

C O N T E N I D O

Resumen ejecutivo

CAPITULO I

- 1.- Introducción
 - 1.1.1. ¿ Que es calidad?
 - 1.1.2. ¿ Que es Servicio al Cliente?
 - 1.2 Planteamiento del Problema
 - 1.3 Objetivos
 - 1.3.1. Objetivo General
 - 1.3.2. Objetivos específicos
 - 1.3.2.1.Describir la unidad de estudio y los servicios ofrecidos
 - 1.3.2.2.Identificar los indicadores de satisfacción al cliente
 - 1.3.2.3.Medir la satisfacción del cliente
 - 1.3.2.4.Identificar el tipo de liderazgo de la institución
 - 1.3.2.5.Identificar el tipo de organización de las actividades de satisfacción del cliente
 - 1.3.2.6.Identificar las actitudes y el comportamiento del personal de contacto con el cliente
 - 1.3.2.7.Identificar las características del soporte físico y del entorno
 - 1.3.2.8.Identificar los puntos fuertes y débiles relacionados a la satisfacción del cliente
 - 1.3.2.9.Proponer un Programa Integral de Servicio al cliente
 - 1.4 Metodología
 - 1.4.1. Descripción de la unidad de estudio y los servicios ofrecidos
 - 1.4.2. Identificación de los indicadores de satisfacción del Cliente
 - 1.4.3. Medición de la Satisfacción del cliente
 - 1.4.4. Identificación del tipo de liderazgo
 - 1.4.5. Identificación del tipo de organización de las actividades de satisfacción al cliente
 - 1.4.6. Identificación de las actitudes y comportamiento del personal de contacto con los clientes
 - 1.4.7. Identificación del soporte físico y del entorno
 - 1.4.8. Identificación de puntos fuertes y débiles relacionados a la satisfacción

CAPITULO II

- 2.1 Descripción de la unidad de estudio
- 2.2 Resultados de satisfacción del cliente
 - 2.2.1. Identificación de los indicadores de satisfacción del cliente
 - 2.2.2. Medición de la satisfacción del cliente

CAPITULO III

- 3.1. Análisis interno
 - 3.1.1 Análisis del liderazgo de la alta gerencia
 - 3.1.2 Análisis de la organización de las actividades de satisfacción del cliente
 - 3.1.3 Análisis de la motivación del personal
 - 3.1.4 Identificación del soporte físico y del entorno
- 3.2. Identificación de los puntos fuertes y débiles relacionados a la satisfacción del cliente

CAPITULO IV

- 4.1. Formulación del Programa de Servicio al Cliente
 - 4.1.1. Sub – programa de liderazgo
 - 4.1.2. Organización del Comité de Satisfacción del cliente
 - 4.1.3. Sub – programa de desarrollo del personal
- 4.2. Análisis de la relación beneficio – costo del programa

CAPITULO V

- 5.1 Conclusiones y recomendaciones
 - 5.1.1. Conclusiones
 - 5.1.2. Recomendaciones

RESUMEN DEL TRABAJO

El presente trabajo de grado surge luego de habernos introducido en la metodología y técnicas de la Calidad del Servicio, creyendo responder a una sentida necesidad de los clientes del Hospital "San Juan de Dios" de la ciudad de Challapata y a la preocupación de la alta gerencia de la Secretaría Departamental de Salud Oruro y Distrito 3 de Salud.

El equipo investigador decide aplicar toda la metodología a base de los antecedentes existentes que datan de años atrás como ser bajas coberturas y las quejas de los clientes, aspectos determinados por los informes del sector y una encuesta realizada por UNICEF - OPS, el año 1999.

Previa una revisión bibliográfica del tema en cuestión, se organizan los grupos de trabajo del equipo, y se planifica el trabajo, definiendo la metodología a seguir. En primer lugar se realiza un diagnóstico sobre Servicio al Cliente del Distrito 3 de Salud y del Hospital "San Juan de Dios", por el cual se conocen datos sobre baja calidad de atención, bajas coberturas, insatisfacción laboral, deficiencias en la organización y en la gerencia de estos servicios.

Luego se realiza un trabajo con grupos focales de clientes, con los cuales se determinan los atributos mas relevantes. Utilizando estos indicadores se elabora la encuesta, revisada la herramienta, se hace una prueba piloto con un grupo de madres, validando la encuesta se procede a realizarla en la zona urbana que es el área de influencia del Hospital.

Terminado el trabajo de campo luego de la tabulación y análisis de los resultados, se elaboran las conclusiones; con toda esta información, el equipo comienza el trabajo de redacción y revisión bibliográfica.

Una vez terminada esta etapa el equipo trabaja la propuesta de intervención tomando en cuenta varios aspectos relevantes los mismos guiarán este trabajo para que sea aplicable a la realidad analizada.

CAPITULO I-

1.1 INTRODUCCION.

Quince años después de la Declaración de Alma Ata, en que la comunidad internacional se comprometió a prestar atención primaria de salud mundial, se han realizado grandes esfuerzos en casi todos los países en desarrollo para ampliar los servicios de Atención Primaria de Salud (APS) mediante el aumento de la asignación de recursos de fuentes nacionales e internacionales, la capacitación intensiva de trabajadores de salud y la mayor reorganización de dicho sistema. Durante este tiempo en muchos países se han documentado grandes aumentos en extensión y cobertura de salud y muchos de ellos han registrado modestos descensos en la mortalidad infantil y de la niñez, así como algunas disminuciones en la mortalidad selecta.

Sin embargo, los mejoramientos dados a conocer no siempre han estado en proporción a los esfuerzos realizados y no se ha hecho lo suficiente para evaluar la Calidad de los Servicios ni para asegurarse de que los recursos tengan impacto óptimo en la salud y el bienestar de la población.⁽¹⁾

Los servicios de alta calidad pueden parecer a primera vista un lujo mas allá de los límites presupuestarios de la mayoría de los sistema de salud de los países en desarrollo, sin embargo en muchos casos la mejora de la calidad no cuesta nada; mas bien vale oro. La atención a la calidad es esencial para el éxito de los programas de APS y los administradores y gerentes de salud con presupuestos restringidos no pueden darse el lujo de hacer caso omiso de ellos.

Además de evaluar la cobertura de población y el mérito tecnológico de las intervenciones de salud, los proveedores de salud deben evaluar la "calidad de los servicios"- entendiendo como el grado en el cuál el servicio se presta de acuerdo a las normas prescritas, o sea referido a la calidad técnica o clínica de las prestaciones-, y "calidez" entendida como la "calidad de la atención al cliente" (Trato, amabilidad, cortesía, rapidez, etc.).

La garantía de calidad promueve la confianza, mejora la comunicación y fomenta una comprensión más clara de las necesidades y expectativas de la comunidad. Si los proveedores no ofrecen servicios de calidad, no lograrán granjearse la confianza de la población y las

1

¹ Garantía de Calidad de la Atención de Salud en los países en Desarrollo. Lori Di Prete Brown

personas recurrirán al sistema de salud únicamente cuando estén en extrema necesidad de atención curativa.

Los esfuerzos de garantía de calidad también ofrecen a los trabajadores de salud una oportunidad de sobresalir, con lo cual aumenta la satisfacción laboral y el respeto de la comunidad. Las graves restricciones de recursos limitan la capacidad que tiene el Sistema de Atención de Salud de nuestro país de ofrecer aumentos de sueldos y progreso profesional como premio por el buen desempeño. Pero éstos no siempre son necesarios para mejorar la calidad. Muy a menudo la calidad es un premio en si misma.

La garantía de calidad es un enfoque sistemático para que las personas y los equipos se den cuenta de la importancia de la excelencia. Suministra al equipo de salud los instrumentos necesarios para evaluar los niveles de desempeño actuales y facilitar el mejoramiento continuo.

Con el interés y la participación activa del Director de Distrito 3 de Salud y del Director del Hospital "San Juan de Dios" de Challapata, los trabajadores de salud pueden satisfacer mejor y sobrepasar las normas de desempeño, resolver problemas y atender mejor las necesidades de sus clientes. El aumento de la satisfacción y la motivación por parte de los trabajadores de salud inicia un ciclo continuo de mejor atención de salud y mayor eficacia.

De igual manera el país se enmarcó dentro los lineamientos estratégicos mundiales, desde la implementación del APS como estrategia, evolucionando en el enfoque del proceso salud-enfermedad, la formulación de planes (Plan Nal. de supervivencia materno-infantil, Plan Vida, Plan Estratégico de Salud, etc.) adoptando una nueva estructura organizacional, con la visión de una atención de calidad, además de estar apoyando todo un proceso de reforma de la salud.

Por lo anteriormente mencionado consideramos que el servicio al cliente es una parte muy importante para el éxito de los servicios del país. De esta manera el servicio al cliente⁽²⁾ se convierte en una moderna técnica de gestión que se constituye en una estrategia de diferenciación a través de dar un servicio excepcional y un planteamiento de valor agregado a través de concentrarse en los valores del cliente.

La visión del sector público de salud de lograr mayores coberturas y extensión debe incorporar la satisfacción de las expectativas de los clientes, como una nueva filosofía de gestión en la cultura organizacional de los servicios de salud.