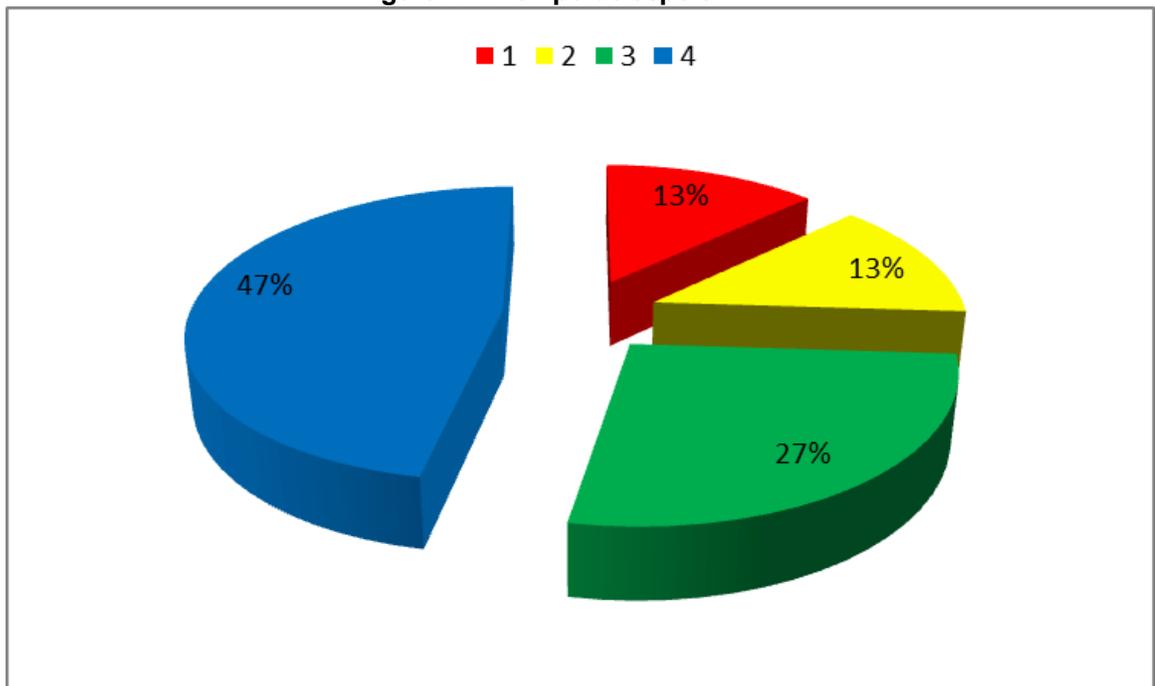
Tabla 17
Privacidad y atención médica

CLIENTES	75
-----------------	-----------

OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE
1.-Nada Satisfecho	10	13%
2.- Poco Satisfecho	10	13%
3.-Satisfecho	20	27%
4.- Muy Satisfecho	35	47%

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 17. Tiempo de espera



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

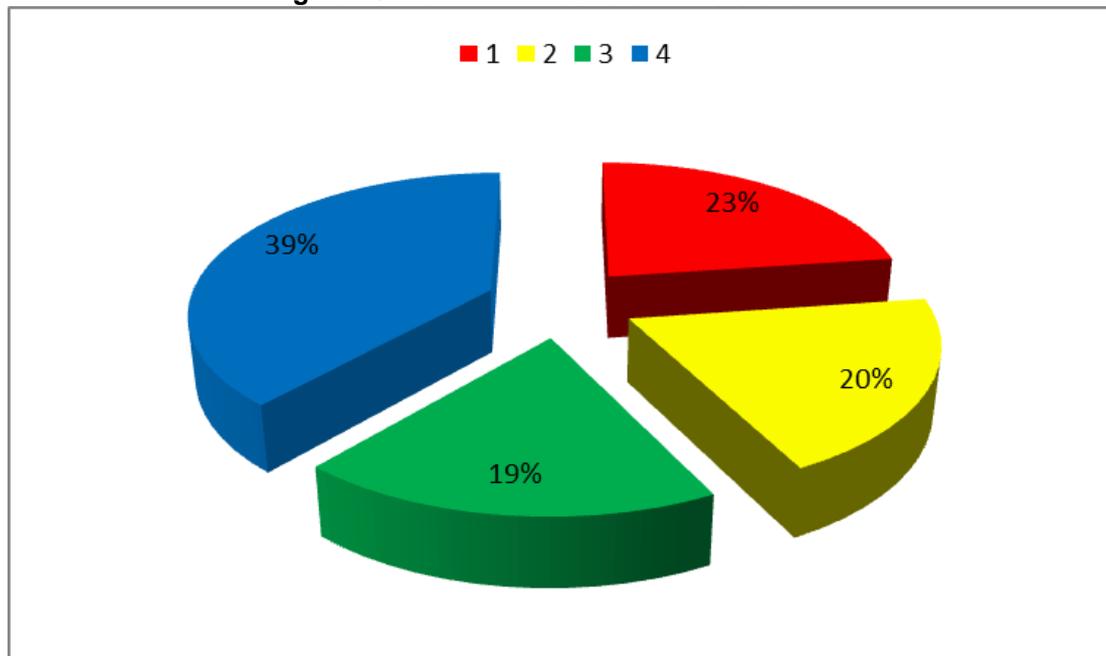
11.- ¿La atención para tomarse análisis de laboratorio fue rápida?

Tabla 18
Toma de muestra en laboratorio

CLIENTES		
		75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE
1.-Nada Satisfecho	17	23%
2.- Poco Satisfecho	15	20%
3.-Satisfecho	14	19%
4.- Muy Satisfecho	29	39%

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 18. Toma de muestra en laboratorio



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

12.- ¿La atención para tomarse exámenes radiográficos fue rápida?

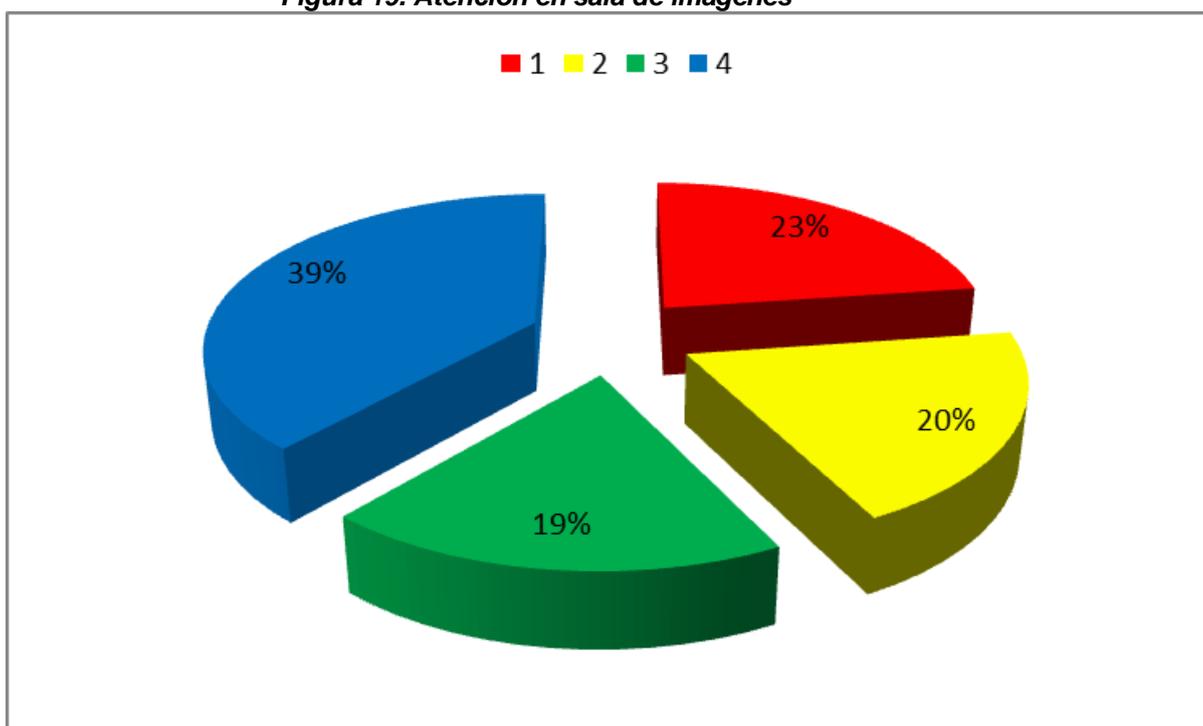
Tabla 19

Atención en sala de imágenes

		CLIENTES	75
OPCIÓN		CLIENTES	PORCENTAJE
1.-Nada Satisfecho		17	23%
2.- Poco Satisfecho		15	20%
3.-Satisfecho		14	19%
4.- Muy Satisfecho		29	39%

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 19. Atención en sala de imágenes



Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

13.- ¿La atención en farmacia fue rápida?

Tabla 20

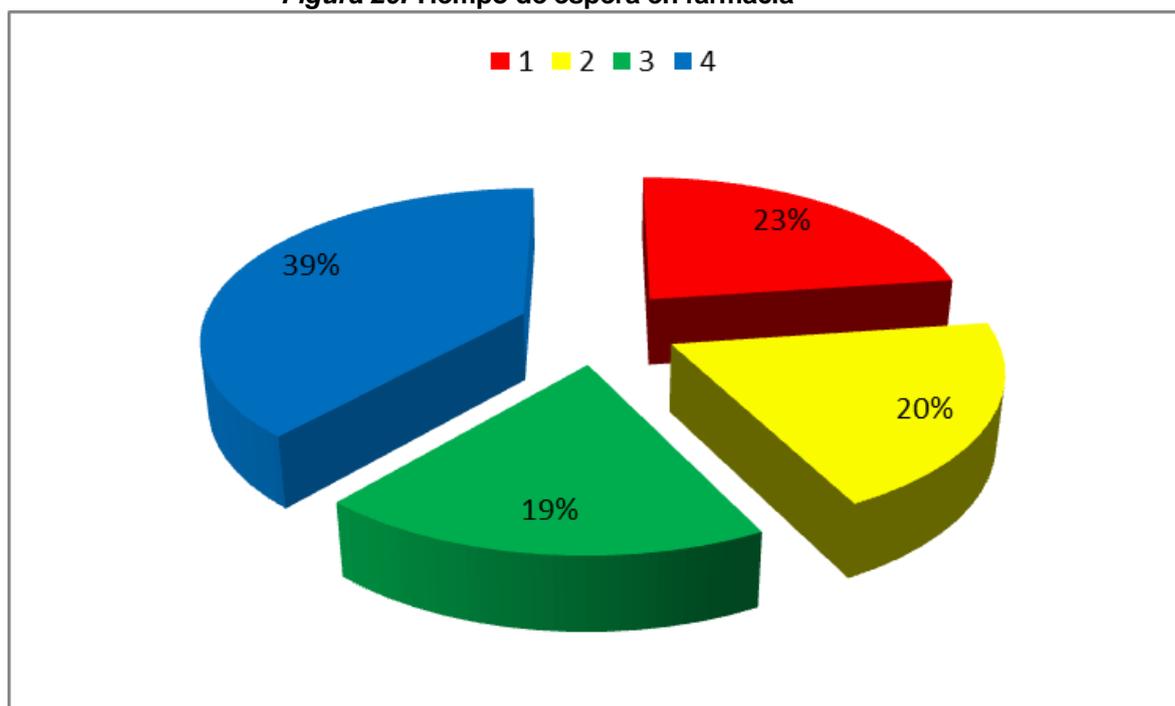
Tiempo de espera en farmacia

		CLIENTES	75
OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE	
1.-Nada Satisfecho	17	23%	
2.- Poco Satisfecho	15	20%	
3.-Satisfecho	14	19%	
4.- Muy Satisfecho	29	39%	

Fuente: Las encuestas

Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 20. Tiempo de espera en farmacia



Fuente: Las encuestas

Elaborado por: La autora de la investigación

14- ¿El consultorio y la sala de espera se encontraron limpios y fueron cómodos?

Tabla 21

Limpieza/comodidad en consultorios y sala de espera

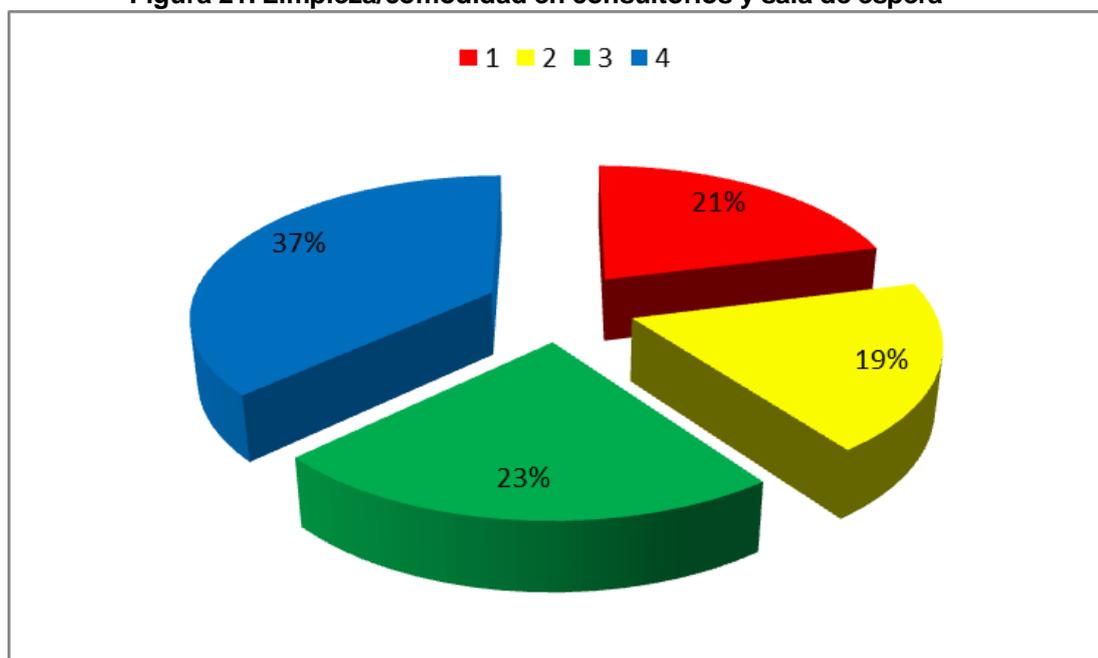
CLIENTES	75
-----------------	-----------

OPCIÓN	CLIENTES	PORCENTAJE
1.-Nada Satisfecho	16	21%
2.- Poco Satisfecho	14	19%
3.-Satisfecho	17	23%
4.- Muy Satisfecho	28	37%

Fuente: Las encuestas

Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 21. Limpieza/comodidad en consultorios y sala de espera



Fuente: Las encuestas

Elaborado por: La autora de la investigación

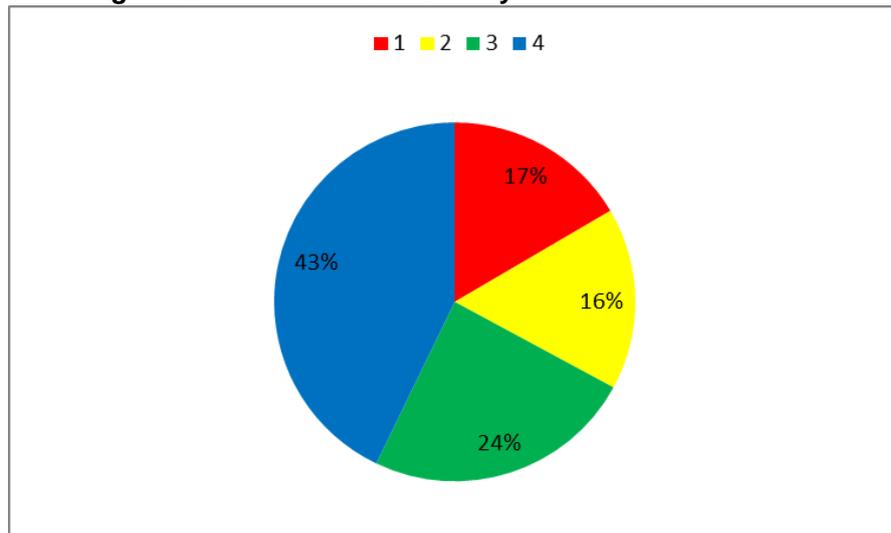
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Tabla 22
Análisis y discusión de resultados

No. de Gráfico	1.-Nada Satisfecho	2.- Poco Satisfecho	3.- Satisfecho	4.- Muy Satisfecho
002	11%	16%	33%	40%
003	3%	4%	29%	64%
004	20%	17%	20%	43%
005	9%	12%	28%	51%
006	24%	21%	19%	36%
007	25%	23%	20%	32%
008	8%	13%	33%	45%
009	19%	16%	21%	44%
010	17%	15%	21%	47%
011	13%	13%	27%	47%
012	23%	20%	19%	39%
013	23%	20%	19%	39%
014	23%	20%	19%	39%
015	21%	19%	23%	37%
TOTAL	17%	16%	24%	43%

Fuente: Las encuestas
Elaborado por: La autora de la investigación

Figura 22. Resumen del análisis y discusión de resultados



Elaborado por: La autora de la investigación

HOSPITAL GINECO OBSTÉTRICO "MARIELL"

FECHA: _____ **ENCUESTA DE MEJORAMIENTO DE SERVICIO**

SERVICIO: Consulta Externa

Edad del cliente:

15 a 35

36 a 45

46 a 50

51 a 60

Favor responda las siguientes preguntas para mejorar nuestros servicios.

Considere 1 como la menor calificación y 4 como la mayor calificación.

1.- Nada Satisfecho

2.- Poco Satisfecho

3.- Satisfecho

4.- Muy Satisfecho



1.-

1

guardia, le parec

2

3

4

2.- ¿Los carteles, letreros y flechas lo ayudaron para orientarse? Usted esta:

1

2

3

4

3.- ¿El personal de servicio al cliente le orientó y explicó de manera clara y adecuada? Usted esta:

1

2

3

4

4.- ¿El tiempo que esperó en la sala antes de la consulta, le pareció adecuado? Si _____ no _____
Usted esta:

1

2

3

4

5.- ¿El tiempo de espera y la atención en el área de Caja, le pareció adecuado? Si _____ no _____
Usted esta:

1

2

3

4

6.- ¿Las citas se encontraron disponibles y se obtuvieron con facilidad? Si _____ no _____ Usted esta:

1

2

3

4

7.- ¿El trato en el área de Trabajo Social, le pareció adecuado? Usted esta:

1

2

3

4

8.- ¿Califique la atención que recibió por el personal de enfermería en la toma de signos vitales le atendieron con amabilidad, respeto y paciencia?

1

2

3

4

HOSPITAL GINECO OBSTÉTRICO "MARIELL"

FECHA: _____ **ENCUESTA DE MEJORAMIENTO DE SERVICIO SERVICIO:** Consulta Externa

Favor responda las siguientes preguntas para mejorar nuestros servicios.

Considere 1 como la menor calificación y 4 como la mayor calificación.

1.- Nada Satisfecho

2.- Poco Satisfecho

3.- Satisfecho

4.- Muy Satisfecho



9- ¿El médico le brindó el tiempo necesario y despejó todas sus dudas sobre su problema de salud con amabilidad, respeto y paciencia? Si _____ no _____ usted esta:

 1

 2

 3

 4

10- ¿Se respetó su privacidad durante su atención en el consultorio? Si _____ no _____ usted esta:

 1

 2

 3

 4

11.- ¿La atención para tomarse análisis de laboratorio fue rápida? Si _____ no _____ usted esta:

 1

 2

 3

 4

12.- ¿La atención para tomarse exámenes radiográficos fue rápida? Si _____ no _____ usted esta:

 1

 2

 3

 4

13.- ¿La atención en farmacia fue rápida? Si _____ no _____ usted esta:

 1

 2

 3

 4

14- ¿El consultorio y la sala de espera se encontraron limpios y fueron cómodos?

Si _____ no _____ usted esta:

 1

 2

 3

 4

En conclusión ¿Cómo se siente Ud. Con el servicio recibido?

¡SUGERENCIA!

Código: xxxxxxxxxxxxxxxx

Fecha última revisión: xxxxx