

**FACTORES INDIVIDUALES E INTERNOS QUE INFLUYEN EN LOS
TRABAJADORES DE UNA EPS EN PALMIRA VALLE Y QUE AFECTAN LA
CALIDAD EN PRESTACIÓN DEL SERVICIO A LOS USUARIOS.**

**VIVIANA BOTERO
ANA LUCIA SABOGAL
CAROLINA VARGAS M.
SANDRA M. VARGAS M.**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN EN SALUD
SEDE CALI-COLOMBIA
2011**

**FACTORES INDIVIDUALES E INTERNOS QUE INFLUYEN EN LOS
TRABAJADORES DE UNA EPS EN PALMIRA VALLE Y QUE AFECTAN LA
CALIDAD EN PRESTACIÓN DEL SERVICIO A LOS USUARIOS.**

**VIVIANA BOTERO
ANA LUCIA SABOGAL
CAROLINA VARGAS M.
SANDRA M. VARGAS M.**

**Proyecto de grado para optar por el título de
ADMINISTRADOR EN SALUD**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN EN SALUD
SEDE CALI-COLOMBIA
2011**

INDICE

	Pág.
TÍTULO	8
1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	9
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
1.2 SISTEMATIZACION	10
2. ANTECEDENTES	11
3. HIPOTESIS	16
4. JUSTIFICACION	17
4.1 JUSTIFICACION METODOLOGICA	18
4.2 JUSTIFICACION PRÁCTICA	18
4.3 JUSTIFICACION TECNICA	19
5. OBJETIVOS	20
5.1 OBJETIVO GENERAL	20
5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	20
6. MARCO DE REFERENCIA	21
6.1 MARCO TEORICO	21
6.2 SITUACION CONTEXTUAL	28
7. DISEÑO METODOLOGICO	34
7.1 TIPO DE ESTUDIO	34
7.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	34
7.3 TECNICAS Y RECOLECCION DE DATOS	34
7.4 POBLACIÓN, ESPACIO Y MUESTRA	35
7.5 VARIABLES DE INVESTIGACION	37
8. ASPECTO ETICO	39
9. CRONOGRAMA	43
10. RESULTADOS Y ANALISIS	44
11. CONCLUSIONES	53

12. RECOMENDACIONES	55
GLOSARIO	57
BIBLIOGRAFIA	63
ANEXOS	64

LISTA DE TABLAS

	Pág.
TABLA No. 1 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO EN UNA ORGANIZACIÓN	44
TABLA No. 2 FACTORES IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS QUE REPRESENTAN UN TRATO DE CALIDAD	46
TABLA No. 3 PRINCIPAL ATRIBUTO PARA LOGRAR OPERACIONES DE SERVICIOS	47
TABLA No. 4 REGLAS PARA UN EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE	49
TABLA No. 5 IMPORTANCIA DE LA CAPACITACION Y LA MOTIVACION PARA LOGRAR UN EXCELENTE SERVICIO A LOS USUARIOS	50

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
GRAFICO No. 1 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO EN UNA ORGANIZACIÓN	45
GRAFICO No. 2 FACTORES IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS QUE REPRESENTAN UN TRATO DE CALIDAD	46
GRAFICO No. 3 PRINCIPAL ATRIBUTO PARA LOGRAR OPERACIONES DE SERVICIOS	48
GRAFICO No. 4 REGLAS PARA UN EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE	49
GRAFICO No. 5 IMPORTANCIA DE LA CAPACITACION Y LA MOTIVACION PARA LOGRAR UN EXCELENTE SERVICIO A LOS USUARIOS	50

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE UNA EPS	64
ANEXO B. UBICACIÓN GEOGRAFICA	65
ANEXO C. ENCUESTA	66

TÍTULO

FACTORES INDIVIDUALES E INTERNOS QUE INFLUYEN EN LOS TRABAJADORES DE UNA EPS EN PALMIRA VALLE Y QUE AFECTAN LA CALIDAD EN PRESTACIÓN DEL SERVICIO A LOS USUARIOS.

1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El servicio al cliente representa la base fundamental de cualquier organización, es el factor clave para alcanzar el éxito, razón por la cual es de vital importancia sensibilizar a todo el personal involucrado en la organización, a fin de que se brinde asesoría y orientación constante, para que se cree el concepto empresarial de servicio y se mantenga el éxito.

Brindar un buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente, debe ir desde el saludo del personal encargado de la seguridad del negocio, hasta la llamada contestada por la secretaria.

Pero lastimosamente algunas organizaciones presentan falencias en este aspecto tan importante, olvidándose de que el cliente es la razón de ser. Las empresas de hoy requieren poner más énfasis en la atención al cliente, utilizando las estrategias y técnicas de marketing más modernas que existen y que son aplicadas por las grandes empresas para competir, seguir creciendo y aumentando sus carteras de clientes.

Este proyecto se plantea desde una problemática que actualmente se presenta en muchas organizaciones en donde se observa que los empleados por determinadas razones no ofrecen una atención adecuada a los clientes. Teniendo en cuenta lo anteriormente plasmado, se analizará la situación de una EPS de Palmira Valle, donde se están presentando graves falencias en la atención que se brindan a los usuarios, por ende, con la realización de este proyecto se permite analizar los factores claves que se encargan de mejorar la atención de los afiliados y beneficiarios de la EPS, a su vez es importante resaltar la importancia de la capacitación y motivación constante, que son vitales para que los trabajadores de la EPS puedan mejorar la calidad en el servicio que ofrecen, teniendo un trato amable y cordial con todos y cada uno de los clientes, y por último se analizarán los elementos de la calidad que se relacionan con la prestación de los servicios de una EPS.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta el anterior registro, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué factores individuales e internos influyen en los trabajadores de una EPS ubicada en Palmira Valle que se encargan de afectar la calidad en la prestación del servicio a los usuarios?

1.2 SISTEMATIZACIÓN

- ¿Analizar cuáles son los factores claves del éxito que se encargan de mejorar la atención a los afiliados y beneficiarios de una EPS en Palmira Valle?
- ¿Qué importancia tiene la motivación y la capacitación como herramientas para mejorar la calidad en la prestación de servicios a los usuarios?
- ¿Cuáles son los mandamientos fundamentales para ofrecer un servicio de excelencia y lograr la conservación de los clientes?
- ¿Qué recomendaciones pueden servir como base para que los empleados de una EPS mejoren el servicio de atención a sus clientes?

2. ANTECEDENTES

La EPS está constituida como una entidad promotora de salud tanto del régimen contributivo como del subsidiado, empresa del sector privado, de carácter comercial y anónima, sometida al régimen jurídico establecido en la Ley 100 de 1993, del orden nacional, con personería jurídica bajo el NIT. No.300.852.139, creada por medio de escritura pública No.2124 del 10 de Mayo de 1.991, domiciliada en la ciudad de Cali D.C.

Entre los años 1991 – 1994: Se abrieron sedes en Medellín, Cali, Santa Marta Pereira e Ibagué, en Diciembre de 1995, es autorizada para funcionar como Entidad Promotora de Salud (EPS).

En 1996, se autoriza a la EPS para que opere como Administradora de Régimen Subsidiado (ARS) y en 1997 - Hasta la actualidad: Hasta abril de 1997 se ofrecieron los servicios de medicina prepagada. Desde entonces se ha dedicado exclusivamente a la prestación del Plan Obligatorio de Salud (POS).

Se abren sedes en el resto del país, teniendo además presencia hoy en: Cartagena, Bucaramanga, Valledupar, Santa Marta, Villavicencio, Montería, Neiva, Girardot, Cúcuta, Sincelejo, San José del Guaviare y Palmira.

Procedimiento para la selección y gestión del desempeño del personal de la empresa

Política de Gestión Humana

La Política de Gestión Humana tiene por objetivo atraer, mantener y retener el talento humano que la Empresa necesita para desarrollar su gestión, alcanzar la visión y lograr el desarrollo integral hombre organización.

Selección

El proceso de selección de todo el personal de la Empresa cuenta con una metodología que permite conocer y medir las competencias de cada candidato, así como aspectos referentes al saber, pensar y actuar, lo que propicia evaluar a cada persona integralmente.

Dicho proceso está conformado por diferentes etapas que garantizan la selección del mejor candidato, y que son:

Reclutamiento, Selección, Vinculación y Desarrollo, Capacitación y Evaluación.

Gestión del desempeño

La gestión del desempeño es un proceso natural inherente a la gestión del talento humano. Su objetivo es propiciar la planeación, seguimiento y evaluación sistemática y periódica del desempeño individual y grupal, y el aporte de los trabajadores al logro de los objetivos organizacionales.

Contratación por Metas

Bajo la dirección del Presidente, Vicepresidentes, Secretario General, gerentes y directores, teniendo en cuenta los resultados esperados, se elabora el proceso de contratación por metas en aquellos cargos en que así se defina, se definen las acciones a desarrollar, la asignación de recursos y del presupuesto, para el logro de los objetivos propuestos.

Todos los trabajadores de la EPS son responsables de su gestión de acuerdo con su rol.

Seguimiento

Es una actividad permanente, orientada a facilitar al personal directivo el control del proceso de gestión del desempeño.

Evaluación

Consiste en la revisión y evaluación de resultados individuales y de equipo con la debida sustentación. Para la evaluación se utilizan entre otros insumos, los resultados del Plan de Desarrollo y/o presupuesto, y del Cuadro de Gestión Integral, resultados que son desplegados a toda la Organización.

El equipo directivo será evaluado mensualmente en las sesiones de junta directiva, entre otros.

Criterios de remuneración

Los empleados de la Empresa son remunerados de acuerdo con un modelo de compensación flexible, que contempla en aquellos casos en que ello es posible, dos (2) componentes, a saber: Una parte salarial más plan de beneficios, sujeto a las restricciones de ley y políticas de la compañía. También se podrá remunerar con salario integral – y también con beneficios a los directivos de la empresa, contemplándose los componentes mencionados en el párrafo anterior.

Relaciones Laborales

La Empresa respeta el derecho de asociación de los trabajadores y realiza el proceso de negociación con éstos, dentro del mutuo respeto y el acatamiento de la ley, buscando principalmente un arreglo directo entre las partes.

Para ello existe el Pacto Colectivo.

Mecanismos para fijar, evaluar y verificar resultados de las actividades de los administradores

La Empresa realiza procesos de evaluación y verificación de resultados a sus administradores y trabajadores, con base en los objetivos de la Organización.

El Presidente como encargado de la dirección y administración de la Empresa, diseña y propone el Direccionamiento Estratégico, en el cual desde las perspectivas, financiera, de clientes y mercados, de productividad y eficiencia y aprendizaje organizacional y desarrollo del talento humano, se definen los qué y cómo se desarrollará la Empresa; éstos incluyen los objetivos empresariales, sus metas asociadas y los indicadores para medir sus resultados.

De acuerdo con el Direccionamiento Estratégico se diseña el Plan de desarrollo o estratégico y el presupuesto, como instrumentos para evaluar la gestión empresarial en todos los niveles de la Organización.

El Plan de Desarrollo o estratégico

Es el instrumento focalizador del actuar empresarial, contiene las acciones requeridas que debe emprender la Organización para alcanzar los objetivos y resultados fijados, es un proceso que se despliega en cascada a todos los niveles de la Empresa. Se estructura bajo un modelo de causa – efecto que consta de cuatro niveles: Objetivos generales con sus metas, objetivos específicos con sus metas, acciones y actividades.

Políticas de Calidad

La empresa se compromete a:

Garantizar y mejorar permanentemente los niveles de calidad en cada uno de los procesos del aseguramiento y prestación de los servicios de salud, en busca de los más altos estándares de satisfacción de las personas afiliadas a la EPS, sus familias, colaboradores, proveedores, accionistas y comunidad en general

orientando el desarrollo profesional de los integrantes de la organización, con enfoque en el mejoramiento de las competencias para obtener el mejor desempeño del talento humano. Además, propenderemos por la innovación y la creatividad en cada una de las fases de la cadena de servicio, así como por el uso racional de los recursos disponibles.

Políticas de responsabilidad social

Políticas de responsabilidad social con la comunidad, información y Comunicación con la Comunidad. Los estados e informes económicos, financieros, contables y de gestión presentados a los respectivos entes de regulación y control por la Entidad, así como cualquier otra información sustancial, deben ser dados a conocer y estar disponibles para la comunidad, la cual tiene derecho a informarse permanentemente de todos los hechos que ocurran dentro de la Entidad y que no sean materia de reserva. Los medios de información que podrán utilizarse son, entre otros, las oficinas de la entidad, boletines, folletos o circulares, periódico, línea telefónica gratuita, correo electrónico y página web.

Atención de quejas y reclamos

La Entidad tendrá un Sistema de atención de peticiones, quejas y reclamos en la cual este podrá presentar quejas, solicitudes, reclamaciones, consultas e informaciones referentes a la administración, a las cuales se les dará respuesta en los términos previstos por la ley; esta oficina contará con un procedimiento claro y público sobre el procedimiento para tramitar las quejas que se instauren.

Las quejas recibidas a través de los diferentes canales con que cuenta la EPS, en el Nivel Nacional se tramitan directamente por cada una de las dependencias a las que se dirigen, o en su defecto se tramitan en las oficinas de la administración principal.

Responsabilidad Social Empresarial

La Empresa dentro del marco de su objeto realiza acciones de responsabilidad social empresarial empezando por las condiciones laborales de sus empleados, las cuales tienen en cuenta sus aspiraciones personales, laborales y familiares, tratando de conciliar las expectativas de vida de cada uno de ellos, con las condiciones ofrecidas por la empresa.

Valores Agregados

Acceso Directo a Especialidades

Facilita a los usuarios el acceso a especialistas a través de Salud Directa.

Historia Clínica sistematizada

Conoce a sus usuarios y registra su información en una historia clínica que puede estudiada por cualquier profesional del país.

Entrega de medicamentos en IPS

Puntos de entrega de medicamentos en cada Unidad de Atención Básica y de Urgencias de Baja complejidad.

Autorización Inmediata de servicios

Por parte del médico tratante, dentro de la red propia de la EPS.

Transacciones por Internet - Total Net

Asignación, consulta y cancelación de citas médicas, odontológicas, pediátricas y especialidades de Salud Directa totalmente en línea con la agenda del médico tratante y generación de su certificado de afiliación.

Promoción y Prevención

Niños de 0 a 10 años: Control del desarrollo físico, mental y social, vacunación, control de visión a los 4 años, salud oral.

Jóvenes y Adultos de 10 a 49 años: Control de visión a los 11 y a los 16 años.

Detección temprana de los riesgos y las enfermedades del joven y del adulto, planificación familiar, control del embarazo, vacunación contra el tétano para mujeres en edades fértiles y embarazadas, citología y salud oral.

Adultos mayores de 45 años: Detección temprana de las enfermedades del adulto: hipertensión, diabetes, enfermedades del riñón, colesterol, obesidad y cáncer de cuello uterino y de seno. Valoración por oftalmología a los 55 - 65- 70 - 75 - 80 – 85.

3. HIPOTESIS

En la EPS los trabajadores se encargan de brindar a sus usuarios un servicio de calidad, satisfaciendo al 100% sus inquietudes y expectativas. El personal de la EPS recibe una capacitación constante enfocada en que el éxito de cualquier empresa depende de que se brinde un servicio eficaz y oportuno a los clientes. El recurso humano de la EPS, se encuentra motivado y comprometido día a día con el cumplimiento de las metas organizacionales.

4. JUSTIFICACION

Es de vital importancia para el desarrollo y el éxito de cualquier empresa, que se ofrezca un servicio eficaz y oportuno a los clientes, con el fin de que estos se sientan satisfechos, y para ello es imprescindible contar con un recurso humano capacitado y motivado que se encuentre dispuesto a brindar lo mejor de si, con el fin de orientar y atender a los clientes para que puedan utilizar de forma correcta los servicios que requieren.

Este tema fue seleccionado teniendo en cuenta que la principal falencia que se observa actualmente en la EPS ubicada en Palmira (Valle) se enfoca en la actitud que presentan algunos empleados del area de servicio al cliente, en el momento en que deben atender a sus clientes, aunque a veces se presentan casos en que las personas no saben a ciencia cierta qué es lo que desean es función del personal de esta area, atender con calidad y oportunidad todas las situaciones que se presentan, haciendo énfasis en los principios organizacionales y en el sistema de seguridad social.

Lo que se pretende lograr con este proyecto de investigación, es primero que todo, conocer a cabalidad cuales son los intereses y las motivaciones que giran en torno a los trabajadores de la EPS, ya que de esta manera se conocen que factores influyen en el comportamiento que estos presentan en ciertas ocasiones y se encargan de obstaculizar la eficaz prestación de los servicios a los usuarios y así poder generar una propuesta viable que sirva como estrategia para mejorar la calidad del servicio y poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Para que este estudio sea efectivo se cuenta con fuentes primarias y secundarias de información que sirven como herramienta fundamental para analizar la problemática que se está viviendo en la EPS y a su vez tratar de corregir dicha falencia.

Este proyecto será de gran ayuda para que el personal de la empresa EPS de Palmira, adquiera una cultura de mejoramiento continuo, teniendo en cuenta en que estamos en un mundo globalizado, en donde la competencia es cada vez mayor y los competidores se encargan de ofrecer calidad y buen servicio, y eso es lo que la gente busca, ya que cuando un cliente queda insatisfecho por el servicio que recibe, esto se encarga de deteriorar la imagen de la empresa y su nivel competitivo.

4.1 JUSTIFICACION METODOLOGICA

Para llevar a cabo la realización de este proyecto, se utilizará la investigación de tipo descriptivo, con el fin de poder analizar intereses, costumbres, actitudes y motivaciones de los trabajadores de la EPS, factores individuales e internos que se encargan de entorpecer la excelente prestación del servicio al cliente y posteriormente los elementos de calidad que se relacionan con la prestación de un optimo servicio, no limitándose unica y exclusivamente a recolectar información, sino, buscando identificar las relaciones que existen entre las diferentes variables y sobre todo, haciendo énfasis en factores que son fundamentales para brindar un buen servicio como son la capacitación y la motivación de los empleados en cualquier organización.

Con el fin de poder contar con información confiable y oportuna, se usan las fuentes primarias y secundarias de investigación. Dichas fuentes son:

Primarias: El personal encargado del area de servicio al cliente en la EPS de Palmira y la observación directa.

Secundarias: Textos y artículos de revistas en los cuales se haga énfasis en el tema del servicio al cliente.

4.2 JUSTIFICACION PRÁCTICA

Con respecto a la justificación práctica de este proyecto de investigación, se puede observar que a través de el, se pretende diseñar una estrategia viable con la cual se logre mejorar la calidad en lo concerniente a la atención que reciben los usuarios de la EPS, teniendo en cuenta que si las estrategias planteadas son diseñadas de manera efectiva, resaltando la importancia del compromiso, la innovación y la vocación del servicio, se podrán alcanzar los objetivos de calidad. Es importante la capacitación constante al personal del area de servicio al cliente a fin de que estos esten conscientes del papel que representa el cliente dentro de cualquier organización y teniendo en cuenta que el mercado se encuentra en un proceso constante de transformación, es importante estar a la vanguardia en lo concerniente a las expectativas de los clientes, adaptándose a los cambios que se requieran, actuando con una disposición permanente hacia los clientes, respetando sus necesidades, ofreciendo un servicio con calidez y entrega.

Se pretende diseñar una estrategia viable que sirva como base para mejorar la calidad en la atención a los usuarios de la EPS, para ello es imprescindible disponer de un sistema de evaluación que permita medir la calidad de los servicios

que se ofrecen y el grado de satisfacción de los usuarios y con los resultados obtenidos, la institución podrá proponer cambios para su mejoramiento integral.

Hacer énfasis en la capacitación y la motivación que deben recibir los empleados de la EPS para que se sientan comprometidos con la organización y ofrezcan un buen servicio.

Conocer las expectativas, los intereses y las actitudes los empleados encargados del área del servicio al cliente, a fin de conocer qué factores tanto individuales como internos influyen en la atención que deben recibir los usuarios de la EPS.

4.3 JUSTIFICACION TECNICA

Se seleccionaron 20 personas de la EPS, que representan el personal que tiene un contacto directo con los usuarios de la institución, a fin de indagar acerca de sus expectativas con respecto al servicio al cliente y las claves del éxito de una organización. Los datos indicados en los gráficos, son los obtenidos como resultado de la encuesta realizada.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los factores individuales e internos que influyen en la prestación del servicio con calidad en los trabajadores de una EPS de Palmira (Valle) y que se encargan de afectar la calidad en la prestación del servicio a los usuarios.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los factores claves del éxito que se encargan de mejorar la atención a los afiliados y beneficiarios de una EPS.
- Resaltar la importancia de la motivación y la capacitación constante como herramientas para mejorar la calidad en la prestación de servicios a los usuarios.
- Establecer los mandamientos fundamentales para ofrecer un servicio de excelencia y lograr la conservación de los clientes.
- Establecer recomendaciones que sirvan como base para que los empleados de la EPS mejoren el servicio de atención a sus clientes.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEORICO

Servicio al cliente y las claves del éxito

Una de las primeras acciones en la calidad de servicio, es averiguar quiénes son los clientes, qué quieren y esperan de la organización.

Solo así se podrán orientar los productos y servicios, así como los procesos, hacia la mejor satisfacción de los mismos. El servicio de calidad al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o el servicio básico.

Para dar el mejor servicio se debe considerar el conjunto de prestaciones que el cliente quiere:

- El valor añadido al producto.
- El servicio en sí.
- La experiencia del negocio.
- La prestación que otorga al cliente.

El servicio de atención al cliente o simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Indica el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

Aquí hay algunos consejos que pueden ser muy útiles para desarrollar un buen servicio de atención al cliente en cualquier organización:

- Conocer bien a los clientes y que es lo que desean.
- Escuchar sus inquietudes, tomar en cuenta sus denuncias y consejos.
- Ser siempre útil, incluso si no se presentan beneficios inmediatos.
- Entrenar muy bien a los empleados para que tengan el mismo nivel de consideración y de respeto con los clientes.

- Dar un buen servicio al cliente teniendo siempre las instalaciones del negocio limpias, organizadas y accesibles¹.

Elementos del servicio al cliente

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones

Como lograr un buen servicio al cliente

Un requisito indispensable para lograr un buen servicio al cliente es trabajar en equipo y armonía, disponer de un personal motivado, identificado con lo que hace y con la empresa². Y para tener empleados motivados hay que tener Gerentes y Jefes motivados; para ello es de vital importancia que se conozcan las necesidades, los deseos, las expectativas de los empleados y sus preocupaciones que se enfocan a tener buenos jefes, comunicación, buenas condiciones laborales, estabilidad laboral, reconocimiento por logros, participación, posibilidades de ascenso, buenos salarios, respeto, buen trato y capacitación constante, ya que si esto no se cumple los empleados no tendrán las bases suficientes para tratar adecuadamente a los clientes y por ende no se obtendría un buen servicio y atención al cliente.

Para lograr un buen servicio al cliente se deben tomar en cuenta varios aspectos:

- a) Ofrecer continuidad en la mercadería.
- b) Dar un servicio personalizado.
- c) Hacer que la satisfacción del cliente sea el enfoque principal de la empresa.
- d) Supervisar las necesidades, deseos y actitudes de los clientes.
- e) Encontrar y contratar gente que se preocupe por dar un servicio de calidad.
- f) Mostrar al personal una perspectiva amplia de la empresa.
- g) Demostrar el apoyo y fe en el personal.
- h) Comprender, respetar y supervisar al cliente.

¹ http://www.empresariorural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=88

² www.arnoldoaraya.com/.../SERVICIO%20AL%20CLIENTE2.pdf

Cualquier problema que los empleados puedan detectar del cliente y que le ayuden a resolverlo, harán que se gane un cliente para toda la vida; hoy en día ninguna empresa se puede dar el lujo de perder un cliente, ya que la competencia es muy amplia y la lealtad de los clientes es muy difícil de adquirir pero muy fácil de perder si no se le satisfacen sus necesidades.

Influencia de las relaciones humanas en el servicio al Cliente

El trabajar en equipo es una filosofía de empresa, es un ejemplo de liderazgo y representa la comunicación efectiva y eficaz dentro de la empresa; y esto se refleja en el servicio que se le brinda al cliente.³

Si una empresa desea obtener un servicio al cliente de alta calidad debe de contar con personal capacitado, gente con dedicación al trabajo, que les guste lo que hacen, y que estén dispuestos a contribuir con los objetivos de la organización.

La comunicación es una herramienta básica para lograr un buen servicio al cliente, buenas relaciones humanas en la empresa y con los clientes. Sin embargo hay factores que interfieren en ese camino para un adecuado desarrollo armónico de esas relaciones, factores como: demasiados niveles jerárquicos, se confunde el respeto con la autoridad desmedida o el miedo, no hay momentos para el dialogo, no se fomenta la participación, no se da información, se promueve el chismorreo, la crítica, la envidia y se practica el paternalismo exagerado. No hay formación, capacitación, no hay solidaridad, nunca hay tiempo para los demás, se huye de las reuniones⁴.

Estas situaciones se dan con mayor o menor énfasis en gran parte de las empresas, las relaciones humanas internas se originan en la propia cultura de la empresa cuando existe o se promueven. Si las actividades que se desarrollan en una organización no facilitan la calidad laboral en este aspecto, la dirección debe hacer un esfuerzo para alimentar el proceso de relaciones que va a significar trabajadores más satisfechos y por lo tanto más productivos.

Nadie puede pedir un esfuerzo de los demás, ni solidaridad en el trabajo, ni que se preocupen por los demás, si no hay una excelente comunicación que sirva para entenderse mejor, preocuparnos por los demás o por el hecho de sentirnos mas útiles en nuestra actividad laboral.

³www.monografias.com/trabajos26/liderazgo...equipo/liderazgo-y-equipo

⁴www.petitchef.es/...aquel-libro-sobre-hosteleria-y-productividad-fid-1163631

Las relaciones con los clientes y la relación con los Empleados

El éxito de las empresas radica en gran parte en la capacidad de formar una asociación entre ellos y los clientes, para ello es necesario mantener una comunicación constante y saber distinguir las necesidades del cliente y como satisfacerlas.⁵ Ofrecerles diferentes opciones sobre los gustos y preferencias que éstos buscan, para ello es fundamental el trato y la comunicación que existe entre los empleados y nuestros clientes.

Es fundamental darle la oportunidad y los medios para que los clientes expresen sus opiniones, comentarios y recomendaciones para con la empresa. Asimismo a los empleados con el propósito de que se sientan parte de la organización y ayuden a su desarrollo. La organización debe capacitar al personal que se relaciona directamente con los clientes y luego concederles la libertad para actuar, darles la autoridad, responsabilidad e incentivos adecuados para reconocer las necesidades de los clientes, interesarse por ellas y atenderlas. Los empleados que están cerca del cliente son los primeros en enterarse de sus dificultades, están en la mejor situación para determinar qué es lo que puede hacerse para satisfacer al cliente.

La capacitación suele ser muy eficaz para desarrollar las técnicas de comunicación y el modo de pensar creativo útil para tratar con clientes difíciles. Ayuda a que los empleados se sientan parte de la organización y se esfuercen por dar lo mejor de sí para bienestar de la empresa.⁶

Las empresas deben mantener relaciones positivas y amistosas con sus clientes y con su personal con el afán de mantenerse en el mercado y dar un buen servicio; los vendedores deben conocer el producto, sus características, para qué se utiliza y cómo. Ya que alrededor del producto giran todas las relaciones entre el cliente y el empleado, sin dejar de lado las relaciones humanas porque la forma en que se trate al cliente es fundamental. Ellos siempre reaccionan ante la presentación de productos que hacen los vendedores, a veces son ignorados y la venta no se realiza. Las relaciones con los clientes son muy importantes, la impresión que se lleven en primera instancia del vendedor, su trato, su personalidad, su competencia, etc. Así existirá siempre un aspecto subjetivo en las relaciones que es necesario sacar provecho, porque al proponer una venta la meta será lograr la misma y a nivel personal el vendedor sentirá que está haciendo bien su labor y que el cliente ha quedado satisfecho.

⁵www.arnoldoaraya.com/.../SERVICIO%20AL%CLIENTE2.pdf

⁶www.fao.org/docret/t1815s/t1815s02.htm

A la mayoría de las personas prefieren tratar con alguien en quien confían y les agrada, que con una persona a quien juzgan en forma indiferente o negativa, buscan una persona de confianza, amistosa, que los respete y atiende con esmero y dedicación. Un buen vendedor trata de hacer amistades con sus clientes en forma respetuosa, el interés hacia el cliente debe ser verdadero no fingido, de lo contrario no funcionara, además la forma en que cada vendedor exprese este interés debe ser compatible con su personalidad.

Los 10 mandamientos del servicio al cliente

1. El cliente por encima de todo
2. No hay nada imposible cuando se quiere
3. Cumple todo lo tu prometas
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera
5. Para el cliente tu marca es la diferencia
6. Fallar en un punto significa fallar en todo
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos
8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente
9. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar
10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo⁷

Capacitación

Concretamente, la capacitación:

- Busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo
- En función de las necesidades de la empresa
- En un proceso estructurado con metas bien definidas.

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente. Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto.

Dados los cambios continuos en la actividad de las organizaciones, prácticamente ya no existen puestos de trabajo estáticos. Cada persona debe estar preparada para ocupar las funciones que requiera la empresa.

⁷ <http://www.mariaschicago.com/images/Servicio%20al%20Cliente.pdf>. SERVICIO AL CLIENTE. PUNTOS PARA SER EL MEJOR VENDEDOR

El cambio influye sobre lo que cada persona debe saber, y también sobre la forma de llevar a cabo las tareas.

Una de las principales responsabilidades de la supervisión es adelantarse a los cambios previendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada persona.

Los campos de aplicación de la capacitación son muchos, pero en general entran en una de las cuatro áreas siguientes:

- a) Inducción. Es la información que se brinda a los empleados recién ingresados. Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante. El departamento de RRHH establece por escrito las pautas, de modo de que la acción sea uniforme y planificada.
- b) Entrenamiento. Se aplica al personal operativo. En general se da en el mismo puesto de trabajo. La capacitación se hace necesaria cuando hay novedades que afectan tareas o funciones, o cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo. Las instrucciones para cada puesto de trabajo deberían ser puestas por escrito.
- c) Formación básica. Se desarrolla en organizaciones de cierta envergadura; procura personal especialmente preparado, con un conocimiento general de toda la organización. Se toma en general profesionales jóvenes, que reciben instrucción completa sobre la empresa, y luego reciben destino. Son los "oficiales" del futuro.
- d) Desarrollo de Jefes. Suele ser lo más difícil, porque se trata de desarrollar más bien actitudes que conocimientos y habilidades concretas. En todas las demás acciones de capacitación, es necesario el compromiso de la gerencia. Aquí, es primordial el compromiso de la gerencia general, y de los máximos niveles de la organización. El estilo gerencial de una empresa se logra no solo trabajando en común, sino sobre todo con reflexión común sobre los problemas de la gerencia. Deberían difundirse temas como la administración del tiempo, conducción de reuniones, análisis y toma de decisiones, y otros.

En cualquiera de los casos, debe planificarse adecuadamente tanto la secuencia como el contenido de las actividades, de modo de obtener un máximo

alineamiento.

La organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de sus hombres. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite ver si hay otras tareas de nivel similar que puede realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa.

Otra forma importante en que la organización protege su inversión en recursos humanos es por medio del planeamiento de carrera. Estimula las posibilidades de crecimiento personal de cada colaborador, y permite contar con cuadros de reemplazo.

La capacitación permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal, que ocurre generalmente entre los empleados más antiguos si no han sido reentrenados.

La motivación

La motivación consiste principalmente en:

- Aquello que impulsa la conducta humana.
- Aquello que dirige o guía a tal conducta.
- Cómo esta conducta es mantenida o sostenida.

Para comprender mejor el proceso de motivación se presupone que una persona reacciona a los estímulos asociados con un estado de desequilibrio interior que proviene de una necesidad, un deseo o una expectativa. La conducta se dirige hacia el logro del incentivo o una meta que el individuo anticipa que puede ser satisfactoria, en el sentido de que restaurará el equilibrio.

Alcanzar el incentivo o meta conduce a un cambio en el grado de desequilibrio y a un cambio en el nivel de esfuerzo que impulsa al individuo hacia la acción. Un individuo, por ejemplo, que tiene una fuerte necesidad de seguridad económica, exhibirá conductas dirigidas hacia fines como el ahorro o las inversiones. Alcanzadas las metas, el estado interior de desequilibrio será modificado. Un individuo que desea una promoción exhibirá la conducta que con más probabilidad le lleva a alcanzar esa meta. Al obtener una promoción, el estado interior de esa persona se verá modificado.

La motivación implica el deseo humano de trabajar, contribuir y cooperar. Motivar es el acto de inducir al desarrollo de una actividad que conduce a los resultados deseados.

El éxito total de este tipo de actividad dependerá de una motivación efectiva. Aún cuando la empresa pague un sueldo y cuente con la posibilidad de suspenderlo, no debe olvidarse la diferencia entre lo que la simple presencia en el trabajo puede lograr y lo que el deseo consciente de contribuir a él permite alcanzar; en efecto, en ella reside la brecha entre el éxito y el fracaso. Por lo tanto, ningún negocio puede contentarse tan sólo con pagar su esfuerzo a los empleados, sino que, por el contrario, cada uno de ellos deberá ser motivado y estimulado hacia una mayor actividad.

6.2 SITUACION CONTEXTUAL

Este proyecto se desarrollará en la ciudad de Palmira Valle en una EPS, en un tiempo aproximado de siete meses, que abarca desde la investigación y estudio del público objetivo hasta la elaboración del material investigado y su posterior entrega y sustentación.

Posición geográfica

Palmira se encuentra localizada en la región sur del Departamento del Valle del Cauca, Colombia. Su cabecera está situada a 3°31'48" de latitud norte y 76°81'13" de longitud al oeste de Greenwich.

Límites políticos y geográficos

Norte: municipio de El Cerrito, Este: Departamento del Tolima, Sur: municipios de Pradera y Candelaria, Oeste: municipios de Cali, Yumbo y Vijes.

De igual forma, la Ley 65 de 1909, modificada por Ordenanza 149 de 1961 dio los límites detallados del Municipio que se fijan así:

“Desde el punto de la Cordillera Central, frente a las fuentes del río Flores Amarillas, una línea recta hasta encontrar éstas, este río abajo hasta el río Aguaclara, este abajo hasta el río Bolo, este abajo hasta 100 metros hacia el occidente del puente sobre el río Bolo en la Carretera Central, de aquí el límite sigue por el Cauca Seco del Bolo Viejo hasta las bocas de Filipí en el Guachal, de donde partiendo hacia el sudoeste se sigue como límite el antiguo cauce de Cauca, llamado Cauca Seco, hasta encontrar el río Cauca, este abajo hasta las

bocas del río Amaime, este arriba hasta su nacimiento en la Cordillera Central, por el perfil de esta hacia el sur hasta el punto de partida".

Superficie

El municipio de Palmira tiene una superficie total de 1.162 kilómetros cuadrados, de los cuales 19.34 kilómetros cuadrados corresponden a la zona urbana.

División político-administrativa

El territorio de Palmira en su conjunto (zona plana y zona de ladera), corresponde a un sistema de asentamientos de distinto orden (de población, industriales, institucionales). La división política – administrativa en comunas del municipio de Palmira está conformada por dos sistemas: uno urbano (barrios) y uno rural (corregimientos). El primero está estructurado por comunas, desde la No. 1 hasta la No. 7 y el segundo desde la No. 8 hasta la No. 16.

Corregimientos

Rozo, La Torre, La Acequia, Matapalo, Obando, La Herradura, Palmaseca, Coronado (rural), Zamorano (rural), La Dolores, Guanabanal, Caucaseco, Juanchito, Bolo San Isidro, Bolo Italia, Bolo Alizal, Amaime, Boyacá, La Pampa, Tablones, Tienda Nueva, Guayabal, Barrancas, La Zapata, Aguaclara, Ayacucho, Combia, Toche, Potrerillo, Caluce y Tenjo.

Clima

Su temperatura media es de 23 grados centígrados y su altura promedio sobre el nivel del mar es de 1,001 metros. En Palmira se distinguen dos zonas localizadas hacia la media ladera en las cuales la precipitación media anual alcanza valores de 2.000 mm y 2.100 mm, convirtiéndose así en las áreas más húmedas del municipio. Dichas áreas son la cuenca media del río Nima y parte alta de la cuenca del río Aguaclara.

Hidrología

El territorio municipal abarca las cuencas de los ríos Nima, Amaime, Aguaclara y Bolo. Estas cuencas son la reserva hidrológica y productiva más importante del municipio de Palmira.

La cuenca del río Nima tiene una extensión aproximada de 12.000 hectáreas, caracterizadas, en su mayor parte, por una pendiente pronunciada (con inclinaciones mayores del 70%).

La cuenca del río Amaime es la de mayor extensión en el municipio de Palmira. De sus 55.000 hectáreas, 35.000 corresponden al municipio de Palmira y 19.900 al municipio de El Cerrito.

La cuenca hidrográfica del río Desbaratado posee una extensión de 14.550 hectáreas; la cuenca hidrográfica del río Frayle, 23.825 hectáreas; y la cuenca hidrográfica del río Bolo, 19.875 hectáreas. La subcuenca hidrográfica del río Aguaclara tiene una extensión de 7.200 hectáreas, localizadas parcialmente en el municipio de Palmira. Su altitud oscila entre los 3.100 y 1.050 m.s.n.m.

Palmira, Capital Agrícola de Colombia

El título de Capital Agrícola o Agroindustrial de Colombia se debe al desarrollo científico y tecnológico de Palmira en este campo. Es sede de corporaciones e institutos públicos, mixtos y privados; nacionales e internacionales sin ánimo de lucro, que centran sus trabajos e investigaciones en aspectos como: preservación y uso racional de los recursos naturales y el ambiente, aumento de competitividad, desarrollo de capacidad científica, acceso a tecnologías de punta, mejoramiento de cultivos, agrodiversidad, manejo de plagas y enfermedades, manejo de suelos y sistemas de producción. Algunas de estas instituciones trabajan mancomunadamente en torno al proyecto Parque Científico y Tecnológico; ellas son: Corpoica, ICA, Universidad Nacional de Colombia, Fundación Ecoparque Llanogrande, Centro de Agricultura Tropical (CIAT).

Un crecimiento acelerado

Gracias a su ubicación y a la nobleza de su terreno, Palmira presenta en los últimos años un crecimiento urbanístico y económico que ha potenciado su desarrollo en otras áreas de la producción: la industria, el comercio, la ganadería y la minería.

En la agricultura la caña de azúcar sigue siendo uno de los productos de mayor importancia, con unas 18.000 hectáreas cultivadas, caña procesada en ingenios de la región para producir azúcar, panela, miel y alcohol. Otros productos agrícolas son: café, tabaco, cacao, arroz, maíz, frijol, yuca, papa, algodón, soya, plátano, sorgo, y gran variedad de hortalizas y frutas. La industria produce maquinaria agrícola, empaques, tubos de cemento y artículos metálicos, entre otros. Palmira tiene instituciones bancarias, servicio de transporte, hoteles, restaurantes e inmobiliarias. La Cámara de Comercio del municipio registra más de seis mil empresas distribuidas en los sectores de la producción mencionados.

Hospitales y Clínicas

- Centro de Salud San Pedro
Calle 36 N° 11 - 44 Tel: 274 7553 - 274 7590
- Centro de Salud Sesquicentenario
Calle 11 N° 25 N - 86 Tel: 270 1007 - 271 6262
- Clínica Comfandi
Calle 32 N° 22 - 00 Tel: 281 8100
- Clínica de Fracturas Ltda
Calle 46 N° 28 - 07 Tel: 271 5743
- Clínica India Catalina
Calle 31 N° 31 - 63 Tel: 271 8861
- Clínica Maranatha
Calle 29 N° 20 - 50 Tel: 271 2363 - 272 3560
- Clínica Nuestra Señora del Palmar
Calle 31 N° 31 - 63 Tel: 275 6115 - 273 2483
- Clínica Oftalmológica de Palmira Ltda
Calle 31 N° 21 - 39 Tel: 275 9699
- Clínica Palmira S.A.
Carrera 31 N° 31 - 62 Tel: 275 5557 - 273 3743
- Clínica Urológica Salus
Calle 32 A N° 30 - 57 Tel: 272 3482
- Hospital Raúl Orejuela Bueno
Calle 36 N° 39 - 75 Tel: 270 1700 - 271 4852
- Hospital San Vicente de Paúl
Calle 40 N° 28 - 18 Tel: 275 9386 - 275 9378

Festivales

En Palmira se celebran numerosos eventos de carácter nacional e internacional a lo largo del año, que son el deleite de su gente y convocan a numerosos visitantes nacionales e internacionales; entre ellos se destacan: La Fiesta Nacional de la Agricultura, Expomuebles, la Feria Equina, el Festival de la Cerveza y el Festival de la Trova.

La Fiesta de la Agricultura es quizás la festividad más representativa de Palmira, con su tradicional cabalgata que recorre más de dos kilómetros a través de las principales calles de la ciudad, se realizan además muestras artesanales y empresariales, actividades infantiles, verbenas populares, campeonatos deportivos, desfiles, conciertos y el Reinado Cívico y Popular.

El Festival Internacional de Arte y Cultura Ricardo Nieto es un evento organizado por la Casa de la Cultura; en él hay exposiciones itinerantes de pintura, lecturas de poesía, presentaciones musicales, artesanías, gastronomía y eventos de gestión cultural.

Su gente

Un aspecto significativo en Palmira, como en cualquier ciudad de Colombia, es su factor humano.

Palmira ha sido cantera de importantes deportistas y músicos, y territorio fecundo para las letras. Cabe destacar a Mónica Llano Núñez, ganadora del premio María de las Estrellas, otorgado por la Unesco; a Julio César Londoño, ganador del premio Juan Rulfo de Cuento; y a escritores como Miguel Caro Gamboa, Óscar Rivera Luna y Mauricio Cappelli, entre otros.

Pero más allá de los personajes destacados, al recorrer las calles de Palmira a pie, en auto o en las victorias (coches) se puede disfrutar de la calidez de su gente, producto de la maravillosa mezcla entre blancos, negros e indígenas, que revelan la cultura vallecaucana con gran intensidad.

Gastronomía

Entre los atractivos turísticos de Palmira se encuentra su rica gastronomía. Existe una gran cantidad de opciones para disfrutar en un recorrido a través de varias poblaciones como Rozo, la Buitrera, Tablones, Amaime y el Bolo, donde se encuentra una serie de restaurantes y estaderos.

Dentro de los platos está el sancocho de gallina vallecaucano, hecho a fogón y leña. Otras sabrosuras son las fritangas; a orilla de las carreteras hay toldos en donde se ofrecen empanadas, bofe, maduro, aborrajados, chorizos y mucho más. Y las delicias del mecato: los dulces de vilanca, arracacha, casabe, lulo y guayaba, las brevas con arequipe, los alfandoques, las cucas, las caspiroletas, las gelatinas, los cuaresmeros, el manjarblanco, las tortas pastor y de coco, el kumis, etc⁸.

⁸ www.palmiguia.com/conozca-palmira.html -

7. DISEÑO METODOLOGICO

7.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio que se aplicará en esta investigación es el estudio descriptivo, por medio del cual se pretende brindar una percepción del funcionamiento de un fenómeno, analizando las variables, factores o elementos que lo componen, en este caso se analizarán los factores individuales e internos que influyen en los trabajadores de la EPS, que se encargan de afectar la calidad en la prestación del servicio a los usuarios.

Por medio de este estudio se pretenden obtener conclusiones generales teniendo en cuenta los datos obtenidos por medio de las fuentes primarias y secundarias de información (realización de encuesta al personal de la EPS, observación directa e investigación realizada a través de textos y páginas de internet).

7.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño con el que cuenta ésta investigación es de tipo no experimental – de campo, que es aquel que permite recoger datos directamente de la realidad, a fin de analizar una problemática determinada.

7.3 TECNICAS Y RECOLECCION DE DATOS

Para poder lograr la viabilidad de este proyecto de investigación, se tuvieron en cuenta las siguientes técnicas y métodos de recolección de datos:

Observación Directa. Este proyecto se aplicará a los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicio de Salud, estos trabajadores van a ser observados en sus actividades diarias aprovechando todas las situaciones, problemas y vivencias que se vayan presentando, promoviendo en los trabajadores la formación de juicios de valor encauzando su comportamiento social y así tenga una actitud participativa.

Para que este proceso se realizará de forma más efectiva, se hizo uso de la ficha de lectura, que representa una herramienta fundamental a la hora de recopilar la información ya que este tipo de herramienta ayudará a clasificar toda la información encontrada facilitando el desarrollo investigativo teniendo los puntos claros en el momento de clasificar la información, la ficha de lectura va a facilitar la recopilación de información para este tipo de proyecto ya que todas las referencias bibliográficas se clasifican por medio de la importancia del tema o lo que va a repercutir en el proyecto.

Entrevista. Este tipo de herramienta brinda de primera mano, la posibilidad de recoger información valiosa sobre la problemática que se vive en la actualidad con el medio ambiente y a su vez se piensa tener en cuenta

Herramienta de análisis y síntesis. Para analizar y sintetizar se tuvo en cuenta una ficha de análisis para sintetizar toda la información encontrada, se empezó por la indagación del tema del trabajo, buscando todas las referencias bibliográficas para así tener una base y saber qué es lo que se va a hacer.

7.4 POBLACIÓN, ESPACIO Y MUESTRA

Población

Para llevar a cabo la realización de este proyecto de investigación enfocado el servicio al cliente en la EPS, se investigará a todo el personal interno que presta sus servicios en la Sede Palmira (Valle), entre los cuales se encuentra:

1. Trabajadores de la recepción
2. Médicos Generales, otras profesiones y especialistas
3. Enfermeras y Auxiliares
4. Personal de oficios varios

Estas personas son seleccionadas teniendo en cuenta que son los frentes sobre los cuales se realizará la investigación con el fin de poder contar con información fidedigna. Además, gracias a la información obtenida, se podrán abstraer recomendaciones claras y oportunas que sirvan como base para mejorar el problema de servicio al cliente que se está presentando en la EPS.

Muestra. La muestra seleccionada es de 20 personas que comprenden las áreas: Administrativas, auxiliares, personal operativo y personal de oficios varios.

Esta encuesta se realizó a 20 personas de la EPS de Palmira, los cuales son:

- 5 médicos
- 3 enfermeros
- 2 odontólogos
- 2 auxiliares odontológicos
- 2 auxiliares de enfermería
- 2 recepcionistas
- 4 analistas

Espacio: El lugar que se decidió investigar es una EPS de la ciudad de Palmira.

Cantidad: Esta investigación se dará por siete meses.

7.5 VARIABLES DE INVESTIGACION

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	TIPO DE VARIABLE	ESCALA DE MEDICIÓN	INDICADOR
FACTORES QUE AFECTAN LA CALIDAD DEL SERVICIO	Para proporcionar atención de alta calidad los proveedores de servicios tienen que entender y respetar las necesidades, actitudes e inquietudes de sus clientes	El servicio del personal de la EPS y las percepciones de los clientes se ven afectadas por factores personales, sociales y culturales	CUALITATIVA	NOMINAL	Se determina por medio de gráficos de barra realizados en Excel, por medio de una tabla de datos, teniendo en cuenta las categorías establecidas.
INTERESES Y ACTITUDES	Las actitudes organizacionales son la mayoría satisfacción laboral por medio de la identificación en el trabajo y el compromiso que se adquiere con la organización.	Las actitudes y los intereses se logran por medio de las funciones entre la satisfacción del empleado en buen rendimiento y los resultados favorables al ganar por medio de la humanización del trabajo y el saber sentirse parte de la organización.	CUALITATIVA	NOMINAL	Se determina por medio de gráficos de barra realizados en Excel, por medio de una tabla de datos, teniendo en cuenta las categorías establecidas.
CAPACITACION	Se entiende por capacitación el conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal de acuerdo con lo establecido por la ley general de educación, dirigidos a prolongar y a complementar la educación inicial mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes.	Se realiza con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional.	CUALITATIVA	NOMINAL	Se determina por medio de gráficos de barra realizados en Excel, por medio de una tabla de datos, teniendo en cuenta las categorías establecidas.
INNOVACION	Cambio que introduce una o varias novedades.	Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio con el fin de incrementar la productividad.	CUALITATIVA	NOMINAL	Se determina por medio de gráficos de barra realizados en Excel, por medio de una tabla de datos, teniendo en cuenta las categorías establecidas.

COMPROMISO	Un empleado comprometido con capacidad de trabajo en equipo, proactivo, con iniciativa y afán de superación, con ilusión por aprender y cierta dosis de humildad, empatía, inteligencia y honestidad puede lograr que la empresa alcance sus metas organizacionales.	La identificación de un individuo con una empresa se caracteriza por una fuerte creencia en las metas de esa compañía, con la que finalmente logra identificarse y sentirse una parte fundamental de ella.	CUALITATIVA	NOMINAL	Se determina por medio de gráficos de barra realizados en Excel, por medio de una tabla de datos, teniendo en cuenta las categorías establecidas.
------------	--	--	-------------	---------	---

8. ASPECTO ETICO

Visión

En el año 2011, la EPS, será reconocida por la comunidad como una de las dos primeras EPS tanto por sus niveles de calidad en los servicios, como en el número de usuarios asegurados; acreditados y con responsabilidad social empresarial, en las regiones donde hace presencia.

Misión

Brindamos servicios de salud con calidad total.

Áreas Estratégicas y sus Objetivos

- **Equipos de trabajo productivo y comprometido.**

Objetivo. Contar con personas competentes, trabajando en equipo, aplicando metodologías de mejoramiento en sus procesos, acorde a los valores, y comprometidos con el logro de los resultados del Negocio.

- **Satisfacción del Usuario.**

Objetivo. Hacer que el usuario sienta que su EPS lo atiende con calidad, profesionalismo y amabilidad.

- **Reconocimiento Institucional / Relaciones con prestadores de servicio.**

Objetivos.

- Construir y mantener relaciones de respeto y de confianza, con los medios y demás instituciones políticas y económicas.
- Ser preferidos por las IPS por ser una EPS que honra sus compromisos que maneja procesos operativos eficientes y realiza una pertinente gestión del riesgo.

- **Mejoramiento Continuo**

Objetivo. Estructurar la gestión de la empresa con un enfoque orientado al cliente basados en procesos eficientes.

- **Alianzas Estratégicas**

Objetivo. Fomentar la creación de vínculos comerciales con empresas que faciliten el desarrollo sostenible, de la empresa, la generación de valor y el crecimiento de los mercados en que participe.

- **Gestión del Riesgo**

Objetivos.

- Desarrollar Sistema de administración de riesgo en salud.
- Desarrollar Sistema de administración de riesgo operativo.
- Desarrollar Sistema de administración de riesgo General de negocio, del mercado y del crédito.

Principios Éticos

Los principios éticos de la entidad, sin perjuicio de los contenidos en el Código de Ética, son:

- El sentido de la excelencia es fundamental dentro de nuestras actividades.
- Solidaridad y disponibilidad permanentes son actitudes de servicio que orientan nuestras funciones.
- Buscamos una permanente identidad de compromiso entre las expectativas del usuario y los propósitos de la organización. Para el efecto, se pretende implantar cultura de cordialidad, que conduzca al trato amable, cálido y humano, dentro de un marco de respeto mutuo.
- Laboramos con honestidad, ética y compromiso.
- Trabajamos exigiendo responsabilidad y eficiencia en el manejo de recursos, basados en altos estándares laborales.
- Creamos una audaz cultura empresarial en nuestras actividades.
- Respetamos y cuidamos el medio ambiente.
- Buscamos, dentro de una alta competitividad, rentabilidad para nuestro negocio, salud para nuestros afiliados, estabilidad y crecimiento para nuestros funcionarios.

Grupos de Interés de la Entidad

La EPS reconoce como grupos de interés a los accionistas, los afiliados, los aportantes, los acreedores, las IPS, los organismos de control, los directivos y colaboradores, los gremios económicos, la comunidad y las organizaciones sociales.

Valores Corporativos

Compromiso: Entrega, dedicación y convencimiento, siempre presentes en nuestras acciones, para el cumplimiento de los objetivos personales e institucionales.

Ética: Nuestros principios morales nos conducen al buen comportamiento, orientándonos hacia el logro de una armonía individual y social.

Responsabilidad: Cumplimos eficientemente con los compromisos adquiridos y asumimos positivamente las consecuencias de nuestros actos.

Excelencia: Nos esforzamos permanentemente por satisfacer las expectativas de nuestros usuarios, buscando siempre ser los mejores del mercado en cuanto a recursos humanos, procesos, tecnología y estructura, con enfoque hacia el servicio.

Respeto: Valoramos a las personas como a nosotros mismos, entendiendo que nuestra libertad llega hasta donde inicia la de los demás.

Innovación: Imprimimos creatividad e imaginación en nuestro trabajo con dinamismo y conocimiento, teniendo mente abierta hacia un nuevo horizonte.

Equidad: Buscamos continuamente prestar nuestros servicios de salud, enmarcados dentro de la normatividad vigente reconociendo los derechos, deberes y necesidades individuales de nuestros usuarios, teniendo en cuenta su participación activa.

Liderazgo: Nos caracterizamos por contar con un equipo de trabajo altamente comprometido en el desarrollo de su potencial, que orienta sus esfuerzos en la consecución de los objetivos organizacionales a través de la innovación, competitividad, motivación y conocimiento, generando valor agregado al bienestar y calidad de vida de los colombianos.

Amabilidad: Nos comprometemos a superar las expectativas de nuestros usuarios, ofreciendo un servicio cálido y humano, que garantice el buen trato y evidencie nuestro interés hacia sus necesidades.

9. CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	FECHA
INVESTIGACION Y ANALISIS DE LA INFORMACION OBTENIDA POR MEDIO DE LIBROS Y REVISTAS.	20 FEBRERO DE 2011
PROCESO DE OBSERVACION DIRECTA EN LA EPS	10 FEBRERO DE 2011
REALIZACION DE ENCUESTA A LOS USUARIOS DE LA EPS	1 MARZO DE 2011
PRIMER ANALISIS DE DATOS Y AJUSTE DE LOS INSTRUMENTOS	1 ABRIL DE 2011
TABULACION Y ANALISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA	20 ABRIL DE 2011
REDACCION DEL INFORME	1 MAYO DE 2011
REVISION Y EDICION DEL INFORME FINAL	4 JUNIO DE 2011
ESTABLECER CONCLUSIONES DEL PROYECTO Y DISEÑAR LA ESTRATEGIA PARA ALCANZAR EL MEJORAMIENTO CONTINUO.	1 MAYO DE 2011
ENTREGA FINAL DEL PROYECTO SUJETO A CAMBIOS	JUNIO 22 DE 2011 DE 2011
REUNIÓN PARA REALIZAR LAS CORRECCIONES DEL PROYECTO	MES DE JULIO DE 2011
ENTREGA DEL PROYECTO CON CORRECCIONES Y SUSTENTACION	AGOSTO 26 DE 2011

10.RESULTADOS Y ANALISIS

Esta encuesta se realizó a 20 personas de la EPS de Palmira (Valle), los cuales son:

- 5 médicos
- 3 enfermeros
- 2 odontólogos
- 2 auxiliares odontológicos
- 2 auxiliares de enfermería
- 2 recepcionistas
- 4 analistas

TABULACION Y GRAFICOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Cuáles considera usted que son los factores claves del éxito en una organización?

- a) Imagen que representa la empresa.
- b) Expectativas y percepciones con respecto a la calidad del servicio.
- c) La manera como se presenta el servicio.
- d) La prolongación de su satisfacción.

TABLA No. 1 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO EN UNA ORGANIZACIÓN

RESPUESTA	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE
A	3	15%
B	5	25%
C	6	30%
D	6	30%

De las 20 personas encuestadas, 3 de ellas, que representan el 15% consideran que la imagen que representa la empresa es uno de los factores claves de una organización.

5 personas, que representan el 25% consideran que las expectativas y las percepciones con respecto a la calidad del servicio es el factor clave de una organización para alcanzar el éxito.

El 30% que se encuentra formado por 6 personas, dicen que la manera como se presenta el servicio es el factor clave para alcanzar el éxito en una organización.

El 30% considera que la prolongación de su satisfacción es el factor clave para alcanzar el éxito de una organización.

GRAFICO No. 1 FACTORES CLAVES DEL EXITO EN UNA ORGANIZACIÓN



2. De los siguientes factores, ¿cuál considera usted que es el más importante para los usuarios y que representa un trato de calidad?

- a) Atención inmediata
- b) Trato cortés
- c) Receptividad a preguntas y respuestas
- d) Solución a reclamos teniendo en cuenta la satisfacción del cliente.
- e) Explicación de procedimientos
- f) Todas las anteriores

TABLA No. 2 FACTORES IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS QUE REPRESENTAN UN TRATO DE CALIDAD

RESPUESTA	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE
A	3	15%
B	1	5%
C	2	10%
D	1	5%
E	2	10%
F	11	55%

GRAFICO No. 2 FACTORES IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS QUE REPRESENTAN UN TRATO DE CALIDAD



El 55% de los empleados encuestados consideran que para que los usuarios reciban un trato de calidad, es de vital importancia que se agrupen diversos factores tales como: Atención inmediata, trato cortés, receptividad a preguntas y puntualidad en las respuestas, solución a reclamos teniendo en cuenta la satisfacción del cliente y explicación de procedimientos, ya que de esta manera los usuarios sentirán que la empresa está dispuesta a servirles, que se interesa por su satisfacción, pero siempre y cuando este interés sea genuino y no artificial, ya que cuando el cliente siente que no lo están tomando en serio tiende a incomodarse. Es importante tener en cuenta que todos los clientes deben ser tratados de igual forma, sin hacer excepciones, procurando acaparar nuevos usuarios y conservando a los que ya hacen parte de la EPS. Debe tenerse en cuenta que siempre que el usuario tenga alguna inquietud se debe procurar contar con una

respuesta acertada para ello y en caso de que no se pueda dar contestación, buscar a la persona idónea para hacerlo, la idea es que el usuario reciba lo que necesita sin prejuicio alguno.

El 15% considera que la atención inmediata es el factor más importante para los usuarios y representa un trato de calidad.

El 5% considera que el trato cortés es vital para brindar un servicio de calidad a los usuarios.

El 10% considera que la receptividad a preguntas y respuestas es fundamental para que los usuarios reciban un buen servicio.

El 5% considera la solución a reclamos teniendo en cuenta la satisfacción del cliente es fundamental para que los usuarios estén satisfechos con el servicio que reciben.

El 10% considera que una oportuna explicación de procedimientos es vital para que los usuarios se sientan satisfechos con el servicio que reciben.

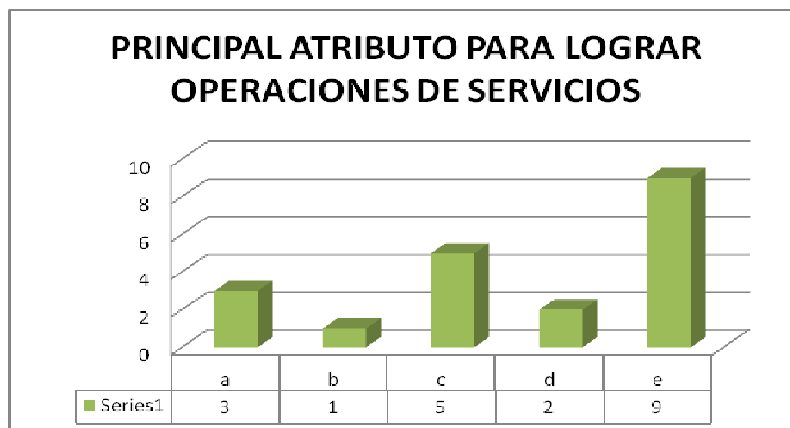
3. ¿Cuál cree usted que es el principal atributo para lograr operaciones de servicio?

- a) Eficiencia, precisión
- b) Competencia y capacidad
- c) Cortesía, cuidado y entrenamiento
- d) Receptividad y accesibilidad
- e) Todas las anteriores

TABLA No. 3 PRINCIPAL ATRIBUTO PARA LOGRAR OPERACIONES DE SERVICIOS

RESPUESTA	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE
A	3	15%
B	1	5%
C	5	25%
D	2	10%
E	9	45%

GRAFICO No. 3 PRINCIPAL ATRIBUTO PARA LOGRAR OPERACIONES DE SERVICIOS



El 15% de las personas encuestadas considera que la eficiencia y la precisión son los principales atributos para lograr operaciones de servicios.

El 5% considera que la competencia y la capacidad permiten lograr operaciones de servicios.

El 25% considera que la cortesía, el cuidado y el entrenamiento son vitales para que una organización logre realizar operaciones de servicios.

El 10% considera que la receptividad y accesibilidad son fundamentales para que una organización logre realizar operaciones de servicios.

Y el 45% restante considera que todos los factores anteriormente mencionados son vitales para lograr operaciones de servicio en una organización.

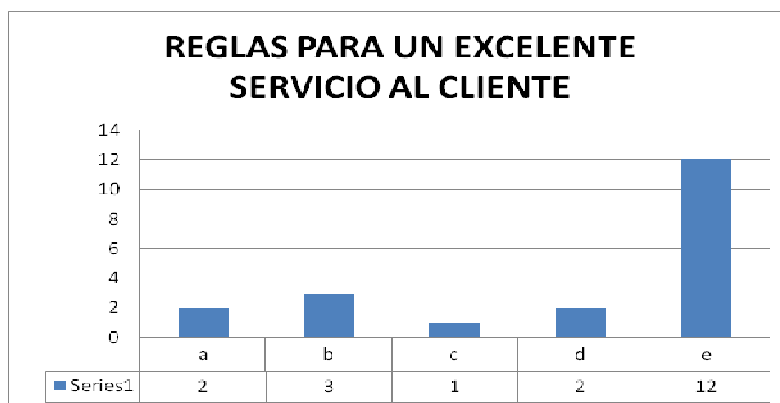
4) ¿Cuáles son las reglas para un excelente servicio al cliente?

- a) Dar atención total, sin distracciones o interrupciones
- b) Demuestre, energía y cordialidad
- c) Cuide su persona
- d) Ayude a los usuarios a resolver sus inquietudes.
- e) Todas las anteriores

TABLA No. 4 REGLAS PARA UN EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE

RESPUESTA	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE
A	2	10%
B	3	15%
C	1	5%
D	2	10%
E	12	60%

GRAFICO No. 4 REGLAS PARA UN EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE



El 10% considera que dar atención total, sin distracciones o interrupciones es una regla fundamental para lograr un excelente servicio al cliente.

El 15% considera que demostrar energía y cordialidad es una regla fundamental para lograr un excelente servicio al cliente.

El 5% considera que el cuidado a la persona es fundamental para que el cliente se sienta satisfecho y reciba la atención que se merece.

El 10% considera que resolver las inquietudes de los usuarios es una regla fundamental para lograr un excelente servicio al cliente.

El 60% restante considera que todos los factores mencionados anteriormente representan reglas fundamentales para lograr un excelente servicio al cliente.

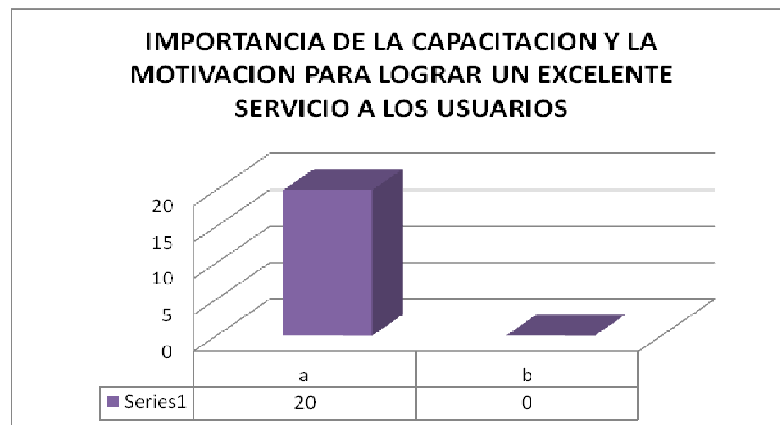
5) Considera usted que la capacitación y la motivación constante son factores fundamentales para lograr un excelente servicio a los usuarios de la EPS?

- a) Si
- b) No

TABLA No. 5 IMPORTANCIA DE LA CAPACITACION Y LA MOTIVACIÓN PARA LOGRAR UN EXCELENTE SERVICIO A LOS USUARIOS

RESPUESTA	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE
A	20	100%
B	0	0

GRAFICO No. 5 IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN Y LA MOTIVACION PARA LOGRAR UN EXCELENTE SERVICIO A LOS USUARIOS



Por último, el 100% del personal de la organización considera que para que se pueda brindar un excelente servicio a los usuarios, es de vital importancia capacitar y motivar al personal constantemente, ya que de esta manera ellos se sentirán más comprometidos con la empresa, que reciban un trato respetuoso, cordial, ya que de la misma forma estos trataran a los usuarios, y les contagiaran su entusiasmo.

Cuando una organización invierte en la capacitación de sus empleados, se logra contar con personal dotado de conocimientos, prestos a resolver cualquier inquietud de los clientes, se fomentan las habilidades necesarias para que puedan desarrollar una optima labor, ya que se obtiene un aprendizaje bien planificado, y se logra alcanzar competir en el mercado con éxito y calidad.

ANALISIS GENERAL

Después de analizar de manera conjunta los resultados obtenidos por medio de la encuesta, tomando la muestra de 20 personas, se observa que existe un amplio conocimiento acerca de los factores que se deben tener en cuenta para ofrecer un servicio al cliente en óptimas condiciones, conocen los atributos para lograr operaciones de servicio, y saben a cabalidad que la capacitación y la motivación constante son factores vitales para que la EPS logre brindar un excelente servicio a los usuarios.

Es de vital importancia tener en cuenta que la capacitación del personal de una organización representa formas de educación orientadas a mejorar la percepción habilidad, destreza, motivación, etc. de los colaboradores. Siendo necesario e imprescindible planificar y elaborar un plan de capacitación.

El trabajo realizado por el personal de la EPS representa una de las bases fundamentales para que se logre el éxito, por ende, se debe resaltar constantemente el trabajo valioso y el esfuerzo interno que brinda cada persona en sus correspondientes puestos de trabajo.

Y con respecto a la motivación debe hacerse énfasis en que juega un papel fundamental para alcanzar el éxito empresarial, ya que de ella depende la consecuencia de los objetivos de una empresa, porque cuando el personal se encuentra motivado, está comprometido con la organización, aunque algunas empresas dejan de lado este factor tan importante y tratan a los empleados como maquinas, no les importa lo que ellos piensan o sienten, no se han percatado de lo que el recurso humano representa para la organización, y es allí donde se empieza a tener un déficit de recursos cualificados y es por eso que las empresas están buscando formas de atraer y retener los recursos humanos.

CLAVES DEL ÉXITO

La EPS se preocupa por brindar un servicio de calidad a sus usuarios de forma cordial y oportuna, aunque en ocasiones se presentan falencias que se encargan de deteriorar la relación entre el usuario y el personal encargado del servicio al cliente.

Los empleados de la EPS tienen un amplio conocimiento acerca de que el éxito de una organización depende del servicio que se le brinde a los usuarios y de la prolongación de su satisfacción, a fin de que se eviten disgustos e incomodidades por parte del usuario.

La EPS puede mejorar su servicio en la atención a los usuarios siempre y cuando se haga énfasis en:

- Brindar atención inmediata
- Trato cortés
- Receptividad a preguntas y puntualidad en las respuestas
- Solución a reclamos
- Explicaciones de procedimientos

Un factor importante en la EPS es que todos los clientes son tratados de la misma manera sin importar su condición.

Se resalta la importancia de la motivación y la capacitación constante al personal encargado del servicio al cliente, ya que estos dos factores son fundamentales para que el personal de cualquier institución se comprometa con los objetivos organizacionales y logre que la empresa alcance el desarrollo de sus metas.

El personal de la EPS tiene en claro que la eficiencia, la cordialidad, la precisión, la cortesía, el entrenamiento son factores fundamentales para que toda organización logre sus metas y sus objetivos.

11. CONCLUSIONES

Después de llevar a cabo la realización de este proyecto se concluye que:

- En la empresa se observa que en ciertas ocasiones el personal encargado de servicio al cliente no brinda respuestas claras y oportunas a sus clientes, se muestran algunas actitudes apáticas, en algunos casos, desconcentración y sobre todo el trato que se da a los clientes no es el más cordial.
- Existen empleados que se muestran desmotivados, se observa que los problemas que tienen dentro de la organización con sus superiores pueden influir en el trato que le dan a los clientes.
- Es importante tener en cuenta que el servicio al cliente representa un método eficaz para que una organización logre distinguirse de la competencia y alcance un posicionamiento en el mercado.
- Gracias a la capacitación constante, los colaboradores de una organización logran adquirir o desarrollar conocimientos y habilidades específicas relacionadas con la labor que desarrollan, modificando sus actitudes frente a los quehaceres de la organización, el puesto o el ambiente laboral
- La capacitación implica por una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a lograr la integración del colaborador a su puesto de trabajo, y/o la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la empresa, y, a su vez, un conjunto de métodos, técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la organización para su normal desarrollo de sus actividades.
- La capacitación constituye factor importante para que el colaborador brinde el mejor aporte en el puesto o cargo asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar el rendimiento, la moral y el ingenio creativo del colaborador.

- La capacitación y desarrollo del recurso humano, son las acciones claves para el cambio positivo de los colaboradores, siendo estos en las aptitudes, conocimientos, actitudes y en la conducta social, lo que va traer consigo mantener el liderazgo tecnológico, el trabajo en equipo y la armonía entre las personas colaboradoras dentro de una organización.
- A través de la capacitación del personal de la organización se logran los objetivos y fines institucionales, ya que se refuerza el rendimiento actual y futuro de los empleados.
- Dentro de la motivación es importante resaltar una buena comunicación, ya que muchas veces las empresas incorporan programas de mejora y ventajas para las personas que trabajan en ella, pero no sabe transmitirlos adecuadamente y pierden su eficacia ya que no tienen repercusión. Es importante también por parte de la gerencia el saber transmitir adecuadamente el proyecto empresarial y hacer sentir a los empleados y empleadas su implicación en el mismo.

12.RECOMENDACIONES

- Para que la EPS logre contar con personal comprometido con la organización, que demuestre una actitud positiva frente a los usuarios, dejando de lado factores que pueden influir a nivel personal en la eficaz prestación del servicio, es de vital importancia, primero que logre que el personal se identifique con la filosofía organización y con a su vez que participe de forma activa en la elaboración de las estrategias que sirven como base para alcanzar el mejoramiento continuo, y a su vez, de esta forma se identifican actitudes, comportamientos y falencias que presentan los empleados en el momento de alcanzar los objetivos organizacionales.
- Es importante que en la EPS se realicen inducciones constantes donde se resalte la misión, la visión, políticas, valores, objetivos, y demás factores fundamentales que hacen parte de la cultura organizacional de la empresa, sin importar si se trata de personal que lleva varios años en la organización, ya que todos estos factores son fundamentales para el cabal cumplimiento de las estrategias de la empresa.
- Es importante que en la EPS se mejoren los sistemas de comunicación que se encarguen de resaltar la importancia de la cultura organizacional; ya que gracias a esto se logra mejorar el clima organizacional y por ende la imagen que se busca proyectar hacia el entorno, teniendo en cuenta que la comunicación representa una base primordial para que los empleados se involucren con las tareas que surgen en los diferentes procesos en la EPS, evitando la inestabilidad en el desempeño laboral.
- Las directivas de la EPS no deben limitarse única y exclusivamente a impartir órdenes a sus empleados, deben preocuparse también por sus intereses, sus inquietudes, es decir, por todos aquellos aspectos que giran en torno a su vida personal, ya que estos son los que se encargan de influir en la eficaz prestación del servicio, reflejando una actitud negativa hacia los usuarios.
- Deben implementarse sistemas de incentivos y motivación constante en la EPS, ya que estas representan estrategias básicas para que los empleados se comprometan e involucren con la organización, no necesariamente debe de tratarse de incentivos monetarios o materiales, lo importante es crear hábitos institucionales en los cuales se valore el trabajo que el empleado

realice, que el trato sea humano, la relación laboral sea agradable y más cuando este es impartido por un miembro de las jerarquías más altas de la EPS, es importante que se le brinde al empleado seguridad y confianza en lo que hace, a fin de que cumplan eficazmente con las tareas que realiza. La motivación también implica que el empleado este en capacidad de tomar decisiones, que se sienta a gusto con su área de trabajo, que tenga capacidad de realizar sus actividades por sí mismos, que les permitan poner en práctica la innovación y la creatividad, ya que estos son dos factores vitales para que las empresas evolucionen y se encuentren a la vanguardia.

- Pero es importante también tener en cuenta que existe empleados en la EPS que mezclan su vida personal con su vida laboral, y esto no debe de ser así, los problemas deben dejarlos en casa y si son difíciles de resolver, tratar de solucionarlos primero antes de iniciar la realización de sus labores, ya que el cliente espera ser atendido de forma rápida y cortés, además el no tiene porque pagar las consecuencias de los problemas que aquejan a los empleados de la organización.

GLOSARIO

Capacitación. Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

La capacitación permite adaptarse a los rápidos cambios sociales, como la situación de las mujeres que trabajan, el aumento de la población con títulos universitarios, la mayor esperanza de vida, los continuos cambios de productos y servicios, el avance de la informática en todas las áreas, y las crecientes y diversas demandas del mercado. Disminuye la tasa de rotación de personal, y permite entrenar sustitutos que puedan ocupar nuevas funciones rápida y eficazmente.

Cliente. El cliente es la razón de ser de la empresa, sin ellos no podrían subsistir, y la mejor publicidad que podemos hacer es tener clientes satisfechos; además por la gran competencia que se da actualmente el cliente tiene la libertad de escoger su mejor proveedor y esto lo hace tomando en cuenta la calidad del servicio y la atención que le brinden, así como donde queden satisfechas sus necesidades o sus gustos.

Competitividad. Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. A ello se debe la ampliación del marco de referencia de nuestros agentes económicos que han pasado de una actitud autoprotectora a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo.

La competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos.

El uso de estos conceptos supone una continua orientación hacia el entorno y una actitud estratégica por parte de las empresas grandes como en las pequeñas, en las de reciente creación o en las maduras y en general en cualquier clase de organización. Por otra parte, el concepto de competitividad nos hace pensar en la idea "excelencia", o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización.

La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "planificación estratégica". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global.

Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea de que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación.

La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa, deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas y productos y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

Globalización. La globalización engloba un proceso de creciente internacionalización del capital financiero, industrial y comercial, nuevas relaciones políticas internacionales y el surgimiento de nuevos procesos productivos, distributivos y de consumo deslocalizados geográficamente, una expansión y uso intensivo de la tecnología sin precedentes.

Innovación. La innovación es el conjunto de actividades inscriptas en un determinado período de tiempo y lugar que conducen a la introducción con éxito en el mercado, y por primera vez, de nuevos o mejores productos, procesos servicios o técnicas de gestión y organización.

Marketing. Marketing es un sistema total de actividades mercantiles, encaminada a planear, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores potenciales.

Motivación. La motivación puede definirse como el estado o condición que induce a hacer algo. Es un término general que se aplica a una clase completa de impulsos, deseos, necesidades y fuerzas similares. De la misma manera, decir que los administradores motivan a sus subordinados es decir que utilizan las cosas que esperan satisfagan esos impulsos y deseos e induzcan a los subordinados a actuar de la manera deseada.

Así pues, se puede considerar que la motivación implica una reacción en cadena. Ésta comienza con el sentimiento de las necesidades, el cual produce los deseos o metas que se buscan. Estos deseos y metas, a su vez, dan lugar a tensiones (es decir, deseos no satisfechos), que después ocasionan acciones orientadas al logro de las metas y finalmente, conducen a la satisfacción de los deseos.

Objetivos organizacionales. Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado.

Funciones de los objetivos organizacionales:

- a) Presentación de una situación futura: se establecen objetivos que sirven como una guía para la etapa de ejecución de las acciones.
- b) Fuente de legitimidad: los objetivos justifican las actividades de una empresa.

- c) Sirven como estándares: sirven para evaluar las acciones y la eficacia de la organización.
- d) Unidad de medida: para verificar la eficiencia y comparar la productividad de la organización.

La estructura de los objetivos establece la base de relación entre la organización y su Medio ambiente. Es preferible establecer varios objetivos para satisfacer la totalidad de necesidades de la empresa.

Los objetivos no son estáticos, pues están en continua evolución, modificando la relación de la empresa con su medio ambiente. Por ello, es necesario revisar continuamente la estructura de los objetivos frente a las alteraciones del medio ambiente y de la organización.

Los objetivos deben servir a la empresa; por lo tanto deben reunir ciertas características que reflejan su utilidad.

Los objetivos incluyen fechas específicas del objetivo o su terminación implícita en el año fiscal; resultados financieros proyectados (pero lo están limitados a ello); presentan objetivos hacia los cuales disparará la empresa o institución conforme progresa el plan; logrando llevar a cabo su misión y cumplir con los compromisos de la empresa.

Los objetivos deben reunir alguna de estas características:

- a) Claridad: un objetivo debe estar claramente definido, de tal forma que no revista ninguna duda en aquellos que son responsables de participaren su logro.
- b) Flexibilidad: los objetivos deben ser lo suficientemente flexibles para ser modificados cuando las circunstancias lo requieran. Dicho de otro modo, deben ser flexibles para aprovechar las condiciones del entorno.
- c) Medible o mesurable: los objetivos deben ser medibles en un horizonte de tiempo para poder determinar con precisión y objetividad su cumplimiento.
- d) Realista: los objetivos deben ser factibles de lograrse.
- e) Coherente: un objetivo debe definirse teniendo en cuenta que éste debe servir a la empresa. Los objetivos por áreas funcionales deben ser coherentes entre sí, es decir no deben contradecirse.
- f) Motivador: los objetivos deben definirse de tal forma que se constituyan en elemento motivador, en un reto para las personas responsables de su cumplimiento.

g) Deben ser deseables y confiables por los miembros de la organización.

Deben elaborarse con la participación del personal de la empresa (administración por objetivos).

Planeación estratégica. La planeación o planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación externa y interna de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos.

La planeación estratégica se realiza a nivel de la organización, es decir, considera un enfoque global de la empresa, por lo que se basa en objetivos y estrategias generales, así como en planes estratégicos, que afectan una gran variedad de actividades, pero que parecen simples y genéricos.

Debido a que la planeación estratégica toma en cuenta a la empresa en su totalidad, ésta debe ser realizada por la cúpula de la empresa y ser proyectada a largo plazo, teóricamente para un periodo de 5 a 10 años, aunque en la práctica, hoy en día se suele realizar para un periodo de 3 a un máximo de 5 años, esto debido a los cambios constantes que se dan en el mercado.

Sobre la base de la planeación estratégica es que se elaboran los demás planes de la empresa, tanto los planes tácticos como los operativos, por lo que un plan estratégico no se puede considerar como la suma de éstos.

Como todo planeamiento, la planeación estratégica es móvil y flexible, cada cierto tiempo se debe analizar y hacer los cambios que fueran necesarios. Asimismo, es un proceso interactivo que involucra a todos los miembros de la empresa, los cuales deben estar comprometidos con ella y motivados en alcanzar los objetivos.

Servicio. Es satisfacer a plenitud las necesidades y gustos de los clientes. En la mente de cada persona hay una conciencia de necesidades y deseos, a veces no están completamente claros, pero existen. Cada producto, por ejemplo, tiene valor para alguno y éste no está en el producto en sí, está en la mente de la persona que lo necesita. Día con día los clientes son más críticos con respecto al servicio que se les brinda, no sólo desean un buen servicio sino que esperan ser atendidos con prontitud y de la mejor forma. Esto se logra si las empresas enfocan sus esfuerzos hacia el cliente dándole calidad, atención, orden, buenos precios y un excelente trato.

Valores corporativos. Los valores corporativos representan los elementos fundamentales de la cultura empresarial son propios de cada compañía y están determinados por sus características competitivas, las condiciones del entorno, la competencia y la expectativa de los clientes y propietarios.

Dentro de los valores corporativos se hace énfasis en conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos o los pensamientos que son asumidos por la empresa como normas o principios de conducta que se proponen como una características distintivas de su posicionamiento y/o variables competitivas.

En conclusión, los valores corporativos son las características que se encargan de desarrollar ventajas competitivas.

Se puede observar que cuando una empresa define su posicionamiento estratégico competitivo, está determinando los elementos que se convertirán en su mezcla única de valor, lo cual se encargará de hacerla diferente en el mercado, en pocas palabras está definiendo sus valores corporativos.

BIBLIOGRAFIA

ADMINISTRACION DEL SERVICIO DE ATENCION AL USUARIO. Ceballos Atienza, Rafael, Formación Alcalá, S.L. 2ª ed.

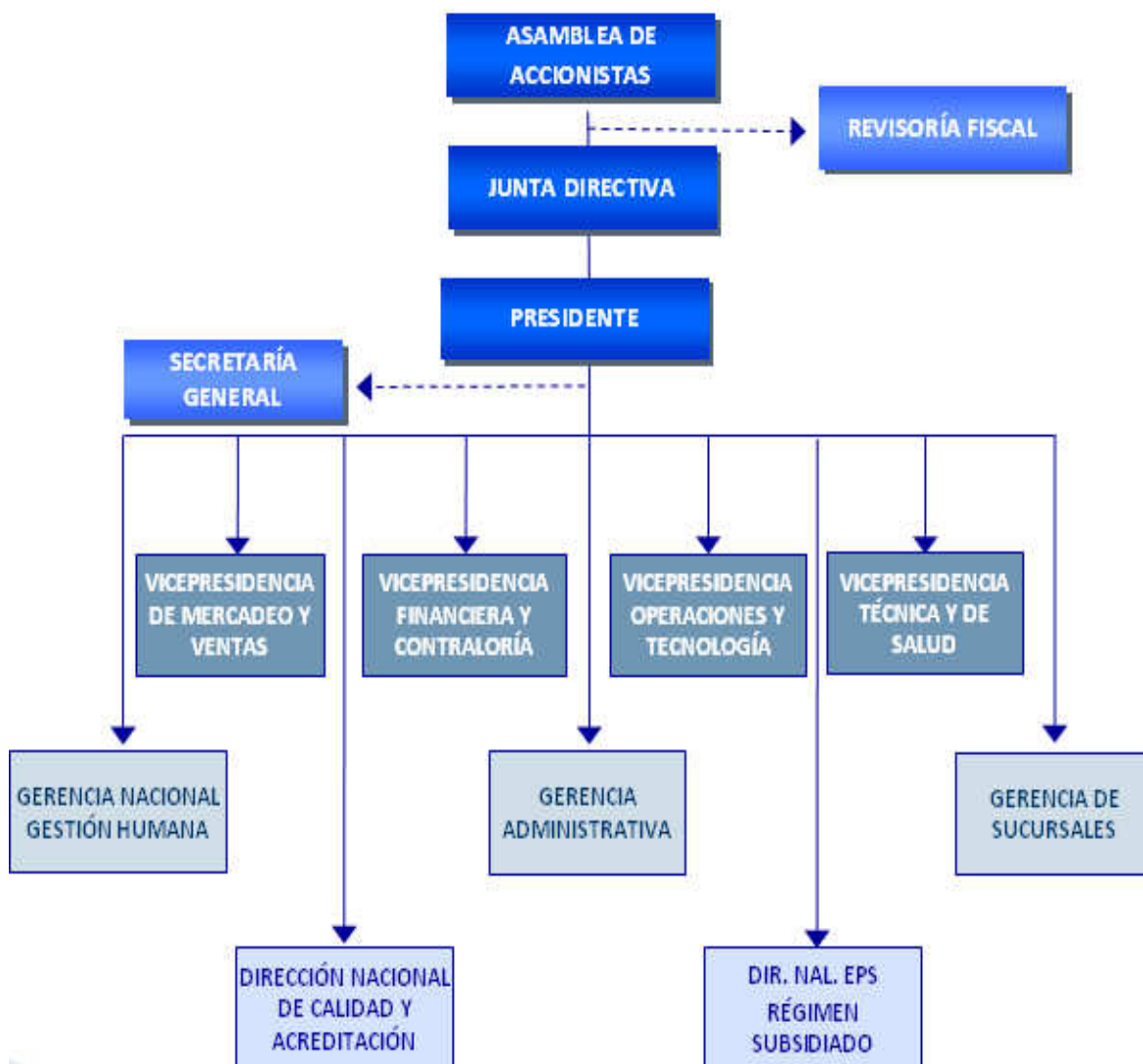
CALIDAD EN EL SERVICIO...CUANDO LA ACTITUD NO ES SUFICIENTE". Quijano Portilla, Victor Manuel. Ed: Primera 2003. Victor Manuel Quijano Portilla.

INFORMACION SUMINISTRADA POR 20 EMPLEADOS DE LA EPS POR MEDIO DE LA REALIZACION DE LA ENCUESTA

- www.arnoldoaraya.com Lic. Arnoldo Araya L MBA, Asesor y Consultor de Empresas.
- www.palmiguia.com/conozca-palmira.html
- http://www.empresariorural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=88
- www.arnoldoaraya.com/.../SERVICIO%20AL%CLIENTE2.pdf
- www.monografias.com/trabajos26/liderazgo...equipo/liderazgo-y-equipo
- www.petitchef.es/...aquel-libro-sobre-hosteleria-y-productividad-fid-1163631
- www.arnoldoaraya.com/.../SERVICIO%20AL%CLIENTE2.pdf
- www.fao.org/docret/t1815s/t1815s02.htm
- <http://www.mariaschicago.com/images/Servicio%20al%20Cliente.pdf>.
SERVICIO AL CLIENTE. PUNTOS PARA SER EL MEJOR VENDEDOR
- <http://www.mariaschicago.com/images/Servicio%20al%20Cliente.pdf>.
SERVICIO AL CLIENTE. PUNTOS PARA SER EL MEJOR VENDEDOR

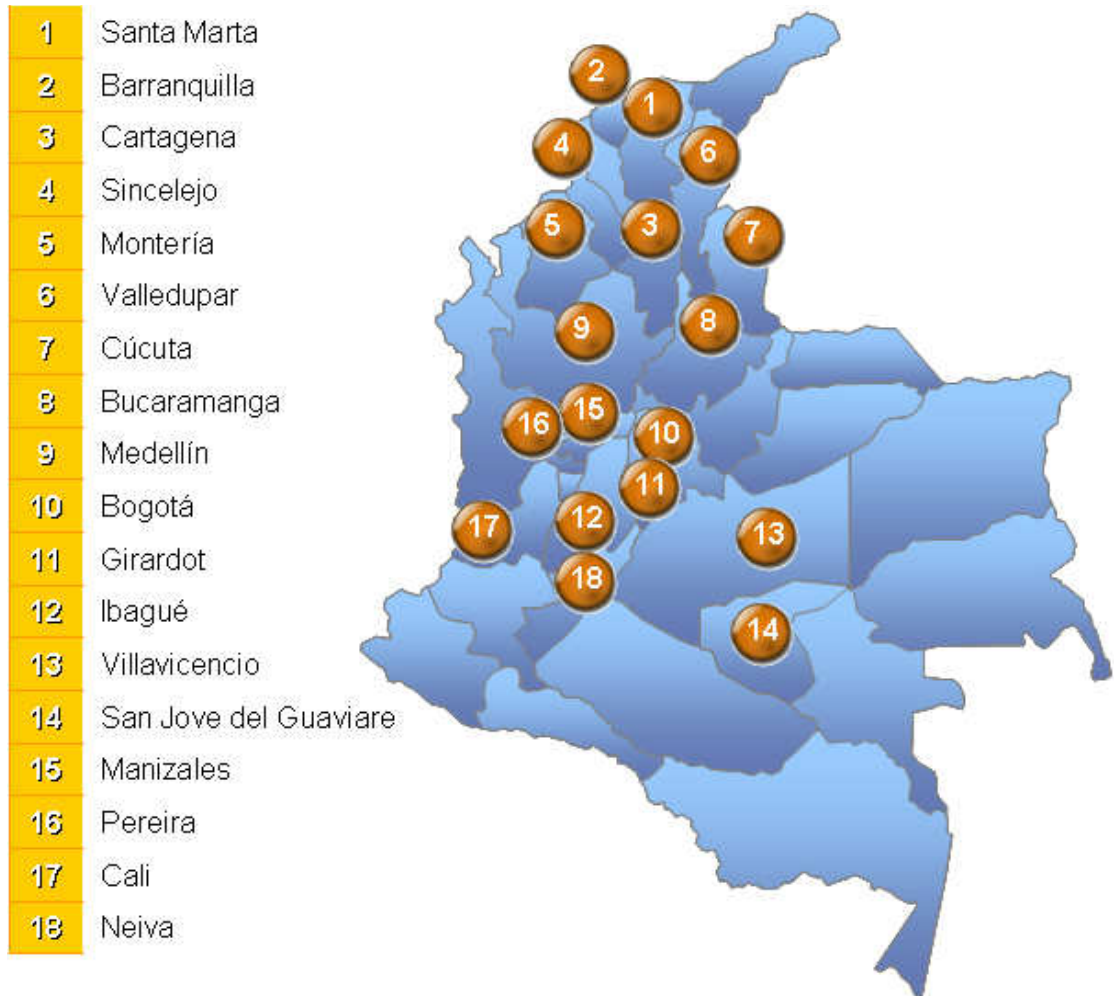
ANEXOS

ANEXO A. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE UNA EPS



ANEXO B. UBICACIÓN GEOGRAFICA

Con el fin de ofrecer la mayor cobertura para nuestros usuarios, contamos con 18 sucursales a nivel nacional.



ANEXO C. ENCUESTA

1. ¿Cuáles considera usted que son los factores claves del éxito en una organización?

- a) Imagen que representa la empresa.
- b) Expectativas y percepciones con respecto a la calidad del servicio.
- c) La manera como se presenta el servicio.
- d) La prolongación de su satisfacción.

2. De los siguientes factores, ¿Cuál considera usted que es el más importante para los usuarios y que representa un trato de calidad?

- a) Atención inmediata
- b) Trato cortés
- c) Receptividad a preguntas y respuestas
- d) Solución a reclamos teniendo en cuenta la satisfacción del cliente.
- e) Explicación de procedimientos
- f) Todas las anteriores

3. ¿Cuál cree usted que es el principal atributo para lograr operaciones de servicio?

- a) Eficiencia, precisión
- b) Competencia y capacidad
- c) Cortesía, cuidado y entrenamiento
- d) Receptividad y accesibilidad
- e) Todas las anteriores

4) ¿Cuáles son las reglas para un excelente servicio al cliente?

- a) Dar atención total, sin distracciones o interrupciones
- b) Demuestre, energía y cordialidad
- c) Cuide su persona
- d) Ayude a los usuarios a resolver sus inquietudes.

e) Todas las anteriores

5) Considera usted que la capacitación y la motivación constante son factores fundamentales para lograr un excelente servicio a los usuarios de la EPS?

a) Si

b) No