



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE GUAYAQUIL

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

**LEVANTAMIENTO DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN
CENTRO MÉDICO PRIVADO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Administración de Empresas

AUTOR: JAIR EMILIANO CEDEÑO REASCO

TUTOR: FRANCISCO HERRERA AVELLÁN

Guayaquil-Ecuador

2023

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Jair Emiliano Cedeño Reasco con documento de identificación N° 0930530431 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 23 de agosto del año 2023

Atentamente,

Jair C. Reasco

Jair Emiliano Cedeño Reasco
0930530431

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Jair Emiliano Cedeño Reasco con documento de identificación No. 0930530431, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Análisis de caso: Levantamiento de los procesos de atención al cliente en centro médico privado, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Administración de empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 23 de agosto del año 2023

Atentamente,

Jair C. Reasco

Jair Emiliano Cedeño Reasco

0930530431

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Francisco José Herrera Avellán, con documento de identificación N° 0913523023 docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: : Levantamiento de los procesos de atención al cliente en centro médico privado, realizado por Jair Emiliano Cedeño Reasco con documento de identificación N° 0930530431, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Análisis de caso que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 23 de agosto del año 2023

Atentamente,



Francisco José Herrera Avellán
0913523023

Levantamiento de los procesos de atención al cliente en centro médico privado.

Survey of customer service processes in the private medical center.

Resumen

Se realizó un estudio de caso para verificar la satisfacción en los clientes en el sector salud de un centro médico privado de la ciudad de Milagro, a su vez conocer todos protocolos que debe pasar los usuarios para ser atendidos. El propósito de este análisis, es determinar los factores que permiten brindar un servicio efectivo al cliente. Para ello se aplicó la metodología de carácter cuantitativo y cualitativo, se estableció un sistema de encuestas y entrevistas, que permitió una identificación más precisa de la satisfacción en los clientes, la cual, le brindará una fidelidad por parte de los clientes y el centro médico como tal, por lo tanto, debe manejarse con cuidado y asegurarse de que todos los colaboradores responsables de este proceso estén capacitados para brindar la mejor atención posible. En conclusión, para poder levantar los procesos de atención al cliente en el centro médico privado, tanto el personal de trabajo como los clientes, deben esforzarse por mantener y respetar los protocolos establecidos para que la calidad del servicio no se vea afectado. El presente estudio permitió obtener una visión más amplia de los factores que se consideran durante el proceso de atención, personal del centro médico y clientes participaron en su determinación. El resultado encontrado de este análisis dio como diagnóstico una gran satisfacción por parte de los clientes que hacen uso del servicio en dicho centro médico privado, y se propone diseñar planes estratégicos para aumentar la producción en las áreas con mayor flujo de pacientes.

Abstract

A case study was carried out to verify customer satisfaction in the health sector of a private medical center in the city of Milagro, in turn knowing all the protocols that users must go through to be treated. The purpose of this analysis is to determine the factors that make it possible to provide effective customer service. For this, the quantitative and qualitative methodology was applied, a system of surveys and interviews was established, which allowed a more precise identification of customer satisfaction, which will provide loyalty on the part of the customers and the medical center. as such, therefore, it must be handled with care and ensure that all collaborators responsible for this process are trained to provide the best possible care. In conclusion, in order to lift the customer service processes in the private medical center, both the work staff and the clients must strive to maintain and respect the established protocols so that the quality of the service is not affected. The present study allowed obtaining a broader vision of the factors that are considered during the care process, medical center staff and clients participated in its determination. The result found from this analysis gave a diagnosis of great satisfaction on the part of the clients who make use of the service in said private medical center, and it is proposed to design strategic plans to increase production in the areas with the highest flow of patients.

Palabras clave

Atención al cliente, satisfacción, calidad, procesos, sector salud, privado, médico, Milagro.

Keywords

Customer service, satisfaction, quality, processes, health sector, private, medical, Milagro.

1. Introducción

El centro médico privado dedicado a brindar prestación de servicios médicos a la comunidad de la ciudad de Milagro con la alianza de seguros y coberturas del estado, dicha institución fue creada con el objetivo de facilitar a los moradores de las zonas aledañas un aliado para sus controles y revisiones de salud sin embargo no se contaba con el nivel de la demanda en el sector, la misma que tiene pocos prestadores y estos su nivel de participación es bajo. El centro médico tiene una cartera de servicios que van desde la atención primaria (consultas generales), interconsultas de especialidades hasta cirugías generales que no impliquen hospitalización.

La gestión de procesos se ha basado directamente en el intento de lograr y mantener la calidad de los productos, que llegarían al consumidor.

En la década de 1980, el control de los procesos se ha convertido en garantía de calidad, la cual no se limita exclusivamente al producto, sino que; abarca todo el proceso y la cadena de atención al cliente quienes son los que dan la aprobación de la atención y garantizan la misma. La medición y el control de los procesos se llevan a cabo en la cadena de mando y es responsabilidad de la empresa demostrar al cliente la calidad del producto o servicio. (calidad, 2020)

La gestión de los procesos se ha consolidado en el mercado moderno y exige una política de mejora continua de sus procesos, gestión de recursos, clientes y proveedores como lo establece la norma de calidad ISO 9001-2015. Para cumplir con estos requisitos de mejora continua, diversas organizaciones han implementado protocolos y manuales, creando estrategias que les permiten mantener una ventaja competitiva a nivel nacional e internacional, logrando una proyección efectiva en las metas y objetivos planteados dentro de su organización.

En el análisis de caso se levantó información de la atención al cliente en el sector de la salud médica privada, el cual posibilitó que los pacientes del centro médicos estén más satisfechos con la mejora del rendimiento y la calidad de dicho centro médico, dado que en países como Ecuador los servicios públicos tienen un nivel de satisfacción muy bajo y a esto se debe sumar la falta de hospitales de la red pública, tal como lo evidencia un estudio del año 2022, en el cual se concluye que en todo el país existen 4.136 establecimientos de salud, de los cuales 3.301 pertenecen al sistema público (censos, 2020). Contando con 29.586 médicos para 17.8 millones de habitantes – al 2021-

Sobre todo, se le debe sumar que, para poder obtener una certificación de calidad en atención al cliente reconocido internacionalmente, podría permitir a las entidades dedicadas a los servicios de salud obtener más contratos, licitaciones y acuerdos internacionales. También mejora la imagen y la reputación gracias al sello de aprobación, que confirma la aplicación de procesos validados y eficaces para mejorar el rendimiento del centro médico.

En cuanto a los procesos internos, las acciones preventivas y el análisis de riesgos para la minimización de daños y el mantenimiento de los objetivos de mejora continua son puntos deficientes dentro del centro médico de la ciudad de Guayaquil; además, de que se reconoce una clara insatisfacción por parte de los pacientes que se hacen atender en dicho centro médico, con una elevada tasa de reclamos e inconformidades. La satisfacción del cliente, -en este caso de los pacientes-, es un factor clave para el crecimiento de la empresa.

Respecto a los procesos, normas de calidad son herramientas que proporcionan estándares necesarios para que las empresas de servicios médicos puedan adaptar su gestión de servicio operativo, productividad a las circunstancias y mejorar la satisfacción al cliente, además de la calidad técnica del servicio percibida por el mismo.

Para comenzar a tener una visión diferente de las actividades actuales del centro

médico de la ciudad de Guayaquil, es muy importante cumplir con los procesos de atención al cliente, de este modo, el centro puede restablecer sus funciones y actividades con el objetivo de gestionar sus procesos centrándose en la satisfacción del paciente, eliminando las inconformidades y mejorando sus sistemas mediante la correcta aplicación del concepto de mejora continua.

Por lo que se refiere a la gestión de proceso, se apoya en un sistema de documentación que es importante para lograr la calidad, ya que refleja la forma de operar, el desarrollo de los procesos y las decisiones centradas en la satisfacción del cliente.

Aquí vale destacar que los procesos no son selectivos y es un buen modelo de calidad porque define lo que debe hacerse sin decir cómo debe hacerse. Independientemente del tipo de empresa, los procesos de calidad tienen un objetivo común: satisfacer las necesidades y expectativas del cliente mediante acciones planificadas.

Al mismo tiempo, el desarrollo de la presente investigación permitió reflejar un análisis crítico de los beneficios que traería consigo para el centro médico de la ciudad de Milagro el levantamiento de los procesos de atención al cliente, pudiendo identificar de manera inequívoca todos los aspectos relativos al buen funcionamiento del entorno sanitario.

Objetivo general:

- Levantar los procesos de atención al cliente en centro médico privado.

Objetivos específicos:

1. Identificar el estado actual de los procesos de atención al cliente del centro médico privado.
2. Determinar el nivel de satisfacción de los pacientes del centro médico privado.
3. Proponer los procesos óptimos de atención en el centro médico.

2. Materiales y método

2.1. Materiales

Para el presente proyecto se llevó a cabo la recopilación de fuentes primarias que validen la información y datos relevantes del estudio. Por ello, el asentar bases teóricas permitirá al lector tener una visión y comprensión amplia de los temas a tratar en la investigación. Acorde a lo mencionado, a continuación, se hace referencia a diferentes autores que conceptualizan las variables más relevantes para el posterior análisis.

Normas ISO

Era 1947, el mundo se recuperaba aún de la Segunda Guerra Mundial, en un entorno aun de incertidumbre y de un levantamiento masivo de las empresas para recuperar el espacio dejado por escasez de la guerra, se crea ISO con un total de 25 países en la ciudad de Londres y tan solo 4 años después se crea la primera Norma ISO conocida como ISO/R1:1951, en la actualidad ISO 1:2002. (Software DELSOL., 2019)

Es importante remarcar esta reseña dado que a lo largo de este proyecto debemos referirnos a las normas ISO de manera repetida, dado que, son las normas rectoras de los procesos de calidad y partiendo de la base normativa, las empresas pueden enfocarse en el cumplimiento de metas específicas o generales.

¿Qué son las normas ISO?

“**ISO** (International Standardization Organization) es la organización que se encarga de la creación de normas de fabricación, comercio y comunicación que tienen un alcance internacional. La obtención de una **certificación ISO** en alguna de sus normas, garantiza que la empresa o profesional que la posea sigue las normas o estándares para asegurar la calidad, seguridad y eficiencia de sus servicios o productos” (SMO TEAM, 2020)

Calidad

El artículo 52 de la Constitución de la República de Ecuador “garantiza por parte del estado el acceso a servicios públicos y privados de excelente u óptima calidad”, de igual forma el artículo 66 del mismo cuerpo legal dicta: “El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”.

Cuando se habla de calidad inmediatamente lo asociamos a un producto: alimentos, ropa; etc. nada más alejado de la realidad, la calidad es esa prolijidad que debe tener nuestro producto o servicio – sea cual sea el rubro-

Según la norma ISO 9000-2005, la calidad es: “el grado en que un conjunto de características inherentes a un objeto (producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso) cumple con los requisitos.” (9000)

Si bien es cierto que, los clientes que requieren productos o usuarios de servicios anteponen la satisfacción de sus necesidades mediante ellos, la perspectiva positiva del proceso de adquisición u obtención se ve reflejado mediante la calidad del producto o servicio. Es entonces que, la calidad juega un papel más que importante en el mercado de servicio, donde las percepciones y juicios sobre la validez y valor tienen mucho que ver con este factor influyente.

“La calidad se define como a la satisfacción del cliente, es y en bien, el resultado de la prevención de errores, no de la evaluación de lo que se ha hecho. La calidad se mide por el precio de la no conformidad” (p. 2) (Miguel, 2019)

El autor Moisés Ramírez Tapia explica que: “un producto o servicio será de calidad cuando logre satisfacer las necesidades, expectativas y requerimientos del consumidor” es decir que para el escritor existen 3 claros objetivos que cumplir con el logro de la calidad del servicio. (Tapia, 2011)

Estándares de calidad

“Los estándares son acuerdos que estructuran cualquier actividad o industria. Son reglas o guías que todos aplican. Asimismo, constituyen en una forma de medir, describir o calificar productos o servicios”

Gestión de calidad

“Lo que en la actualidad conocemos como Gestión de Calidad es el conjunto de acciones, medidas y soluciones orientadas a la mejora continua de los procesos internos de una organización, tomando como objetivo principal el aumento del nivel de satisfacción de un grupo de clientes o consumidores” (Isotools , 2022).

La gestión de calidad o control de calidad es una actividad operativa llevada a cabo por los gerentes y el personal de la empresa, que influye en el proceso de creación de productos o servicios, para garantizar su calidad, al realizar las funciones de planificación y control de calidad, comunicación (información), desarrollo e implementar medidas y tomar decisiones sobre la calidad (González, 2018).

En referencia a lo anteriormente expuesto podemos concluir que la gestión de calidad es ese sin número de acciones encaminadas a poder identificar posibles errores en los procesos de atención o de producción de un producto, es decir, inclusive podrían ser las herramientas para usar para tener el control de posibles errores a cometer.

La principal razón visible de la incapacidad de la empresa, que se convierte en un problema estratégico, es la calidad no competitiva de los productos. Por otro lado, para (Isaza, 2018). Un sistema de gestión de la calidad es un sistema de organización de la gestión que permite a una empresa alcanzar sus objetivos y lograr la competitividad de sus productos, por lo tanto, la disposición de brindar un buen servicio está ligado al proceso que se realice en la gestión de la calidad. En la actualidad los problemas de calidad se han vuelto tan complicado, y esto se debe cada vez más por la competitividad del mercado. Por ello, para ser efectivo se debe diseñar e implementar un proceso de gestión en las primeras etapas de desarrollo del servicio. Es decir, la calidad debe ser planificada, y tener un estilo de liderazgo que genere una nueva cultura de gestión empresarial.

La relevancia de este problema radica en que la gestión de la calidad son métodos y actividades de carácter operativo, que incluyen: la gestión por procesos, identificando diversos tipos de inconsistencias en los productos, la producción o en el sistema de calidad y eliminación de inconsistencias, así como sus causas.

La gestión de la calidad reúne un conjunto de acciones y procedimientos que buscan garantizar la calidad, no de los productos en sí, sino del proceso para el cual se obtienen estos productos. (ISO-9001, 2020)

Métodos en la gestión de calidad

La tarea principal del concepto moderno de gestión de calidad es la creación e implementación de un sistema de gestión.

- El papel de la dirección debe orientarse hacia el nuevo sistema. La alta dirección debe ser responsable de integrar en el modelo general de gestión empresarial establece objetivos y direcciones principales de actividad, así como formas de implementación. Establecer metas y analizar resultados es fundamental para las actividades de los líderes.
- La orientación al cliente tiene como objetivo identificar sus necesidades. Si se está introduciendo un sistema de indicadores de satisfacción del cliente, entonces este sistema de indicadores se pone en la base del sistema de motivación de los empleados.
- La planificación estratégica logra no solo lo tradicional, sino también lo invisible e inconmensurable como: el nivel de satisfacción del cliente, la imagen positiva de la empresa, el prestigio de la marca.
- La participación de todos los empleados es más efectiva si se utilizan las habilidades de los empleados en todos los niveles. La alta dirección orienta las metas de los empleados y que estas se acerquen a las metas de la organización. El autocontrol para el manejo de los procesos por parte de los colaboradores deber ser similar al control de la empresa en la gestión de la calidad. El principio de sinergia se aplica cuando se emplean actividades de equipo.
- Se requiere capacitación del personal en forma regular, se evalúa la efectividad de la capacitación.
- El desarrollo de productos y servicios ocurre cuando cambian las necesidades y expectativas de los consumidores. Se reduce la duración del ciclo "desarrollo – implementación. (López, 2018)

En base a esto, una organización o empresa que se adhiere a las condiciones y requisitos de este certificado recibe muchas oportunidades útiles, que van desde una competencia efectiva con otros fabricantes hasta una mejora significativa en la calidad del producto o servicio fabricado. Incluso estos dos parámetros principales pueden maximizar la mejora y aumentar las ganancias de la empresa. La norma ISO 9001 en este sentido es una valiosa garantía de éxito, longevidad y prosperidad del fabricante. (Serrano, 2022)

La estandarización según ISO 9001 no elimina la necesidad de emitir certificados separados para ciertos tipos de bienes, productos y servicios incluidos en la lista de categorías que requieren certificación obligatoria.

Levantamiento de procesos

Procesos

Los procesos son un grupo de actividades que están relacionadas entre sí, vinculándose entre varias acciones con la finalidad de obtener el inicio de un producto o servicio hasta la finalización cuando llega al consumidor final. Estas varias acciones se deben enfocar en tal sentido que podamos tener un norte de cuál es el proceso específico –en este caso procesos de calidad- para qué necesitamos hacer las mediciones o el levantamiento de información y por último que voy a hacer como Centro Médico con las mediciones que arroje el levantamiento de información; esto quiere decir: Qué medidas voy a tomar en función de las mediciones hechas.

Elementos del proceso

Dentro de los elementos reconocidos por la literatura sobre los procesos se pueden identificar:

Recursos: Se refiere a todo lo que se necesita para poder ejecutar el servicio de manera óptima, esto es: Hardware, Software, capacitación continua, papelería y todo elemento que garantice el correcto funcionamiento del proceso.

Entradas: “Corresponde al proveedor del proceso y se definen bajos criterios de aceptación previamente definidos” (ISO 9001 calidad , 2021)

Requerimientos: Los requerimientos es toda expectativa que tiene el consumidor final sobre lo que va a recibir. Los requerimientos deben ser claros y precisos para poder identificar la necesidad primaria y tener total control de lo que espera el cliente.

Salidas: Es lo que se ofrece al destinatario o al consumidor final, todos los productos o servicios que tiene como resultado el proceso y que van acorde con los requerimientos hechos por el usuario.

Características del proceso

Se centran en el elemento más importante del proceso “el Cliente/paciente”.

Un proceso debe ser medible, especificar los tiempos, costos de los productos ofrecidos o servicios y la calidad.

Los procesos deben tener conexión entre sí, no pueden pasar desapercibidos unos de otros. Todo proceso debe tener un control cualitativo y cuantitativo.

Componentes de los procesos

Clientes/pacientes: Son las personas a las que va a llegar el producto o servicio final.

Proveedores: “Por definición, el proveedor se encarga de abastecer a terceros de distintos recursos con los que él cuenta. De manera profesional, otorga a terceros dichos recursos

para el desarrollo de actividades comerciales o económicas de estos” (Galán, Javier Sánchez, 2018)

Agentes externos: Son todas aquellas personas que no están dentro del proceso como tal, pero que se van a ver afectados o beneficiados por el proceso.

Beneficios de los procesos

Dentro de los beneficios más claros de los procesos está:

Una conexión directa con las necesidades del cliente/paciente
Mejoramiento continuo de las propuestas de productos o servicios
Se puede hacer una evaluación continua por zona de trabajo
Se pueden prevenir errores y ejecutar cambios de manera inmediata.

Tipos de procesos que se pueden implementar

A pesar de que el tipo de proceso óptimo para cara, producto o servicio será dictado por el giro del negocio o del producto específico, en esta ocasión nosotros nos enfocaremos en los tipos de procesos a los que hace referencia las Normas ISO 9000: 2008.

Estos tipos son:

Procesos de realización: son todos los procesos que nos van a dar a conocer los resultados propios.

Gestión de recursos: son todos los recursos que se necesitan para poder llegar al objetivo principal (Misión/Visión).

Procesos de medición: son todos los procesos necesarios para tener los análisis, las mediciones y las estrategias a usar para recopilar datos que nos ayuden a hacer un análisis o auditoría.

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente forma parte de los objetivos de la gestión de calidad de las Normas ISO 9001, se centra en la medición, análisis y desarrollo, así como la supervisión del proceso de calidad y gestión.

Cuanto mayor sea el nivel de satisfacción del cliente, más rentable será el negocio. Un cliente satisfecho se vuelve permanente, lo que significa que puedes predecir la demanda y construir una estrategia basada en este indicador. (Álvarez, 2018)

Casi todo cliente, al momento de tomar una decisión de compra, se encuentra en un estado de expectativa interna, piensa que quizás haya mejores opciones y que necesita ver qué pueden ofrecer sus competidores. La satisfacción del cliente es una herramienta poderosa para aumentar las ganancias, también demuestra el grado de confianza en sus actividades y en su producto.

Los datos necesarios sobre el nivel de satisfacción del cliente se pueden obtener en el proceso de un simple cuestionario o encuesta. Estas formas de organización de la investigación son especialmente importantes para las empresas que no cuentan con los recursos necesarios para confiar este trabajo a especialistas de agencias de marketing profesionales.

Por tanto, cualquier empresa que ya cuente con una base de consumidores propios debe necesariamente estudiar el nivel de satisfacción de sus clientes para lograr sus

objetivos.

Así, a partir de los resultados de evaluar el grado de satisfacción de la mayoría de los clientes existentes de un salón de belleza, es posible medir las expectativas de aquellas personas que solo planean visitarlo.

Un cuestionario de satisfacción del cliente bien diseñado, según Villaverde y Bedoya (2020) le permite:

- Determinar qué tan satisfechos están los clientes con el producto o servicio en su conjunto;
- Comparar la visión de los empleados de la empresa con las expectativas de los clientes;
- Ver prioridades que contribuyen a las oportunidades de mejora;
- Formar bases de datos para las actividades del sistema de gestión de la calidad;
- Aumentar las tasas de retención de clientes;
- Resumir sus valores;
- Mantenerse dentro de los requisitos de la norma ISO 9000

Tal investigación de mercado sobre los procesos de atención que involucra a clientes reales puede caracterizar adecuadamente la calidad de los productos y evaluar el nivel de servicio, ayudan a ver las debilidades de los procesos comerciales y las formas de mejorarlos, para formarse una idea del nivel de calidad de referencia desde el punto de vista de los clientes.

Si una empresa que ha sido informada sobre los valores y prioridades de sus clientes trabaja activamente para igualarlos, las tasas de retención de clientes pueden ser muy altas.

Servicios médicos

Es un determinado conjunto de medidas médicas; terapéuticas, preventivas, de diagnóstico, realizadas en relación con un paciente, que tienen un valor completo independiente.

Como parte del flujo en el proceso de servicio médico se encuentran:

Procedimientos y exámenes: medidas médicas individuales destinadas a brindar atención médica, descritas por los requisitos de las tecnologías para su implementación, pero que no tienen un valor preventivo, diagnóstico, terapéutico o de rehabilitación completa e independiente, que son elementos auxiliares de los servicios médicos.

Trabajadores médicos: empleados de una institución médica que están directamente relacionados con la prestación de servicios médicos.

Pacientes/ usuarios: es un consumidor de un servicio médico que solicita asistencia médica a una institución o trabajador médico.

2.2. Métodos

El enfoque de la investigación que se tomó para el estudio es mixto, debido a que recopiló información y datos de carácter cualitativo y cuantitativo.

Enfoque cualitativo, hace referencia a variables o características dentro del estudio que se pueden interpretar por medio de sus cualidades de manera redactada. Considerando así fundamentaciones teóricas de autores y otros datos y características del objeto de estudio.

Enfoque cuantitativo, se describió en unidades numéricas y tiende a interpretarse de manera exacta como resultado de una investigación de mercado que aplica instrumentos de bases de datos para su recolección y procesamiento.

Tipo de investigación

El tipo de investigación para este análisis es de diseño no experimental transversal, puesto que se realiza en un período de tiempo único para la recolección de datos, a su vez, se describe las variables y se interpretan por la relación de cada una. Considerando que son; procesos de atención al cliente y gestión de calidad en centro médico de la ciudad de Milagro.

El nivel de investigación es descriptivo, puesto que se pretende analizar la relación de los beneficios que una certificación ayuda en la gestión de procesos del centro médico privado de la ciudad de Milagro.

Unidad de análisis

Las unidades de análisis para este proyecto son los siguientes:

1. El centro médico de la ciudad de Milagro.
2. Los pacientes que reciben asistencia médica, de manera que se pueda conocer su satisfacción con la calidad del servicio otorgado.

Población y muestra

A fin de recabar información es importante saber en quiénes se enfocó la investigación, por ello se describe la población, la cual fue de forma no probabilística e intencional:

Centro médico de la ciudad de Milagro

3 Gerentes del centro médico: Quienes proporcionaron información sobre el estado actual de la gestión de los procesos de atención al cliente del centro médico, y su conocimiento acerca de los procesos y sus beneficios. En este punto se diseñó un modelo de entrevistas con preguntas abiertas que permitan dar respuestas a lo mencionado, ya que los implicados conocen de cerca los procesos internos que se manejan dentro de la unidad de salud.

Usuarios que accedieron al servicio médico: 369 usuarios por la unidad de salud, a los cuales se les realizó una encuesta presencial mediante dispositivos digitales, para conocer su nivel de satisfacción con el servicio otorgado, se llevó a cabo una encuesta con 10 preguntas cerradas estructuradas.

Se realizó un muestreo aleatorio simple, la ejecución fue de forma directa a los usuarios de servicios de la unidad médica, una vez realizada la atención, con preguntas cerradas y abiertas de tipo cuantitativo y cualitativo.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se consideró un 95% de Nivel de confianza, un margen de error del 5% y como referencia del total de la población de pacientes atendidos en el mes de junio del 2023, siendo esta de 8800 pacientes.

Para calcular n (volumen de la muestra) se usó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 Npq}{e^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

DATOS:

Número de población (N) = 8800

Nivel de confianza (z) = 1,96

Margen de error (e) = 0,05

Probabilidad de éxito (p) = 0,5

Probabilidad de fracaso (q) = 0,5

$$n = \frac{8800(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2(8800 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{8800(3.8416)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(8799) + 3.8416(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{8451.52}{22.9579}$$

$$n = 368.13 = 369$$

Establecida la muestra, se procedió a realizar la encuesta en el centro médico privado situado en la ciudad de Milagro mediante la plataforma QuestionPro en la primera semana del mes de julio del 2023, el punto estratégico donde se realizó el cuestionario a los clientes fue la sala de espera.

3. Resultados

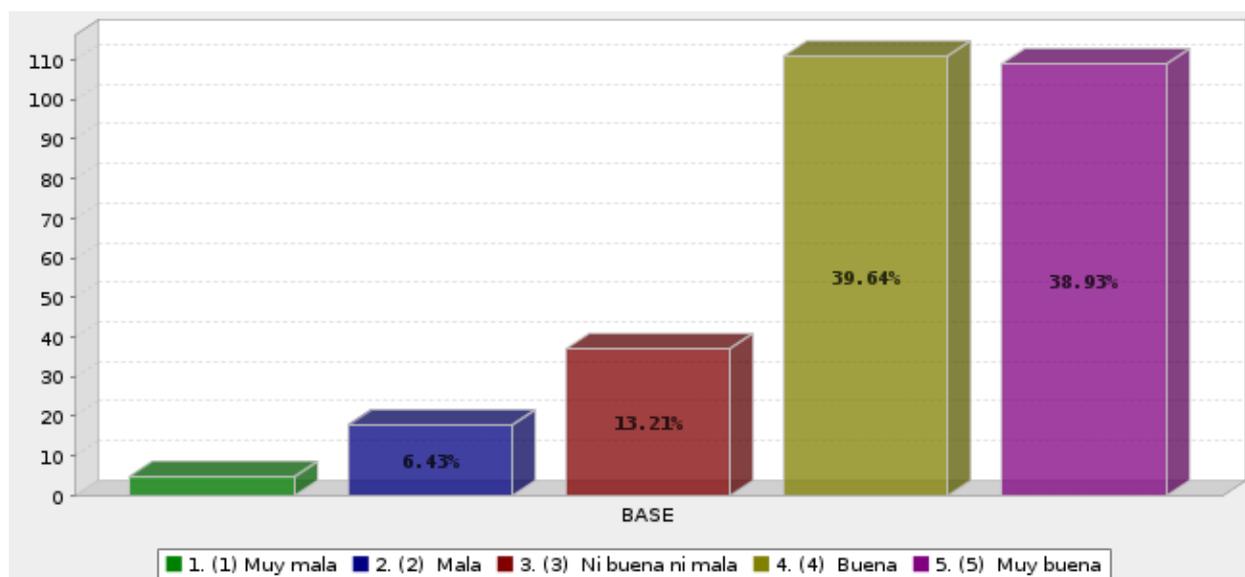
Una vez identificado y establecido previamente el problema de investigación del estudio de caso, se aplicaron técnicas de investigación establecidas, en las cuales se determinó un tipo de cuestionario de pregunta a los clientes del centro de salud privado.

Se procedió a realizar una encuesta dirigida a los clientes del centro médico donde se logró identificar el estado actual de la atención de los clientes, dicha encuesta se estructuró de 9 preguntas con respuestas múltiples y 1 pregunta de comentarios, los resultados obtenidos de la encuesta fueron los siguientes:

1. ¿Valore la eficiencia de la atención en recepción?

Figura 1

Nivel de atención al cliente.



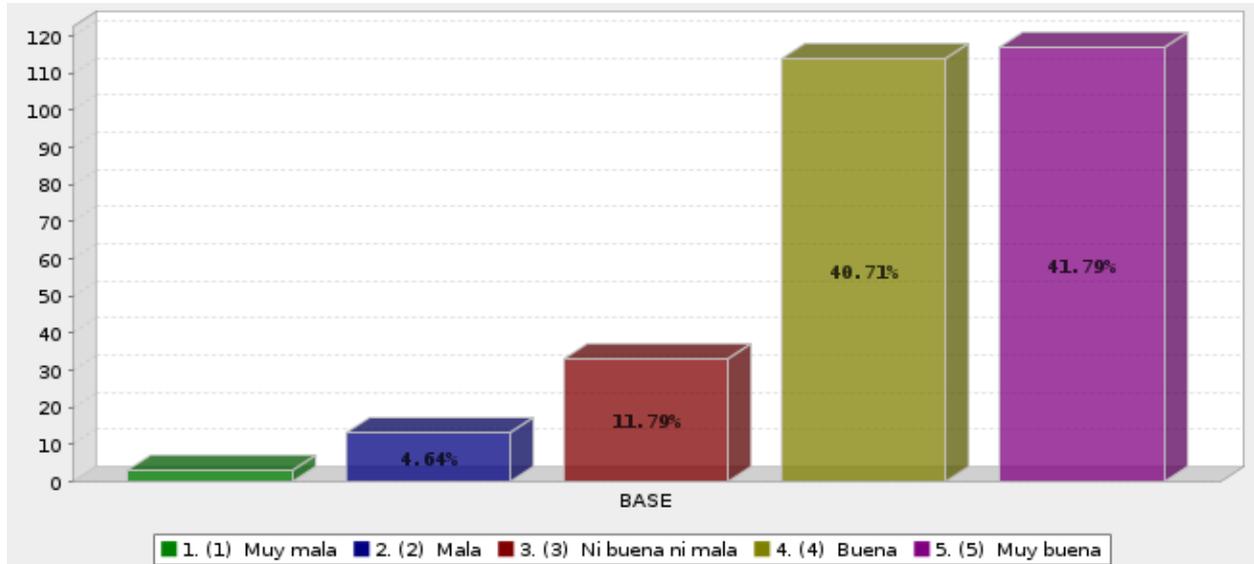
Fuente: elaborado por el autor

Nota. El 39.64% de los clientes encuestados considera que la atención es buena dándole una calificación aceptada, la figura también da referencia significativa al porcentaje de muy buena con el 38,93% esto responde a una clientela satisfecha de cómo fueron atendidos por el personal de esta área.

2.- ¿Cómo considera usted que ha sido tratado por el personal de la institución?

Figura 2

Trato del personal.



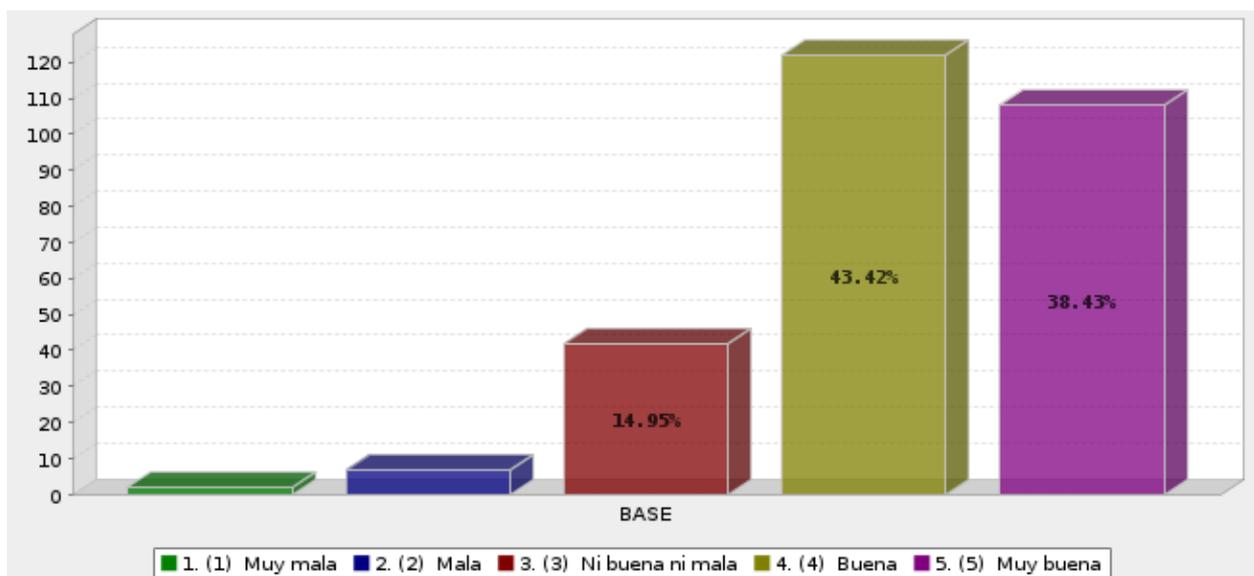
Fuente: elaborado por el autor

Nota. En la presente figura se aprecia que el 41,79% de los encuestados opina que la atención es muy buena, dándole una calificación aceptable, ya que se encuentra por debajo de la media, aun así, es relevante, sin embargo, el tan solo el 1,07% de los encuestados opinan que es muy mala.

3.- ¿Valore las condiciones de la sala de espera?

Figura 3

Sala de espera.



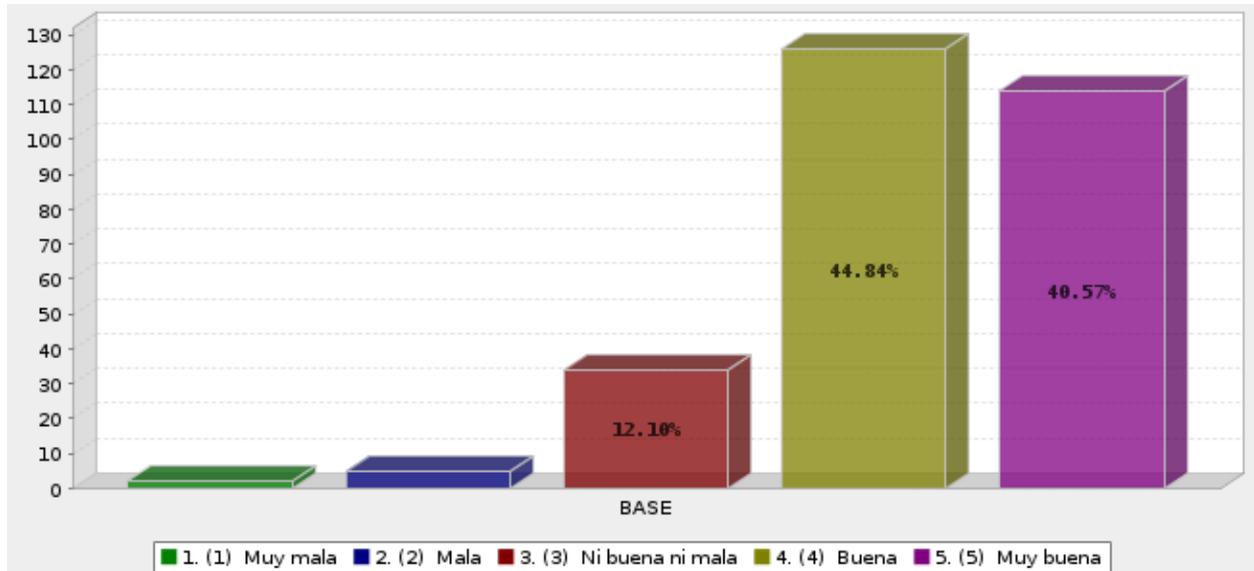
Fuente: elaborado por el autor

Nota. Según la valoración de las condiciones de sala de espera, los encuestados opinaron que es buena alcanzado el 43,42% seguido muy de la mano de muy buena con un porcentaje del 38,43% con esto podemos identificar que se mantiene una sala de espera óptima para los pacientes.

4.- ¿Cuál es su valoración ante la calidad del servicio?

Figura 4

Calidad del servicio.



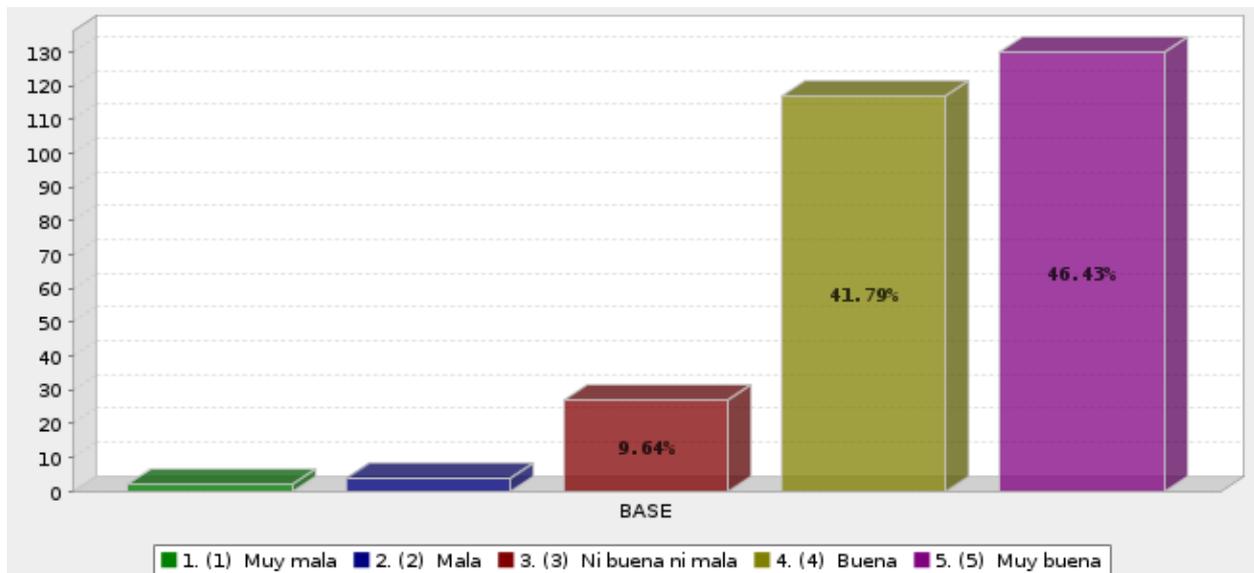
Fuente: elaborado por el autor

Nota. Del total de los encuestados en la siguiente figura se puede identificar que la valoración ante la calidad de servicio en el centro privado contiene un porcentaje bueno con el 44,84% en cambios algunos encuestados dicen que es muy buena con el 40,57%, mientras que una valoración negativa apenas llega al 0,71% que no representa mayormente a la muestra.

5.- ¿Cómo considera las explicaciones que le dio el médico y/u odontólogo para satisfacer sus inquietudes?

Figura 5

Explicaciones médicas.



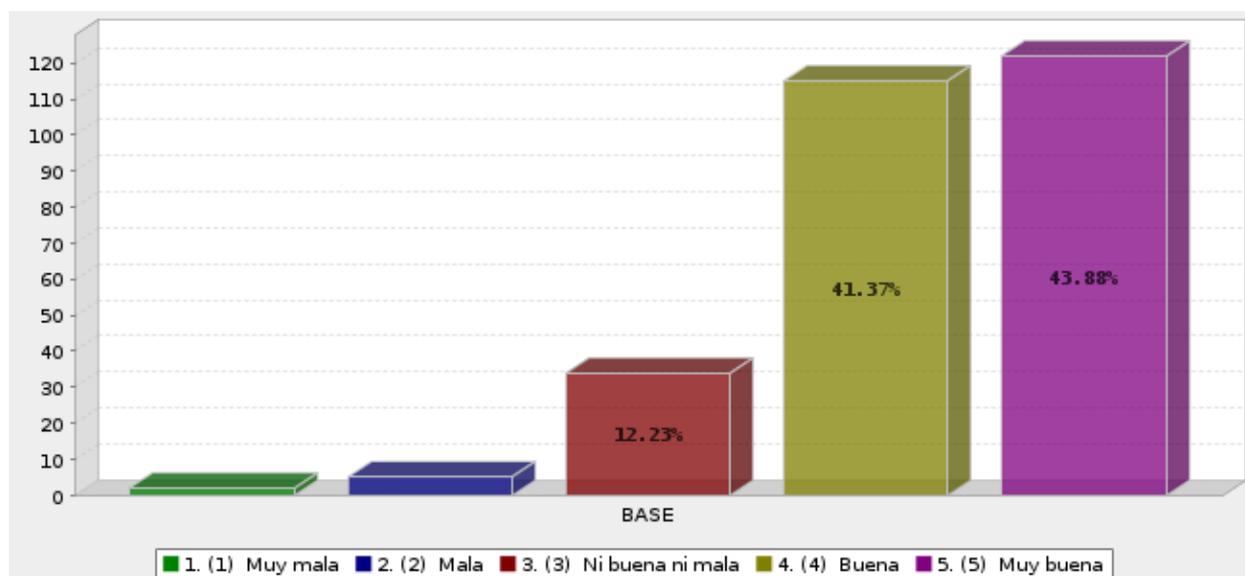
Fuente: elaborado por el autor

Nota. Se puede notar que la presente pregunta sobre la satisfacción de clientes o inquietudes, el 46,43% de los encuestados la califica como muy buena, esto da a notar a una buena interacción de parte del personal médico que hace frente a los pacientes, mientras que apenas un 0,71% expresa una apreciación negativa.

6.- ¿Cómo fue la atención para resolver sus dudas?

Figura 6

Resolver dudas.



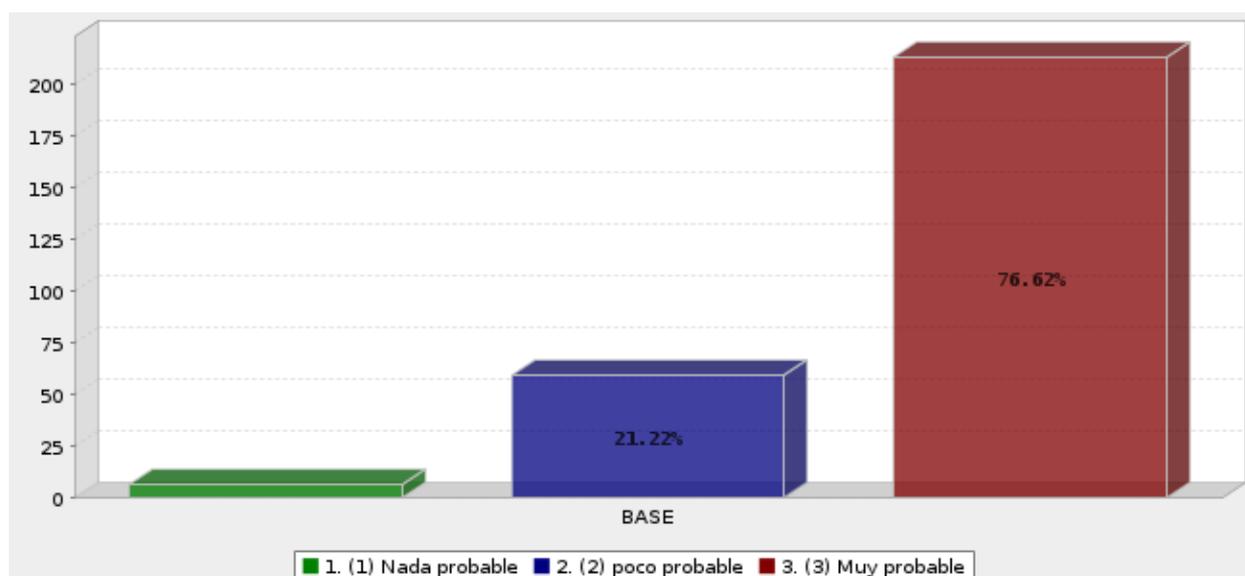
Fuente: elaborado por el autor

Nota. La tabulación de la pregunta en cuestión demostró que la atención para resolver dudas con el paciente consiste que el 43,88% fue muy buena cumpliendo con sus estándares personales, la cualidad de bueno también tiene un valor adecuado a las necesidades del cliente alcanzando un 41,37% de calificación, mientras que apenas un 0,72% considera como muy mala la atención.

7.- ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva utilizar nuestros servicios médicos?

Figura 7

Probabilidad del servicio.



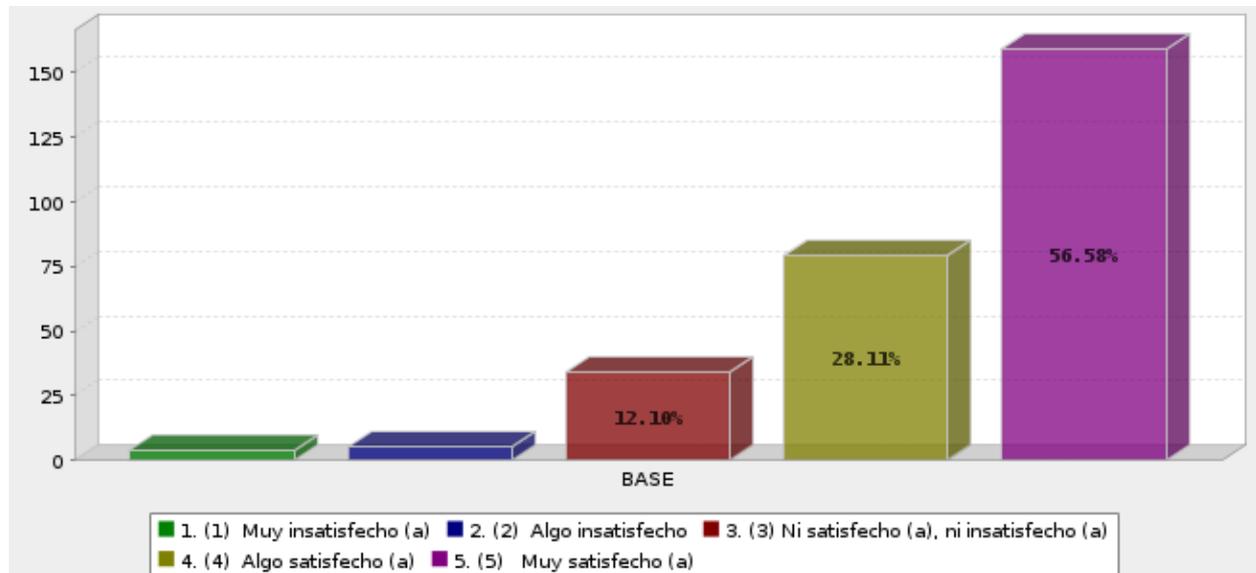
Fuente: elaborado por el autor

Nota. Se puede notar que la presente pregunta a la muestra encuestada el 76,72% muy probable esto contribuye a una excelente interacción centro médico y cliente, por eso volverán usar los servicios, en cambio, el 21,22% dicen que poco utilizarían, el 2,16% dicen que para nada utilizan los servicios.

8.- En general, ¿Qué satisfecho está con este centro médico?

Figura 8

Generalidades.



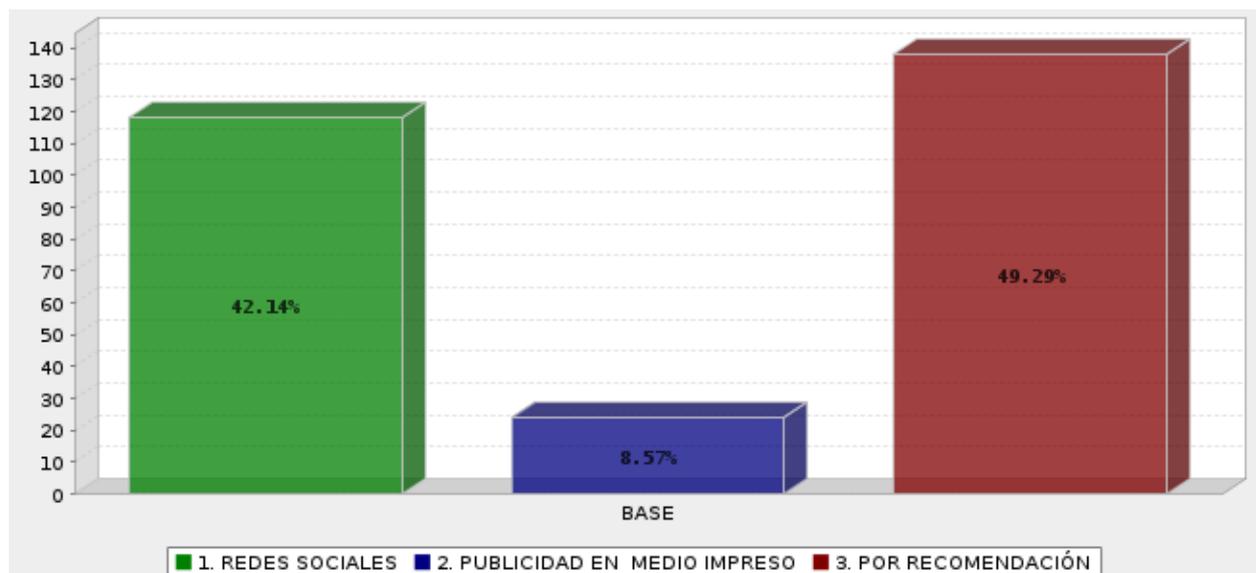
Fuente: elaborado por el autor

Nota. Según los datos expuestos en la figura se puede apreciar una muestra muy satisfecha con la unidad de salud, alcanzando una puntuación de 56,58% de los resultados estando por encima de la mediana, como negativa a la pregunta tenemos un 1,42% lo cual se debe mejorar.

9.- ¿De dónde conoce a este centro médico?

Figura 9

Medios.



Fuente: elaborado por el autor

Nota. La tabulación de la pregunta muestra que un 42,14% dice que conoce el centro médico privado por medio de las redes sociales, ya que se ha dado a conocer en muchas áreas y tipo de especialidades y una muestra del 49,29% por recomendaciones interpersonales por el hecho de ser uno de los pocos prestadores de la zona abarca gran población.

10.- Comentarios o sugerencias:

Se estableció un cuadro de comentarios y sugerencias donde la mayor parte de la muestra encuestada opinaba lo siguiente:

- Deberían de mejorar la atención y tener mucha más seguridad.
- Excelente servicio.
- Se demoraron más de dos horas para atenderme.
- Las señoritas de recepción conversan mucho y no atienden a los pacientes de manera rápida.
- Mejorar la distribución del centro.

Las entrevistas brindadas por los 3 gerentes del centro médico privado ayudo a alcanzar el primer objetivo específico.

- **Identificar el estado actual de los procesos de atención al cliente del centro médico privado.**

En cuanto a la metodología prescrita, se decidió desarrollar una entrevista para lograr el primer objetivo. Por lo que la entrevista, que contiene 7 preguntas, dirigida a 3 gerentes de del centro médico privado de la ciudad de Milagro, con la finalidad de valorar el estado actual de los procesos.

La entrevista fue elaborada por el autor, revisado y validado como una herramienta de investigación. (Ver anexo 1)

Primero, esta pregunta se concentra en averiguar la razón porque la atención al público es lenta en la unidad de salud. La primera entrevista corresponde al gerente de gestión de calidad, el cual notifico que se debe a la sobredemanda de agendamiento y las brechas de talento humano, por otro lado, el segundo entrevistado forma parte de la gerencia general, aduce que el problema radica en los pocos prestadores en la ciudad de Milagro y el espacio físico reducido para la magnitud de pacientes que se atienden diariamente. El tercer entrevistado es colaborador de procesos médicos, bajo su apreciación está en los pocos puestos para atender la demanda y las horas de esperas por parte de los clientes debido al sobre agendamiento.

Por otro lado, la segunda pregunta infiere en las inconformidades de los usuarios, a lo que los entrevistados respondieron que toda empresa las tiene, pero siempre se debe mejorar ante las quejas de los clientes.

Con respecto a la tercera pregunta donde se abordó las áreas que necesitan mejorar. De acuerdo con el primer entrevistado, da mención que estas áreas son la unidad de cuidados intensivos y la ginecológica, debido a que existe una alta demanda ginecobstetricia y una baja calidad resolutive. Por el lado del segundo entrevistado indica que el área de procedimientos cardiológicos debido al volumen de pacientes que requieren hacerse un procedimiento y una capacidad limitada de equipos. Tomando en consideración a al tercer entrevistado, manifestó que el trato al usuario, la definición de los problemas y estandarización de procesos de atención al cliente.

Siguiendo con la pregunta cuatro, las principales debilidades como centro médico. El colaborador del departamento de gestión de calidad comentó que el acceso a para área de emergencia, la alta rotación de los altos mandos, directivos y una limitada asignación de presupuestos para abastecimiento de medicamentos, equipos médicos. De la misma, manera el ejecutivo de gerencia general coincide en el limitado presupuesto que se asigna y en la limitada infraestructura para la demanda de pacientes actuales. De acuerdo con el colaborador de procesos médicos, piensa que todo se debe a la falta de herramientas dinámicas y tecnológicas que son vitales para suplir dicha demanda.

En el caso de la pregunta cinco, sobre las estrategias para mejorar la calidad del servicio. De acuerdo con el primer entrevistado, manifestó que se encuentran en proyectos de implementación de UCI que permitirá resolver casos complejos de pacientes de alto riesgo, sin embargo, se implementó un sistema de georreferencias para respuestas oportunas en el manejo de pacientes críticos mediante la activación de la red pública y complementaria. Por otro lado, el segundo en ser entrevistado y ejecutivo de gerencia general reveló que se encuentran en proyectos de implementar una certificación (ISO 9001), la cual les permitirá tener un mejor enfoque del cliente tanto de sus expectativas como sus inconformidades y canalizar las mismas de una mejor manera. Respecto al director de procesos médicos, propone crear un sistema nuevo que priorice las atenciones y clasifique las necesidades del cliente, y que demore el tiempo de acuerdo a las necesidades.

Posteriormente, se tiene la sexta pregunta, acerca de las estrategias que se han seguido y servido para interactuar con clientes insatisfechos. El primer entrevistado comentó que, se implementó mesas informativas en la sala de espera con temas de interés en salud, se realizan conversatorios para exponer los indicadores de satisfacción al usuario y acoger propuestas de mejora. El entrevistado de gerencia afirma que se implementó un buzón de sugerencias digital para que los usuarios / pacientes pudieran hacer uso de la misma y exponer sus quejas, dudas o sugerencias. Al lado de ello, el entrevistado de procesos define el método de CAPA, el cual consiste en comprender, agradecer, proponer y ayudar así logrando bajar el número de clientes insatisfechos.

Por último, en la séptima pregunta, en cuanto a las situaciones emergentes que se tuvo que gestionar con algún paciente. El gerente de gestión de calidad notifica que tuvieron un caso de RN con malformaciones congénitas que se tuvo que ser transferido a la red pública para resoluciones quirúrgicas en un hospital especializado, el tiempo de respuesta fue de 10 días, sin embargo, se pudo mantener al RN en UCIN hasta ser resultado el inconveniente. Cosa distinta es lo que opina el gerente general, bajo su dirección dice que tuvieron una emergencia con un paciente que tuvo una apendicetomía la cual se agravó debido a la cantidad de sangre que perdía el paciente, se coordinó la derivación con una institución de mayor nivel donde se trató mediante UCI al paciente. De otro lado, el director médico coincide con sus compañeros porque cada emergencia pasa por su área y debe ser solucionado en los tiempos cortos.

4. Conclusiones y discusión

- Una vez realizado el presente estudio de caso se identificó que los procesos de atención al cliente son lentos y el problema radica en el volumen de usuarios que asisten a la unidad de salud y el poco espacio físico con el que cuenta, una cartera de servicio muy amplia y pocos especialistas para suplir dicha demanda. La gestión de admisión toma tiempo producto de que se debe realizar la verificación cruzada con el respaldo del documento de identidad y post dirigir al cliente al área donde será atendido.
- Tras entrevistar a los gerentes del centro médico privado del cantón Milagro, se identificó que los procesos de atención tienen falencias dentro de las áreas de: procedimientos cardiológicos y unidad de cuidados intensivos, debido a que la institución cuenta con poco presupuesto y una alta demanda de pacientes e infraestructura pequeña.
- Por otro lado, para determinar el nivel satisfacción de los clientes que asisten al centro médico se rescató los resultados de la encuesta (figura 8). La mayoría de los usuarios manifestaron que la institución cumple con sus expectativas.
- Se propone diseñar un plan estratégico donde se evidencie lo importante que es aumentar el área de cuidados intensivos el cual permitirá evitar el traslado de pacientes a unidades de salud más grande adquiriendo equipos de mejor tecnología médica que repotenciaran las áreas de UCI, congresos médicos como plan de estudio en pro mejora y actualización de conocimientos para las áreas críticas y especialidades de segundo nivel asistencial al paciente. Creación de nuevos

protocolos de salud que ayuden a potencializar al momento de hacer frente a derivaciones, emergencias de mayor a menor grado, así como propuesta de mejora se recomienda reacondicionar espacios vacíos con el objetivo de darle uso a especialidades de mayor demanda.

- Además, se propone efectuar acción de comunicación al personal de atención al cliente que hacen frente a la unidad, brindando capacitaciones de mejoras frente al usuario, a pesar de que en los resultados obtenidos (figura 1), se identificó poco porcentaje de descontento, el cual no impide la mejora continua. Reunir a al personal en sala de juntas, en periodos cortos donde se recuerde los protocolos y cada proceso que requiere un cliente para ser atendido.
- Mejorar los canales de comunicación e información creando un área de call center con el propósito de dirigir y organizar las agendas médicas, adquirir software médico óptimo que brinde las evoluciones y exámenes de los pacientes en tiempo reducido, esto evitara la saturación en salas de espera.
- También se considera de gran importancia la creación de un aplicativo móvil donde los pacientes tengan el acceso a consultas virtuales, revisión de exámenes, agendamientos de citas y trámites que deseen hacer en la unidad de salud.
- Se recomienda establecer e implementar un manual de calidad en la empresa con la finalidad de que esto permita desarrollar unas buenas prácticas en el centro médico.

REFERENCIAS

9000, N. I. (s.f.). Normas ISO 9000.

Álvarez, A. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. Special Issue, 1-19. Obtenido de <https://web.s.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=20077890&AN=132932889&h=FFsNKzd6dPHpv%2fJV6QRJvhJQPEbyOtvfpEeLFMIuuoZVILfKBiUUtwT8vnpFmDiinUExKFSBMyUatvoE230cew%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=>

calidad, E. d. (09 de 01 de 2020). Obtenido de <https://visualmexico.com.mx/evolucion-de-la-calidad/>

censos, I. N. (2020). Ecuador en Cifras. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/actividades-y-recursos-de-salud/>

Censos, I. N. (2020). Ecuador en Cifras. Recuperado el 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/actividades-y-recursos-de-salud/>

Galán, Javier Sánchez. (05 de 11 de 2018). Obtenido de Economiapedia: <https://economipedia.com/definiciones/proveedor.html>

González, P. (2018). Procesos de gestión de calidad en hotelería y turismo. Logroño: Tutor Formación.

Isaza, A. (2018). Control interno y sistemas de gestión de calidad . Bogotá: Ediciones de la U.

ISO 9001 calidad . (21 de 10 de 2021). Obtenido de <https://iso9001calidad.com/elementos-de-un-proceso-30.html>

ISO-9001. (25 de 08 de 2020). Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>

Isotools . (2022). Obtenido de <https://www.isotools.us/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>

López, P. (2018). Herramientas para la mejora de la Calidad. Madrid: Fundación Confemetal. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=92K0DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodos+en+la+gesti%C3%B3n+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwic_vTh2lv8AhUqRzABHRT6DnE4ChDrAXoECAsQAQ#v=onepage&q=metodos%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=true

Miguel, P. S. (2019). Calidad 3.^a edición. Madrid: Paraninfo.

Serrano, M. C. (2022). La norma ISO 21001:2018 en el sistema de gestión de calidad de las instituciones educativas particulares. Revista Científica Retos De La Ciencia, 6(13), 1-15. Obtenido de <https://www.retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/415>

SMO TEAM. (25 de 03 de 2020). AMBIT BST. Obtenido de <https://www.ambit-bst.com/blog/normas-iso.-qu%C3%A9-son-y-cu%C3%A1les-son-las-m%C3%A1s-importantes>

Software DELSOL. (26 de 03 de 2019). Obtenido de <https://www.sdelisol.com/glosario/iso-9000/>

Tapia, M. R. (2011). Calidad, Normalización, Metodología . Zacatenco.

Villaverde, S., & Bedoya, A. (2020). Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales. Madrid: Esic.

Anexos

Anexo 1

Tabla de respuestas de entrevistas

Entrevistados	ENTREVISTA 1	ENTREVISTA 2	ENTREVISTA 3
Preguntas			
1.¿Cuál cree usted la razón por lo que la atención al público es lenta ?	<ul style="list-style-type: none"> • Sobredemanda de agendamiento de pacientes. • Brechas de talento humano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al no existir muchos prestadores del IESS en la ciudad de Milagro, la demanda de pacientes es muy elevada. • El espacio físico es reducido para la magnitud de pacientes que se atienden diariamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Porque la fila es muy larga. • Porque hay pocos puestos para atender. • Porque el proceso de atención ocupa mucho tiempo. • Porque no hay una buena clasificación de los clientes.
2.¿Han tenido inconformidad es de los usuarios alguna vez?	SI	SI	SI
3.¿Qué áreas cree que aún necesitan mejorar?	Unidad de Cuidados Intensivos Neonatales. Existe una alta demanda ginecobstetricia y una limitada capacidad resolutiva neonatológica.	El área de procedimientos de cardiología debido al volumen de pacientes que requieren hacerse un procedimiento y se tiene una cantidad limitada de equipos; en farmacia también hemos podido observar se pueden realizar mejoras con respecto a la entrega de medicamentos que actualmente no se disponen en el centro médico.	<ul style="list-style-type: none"> • El trato al usuario. • La resolución de conflictos. • La definición del problema. • La estandarización de procesos de atención al cliente.

<p>4.¿Cuáles son las principales debilidades como centro médico?</p>	<p>Como institución tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limitada infraestructura para apertura de nuevas carteras de servicios. • Dificultad de acceso para el área de emergencia. • Alta rotación de altos mandos, Directores y Gerentes. • Limitada asignación presupuestaria para abastecimiento de medicamentos y dispositivos médicos. 	<p>Del análisis interno que hemos realizado, Podemos determinar como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limitada infraestructura para la demanda de pacientes actuales. • Bajo stock de medicamentos en relación a la cantidad de pacientes atendidos diariamente. • Limitada asignación presupuestaria para abastecimiento de insumos, medicamentos y/o dispositivos médicos. 	<p>Como centro médico:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Limitada infraestructura para apertura de nuevas carteras de servicios. •Limitada asignación presupuestaria para abastecimiento de insumos, medicamentos y/o dispositivos médicos. •Falta de herramientas dinámicas y tecnológicas.
<p>5.¿Qué estrategia tienen para mejorar la calidad del servicio?</p>	<p>Como Institución actualmente nos encontramos en el Proyecto de Implementación de una UCI Materna que permitirá resolver casos complejos de pacientes de alto riesgo. Sin embargo, se implementó un Sistema de Georreferenciación para respuestas oportunas en el manejo de pacientes críticas mediante la activación de la red pública y complementaria.</p>	<p>Como institución estamos en el proyecto de implementar una certificación internacional de calidad (ISO 9001), la cual nos permitirá tener un mejor enfoque del clientes tanto de sus expectativas como sus inconformidades y canalizar las mismas de una mejor manera; adicionalmente se está expandiendo la infraestructura a un edificio aledaño para sectorizar mejor los servicios ofertados.</p>	<p>Crear un sistema nuevo que priorice las atenciones y clasifique las necesidades del cliente, y que demore el tiempo de acuerdo a las necesidades.</p>

<p>6.¿Qué estrategias has seguido y te han servido para interactuar con clientes insatisfechos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se implementó mesas informativas en la sala de espera con temas de interés en salud. • Se realizaron conversatorios con la comunidad cada tres meses para exponer los indicadores de satisfacción al usuario y acoger propuestas de mejora. • Realizamos mesas técnicas con el Comité de Usuarías cada tres meses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se implementó un buzón de quejas y sugerencias digital para que los usuarios / pacientes pudieran hacer uso de la misma y exponer sus quejas, dudas, sugerencias, entre otros. • Se realizan campañas de salud a la ciudadanía de milagro. • Se ofertan en redes sociales de manera periódica promociones y descuentos en los servicios que ofrecemos con el objeto de que la ciudadanía pueda hacer uso de los mismos sin tener una gran inversión económica. 	<p>Método CAPA COMPRENDA AGRADEZCA PROPONGA AYUDE</p> <p>Luego le puse mis detalles: Escuche antes de comprender, preséntese antes de escuchar y pida ayuda luego de ayudar.</p>
<p>7. ¿Describe una situación en la que tuvo que gestionar una emergencia con algún paciente? ¿Cómo la gestionaste?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tuvimos un RN con malformaciones congénitas que tuvo que ser transferido a la Red Pública para resolución quirúrgica en un hospital especializado pediátrico. El tiempo de espera fue de 10 días, sin embargo, se pudo mantener al RN en UCIN hasta que se resolvió. 	<ul style="list-style-type: none"> • A pesar de los controles que se tienen en la institución, algo inherente de este giro de negocio es la presencia de una “emergencia”, lo cual es algo que puede ocurrir de manera repentina; se tuvo una emergencia con un paciente que se realizó una apendicetomía la cual se agravó debido a la cantidad de sangre que el paciente estaba perdiendo, se coordinó de manera inmediata con una institución de mayor nivel (IESS de Milagro) la derivación del paciente, en la cual el paciente estuvo una semana y media en UCI y actualmente ya se encuentra de alta. 	<ul style="list-style-type: none"> •Explicarle a un cliente que su familiar estaba en una situación delicada. • Tuvimos un RN con malformaciones congénitas que tuvo que ser transferido a la Red Pública para resolución quirúrgica en un hospital especializado pediátrico. El tiempo de espera fue de 10 días, sin embargo, se pudo mantener al RN en UCIN hasta que se resolvió.

Fuente: elaborado por el autor

Anexo 2

Encuesta dirigida a clientes del centro médico privado.

CLIENTES CENTRO MEDICO

Encuesta sobre satisfacción al cliente

La encuesta va dirigida a los clientes del centro médico privado. Con el objetivo de identificar el nivel de satisfacción.

se agradece su colaboración a la presente encuesta la cual le tomará 2 minutos y será de manera anónima.

1. ¿Valore la eficiencia de la atención en recepción?

- (1) Muy mala
- (2) Mala
- (3) Ni buena ni mala
- (4) Buena
- (5) Muy buena

2. ¿Cómo considera usted que ha sido tratado por el personal de la institución?

- (1) Muy mala
- (2) Mala
- (3) Ni buena ni mala
- (4) Buena
- (5) Muy buena

3. ¿Valore las condiciones de sala de espera?

- (1) Muy mala
- (2) Mala
- (3) Ni buena ni mala
- (4) Buena
- (5) Muy buena

4. ¿Cuál es su valoración ante la calidad del servicio?

- (1) Muy mala
- (2) Mala
- (3) Ni buena ni mala

- (4) Buena
- (5) Muy buena

5. ¿Cómo considera las explicaciones que le dio el médico y/u odontólogo para satisfacer sus inquietudes?

- (1) Muy mala
- (2) Mala
- (3) Ni buena ni mala
- (4) Buena
- (5) Muy buena

6. ¿Cómo fue la atención para resolver sus dudas?

- (1) Muy mala
- (2) Mala
- (3) Ni buena ni mala
- (4) Buena
- (5) Muy buena

7. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a utilizar nuestros servicios médicos?

- (1) Nada probable
- (2) poco probable
- (3) Muy probable

8. En general, ¿qué tan satisfecho está con este centro médico?

- (1) Muy insatisfecho (a)
- (2) Algo insatisfecho
- (3) Ni satisfecho (a), ni insatisfecho (a)
- (4) Algo satisfecho (a)
- (5) Muy satisfecho (a)

9. ¿De dónde conoce a este centro médico?

REDES SOCIALES

PUBLICIDAD EN MEDIO IMPRESO

POR RECOMENDACIÓN

10. Comentarios o sugerencias:

Fuente: elaborado por el autor

Anexo 3

Entrevista dirigida a 3 gerentes del centro médico privado.

1. ¿Cuál cree usted la razón por lo que la atención al público es lenta?
2. ¿Han tenido inconformidades de los usuarios alguna vez?
3. ¿Qué áreas cree que aún necesitan mejorar?
4. ¿Cuáles son las principales debilidades como centro médico?
5. ¿Qué estrategia tienen para mejorar la calidad del servicio?
6. ¿Qué estrategias has seguido y te han servido para interactuar con clientes insatisfechos?
7. ¿Describe una situación en la que tuvo que gestionar una emergencia con algún paciente? ¿Cómo la gestionaste?

Fuente: elaborado por el autor