

**SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE SALUD TOTAL IPS- SEDE OLAYA EN EL USO DE
LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ- PERIODO MARZO
2022.**

YULIANA DEL VALLE CARREÑO FUENMAYOR

Trabajo de grado para optar por el título de Especialista en Gerencia de la Salud

**Asesor
JUAN CARLOS OSMA ROZO**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE CIENCIAS DE LA SALUD
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS EN SALUD
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE LA SALUD
BOGOTÁ 2022.**

Contenido

<u>Introducción</u>	<u>5</u>
<u>Justificación</u>	<u>8</u>
<u>Caracterización de la Empresa</u>	<u>11</u>
<u>Presentación de la empresa</u>	<u>11</u>
<u>Productos y Servicios</u>	<u>14</u>
<u>Descripción de áreas de la empresa</u>	<u>19</u>
<u>Planteamiento del problema</u>	<u>22</u>
<u>Objetivos</u>	<u>27</u>
<u>Marco Referencial</u>	<u>28</u>
<u>Marco teórico</u>	<u>28</u>
<u>Marco Conceptual</u>	<u>41</u>
<u>Marco Legal</u>	<u>44</u>
<u>Marco Contextual</u>	<u>46</u>
<u>Metodología</u>	<u>49</u>
<u>Evidencias</u>	<u>52</u>
<u>Gerencia estratégica y de servicios</u>	<u>52</u>
<i><u>Pregunta de investigación</u></i>	<i><u>52</u></i>
<i><u>Objetivo específico</u></i>	<i><u>52</u></i>
<i><u>Instrumento y análisis de la información</u></i>	<i><u>52</u></i>
<u>Auditoría y calidad en salud</u>	<u>62</u>
<i><u>Pregunta de investigación</u></i>	<i><u>62</u></i>
<i><u>Objetivo específico</u></i>	<i><u>62</u></i>
<i><u>Instrumento y análisis de la información</u></i>	<i><u>62</u></i>
<u>Desarrollo organizacional</u>	<u>79</u>
<i><u>Pregunta de investigación</u></i>	<i><u>79</u></i>
<i><u>Objetivo específico</u></i>	<i><u>79</u></i>
<i><u>Instrumento y análisis de la información</u></i>	<i><u>79</u></i>
<u>Conclusiones</u>	<u>91</u>
<u>Recomendaciones</u>	<u>94</u>
<u>Bibliografía/Webgrafía</u>	<u>95</u>
<u>Consideraciones legales.</u>	<u>97</u>

—

—

Índice de gráficas

<u>Gráfica 1. Organigrama general de Salud Total EPS</u>	<u>19</u>
<u>Gráfica 2. Mapa de procesos de Salud Total EPS</u>	<u>21</u>
<u>Gráfica 3. Competitividad de las EPS en Bogotá en gestión de las TICS</u>	<u>59</u>
<u>Gráfica 4. Conocimiento de la página de salud total</u>	<u>63</u>
<u>Gráfica 5. Calidad de la información</u>	<u>63</u>
<u>Gráfica 6. Frecuencia de ingreso a la página</u>	<u>64</u>
<u>Gráfica 7. Problemas al utilizar el servicio</u>	<u>65</u>
<u>Gráfica 8. Problemas relevantes al utilizar el servicio</u>	<u>66</u>
<u>Gráfica 9. Despliegue funcional de la plataforma</u>	<u>67</u>
<u>Gráfica 10. Accesibilidad de la plataforma</u>	<u>68</u>
<u>Gráfica 11. Efectividad del menú de ayuda</u>	<u>69</u>
<u>Gráfica 12. Claridad de los mensajes de la plataforma</u>	<u>70</u>
<u>Gráfica 13. Nivel de satisfacción</u>	<u>71</u>
<u>Gráfica 14. Beneficios de la plataforma</u>	<u>72</u>
<u>Gráfica 15. Calificación de la plataforma</u>	<u>73</u>
<u>Gráfica 16. Eficiencia en la atención</u>	<u>74</u>
<u>Gráfica 17. Entendimiento de la plataforma</u>	<u>75</u>
<u>Gráfica 18. Mejora en la atención del usuario</u>	<u>76</u>
<u>Gráfica 19. Accesibilidad para personas con necesidades especiales</u>	<u>77</u>
<u>Gráfica 20. Suficiencia de la plataforma</u>	<u>78</u>
<u>Gráfica 21. Acceso a las plataformas digitales de Salud Total EPS</u>	<u>81</u>
<u>Gráfica 22. Búsqueda de un servicio al ingresar a la plataforma digital</u>	<u>82</u>
<u>Gráfica 23. El uso de las plataformas digitales ha facilitado el uso del servicio médico</u>	<u>83</u>
<u>Gráfica 24. Acompañamiento por parte de la EPS ante inconvenientes en la plataforma</u>	<u>84</u>
<u>Gráfica 25. Pensamiento sobre la plataforma digital</u>	<u>85</u>

Índice de tablas

<u>Tabla 1. Matriz FODA</u>	<u>54</u>
<u>Tabla 2. Matriz MEFE</u>	<u>55</u>
<u>Tabla 3. Matriz MEFI</u>	<u>56</u>
<u>Tabla 4. MPC comparativo de las EPS en Bogotá</u>	<u>58</u>
<u>Tabla 5. Journey Map</u>	<u>85</u>

Introducción

La planeación estratégica permite el desarrollo de alternativas formales para mejorar el desempeño organizacional en las pequeñas y medianas empresas (López, 2005). Con el propósito de conseguir crecimiento y posicionamiento en el mercado. Es importante que los empresarios cuenten con herramientas y conocimientos necesarios que dirijan sus acciones de la mejor manera para el cumplimiento de los objetivos estratégicos, misión y visión de la empresa (Mora et al, 2015).

El número de empresas promotoras de salud en Colombia implica el surgimiento de competitividad entre ellas, buscando posicionamiento en el mercado, mayor crecimiento a nivel nacional así como permanencia en el mercado. La competitividad empresarial está asociada a lo que ocurre fuera de la organización, pero depende estrechamente del desempeño interno de la misma entidad (Mora et al, 2015). Los factores externos son difícilmente modificables y no dependen del control de la empresa, por lo cual es de suma importancia potenciar el desempeño interno. Por tal motivo las empresas deben buscar estrategias para alcanzar una posición dominante y exitosa en el mercado.

Actualmente un factor determinante en el posicionamiento estratégico de una empresa es el uso de herramientas tecnológicas que permitan un mayor alcance en el mercado. La apuesta por la actualización tecnológica de los procesos, como un mecanismo que brinde mayor productividad y calidad en los resultados la convierte en parte de la nueva estructura empresarial (Ballesteros et al, 2020) En este sentido, el objetivo del trabajo es evaluar la satisfacción de los usuarios de salud total IPS- Sede Olaya en el uso de las plataformas digitales en la ciudad de Bogotá.

En primer lugar se expone en este trabajo la caracterización de la empresa, brindando un panorama del funcionamiento de esta, su historia, su organización interna, su posición y potencial en el mercado. En el siguiente capítulo se plasman algunos de los problemas en el sector de salud que se abordaran en este estudio con el fin de plantear estrategias en pro del mejoramiento de estas entidades. En particular para la organización evaluada en el estudio se identifican los factores en el desarrollo operativo que se han presentado y han causado efectos negativos en la calidad del servicio, así como en la satisfacción del paciente, de esta manera se plantea el siguiente interrogante; ¿Cuál es la satisfacción de los usuarios de salud total IPS-sede Olaya en el uso de las plataformas digitales en la ciudad de Bogotá- periodo marzo 2022?. Continuando con el marco referencial y legal, donde se exponen los antecedentes y conceptos vitales para la elaboración del estudio.

La metodología utilizada en este estudio se divide en las evidencias de gerencia estratégica y de servicios, las cuales se desarrollaron mediante un análisis externo (MEFE) basado en la Matriz de Evaluación de Factores Externos y el análisis interno utilizando la Matriz de Evaluación de Factores Interno (MEFI) que surgió de la delimitación de las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades (DOFA). Asimismo, se reconoció el posicionamiento que tiene la EPS en la ciudad Bogotá por medio de una Matriz de Perfil Competitivo. Por otro lado la evaluación de auditoría y control de calidad en salud se obtuvo mediante una encuesta que determine la calidad desde la satisfacción de 40 usuarios con respecto a los medios de interacción. Por último, el desarrollo organizacional se llevó a cabo por un Journey Map que fue aplicado

a 40 usuarios de la IPS, donde cada uno de los usuarios encuestados respondían a las preguntas de forma libre permitiendo la identificación de emociones de estos.

Los métodos utilizados en este estudio permitirán identificar las falencias en la entidad que repercuten en la satisfacción de los usuarios, facilitando la construcción de una estrategia que incida sobre aquellas falencias y dirija a la empresa hacia una mejora continua en la prestación de sus servicios, en su posicionamiento y rentabilidad. Los resultados de este estudio serán retroalimentados a la organización con el fin de generar cambios en las plataformas digitales que satisfagan las necesidades de todos los usuarios y lleve al mejoramiento organizacional de la empresa.

El estudio ofrecerá una mejor orientación para Salud Total IPS- Sede Olaya con relación a la gestión administrativa y de servicios, y de igual manera orientará la planificación estratégica de la organización. Permitirá un análisis de gestión con el fin de mejorar el alcance de los objetivos estratégicos, como; la fidelización de los usuarios, la agilización y flexibilidad de procesos de la organización. En conclusión se busca fortalecer la satisfacción de los pacientes en cuanto al uso de plataformas digitales logrando el crecimiento de la empresa en el mercado local y regional.

Este estudio aporta a el desarrollo profesional de gerencia permitiendo ampliar conocimientos sobre planificación estratégica que faciliten la toma de decisiones y a su vez generen estrategias oportunas y eficientes que permitan lograr posicionamiento en el mercado de la empresa. Además permite identificar falencias en el uso de plataformas digitales empresariales que puedan tener un efecto negativo en la empresa

y puedan afectar la rentabilidad, permanencia y ´posicionamiento de una empresa en el mercado.

Justificación

La globalización impone retos complejos a las organizaciones del sector salud en la búsqueda de crecimiento organizacional, posicionamiento y permanencia en el mercado con mayor efectividad en la adaptación a la transformación tecnológica para el desarrollo productivo en diferentes dimensiones. En ese sentido las empresas del sector salud deben estar en constante evaluación para lograr mayor efectividad en el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, y mantener estándares altos para posicionarse en el mercado, siendo esta una forma de garantizar altos niveles de productividad y rentabilidad.

En la actualidad las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) juegan un papel de vital importancia en el crecimiento organizacional y posicionamiento en el mercado; para las empresas de salud estas herramientas permiten un acceso más eficiente y equitativo, permiten una comunicación más efectiva con sus usuarios, logran mayor rapidez en procesos administrativos, permiten mejorar la disponibilidad y oportunidad en la atención, brindando un mejor servicio a los pacientes. Por tal razón, la presente investigación plantea evaluar la satisfacción de los usuarios de salud total IPS-Sede Olaya en el uso de las plataformas digitales en la ciudad de Bogotá, mediante un análisis cuantitativo que permitirá identificar las falencias presentes en el uso de las plataformas digitales. Por tal motivo, la globalización y el posicionamiento de las nuevas

tecnologías llevan a las empresas a un proceso de actualización constante, para poder dar respuesta a la transformación tecnológica en interrelación con las exigencias del mercado y las necesidades sociales.

En contraparte, se busca analizar las metodologías en la evaluación de la planificación estratégica desde el caso práctico de la empresa, donde se abarquen diferentes elementos de la gestión administrativa, operativa y tecnológica, y con ello potencializar la productividad y eficiencia para el posicionamiento estratégico en el mercado.

Además, se evaluará a la empresa desde su plano interior, valorando todos los involucrados, los recursos, la filosofía de gestión y la proyección de esta en el mercado, así como en el plano externo, como se encuentra en el mercado, la competencia, los alcances y oportunidades partiendo de su potencial, en un enfoque estratégico y operativo.

Los resultados obtenidos en este estudio permitirán identificar las falencias en el plano interno de la organización en relación a las plataformas digitales, con el fin de construir estrategias de cambio que puedan ser aplicadas en la empresa y permitan un crecimiento en el posicionamiento a nivel nacional y mejoramiento en gestión administrativa.

El estudio ofrecerá una mejor orientación para Salud Total IPS- Sede Olaya con relación a la gestión administrativa y de servicios, con el fin de elaborar un análisis de gestión para mejorar el alcance de los objetivos estratégicos. Los resultados de este estudio formularán una base para plantear soluciones pertinentes en aspectos de gerencia estratégica y de servicios, auditoría y control de calidad en salud, y en desarrollo

organizacional de la empresa en relación al uso de las plataformas digitales por arte de los usuarios. De igual manera, lograr los objetivos estratégicos conlleva un beneficio para los usuarios de la empresa, los cuales podrán contar con herramientas tecnológicas más eficientes que puedan contribuir a mejorar la calidad del servicio de salud.

Evaluar la satisfacción de los usuarios frente a las plataformas digitales permite el desarrollo de estrategias encaminadas en la resolución de fallas, logrando una comunicación más asertiva con los usuarios, agilizando procesos administrativos que a su vez aporten beneficios a los empleados de la empresa con el fin último de brindar un mejor servicio a los pacientes, logrando el crecimiento de la empresa en el mercado local y regional.

Este estudio permite a los gerentes o futuros gerentes identificar falencias en el uso de plataformas digitales empresariales que puedan tener un efecto negativo en la prestación de un servicio o en la oferta de un producto y a su vez pueda afectar la productividad y rentabilidad de una empresa. Además de emplear la planificación estratégica como una herramienta de vital importancia en la formación y en el desarrollo profesional de gerencia, puesto que permite ampliar la visión en la tomar de decisiones fundamentadas en conocimientos que generen estrategias oportunas y eficientes, con el fin de lograr la permanencia y el posicionamiento en el mercado, además de un mayor grado de satisfacción al usuario. En tal sentido, la planificación estratégica responde a diversos factores que se deben tener en cuenta como: la competitividad, el desempeño, el contenido estratégico y la articulación financiera.

Caracterización de la Empresa

Presentación de la empresa

- **Nombre de la Entidad:** Salud Total IPS
- **Representante legal:** Luis Guillermo Vélez Atehortua
- **Historia**

Salud Total es una empresa posicionada y consolidada en el mercado nacional con más de 29 años de historia. Su representante legal es Luis Guillermo Vélez Atehortua. En 1991, la empresa se constituye como sociedad e inicia a prestar servicios de medicina prepagada, posteriormente en 1994 obtuvo la primera autorización como entidad promotora a nivel nacional (Informe de gestión 2016, 2017), para 1995 entra bajo el régimen contributivo, expandiendo su cobertura a más ciudades en todo el país a lo largo del tiempo (Informe de gestión 2021, 2022).

En 1997, comienza a trabajar con el régimen subsidiado, teniendo la oportunidad de tener mayor alcance nacional y estableciendo sedes en ciudades principales como Cartagena, Bucaramanga, Santa Marta, Valledupar, Montería, Neiva, Palmira, Cúcuta y Sincelejo. El amplio trabajo y esfuerzo por el reconocimiento nacional como una IPS de calidad, le permitió en 2007 obtener la posición 21 de las 25 mejores empresas para trabajar en Colombia, otorgado por Great Place to Work (Informe de gestión 2021, 2022).

En el periodo entre 2009 y 2012, Salud total aumentó la cobertura total de usuarios en un 187%, por un trabajo arduo y orientado por la vanguardia en servicio y tecnología, obtuvieron el galardón Calidad en Salud Colombia en la Categoría de Bronce, y permitiéndole la asociación con empresas en Salud para el fortalecimiento de la gestión, alineados hacia la calidad y optimización de recursos en pro de mejores resultados (Informe de gestión 2017, 2018).

Desde el año 2015, la empresa se ha enfocado en la mejora continua de su gestión, por lo que se destacan reconocimientos como trabajo en hemofilia en la 4ta conferencia latinoamericana de ISPOR, Certificación en Responsabilidad Social por la Cooperación Fenalco Solidario, premio por trabajos en Nefroprotección por ISPOR Colombia, Premio Value in Health Regional Issues por los trabajos en VIH, premios en Fortalecimiento de la Gestión del Riesgo y resultados en Salud, certificación efr, certificación ICONTEC ISO 9001:2015 y la certificación ICONTEC ISO 27001:2013 (Informe de gestión 2021, 2022). Actualmente, Salud Total IPS, trabaja de manera sistemática en función de generar mayor alcance en sus objetivos estratégicos, y con ello seguir posicionada en el mercado por la calidad en la gestión integral. Por lo tanto, su enfoque se ha centrado

en Planes de Atención Complementaria (PAC), lo cual ha podido generar mayor beneficio económico y social, además de expandir la empresa en ciudades como Ibagué, Pereira y Santa Marta (Informe de gestión 2021, 2022).

- **Misión**

Promover la afiliación al sistema de salud y gestionar los riesgos de sus protegidos mediante la promoción, prevención, recuperación de la salud y la prestación de servicios integrales con calidad. Contribuyendo al bienestar y desarrollo del país, generando sostenibilidad empresarial (Informe de gestión 2021, 2022).

- **Visión**

En el 2025 serán reconocidos por la satisfacción de sus protegidos y demás partes interesadas, por la calidad en los servicios, la gestión de los riesgos, la innovación tecnológica y solidez empresarial (Informe de gestión 2021, 2022)

- **Valores**

Salud Total EPS trabaja con base a los siguientes valores corporativos:

- **Responsabilidad:** comprometidos con sus actividades, para cumplir lo encomendado, siempre en pro del mejoramiento laboral, social, cultural y natural (Informe de gestión 2019, 2020).

- Solidaridad: colaboran de manera desinteresada con las personas que nos rodean, compartiendo sus intereses o necesidades (Informe de gestión 2019, 2020).
- Honestidad: actúan con sinceridad y coherencia, respetando la verdad y la justicia, asumiendo que la verdad es sólo una y que no depende de personas o consensos sino de lo que el mundo real nos presenta como innegable e imprescindible de reconocer (Informe de gestión 2019, 2020).
- Humildad: tienen conciencia acerca de lo que son, reconociendo sus debilidades, aceptando sus errores y reconociendo sus fortalezas, sin vanagloriarse por ellas, aprovechándolas para obrar en bien de los demás, sin decirlo (Informe de gestión 2019, 2020).
- Respeto: valoran las cualidades y derechos de las personas y de la sociedad, estableciendo hasta donde llegan sus posibilidades de hacer y no hacer y dónde comienzan las posibilidades de los demás como base de toda convivencia en sociedad (Informe de gestión 2019, 2020).

- **Objetivos estratégicos**

(Informe de gestión 2021, 2022)

- Gestionar el riesgo en salud de los protegidos
- Desarrollar y fortalecer el talento humano de la organización
- Fidelizar y retener a nuestros protegidos
- Contar con un enfoque en procesos que permita desarrollar las actividades de forma ágil y flexible

- Generar sostenibilidad financiera
-

Presentación de productos y servicios que ofrece

Planes complementarios en Salud

Salud Total IPS actualmente cuenta con cuatro planes complementarios en salud, los cuales se dividen de acuerdo con:

Plan Delta

Brinda una cobertura especial que abarca:

- Medicina General
- Pediatría
- Ginecología
- Obstetricia
- Medicina Interna
- Medicina Familiar
- Dermatología
- Cirugía General
- Ortopedia
- Oftalmología
- Urología
- Psicología
- Nutrición
- Optometría
- Odontología General

- Odontopediatría

Además aborda servicios y beneficios que responden a:

- Medicina y terapias alternativas
- Orientación médica telefónica 24/7
- Consulta médica domiciliaria de acuerdo con disposición geográfica
- Cobertura de maternidad y atención neonatal
- Cobertura de bebé en gestación
- Cama de acompañante
- Auxiliar de enfermería acompañante en horas de la noche
- Asistencia al viajero
- Hospitalización domiciliaria de acuerdo a las indicaciones médicas

Plan Gama

Brinda una cobertura especial que abarca:

- Medicina General
- Pediatría
- Ginecología
- Obstetricia
- Medicina Interna
- Medicina Familiar
- Dermatología
- Cirugía General
- Ortopedia
- Oftalmología

- Urología
- Psicología
- Nutrición
- Optometría
- Odontología General
- Odontopediatría

Además aborda servicios y beneficios que responden a:

- Cobertura de maternidad y atención neonatal
- Orientación médica telefónica
- Medicina y terapias alternativas
- Consulta médica domiciliaria de acuerdo con la disposición geográfica

Plan Alfa

Brinda una cobertura general que abarca:

- Medicina Interna
- Ginecología
- Pediatría
- Obstetricia
- Cirugía General
- Ortopedia
- Oftalmología
- Medicina Familiar
- Medicina Alternativa - Homeopatía
- Dermatología

- Urología
- Otorrinolaringología

Además aborda servicios y beneficios que responden a:

- Terapias físicas y respiratorias a domicilio
- Habitación individual en caso de hospitalización y cirugía.
- Atención de parto o cesárea
- Consulta médica domiciliaria de acuerdo a disposición geográfica

Plan Omega

Brinda una cobertura especial en odontología que abarca:

- Odontopediatría
- Endodoncia
- Periodoncia
- Odontología General
- Cirugía Oral
- Ortodoncia

Además aborda servicios y beneficios que responden a:

- Tratamientos odontológicos
- Ortodoncia preventiva y ortodoncia correctiva
- Examen oral y ayudas diagnósticas
- Blanqueamiento estético.

Es de resaltar que los planes comentarios también se integran con servicios como:

Farmacología

Acceso a la entrega de los medicamentos cubiertos dentro del PBS, en la red de farmacias y aliados estratégicos, en beneficio a los afiliados a los Planes de Atención Complementaria.

Telemedicina

Acceso a la atención en salud desde la distancia, considerando cada una de las especialidades que se manejan en los planes, así como la disposición y requerimientos previos con medicina general.

Laboratorio a Domicilio

Acceso y recolección de muestras en la comodidad del hogar de los afiliados.

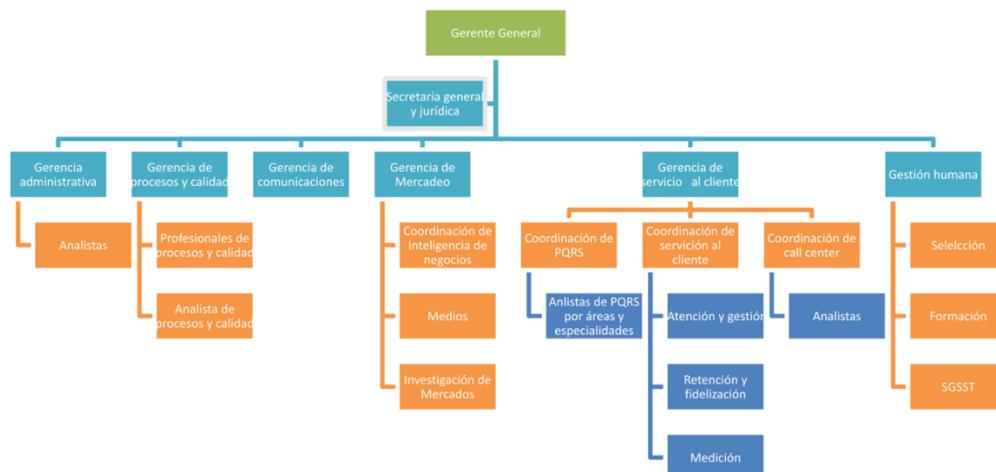
Convenios

Dentro de la red de aliados estratégicos, Salud Total EPS dispone de beneficios como:

- Descuentos en cursos
- Descuentos en Viajes
- Descuentos en Escuelas especializadas
- Descuentos en ópticas
- Descuentos en centros de belleza

Descripción de áreas de la empresa

Organigrama general de Salud Total IPS



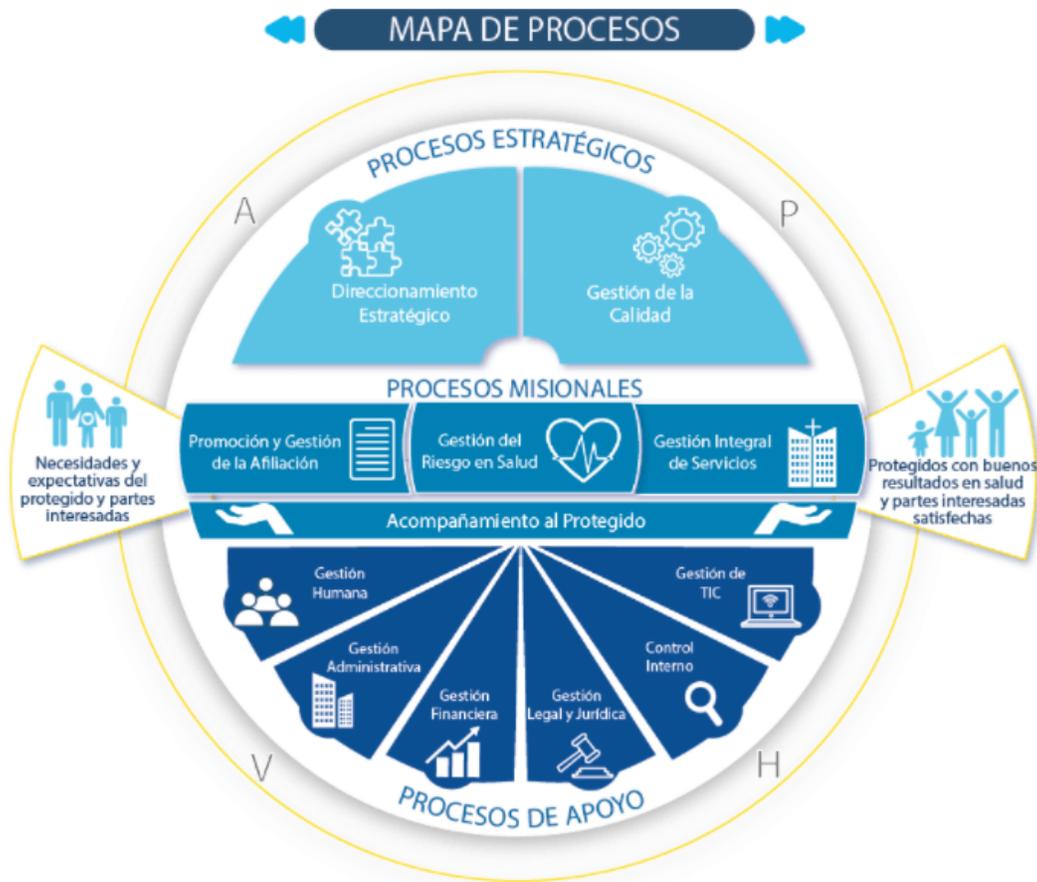
Gráfica 1. Organigrama general de Salud Total EPS
 Fuente: (Informe de gestión 2021 Salud Total EPS, 2022)

Áreas o dependencias

- **Gerencia general:** evalúa las decisiones a tomar en función del crecimiento de la empresa su posicionamiento y la proyección que se estima con base a la gestión operativa de cada una de las áreas.
- **Secretaría jurídica:** encargada de apoyar a la gerencia en materia legal.
- **Gerencia administrativa:** área encargada de gestionar las áreas de finanzas y contabilidad, con el fin de distribuir los recursos de manera oportuna y acorde con los objetivos estratégicos, que puedan asegurar el alcance de estos. Asimismo, se encarga de generar los informes financieros en pro de tomar las decisiones acertadas en relación con el comportamiento de la empresa.

- **Gerencia de procesos:** se encarga de diseñar los procesos, evaluar la operatividad de estos, y generar mejoras continuas bajo los parámetros y estándares internacionales de calidad.
- **Gerencia servicio al cliente:** área encargada de diseñar estrategias de atención al cliente, evaluar la atención y emplear las mejoras pertinentes. Elabora los informes de acuerdo con el comportamiento, y brinda la información oportuna para la toma de decisiones.
- **Gerencia comunicaciones:** se encarga de promocionar la empresa en el mercado nacional, bajo los parámetros y requerimientos del mercado. Encargada de diseñar las líneas de acción que involucre todos los medios disponibles.
- **Gerencia de Mercadeo:** encargada de evaluar el mercado, diseñar las e estrategias oportunas en función de los negocios inteligentes, apoyados en la tecnología disponible, así como a los medios y estrategias propuestas, que permitan penetrar al público objetivo de manera asertiva.
- **Gestión humana:** encargada de la gestión del talento, la cual aborda los procesos de selección, los programas de formación, así como la delimitación y seguimiento del sistema de seguridad y salud en el trabajo.

Mapa de procesos de Salud Total IPS



Gráfica 2. Mapa de procesos de Salud Total IPS
Fuente: (Salud Total EPS, 2022)

El mapa de procesos tiene un enfoque de atención centrada en el usuario y mejoramiento continuo; los procesos misionales se centran en el acompañamiento de los usuarios en cuanto a promoción y gestión de la afiliación, gestión del riesgo en salud y gestión integral de servicios logrando cumplir las expectativas de los usuarios y satisfacción de las partes interesadas. Dentro de los procesos estratégicos, la letra A define el actuar y la letra P planear, en estos procesos se enmarcan la dirección

estratégica y gestión de la calidad respectivamente. Por otro lado dentro de los procesos de apoyo la letra V hace referencia a verificar y la letra H al hacer, se enmarcan en la letra V los procesos de gestión humana, gestión administrativa y gestión financiera y en la letra H, gestión legal y jurídica, control interno y gestión de TIC.

Planteamiento de Problema

Ante la dinámica actual a nivel global se genera un mercado complejo, presentando retos, desafíos y oportunidades a las empresas desde diferentes dimensiones, específicamente las del sector de salud en consideración de los desafíos globales y la búsqueda de la sostenibilidad esperada en esta dimensión. En consecuencia, estas deben emplear las mejores estrategias para poder obtener mayores resultados y con ello garantizar los altos niveles de productividad y rentabilidad. Uno de los puntos o factores claves que se ha posicionado en las empresas como una herramienta eficaz

para abordar la toma de decisiones con mayor facilidad, es la transformación tecnológica en integración con la planificación estratégica, como un factor de actualización y optimización de los procesos en pro de alcanzar los objetivos de manera efectiva.

De acuerdo con Aldana et al., (2018) las empresas de salud ante la globalización deben emprender un proceso de actualización multidimensional que les permita brindar mayor calidad en los servicios prestados, aportando beneficios a la sostenibilidad social de los países, con el fin de generar mayor resultado a nivel operativo y económico. Ballesteros et al., (2020) manifiesta que mediante la globalización las empresas apuestan por la actualización tecnológica de los procesos, como un mecanismo que les brinde mayor productividad y calidad en los resultados, teniendo así las tecnologías como un recurso primordial en las nuevas estructuras empresariales. Por lo tanto, la globalización y el posicionamiento de las nuevas tecnologías colocan a las empresas en un proceso de actualización, lo cual se convierte en un proceso necesario para poder dar respuesta a la transformación tecnológica en interrelación con las exigencias del mercado y las necesidades sociales, en el caso del sector salud.

La calidad en salud es un punto clave para las entidades prestadoras de salud, ya que permite un análisis de mercado en cuanto a las tendencias para así evaluar la gestión y plantear mejores líneas de acción y con ello brindar un servicio con altos estándares (Kerguelen C,2008). Como consecuencia brindar calidad en salud requiere un estudio desde el plano interno y externo para poder proponer estrategias que brinden mejores resultados y resuelva las falencias de la entidad.

En Latinoamérica, el sector salud es uno de los más preocupantes en relación de las falencias del sistema, las cuales apuntan tanto a la actualización como los mecanismos estratégicos para lograr esta. Giovanella et al., (2020) en la región latinoamericana se presenta una crisis general en el sistema de salud, considerando fallas sistemáticas que van desde la atención primaria hasta el cumplimiento de las garantías en seguridad social, sin embargo, lo más resaltante es la falta de mecanismos estratégicos y de control que permitan mejorar y fortalecer la prestación de servicios en salud.

Por lo tanto, al evaluar el contexto de manera general se tienen carencias que parten de la inversión estatal, así como la poca promoción de políticas públicas, y por otro lado, la poca proyección de las empresas e instituciones bajo un marco contextual que genera incertidumbre ante tantos riesgos. En el caso de Colombia, la realidad es similar, a pesar de contar con entidades privadas, los problemas reflejan un sistema de salud que requiere de actualización estratégica que responda de manera oportuna tanto a los retos como a las necesidades presentes, asegurando rentabilidad y sostenibilidad de las organizaciones así como servicios de salud de calidad para los usuarios del sistema.

De acuerdo con Alvarino (2018) en Colombia uno de los grandes problemas en el sector de salud es la falta de mecanismos estratégicos y de control que permitan a las empresas mejorar la gestión y tener impacto en la atención al ciudadano, por lo que se requiere de estrategias que brinden una proyección de sostenibilidad colectiva desde este mercado. En otro orden de ideas, Cursi (2021) indica que la salud en Colombia requiere de una integración estratégica tanto en gestión organizacional como en

tecnologías, que les aporte mayor posicionamiento y efectividad a las empresas, considerando tanto las necesidades en salud, como el crecimiento económico del país.

En el caso de Bogotá, la cual posee un mercado con diversas empresas prestadoras de servicios de salud, presenta las mismas deficiencias, considerando la falta de planificación estratégica y mecanismos de control que brinden mayor efectividad en la atención de salud. De acuerdo con Guerrero (2018) en Bogotá existen deficiencias progresivas, que, a pesar de contar con un marco normativo complejo, las fallas se evidencian en la poca promoción en salud, prevención de enfermedad, la calidad del servicio, la falta de mecanismos, la deshumanización del personal, así como la actualización constante como gestión del conocimiento para la mejora de manera multidimensional.

Partiendo de lo expuesto anteriormente, salud total IPS- Sede Olaya, ubicada en Bogotá, departamento de Cundinamarca, es una de las referentes en la región por el desarrollo progresivo de mejoramientos que fortalezcan el compromiso de entregar un mejor servicio en salud, sin embargo, en el desarrollo operativo son diversos los factores que se han presentado y han interrumpido la eficiencia de los resultados en materia de productividad, afectando el área atención al cliente, el cual presenta deficiencias tanto a nivel administrativo como operativo, esto genera una cadena reactiva de efectos negativos en la calidad del servicio, afectando de esta manera la satisfacción del usuario.

El presente proyecto busca evaluar la satisfacción de los usuarios de Salud Total IPS-Sede Olaya en el uso de las plataformas digitales, para lo cual se utilizará una

metodología mediante el desarrollo de un enfoque cuantitativo que permitirá formular soluciones estratégicas ante las falencias encontradas. Para ellos se tendrán en cuenta diferentes escenarios para la búsqueda de soluciones adecuadas enfocadas al mejoramiento de la satisfacción del usuario en el uso de las plataformas digitales.

La siguiente gráfica representa una abreviación de lo mencionado previamente :



Gráfica 3. Desarrollo del proyecto
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Por lo anterior se plantea la siguiente interrogante:

Formulación del problema

¿Cuál es la satisfacción de los usuarios de salud total IPS- sede Olaya en el uso de las plataformas digitales en la ciudad de Bogotá- periodo marzo 2022??

Objetivo

Objetivo general

Evaluar la satisfacción de los usuarios de salud total IPS- sede Olaya con relación el uso de las plataformas digitales en la ciudad de Bogotá- periodo marzo 2022 a través de herramientas gerenciales que permitan platear acciones de mejora al respecto.

Marco Referencial

Marco teórico

Planificación estratégica

La planificación estratégica nace de la visión del gerente, es decir, del estudio del entorno interno y externo, aunado al comportamiento organizacional, los cuales le permiten de manera directa contextualizar las problemáticas actuales en la empresa, y

con ello plantear acciones o estrategias a implementar como un medio hacia el logro. Un elemento importante que juega un rol esencial es la competitividad en el mercado, es decir esa posición que permite a las empresas calar ante las demás existentes.

Esta y otras definiciones similares permiten afirmar que la competitividad empresarial está asociada a lo que ocurre fuera de la organización (políticas gubernamentales, estructura económica del país, características del mercado, variables regionales), pero depende estrechamente del desempeño interno de la misma entidad. La estrategia empresarial es un factor fundamental para alcanzar una posición dominante y exitosa en los mercados (Mora et al, 2015).

Por consiguiente, la ventaja competitiva, se basará en las fortalezas que tenga la empresa tanto interna como externamente, sin embargo, para poder impactar de manera externa, es necesario que se evalúen los factores internos, así como los cuellos de botella o restricciones que no permiten alcanzar los objetivos en el tiempo determinado.

Se han identificado tres áreas de estudio respecto a la relación existente entre planeación estratégica y desempeño. La primera se refiere a la existencia de la planeación estratégica y su relación con el desempeño... La segunda área de estudio se enfoca en el análisis del contenido de la planeación estratégica... La tercera y última dimensión sostiene que el desempeño financiero está determinado por la relación contingente entre la estrategia y el ambiente (López, 2005).

En tal sentido, la planificación estratégica responde a diversos factores, pero además de la competitividad, se debe considerar el desempeño, el contenido estratégico y la articulación financiera. Es decir, La gerencia debe evaluar diversos factores para ejercer una planificación estratégica, y con ello una administración alineada a las mismas. Por lo tanto, debe trabajar en base al desempeño y la capacidad de respuesta financiera, como de modo interno. Por otra parte, la competitividad y comportamiento de la empresa y el mercado, como un enfoque externo.

Para así poder determinar un contenido estratégico que se base en satisfacer las exigencias del mercado, así como de los clientes, considerando que estos últimos son los que otorgan la rentabilidad a la empresa través de los procesos de compra. Sin embargo, cuando ninguno de los pasos se aplica, y de cierta manera se trabaja de manera empírica, dejando a un lado lo estratégico los resultados pueden ser contraproducentes.

Ciertamente, si una empresa trabaja en modelos tradicionales, o en casos mayores emplea una administración empírica está en riesgo de presentar consecuencias de gran magnitud. Considerando que no tendría un mayor nivel de competitividad, el comportamiento organizacional sería inestable, las finanzas no darían la capacidad de respuesta esperada, entre otras circunstancias que interfieren en logro de los objetivos empresariales.

Dentro de este marco, la evaluación de estrategias es necesaria porque el éxito de hoy no garantiza el éxito de mañana. Se destaca que el éxito genera siempre problemas nuevos y diferentes y las organizaciones complacientes desaparecen.

En este sentido, se debe generar procesos dentro del plan estratégico para promover la competitividad en las empresas. (García et al, 2017)

Por consiguiente, el futuro de la empresa no está predicho, por lo tanto las estrategias orientan a la misma hacia el logro, es decir, hacia el cumplimiento de los objetivos. Asimismo, es de resaltar que en las empresas se presentan problemas como un factor de la cotidianeidad, por lo tanto las estrategias tienen una acción correctiva, y que de cierta manera buscan mitigar efectos negativos.

Por lo tanto, no trabajar en base a la administración o gerencia estratégica posiciona a la empresa ante un escenario de incertidumbre, donde las posibilidades de crecimiento pueden estar coartadas, de igual manera la productividad y rentabilidad, aunado a la competitividad en el mercado.

Evaluación de entornos desde la proyección prospectiva

La planificación estratégica en cualquier empresa se debe basar en el análisis de los entornos para el desarrollo de estrategias efectivas de acuerdo con el comportamiento del mercado, así como de la capacidad de respuesta de la organización. La evaluación empresarial se torna una tarea compleja, en la medida en que es necesario tener en cuenta, no solo las interrelaciones que se producen al interior de la empresa, sino además, las de ésta con su entorno (Espinosa, 2013). En tal sentido, el análisis organizacional permite comprender la dinámica del mercado desde los factores internos y externos que influyen en el desarrollo económico y productivo de la empresa, y los

cuales permiten estructurar la planificación en pro de adaptarse de manera asertiva y generar resultados con efectividad.

Un análisis estratégico se desarrolla, por lo tanto, a través de tres etapas, según Gimbert (2003), la primera se denomina como planeación estratégica corporativa que involucra la misión, la visión y los objetivos, ya previamente mencionados; la segunda etapa, se trata de la planeación estratégica funcional donde se ejecutan los proyectos estratégicos basados en lo establecido en la primera etapa, la tercera parte es la planeación estratégica operativa en donde se ponen en marcha los planes de acción de la organización. (Bravo, et al, 2019)

Ciertamente, la evaluación de entornos para el análisis estratégico de la empresa ante el mercado, se divide en respuesta en la contextualización de la planificación estratégico, es decir, inicia con un diagnóstico interno que permita comprender la filosofía de gestión, para seguir con los factores externos en relación con el desarrollo organizacional para dar respuesta efectiva a las exigencias del mercado desde el sector que se aborde, para finalizar con la integración de ambos factores bajo un plan estratégico operativo que responda tanto a los objetivos estratégico de la empresa, como a la dinámica del mercado.

Para ello, el gerente tiene un trabajo arduo que va desde el reconocimiento de los factores inherentes con la empresa, y la debida evaluación de estos con la proyección estratégica de la empresa en escenarios prospectivos de productividad y rentabilidad. Para lograrlo, se puede apoyar en instrumentos que faciliten la gestión de los factores,

así como en la interpretación de estos frente al desarrollo del plan de negocios de la empresa.

El uso de estas matrices permite inferir, luego de un proceso que implica análisis, discusión y evaluación, oportunidades y amenazas que viabilizan o impiden el logro de los objetivos establecidos y la misión y visión del negocio. Resaltan entre los factores externos: los económicos, políticos, legales, gubernamentales, sociales, culturales, demográficos, ambientales, tecnológicos, competitivos. También permiten la identificación de fortalezas y debilidades a nivel interno de la organización (Bravo et al, 2019).

Por lo tanto, las matrices de evaluación permiten delimitar los factores tanto internos como externos, para el diagnóstico y análisis estratégico de la empresa, pero para ello es necesario evaluar también el comportamiento de la empresa y con ello la dinámica del mercado. Por lo que es necesario considerar los planteamientos de Porter frente a la evaluación externa y su interrelación con la gestión organizacional y operativa.

En efecto, por definición la estrategia y su procedimiento corresponden a un razonamiento marginalista pues tienen que ver, con respecto a la historia de la empresa, a un periodo de tiempo que abarca desde el momento del diagnóstico hasta el horizonte temporal de reflexión. Sin embargo, para poder tomar decisiones sensatas en este contexto, el análisis del pasado no basta. Es necesario entonces tener una noción de cómo el entorno, bien sea global o específico, puede evolucionar (Paturel, 2006).

En síntesis, la evaluación de la empresa ya sea desde un desarrollo de plan de negocios o en su operatividad general, plantea un análisis exhaustivo de los entornos, que permita comprender el comportamiento a ejercer, así como los posibles cambios para adaptarse a transformaciones del mercado. Para ello, se debe considerar de manera interna la filosofía de gestión, fortalezas y debilidades del negocio frente a la dinámica del mercado, y desde lo externo, considerar los factores determinados por la empresa, así como los planteados por Porter, es decir, sector, clientes, proveedores, sustitutos, y competidores, como referentes significativos en la toma de decisiones y desarrollo de estrategias.

Desarrollo de estrategias multidimensionales

Desde la evaluación de los entornos y la comprensión de la posición de la empresa frente al mercado, es necesario desarrollar las estrategias que respondan de manera directa tanto a los objetivos de la organización, como a las exigencias de los clientes potenciales y dinámica del mercado. La strategic choice, se define como un proceso esencialmente político por medio del cual quienes administran a la organización poseen el poder para decidir las acciones estratégicas y operativas, centrándose en el papel que desempeñan en la formación de las condiciones y los procesos dentro y alrededor de ella. (Zapata et al, 2015)

En consecuencia, el desarrollo de estrategias parte de las opciones que se tengan del estudio del mercado y capacidad de respuestas, de modo que la gerencia pueda establecer acciones efectivas que permitan obtener resultados acordes con lo planteado desde la organización, o en su efecto desde el plan de negocios. Por ello, es

necesario abordar la concepción de Porter de acuerdo con las estrategias que deben aplicarse, así como las divisiones dentro de las cuales pueden estar estructuradas, por lo tanto:

Las estrategias genéricas que plantea Porter (2008) son:

- Liderazgo en costo
- Diferenciación
- Enfoque

Partiendo de lo anterior, dichas estrategias se basan en una línea de acción que propone mejor participación en el mercado, y la cual incide de manera efectiva tanto en el crecimiento como en la rentabilidad. Por lo tanto, cuando se habla de liderazgo en costos, refiere a una participación en el mercado a través de costos competitivos que puedan asegurar mayor número de clientes potenciales, así como una mejor captación de nuevos grupos estratégicos.

Por otro lado, la diferenciación parte de la diversidad de atributos que pueden ofrecer en el mercado y de cierta forma atienden diversas necesidades a clientes potenciales. Y por último se tiene el enfoque, el cual refiere a la concentración de un segmento en específico para poder tener mayor oportunidad y beneficio al momento de comercialización. Sin embargo, para poder trabajar de manera más efectiva, es necesario considerar las diferentes divisiones que estas presentan, teniendo que:

Liderazgo de Costo:

- Tipo 1 – Bajo Costo: esta refiere a ofrecer los productos al precio más bajo del mercado.
- Tipo 2 – Mejor Valor: esta refiere a ofrecer los productos al precio más bajo del mercado, sin embargo, evaluando los atributos favorables en similitud con los que brindan los competidores (Porter, 2008).

Ciertamente, en cuanto a costo se tiene un primer escenario, donde se ofrecen los productos o servicios a un menor precio del mercado con el fin de fidelizar y retener a los clientes potenciales, así como de captar un número mayor de clientes. Y por otra parte, la distinción del producto o servicio por su valor, donde intervienen diversos factores pero de cierta manera, se posiciona de acuerdo con esta referencia, así como al menor precio en que se puede ofrecer.

Diferenciación:

- Tipo 3 – Diferenciación: se enfoca en elaborar productos o servicios únicos en la industria que no afecten a cierto segmento de acuerdo a los precios (Porter, 2008).

En consecuencia, la empresa se enfoca en diseñar un producto o servicio único en el mercado, el cual a través de sus potencialidades y el segmento al que se destina, no genera sensibilidad en el precio por la innovación y diversos factores. Por lo tanto, es una estrategia que se basa en la diferencia de producto con el fin de captar mayor un segmento potencial que pueda pagar por el mismo sin inconvenientes, y se cree así un mercado potencial.

Enfoque:

- Tipo 4 – Bajo Costo: se ofrece el producto a menor valor de mercado a un grupo específico
- Tipo 5 – Mejor Valor: se ofrece al menor costo del mercado a diversos grupos donde se considera la potencialidad del producto. (Porter, 2008)

En tal sentido, se basa en segmentar el mercado para poder abordar a los clientes potenciales con base al menor precio, para el caso de la primera estrategia. Por otra parte, de acuerdo con las cualidades del producto y menor precio, también se puede segmentar, pudiendo ofrecer a un grupo de diversos clientes potenciales que tienen mayor capacidad de compra. Por consiguiente, el desarrollo de estrategias debe estar alineado al enfoque estratégico de la empresa, considerando tanto las generalidades comerciales y productivas, así como en los modelos de diferenciación y posicionamiento en el mercado para obtener mayores resultados de manera prospectiva. En pocas palabras, las estrategias deben responder a los objetivos económicos, productivos y estratégicos a la empresa bajo escenarios reales de actuación y orientados hacia un futuro exitoso.

Prospectiva estratégica para mayor desarrollo organizacional

Por último, las empresas ante la evaluación de los entornos, el desarrollo de estrategias, el conocimiento de los grupos estratégicos, y el plan de acción, es necesario definir la prospectiva estratégica, considerando que es la delimitación de escenarios futuros donde se integran diversos actores y factores para poder estar adaptado a cualquier circunstancia.

La cual fue impulsada por el Dr. Michael Godet, miembro de LIPSOR. En este caso se propone un rompimiento con el pensamiento de los métodos anteriores básicamente en dos aspectos: El futuro no depende de la evolución de las tendencias sino de la relación que existe entre los factores del sistema, actores y objetivo... No existe un solo futuro sino varios escenarios futuribles posibles. (Chung, 2009)

En consecuencia, desde un plano general la empresa ante el desafiante y exigente mercado debe trabajar estratégicamente desde todas las dimensiones que abarca, aunado a ello, el plan estratégico se integra como una herramienta muy eficaz para poder alcanzar los objetivos específicos. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que pueden existir diversos escenarios futuros los cuales pueden garantizar la efectividad de las estrategias, o por el contrario, irrumpir con la gestión y colocar mayores desafíos y riesgos.

En otras palabras, lo que se busca con la prospectiva estratégica no es pronosticar un futuro y está resignado a él, o prepararse para afrontar ese futuro; al contrario, la esencia de la prospectiva estratégica consiste en construir el futuro deseado lo que se conoce como escenario apuesta. Ciertamente, la prospectiva estratégica proporciona información significativa a la empresa en materia de comprender los escenarios a futuro y adecuar acciones que permitan conseguir mayores resultados de acuerdo con las situaciones que se puedan presentar con base al diagnóstico e interrelación de factores.

El ejercicio del dominio que cada actor posee dependerá de la necesidad que tengan de defender sus intereses. Se podrán, entonces presentar dos situaciones. Si los intereses de determinado actor coinciden con los de otro u otros se establecerán entre ellos alianzas, implícitas o explícitas. Pero si entre ellos hay divergencia de intereses, habrá entonces conflictos. En este panorama de alianzas y de conflictos será importante el poder que cada uno maneje (Mojica, 2006).

En síntesis, la planificación debe estar integrada con la prospectiva estratégica, es decir, el gerente debe ser capaz de reconocer el escenario a futuro con base al comportamiento del mercado, las estrategias a aplicar, así como los grupos estratégicos, que manera integral que pueden actuar de manera directa tanto en forma positiva como negativo en el desarrollo económico del negocio. Por lo tanto, se debe evaluar toda la información e interrelación con el fin de plantear estrategias de apuesta para los diferentes futuros que se puedan presentar.

De igual manera, desde el desarrollo de negocios de servicios la prospectiva actúa de manera general, por lo tanto aborda los mismos factores, sin embargo, a ello se le debe integrar la conducta del consumidor así como las tendencias de este en relación con el mercado. Considerando que en el área de servicios el cliente es el actor potencial en el desarrollo estratégico y organizacional del negocio, por lo tanto la apuesta debe hacerse en la satisfacción del mismo, donde el enfoque se oriente desde la integración y la interactividad con este como un proceso que genere conocimientos para la mejora continua y transformación de negocio en respuesta de las necesidades del cliente.

Calidad en las empresas de salud

Las empresas cada vez se exponen a diversos cambios desde diferentes ámbitos, uno de ellos es la transformación por las nuevas tecnologías y la influencia de la actualización como parte de un plan estratégico que busca generar mayores ingresos y un espacio competitivo. Por lo tanto, en un caso específico de las empresas de salud estos retos se conjugan con la calidad para generar un escenario de complejidades y oportunidades para mejorar los procesos y con ello brindar un servicio óptimo adaptado a las exigencias del mercado.

Según Kerguelen C. (2008) la calidad en salud es un tema discutible, que coloca a las empresas a mantener un enfoque organizativo de manera progresiva, evaluando los procesos para generar mejoras continuas y con ello brindar un servicio con altos estándares. Por lo tanto, las empresas en salud se enfocan en analizar el mercado en cuanto a las tendencias para así evaluar la gestión y plantear mejores líneas de acción. Es decir, realizan un estudio desde el plano interno y externo para poder proponer un plan que brinde mejores resultados y consolide una mejor imagen ante la competencia.

De igual manera, es de resaltar el Sistema obligatorio de la garantía de la calidad en salud, el cual plantea diversas instituciones, normas, requisitos, mecanismos y procesos para poder generar calidad en las empresas de Salud. Este se compone del Sistema Único de Habilitación (SUH), Programa de Auditoria para el Mejoramiento de la Calidad (PAMEC), Sistema Único de Acreditación (SUA) y el Sistema de Información para la Calidad en Salud.

En consecuencia, es una estructura que delimita diversas dimensiones donde las empresas de salud pueden emplear los diferentes mecanismos para poder desarrollar estándares de calidad ajustados a las exigencias del mercado, optimizar los procesos, y con ello brindar un servicio que cumplan con los requerimientos demandados tanto a nivel nacional como internacional. Por ello, el proceso de evaluación en calidad o auditoría interna debe ser sistemático y progresivo en base al SOGCS, con el fin de gestionar la calidad y aprovechar el conocimiento para el desarrollo de la empresa de manera prospectiva hacia el éxito. Teniendo en cuenta que el conocimiento será la base para la transformación, mejor continua y sostenibilidad de la calidad en salud.

Satisfacción del usuario

La psicología es una de las ciencias que más se ha dedicado al problema de la satisfacción. Múltiples teorías, representaciones empíricas y aproximaciones metodológicas han confirmado, desde final del siglo XIX e inicio del XX, la importancia de la dialéctica satisfacción-insatisfacción en la comprensión del comportamiento humano. Esta dialéctica se ha convertido en el núcleo central de todas las comprensiones psicológicas de la dinámica del comportamiento. Si alguna duda se albergara sobre este hecho, para disiparla bastaría con recordar los nombres de Freud, James y Winstanley, luego de Rogers y Maslow y, más recientemente, la teoría de las emociones intelectuales, o de la programación neurolingüística.

En la definición propuesta por Poll y Boekhorst², observamos que se trata de una medida por medio de la cual se quiere valorar si una biblioteca cumple su meta

principal, esto es, si ofrece servicios de calidad que satisfagan a sus usuarios. Con este planteamiento se pone de manifiesto que se juzga en términos de efectividad, para medir hasta qué punto un servicio está cumpliendo esta meta desde la perspectiva del usuario.

En particular, y como anota Fitzpatrick (citado por Sitzia y Wood [24]), el término “satisfacción del paciente” exige especificar el referente del término “paciente”, y aclarar cómo se diferencia este último respecto de otras denominaciones.

“Cliente”, según observa Wassergug (citado por Sitzia y Wood, había sido gradualmente reemplazado en los Estados Unidos por el término “consumidor”, debido a que la ideología del consumismo, de la cual formaba parte, no se acoplaba a la naturaleza de la relación médico-paciente o de la relación servicios de atención médica-paciente.

Desde una perspectiva exclusivamente estadística Ware et al. (1978) definen diez factores de primer orden que enmarcan la satisfacción del paciente: accesibilidad/conveniencia de los cuidados; disponibilidad de los recursos; continuidad de los cuidados; eficacia/resultados de los cuidados; financiación y humanización; prestación de información al paciente; posibilidad de acceso a la información; competencia profesional; y ambiente favorecedor de los cuidados. Ware y Snyder (1975) mediante la técnica del análisis factorial, resumen afirmando que la satisfacción del paciente dependerá: (1) conducta del médico; (2) disponibilidad de los cuidados; (3) continuidad/conveniencia de los cuidados; y (4) accesibilidad de los cuidados. Wolf et al. (1978) consideran tres dimensiones a la hora de hablar de la satisfacción del

usuario: (i) cognitiva (cantidad, tipo y calidad de la información que da el médico); (ü) afectiva (interés y comprensión que demuestra); y (ii) comportamental (sobre las habilidades y competencias clínicas del profesional),

Marco Conceptual

En comprensión de la temática a abordar en la presente investigación es necesario reconocer los conceptos claves de este, que permita comprender la sistematización de las dimensiones y variables tomadas para el estudio, considerando:

- **Gerencia en salud:** es aquella que se encarga de orientar los datos e información de manera rápida para la toma de decisiones en todos los niveles estratégicos, operativos y funcionales para poder estructurar una visión estratégica alineada a la prospectiva de la entidad de salud, basada en las falencias y deficiencias para su mejoramiento (Chirinos, 2015). Es decir, es una disciplina encargada de diversas funciones en pro de sistematizar y analizar la información del comportamiento y dinámica de la empresa en servicios de salud, con el fin de aprovechar las oportunidades y disminuir las debilidades acordes a las necesidades presentes.
- **Calidad en salud:** refiere cuando las entidades de salud emplean todos los recursos en función de generar bienestar integral en los usuarios (Cano et al., 2016). Ciertamente, relaciona la capacidad de la empresa prestadora de servicio

en función de la satisfacción de necesidades en los clientes, que certifica la respuesta oportuna por parte de la organización.

- **Auditoría en salud:** es la evaluación crítica y periódica de la calidad de la atención médica que reciben los pacientes, mediante la revisión y el estudio de las historias clínicas y las estadísticas hospitalarias (Cortes y Galeano, 2020). Por lo tanto, plantea el control y evaluación de la prestación del servicio, la cual genera indicaciones específicas en el mejoramiento de este.
- **Planificación estratégica:** es el proceso donde se evalúa el comportamiento organizacional desde los diferentes entornos y se diseñan las estrategias oportunas que permitan direccionar la empresa a un mejor futuro (Lago, 2013). Por consiguiente, responde al diagnóstico, planeación y ejecución estratégica de la empresa acorde al comportamiento del mercado desde diferentes dimensiones que le brinde mayor alcance de manera efectiva.
- **Desarrollo organizacional:** es el proceso que se enfoca en la interrelación eficaz de cada unidad de trabajo de la empresa con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, así como mantener la productividad y eficiencia deseada (Garbanzo, 2016). Por consiguiente, el desarrollo organizacional responde de manera estructural a la empresa, organizando de manera estratégica las áreas de trabajo con el fin de aprovechar recursos, talentos y tiempos para aumentar la productividad y tener control sobre los resultados.

- **Perfil de Competitividad:** es aquel que se basa en la capacidad de respuesta de las empresas, partiendo de sus recursos, talentos, estrategias y demás factores que le aportan ventaja en el mercado que se desenvuelve (Santiago y Montoya, 2011). En consecuencia, el perfil de competitividad se representa por la capacidad de respuesta, planificación estratégica y calidad en el servicio que la empresa presta para poder tener mayor representación y posicionamiento en el mercado.
- **Prospectiva estratégica:** es aquella que parte de la evaluación de escenarios presentes, la incertidumbre y la relación de estas para la construcción de escenarios futuros, que determinen la orientación de la empresa hacia un mejor resultado (Mojica, 2006). Por lo tanto, responde de una evaluación interna y externa desde el comportamiento, donde la sistematización de los datos permitirá la construcción de estrategias y la proyección de resultados de manera futura, en pro de alcanzar de manera eficaz.
- **Satisfacción:** es una respuesta positiva que resulta del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio (Oliver, 1980); se trata de un estado emocional que se produce en respuesta a la evaluación del mismo (Westbrook, 1987).
- **Usuarios:** El diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2013) define el término usuario como “que usa ordinariamente algo”, haciendo mención a la

persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público. En el ámbito de las telecomunicaciones este término es muy utilizado, refiriéndose a una persona, computadora o software, ya que el concepto también está vinculado al acceso a ciertos recursos o dispositivos.

- **IPS:** Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud. Entendidas como aquellas entidades cuyo objeto social es la prestación de servicios de salud y que se encuentran habilitadas de conformidad con el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad en Salud.
- **Plataformas digitales:** es una herramienta de carácter digital que tiene dos características principales: a) a través de ella se ofrecen productos y servicios. Susana Pardo (2009) define las plataformas virtuales como "una propuesta flexible, individualizada e interactiva, con el uso y combinación de diversos materiales, formatos y soportes de fácil e inmediata actualización"

Marco Legal

Partiendo del contexto evaluado, es necesario presentar el marco normativo el cual regula la prestación del servicio en salud, así como su relación con la calidad de los procesos, que oriente la investigación hacia el cumplimiento de aquellos objetivos bajo un enfoque ético y profesional de lo desarrollado, teniendo:

- **Constitución de la República:** La cual delimita todas las disposiciones legales en materia de derechos y obligaciones, que desde el artículo 49, el cual determina la responsabilidad del Estado en el desarrollo operativo del sistema de salud, describiendo las funciones y demás elementos constitutivos del Estado en la garantía del derecho de salud para la ciudadanía colombiana.
-
- **Ley 1751 de 2015:** Se basa en la garantía de la protección, seguridad, promoción y demás funciones de salud. Además de enfatizar la responsabilidad del Estado en el sistema de salud, así como de las entidades y empresas en la prestación de salud, con el fin de generar un marco normativo de protección que oriente a los mismos a la calidad de salud.
- **Decreto 1011 de 2006:** Se describe Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud (SOGCS) el cual tiene 4 componentes que son: El sistema único de habilitación, la auditoría para el mejoramiento de la calidad de la atención de salud, el sistema único de acreditación y el sistema de información para la calidad.
- **ISO 9000 (2008):** Esta permite reconocer las definiciones y terminologías básicas de la gestión de la calidad, donde se integran diferentes factores y elementos en la búsqueda de la optimización de los procesos para garantizar los resultados esperados en la empresa. Considerando la importancia de la evaluación, control y supervisión. Asimismo, esta es una de las referenciales en

la dinámica actual de las empresas, así como desde su aplicación a través de un manual de calidad que potencialice los objetivos estratégicos de la empresa.

Marco Contextual

La salud en Colombia es uno de los sectores con mayor participación en el mercado considerando la cantidad de empresas prestadoras de servicios que existen a nivel nacional, las cuales a ver estas diferentes modalidades permiten brindar el servicio en gran parte del territorio colombiano. Por lo tanto, es necesario analizar la transformación que ha tenido el sistema de salud en Colombia, partiendo de las necesidades sociales y las garantías de los derechos que se han emanado a través de la Constitución de la República en 1991, así como a partir de la ley 100 de 1993.

De acuerdo con Santa et al., (2018) el sistema de salud según las reformas constitucionales y legales desarrolladas en Colombia, así como a partir de las figuras representadas por las entidades promotoras de salud y su distribución a través de las instituciones prestadoras de salud, permiten evidenciar un nuevo escenario de atención en salud tanto a nivel nacional, regional y local. Asimismo, los autores manifiestan que estos cambios permiten generar una matriz operativa en las instituciones y entidades

basadas en principios como la eficacia y eficiencia, universalidad, y solidaridad en la prestación del servicio.

Partiendo lo anterior expuesto y en interrelación a los objetivos del presente trabajo investigativo, es necesario analizar el contexto situacional del sector salud en Bogotá, donde se puede evidenciar un mercado amplio de EPS, así como una distribución de las instituciones a lo largo de los diferentes municipios que componen el departamento. De acuerdo con Pizarro (2018), en Colombia el sector salud es uno de los principales mercados con mayor dinámica, considerando que tiene un promedio de crecimiento de 5,8% al año, esto con base las necesidades sociales que se presentan en cada uno de los territorios que componen el país, sin embargo, la capital posee un sistema de salud complejo integrado por diversas entidades promotoras de salud que a la par con los retos y desafíos en el mercado articulan estrategias necesarias para poder mantener índices de rentabilidad y posicionamiento.

Según la Secretaría Distrital de Salud (2021) el sistema de salud de Bogotá es uno de los más complejos a nivel nacional considerando la demografía que se posee en la capital, así como las necesidades y eventualidades que puedan presentarse, de igual manera, uno de los puntos claves e incidentes en el sector salud fue la pandemia del covid-19, la cual llevó a las piensas a generar mecanismos estratégicos que le pudieran garantizar tanto el sostenimiento como rentabilidad para poder atender a la contingencia.

Por ello, Redondo et al, (2018) mencionan que el sector salud en Bogotá es una estructura compleja que parte tanto de la operatividad tecnológica como en las capacidades del talento humano, sin embargo, es necesario resaltar los requerimientos técnicos y estratégicos que requieren las empresas del sector para la actualización progresiva del mismo. De igual manera, Melo (2019) indica que las empresas de salud en Bogotá son un mercado potencial para el desarrollo económico de la capital considerando las necesidades sociales que se presentan, por lo tanto, uno de los retos más complejo ha sido la actualización tecnológica y la integración de esta a la operatividad tanto en servicios de salud como en la atención al paciente.

En consecuencia, Bogotá por ser la capital del país posee una población en gran cantidad, pero en comparativa con las demás regiones permite establecer un sistema que dé respuesta de manera oportuna a todas las necesidades sociales que surjan. Además, se encuentran la mayoría de principales empresas promotoras de salud a nivel nacional, que de manera estratégica logran mayor posicionamiento tanto en la capital como la trascendencia las demás localidades.

De acuerdo con el Clúster de salud de Bogotá (2022), actualmente se tienen diversas tendencias de actualización tecnológica y estratégica en el sector, las cuáles comprenden el enfoque a la experiencia del cliente, es decir, como las entidades pueden generar satisfacción en el paciente a través de la calidad del servicio; valor y acceso, representados por la capacidad de brindar el servicio tanto al público general como en las comunidades vulnerables.

Los modelos dinámicos de interacción y prestación del servicio comprenden todos aquellos mecanismos y plataformas que han permitido trascender en la atención al paciente, los cuales requieren de un enfoque estratégico así como de controles que permitan mejor calidad en el proceso. Convergencia, basada en la transformación de los procesos y mecanismos para poder garantizar mayor efectividad en los resultados esperados tanto por la empresa como en el paciente. Por último, la atención personalizada, responde a un modelo de servicio que integre con las necesidades particulares de los pacientes.

En tal sentido, el análisis contextual del sector salud en Bogotá, permite comprender las tendencias como una necesidad de actualización de las IPS, desde el mejoramiento continuo de los procesos hasta la satisfacción final del paciente, garantizando así un enfoque sostenible desde la operatividad del sector salud en todos sus niveles.

Metodología

Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo estudio de caso. El estudio de caso se define como un método de aprendizaje, que parte de un ejemplo complejo considerado como un todo en su contexto, y se basa en la comprensión holística de dicho ejemplo, a partir de una descripción y un análisis detallados. En el área de la administración, el método se ha usado en el análisis de la estructura de una empresa o en la economía de una región, por esta razón es un buen método para este estudio (Escudero et al, 2008).

Enfoque de investigación

El enfoque de este estudio es cuantitativo, esto se refiere a la utilización de recolección y análisis de datos para resolver preguntas de investigación y comprobar hipótesis, las variables utilizadas son numéricas y se usa la estadística para establecer resultados con exactitud (Sampieri et al, 2003).

Población

La población de estudio en esta investigación son usuarios de Salud Total IPS- Sede Olaya, en total se seleccionaron 40 personas que estuvieran en la IPS mediante unas encuestas delimitado por factores como tiempo e interacción de manera directa con las plataformas; la población seleccionada debía estar en el centro médico con motivo de las siguientes actividades: proceso de autorización de órdenes médicas, citas programadas o usuarios como acompañantes. Este muestreo permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador (Otzen & Manterola, 2017).

Se utilizaron círculos de calidad con el fin de disminuir la subjetividad de los investigadores durante el trabajo de campo realizado. Los círculos de calidad se definen como un pequeño grupo de la misma área que se reúnen con el fin de poder estudiar y minimizar los problemas que se encuentran relacionados con el trabajo, usan métodos estadísticos simples con los cuales pueden plantear soluciones a los problemas (ISO 9001, 2015).

Categorías de análisis

La primera categoría de análisis de este estudio es gerencia estratégica y de servicios, mediante esta se busca caracterizar los entornos de salud total IPS- Sede Olaya en la atención al usuario a través de las plataformas digitales en la ciudad de Bogotá.

La segunda categoría es auditoría y calidad en salud donde se busca analizar el impacto de los riesgos presentes en el departamento de atención al cliente desde las plataformas digitales.

Por último, mediante el desarrollo organizacional se busca Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios, todo esto con el fin de evaluar la satisfacción de los usuarios sobre las plataformas digitales.

Evidencias

Gerencia estratégica y de servicios

Pregunta de investigación

- ¿Qué actividades, definidas en un plan, se requerirían para dar cumplimiento a la estrategia planteada?

Objetivo específico

- Caracterizar los entornos de salud total IPS- Sede Olaya desde la gestión estratégica y operativa en la atención al usuario a través de las plataformas digitales en la ciudad de Bogotá., por medio de herramientas estratégicas que permitan establecer acciones encaminadas a la satisfacción de sus usuarios.

Instrumento y análisis de la información

Ante la caracterización de Salud Total IPS desde el perfil administrativo y operativo, es necesario reconocer las áreas desde su potencial en el alcance de los resultados estratégicos, para ello se emplean diversos instrumentos que permitan analizar y evaluar el rendimiento del área atención al cliente de Salud Total IPS en las plataformas

y mecanismos digitales para el mejoramiento estratégico en pro de generar mayor posicionamiento en la ciudad de Bogotá.

Por consiguiente, se empleará la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) y Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), de acuerdo con Ponce (2007) el MEFE permite evaluar el posicionamiento de la empresa ante las variables externas, que le permita detectar oportunidades y amenazas para orientar la gestión hacia un mejor alcance de los resultados. Asimismo, el citado autor manifiesta que la MEFI describe el comportamiento interno, delimitando fortalezas y debilidades, con el fin de integrar con la MEFE y generar así estrategias asertivas adecuadas a la capacidad de la empresa y las exigencias del mercado.

Por lo tanto, se desarrollará un análisis interno y externo que surja de la delimitación de las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades (FODA) en función de evaluar tanto los factores que influyen en el rendimiento del área atención al cliente de Salud Total EPS en las plataformas y mecanismos digitales para el mejoramiento estratégico. De igual manera, es necesario reconocer el posicionamiento que tiene la EPS en la ciudad Bogotá para poder realizar deducciones oportunas en referencia al caso de estudio.

Para ello se empleará una Matriz de Perfil Competitivo, considerando la calificación por los procesos empleados de manera comparativa con las demás entidades que se posicionan en el mercado de Bogotá. De acuerdo con Ponce (2007) esta matriz permite identificar plenamente a los competidores de una cierta organización a través de

determinados aspectos o factores internos, que bien pueden constituir fortalezas o debilidades

Por consiguiente, en la ciudad existen 12 EPS que de manera operativa brindan servicios en salud de manera oportuna y en relación a las necesidades presentes (MinSalud , 2020), asimismo, desde el ranking de FOSYGA (2020) se desarrolla el MPC en comparativa de Salud Total IPS en Bogotá con SURA, Compensar, Sanitas y Nueva EPS, a través de factores críticos que permiten evaluar el alcance que se tiene en el mercado a través de las TICS en la gestión operativa, así como el posicionamiento con base a la misma.

Por lo tanto desde el desarrollo de los instrumentos se tiene que:

Matriz FODA

Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de usuarios afiliados a la IPS desde los canales y plataformas digitales • Sistematización de los procesos • Integración de las unidades de trabajo en atención al cliente y las tics • Profesional especializado en las tics • Reconocimiento en el mercado local 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de personal • Barreras internas en tiempo y procesos • Falta de sistemas adecuados a las necesidades administrativos • Falta de medios integrados • Resultados bajos de manera multidimensional en atención al cliente y tics • Mayor probabilidad de interacción de la competencia.
Oportunidades	Amenazas

<ul style="list-style-type: none"> • Mayor crecimiento en la ciudad en cuanto a afiliados • Actualizaciones tecnológicas en pro de la mejora continua de procesos en atención al cliente • Mayor alcance de los resultados tanto en atención al cliente y canales digitales • Mayor posicionamiento en el mercado digital • Alianzas estratégicas desde la transformación digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización tecnológica de la competencia local en atención al clientes y Tics. • Restricciones locales. • Concepción de los canales digitales por los usuarios de las IPS en función de la atención • Incidencia de los indicadores económicos.
--	---

Tabla 1. Matriz FODA

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Partiendo de la tabla anterior, se puede evidenciar diferentes variables incidentes en la gestión tecnológica y de la atención al cliente. Por lo tanto, desde el FODA se pueden interrelacionar estas variables con el fin de generar estrategias acordes a la propuesta de esta investigación. Cortes et al., (2014) manifiesta que la FODA permite reconocer el contexto presente y generar acciones estratégicas que permitan alcanzar mejores resultados de manera prospectiva. En consecuencia, para ello es necesario ponderar estos factores y evaluar el escenario para el diseño de estrategias que mejoren la situación actual de la IPS.

Matriz MEFE

OPORTUNIDADES			
Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación
Mayor crecimiento en la ciudad en cuanto a afiliados	0,14 5	4	0,580
Actualizaciones tecnológicas en pro de la mejora continua de procesos en atención al cliente	0,12 3	3	0,370
Mayor alcance de los resultados tanto en atención al cliente y canales digitales	0,09 6	4	0,385
Mayor posicionamiento en el mercado digital	0,13 0	3	0,390
Alianzas estratégicas desde la transformación digital	0,08 8	3	0,264

Subtotal de oportunidades			1,989
AMENAZAS			
Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación
Actualización tecnológica de la competencia local en atención al clientes y Tics	0,10 0	2	0,200
Restricciones locales.	0,09 0	2	0,180
Concepción de los canales digitales por los usuarios de las IPS en función de la atención	0,06 8	1	0,068
Incidencia de los indicadores económicos.	0,06 8	1	0,068
Subtotal de oportunidades			0,516

Tabla 2. Matriz MEFE

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Partiendo de lo anterior, se tiene un ambiente externo favorable para la organización, desde la comparación significativa de las oportunidades frente a las amenazas.

Teniendo así un escenario para el desarrollo de estrategias efectivas.

Matriz MEFI

FORTALEZAS			
Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación
Cantidad de usuarios afiliados a la EPS desde los canales y plataformas digitales	0,16 8	4	0,670
Sistematización de los procesos	0,14 7	3	0,440
Integración de las unidades de trabajo en atención al cliente y las tics	0,13 9	4	0,556
Profesional especializado en las tics	0,119	3	0,358
Reconocimiento en el mercado local	0,10 9	3	0,326
Subtotal de oportunidades			2,350
DEBILIDADES			

Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación
Falta de personal	0,050	2	0,100
Barreras internas en tiempo y procesos	0,082	1	0,082
Falta de sistemas adecuados a las necesidades administrativas	0,050	2	0,100
Falta de medios integrados	0,068	1	0,068
Resultados bajos de manera multidimensional en atención al cliente y tics	0,068	1	0,068
Mayor capacidad de interacción de la competencia.	0,091	1	0,091
Subtotal de oportunidades			0,509

Tabla 3. Matriz MEFI

Fuente. Elaboración propia, 2022

Partiendo de lo anterior, se tiene un ambiente interno débil considerando el promedio obtenido en la suma de ambas variables, por lo tanto, es necesario diseñar estrategias de mejoramiento que puedan transformar las debilidades en mecanismos de sostenibilidad. Sin embargo, para ello es necesario analizar estos factores desde el mercado, teniendo así:

MPC comparativo de las EPS en Bogotá

Matriz de perfil competitivo											
Factores críticos para el éxito	Importancia del factor en %	SALUD TOTAL IPS		SANITAS		Nueva EPS		Compensar		SURA	
		Puntaje	Valor	Puntaje	Valor	Puntaje	Valor	Puntaje	Valor	Puntaje	Valor
Planificación estratégica en TICS	12%	2,2	0,264	2,4	0,288	3	0,36	1	0,12	3,5	0,42

Personal especializado	10%	1	0,1	1,2	0,12	1,5	0,15	1	0,1	3	0,3
Optimización de procesos	9%	1,5	0,135	1	0,09	1,5	0,135	1	0,09	3	0,27
Productividad	12%	1,5	0,18	1	0,12	1,5	0,18	1	0,12	3	0,36
Calidad de procesos	9%	1,5	0,135	1,5	0,135	2	0,18	1	0,09	3	0,27
Resultados en las TICS	15%	2	0,3	2	0,3	3	0,45	2	0,3	3	0,45
Aprovechamiento de recursos	12%	2	0,24	2,5	0,3	2,5	0,3	2	0,24	3	0,36
Transformación digital	12%	2	0,24	2,2	0,264	3	0,36	2	0,24	4	0,48
Automatización de procesos	9%	2	0,18	2,2	0,198	3	0,27	2	0,18	4	0,36
TOTALES	100%		1,774		1,815		2,385		1,48		3,27

Tabla 4. MPC comparativo de las EPS en Bogotá
Fuente. (Elaboración propia-Diversas consultas, 2022)

Con base en los resultados de la tabla anterior, se procede a representar de manera gráfica el posicionamiento de las EPS en Bogotá desde la gestión estratégica de las TICS en la operatividad de estas, teniendo así:

Competitividad de las EPS en Bogotá en gestión de las TICS



Gráfica 4. Competitividad de las EPS en Bogotá en gestión de las TICs
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Con base en la gráfica 3, se puede comprender un escenario donde los factores críticos de transformación tecnológica y automatización de procesos repuntan en las EPS con mayor posicionamiento nacional, donde es de resaltar que se debe a la capacidad instalada y el personal afiliado, lo que ha llevado a estas implementar estrategias como Chatbots, sistemas integrales de respuesta inmediata al usuario, así como la gestión personal por las plataformas digitales.

Análisis de la información

De acuerdo con los resultados obtenidos, resultado del trabajo adelantado sobre la satisfacción de los usuarios de salud total IPS-Sede Olaya en el uso de plataformas digitales en la ciudad de Bogotá- Periodo Marzo 2022 :

Salud total IPS- Sede Olaya tiene un ambiente externo favorable desde la comparación significativa de las oportunidades frente a las amenazas, y esto se ve reflejado en las actualizaciones que realizan para mejorar la usabilidad de las plataformas digitales, a raves de un fácil acceso para poder brindar al usuario una mejor atención.

Por otro lado se tiene un ambiente interno débil, esto relacionado con un déficit del personal interno, además de las barreras internas que están asociado a los proceso de actualización en las plataformas digitales, lo que conlleva a diseñar estrategias de mejoramiento que puedan transformar las debilidades en mecanismos de sostenibilidad.

Su competitividad en el mercado es baja a comparación de otras entidades promotora de salud, por lo tanto, se deben establecer acciones encaminadas para mejorar la satisfacción de los usuarios como:

- Actualización tecnológica constante en atención al cliente y Tics, brindando herramientas más eficientes para los usuarios
- Promover el uso de los canales digitales en los usuarios, capacitando a los usuarios en el uso de estas plataformas digitales.
- Capacitación del personal administrativo en el uso de las tics así como contratación de personal especializado con el fin de ayudar a los usuarios con diferentes inconvenientes que se puedan presentar en la plataforma digital.
- Mejorar el nivel de sostenibilidad de las plataformas digitales
- Contar con la posibilidad de dirigir al usuario directamente a quien pueda resolver el problema, ya sea a través de la interacción humana que genera mayor confiabilidad.
- Contar con bots de inteligencia artificial y cognitiva que pueden resolver rápidamente dudas, lo que podrá multiplicar la capacidad de atención y estar

siempre disponible para ofrecerle atención a los usuarios las 24 horas al día, 7 días a la semana.

- Emplear el uso de Internet y las redes sociales con el objetivo de dar a conocer la plataformas digitales y su usuabilidad.
- Tener alternativas de ingreso web/ App.

Auditoría y calidad en salud

Pregunta de investigación

¿Cómo mejorar el modelo de operación de Salud Total IPS-Sede Olaya para implementar de manera adecuada los diferentes componentes de Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad en los servicios de Salud.?

Objetivo específico

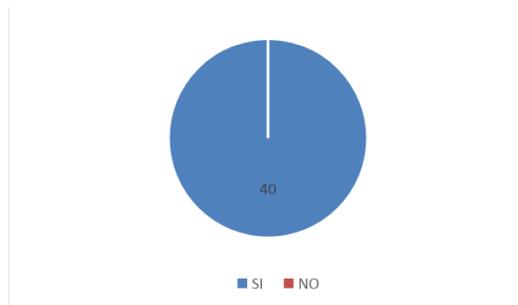
- Analizar el impacto de los riesgos presentes en el departamento de atención al cliente desde las plataformas digitales, lo que permita plantear acciones para incrementar el grado de los usuarios de Salud Total IPS-Sede Olaya.

Instrumento y análisis de la información

Para poder analizar el impacto de los riesgos presentes en el departamento de atención al cliente desde las plataformas digitales se empleó una encuesta que determine la calidad en el proceso desde la satisfacción de los usuarios con relación a las características funcionales de los medios de interacción. Esta se le empleó a una muestra de 40 personas, bajo un muestreo por conveniencia, delimitado por factores como tiempo e interacción de manera directa con las plataformas, teniendo así como resultados.

1. Conoce la página de salud total.

Conocimiento de la página de salud total



Gráfica 5. Conocimiento de la página de salud total
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Partiendo de la gráfica anterior, se tiene que todos los consultados tienen conocimiento de la página o plataforma digital de la IPS Salud Total, lo que permite tener claridad en cuanto a la interrelación con el público y el alcance de la estratégica comunicacional.

2. ¿Cómo es la información recibida respecto al acceso?

Calidad de la información



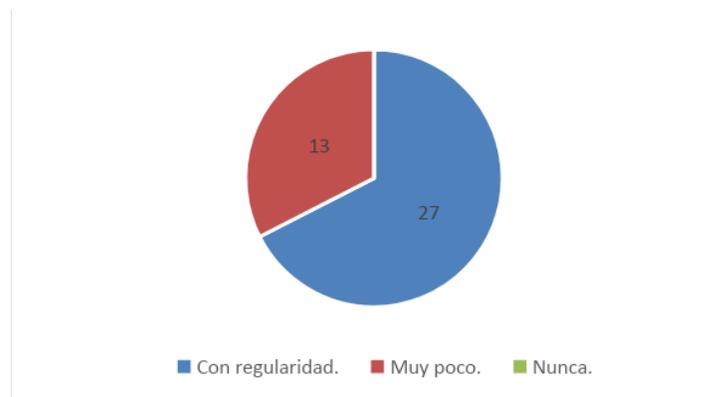
Gráfica 6. Calidad de la información
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo con la gráfica se puede evidenciar que el 87.5% de las personas encuestadas manifiestan que la información disponible en la plataforma digital es eficiente de acuerdo con los requerimientos presentes al momento de consultar, sin embargo, un 12.5% no está conforme con la información brindada a través de la página.

Se debe crear estrategias para mejorar la información proporcionada en las plataformas digitales, las cuales deben estar encaminadas al mejoramiento de la usabilidad, y garantizar calidad en la información proporcionada en las plataformas.

3. ¿Con qué frecuencia ingresa a la página?

Frecuencia de ingreso a la página



Gráfica 7. Frecuencia de ingreso a la página

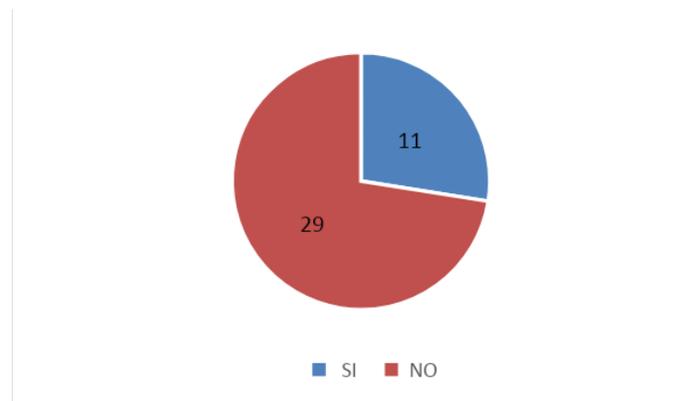
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Con base a lo anterior, se tiene que un 67.5% de los encuestados ingresa con regularidad a la plataforma digital, y en comparativa un 32,5% entra de muy poco a la plataforma, lo que puede representar problemas relacionadas a las accesibilidad, funcionamiento o calidad del servicio a partir de las mismas.

Se debe mejorar el porcentaje de ingreso a las plataformas digitales, la mayor debilidad está relacionada con la accesibilidad, muchos usuarios no cuentan con equipos de tecnología o desconocen la informática para acceder a las plataformas, por ende se debe implementar un área de servicio digital en la IPS que le permitan al usuario ingresar a las plataformas y hacer consulta de información de manera efectiva y eficiente, de esta forma mejorar la calidad del servicio.

4. ¿Ha tenido algún problema a la hora de utilizar el servicio?

Problemas al utilizar el servicio



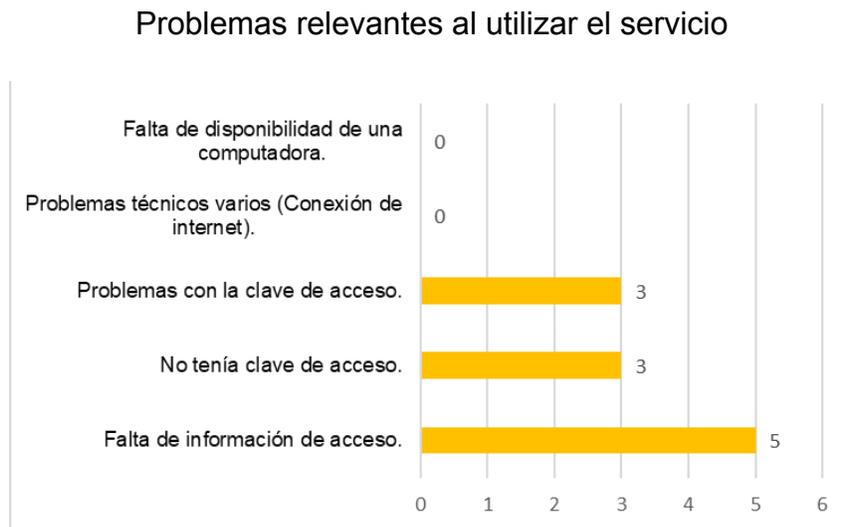
Gráfica 8. Problemas al utilizar el servicio
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Al comprender las respuestas de los encuestados, se tiene que un 72.5% de los mismos no presentan problemas al ingresar a la plataforma, que puede relacionarse con los resultados de la pregunta anterior, y de manera alterna, se tiene un 27.5% que presenta problemas al ingreso, los cuales pueden diferenciarse de acuerdo con diversos factores.

Uno de los problemas principales para el ingreso a las plataformas digitales por parte de los usuarios está relacionado con problemas en el acceso, de predominio dificultad con el ingreso a la plataformas, esto asociado a un desconocimiento para el acceso, se

debe implementar actividades que permitan informar al usuario sobre el acceso a las plataformas, ya sea a través de videos didácticos, folletos o volantes con los instructivos de los pasos a seguir para el acceso.

5. En caso afirmativo, indique cuales han sido los problemas más relevantes:



Gráfica 9. Problemas relevantes al utilizar el servicio

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

En relación con la pregunta anterior, los encuestados manifiestan que los problemas con más recurrencia son:

- Falta de información de acceso
- Falta de las claves de acceso
- Problemas con la clave de acceso

Por consiguiente, al generarse problemas en el ingreso a la plataforma, se produce una insatisfacción en relación con los requerimientos del usuario, así como los resultados esperados por el mismo.

6. ¿La plataforma logra desplegarse fácilmente según la conexión a Internet, que se disponga?

Despliegue funcional de la plataforma



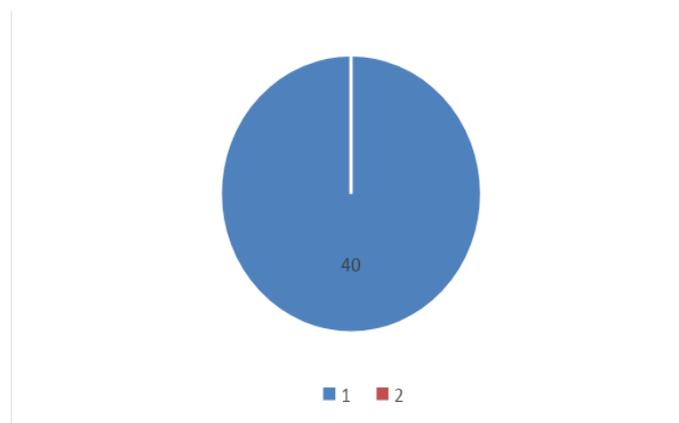
Gráfica 10. Despliegue funcional de la plataforma
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo con el despliegue funcional, el 100% de los encuestados manifiestan que está acorde con los parámetros y requerimientos de los mismos al momento de ingresar a acceder a cualquier servicio.

Se determinó un despliegue funcional de las plataformas digitales por parte de los usuarios que han tenido acceso, lo que indica que ofrece una forma fácil de uso con una buena conectividad al internet.

7. ¿La plataforma me permite el acceso en cualquier momento?

Accesibilidad de la plataforma



Gráfica 11. Accesibilidad de la plataforma

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo al acceso, el 100% de los encuestados manifiestan que está acorde con los parámetros y requerimientos de los mismos al momento de ingresar a acceder a cualquier servicio.

Las plataformas digitales permiten su accesibilidad en cualquier momento, por lo que el usuario puede acceder a ellas desde la comodidad de su casa, y consultar la información que desee.

8. ¿Se cuenta con un menú de ayuda efectivo para resolver los problemas que se presenten en la plataforma digital?

Efectividad del menú de ayuda



Gráfica 12. Efectividad del menú de ayuda
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo al menú de ayuda, el 80% de los encuestados manifiestan que está acorde con los parámetros y requerimientos de los mismos al momento de ingresar a acceder a cualquier servicio , en comparativa del 20% que no está conforme con la ayuda brindada en la plataforma.

Se debe optimizar el uso del menú ayuda, para que el usuario sea capaz de moverse con soltura y facilidad por las distintas páginas del sitio, debe ser didáctico y efectivo, y de esta manera mejorar la respuesta al usuario.

9. ¿Los mensajes que ofrece el sistema (avisos e instrucciones) son claros?

Claridad de los mensajes de la plataforma

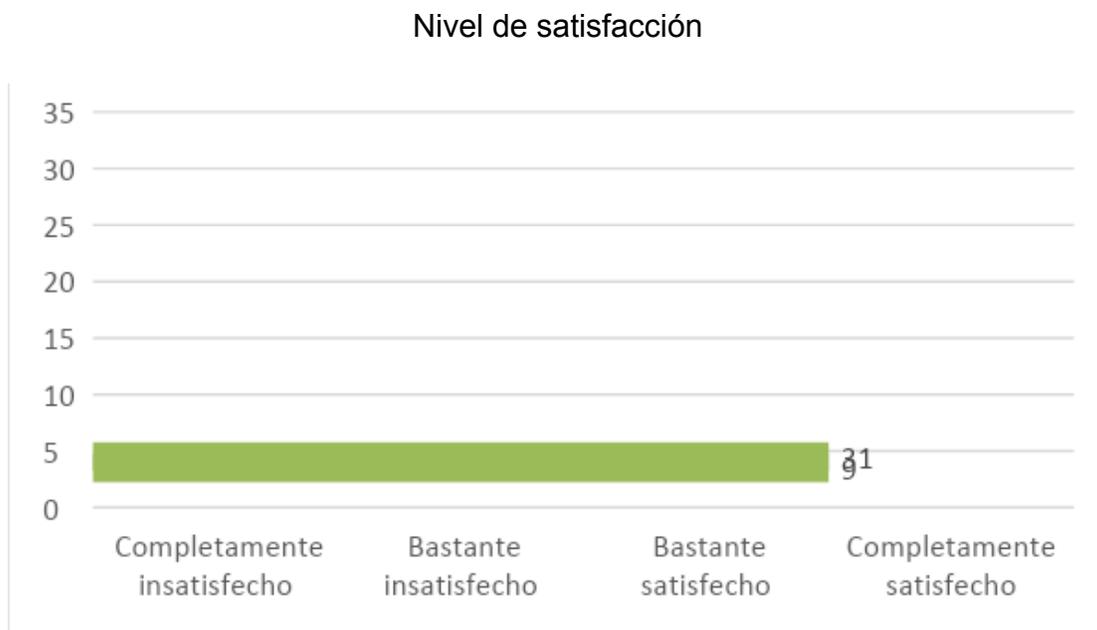


Gráfica 13. Claridad de los mensajes de la plataforma
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo con la claridad de la información, el 100% de los encuestados manifiestan que está acorde con los parámetros y requerimientos de los mismos al momento de ingresar a acceder a cualquier servicio.

La plataforma digital le proporciona al usuario un sistema instructivo de mensajes que facilitan su usabilidad, por lo que hay una respuesta favorable.

10. ¿Qué nivel de satisfacción tiene usted sobre la plataforma digital?

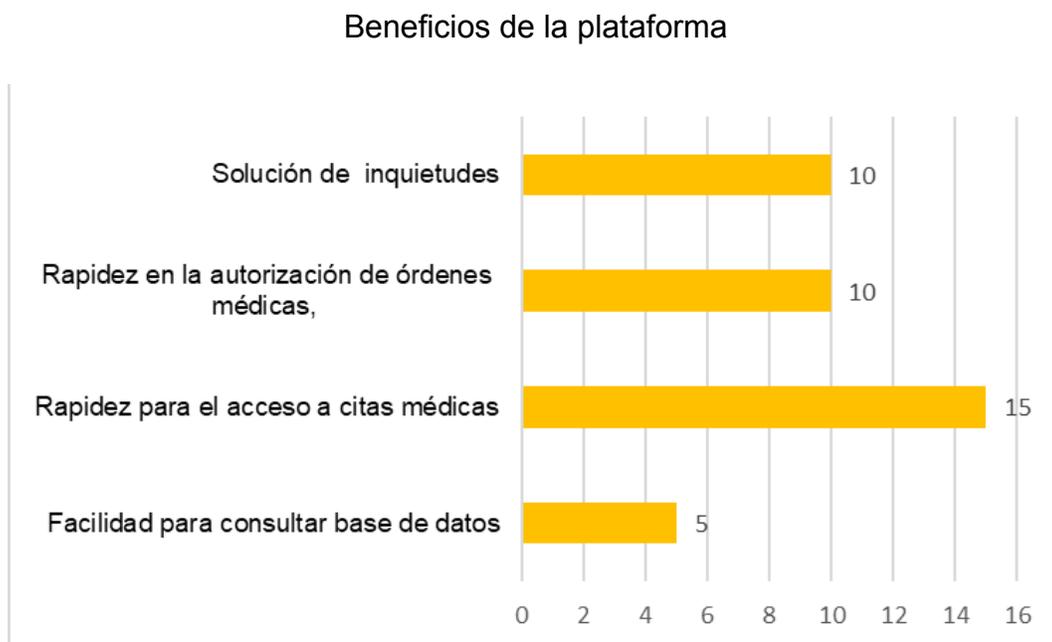


Gráfica 14. Nivel de satisfacción
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Partiendo de lo anterior expuesto, un 77.5% de los encuestados se siente completamente satisfecho con la gestión de las plataformas en la IPS, en consideración con los requerimientos del mismo al ingresar. Y un 22.5% manifiesta que se encuentra bastante satisfecho con la operatividad de los canales digitales.

Los usuarios coincidieron en que la funcionalidad y el diseño de las plataformas digitales tenían alta calidad y facilidad para su uso, generando una respuesta favorable de satisfacción, refiriendo además que la plataforma diseñada respondían a sus necesidades de información.

13. ¿Cuál es el principal beneficio que le encuentra al uso de la plataforma?



Gráfica 15. Beneficios de la plataforma

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

Con base a la gráfica anterior, se puede comprender como principal benéfico refieren a la rapidez en la asignación de citas médicas, seguido de la autorización de las ordenes médicas, así como la solución de inquietudes en referencia a la plataforma y servicios prestados por la institución.

Además de Mejorar el confort del paciente y ahorrar desplazamientos. Evita traslados y facilita la continuidad y el seguimiento de los proceso médicas, a través de la monitorización en línea del proceso de autorizaciones médicas, lo que evita las aglomeraciones en las IPS.

14. ¿Cómo calificaría usted la plataforma digital?



Gráfica 16. Calificación de la plataforma

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

En cuanto a la calificación integral de la plataforma, el 100% la califica de regular, considerando las deficiencias en información, gestión y otros factores incidentes en la percepción de cada usuario adecuado a las necesidades del mismo y en función de lo brindado por el canal digital.

15. ¿Cree usted que la plataforma digital hace más cómoda, eficiente y segura la atención en salud?

Eficiencia en la atención

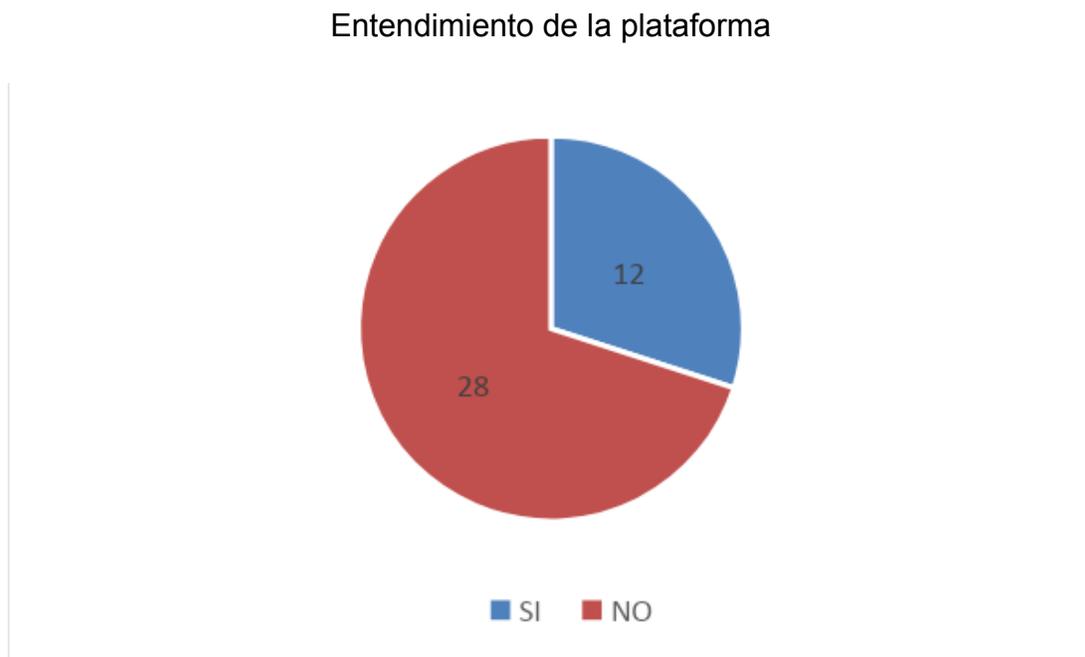


Gráfica 17. Eficiencia en la atención
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo a la eficiencia, el 87.5% de los encuestados manifiestan que es eficiente acorde con los parámetros y requerimientos de los mismos al momento de ingresar a acceder a cualquier servicio.

Ante el uso de las plataformas digitales los usuarios pueden extraer sus propios beneficios, dado que este entorno digital ofrece un rango muy amplio de acceso, y la capacidad de otorgar elementos de acción o toma de decisión a los usuarios.

16. Entiende perfectamente el funcionamiento de la plataforma



Gráfica 18. Entendimiento de la plataforma
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo al entendimiento de funcionamiento, el 70% de los encuestados manifiestan que no está acorde con los parámetros y requerimientos de los mismos al momento de ingresar a acceder a cualquier servicio, lo que les dificulta una gestión oportuna con las funciones de la plataforma.

Se deben estructurar los contenidos de las plataformas digitales para ayudar a los usuarios en el entendimiento de la parametrización para el acceso, esto debe realizarse a través de instructivos didácticos y menú de ayuda que sean de fácil comprensión para el usuario, siendo esta una manera aclaratoria sobre las dudas que presenten.

17. ¿Coinciden que el uso de la plataforma digital mejora la atención al usuario?



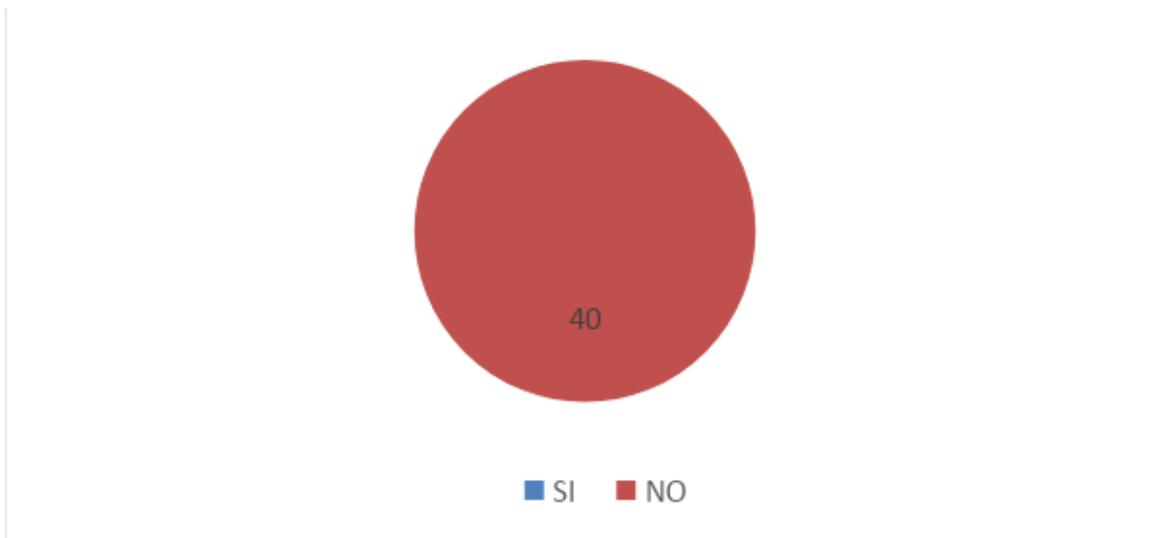
Gráfica 19. Mejora en la atención del usuario
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo al entendimiento de funcionamiento, el 80% de los encuestados manifiestan que estas plataformas mejoran la atención al usuario, que en relación con las preguntas anteriores, permite interrelacionarlas con la rapidez, así como con la información de los servicios.

A través de las plataformas es posible centralizar la información y monitorear los procesos en salud que requiera el usuario, además hace más ágil la comunicación y práctica para solucionar dudas y problemas, generando de esta manera una mejor atención.

18. ¿La plataforma digital es accesible para personas con necesidades especiales?

Accesibilidad para personas con necesidades especiales



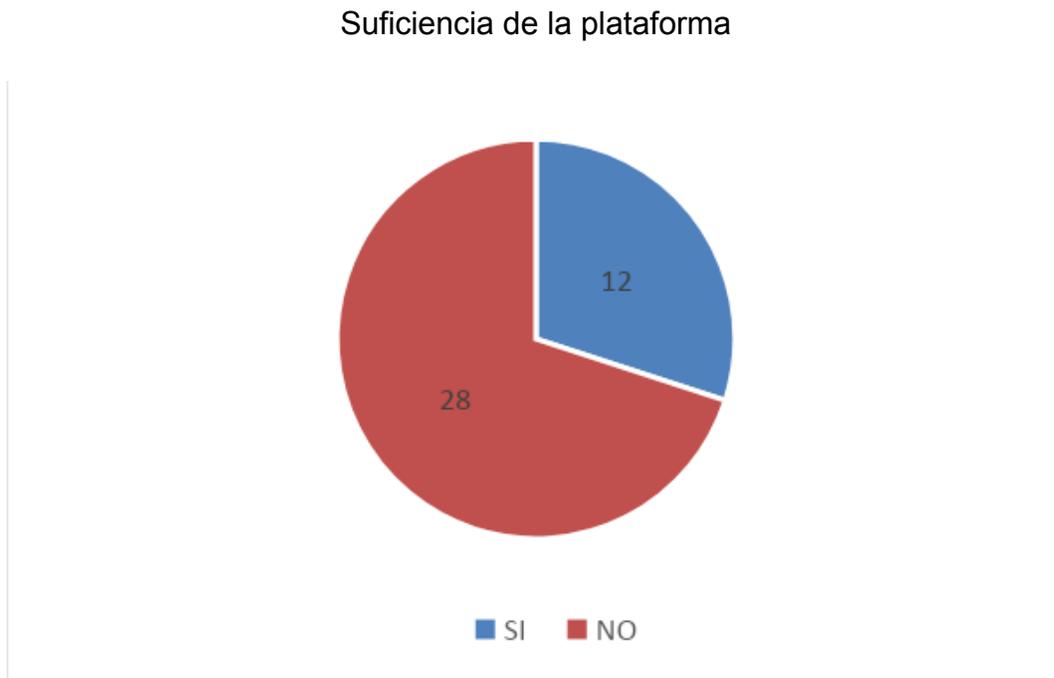
Gráfica 20. Accesibilidad para personas con necesidades especiales

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo a la accesibilidad, el 100% de los encuestados manifiestan que no está acorde con los parámetros y requerimientos de los mismos al momento de ingresar a acceder a cualquier servicio, lo que les dificulta una gestión oportuna con las funciones de la plataforma.

Se deben integrar en las plataformas digitales menú de ayuda para personas con necesidades especiales, las cuales deben estar especialmente diseñadas para ellos, un ejemplo serian los lectores de pantalla o que permiten controlar el acceso y manejo de la plataforma por voz, entre otras opciones. Estas herramientas les facilitarían el acceso a los servicios de salud, y los conectarían a un entorno cada vez más digital en salud.

19. ¿Las funciones de la plataforma digital son suficientes para el requerimiento de la atención al usuario?



Gráfica 21. Suficiencia de la plataforma
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

De acuerdo a la eficiencia, el 70% de los encuestados manifiestan que ofrece soluciones acordes con los parámetros y requerimientos de los mismos al momento de ingresar a acceder a cualquier servicio.

La plataforma digital le permite a los usuarios acceder desde la seguridad de la casa, es un servicio que está disponible las 24 horas del día, además de obtener información en salud disponible de forma gratuita en ella, así como disponer de diferentes servicios médicos sin necesidad de desplazarse a la IPS.

Análisis de la información

De acuerdo con lo anterior, con los resultados obtenidos desde el módulo de Auditoría y Gestión de la calidad, se establecen las siguientes acciones para mejorar la satisfacción de los usuarios:

- Promover el uso de la plataforma digital en los usuarios con el fin de mejorar la eficiencia del servicio médico
- Facilitar a los usuarios información para el acceso a la plataforma, explicándoles como crear una clave de acceso o que hacer en caso de inconvenientes con la misma
- Mejorar el menú de acceso de la plataforma con el fin de dar a los usuarios los parámetros y requerimientos necesarios al momento de ingresar a la plataforma y facilitar el proceso de gestión.
- Contar con instructivos didácticos y menú de ayuda que sean de fácil comprensión para el usuario.
- Mejorar la accesibilidad para personas con necesidades especiales que no cuenten con acompañamiento para acceder a la plataforma.

- Integrar en las plataformas digitales menú de ayuda para personas con necesidades especiales, las cuales deben estar especialmente diseñadas para ellos.
- Establecer un despliegue funcional de las plataformas digitales, para optimizar su rendimiento.
- Contar con aplicación digital- APP, para uso de teléfono móvil y facilitar el acceso a los servicios médicos.

Desarrollo organizacional

Pregunta de investigación

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios de salud total Ips – sede Olaya en el uso de las plataformas digitales de la ciudad de Bogotá- periodo marzo 2022?

Objetivo específico

- Identificar el nivel de satisfacción de los usuarios de Salud total IPS de la ciudad de Bogotá, sede Olaya, por medio de la identificación de elementos clave en la atención lo que contribuirá a plantear acciones para incrementar la satisfacción de sus usuarios.

Instrumento y análisis de la información

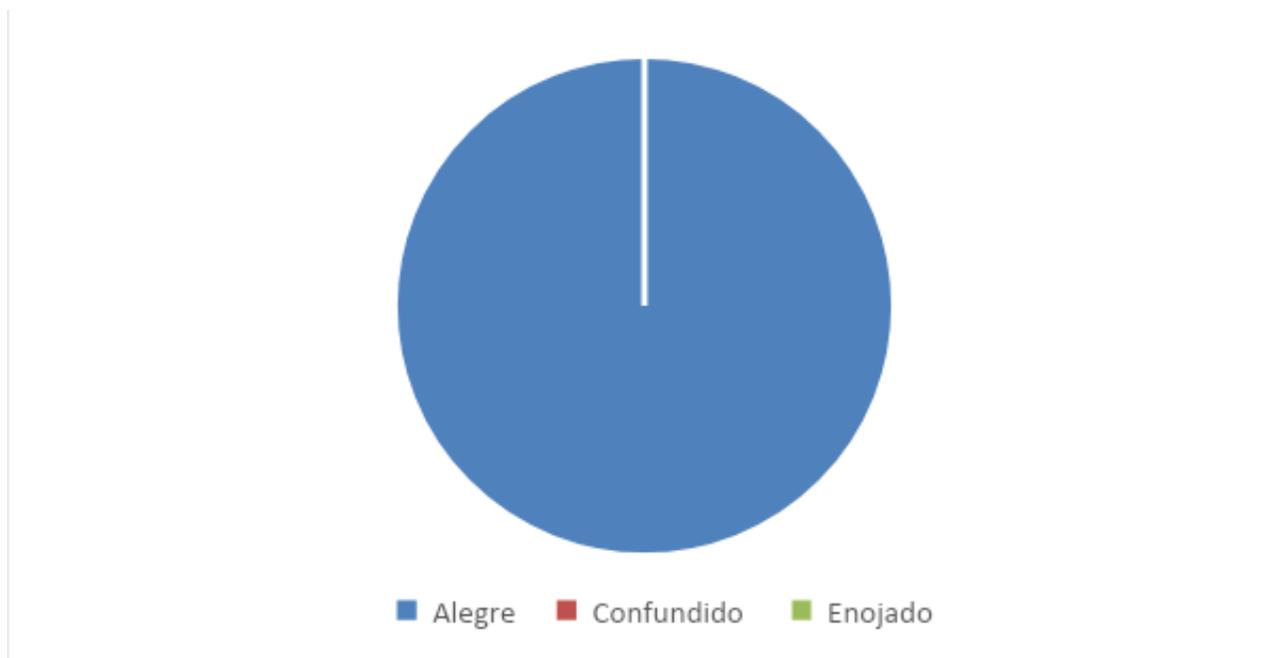
Para la evaluación del anterior objetivo se desarrolló el Journey Map, para este proceso cada uno de los 40 usuarios encuestados describen la fase de manera libre, lo que permitirá que cada uno identifique cada una de las emociones generadas por el

servicio. Este instrumento permite plasmar en un mapa, cada una de las etapas, interacciones, canales y elementos por los que atraviesa el usuario al momento de utilizar el servicio (desde el inicio hasta el final).

Análisis cuantitativo

Los participantes seleccionados para la encuesta fueron 40 usuarios que asistieron a la institución a cualquiera de las siguientes actividades: para proceso de autorización de órdenes médicas, citas programadas, usuarios como acompañantes. Para el proceso de acercamiento y previo a su desarrollo se realizó una inducción a la encuesta, se expusieron los objetivos por los que se está realizando la investigación, y se resaltó que los datos obtenidos cuentan con confidencialidad, esto último con el propósito de que los participantes pudieran dar respuestas con el menor sesgo posible.

Acceso a las plataformas digitales de Salud Total IPS

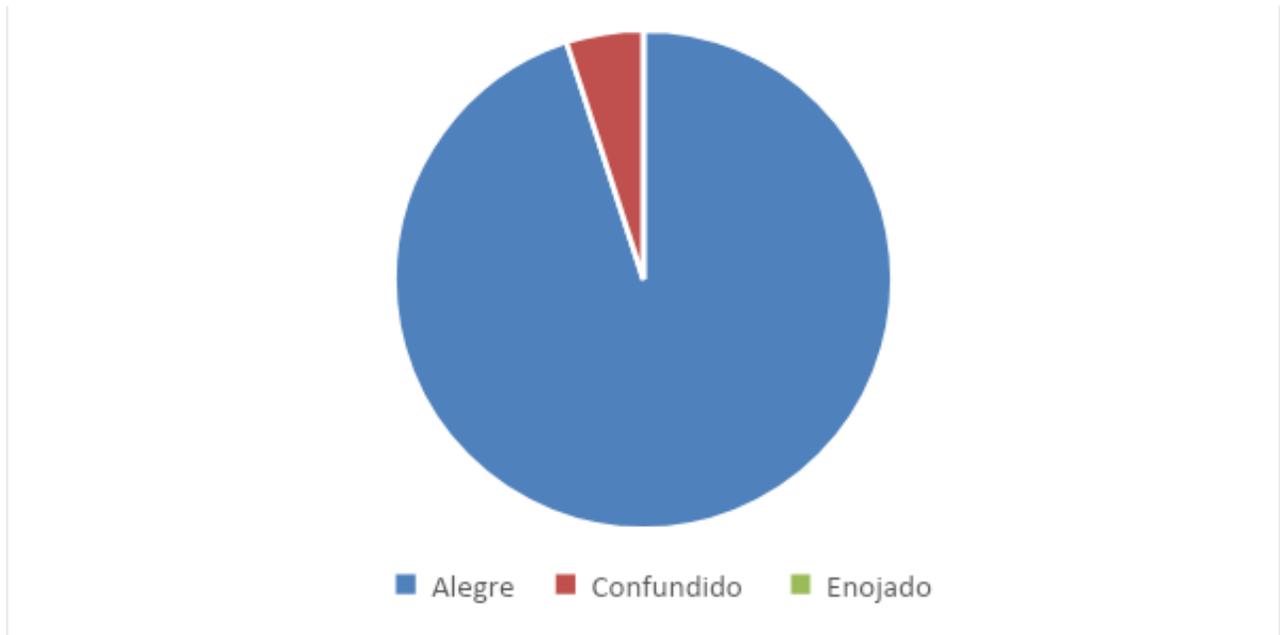


Gráfica 22. Acceso a las plataformas digitales de Salud Total IPS

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

El 100% de los usuarios encuestados están satisfechos con el acceso a las plataformas digitales de Salud Total, opinan que el acceso es fácil y reflejan sentimientos de alegría ante dicha pregunta.

Búsqueda de un servicio al ingresar a la plataforma digital



Gráfica 23. Búsqueda de un servicio al ingresar a la plataforma digital
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

El 95% de los usuarios consideran que la búsqueda de un servicio al ingresar a la plataforma digital es fácil y manifiestan sentimientos de alegría, por otro lado el 5% se sienten confundidos al hacer una búsqueda en la plataforma.

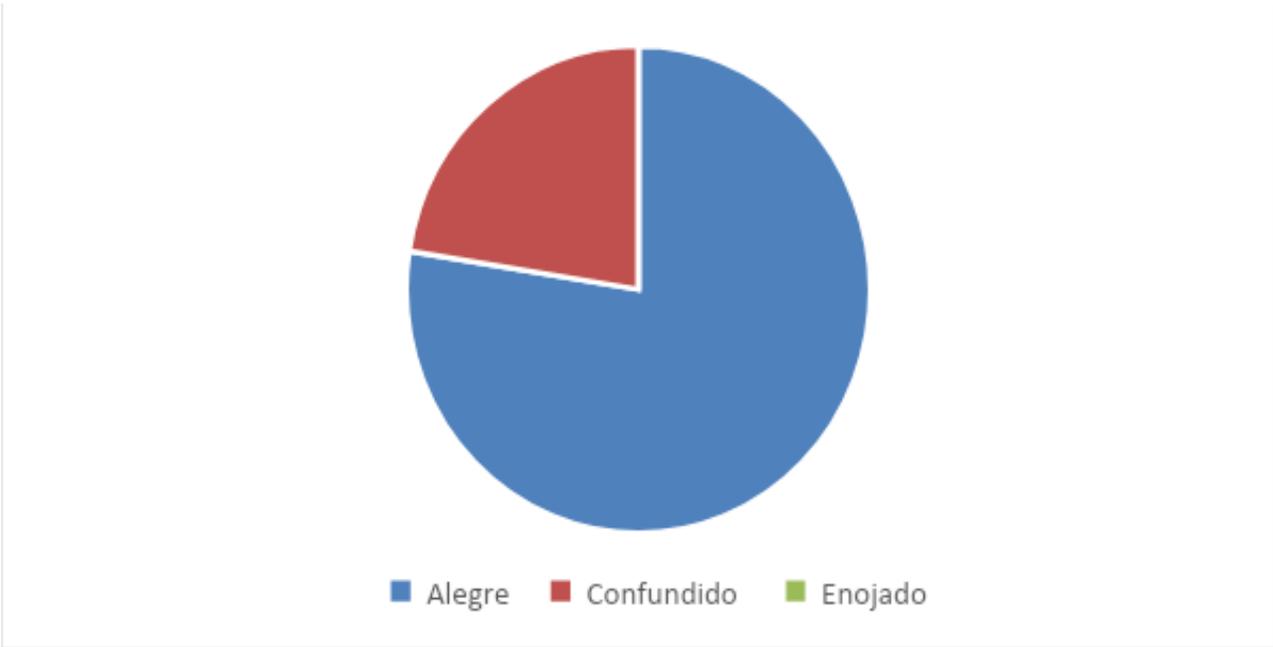
El uso de las plataformas digitales ha facilitado el uso del servicio médico



Gráfica 24. El uso de las plataformas digitales ha facilitado el uso del servicio médico
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

El 52,5% de los encuestados consideran que el uso de las plataformas digitales no ha facilitado el uso del servicio médico en cuanto al proceso de autorización, solicitud de consultas e información general, sintiéndose enojados e insatisfechos. Por otro lado 35% mostraron sentimiento de alegría ante la pregunta anterior y 12.5% mostraron sentimientos de confusión, refiriendo que la plataforma es regular y no facilita del todo el uso de los servicios médicos.

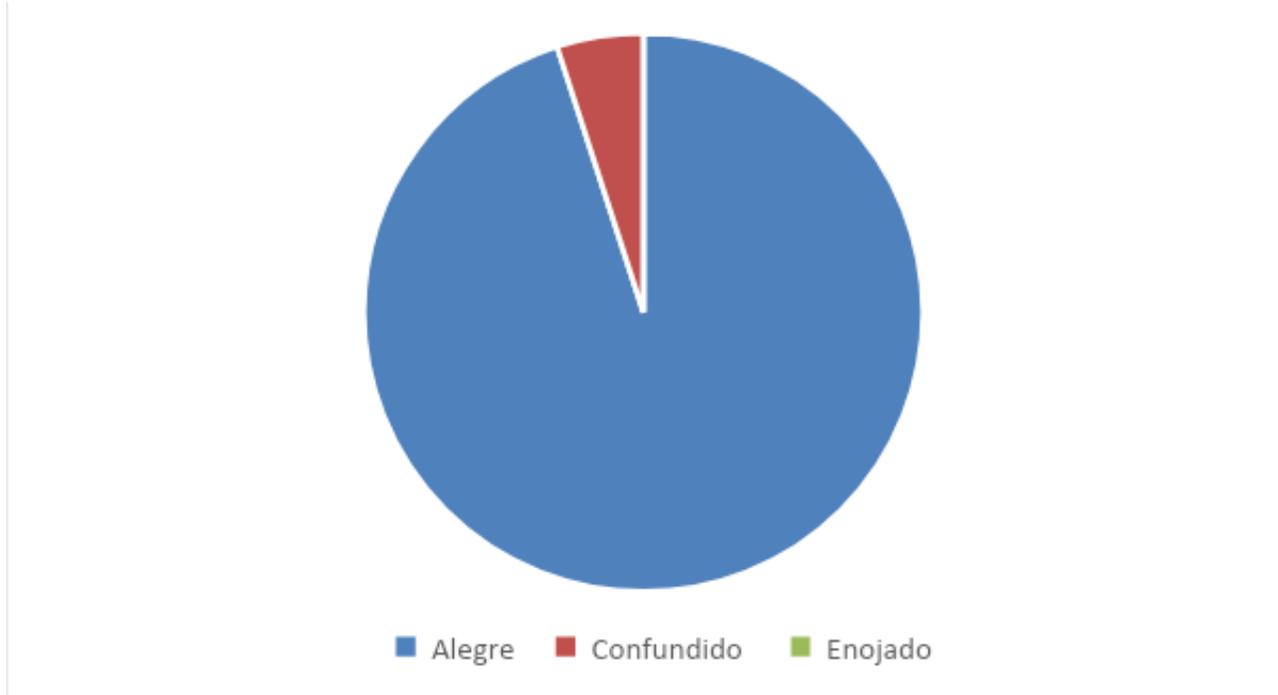
Acompañamiento por parte de la IPS ante inconvenientes en la plataforma



Gráfica 25. Acompañamiento por parte de la IPS ante inconvenientes en la plataforma
Fuente: (Elaboración propia, 2022)

77.5% de los usuarios refirieron que en caso de presentar algún inconveniente con la plataforma digital han recibido acompañamiento por parte de la IPS y 22.5% mostraron sentimientos de confusión, afirmando un acompañamiento regular por parte de la IPS.

Pensamiento sobre la plataforma digital



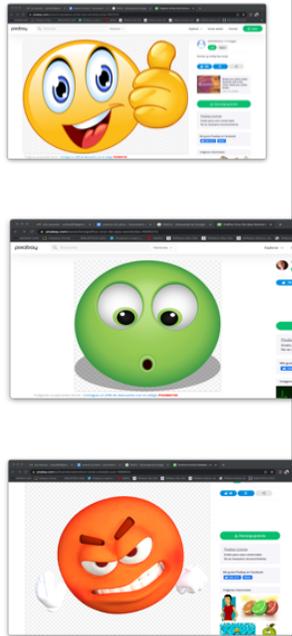
Gráfica 26. Pensamiento sobre la plataforma digital

Fuente: (Elaboración propia, 2022)

La opinión del 95% de los usuarios sobre la plataforma es positiva, reflejando sentimientos de alegría y satisfacción. Por otro lado 5% no se sienten completamente satisfechos con la plataforma digital y refieren sentimientos de confusión.

La siguiente tabla resume la experiencia de los usuarios encuestados, así como la similitud de emociones manifestadas por ellos en todas las fases.

Journey Map

FASES	ACCESO A LAS PLATAFORMAS DIGITALES	BÚSQUEDA DE UN SERVICIO	USO DEL SERVICIO	ACOMPañAMIENTO DE LA IPS
OBJETIVOS	Fácil Acceso	Búsqueda sencilla	Proceso autorizado	Resolver preguntas
ACTIVIDAD	Fácil Acceso	Búsqueda con dificultad.	Proceso solicitado fallido	Visita comercial
PUNTOS DE CONTACTO	Ordenador, equipo móvil.	Ordenador, equipo móvil.	Plataformas digitales	Personal de asesoría
EMOCIÓN				
¿QUÉ PIENSA?	Las plataformas son de fácil acceso	No requiere acompañamiento	Proporcionar datos de manera eficiente	Es la mejor opción

CONCLUSIONES	El link de acceso se encuentra de forma visible en la página de la EPS	En la página principal se encuentra un resumen con los servicios requeridos	En ocasiones la consulta realizada en la plataforma no arroja los resultados esperados	Cualquier inquietud en relación a la plataforma digital es resuelta por un asesor
--------------	--	---	--	---

Tabla 5. Journey Map
Fuente. Elaboración propia, 2022

El Journey Map presentado es una herramienta que permite conocer lo que están pensando y sintiendo los usuarios al utilizar la plataforma digital de la entidad de salud, pasando por todas las fases en el uso de esta. En la tabla anterior se resumen los resultados obtenidos de las entrevistas a 40 usuarios de Salud Total IPS- Sede Olaya; en la primera fase, los usuarios percibieron que acceso a la plataforma digital es fácil y sencillo, debido a que el link de acceso se encuentra de forma visible en la página de la IPS y se necesita solo un ordenador o equipo móvil para utilizar este servicio. Para los usuarios esta fase genera un sentimiento de satisfacción.

Asimismo, la segunda fase de búsqueda de servicios genera un sentimiento de satisfacción a los usuarios gracias a que en la página principal de la IPS se encuentra un resumen con los servicios requeridos, logrando una búsqueda sin mayor dificultad y que las personas excepto aquellas con una condición especial no requieran acompañamiento a la hora de utilizar este servicio.

Por otro lado, en la fase de uso del servicio los sentimientos reflejados por los usuarios no fueron satisfactorios si no que por el contrario reflejaron cierta negativa por parte de los usuarios debido a que en ocasiones la consulta realizada en la plataforma no arroja los resultados esperados, siendo una búsqueda ineficiente con resultados fallidos y

alargando el proceso para los usuarios que tendrán que repetir la búsqueda mas de una vez para obtener la información esperada.

Por último, el acompañamiento de la IPS en el uso de la plataforma digital fue evaluado como satisfactorio por parte de los usuarios, debido a que el personal de asesoría se encarga de resolver cualquier inquietud en relación a la plataforma digital, convirtiendo a la plataforma en una excelente opción de servicios digitales de salud.

El estudio de la satisfacción de los usuarios de Salud Total IPS- Sede Olaya en el uso de la plataforma digital permite conocer más la percepción de estos frente al uso de los servicios, expresando libremente sus emociones y hallando falencias en el sistema como la eficiencia en la búsqueda. En un panorama general la plataforma digital es una herramienta que cumple con los objetivos y mejora el servicio para los usuarios, no solo para los de esta IPS también para los demás usuarios de la IPS.

Producir buenos sentimientos en los usuarios a su vez genera un logro para la entidad, ya que de estas personas depende gran parte de la rentabilidad de la empresa; los usuarios pueden recomendar esta EPS a otras personas que no cuenten con este servicio o que estén insatisfechas con su servicio actual y puedan cambiarse a esta entidad.

De igual manera, la eficiencia de la plataforma digital ayuda a agilizar procesos administrativos de la entidad, con lo cual los trabajadores pueden enfocarse en otros procesos y brindar un servicio más productivo.

Análisis de la información

De acuerdo con lo anterior, con los resultados obtenidos desde el módulo de Desarrollo Organizacional, se establecen las siguientes acciones para mejorar la satisfacción de Salud Total IPS-Sede Olaya:

- Facilitar la búsqueda de información a los usuarios mediante un menú más sencillo que les permita mayor efectividad al ingresar a la plataforma
- Acompañar a los usuarios que tienen dificultades en el uso de la plataforma, explicándoles el funcionamiento de esta y como hacer sus solicitudes de manera más efectiva.
- Ampliar la conectividad y adaptación a la telefonía móvil para generar un modelo en el que el usuario se consolide aún más en el uso de las plataformas digitales.
- Emplear sistemas con una operativa de evaluación y reputación eficientes y transparentes para establecer estrategias de mejoramiento.
- Impulsar al empoderamiento de los usuarios en el uso de las plataformas digitales, cuanto mayor sea la capacidad de interacción y configuración de su experiencia en esta, mayor éxito y desarrollo tendrán.
- Compartir por parte de las plataformas digitales la facilitación de recursos e información para la generación de confianza y un mayor uso por parte de los usuarios.
- Emplear las redes sociales para compartir información sobre las plataformas digitales y los beneficios que obtiene su uso, llegando incluso a viralizarse información sobre la plataforma.

- Monitorizar el rendimiento de las plataformas digitales constantemente para mantenerlo en niveles aceptables.
- Mantener información actualizada en las plataformas, lo que facilitará y proporcionará una atención más próxima y unificada.
- Usar diseños responsivo para no perder la visibilidad.

Conclusiones

-La planeación estratégica permite identificar las falencias de la organización y refleja el camino a seguir para el continuo mejoramiento de la empresa. La base inicial para la aplicación de las matrices seleccionadas en la presente investigación (FODA, MEFI y MEFE) resultó ser de la elaboración de un diagnóstico estratégico, se realizó un análisis que permitió conocer la situación competitiva interna y externa de la empresa y a su vez la forma de mejorarla. Estas herramientas son de gran importancia ya que puede adaptarse y aplicase no solo a empresas del sector salud si no de otros tipos y tamaños, y a través de ellas permitir la formulación de estratégica exitosas para la IPS salud total.

-De acuerdo con el análisis MEFE el desarrollo de estrategias tiene un panorama externo favorable, al comparar las oportunidades frente a las amenazas. Este tipo de estudio fomentan la competitividad y el mejoramiento de las empresas obteniendo soluciones o estrategias de mejoramiento.

-En contraparte el análisis MEFI no obtuvo resultados positivos, se tiene un ambiente interno débil, por lo cual las estrategias deben estar dirigidas a fortalecer aspectos como: integración de las unidades de trabajo en atención al cliente y las tics, sistematización de los procesos, emplear profesionales especializados en las tics y obtención de sistemas adecuados a las necesidades administrativos. El fortalecimiento de estos aspectos permite a su vez optimización de los procesos y aumento en la productividad.

-La competitividad de Salud Total en gestión de las Tics es baja en comparación con otras entidades que cuentan con mejor capacidad instalada y personal especializado, por tal motivo se debe trabajar este punto para generar mayor competitividad en un escenario de transformación tecnológica y automatización de procesos.

-Con el fin de mantener su posicionamiento y permanencia en el mercado Salud Total EPS debe encaminar sus esfuerzos en el uso de las Tics atendiendo los puntos débiles del análisis MEFI. Por otro lado, gracias al acelerado proceso de desarrollo tecnológico, las entidades que cuenten con las mejores plataformas digitales son las que prevalecerán en el mercado futuro.

-Es de vital importancia tener en cuenta la percepción de los usuarios de la entidad de los servicios ofrecidos, con el fin de establecer estrategias de mejoramiento. Esto hace parte de la planificación estratégica que ayuda a definir el futuro de la organización y a alcanzar los objetivos estratégicos.

-La gestión de Tics de Salud Total requiere de una estrategia de mejoramiento para lograr mayor competitividad en el mercado, mediante la integración de personal especializado y el uso de sistemas integrados y eficientes que satisfagan las necesidades de los usuarios.

-

-El análisis de auditoría y calidad en salud evidenció falencias en la plataforma de Salud Total como: inconvenientes en el acceso a la plataforma por falta de información, falta de las claves de acceso o problemas con la clave de acceso. Asimismo, el entendimiento de las funciones de la plataforma no es muy claro para los usuarios. El

70% de los encuestados manifestaron que no está acorde con sus requerimientos y necesidades.

-La accesibilidad de la plataforma para personas con necesidades especiales es deficiente y se debe trabajar en acciones que permitan que estos usuarios hagan uso de la plataforma sin necesidad de que lo haga un tercero por ellos, ya que muchas veces estas personas no cuentan con acompañamiento.

-La calificación global de la plataforma es regular según el análisis cuantitativo, considerando las deficiencias en información, gestión y los factores anteriormente mencionados. Por tal motivo, se deben implementar estrategias que permitan mejorar la satisfacción de los usuarios y además mejorar la efectividad de la plataforma.

-El Journey Map evidenció un buen nivel de satisfacción de los usuarios en el uso de la plataforma digital; generar sentimientos positivos en los usuarios permite el crecimiento de la entidad y logra que piensen en esta plataforma como un excelente servicio.

-Al comparar el análisis cuantitativo y el Journey map se observa una diferencia en la calificación o percepción general de la plataforma, obteniendo un resultado más bajo en el análisis cuantitativo. En conclusión, los usuarios perciben que el servicio es bueno que puede estar conectado con los sentimientos positivos que ha generado el utilizar el servicio, sin embargo la calificación que le dan a la plataforma es regular.

-El acompañamiento por parte de personal especializado en el uso de las TICs hacia los trabajadores de la organización y a los usuarios es muy importante para lograr mayor efectividad en el uso de la plataforma.

Recomendaciones

-Se recomienda hacer un análisis estratégico de las áreas evaluadas con el fin de plantear soluciones de mejoramiento que fortalezcan el desarrollo empresarial encaminado al ser más competitivos en el mercado.

-Se recomienda estar en constante medición de los resultados de los objetivos estratégicos con el fin de controlar la evolución de la empresa.

-Mejorar el desarrollo organizacional de la empresa trabajando en los puntos anteriormente mencionados, teniendo en cuenta los trabajadores de todas las áreas en pro de lograr efectividad y optimización de procesos.

-Medir periódicamente la competitividad de la empresa en cuanto a gestión de las Tics, para así observar la evolución de esta en el transcurso del tiempo.

-Se recomienda trabajar en las falencias de la plataforma digital con el fin de ofrecer un servicio de mayor calidad y mas eficiente para los usuarios de la IPS.

-Desde otro punto de vista, se recomienda evaluar la plataforma digital desde la percepción de los trabajadores de la institución con el fin de ampliar los resultados obtenidos y proponer estrategias que establezcan mejoras para ambas partes implicadas en el uso de la plataforma.

-Ante la presencia de un mercado globalizado, las empresas deben capacitar a sus empleados en el uso de las Tics para optimizar los procesos y a su vez deben brindar ayuda a los clientes en el manejo de estas.

- Aunque el personal de asesoramiento se encarga de resolver las inquietudes que los usuarios tengan de la plataforma; los usuarios deberían ser capacitados en el uso de la plataforma para obtener mayor efectividad en sus búsquedas y a la vez resolver los problemas con la clave de acceso.

Bibliografía/Webgrafía

Bravo Rojas, Leonidas Manuel, & Valenzuela Muñoz, Alberto, & Ramos Vera, Patricia María, & Tejada Arana, Arístides Alfonso (2019). Perspectiva teórica del diagnóstico organizacional. Revista Venezolana de Gerencia, 24 (88), 1316-1328. [Fecha de Consulta 30 de Mayo de 2021]. ISSN: 1315-9984. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051021>

Chung Pinzás, Alfonso Prospectiva estratégica: más allá del plan estratégico Industrial Data, vol. 12, núm. 2, julio-diciembre, 2009, pp. 27-31 Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima, Perú

Espinosa-Moré, Sergio La evaluación integral de empresas Ingeniería Industrial, vol. XXXIV, núm. 3, septiembre-diciembre, 2013, pp. 340-352 Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría La Habana, Cuba

Garcés Cano, Jorge Enrique; Duque Oliva, Edison Jair Revisión del concepto de grupo estratégico y propuesta de definición para aplicaciones en el ámbito colombiano INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 17, núm. 30, julio-diciembre, 2007, pp. 99-111 Universidad Nacional de Colombia Bogotá, Colombia

García et al. (2017) Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. Vol. 38 (Nº 52) Año 2017. Pág. 16. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p16.pdf>

Guerras-Martín, Luis & López, José. (2015). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones, 5ª edición.

Informe de gestión 2016. (2017). Recuperado de <https://saludtotal.com.co/informe-de-gestion/>

Informe de gestión 2017. (2018). Recuperado de <https://saludtotal.com.co/informe-de-gestion/>

Informe de gestión 2018. (2019). Recuperado de <https://saludtotal.com.co/informe-de-gestion/>

Informe de gestión 2019. (2020). Recuperado de <https://saludtotal.com.co/informe-de-gestion/>

Informe de gestión 2021. (2022). Recuperado de <https://saludtotal.com.co/informe-de-gestion/>

López Salazar, Alejandra La planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa: una revisión bibliográfica EconoQuantum, vol. 2, núm. 1, 2005, pp. 141-164 Universidad de Guadalajara Zapopan, Jalisco, México

Mora-Riapira, Edwin H.; Vera-Colina, Mary A.; Melgarejo-Molina, Zuray A. Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá Estudios Gerenciales, vol. 31, núm. 134, enero-marzo, 2015, pp. 79-87 Universidad ICESI Cali, Colombia

Paturel, Robert Por una nueva metodología de análisis del entorno de las organizaciones INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 16, núm. 28, julio-diciembre, 2006, pp. 33-42 Universidad Nacional de Colombia Bogotá, Colombia

Planes complementarios. Recuperado de <https://saludtotal.com.co/home-planes-complementarios/>

Porter M. (1998) Ventaja Competitiva. CECSA. REI Argentina. Recuperado de: [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Porter,%20M.%20\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf)

Porter M. (2008) Ser competitivo Publicado por Harvard Business School Publishing Corporation, Recuperado de: https://pladlibroscl0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf

Puerto D. (2010) La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. Revista científica Pensamiento y Gestión, No 28. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1025/4971>

Revuelto L. y Fernández R. (2009) La Utilidad del Análisis de Grupos Estratégicos Competitividad Para la Identificación de Opciones Estratégicas de Éxito. Vol.3, Ed.3, 2009 TEC Empresarial. Recuperado de: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxwbGFuc3RyYXRIZ2lj3xneDoyNzg0NWNIMzQ5M2M5MjM5Mjkx>

Rojas Berrío, Sandra Patricia; Montoya Restrepo, Luz Alexandra; Garcés Cano, Jorge Enrique Identificación de grupos estratégicos en el subsector asegurador colombiano Cuadernos de Administración, vol. 23, núm. 40, enero-junio, 2010, pp. 137-162 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia

Scott, A. (2013). Planificación estratégica. Edinbrough: Edinbrough Business School. Recuperado de: <https://ebs.online.hw.ac.uk/documents/course-tasters/spanish/pdf/sp-bk-taster.pdf>

Zapata Rotundo, Gerardo J.; Mirabal, Alberto; Canet Giner, María Teresa EL ENTORNO DE LA ORGANIZACIÓN: UN ESTUDIO DE SUS TIPOLOGÍAS Y SU VINCULACIÓN CON LA PERCEPCIÓN DIRECTIVA Y EL DISEÑO ORGANIZATIVO Ciencia y Sociedad, vol. 40, núm. 4, 2015, pp. 785-822 Instituto Tecnológico de Santo Domingo Santo Domingo, República Dominicana

Freddy Velandia Salazar* Nelson Ardón Centeno** María Inés Jara Navarro. Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. Rev. Gerenc. Polit. Salud vol.6 no.13 Bogotá July/Dec. 2007. [Revista Gerencia y Políticas de Salud. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-70272007000200008](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-70272007000200008)

José Joaquín Mira¹, Julian Vitaller², Jesús Aranaz³, Juan Francisco Herrero⁴ y José Antonio Buil⁵. LA SATISFACCION DEL PACIENTE: Concepto y aspectos metodológicos. Revista de Psicología de la Salud, 4(1), 1992 Journal of Health Psychology, 4(1), 1992. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/97139/1/RevPsicolSalud_4_1_06.pdf

Consideraciones legales

Bogotá D.C., 03 - Marzo de 2022

Señores
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EN CIENCIAS DE LA SALUD - FUCS
Facultad de Ciencias Sociales, Administrativas y Económicas
Ciudad

Cordial saludo,

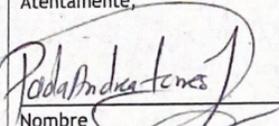
Yo, Paola Andrea Torres Jara, identificado con CC 82308202 de Bogotá DC, en mi calidad de Jefe Inmediato cargo Coordinación Médica de la empresa Salud Total IPS, manifiesto que Juliana Carrero Guzmán, identificado con cédula de ciudadanía No. 1032934097 de Santa Clara, estudiante del programa de Gerencia de la Salud, de la Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud - FUCS, ha informado a esta institución su intención de adelantar el proyecto académico denominado "Satisfacción de los usuarios de Salud Total IPS - Sede Olivos", cuyo desarrollo requiere el acceso y uso de información administrativa, comercial y financiera relativa a la empresa, que puede tener carácter confidencial.

Dado lo anterior, se autoriza al estudiante a utilizar la información confidencial que la empresa entregue para el desarrollo del proyecto, siempre y cuando el estudiante, a través de la firma del presente documento se obligue a:

- (1) Mantener en carácter confidencial y privado la información revelada por la empresa en virtud o con ocasión del desarrollo del proyecto.
- (2) Usar con fines estrictamente académicos toda información, sea o no confidencial, entregada por la empresa para el desarrollo de su proyecto y/o de la cual tenga conocimiento en virtud o con ocasión del proyecto.
- (3) No utilizar la información confidencial con fines comerciales, así como tampoco ninguno de los productos (documentos, metodología, procesos y demás) que se deriven de la información entregada por la empresa.
- (4) No revelar, divulgar, exhibir, mostrar, comunicar, reproducir, utilizar y/o emplear la información confidencial, con ninguna persona natural o jurídica, ni en su favor ni en favor de terceros.
- (5) Proteger la información confidencial para evitar su divulgación no autorizada
- (6) No proporcionar a terceras personas, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna de las actividades y/o procesos de cualquier clase que fuesen observadas en la empresa (área, institución, sector) durante la duración del proyecto.

Teniendo en cuenta el alcance del proyecto, manifiesto conocer que la información y resultados que se obtengan del proyecto podrían llegar a convertirse en artículos, estudios de caso o cualquier otro documento que como herramienta didáctica apoyará la formación de los estudiantes de la Institución y el campo de conocimiento de su disciplina, siendo posible que dichos resultados puedan ser publicados y socializados ante la comunidad académica.

En caso de que alguna(s) de las condiciones anteriores sea(n) infringida(s), la empresa podrá ejercer las acciones judiciales (civiles y penales) que considere pertinentes, para obtener el resarcimiento de los daños y perjuicios que pudieren derivar de la conducta del estudiante.

Atentamente,  Nombre C.C. <u>82308202</u>	Acepto, <u>Juliana Carrero F.</u> Nombre Estudiante C.C. <u>1032934097</u>
---	---