

DIAGNÓSTICO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL
LABORATORIO CEDICLINICO DE LA CIUDAD DE QUIBDÓ, PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MEJORA.

PRESENTADO POR:

Lucy Moreno Cuesta

Irina Milena Blandón Manyoma

Zaida Vanesa Aguilar Rentería

Indira Serna Córdoba

TUTOR:

Erick Marcelo Sepúlveda Vargas

Universidad Católica de Manizales

Facultad de Humanidades

Programa de Administración

Especialización en Gerencia de la Calidad

Manizales

2019

DIAGNÓSTICO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL
LABORATORIO CEDICLINICO DE LA CIUDAD DE QUIBDÓ, PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MEJORA.

Lucy Moreno Cuesta

Irina Milena Blandón Manyoma

Zaida Vanesa Aguilar Rentería

Indira Serna Córdoba

Trabajo de grado para obtener el título de Especialista en Gerencia de la Calidad

TUTOR:

Erik Marcelo Sepúlveda Vargas

Universidad Católica de Manizales

Facultad de Humanidades

Programa de Administración

Especialización en Gerencia de la Calidad

Manizales

2019

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	4
1. PROBLEMA DE INVESTIGACION	6
1.1PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
2. ANTECEDENTES.....	7
3. JUSTIFICACION.....	8
4. OBJETIVOS.....	10
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	10
4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	10
5. IMPACTO SOCIAL.....	11
6. MARCO TEORICO.....	12
7. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	17
8. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS.....	19
8.1. RESULTADOS.....	21
9. CONCLUSIONES.....	27
10. BIBLIOGRAFIA.....	28

INTRODUCCION

Toda empresa que desea permanecer en el mercado, que se propone crecer y ser exitosa debe saber con precisión ¿quién es su cliente?, conocerlo, mantenerlo y fidelizarlo. Si se descuida uno de estos cuatro aspectos se incrementa el riesgo de desaparecer.

Es por ello que nos proponemos que en el laboratorio CEDICLINICO, la dirección de la empresa, desde su propietario, funcionarios y colaboradores pasando por todos los empleados que hacen parte de ella: gerentes, directores, operarios, secretarias, mensajeros, aseadores, vigilantes, todos deben conocer quién es el cliente de la empresa, cuál es la promesa de venta o compromiso que ha hecho la empresa con ese cliente, cómo desde el puesto de trabajo que desempeñan, se contribuye con ese compromiso y de una manera consciente se vive la relación con el cliente, relación a la que se le llama “Servicio al Cliente”.

La buena atención al cliente constituye en la relación de satisfacer una necesidad mediante la venta de un servicio o un producto, por tanto, un cliente que acude a una empresa requiere atención para direccionar de manera satisfactoria sus necesidades y expectativas.

La satisfacción del cliente es y seguirá siendo una de la razón más importante de las empresas por la tanto toda empresa debe considerarlo como el eje central de todas las actividades y servicios teniendo en cuenta que contamos con clientes internos que se derivan directamente de la empresa y que en ultimas se constituyen en clientes externos, los clientes externos son las personas ajenas a la institución que requieren de sus servicios o productos.

El laboratorio CEDICLINICO a identificado algunas falencias y dificultades en la prestación de servicios de las cuales tiene el interés máximo de subsanar para poder brindar un servicio con oportunidad y calidad como lo esperan los usuarios que a diario solicitan nuestro servicio.

Seguimos siendo una empresa que su funcionamiento depende y gira alrededor de nuestro cliente por lo tanto nuestra única meta es satisfacer a cabalidad esas expectativas que los clientes tienen frente a la prestación de los servicios y que nos ha permitido seleccionarlos como unos clientes fieles pese a las situaciones presentadas.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Laboratorio CEDICLINICO fue creado con la finalidad de prestar un servicio integral de laboratorio clínico en las áreas que comprenden la prevención, el diagnóstico y el tratamiento de los pacientes.

Contamos con equipos de última tecnología, que nos permitirán prestar un servicio de alta calidad, confiabilidad y oportunidad, el cual estamos seguros que ayudarán a mejorar la calidad de vida de nuestros coterráneos. Por eso y porque sabemos la gran importancia en el ámbito nacional y de sus exigencias en salud, nos vemos con capacidad de ofrecer nuestros servicios de exámenes de primero, segundo y tercer nivel.

Estamos en la capacidad de ofrecer resultados confiables, oportunos y con la mejor atención a nuestros pacientes. Además, ofrece un grupo de exámenes nunca antes realizados en nuestra región, que de seguro brindaran un gran aporte en el diagnóstico oportuno y mejoramiento de la salud de todos los Chocoanos.

Para el laboratorio CEDICLINICO es importante la prestación de un servicio con calidad y por eso es importante la implementación de estándares de calidad, para la cualificación de nuestros servicios y proporcionar así un servicio óptimo a nuestros usuarios.

2. ANTECEDENTES

Como su Misión lo dice: CEDICLINICO es un laboratorio clínico de I, II y III nivel en atención alta complejidad, que presta servicios de calidad, oportunos y confiables, que sirven de apoyo diagnóstico para el seguimiento de las diferentes patologías contando con un recurso humano apto y calificado.

El laboratorio CEDICLINICO desea para 2020 llegar a ser un laboratorio de referencia de alta complejidad, utilizando biología molecular y microbiología automatizada, a nivel de departamento del choco que ofrezca servicios de óptima calidad, de acuerdo a las necesidades del medio.

Su POLITICA DE CALIDAD es:

El laboratorio clínico CEDICLINICO se compromete en sus políticas de calidad, a prestar servicios de salud oportunos, de calidad, ética, profesionalismo y confidencialidad, empleando tecnología de vanguardia y apoyado en un grupo de profesionales idóneo, altamente comprometidos y calificados que ponen su experiencia al servicio de sus usuarios, médicos, empresas e instituciones.

Es por eso la importancia de trabajar bajo estrictas normas de calidad como la ISO 17025, para garantizar los buenos resultados.

4. JUSTIFICACION

El Laboratorio Clínico es una herramienta primordial para el área médica, ya que por medio de este se diagnostican diferentes enfermedades patológicas y además se realizan estudios para establecer el tipo de tratamiento que se debe administrar al paciente, al igual que el seguimiento del mismo. El paciente o usuario llega al Laboratorio para realizarse sus exámenes clínicos, del Bacteriólogo y del Auxiliar depende que este paciente reciba el servicio adecuado en todo sentido, ya sea científico o humano, el profesional de la salud debe estar en condiciones de proporcionar esta ayuda integral.

Para el laboratorio Cediclínico de la ciudad de Quibdó, el avance tecnológico es de gran importancia ya que le permite obtener los mejores resultados de las muestras analizadas que ayudan a disminuir los riesgos a que están expuestos los usuarios constantemente en esta área.

Es por esta razón y pensando en las personas que se preocupan por su salud es necesario buscar satisfacer continuamente sus necesidades, por lo que se ha considerado con esta propuesta de trabajo que se determine las necesidades que tienen la comunidad chocoana, así como también conocer la opinión con relación a los servicios descritos del laboratorio de diagnóstico integral utilizado alta tecnología, que permita otorgar un servicio de calidad, dando un ambiente apropiado para que el cliente se sienta cómodo y con la certeza de que sus resultados son los correctos, mediante la implementación de estándares de calidad.

Con el desarrollo de este trabajo se podría generar la necesidad de implementar nuevas estrategias que contribuyan al mejoramiento continuo y que se logre un impacto positivo en la prestación del servicio a todos los usuarios del departamento del Chocó.

Es necesario contribuir al mejoramiento del sistema de salud en nuestro departamento, a partir de la innovación y el progreso de cada uno de sus componentes, en beneficio de la salud y expectativas de la población.

4. OBJETIVOS

4.1.OBJETIVO GENERAL

Determinar las necesidades, expectativas, inconformidades y el grado de satisfacción de los usuarios o clientes del laboratorio Cediclínico, para proponer estrategias de mejora y conseguir la fidelización de los clientes.

4.2.OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico preciso de la prestación de servicio al cliente en el laboratorio Cediclínico, para mirar los puntos críticos a mejorar.
- Identificar qué áreas externas al Laboratorio deben ser tratadas para mejorar el servicio al cliente.
- Proponer acciones inmediatas a realizar en el laboratorio, para garantizar la prestación de un buen servicio.
- Involucrar de forma activa a todos los empleados y colaboradores del laboratorio en los planes de mejoramiento del servicio.

5. IMPACTO SOCIAL

El impacto social de este proyecto radica en la importancia que tiene el Laboratorio CEDICLINICO para la comunidad Chocoana, en la medida que no solo es una empresa de prestación de servicios de salud óptimos, sino una entidad que vela por el bienestar de sus usuarios, desde el momento de la solicitud del servicio, hasta su satisfacción completa cuando culmina la atención.

Es de gran importancia para la región, dado que son pocos los Laboratorios clínicos acreditados en el departamento. Como también es importante para nuestro cliente, la satisfacción y fidelización del servicio.

6. MARCO TEORIO

Como cualquier empresario experimentado se cree que los clientes son el alma del negocio. Como tal, deben ser la máxima prioridad al abordar las operaciones y la administración de los negocios.

Cuando se trata de la atención al cliente, cada negocio minorista es probable que difiera en su enfoque, pero los principios fundamentales siguen siendo los mismos, con el objetivo de mantener a los clientes satisfechos y que vuelvan a tu negocio una y otra vez.

De todo ello, se pueden extraer tres reglas de oro con respecto a la atención al cliente en el comercio minorista. Estos son solo algunos de los métodos de servicio al cliente que se han probado en negocios minoristas.

Gestión de relaciones

Quizás uno de los aspectos más importantes de la atención al cliente es la relación que se establece con los clientes, que es crucial para ganar lealtad y repetir la costumbre.

La construcción de una relación con los clientes implica asegurarse de que sus necesidades siempre se cumplan, y hacer un esfuerzo adicional para aumentar su fe en el servicio. También significa comprender lo básico en todo momento, como mostrarse amigable y accesible y responder a cualquier pregunta rápidamente.

Una vez que se haya construido una buena relación con una base de clientes fieles, se notara un aumento significativo en el crecimiento de la empresa.

Salir de la competición

Al tratar de asegurar que la atención al cliente sea lo mejor posible, también es crucial mirar lo que otros están haciendo para complacer a esos mismos clientes.

Si bien las empresas desean adelantarte a la competencia, hay que recordar que también se puede aprender mucho de sus enfoques y procesos. ¿Qué están haciendo de manera brillante y, lo que es más importante, dónde se equivocan o caen? Detectar estas brechas les muestra dónde están sus oportunidades de brillar.

Tu equipo de atención al cliente

Cuando un negocio es lo suficientemente grande, vale la pena invertir en un equipo dedicado al servicio al cliente. Se debe poder atender consultas estándar, además de ser un primer punto de contacto amigable para los clientes.

Tener un equipo así ayudará a ahorrar tiempo y recursos a tu negocio, así como a mejorar la experiencia general del cliente. Esto conducirá a mejores revisiones online y no solo generará repetidas personalizaciones, sino que también alentará a los clientes satisfechos a que te recomienden a sus amigos y familiares. Como tal, es una inversión valiosa cuando tu empresa está lista para llevar la atención al cliente al siguiente nivel.

Una buena atención al cliente o usuario, son todos aquellos servicios que se le prestan o venden al cliente de una manera clara, concreta y de calidad, y lo más importante que resuelva la inquietud o problema del usuario en el momento.

Yo no es suficiente solo ofrecer servicios con calidad y buenos precios, en estos momentos lo que prima es que el cliente tenga una experiencia de satisfacción del servicio recibido, que en

últimas eso es lo que hace que ese cliente desee regresar y mejor aún recomiende el servicio a otras personas. Para entender mejor estos conceptos hay que revisar varios factores como son:

- *Amabilidad*: se refiere al trato amable, cortés y servicial. por ejemplo, cuando los trabajadores saludan al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo y satisfacer su necesidad, etc.
- *Atención personalizada*: es la atención directa o personal que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente. por ejemplo, cuando un mismo trabajador atiende a un cliente durante todo el proceso de compra o prestación del servicio, cuando se le brinda al cliente un producto o servicio de acuerdo a sus necesidades, etc.
- *Rapidez en la atención*: es la rapidez con la que se le toman los pedidos o se atienden las necesidades del cliente, o se le atienden sus consultas o reclamos. por ejemplo, cuando se cuenta con procesos simples y eficientes, cuando se cuenta con un número suficiente de personal, cuando se le capacita al personal para que brinden una rápida atención, etc.
- *Ambiente agradable*: es un ambiente acogedor en donde el cliente se siente a gusto. por ejemplo, cuando los trabajadores le dan al cliente un trato amable y amigable, cuando el local del negocio cuenta con una buena decoración, una iluminación adecuada, una música agradable, etc.
- *Comodidad*: se refiere a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita el local. por ejemplo, cuando el local cuenta con espacios lo suficientemente amplios como para que el cliente se sienta a gusto, sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde pueda guardadas sus pertenencias, etc.

- *Seguridad*: se refiere a la seguridad que existe en el local y que, por tanto, se le da al cliente al momento de visitarlo. por ejemplo, cuando se cuenta con suficiente personal de seguridad, cuando se tienen claramente marcadas las zonas de seguridad, cuando se tienen claramente señalizadas las vías de escape, cuando se cuenta con botiquines médicos, etc.
- *Higiene*: se refiere a la limpieza o aseo que hay en el local o en los trabajadores. por ejemplo, cuando los baños del local se encuentran siempre limpios, cuando no hay papeles en el piso, cuando los trabajadores están bien aseados, con el uniforme o la vestimenta impecable y las uñas recortadas, etc.

Una empresa o negocio brinda un buen servicio al cliente cuando ha trabajado en todos o varios de estos factores.

La importancia del servicio al cliente

Cuando un cliente encuentra el producto o el servicio que buscaba, y además recibe un conjunto de los aspectos mencionados anteriormente, queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese, y que muy probablemente nos recomiende con otros usuarios. Pero, por otro lado, si el cliente, recibe una experiencia opuesta a la anterior, no solo dejará de visitarnos, sino que muy probablemente también hablará mal de nosotros y contará la experiencia negativa que tuvo a muchas personas.

Si a ello le sumamos el hecho de que la competencia cada vez es mayor y los productos y servicios ofertados en el mercado se equiparan cada vez más en calidad y en precio, es posible afirmar que hoy en día es fundamental brindar un buen servicio al cliente si queremos mantenernos competitivos en el mercado.

Debemos evitar que el cliente sea mal atendido, porque solo así evitaremos que el cliente hable mal de la empresa, y más bien procurar que reciba un buen servicio al cliente, para poder lograr su fidelización, tener buenas posibilidades de que nos recomiende con otros usuarios, y poder destacarnos ante la competencia.

El buen servicio al cliente, de estar presente en todos los pasos de la prestación del servicio donde haya alguna interacción con el cliente y para ello es necesario capacitar y motivar permanentemente al personal que labora en la empresa para que brinde un buen servicio, no solo con los que tienen contacto frecuente con el cliente, sino a todos los que en algún momento lo puedan llegar a tener, desde el encargado de la limpieza hasta el gerente general.

Asimismo, el buen servicio al cliente no solo debe darse durante el proceso de venta o prestación del servicio, sino también una vez que esto se haya realizado.

7. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La propuesta surge de la aplicación de una autoevaluación donde se identificaron situaciones como estas que perturban el normal funcionamiento de los procesos que se adelantan en el laboratorio clínico Cediclínico.

Identificada estas situaciones la empresa inicia a programar acciones encaminadas a subsanar aquellos hallazgos que de alguna manera generan algún tipo de inconformidad e insatisfacción en los usuarios que solicitan el servicio.

Nuestra propuesta además identificar permitió fortalecer los diferentes procesos que allí se adelantan, sigue siendo un proceso de constante aprendizaje y fortalecimiento para la empresa, entendimos que realizar de manera periódica evaluación a los servicios ofertados le facilita a la empresa la identificación de fallas que repercuten en la selección en primera medida de la entidad para hacer prestación de servicios de salud.

Claramente identificamos que la carencia de insumo, medicamentos y dotación genera un riesgo en la prestación de los servicios de salud, situación que ante la resolución 2003 de 2014 la prestación de los servicios está encaminada a minimizar el riesgo evitando la presencia de eventos adversos, si en algún momento se llegan a presentar analizar la situación presentada y plantear acciones correctivas para que el evento no se vuelva a presentar.

Alguna de las situaciones presentadas durante el desarrollo de la propuesta fue la identificación del faltante talento humano y recurso financiero, procesos esenciales y primordial para el normal desarrollo de las actividades de la empresa sigue siendo un necesidad sentida e influyente en la prestación de servicio ya que este debe ser, oportuno, con calidad y eficiente.

es necesario que la empresa inicie las acciones de mejora con el objetivo de hacer la prestación de servicios de manera adecuada con el mínimo de riesgo, dejando en ultima a un usuario que acude a la empresa por una necesidad que a su vez debe ser suplida conforme a sus expectativas de satisfacción.

8. PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS REULTADOS.

Evaluación y supervisión de la satisfacción del usuario Para saber si se han cubierto las necesidades del cliente, el laboratorio CEDICLINICO empleara herramientas para recopilar información. El laboratorio CEDICLINICO necesita buscar información de los clientes de forma activa y no limitarse a esperar a que estos se pongan en contacto con el laboratorio con una reclamación. La información importante sobre la satisfacción del cliente podrá obtenerse mediante: y el seguimiento de las reclamaciones e indicadores de la calidad y auditorías internas y la revisión por la dirección y encuestas de satisfacción y entrevistas y grupos de discusión El seguimiento del servicio al cliente y la satisfacción del cliente forman parte de la mejora continua que realiza el laboratorio. Cuando el laboratorio es contactado sobre un problema, el contacto puede proporcionar información importante y útil. Todas estas reclamaciones deberán investigarse de forma exhaustiva para aplicar las acciones reparadoras y correctivas. No obstante, recuerde que las reclamaciones recibidas podrían reflejar únicamente un porcentaje de las personas que no se encuentran satisfechas, porque muchas personas no reclaman. El laboratorio no puede usar las reclamaciones recibidas como único medio de evaluar la satisfacción del cliente. Los indicadores de la calidad son una medida objetiva de las prácticas del laboratorio. Pueden elaborarse indicadores que examinen las reclamaciones, la puntualidad, los rechazos de los pacientes y los informes analíticos perdidos o retrasados. Al realizar el seguimiento de estos

indicadores, se adquirirá información acerca de las necesidades y la satisfacción del cliente.

Cuando el laboratorio realice auditorías internas, pueden examinarse algunos aspectos de la práctica del laboratorio que afectan a la satisfacción del paciente. Los ejemplos podrían incluir los plazos de entrega, siempre de gran preocupación para médicos o profesionales sanitarios. La dirección deberá revisar cuidadosamente todos los hallazgos de estas investigaciones y realizar un seguimiento con las acciones adecuadas. El Sistema de gestión de la calidad del laboratorio CEDICLINICO, Encuestas al cliente 1 Encuestas de satisfacción del cliente Con el fin de buscar activamente información sobre la forma en la que los clientes ven el servicio del laboratorio, será necesario llevar a cabo encuestas (en papel o en formato electrónico) o utilizar entrevistas y grupos de discusión. De esta forma el laboratorio puede abordar cuestiones específicas que son motivo de inquietud e investigar áreas que con frecuencia no cubren las reclamaciones o los procesos internos. Las normas ISO ponen mucho énfasis en la importancia de la satisfacción del cliente; las normas ISO 9001 exigen encuestas del cliente para los sistemas de gestión de la calidad. Todo laboratorio que implemente un sistema de gestión de la calidad, ya sea acreditado o no, tiene que utilizar algún método para encuestar a los clientes y saber si se satisfacen sus necesidades. Para tener éxito, las encuestas deben planificarse y organizarse minuciosamente. Es importante decidir a qué clientes se les pedirá que participen en una encuesta. Encuestar al personal facultativo suele ser más fácil que hacerlo a los pacientes. También se evaluará al personal del laboratorio que participe en encuestas, que podrán ofrecer buenas sugerencias para optimizar las operaciones y mejorar el servicio al cliente. Cualquier cuestionario de encuesta se debe probar previamente para asegurar su claridad. Cuando elabore este tipo de material, evite las preguntas capciosas y sesgadas. Asegúrese de analizar los resultados de forma oportuna y, cuando sea posible, proporcione alguna respuesta al grupo encuestado.

La encuesta se va a realizar mediante entrevistas, los siguientes consejos pueden ser útiles. Y escriba todas las preguntas por adelantado, para formular las mismas preguntas a todas las personas. Tras hacer algunas preguntas específicas sobre su satisfacción con el laboratorio, haga una pregunta abierta que permita a los clientes dar su sincera opinión. Por ejemplo, pregunte cómo podría mejorar su servicio el laboratorio. Emplear grupos de discusión puede ser una técnica muy útil para recopilar información sobre la satisfacción del cliente. A menudo el proceso de un grupo de discusión suscitará comentarios e ideas de todos los participantes que de otro modo podrían no salir a la superficie. Cuando se realicen discusiones de grupo, considere los siguientes puntos: y reúna a grupos pequeños de 8-10 personas e incluya a personas con diferentes conocimientos y necesidades del laboratorio y comience formulando preguntas que afiancen la confianza y elabore una guía para grupos de discusión con el fin de que haya uniformidad en los grupos y formule preguntas abiertas, no preguntas de “sí o no”. Resuma las respuestas verbales en un informe por escrito que el laboratorio pueda utilizar como herramienta para mejorar el servicio al cliente.

Sistema de gestión de la calidad en el laboratorio

CEDICLINICO Las encuestas satisfactorias identifican las oportunidades de mejora Si el método tiene éxito, se obtendrá bastante información al medir la satisfacción del cliente, ya sea mediante encuestas, indicadores o auditorías. Esta información y las perspectivas sobre el servicio al cliente que proporciona se pueden usar para ayudar al laboratorio a identificar las oportunidades de mejora (ODM). Las ODM permitirán la aplicación de acciones preventivas y correctivas. La recopilación de información debe producir un cambio en el proceso de mejoramiento continuo del servicio en el laboratorio Cediclinico.

Referencia internet: <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356pdf>.

Medición satisfacción al cliente.

Pineros, B, Juanita

<https://www.guiadelacalidad.com./satisfaccion-de-resultados/>

**ANEXOS DE LOS RESULTADOS ENCUESTA REALIZADA AL LABORATORIO
CEDICLINICO DE LA CIUDAD DE QUIBDO.**

RESULTADOS.

En el Laboratorio Clínico CEDICLINO de la ciudad de Quibdó se realizará una entrevista y encuestas a los usuarios que tienen acceso a la prestación de servicios de salud en dicha institución, donde arrojaron los siguientes resultados que ayudaran al mejoramiento continuo para satisfacer las necesidades expuestas por los usuarios.

En la realización de la entrevista y encuesta se evaluaron los siguientes parámetros:

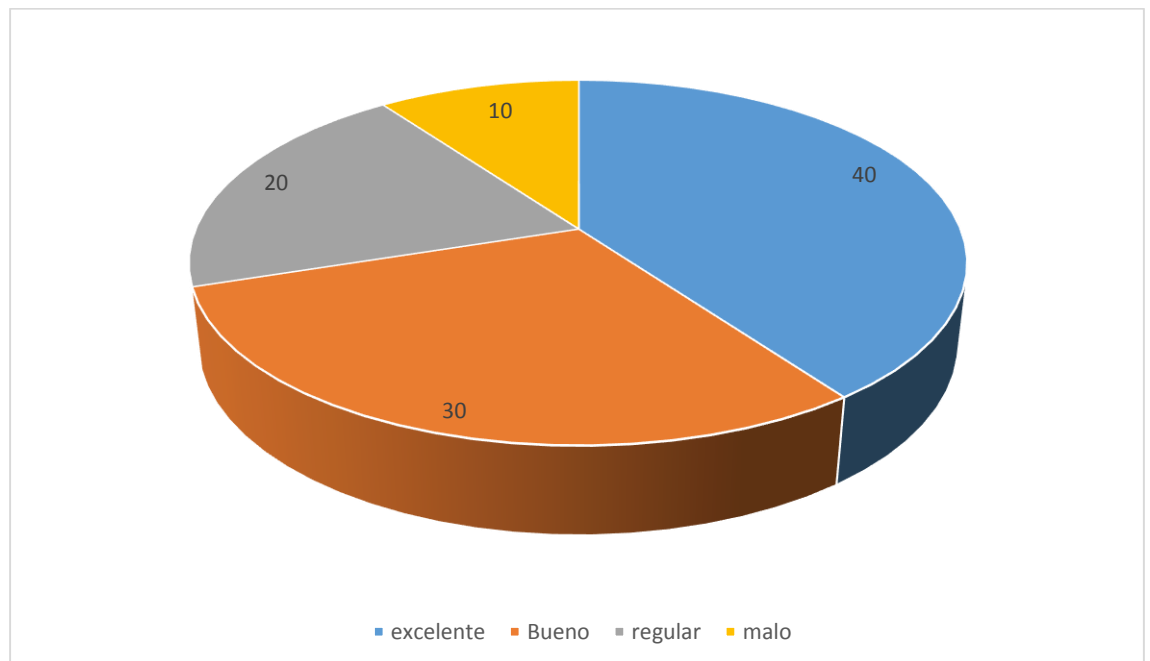
1. Instalaciones del laboratorio CEDICLINICO
2. Calidad de la información entregada a los usuarios al recibir el servicio
3. Entrega de resultados
4. Respuesta de las quejas y reclamos.

5. Tiempo de espera para recibir el servicio.

**TABLA DE TABULACION DE ENCUESTA DE SATISFACCION DEL
USUARIO EN EL LABORATORIO CEDICLINICO DE LA CIUDAD DE
QUIBDO.**

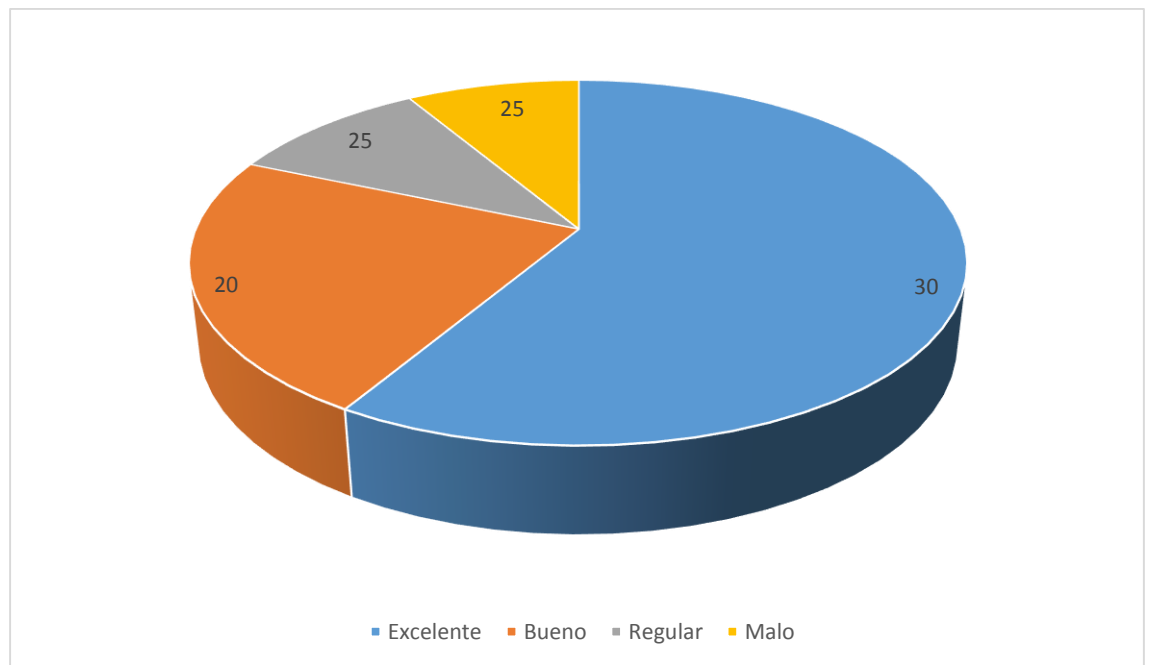
CALIFICACION	Instalaciones del laboratorio CEDICLINICO	Calidad de la información entregada a los usuarios al recibir el servicio	Entrega de resultados	Respuesta de las quejas y reclamos	Tiempo de espera para recibir el servicio.
Excelente					
Bueno					
Regular					
Malo					
Total					

1. Instalaciones del Laboratorio Cediclinico



Se encuestaron 100 usuarios que reciben el servicio de laboratorio clínico en la ciudad de Quibdó arrojando la siguiente información: 40 personas argumentan las instalaciones son excelentes, 30 personas que son buenas, 20 regular, 10 mala.

2. Calidad de la información entregada a los usuarios al recibir el servicio.



Se evidencia que 30 personas responden que la información entrega es excelente, 20 dice es buena, el 25 dice es regular y el 25 dice que es mala porque no es muy clara y concreta.

3. Entrega de resultados

A TIEMPO LA ENTREGA	DEMORA EN LA ENTREGA
45	55

De las 100 personas encuestadas responden 45 personas dicen que los resultados están a tiempo, pero podemos ver que 55 responden que se demoran todo es causado por que a veces no se tienen los insumos suficientes para procesar las muestras, y otros exámenes que se envían a la ciudad de Medellín por que no se procesan en el laboratorio.

4. Respuesta de las quejas y reclamos.

OPORTUNA**INOPORTUNA**

30	70

De las 100 personas encuestadas responden que respuesta de las quejas y reclamos el 30 dicen es oportuna y el 70 dicen que es inoportuna por que casi nunca le dan respuesta a las quejas depositadas en el buzón de sugerencia.

5. Tiempo de espera para recibir el servicio.

IGUAL O MENOR A 15 MINUTOS	60
ENTRE 15 MIN Y 1 HORA	20
ENTRE 1 Y 3 HORAS	20
3 O MÁS HORAS	10

Podemos evidenciar que 60 personas esperan entre 15 minutos para recibir el servicio, 20 entre 15 minutos y 1 hora, 20 1 y 3 horas, y 10 entre 3 o más horas.

9. CONCLUSIONES

- Podemos evidenciar que en la encuesta realizada a los usuarios que reciben el servicio en el laboratorio CEDICLICO de la ciudad de Quibdó, algunos usuarios no se encuentran satisfechos, con varias de las preguntas planteadas en la encuesta, lo que significa que hay ciertas falencias en el servicio y se deben realizar medidas inmediatas para mejorar la calidad del servicio en el laboratorio.
- Hay que resaltar que el laboratorio CEDICLINICO, busca posesionarse en la ciudad de Quibdó como el mejor laboratorio clínico del departamento por eso la importancia de trabajar arduamente para mejorar las debilidades encontradas en el servicio, para que la comunidad se sienta a gusto y satisfecha con un servicio de calidad que les ofrece esta institución.
- Con estos resultados obtenidos se espera mejorar cada una de las debilidades encontradas en cada una de los parámetros evaluados para así garantizarle al usuario un servicio con alta calidad, lograr la satisfacción y expectativas de todos los usuarios cuando soliciten el servicio.

- Con esto nos damos cuenta que comité de calidad tiene falencias, se reestructura buscando personas idóneas y comprometidas con la institución para que alcancemos los mejores resultados en las auditorías externas realizadas por otras instituciones y llevarnos la satisfacción que se está haciendo lo correspondiente para que el laboratorio, mejore en cada una de las debilidades encontradas.

10. BIBLIOGRAFIA

1. <https://cepymenews.es/tres-reglas-oro-la-atencion-al-cliente-comercio-minorista>
2. <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>

3. Colombia. Ministerio de la Protección Social. Primer Informe Nacional de Calidad de la Atención en Salud. —INCAS Colombia 2009. Bogotá: Dirección General de Calidad de Servicios; 2009
4. Carlos Alfonso Kerguelén Botero. Calidad en salud en Colombia. Ministerio de protección social. Los principios pag 3343 <http://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/CALIDAD%20EN%20SALUD%20EN%20COLOMBIA>.
5. www.paho.org/col/index.php?option=com_docman&task Ministerio de la Protección Social, Organización Panamericana De Salud, Gobernación del Chocó. Indicadores básicos en salud del chocó, 2007.
6. Mejía García, Braulio. Auditoría Médica para la garantía de calidad en salud. 4 ed. Bogotá. Reimpresión 2004
7. Rodríguez, William. Salud. ¿Cómo organizar la calidad? Ministerio del Trabajo y seguridad Social, Instituto de Seguros Sociales, Colombia
8. Palacio González, Rubén Darío. Técnicas del Servicio al Cliente. 1995.
9. Sewell, Carl y Brown, Paul. Clientes para Siempre, Ed. Mc Graw Hill. 1996.
10. Albrecht , Kart y Bradford, Lawrence. Excelencia en el Servicio. Editorial 3R 1998
11. Ferré Trenzano, José María. El cliente y el consumidor, protagonistas del mercado. Editorial Océano, 1ra Edición. España. 2003.
12. Saloner, Shepard y Podolny. Administración Estratégica. Editorial Noriega. México. 2008.
13. Centro de Estudios Técnicos Empresariales. Curso de técnicas comerciales y psicología de la venta, Editor SAPE. España. 2005.
14. García Valcárcel, Ignacio. CRM, gestión de la relación con los clientes. Editorial Fundación Confemetal. España. 2001.

15. Hill, Nigel. Manual de Satisfacción del cliente y evaluación de la fidelidad. Editorial Aenor. España. 2001.
16. Ries, Al y Trout, Jack. Posicionamiento. Editorial Mc Graw Hill. España. 2001.
17. Carlzon, Jan. El momento de la verdad. Ediciones Díaz de Santos. España. 1991.
18. González, Sonia. Habilidades de comunicación Escrita: Asertividad + persuasión + alto Impacto”. Grupo Nelson. USA. 2011.