

**AUDITORÍA DEL SERVICIO PARA LA FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA
VEJARANO**



MARITZA XIMENA SÁNCHEZ VIDAL

**TRABAJO DE PASANTIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADORA
DE EMPRESAS**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2011**

**AUDITORÍA DEL SERVICIO PARA LA FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA
VEJARANO**



MARITZA XIMENA SÁNCHEZ VIDAL

MG. DIEGO CÁCERES BARAJAS
Asesor Académico

Dra. POLICARPA MONTERO
Asesora Empresarial

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2011

AGRADECIMIENTOS

***Al Profesor Diego Cáceres Barajas MG.,
quién guió con sus conocimientos el correcto desarrollo de este trabajo.***

***A la Doctora Policarpa Montero, por su inmensa disposición
y colaboración en la ejecución del mismo.***

DEDICATORIA

*A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial.
A mis Padres, a quienes les debo todo en la vida, por apoyarme en todo momento,
por su inmenso amor, comprensión y por creer en mí. Dios los bendiga.
A mi hermanita, por su apoyo incondicional y por su amistad.
A mis amigos, los llevo siempre en mi corazón.*

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	13
1.1. RESEÑA HISTÓRICA	13
1.2. NOMBRE Y LOGO	14
1.3. FILOSOFÍA DE LA FUNDACIÓN.....	14
1.4. INFRAESTRUCTURA	15
1.5. PORTAFOLIO DE SERVICIOS	15
1.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	17
CAPÍTULO II. AUDITORÍA DEL SERVICIO.....	20
2.1. CONCEPTO	20
2.2. CICLO DEL SERVICIO.....	21
2.2.1. Concepto.....	21
2.2.2. MAPA DE PROCESOS	22
2.2.3. CICLOS DEL SERVICIO DE LA FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO	26
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	44
3.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	44
3.2. OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA DEL SERVICIO	44
3.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	44
3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	44
3.3. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN	44
3.4. ÍNDICES ORIENTADOS AL CLIENTE EXTERNO	45
3.4.1. ÍNDICES GENERALES	45
3.4.2. ÍNDICES ESPECÍFICOS	45
3.5. ÍNDICE DE COMPETENCIA	47
3.6. TIPO DE INVESTIGACIÓN	48
3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA	48
3.7.1. CLIENTE EXTERNO	48
3.7.2. CLIENTE INSTITUCIONAL	50
3.8. DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	51

3.9.	TRABAJO DE CAMPO	52
3.10.	PROCESAMIENTO DE DATOS.....	53
CAPÍTULO IV. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN		57
4.1.	Índices Orientados al Cliente Externo	57
4.1.1.	Análisis Cuantitativo	57
4.1.2.	Análisis Cualitativo	61
4.1.3.	Índices Orientados a la Competencia	64
4.2.	Índices Orientados al Cliente Institucional	66
4.2.1.	Análisis Cuantitativo	66
4.2.2.	Análisis Cualitativo	70
4.2.3.	Índices Orientados a la Competencia	78
CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....		80
5.1.	RESULTADOS OBTENIDOS.....	80
5.1.1.	Cliente Externo	80
5.1.2.	Cliente Institucional.....	81
5.2.	Concepto de satisfacción del Cliente Externo y del Cliente Institucional acerca de los servicios prestados por la FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO.	82
5.2.1.	Resultados del Índice Real	82
5.2.2.	Resultados del Índice Perceptivo.....	82
5.2.3.	Resultados de los Índices Específicos	83
5.2.4.	Resultados del Índice relacionado con la Competencia	84
CAPITULO VI. LIBRETA DE CALIFICACIONES		86
6.1.	OBJETIVO.....	86
6.2.	DESCRIPCIÓN.....	86
6.3.	PRESENTACIÓN DE LA LIBRETA DE CALIFICACIONES	88
6.3.1.	Cliente Externo	88
6.3.2.	Cliente Institucional.....	89
CAPÍTULO VII. PLAN DE MEJORAMIENTO		90
8.	CONCLUSIONES.....	97
9.	RECOMENDACIONES.....	99
BIBLIOGRAFÍA.....		101

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. LOGO: FUNDACION OFTALMOLOGICA VEJARANO	14
Figura 2. Estructura Organizacional.....	17
Figura 3. Mapa de Procesos.....	22
Figura 4. Diagrama de Flujo: Solicitud y Asignación de Citas Telefónicas	27
Figura 5. Diagrama de Flujo: Solicitud y Asignación de Citas Personalizadas.	29
Figura 6. Diagrama de Flujo: Atención a Usuarios para Citas Médicas.....	32
Figura 7. Diagrama de Flujo: Programación de Cirugía	34
Figura 8. Diagrama de flujo: Ingreso a Salas de Cirugía	36
Figura 9. Diagrama de flujo: Egreso de Salas de Cirugía.....	38
Figura 10. Diagrama de Flujo: Programación de Valoración Pre-anestésica.....	40
Figura 11. Diagrama de Flujo: Imágenes Diagnósticas	43
Figura 12. Opiniones del Cliente Externo acerca del servicio.....	62
Figura 13. Sugerencias del Cliente Externo para que el servicio sea ideal	63
Figura 14. Principales competidores de la Fundación Oftalmológica Vejarano, según el Cliente Externo.	64
Figura 15. Opiniones del Cliente Institucional acerca de su nivel de satisfacción con el servicio prestado por la F.O.V.....	70
Figura 16. Visita a las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano por parte de los Clientes Institucionales.....	71
Figura 17. Razones por las cuales los Usuarios Institucionales conocen las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano.....	72
Figura 18. Opinión de los Clientes Institucionales acerca de la competitividad de las tarifas.....	73
Figura 19. Justificaciones dadas por los Usuarios Institucionales acerca de la competitividad de las tarifas.....	74
Figura 20. Reclamos recibidos por los Usuarios Institucionales.....	75
Figura 21. Reclamos atendidos por los Usuarios Institucionales.....	76
Figura 22. Opiniones del Cliente Institucional para que el servicio sea ideal.....	77
Figura 23. Principales competidores de la Fundación Oftalmológica Vejarano, según el Cliente Institucional.....	78

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Portafolio de Servicios. Fundación Oftalmológica Vejarano.....	16
Tabla 2. Descripción de Actividades.....	26
Tabla 3. Descripción de Actividades.....	28
Tabla 4. Descripción de Actividades.....	30
Tabla 5. Descripción de Actividades.....	33
Tabla 6. Descripción de Actividades.....	35
Tabla 7. Descripción de Actividades.....	37
Tabla 8. Descripción de Actividades.....	39
Tabla 9. Descripción de Actividades.....	41
Tabla 10. Nº de usuarios que acudieron a consulta.	49
Tabla 11. Clasificación de las preguntas Cliente Externo	53
Tabla 12. Clasificación de las preguntas Cliente Institucional	54
Tabla 13. Porcentaje de Satisfacción	55
Tabla 14. Matriz de Niveles de Satisfacción	56
Tabla 15. Matriz de Niveles de Competencia	56
Tabla 16. Índice Real	57
Tabla 17. Índice Perceptivo	58
Tabla 18. Índice Relacionado con la Imagen Corporativa	58
Tabla 19. Índice relacionado con los Productos.....	59
Tabla 20. Índice relacionado con la Infraestructura	59
Tabla 21. Índice relacionado con el Recurso Humano	60
Tabla 22. Índice relacionado con los Procesos Internos	61
Tabla 23. Índice de Competencia	65
Tabla 24. Índice Real	66
Tabla 25. Índice Perceptivo	67
Tabla 26. Índice relacionado con la Imagen Corporativa	67
Tabla 27. Índice relacionado con el Recurso Humano	68
Tabla 28. Índice relacionado con la Infraestructura	68
Tabla 29. Índice relacionado con los Productos.....	69
Tabla 30. Índice relacionado con los Procesos Internos	69
Tabla 31. Índice de Competencia	79
Tabla 32. Presentación de resultados Cliente Externo.....	80
Tabla 33. Presentación de resultados Cliente Institucional.....	81
Tabla 34. Libreta de Calificaciones Cliente Externo	88
Tabla 35. Libreta de Calificaciones Cliente Institucional	89
Tabla 36. Plan de Mejoramiento Cliente Externo.....	91
Tabla 37. Plan de Mejoramiento Cliente Externo.....	92
Tabla 38. Plan de Mejoramiento Cliente Institucional.....	94

Tabla 39. Plan de Mejoramiento Cliente Institucional..... 95

Tabla 40. Plan de Mejoramiento Cliente Institucional..... 96

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA AL CLIENTE EXTERNO DE LA FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO	103
ANEXO B. ENCUESTA AL CLIENTE INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO	107
ANEXO C. Tabulación Encuesta Cliente Externo	111
ANEXO D. Tabulación Encuesta Cliente Institucional	122

INTRODUCCIÓN

Gracias a los continuos avances de la tecnología, se ha logrado un acceso rápido a los servicios lo cual ha contribuido a satisfacer las necesidades de las personas agilizando procedimientos que antes tomaban demasiado tiempo, gran parte de los recursos son destinados al mejoramiento del servicio debido a que las organizaciones han tomado conciencia de que el activo más importante es el usuario. A través del sistema de información se incorpora al usuario para la toma de decisiones, el servicio es priorizado, se realizan rastreos de organización y la competencia y se corrigen servicios deficientes. En este sentido, la auditoría del servicio es un sistema de información mediante el cual una organización obtiene en forma sistemática y permanente el nivel de satisfacción de los clientes externos e internos respecto al servicio que reciben. Además permite realizar un seguimiento constante con el fin de identificar fallas que pueden obstaculizar el cumplimiento de los objetivos y de esta manera iniciar correctivos que posibiliten la excelencia en el servicio.

Dado que la FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO se ha forjado como una entidad prestadora de servicios integrales en la especialidad de oftalmología, buscando siempre calidad técnica y humana, además de seguridad y confiabilidad, y en pro de mejorar su servicio, consintió el diseño de una auditoría del servicio orientada al cliente externo e institucional y a la competencia, con el fin de identificar fallas e iniciar correctivos para elevar el grado de satisfacción de sus usuarios y de esta manera fortalecer el portafolio de servicios.

En la realización del trabajo se acudió principalmente al texto “Auditoría del Servicio: Cómo medir y satisfacer las necesidades del cliente” del autor Humberto Serna Gómez, al igual que otros textos en investigación de mercados y documentos en línea que dan apoyo a algunos conceptos utilizados en el trabajo. También se obtuvo acceso a documentos propios de la Fundación Oftalmológica Vejarano entre los cuales se encuentran el manual de procesos y procedimientos, portafolio de servicios y filosofía de la institución.

El contenido del trabajo es presentado en siete capítulos; en el primer capítulo se describe la Fundación mencionando su reseña histórica, misión, visión, valores institucionales, objetivos corporativos, política de calidad, portafolio de servicios y una breve descripción de la estructura organizacional.

En el segundo capítulo se trata todo lo relacionado con la auditoría del servicio, conceptos teóricos, se explica el mapa de procesos de la Fundación y ciclos del servicio de: Solicitud y asignación de citas telefónicas y personalizadas, atención a usuarios para citas médicas, programación de cirugía, ingreso a salas de cirugía, egreso de salas de cirugía, programación de valoración pre-anestésica y exámenes especiales con sus respectivos diagramas de flujo.

En el tercer capítulo se desarrolla todo lo concerniente al marco metodológico, en donde se describen los índices generales y específicos aplicados al cliente externo e institucional, así como también el índice de competencia. De la misma forma se realiza la descripción del tipo de investigación, población, muestra, instrumento para la recolección de datos, trabajo de campo y algunos conceptos para el procesamiento de datos.

En el cuarto capítulo se realiza el análisis de la información, clasificando cada pregunta de la encuesta dentro de los índices definidos en forma cuantitativa y cualitativa. En lo referente al aspecto cuantitativo, el análisis se aplica al resultado obtenido en cada uno de los índices generales y específicos; y en lo referente al aspecto cualitativo se realiza un breve análisis a las preguntas abiertas a través de histogramas de frecuencia.

El contenido del quinto capítulo hace referencia a la presentación de resultados bajo el esquema de la Matriz de Niveles de Satisfacción y Matriz de Niveles de competencia. Adicionalmente se realiza un análisis general del concepto de satisfacción del cliente externo e institucional acerca del servicio prestado por la Fundación Oftalmológica Vejarano.

En el sexto capítulo se presenta la libreta de calificaciones *que registra la medición de calidad del servicio que la institución provee, mediante la presentación acumulada del desempeño de la organización frente al cliente, con base en los índices de satisfacción y competitividad.*¹

En el séptimo y último capítulo se muestra el plan de mejoramiento con el fin de que la Fundación inicie los correctivos necesarios para mejorar el servicio. Por último se realizan conclusiones y se proponen recomendaciones como contribución académica de la pasante.

¹ SERNA GÓMEZ. Humberto. Auditoría del Servicio. Primera Edición. RAM Editores Cía LTDA. Bogotá D.C., Colombia. 1996. Página 176

CAPÍTULO I.

DESCRIPCION DE LA ORGANIZACIÓN

1.1. RESEÑA HISTORICA

Cuando el Doctor Alberto Vejarano Cucalón finalizó sus estudios de Oftalmología en el Instituto Barraquer de Barcelona (España) decidió retornar a Popayán y ofrecer toda su experiencia y conocimiento como médico Oftalmólogo a la población de esta región del país. Siguiendo sus pasos, su hijo el doctor Luis Felipe Vejarano se unió a su práctica médica y constituyeron jurídicamente la FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO. Siguiendo con los avances médicos y tecnológicos, la fundación vio la necesidad de vincular otros médicos especializados en diferentes áreas de la oftalmología que les permitiera ampliar su capacidad y ofrecer tratamientos complejos a la población. Evidenciando lo anterior y con la crisis hospitalaria que se presentó en la ciudad, la Fundación inauguró en Octubre de 1999 su centro quirúrgico. En estas instalaciones se acondicionaron dos salas quirúrgicas y sus respectivas áreas de inducción y recuperación.

La acogida por parte de los usuarios y entidades contratantes, les permitió tener un crecimiento sostenido durante 5 años, permitiéndoles proyectar para el año de 2004 la construcción de una nueva clínica totalmente integrada, con servicios y áreas adicionales.

Desde enero de 2004 cuando comenzó la demolición del terreno y hasta junio de 2005 se realizó la construcción del nuevo Centro Médico Quirúrgico de la Fundación. En la actualidad la Fundación cuenta con 40 funcionarios entre empleados y contratistas, atiende la población del sur occidente colombiano (Departamentos de Cauca, Nariño, Caquetá, Putumayo, Huila y Valle del Cauca), recibe mensualmente más de 480 pacientes, se realizan en sus quirófanos alrededor de dos mil cirugías oftalmológicas en el año y cuenta con edificación inteligente construida sobre 2.400 metros cuadrados.

La Fundación Oftalmológica Vejarano es una entidad sin ánimo de lucro legalmente constituido y autorizado por el Ministerio de Salud según resolución No. 04689 del 15 de diciembre de 1.997.²

² FUNDACION OFTALMOLOGICA VEJARANO. [Portal en línea]. <<http://www.fov.com.co/>>

1.2. NOMBRE Y LOGO

Figura 1. LOGO: FUNDACION OFTALMOLOGICA VEJARANO



Fuente: <http://www.fov.com.co/>

1.3. FILOSOFIA DE LA FUNDACION³

MISION

Satisfacer las necesidades de los usuarios que requieran nuestros servicios integrales en la especialidad de Oftalmología a toda la comunidad usuaria, a nivel independiente o a través de las distintas entidades de salud; con un talento humano altamente calificado y una tecnología de punta, brindando calidad técnica, humana, además de la seguridad y confiabilidad en el ejercicio de nuestra labor, manteniendo la satisfacción de sus necesidades y expectativas de servicio, lo que trascenderá a mejorar su calidad de vida.

VISION

Ser líderes en la prestación de servicios de Oftalmología basados en estándares de calidad y tecnología de punta, con talento humano altamente calificado y motivado por un mejoramiento continuo basado en el desarrollo e innovación tecnológica; superando las expectativas de servicio y brindando oportunidad y accesibilidad de los mismos a toda la población necesitada.

VALORES INSTITUCIONALES

- **ACTITUD DE SERVICIO**
Brindar satisfacción y superación efectiva de las expectativas de los usuarios con una filosofía de mejoramiento continuo.
- **RESPECTO**
Actuar con honestidad, responsabilidad y conocimiento técnico científico en la atención brindada.

³ VID. Ver Nota 2

▪ **EQUIDAD**

Brindar acceso a todos los usuarios con las mismas calidades técnicas y humanas que ellos requieran.

OBJETIVOS CORPORATIVOS

- *Lograr la acreditación de nuestra Institución a través del sistema de garantía de calidad.*
- *Obtener la excelencia en la atención y prestación de nuestros servicios.*
- *Mantener el liderazgo en la prestación de servicios especializados de Oftalmología a nivel regional.*

POLÍTICA DE CALIDAD

Brindar servicios Integrales en la especialidad de Oftalmología garantizando calidad técnico-científica y humana, superando las expectativas de servicio de nuestros usuarios.

Garantizar un proceso de mejoramiento continuo de nuestros servicios, basados en el sistema de Garantía de la Calidad con profesionales de alta calidad técnica y humana, incrementando cada vez la satisfacción de nuestros usuarios.

1.4. INFRAESTRUCTURA

La infraestructura física permite atender en la sala de espera aproximadamente a 73 pacientes cómodamente sentados mientras son atendidos por el especialista de acuerdo a su problema visual. La Fundación Oftalmológica Vejarano ha realizado una inversión en la construcción de tres quirófanos dotados al 100% con el fin de atender de manera segura e integral a los usuarios que requieran y/o acceden al servicio.

1.5. PORTAFOLIO DE SERVICIOS⁴

-Consulta Oftalmológica: Realizamos un profundo interrogatorio a nuestros pacientes y practicamos todos los exámenes necesarios que nos permitan tener una completa historia clínica para poder así diagnosticar e indicar el tratamiento a seguir.

⁴ VID. Ver Nota 2

-*Exámenes Especiales: La Fundación se encuentra permanentemente renovando, actualizando y manteniendo los equipos médicos necesarios para realizar exámenes diagnósticos que confirman las diferentes patologías oculares.*

-*Cirugía Oftalmológica: La Institución cuenta con tres quirófanos, dotados con tecnología de punta y el más entrenado equipo de atención quirúrgica.*

-*Procedimientos: La Fundación cuenta con el personal, la tecnología y el equipo necesario para realizar procedimientos no quirúrgicos seguros y confiables.*

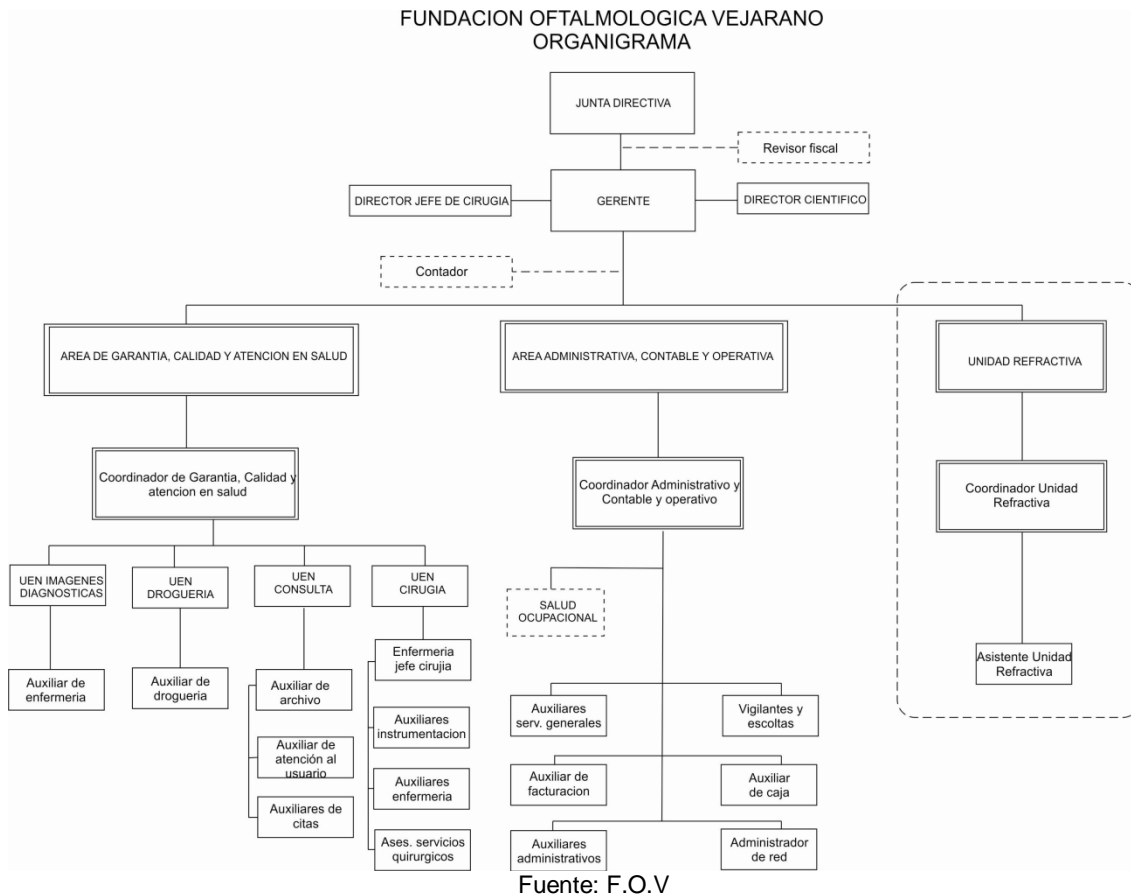
Tabla 1. Portafolio de Servicios. Fundación Oftalmológica Vejarano

Consulta Oftalmológica	Exámenes Especiales	Centro Quirúrgico	Procedimientos
	<ul style="list-style-type: none"> -Ecografía Ocular -Biometría -Paquimetría -Pentacam -Angiografía Digital -Topografía Corneal -Campimetría computarizada 	<p><i>Segmento Anterior y Glaucoma:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Catarata -Pterigio -Transplante de córnea -Implante de lentes fáquicos -Anillos de Ferrara -Cross Linking -Cirugía refractiva con excimer laser -Implante de Válvula de ahmed <p><i>Segmento Posterior:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Retinopexia -Cirugía de Retina y Vitreo -Crioterapia -Terapia Antiangiogénica -Terapia Fotodinámica <p><i>Estrabismo</i></p> <p><i>Cirugía Plástica Ocular</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -YAG Láser -Fotocoagulación Láser -Crioterapia -Endoláser

Fuente: Propia de la Investigación

1.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 2. Estructura Organizacional



Descripción de la Estructura Organizacional

Junta Directiva:

La Junta Directiva se reúne de manera ordinaria o extraordinaria para definir las líneas generales de acción de la Fundación. En estas reuniones se discuten temas referentes al funcionamiento, evaluación de estados financieros, diseño y ejecución de estrategias, proyectos, avances y propuestas.

Revisor Fiscal (Staff):

Es función del Revisor Fiscal cerciorarse y velar porque los actos y operaciones desarrolladas por la Fundación se ajusten a lo establecido por los estatutos de la Junta Directiva, los que a su vez deben estar ajustados a la ley.

Gerente:

La función principal de la Gerencia es dirigir los asuntos administrativos, operativos y financieros de la Fundación Oftalmológica Vejarano.

Director Científico:

El Director Científico es la persona encargada de hacer cumplir las pautas y protocolos en el manejo clínico de todos los usuarios, además de supervisar y coordinar permanentemente el servicio prestado por las áreas médicas, tomando las medidas necesarias para corregir las fallas que se presenten.

Director de Cirugía:

El Director de Cirugía es la persona encargada de dirigir el funcionamiento integral del área de quirófanos.

Contador (Staff):

El Contador elabora y prepara los informes financieros que permiten la toma de decisiones por parte de la Junta Directiva y de la Gerencia.

Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud.**Coordinador de Garantía, Calidad y Atención en Salud:**

Su función principal es establecer los lineamientos y estrategias que permitan garantizar la calidad en la prestación del servicio de salud.

Bajo la supervisión del Coordinador de Garantía, Calidad y Atención en Salud se encuentran cuatro unidades estratégicas de negocios (U.E.N):

- *Imágenes Diagnósticas:* La Fundación Oftalmológica Vejarano, dentro de sus instalaciones ha dispuesto un área en el cual se encuentran los equipos necesarios y la tecnología, únicos en el departamento, para dar apoyo y seguimiento al diagnóstico realizado por el médico especialista. La persona encargada del funcionamiento de esta U.E.N es el Auxiliar de Enfermería.
- *Droguería:* Con el ánimo de generar valor agregado, la Fundación dispone de una droguería en sus instalaciones. La persona encargada de esta U.E.N, por ley, debe ser Regente de Farmacia, su función principal es velar por el procedimiento y los protocolos diseñados para esta área, es decir, estar pendiente del correcto funcionamiento, de la custodia y conservación de los medicamentos y de vigilar en forma permanente las existencias y movimientos del almacén.
- *Consulta:* En esta área se realiza el proceso integral de consulta, el cual consiste en la valoración por parte de los Optómetras y la valoración por parte de los médicos Oftalmólogos. La U.E.N Consulta, se subdivide en Archivo, Atención al Usuario y Programación de Citas. De manera

concadena cumplen una función con un objetivo que es la calidad en la prestación del servicio.

- *Cirugía:* En esta unidad se programa todo lo concerniente a las cirugías. Dentro del equipo de trabajo de esta U.E.N se encuentra la Enfermera de Cirugía quien a su vez dirige y coordina las actividades de los Auxiliares de Instrumentación, Auxiliares de Enfermería y Asesor de Servicios Quirúrgicos.

Área Administrativa, Contable y Operativa
Coordinador Administrativo, Contable y Operativo:

Tiene a su cargo la organización y supervisión de las funciones administrativas, contables y operativas de la Fundación.

De la coordinación de esta área dependen:

- *Auxiliares de Servicios Generales*
- *Auxiliar de Facturación*
- *Auxiliares Administrativos*
- *Vigilantes y Escoltas*
- *Auxiliar de Caja*
- *Administrador de Red*

Salud Ocupacional: Lo integra el Comité de Salud Ocupacional (COPASO), comité que establece las políticas de bienestar de los empleados.

Unidad Refractiva

La Fundación Oftalmológica Vejarano ha adecuado un área exclusiva para realizar exámenes diagnóstico, bajo el respaldo de Oftalmólogos sub-especialistas en cornea y cirugía refractiva. Esta unidad está conformada por un coordinador y un asistente que dan apoyo al seguimiento del usuario.

AUDITORÍA DEL SERVICIO

CAPÍTULO II.

AUDITORIA DEL SERVICIO

2.1. CONCEPTO

La auditoría del servicio, es uno de los elementos fundamentales en un programa de servicio al cliente. Un componente de las estrategias de competitividad de una organización.

La auditoría se entiende como la metodología mediante la cual una organización obtiene en forma sistemática y permanente los índices de satisfacción de sus clientes, con la calidad del servicio que reciben.

Esta definición implica que:

- a. La auditoría debe ser sistemática. Tener una metodología expresa.*
- b. La auditoría debe ser permanente. No es auditoría la que se hace en forma esporádica.*
- c. La auditoría del servicio debe arrojar índices de satisfacción del cliente entendidos como la calificación que hace el cliente sobre la calidad del servicio que recibe.*
- d. La auditoría del servicio debe generar la libreta de calificaciones, la cual permitirá la monitoria de la calidad del servicio y el seguimiento a las mejoras producidas de una medición a otra.*
- e. La auditoría del servicio debe incluir los aspectos relacionados con la atención al cliente: Elementos perceptivos como la amabilidad, buenas maneras, trato adecuado, etc., e igualmente elementos objetivos del servicio al cliente como: despachos, tiempo de entrega, reclamos, servicio técnico, señalización, toma de decisiones, no debe efectuarse solo en uno u otro sentido.*
- f. Si bien en su etapa inicial la auditoría debe ser realizada por una firma externa, ésta debe convertirse en un hábito interno. Por tanto, educará a la organización, para que sea ella quien lleve a cabo su propia auditoría. Este es un paso en el que debe avanzar y madurar la organización.*
- g. Los resultados de la auditoria serán comunicados y compartidos en toda la organización. Todos los miembros deben conocer la calificación que hacen*

- sus clientes, analizarla y comprometerse a un mejor desempeño frente a él. Eso significa convertir la calificación en un índice de desempeño.*
- h. La auditoría del servicio debe servir de soporte al desarrollo de la base de datos del cliente. Las organizaciones deben conocer cada vez más a sus clientes, elaborar los perfiles de sus necesidades y expectativas, mantenerlas actualizadas y utilizarlas en sus estrategias de comercialización.*
 - i. La auditoría del servicio es exploratoria porque pretende definir las necesidades y expectativas del cliente; es descriptiva porque pretende determinar los índices de satisfacción y confirmatoria como resultado del seguimiento a la auditoría⁵*

2.2. CICLO DEL SERVICIO

2.2.1. Concepto

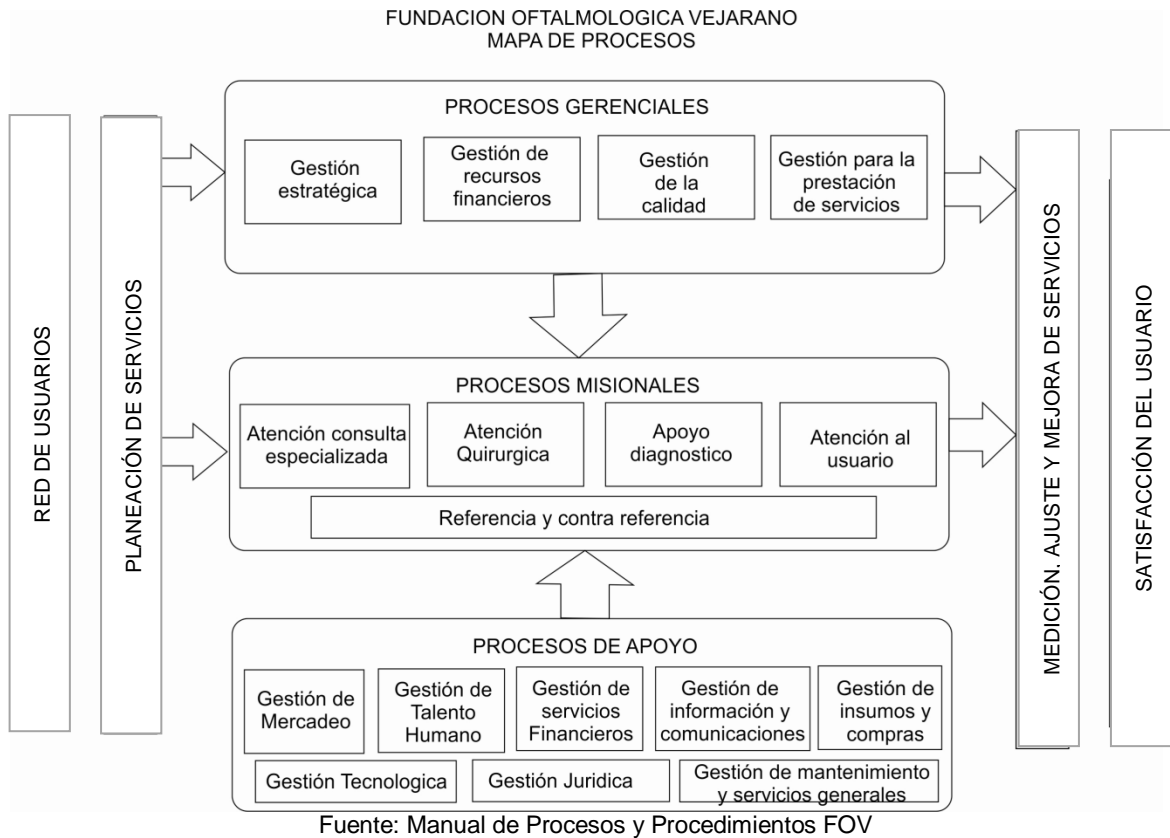
La planeación de la auditoría del servicio depende en mayor grado del análisis efectuado al ciclo del servicio de la organización estudiada. Un ciclo del servicio es una cadena completa de hechos por los que se atraviesa a medida que se experimenta el servicio.

El autor Humberto Serna Gómez aporta el siguiente concepto: *“El ciclo del servicio es el proceso a través del cual el cliente interactúa con la compañía analizada; es decir, corresponde a los diferentes contactos del cliente con la organización para obtener el servicio ofrecido”.*

⁵ SERNA GÓMEZ Humberto, Óp. Cit. Página 14

2.2.2. MAPA DE PROCESOS

Figura 3. Mapa de Procesos



DESCRIPCIÓN DEL MAPA DE PROCESOS

Red de Usuarios:

La red de servicio está compuesta por todos los usuarios del régimen contributivo, subsidiado, particulares e institucionales.

Planeación de Servicios:

La planeación de servicios se convierte en una herramienta fundamental para el cumplimiento de los objetivos de la Fundación, se realiza teniendo en cuenta aspectos tales como: La capacidad instalada y la disponibilidad de tiempo de cada médico especialista. Con base en esto, se realiza la programación de la agenda de acuerdo al número de consultas, cirugías y exámenes diagnósticos.

Procesos Gerenciales:

- *Gestión Estratégica:* La Gerencia garantiza el éxito de la gestión a través de la implementación de las políticas y el cumplimiento de objetivos y metas previamente definidos en su misión, visión, valores y políticas de calidad facilitando el desarrollo de las actividades con criterios de calidad y monitoreando el cumplimiento de esta gestión en beneficio de su cliente principal o usuario.

Dentro de la gestión estratégica se realiza la evaluación del negocio a través del análisis de la matriz D.O.F.A, herramienta que permite realizar un diagnóstico del funcionamiento de la Fundación y su posicionamiento en el mercado.

- *Gestión de Recursos Financieros:* En la gestión de los recursos financieros existen dos tipos de flujos:

-Ingreso por contratos de salud con las diferentes IPS y EPS de la ciudad.
-Ingreso por atención a usuarios particulares y copagos: Este es el flujo cotidiano.

En la consecución de equipos y realización de inversiones se manejan diferentes tipos de línea de crédito, dependiendo del monto se recurre a tarjetas de crédito, leasing o créditos financieros. No existen aportes de capital ni donaciones.

- *Gestión de la Calidad:* Garantía de la calidad es el conjunto de acciones que deliberada y sistemáticamente realizan los individuos, las organizaciones y la sociedad para generar calidad en los servicios de salud. La Fundación Oftalmológica Vejarano ha constituido un sistema de garantía de calidad enmarcado en la normatividad que como IPS le corresponde, según decreto 1011 de 2006. En este sentido es su deber cumplir con este conjunto de acciones sistemáticas dirigidas a evitar, prevenir y/o resolver oportunamente situaciones que puedan afectar negativamente a los usuarios. Los indicadores de calidad permiten monitorear el desempeño y de esta manera tomar acciones correctivas si el caso lo amerita.
- *Gestión para la prestación de servicios:* La gestión para la prestación de servicios es de gran importancia debido a que se relaciona directamente

con la percepción de la calidad del mismo. Consiste en satisfacer las necesidades de los usuarios y generarles un valor agregado ya que son ellos la fuerza motriz para el funcionamiento de la Fundación.

Procesos Misionales:

- *Atención Consulta Especializada:* Se inicia con el proceso de atención del usuario a través de la consulta especializada. En esta área se desarrollan acciones tendientes a mantener una alta satisfacción del usuario, teniendo en cuenta que de este primer proceso de atención se generan otros servicios los cuales involucran más áreas de la institución. Se puede denominar como la puerta de entrada para acceder a otros servicios.
- *Atención Quirúrgica:* La Fundación Oftalmológica Vejarano ha realizado una inversión en la construcción de tres quirófanos dotados al 100% con el fin de atender de manera segura e integral a los usuarios que requieran y/o acceden al servicio.
- *Apoyo Diagnóstico:* La sala de imágenes diagnósticas está dotada con equipos de la más alta tecnología que permiten garantizar exámenes confiables y oportunos únicos en el departamento del Cauca.
- *Atención al Usuario:* Esta área es la puerta de entrada a los servicios que presta la Fundación, es el momento de verdad que el usuario percibe al ingreso de la misma. Su objetivo es trabajar en un plan de mejoramiento continuo siendo el pilar la satisfacción. Dado que esta área es el primer momento de verdad no escatima esfuerzos en buscar la diferenciación frente a otras instituciones que desarrollan el mismo objeto social.
- *Referencia y Contra Referencia:* El régimen de referencia y contra referencia facilita el flujo de usuarios, entre los organismos de salud y unidades familiares, de tal forma que se preste una atención en salud oportuna y eficaz. La Referencia consiste en brindarle continuidad en la atención al usuario, envío de usuarios o elementos de ayuda diagnóstica por parte de las entidades prestatarias de servicios de salud, a otras instituciones de salud de mayor nivel, para atención o complementación diagnóstica.

La Contra Referencia es la respuesta en disposición y disponibilidad para dar atención oportuna e inmediata a los asegurados, que las instituciones prestatarias de servicios de salud, receptoras de la referencia, dan al organismo o a la unidad familiar.

Procesos de Apoyo:

- Gestión de Mercadeo
- Gestión del Talento Humano
- Gestión de Servicios Financieros
- Gestión de Información y Comunicaciones
- Gestión de Insumos y Compras
- Gestión Tecnológica
- Gestión Jurídica
- Gestión de Mantenimiento y Servicios Generales

Medición, Ajuste y Mejora de Servicios:

La medición, ajuste y mejora de servicios es un proceso permanente, en donde se realizan reuniones de seguimiento al servicio por cada área y reuniones de calidad por mes. Todo esto con el fin de realizar acciones de mejoras continuas y lograr la calidad en la prestación del servicio, lo que trasciende en la satisfacción del usuario.

2.2.3. CICLOS DEL SERVICIO DE LA FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO

a) Proceso: Solicitud y Asignación de Citas Telefónicas

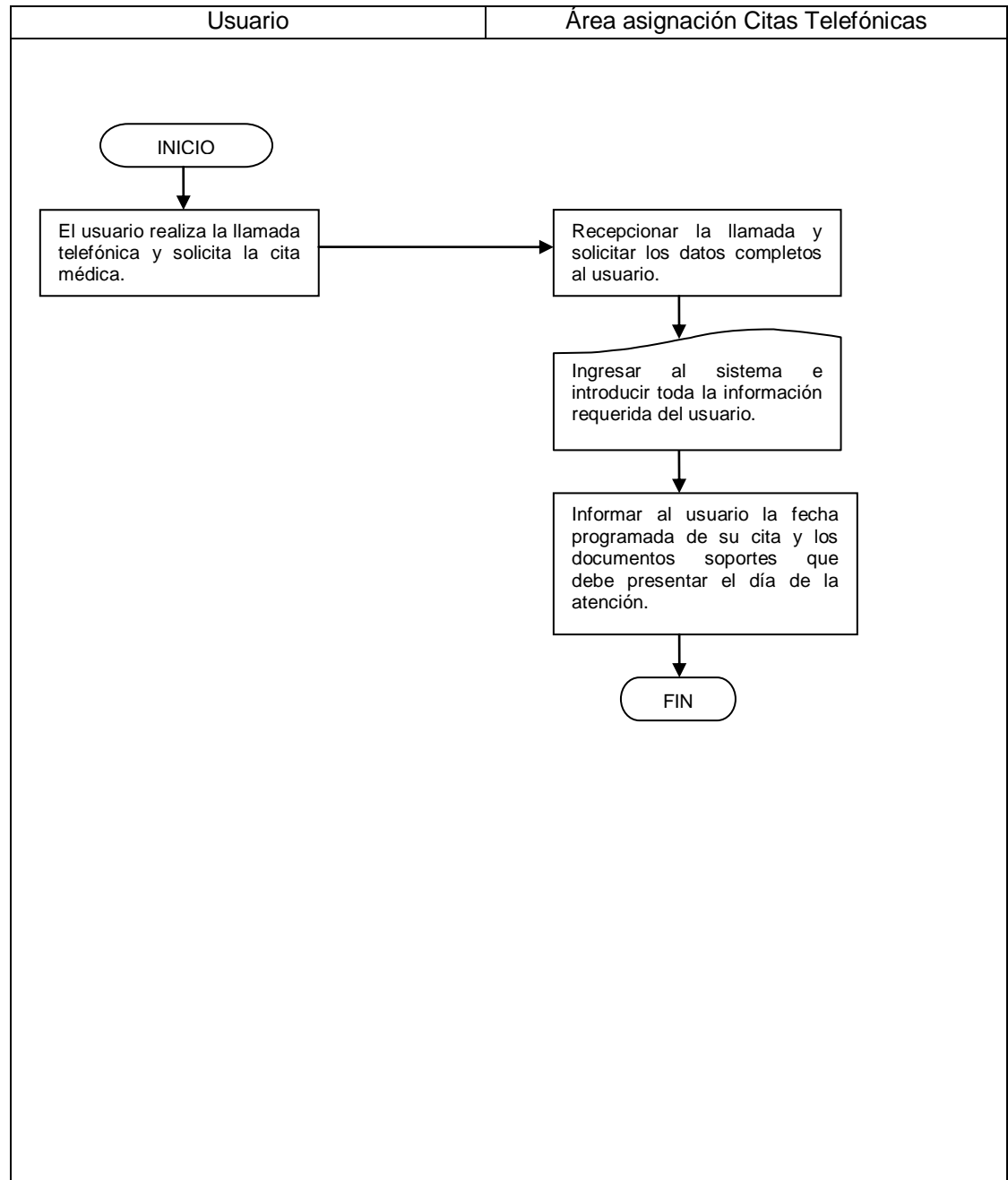
Tabla 2. Descripción de Actividades

	Qué	Quién	Cuando	Dónde	Para qué	Cómo
	Inicio					
1	Recibir llamada telefónica, solicitando cita médica.	Auxiliares asignación citas telefónicas.	En el momento en que el usuario manifieste su necesidad de cita.	Sección Asignación Citas Telefónicas.	Para solicitar se le programe consulta de oftalmología.	Comunicándose telefónicamente y solicitando la cita médica.
2	Recepción llamada y solicitud datos del paciente.	Auxiliar citas telefónicas.	En el momento en que el usuario requiere telefónicamente el servicio.	Sección Asignación Citas Telefónicas	Para tener la información indispensable para el registro en el sistema y programación de la cita.	Recibiendo la llamada y preguntando todos los datos del paciente, (nombres, apellidos completos, documento de identificación, fecha de nacimiento, teléfonos, dirección entidad remitente).
3	Registrar información en el sistema.	Auxiliar citas telefónicas.	Cuando el usuario llama y proporciona los datos para la programación de su cita.	Sección Asignación Citas Telefónicas.	Para registrar los datos personales del usuario y programar cita.	Guardando la información en el programa de citas.
4	Informar al usuario fecha y hora de cita asignada.	Auxiliar citas telefónicas.	Cuando el usuario se encuentra en la línea telefónica.	Sección Asignación Citas Telefónicas	Para confirmación de fecha y hora de cita asignada.	Confirmando telefónicamente la fecha, hora, especialista que lo atenderá y las recomendaciones para el día de la cita.
	Fin					

Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

AUDITORÍA DEL SERVICIO

Figura 4. Diagrama de Flujo: Solicitud y Asignación de Citas Telefónicas



Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

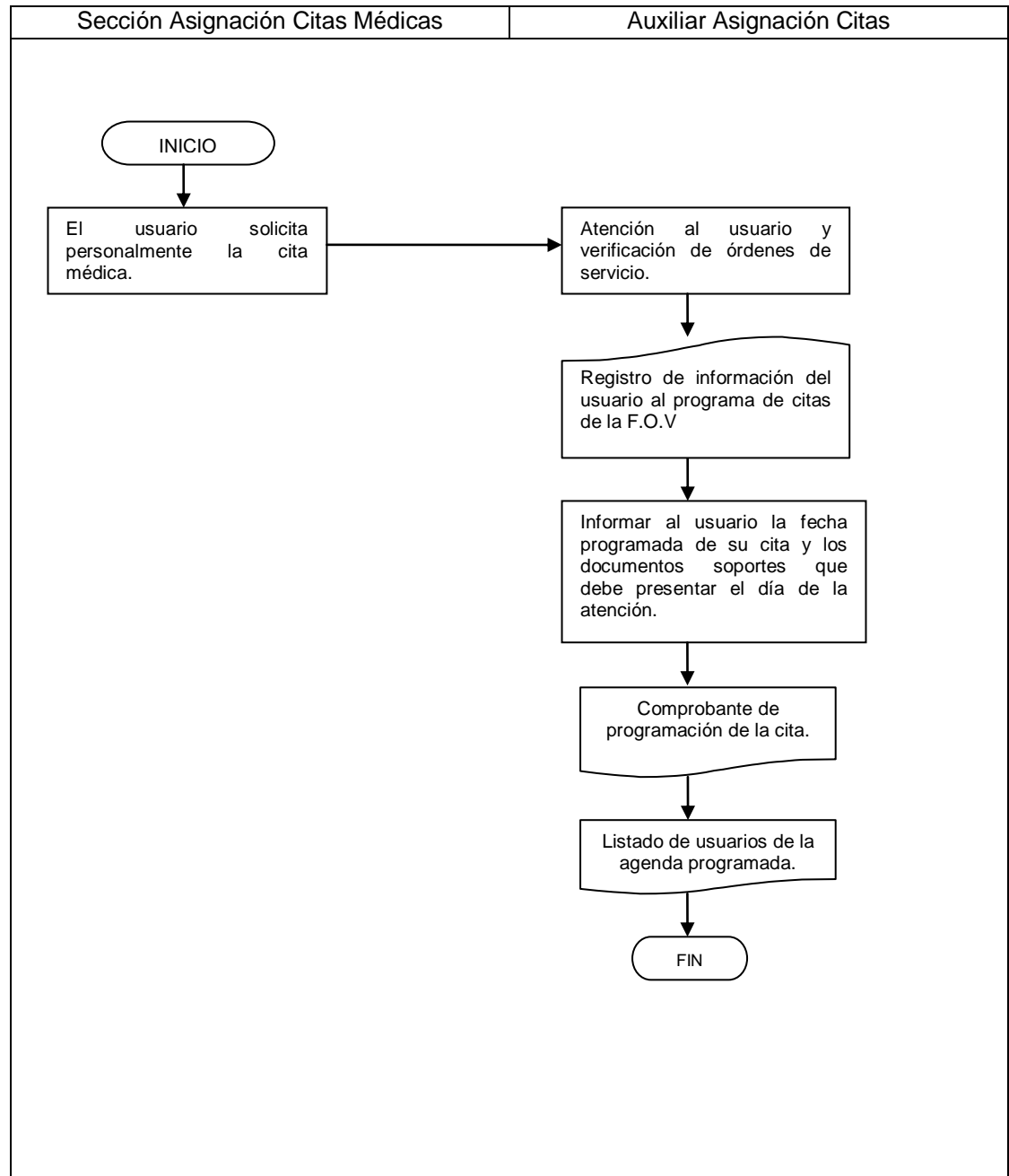
b) Proceso: Solicitud y Asignación de Citas Personalizadas.

Tabla 3. Descripción de Actividades

	Qué	Quién	Cuando	Dónde	Para qué	Cómo
	Inicio					
1	Asignación de citas a usuarios.	Auxiliar citas personalizadas	Lunes a Viernes 8:00 a 1:30 pm y de 3:00 a 6:30 p.m.	Sección Asignación Citas Personalizadas.	Asignar la cita que solicita el usuario con el especialista de su interés.	Preguntando al usuario todos los datos y guardando esta información en el programa de citas.
2	Verificación órdenes de atención al momento de programar cita.	Auxiliar citas personalizadas	En el momento de programación de la cita.	Sección Asignación Citas Personalizadas.	Para determinar si debe realizarse alguna modificación en los documentos presentados.	Revisando los documentos que presenta el usuario en el momento de programar la cita.
3	Registro de información en el sistema.	Auxiliar citas personalizadas	En el momento de programación de la cita.	Sección Asignación Citas Personalizadas.	Para llevar el registro de información y atención del usuario en la F.O.V.	Registrando en el sistema todos los datos del Usuario.
4	Entregar comprobante de programación de la cita.	Auxiliar citas personalizadas	Una vez registrados los datos del usuario en el sistema y programada la cita.	Sección Asignación Citas Personalizadas.	Para confirmación de fecha y hora de cita asignada.	Entregándole el formato impreso de comprobante de programación de la consulta el cual contiene: fecha y hora de la cita, nombre del especialista que lo atenderá y los documentos soportes de la atención que debe presentar el día de la cita.
5	Imprimir el listado de usuarios de la agenda programada	Auxiliar citas personalizadas	Diariamente.	Sección Asignación Citas Personalizadas.	Organizar las H.C y llevar el control de los usuarios que serán atendidos al día siguiente en consulta por el especialista.	Imprimiendo el listado por médico.
	Fin					

Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

Figura 5. Diagrama de Flujo: Solicitud y Asignación de Citas Personalizadas.



Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

c) Proceso: Atención a Usuarios para Citas Médicas

Tabla 4. Descripción de Actividades

	Qué	Quién	Cuando	Dónde	Para qué	Cómo
	Inicio					
1	Verificar en la agenda la asignación de la cita médica especializada.	Auxiliar atención al usuario.	Cuando el usuario se presenta para la consulta.	Sección Atención al Usuario.	Para determinar si el paciente es atendido por primera vez o si ya tiene historia clínica.	Solicitando los siguientes datos: número documento identidad, nombres y apellidos, fecha de nacimiento, número telefónico, dirección, nombre de la entidad remitente.
2	Realizar apertura de historia clínica si el usuario es atendido por primera vez.	Auxiliar atención al usuario.	El usuario se presenta para la consulta.	Sección Atención al Usuario.	Para tener un registro escrito de la atención y clasificarlo desde ese momento.	En el formato de historia clínica se diligencian los datos solicitados y se lo clasifica de acuerdo a como vaya a ser atendido. (E.P.S., E.P.S.S., Institucional, Particular).
3	Recepción y verificación de la documentación para la atención.	Auxiliar atención al usuario.	El usuario se presenta para la consulta.	Sección Atención al Usuario	Para verificar su clasificación, médico tratante, última atención, y recomendaciones a tener en cuenta (dilatación).	Leyendo en la Historia Clínica y verificando si hay remisiones, o exámenes pendientes a entregar. Actualizando información del usuario.
4	Diligenciar Hoja RIPS.	Auxiliar atención al usuario.	Cuando se tenga toda la documentación soporte de la consulta médica.	Sección Atención al Usuario.	Para facturar el servicio prestado a la entidad que corresponda.	Entregando a facturación los soportes de la atención prestada.
5	Registrar en el sistema la información actualizada del usuario.	Auxiliar atención al usuario.	Cuando el usuario se presenta para la consulta.	Sección Atención al Usuario.	Para verificar el cumplimiento de los requisitos de atención.	Revisando los documentos soportes así: Orden de atención de entidad remitente (vigencia y diligenciamiento correcto), fotocopias carné y documento de identidad.

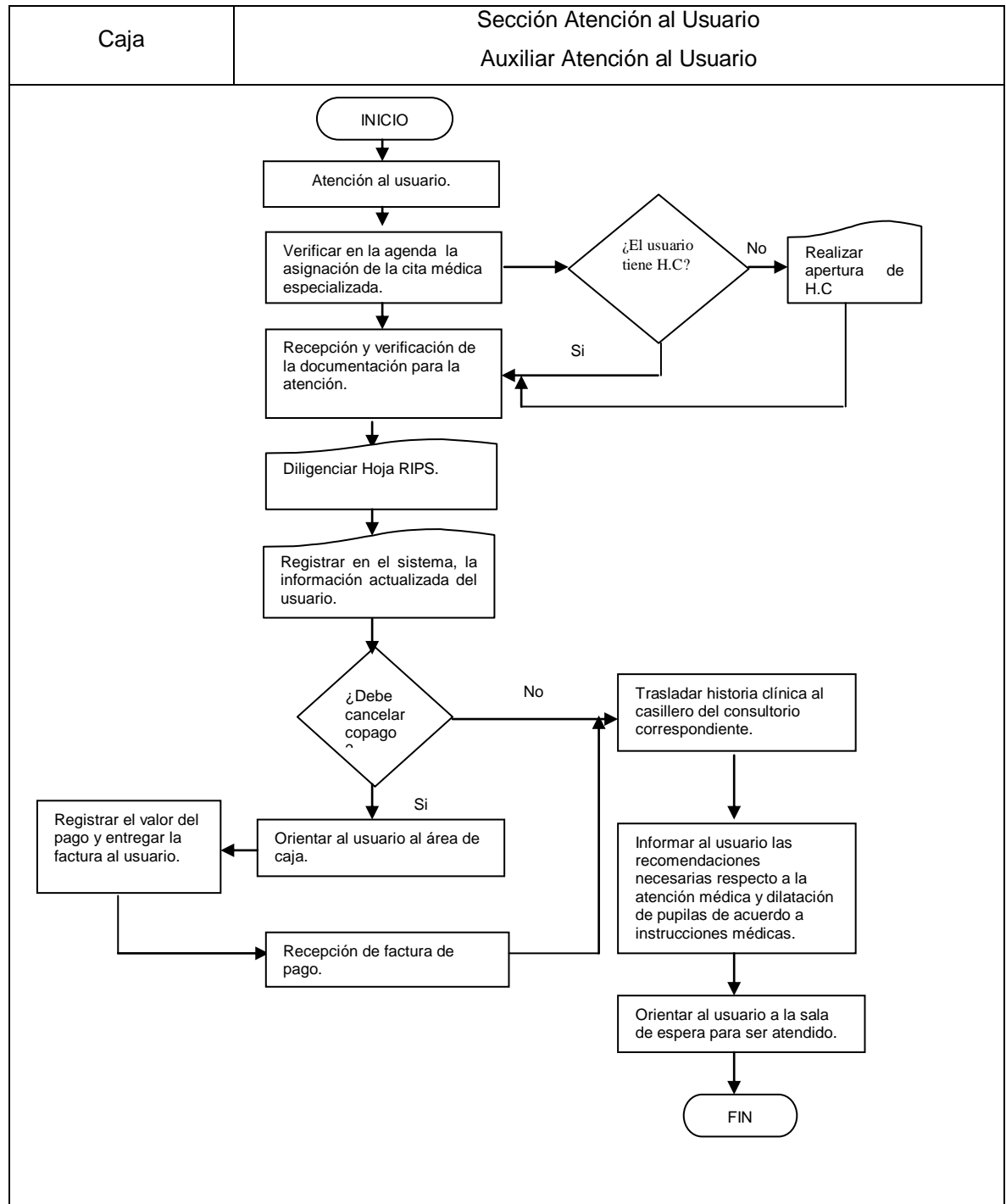
AUDITORÍA DEL SERVICIO

6	Verificar en la orden de servicios, si el usuario debe cancelar (copago o si hay lugar a excedente).	Auxiliar atención al usuario.	En el momento de verificar pagos.	Sección Atención al Usuario.	Para legalizar la atención, verificar el cubrimiento de la orden y cobrar el valor del copago o excedente a que haya lugar.	Verificando cubrimiento de la orden.
7	Orientar al usuario a caja en caso de cancelar copago o excedente.	Auxiliar atención al usuario.	Al momento de verificar en la orden de servicios valor a cancelar.	Sección Atención al Usuario.	Para recaudar el pago que corresponda.	Orientando al usuario a la sección de caja.
8	Registrar el valor del pago y entregar factura.	Auxiliar atención al usuario.	En el momento en que el usuario se hace presente en la sección de caja.	En la Sección de Caja de la F.O.V	Para completar los requisitos de consulta.	Verificando en la orden de servicios.
9	Recepción de factura de pago.	Auxiliar atención al usuario.	Cuando el usuario ha realizado el pago correspondiente	Sección Atención al Usuario.	Para completar los requisitos de consulta.	Verificando el comprobante de pago.
10	Traslado de H.C. al consultorio correspondiente.	Auxiliar atención al usuario.	Cuando se haya terminado el proceso de atención Inicial.	Consultorio Médico.	Para realizar la consulta médica.	Con la H.C. y de acuerdo al listado de consulta, el especialista inicia proceso de atención.
11	Informar las recomendaciones necesarias (dilatación), de acuerdo a las instrucciones médicas.	Auxiliar atención al usuario.	Cuando termine el proceso de atención inicial.	Sección Atención al Usuario.	Para que el usuario se entere si va a ser dilatado o no y esté preparado.	Informándole y orientándolo a la sala donde debe esperar para ser atendido.
12	Orientar al usuario a la sala de espera para ser atendido.	Personal de vigilancia.	Cuando termine el proceso de atención inicial.	Sección Atención al Usuario	Para que el usuario ingrese al consultorio.	A través de indicaciones de los vigilantes.
	Fin					

Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

AUDITORÍA DEL SERVICIO

Figura 6. Diagrama de Flujo: Atención a Usuarios para Citas Médicas.



Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

d) Proceso: Programación de Cirugía

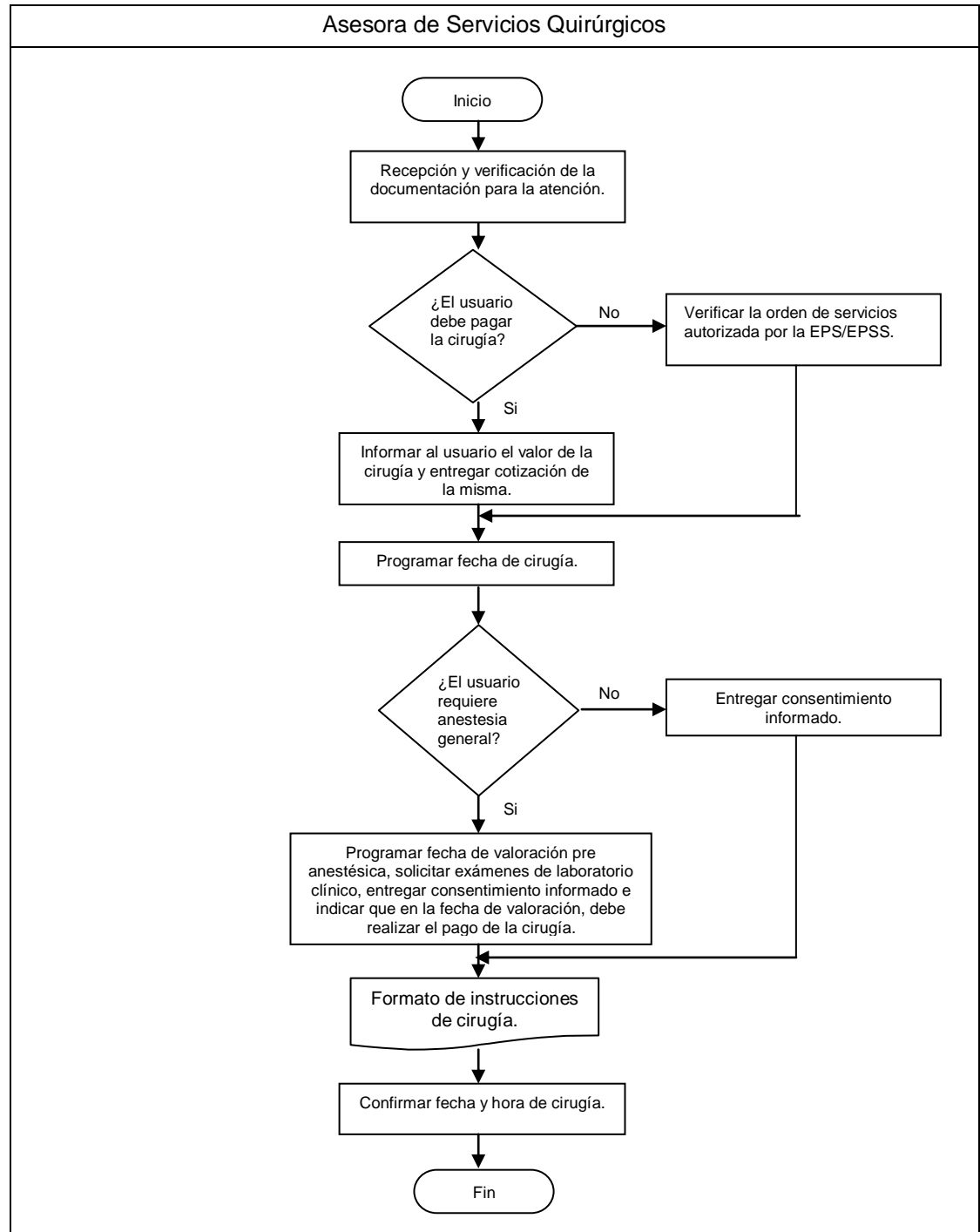
Tabla 5. Descripción de Actividades

	Qué	Quién	Cuando	Dónde	Para qué	Cómo
	Inicio					
1	Recepción de documentos para programación de cirugía.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Posterior a la consulta con el médico especialista.	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para iniciar el proceso de programación quirúrgica.	Mediante entrevista personal con el usuario.
2	Verificar a que aseguradora está afiliado el usuario.	Asesora de servicios quirúrgicos.	En el momento de revisar la documentación.	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para no generar factura de cobro.	Mediante la revisión de la orden de servicios.
3	El usuario debe realizar pago por la cirugía.	Asesora de servicios quirúrgicos.	En el momento de revisar la documentación.	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para generar factura de cobro.	Mediante la revisión de la orden de servicios.
4	Informar valor de la cirugía, copago y entregar cotización de la misma si el usuario es particular.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Cuando se ha revisado la orden de servicios.	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para recaudar el pago por concepto de la cirugía.	Mediante el pago de la cirugía en la caja de la F.O.V
5	Programación Quirúrgica.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Cuando ha terminado la revisión de la documentación.	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para definir fecha del procedimiento quirúrgico y entrega de recomendaciones antes de la cirugía.	Mediante la recepción de autorización de servicios y documentos requeridos para la programación de la cirugía o confirmación del pago de la misma si el usuario es particular.
6	El usuario no requiere anestesia general.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Al momento de verificar en la H.C	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para no realizar programación de valoración anestésica.	Mediante revisión de la H.C
7	El usuario requiere anestesia general.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Al momento de verificar en la H.C	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para realizar programación de valoración anestésica.	Mediante revisión de la H.C
8	Programación valoración pre anestésica, solicitud exámenes de laboratorio clínico y entrega de consentimiento informado.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Posterior a la programación de la cirugía y verificación de los soportes de atención o pago de la misma.	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para asegurarse del estado de salud del usuario antes de ser intervenido quirúrgicamente	Mediante realización de un examen médico físico e interrogatorio al usuario y familiar.
9	Proporcionar el formato de instrucciones de la cirugía.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Cuando se ha realizado la programación pre anestésica.	Oficina Asesor de Servicios Quirúrgicos.	Para que el usuario esté preparado el día de la cirugía.	Mediante entrega del documento escrito.
10	Confirmación de la fecha y hora de la	Asesora de servicios	Cuando el usuario ha	Oficina Asesor de Servicios	Para que el usuario tenga	Mediante confirmación

	cirugía.	quirúrgicos.	asistido a la valoración pre anestésica.	Quirúrgicos.	presente la fecha y hora de la cirugía.	personal o telefónica.
	Fin					

Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

Figura 7. Diagrama de Flujo: Programación de Cirugía



Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

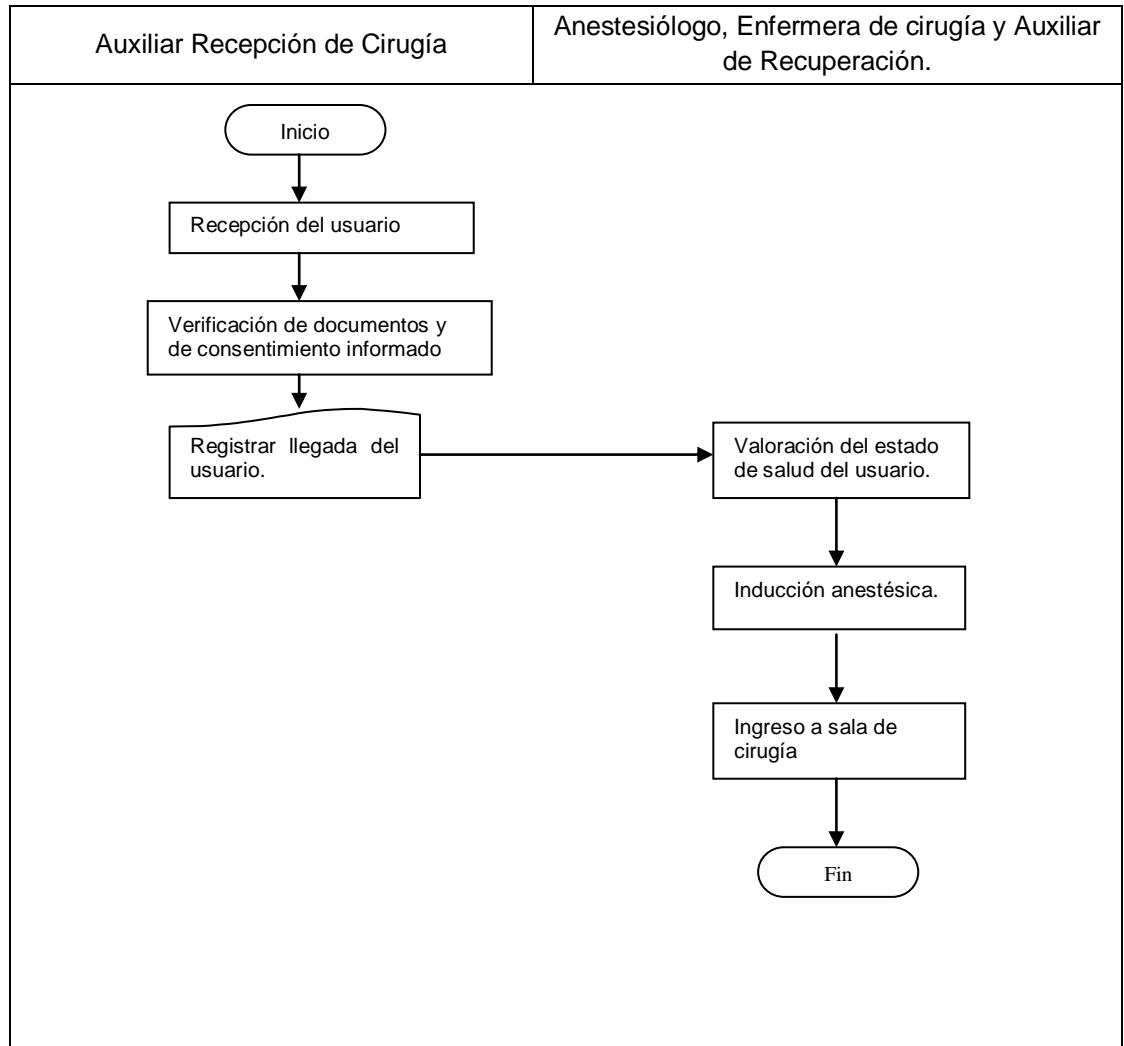
e) *Proceso: Ingreso a Salas de Cirugía*

Tabla 6. Descripción de Actividades

	Qué	Quién	Cuando	Dónde	Para qué	Cómo
	Inicio					
1	Recepción del usuario.	Auxiliar recepción cirugía.	30 minutos antes del ingreso del usuario a sala de cirugía.	Cirugía Ambulatoria.	Para verificar programación y cumplimiento de instrucciones impartidas.	Con un saludo respetuoso y verificación de su identificación.
2	Verificación de documentos y de consentimiento informado.	Auxiliar recepción cirugía.	Posterior a la recepción del paciente.	Cirugía Ambulatoria.	Para confirmar el procedimiento a realizar y la autorización de servicios.	Solicitando de manera respetuosa los datos de identificación, orden de autorización y hoja de programación de cirugía.
3	Registro de llegada del usuario.	Auxiliar recepción cirugía.	Posterior a la recepción del paciente.	Cirugía Ambulatoria.	Para asegurar su turno quirúrgico y evitar retraso en la cirugía.	Señalando en la hoja de programación la llegada, número de adhesivo y verificación de copago en los casos que aplique.
4	Valoración del estado de salud del usuario.	Auxiliar de enfermería.	Cuando el usuario se encuentra en la sala de espera.	Cirugía Ambulatoria.	Para asegurar que el paciente se encuentre en óptimas condiciones para ser intervenido quirúrgicamente.	Mediante realización de un examen físico e interrogatorio al familiar o acudiente.
5	Ingreso a sala de cirugía.	Auxiliar de enfermería.	Posterior a la valoración del estado de salud.	Cirugía Ambulatoria.	Para el desarrollo del acto médico y preparación para inducción de anestesia.	Traslado en silla de ruedas.
	Fin					

Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

Figura 8. Diagrama de flujo: Ingreso a Salas de Cirugía



Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

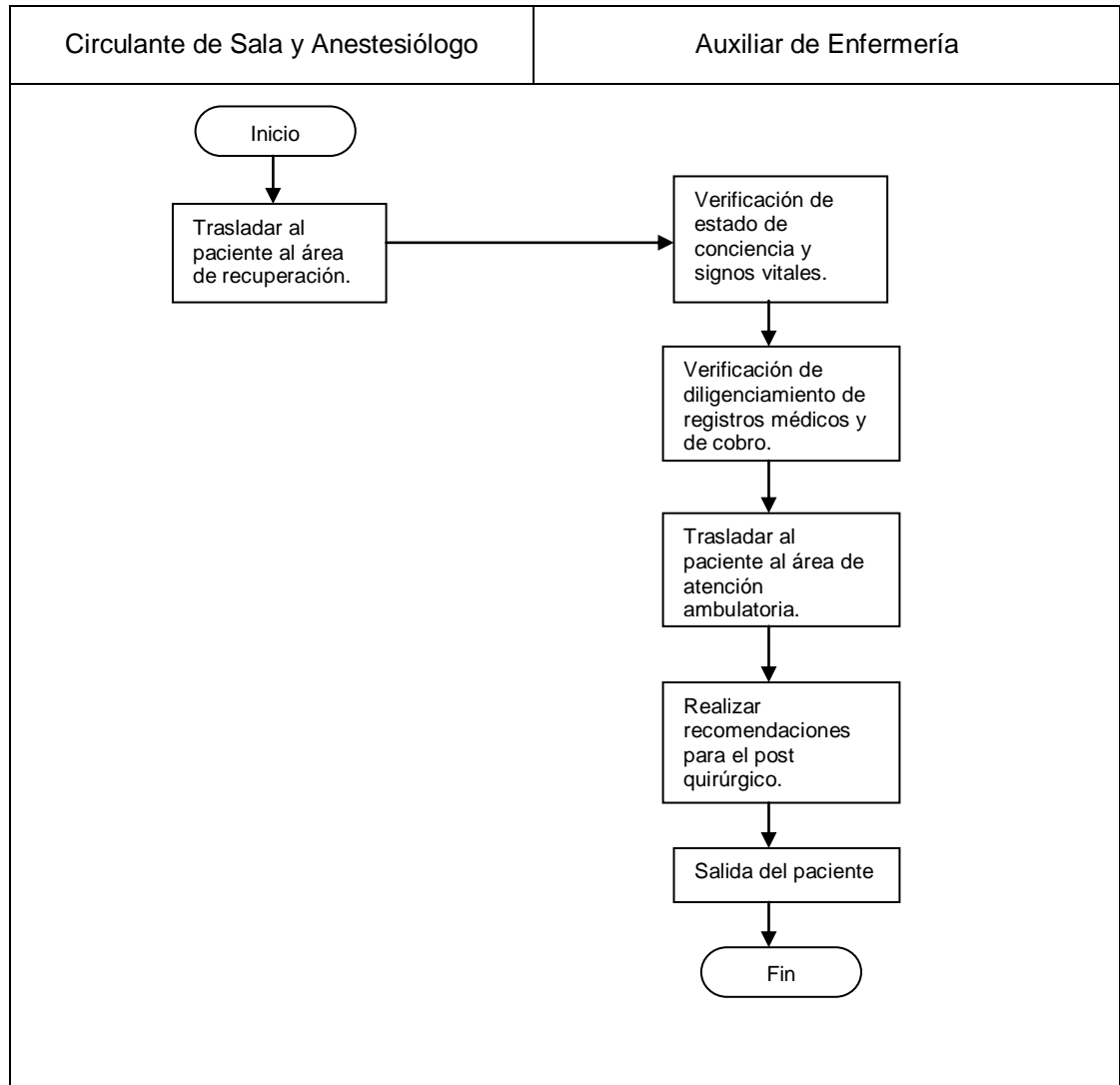
f) Proceso: Egreso de Salas de Cirugía.

Tabla 7. Descripción de Actividades

	Qué	Quién	Cuando	Dónde	Para qué	Cómo
	Inicio					
1	Trasladar al paciente al área de recuperación luego de realizado el procedimiento quirúrgico.	Circulante de sala y anesthesiólogo	Luego de finalizar el acto quirúrgico y/o cuando la condición del paciente lo permita.	Recuperación.	Para asistir al paciente en el proceso de recuperación quirúrgica y anestésica.	Mediante monitoreo permanente de sus signos vitales y estado de conciencia.
2	Verificación de estado de conciencia y signos vitales.	Auxiliar de enfermería.	En el momento de ingresar a recuperación.	Recuperación.	Para verificar que el proceso de recuperación sea adecuado.	Mediante monitoreo permanente de sus signos vitales y estado de conciencia.
3	Verificación de formatos de registro médico y de cobro.	Auxiliar de enfermería.	Posterior a la realización del acto quirúrgico y durante su estadía en recuperación y cirugía ambulatoria.	Cirugía Ambulatoria.	Para asegurarse que el registro y cobro del procedimiento realizado sea el adecuado.	Mediante vigilancia de diligenciamiento correcto de descripción operatoria y RIPS.
4	Trasladar al paciente al área de atención ambulatoria.	Auxiliar de enfermería.	Luego de asegurar un adecuado estado de conciencia y signos vitales.	Atención Ambulatoria.	Para disminuir la presencia de complicaciones post quirúrgicas o anestésicas.	Mediante monitoreo permanente de sus signos vitales y estado de conciencia.
5	Recomendaciones y salida del paciente.	Auxiliar de enfermería.	Luego de recuperación, tolerancia a vía oral y disminución del dolor.	Atención Ambulatoria.	Retorno a ambiente familiar.	Impartiendo instrucciones médicas, entrega de fórmulas y registros al familiar o acudiente.
	Fin					

Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

Figura 9. Diagrama de flujo: Egreso de Salas de Cirugía.



Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

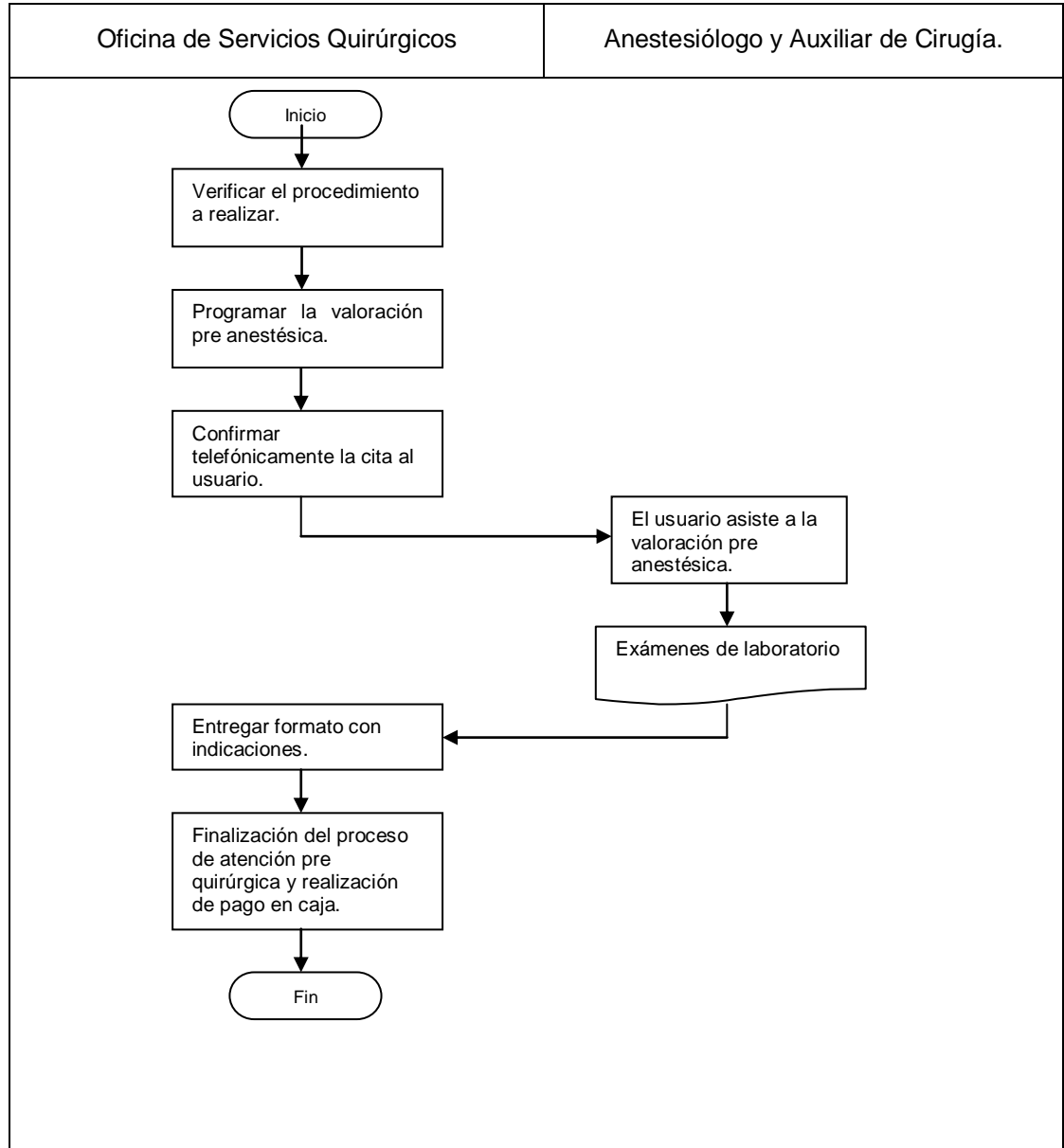
g) Proceso: Programación de Valoración Pre-anestésica.

Tabla 8. Descripción de Actividades

	<i>Qué</i>	<i>Quién</i>	<i>Cuando</i>	<i>Dónde</i>	<i>Para qué</i>	<i>Cómo</i>
	Inicio					
1	Verificación de procedimiento.	Asesora de servicios quirúrgicos.	En el momento de revisar la historia clínica del paciente.	Oficina de Servicios Quirúrgicos.	Para asegurarse del procedimiento a realizar.	Constatando en la historia clínica.
2	Programación consulta pre anestésica.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Lunes y miércoles.	Oficina de Servicios Quirúrgicos.	Para revisar el estado general del paciente.	Revisando el listado de pacientes programados para cirugía.
3	Confirmación telefónica al usuario.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Un día antes a la fecha programada.	Oficina de Servicios Quirúrgicos.	Para confirmarle al usuario la fecha de la valoración pre anestésica.	Informándole telefónicamente la fecha y hora de la cita,
4	Valoración pre anestésica.	Anestesiólogo.	En la fecha y hora programada.	Consultorio de Pre-anestesia.	Para realizar examen general por parte del anestesiólogo.	Mediante el examen médico general.
5	Verificación de exámenes de laboratorio.	Anestesiólogo.	En el momento de la valoración pre anestésica.	Consultorio de pre-anestesia.	Para asegurar que el usuario se encuentre en óptimas condiciones de salud.	Mediante el análisis de los exámenes.
6	Entregar formato con indicaciones.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Cuando haya finalizado la valoración pre anestésica.	Oficina de Servicios Quirúrgicos.	Para que el usuario esté bien preparado en la fecha de la cirugía.	Mediante entrega del documento escrito.
7	Finalización del proceso de atención pre-quirúrgica y pago en la caja de la F.O.V.	Asesora de servicios quirúrgicos.	Posterior a la valoración con el anestesiólogo.	Oficina de servicios quirúrgicos.	Para tener todo en orden el día de la cirugía.	Mediante información clara y precisa.
	Fin					

Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

Figura 10. Diagrama de Flujo: Programación de Valoración Pre-anestésica.



Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos F.O.V

h) Proceso: Exámenes Especiales

Tabla 9. Descripción de Actividades

	Qué	Quién	Cuando	Dónde	Para qué	Cómo
	Inicio					
1	Recepción de la documentación para la atención.	Auxiliar de atención al usuario.	Cuando el usuario se presenta para el examen.	Sección Atención al Usuario.	Para verificar el cumplimiento de los requisitos para la atención.	Revisando los documentos, soportes orden de atención, remitente, carné y documento de identificación.
2	Verificar en la orden de servicios si el usuario debe cancelar copago.	Auxiliar de atención al usuario.	Cuando el usuario se presenta para el examen.	Sección Atención al Usuario.	Para legalizar la atención.	Verificando cubrimiento de la orden.
3	El usuario debe cancelar copago.	Auxiliar de caja.	Al momento de verificar en orden de servicios el valor a pagar.	Sección Caja.	Para recaudar ingresos por este concepto.	Registrando el valor en caja.
4	El usuario no debe cancelar copago.	Auxiliar de atención al usuario.	En el momento de la atención.	Sección Atención al Usuario.	Para no recaudar ingresos por este concepto.	Verificando en la orden de servicios.
5	Diligenciar hoja RIPS.	Auxiliar de atención al usuario.	Cuando se tenga toda la documentación soporte del examen.	Sección Atención al Usuario.	Para facturar el servicio prestado a la entidad remitente.	Entregando los soportes a facturación.
6	Orientar al usuario al área de Exámenes Especiales.	Auxiliar de atención al usuario y personal de vigilancia.	Cuando se termine el proceso de atención inicial.	Sección de Atención al Usuario y Vigilancia.	Para la preparación previa al examen.	Orientando al usuario al lugar donde debe esperar para ser atendido.
7	Verificación de todos los documentos.	Auxiliar de exámenes especiales	Cuando el usuario llega al área de Exámenes Especiales.	Sección de Exámenes Especiales.	Para preparación y práctica del examen.	Verificando documentación y agenda programada.
8	Ingreso de datos al sistema, e información al usuario sobre el tipo de examen a realizar.	Auxiliar de exámenes especiales	En el momento previo a realizar el examen.	Sección de Exámenes Especiales.	Para que el usuario esté informado sobre el examen que le van a practicar.	A través de comunicación directa con el usuario y el familiar.
9	Práctica de examen diagnóstico.	Auxiliar de exámenes especiales y/o medico si el caso lo requiere.	Cuando el usuario ingresa a la sala de imágenes.	Sala de Imágenes Diagnósticas.	Para proceder a la práctica del examen.	De acuerdo al tipo de examen se maneja el equipo respectivo.

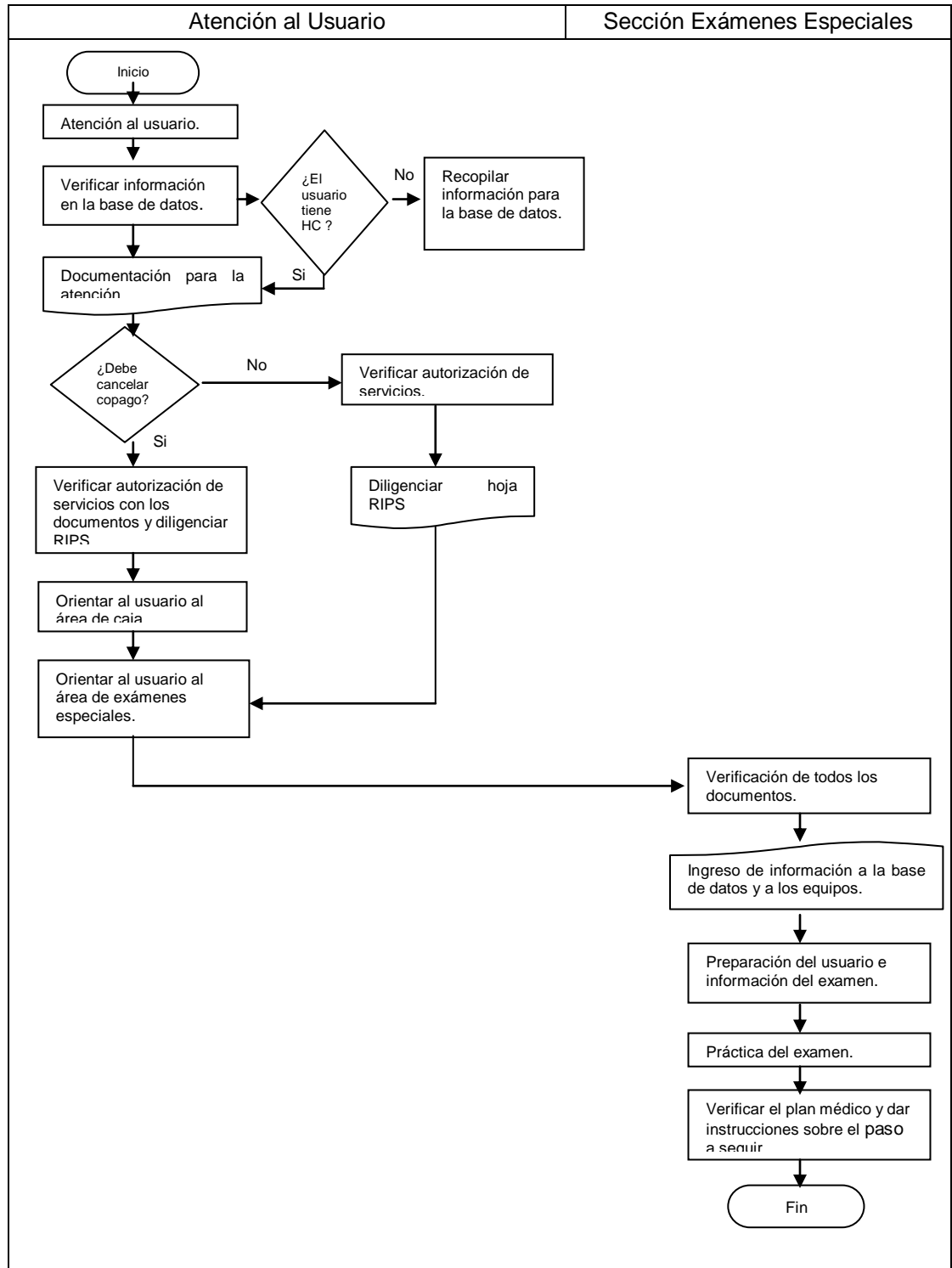
AUDITORÍA DEL SERVICIO



10	Verificar el plan médico y dar instrucciones de los pasos a seguir después de recibidos los resultados de los exámenes.	Auxiliar de exámenes especiales	En el momento de finalizar la práctica del examen.	Sala de Imágenes Diagnósticas.	Para programar otra cita médica y realizar un plan médico o modificarlo.	A través de comunicación directa con el usuario y el familiar.
	Fin					

Fuente: Propia de la Investigación

Figura 11. Diagrama de Flujo: Imágenes Diagnósticas



Fuente: Propia de la Investigación

CAPÍTULO III.

MARCO METODOLÓGICO

3.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo mejorar el grado de satisfacción de los usuarios externos y fortalecer el portafolio de servicios prestado en la FUNDACION OFTALMOLÓGICA VEJARANO, a partir del diseño de una auditoría del servicio?

3.2. OBJETIVOS DE LA AUDITORIA DEL SERVICIO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Ejecutar una auditoría del servicio para identificar los niveles de satisfacción e insatisfacción del cliente externo y de la competencia de la Fundación Oftalmológica Vejarano.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los índices de satisfacción del servicio, expresados por el cliente externo de la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- Identificar los niveles de competencia de la Fundación Oftalmológica Vejarano, desde la percepción del cliente externo.
- Diseñar un plan de mejoramiento del servicio.

La Gerencia de la Fundación Oftalmológica Vejarano manifestó su decisión de realizar auditoría del servicio al cliente externo e institucional, excluyendo al cliente interno; razón por la cual únicamente se describen los índices de satisfacción orientados al cliente externo.

3.3. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

El índice de satisfacción, es un parámetro de referencia cuyo objetivo es cuantificar la calidad del servicio que una organización ofrece a sus clientes.⁶

⁶ SERNA GÓMEZ. Humberto. Óp. Cit. página 23

3.4. ÍNDICES ORIENTADOS AL CLIENTE EXTERNO

3.4.1. ÍNDICES GENERALES

Los índices generales son aquellos que resultan de compaginar e integrar toda la información obtenida y procesada en la auditoría. Dichos índices se clasifican en dos categorías: Índices reales e índices perceptivos⁷.

a) Índice Real

El índice de satisfacción y competitividad real, es aquel que se obtiene como resultado del cálculo matemático de ponderar los índices objetivos particulares de cada concepto evaluado.

El índice real es la calificación que hace el cliente sobre índices objetivos del servicio y es real porque se basa en hechos cuantificables. Por ejemplo: Tiempo de entrega, despachos, solución de reclamos.

b) Índice Perceptivo

El índice de satisfacción perceptivo, es aquel que define el cliente de acuerdo con su percepción general de la calidad del servicio que recibe.

Este es un índice subjetivo que puede estar influenciado por la calidad de la última experiencia del cliente con la organización. Ejemplos de este índice son amabilidad, atención, oportunidad, trato personal, opinión y trato de los colaboradores. Sin embargo, a pesar de la subjetividad, sus resultados pueden aportar e impactar los procesos de calidad y mejoramiento continuo de la organización.

3.4.2. ÍNDICES ESPECÍFICOS

Además de los índices generales, la auditoría debe proveer índices específicos sobre diferentes áreas relacionadas con el servicio al cliente. Estos pueden

⁷ SERNA GÓMEZ. Humberto. Óp. Cit. Página 23

clasificarse en índices de infraestructura, imagen corporativa, comerciales, de procesos internos, de productos, de recurso humano y post-venta.

Para la realización de la auditoría se tuvo en cuenta los índices específicos de infraestructura, imagen corporativa, procesos internos, productos y recurso humano.

a) Índices relativos a la infraestructura

Son aquellos que evalúan la satisfacción del cliente con respecto a la calidad de la planta física de la organización auditada, en términos de: vías de acceso, localización, distribución interior, orden, aireación, decoración, señalización, ambiente, aseo, visualización de avisos internos y externos, facilidad de parqueo, facilidad en la comunicación telefónica o escrita, entre otros.

b) Índices relacionados con la imagen corporativa

Corresponde a aquellos índices de satisfacción con la organización, en cuanto a su tradición, respaldo, proyección, posicionamiento, confianza, capacidad de negociación, etc.

c) Índices sobre los procesos internos

Estos índices sobre procesos internos definen la satisfacción del cliente en relación con las actividades de la organización que determinan la agilidad y la atención.

Índices relacionados con los procesos internos pueden ser: despachos, cobranzas, transporte, toma de decisiones, solución de reclamos y problemas, capacidad decisoria de los colaboradores frente al cliente, niveles burocráticos a los que debe acudir el cliente, disponibilidad de personal para la atención al público, horarios de atención, políticas, normas y reglas, etc.

d) Índices de satisfacción sobre los productos

Determinan la satisfacción del cliente con respecto a las características de los productos o servicios que la organización ofrece; puede ser la satisfacción en lo relativo a la variedad de productos, la innovación, la tecnología utilizada, las características técnicas del producto, etc.

e) Índices sobre el recurso humano

Los índices sobre el recurso humano, definen el concepto del cliente externo con respecto a la calidad de formación y del servicio que ofrece el cliente interno. Por ejemplo; el nivel educativo, la capacidad de toma de decisión y de asesoría, el conocimiento del producto y del cliente externo.

3.5. ÍNDICE DE COMPETENCIA

El índice de competencia en el contexto de la auditoría del servicio, es un parámetro de referencia cuyo objetivo es cuantificar y comparar la calidad del servicio que una organización ofrece a sus clientes, con respecto a su competencia directa.⁸

Asimismo es importante apreciar algunos conceptos como:

- Factores generadores de satisfacción e insatisfacción

Los índices son el resultado de medir la satisfacción o insatisfacción de un cliente frente a un hecho que genera o no satisfacción.

Un factor generador de satisfacción, es aquel que resalta, permite al cliente expresar y calificar su acuerdo y satisfacción con la calidad del servicio que recibe de una organización.

Un factor generador de insatisfacción, es una percepción o un hecho que el cliente manifiesta y califica, de conformidad con el servicio que recibe.

- Momento de Verdad

La filosofía de la gerencia de servicios sugiere que todos tienen algo que aportar para lograr que el usuario quede satisfecho con el servicio. No cabe duda de que cualquiera que tenga contacto directo con el usuario debe hacer todo lo que esté a su alcance para ocuparse de sus necesidades.

El momento de verdad es cualquier situación en la que el usuario se pone en contacto con cualquier aspecto de la organización y obtiene una impresión sobre la calidad de su gestión.

“Un momento de verdad es ese preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro negocio y sobre la base de ese contacto se forma una

⁸ SERNA GÓMEZ. Humberto. Óp. Cit.

*opinión acerca de la calidad del servicio y virtualmente la calidad del producto*⁹
Es importante resaltar que la suma total de los posibles momentos de verdad que experimentan los usuarios, intervengan o no las personas, constituyen la imagen del servicio de cualquier organización, todo empleado que presta un servicio se enfrenta a controlar el resultado del momento de verdad, teniendo dominio sobre su comportamiento con el usuario.

3.6. TIPO DE INVESTIGACION

La metodología utilizada en la Auditoría del Servicio se centra en la recolección y análisis de información proveniente de los usuarios (externos e institucionales) de la FUNDACION OFTALMOLOGICA VEJARANO, para determinar su grado de satisfacción e insatisfacción respecto al servicio y de esta manera presentar un plan de mejoramiento para lograr el objetivo deseado; todo lo anterior apoyándose en fuentes secundarias de información tales como libros relacionados con el tema, documentos en línea y otras fuentes que brinden apoyo en el estudio.

Para el desarrollo del trabajo se parte de una investigación cualitativa, utilizando estudios exploratorios con el fin de lograr un sondeo de las dificultades que presenta la F.O.V, con relación a la prestación del servicio a sus usuarios.

Posteriormente se procede a realizar una investigación descriptiva cuyo objetivo está encaminado a determinar los índices de satisfacción e insatisfacción de los usuarios, de tal forma que con la información adquirida se formule el plan de mejoramiento orientado a la prestación del servicio ofrecido por la Fundación.

Los estudios descriptivos generalmente acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y la encuesta.

3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.7.1. CLIENTE EXTERNO

Población

*“Una población es el total de todos los elementos que comparten algún conjunto de características comunes y que comprenden el universo del propósito del problema”.*¹⁰

Para el caso, la población está representada por el número total de usuarios de la

⁹ Karl Albrecht; Destacado consultor de negocios y escritor.

¹⁰ MALHOTRA. Naresh K. Investigación de mercados: Un enfoque aplicado. Cuarta edición. México. 2004. Página 314

FUNDACION OFTALMOLOGICA VEJARANO, con sede de atención en la ciudad de Popayán.

Elemento: Usuarios de la Fundación Oftalmológica Vejarano.

Unidad de muestra: Usuarios externos de la Fundación Oftalmológica Vejarano.

Marco Muestral.

“El marco de muestreo es la representación de los elementos de la población objetivo.”¹¹

Para el caso concreto se solicitó a la Coordinadora del Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud, un listado de los usuarios que acudieron a consulta en los meses de noviembre, diciembre y enero. Se realizó un promedio para aplicar la fórmula y de esta manera la obtención de la muestra.

Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo utilizado en el desarrollo del trabajo de pasantía es: Muestreo Aleatorio Simple; técnica de muestreo probabilístico en el que cada elemento en la población tiene una probabilidad de selección conocida y equitativa.

Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra se refiere al número de elementos que se incluirán en el estudio.

Para su cálculo se tomó el listado de los usuarios que acudieron a consulta en los meses de noviembre, diciembre y enero, obteniendo un promedio de 694 personas.

Tabla 10. Nº de usuarios que acudieron a consulta.

Meses	Número de usuarios que acudieron a consulta
Noviembre	751
Diciembre	543
Enero	787
Total	2081
Promedio	694

Fuente: Propia de la Investigación

¹¹ MALHOTRA. Naresh K. Óp. Cit. Página 316

Z= Nivel de Confianza	90% = 1.645
e= Error de estimación	5% = 0.05
p= Probabilidad a favor	80% = 0.8
q= Probabilidad en contra	20% = 0.2
N= Población	694 (Promedio usuarios del servicio en los meses de noviembre, diciembre y enero)
n= Tamaño de la muestra	

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N-1)E^2 + Z^2 P * Q}$$

$$n = \frac{694 (1.645)^2 * 0.8 * 0.2}{693 (0.05)^2 + (1.645)^2 * 0.8 * 0.2}$$

$$n = \cong 139$$

3.7.2. CLIENTE INSTITUCIONAL

Los clientes institucionales son las diferentes entidades con domicilio en la ciudad de Popayán, que tienen contrato vigente con la Fundación Oftalmológica Vejarano. Para este caso se realiza un censo ya que el tamaño de la población es bastante pequeño.

“El censo incluye una enumeración completa de los elementos de una población”.¹²

Para determinar las entidades con contrato vigente, se solicitó la base de datos de las personas que intervienen directamente en la contratación de servicios con la Fundación Oftalmológica Vejarano. Una vez revisado el listado se procedió a establecer contacto telefónico con el fin de concertar las citas para la aplicación de la encuesta.

Entidades que tienen contratos activos con la Fundación Oftalmológica Vejarano:

¹² MALHOTRA. Naresh K. Óp. Cit. Página 314

- CONSORCIO COSMITET
- SALUDCOOP
- ASMET SALUD
- BANCO DE COLOMBIA
- INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
- LIBERTY SEGUROS
- SANITAS E.P.S, COLSANITAS
- UNIVERSIDAD DEL CAUCA
- SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE -SENA-
- ASOCIACION INDIGENA DEL CAUCA
- COOMEVA MEDICINA PREPAGADA
- COOMEVA E.P.S
- POLICIA NACIONAL
- CAPRECOM
- SERVICIO OCCIDENTAL DE SALUD
- SEGUROS SURAMERICANA
- I.P.S COMFACAUCA
- COMFENALCO
- ALPINA
- GENERALI
- POSITIVA
- EMTEL
- SALUD VIDA
- SELVA SALUD
- SECRETARIA DE SALUD DEPARTAMENTAL
- SALUD CONDOR

3.8. DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la obtención de los datos provenientes de los usuarios, se emplea la encuesta con el objetivo de evaluar el ciclo del servicio de manera exhaustiva.

La principal ventaja de la encuesta, es que permite recolectar una gran cantidad de datos acerca de un entrevistado en un momento dado, la segunda ventaja de

*este método es su versatilidad; las encuestas pueden emplearse virtualmente en cualquier escenario y se adaptan a los objetivos de investigación.*¹³

La herramienta seleccionada se aplica de manera personal tanto a los usuarios que asisten a consulta, como a los usuarios institucionales de la Fundación Oftalmológica Vejarano. Considerando que son usuarios diferentes, se realiza un modelo de encuesta para cada uno, con la intención de obtener información precisa acerca de su valiosa opinión a fin de evaluar el servicio. **(Anexos A y B)**

En la realización de los cuestionarios, se formula el contenido de las preguntas clasificándolas en abiertas y cerradas. El objetivo de las preguntas abiertas es evaluar las opiniones de los usuarios sobre su percepción del servicio.

Las preguntas cerradas se clasifican en preguntas de respuesta múltiple en las que se ofrece más de dos alternativas de selección con respecto a una característica de calidad del servicio y preguntas dicotómicas o de selección forzada, en las que se ofrecen dos alternativas de selección de respuesta.

Una vez estructurados los cuestionarios, se ejecutó la revisión por parte del asesor académico y empresarial en donde sugirieron ajustes en el contenido y orden de las preguntas. Inmediatamente se procedió a realizar una prueba piloto de la encuesta para el usuario que asiste a consulta, con el fin de determinar posibles fallas e iniciar correctivos para la aplicación.

Efectuados los ajustes se obtuvo el modelo definitivo del cuestionario para iniciar el trabajo de campo en las instalaciones de la Fundación.

Se estableció que la encuesta al usuario institucional, debía aplicarse una vez se terminara con las encuestas al usuario que asiste a consulta.

3.9. TRABAJO DE CAMPO

Con el cuestionario definitivo se procedió a encuestar a los usuarios que acudieron a consulta en las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano, la encuesta fue aplicada por la pasante, con el fin de disminuir al máximo posibles fallas.

¹³ AAKER. KUMAR. DAY. Investigación de mercados. Cuarta edición. Grupo Noriega Editores. México D.F. 2003. página 217

Una vez finalizada la aplicación de encuestas en las instalaciones de la Fundación, la pasante; previa cita, visitó cada entidad con el fin de aplicar la encuesta institucional. Es importante precisar que no fue posible aplicar la totalidad de encuestas institucionales ya que algunas entidades como: GENERALI, LIBERTY SEGUROS y BANCOLOMBIA, realizan la contratación del servicio, directamente desde sus sedes principales en otras ciudades, lo cual, dificultó la obtención de información. En otras entidades como COSMITET, COOMEVA E.P.S, ASMET SALUD y SECRETARIA DEPARTAMENTAL DE SALUD, no fue posible conseguir una cita ya que las personas idóneas para responder la encuesta no disponían de tiempo.

En la E.P.S SERVICIO OCCIDENTAL DE SALUD, la Gerente argumentó que debía discutir las preguntas del cuestionario con sus colaboradores e inmediatamente estuviese lista ella lo haría saber, al no recibir respuesta, la pasante se acercó a la entidad tres veces pero no tuvo éxito ya que la encuesta no había sido aplicada, por lo cual, se decidió no seguir insistiendo.

En SALUDCOOP fue posible conseguir una cita, pero la encuesta no fue tenida en cuenta ya que no hubo respuesta a la totalidad de las preguntas, debido a que la Médica Auditora argumentó que no conocía muy bien el servicio dado que solo accedían a él, cuando sus afiliados interponían tutelas.

3.10. PROCESAMIENTO DE DATOS

Finalizado el trabajo de campo, se procedió a realizar la revisión de la información, con el fin de detectar errores y ordenar los datos de manera que facilitara su tabulación, clasificando las preguntas cerradas de acuerdo a los índices de satisfacción.

Las siguientes tablas muestran los índices evaluados en cada pregunta.

Tabla 11. Clasificación de las preguntas Cliente Externo

<i>Índices Generales</i>	<i>Pregunta</i>
✓ Real	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
✓ Perceptivo	1

<i>Índices Específicos</i>	<i>Pregunta</i>
✓ Imagen Corporativa	2 (a, b, c)
✓ Productos	3
✓ Infraestructura	4 (a, b, c, d, e)
✓ Talento Humano	5, 6 (a, b, c, d)
✓ Procesos Internos	7 (a, b, c), 8

Fuente: Propia de la Investigación

Tabla 12. Clasificación de las preguntas Cliente Institucional

<i>Índices Generales</i>	<i>Pregunta</i>
✓ Real	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
✓ Perceptivo	1
<i>Índices Específicos</i>	<i>Pregunta</i>
✓ Imagen Corporativa	2 (a, b, c)
✓ Talento Humano	3, 4 (a, b, c, d)
✓ Infraestructura	6 (a, b, c, d, e)
✓ Productos	7 (a, b)
✓ Procesos Internos	8 (a, b, c), 9

Fuente: Propia de la Investigación

El procesamiento de datos correspondiente a la Auditoría del Servicio se clasifica en: Procesamiento de datos cuantitativos y procesamiento de datos cualitativos.

- a) Datos Cuantitativos:** Una vez obtenida la alternativa de respuesta para cada pregunta, se asignó los porcentajes de satisfacción de acuerdo a los tipos de pregunta utilizados dentro del cuestionario y de esta manera obtener el índice de satisfacción por cada pregunta, teniendo en cuenta la siguiente tabla.

Tabla 13. Porcentaje de Satisfacción

Tipo de Pregunta	Alternativa de Respuesta	Porcentaje
Respuesta múltiple	Muy Satisfecho	100
	Satisfecho	75
	Indiferente	50
	Insatisfecho	25
	Muy Insatisfecho	0
	Muy Bueno	100
	Bueno	75
	Regular	50
	Malo	25
	Muy Malo	0
	Siempre	100
	Casi siempre	66.6
	Algunas veces	33.3
	Nunca	0
	Excelente	100
	Bueno	66.6
Regular	33.3	
Malo	0	
Dicotómicas	Si	100
	No	0
Competencia	Superior	100
	Igual	66.6
	Inferior	33.3

Fuente: Propia de la Investigación

b) Datos cualitativos

Se revisaron las sugerencias y recomendaciones que hicieron los clientes externos e institucionales, para luego determinar las frecuencias y luego calcular las frecuencias porcentuales correspondientes a cada comentario. Para realizar el análisis, se utilizaron gráficas de histogramas de frecuencia, en los cuales se recopila la información de las tablas de frecuencia. **(Anexos C y D).**

Para clasificar los índices obtenidos y determinar los factores generadores de satisfacción críticos, estables y diferenciadores se emplea la *MATRIZ DE NIVELES DE SATISFACCIÓN (MNS)*¹⁴.

¹⁴ SERNA GÓMEZ. Humberto. Óp. Cit. Página 158

Tabla 14. Matriz de Niveles de Satisfacción

Nivel de Satisfacción	Rango Porcentual	Clase de Factor
Bajo	0 ----- 89	Crítico
Aceptable	90 ----- 94	Estable
Bueno	95 ----- 99	Diferenciador Leve
Excelente	100	Diferenciador

Fuente: SERNA GÓMEZ. Humberto. 1996

Para determinar la competencia se emplea la *MATRIZ DE NIVELES DE COMPETENCIA (MNC)*¹⁵ tiene como objetivo fundamental clasificar los índices de competencia obtenidos con el propósito de determinar amenazas, similitudes y oportunidades de diferenciación en la calidad del servicio que la organización ofrece, con relación a su competencia directa.

Tabla 15. Matriz de Niveles de Competencia

Nivel de Competencia	Rango Porcentual	Clase de Factor
Inferior	0 ----- 60	Crítico
Igual	61 ----- 72	Estable
Superior	73 ----- 100	Diferenciador

Fuente: SERNA GÓMEZ. Humberto. 1996

¹⁵ SERNA GÓMEZ. Humberto. Óp. Cit. Páginas 163, 165.

CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1. Índices Orientados al Cliente Externo

4.1.1. Análisis Cuantitativo

Índices Generales

➤ Índice Real

Tabla 16. Índice Real

Criterio	Valor %
Imagen Corporativa	94.5
Productos	97.3
Infraestructura	82.6
Recurso Humano	84.6
Procesos Internos	77.8
Total	87.4

Fuente: Propia de la Investigación

El Índice Real es aquel que se obtiene como resultado del cálculo matemático de ponderar los índices objetivos del servicio. Para establecer el valor porcentual se evaluó cada uno de los criterios relacionados con los índices de: Imagen Corporativa, Productos, Infraestructura, Recurso Humano y Procesos Internos, lo cual promedió un total de 87.4%, que ubicado dentro de la Matriz de Niveles de Satisfacción (MNS) corresponde al nivel bajo de aceptación, aun así, es una calificación que se aproxima al nivel aceptable (90...94), por lo cual podría considerarse relativamente estable.

Los usuarios se encuentran muy satisfechos en lo relacionado con la tecnología (Índice de Productos 97.3%) ya que en el departamento del Cauca, la Fundación Oftalmológica Vejarano, es la única institución que posee los equipos propios para la realización de los diferentes procedimientos y exámenes diagnóstico y con la solidez, confianza y seriedad (Índice de Imagen Corporativa 94.5%) aspectos que han generado entre sus usuarios gran satisfacción. Según la Matriz de Niveles de Satisfacción estos dos índices se clasifican como factores diferenciadores leves. Evaluando los índices restantes, se puede concluir que los usuarios se encuentran

un poco insatisfechos en lo relacionado a la infraestructura (82.6%), la razón principal es su inconformidad con la disponibilidad de estacionamiento.

El índice de recurso humano (84.6%) y procesos internos (77.8%), se encuentran en un nivel bajo, debido a que se manifestó demoras en la asignación de citas y retrasos en las horas pactadas para la consulta médica (procesos internos) e inquietudes en lo referente a la claridad de la información suministrada (recurso humano).

➤ **Índice Perceptivo**

Tabla 17. Índice Perceptivo

Criterio	Valor %
Satisfacción del cliente externo con el servicio ofrecido por la F.O.V	81.7
Total	81.7

Fuente: Propia de la Investigación

El Índice perceptivo general es aquel que define el usuario de acuerdo con su percepción general de la calidad del servicio que recibe. Este índice alcanzó el 81.7% ubicado dentro del rango bajo de la Matriz de Niveles de Satisfacción. Es importante precisar que en su mayoría, los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio, solo unos pocos se encuentran insatisfechos debido a algunas experiencias con diagnósticos médicos y oportunidad en la atención.

Índices Específicos

➤ **Índice Relacionado con la Imagen Corporativa**

Tabla 18. Índice Relacionado con la Imagen Corporativa

Criterio	Valor %
Seriedad	96.8
Confianza	95.6
Solidez	91.2
Total	94.5

Fuente: Propia de la Investigación

La Imagen Corporativa con un índice del 94.5%, muestra un aspecto cuyos criterios evaluados se encuentran dentro del nivel de satisfacción bueno de acuerdo a lo planteado en la Matriz de Niveles de Satisfacción.

De lo anterior se puede concluir que la seriedad, confianza y solidez representados por un 96.8%, 95.6% y 91.2% respectivamente, son porcentajes altos, catalogados como factores diferenciadores que posicionan a la Fundación Oftalmológica Vejarano, como una institución líder en la especialidad de Oftalmología. La razón que exponen los clientes externos se debe no solo a que la institución proyecta una buena imagen a la comunidad, si no que genera confianza y seriedad en todo lo relacionado con el manejo médico.

➤ **Índice Relacionado con los Productos**

Tabla 19. Índice relacionado con los Productos

Criterio	Valor %
Satisfacción respecto a la tecnología utilizada en la prestación del servicio.	97.3
Total	97.3

Fuente: Propia de la Investigación

El criterio que se tuvo en cuenta para evaluar este índice fue la tecnología utilizada en la prestación del servicio. Se obtuvo un porcentaje de 97.3, resultado que lo ubica dentro de un nivel de satisfacción bueno de acuerdo a lo planteado en la matriz ya definida.

El nivel de satisfacción en este aspecto es alto ya que la Fundación es la única institución en el departamento que posee los equipos y la tecnología propia para una atención integral.

➤ **Índice Relacionado con la Infraestructura**

Tabla 20. Índice relacionado con la Infraestructura

Criterio	Valor %
Facilidad de comunicación telefónica.	83.5
Orden y aseo.	89.9
Iluminación.	90.3
Comodidad.	87.7
Disponibilidad de estacionamiento.	61.7
Total	82.6

Fuente: Propia de la Investigación

La infraestructura con un índice de 82.6% se clasifica dentro del rango bajo contemplado en la Matriz de niveles de Satisfacción, la razón principal es la insatisfacción en lo relacionado con la disponibilidad de estacionamiento (61.7%).

El orden y aseo y la iluminación representados por un 89.9% y 90.3% respectivamente, son catalogados como factores estables ubicados dentro del nivel de satisfacción aceptable. Los usuarios manifestaron sentirse en un ambiente cálido y acogedor en el sitio de espera.

➤ Índice Relacionado con el Recurso Humano

Tabla 21. Índice relacionado con el Recurso Humano

Criterio	Valor %
Nivel de satisfacción respecto a la calidad técnica y humana de los especialistas.	92.5
Conocimiento de funciones laborales.	81.7
Presentación personal.	84.5
Amabilidad en la atención.	83.8
Claridad en la información.	80.6
Total	84.6

Fuente: Propia de la Investigación

El aspecto evaluado que considera el recurso humano, representa una satisfacción con un índice del 84.6%. En este aspecto sobresale la calidad técnica y humana de los especialistas con un índice del 92.5%; considerado como nivel de satisfacción aceptable, ya que el profesionalismo y la calidad humana de los médicos son aspectos que influyen en la decisión de los usuarios de acceder a los servicios prestados por la Fundación Oftalmológica Vejarano.

El conocimiento de las funciones laborales (81.7%) y la claridad en la información (80.6%) se encuentran dentro del nivel bajo de satisfacción, debido a que los usuarios manifestaron experimentar en algunas ocasiones, confusiones al no presentarse unificación de criterios por parte de los empleados.

➤ **Índice Relacionado con los Procesos Internos**

Tabla 22. Índice relacionado con los Procesos Internos

Criterio	Valor %
Rapidez en la asignación de citas.	77.6
Agilidad en los trámites para consulta, exámenes médicos especializados y procedimientos quirúrgicos.	83.4
Agilidad en el horario de atención para la consulta médica.	57.0
Información con anticipación de fecha y hora de la cita y/o cualquier cambio.	93.2
Total	77.8

Fuente: Propia de la Investigación

Procesos Internos con un índice de 77.8% se encuentra en el nivel de satisfacción bajo. La razón de este resultado, se debe a la insatisfacción de los usuarios debido a los retrasos por parte de los médicos especialistas en la hora de atención para la consulta (57.0%), aunque es importante mencionar que algunos usuarios reconocen que tales demoras se deben a la calidad en las consultas médicas.

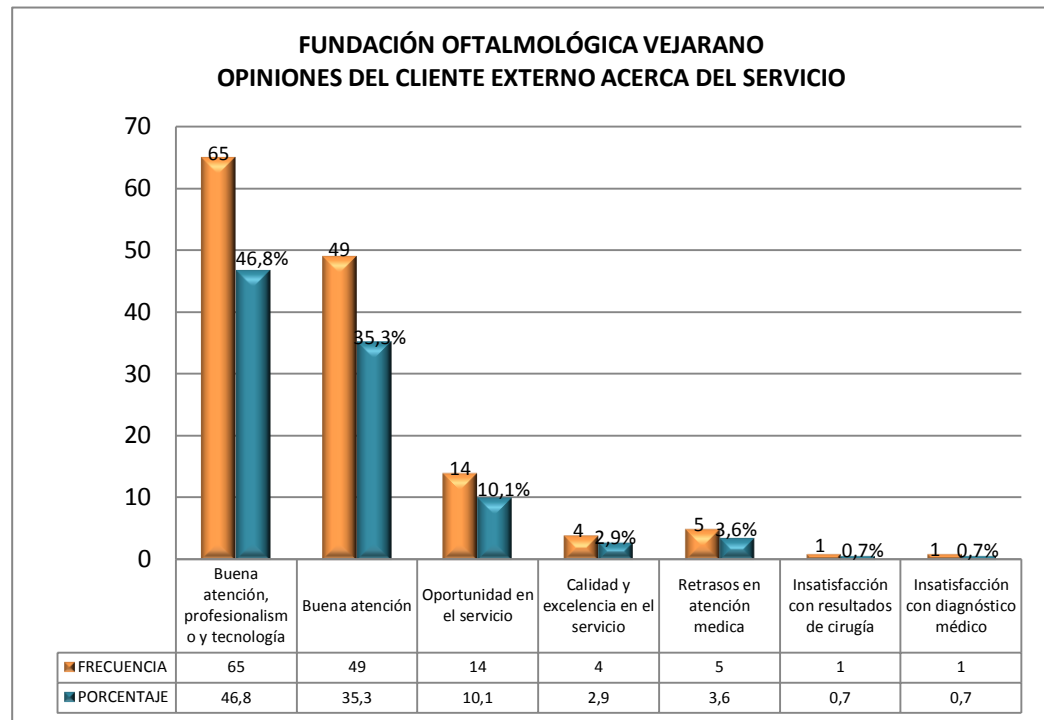
La oportunidad en la asignación de citas (77.6%) se encuentra en el nivel bajo de satisfacción dado que los usuarios afiliados a entidades promotoras de salud perteneciente al régimen contributivo y subsidiado, manifestaron que debían esperar demasiado para acceder a una cita con el especialista. En contraste, los usuarios manifestaron sentirse complacidos por el hecho de recordarles a través de llamadas telefónicas sus citas pendientes o cualquier cambio en la fecha y hora de asignación; criterio que obtuvo un porcentaje de 93.2, catalogado dentro del nivel de satisfacción aceptable. En lo referente a la agilidad en los trámites para consulta, exámenes médicos especializados y procedimientos quirúrgicos se obtuvo un índice de 83.4%, catalogado en el nivel bajo de satisfacción debido a los retrasos en las autorizaciones por parte de las entidades promotoras de salud, en este sentido los usuarios son conscientes de que son situaciones que la Fundación no puede controlar.

4.1.2. Análisis Cualitativo

Este análisis se realizó teniendo en cuenta las opiniones y sugerencias realizadas por los clientes externos durante el desarrollo del trabajo de campo. Las siguientes gráficas son el resultado de las preguntas abiertas formuladas a los usuarios de la Fundación Oftalmológica Vejarano, de las cuales se obtuvo lo siguiente:

AUDITORÍA DEL SERVICIO

Figura 12. Opiniones del Cliente Externo acerca del servicio

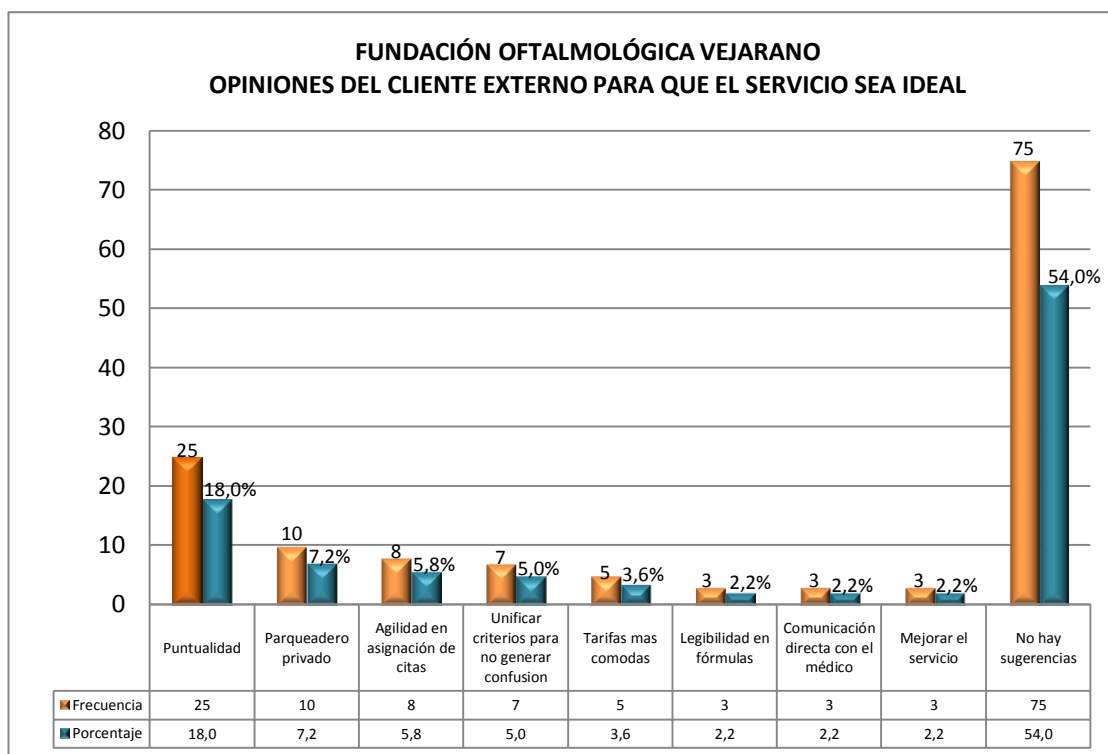


Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: Según la experiencia que usted ha tenido en la Fundación Oftalmológica Vejarano, ¿Cuál es su nivel de satisfacción, respecto al servicio que le han ofrecido?

- El 46.8 % de los usuarios manifestaron haber recibido una buena atención con un alto grado de profesionalismo y tecnología.
- El 35.3% de los usuarios manifestaron sentirse satisfechos debido a la buena atención.
- El 10.1% de los usuarios expresaron su satisfacción porque en la Fundación Oftalmológica Vejarano la atención es oportuna.
- El 2.9% de los usuarios manifestaron su satisfacción porque están convencidos de la calidad y excelencia en el servicio.
- El 3.6% de los encuestados manifestaron inconformidad con el servicio debido a que han experimentado retrasos en la atención médica.
- El 0.7% de los usuarios, correspondiente a una persona, expresó insatisfacción con el resultado de un procedimiento quirúrgico.
- El 0.7% de los usuarios, correspondiente a una persona, argumentó su insatisfacción debido a un diagnóstico médico.

Figura 13. Sugerencias del Cliente Externo para que el servicio sea ideal



Fuente: Propia de la Investigación

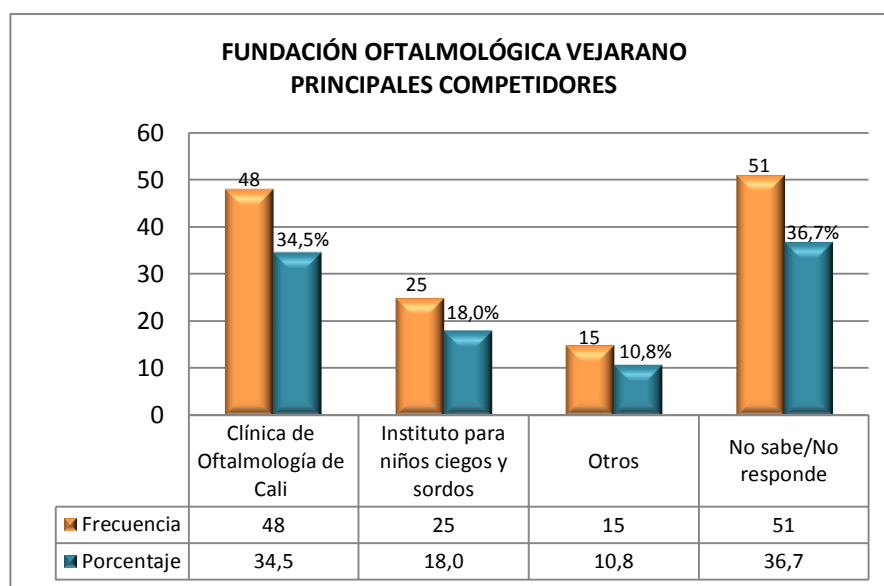
De acuerdo a la pregunta: En su opinión, ¿Qué le hace falta a la Fundación Oftalmológica Vejarano, para que el servicio sea ideal?

- El 18.0% de los usuarios consideraron que debería haber más puntualidad en la hora pactada para la consulta médica.
- El 7.2% de los usuarios sugirieron la posibilidad de tener acceso a un parqueadero privado.
- El 5.8% de los usuarios expresaron que debería haber más agilidad en la asignación de citas.
- El 5.0% de los usuarios manifestaron que los colaboradores de la Fundación deben unificar criterios para no generar confusión en el momento de realizar los trámites para consulta, exámenes o procedimientos quirúrgicos.
- El 3.6% de los encuestados sugirieron que la Fundación debería realizar un ajuste en las tarifas para tener más oportunidad en el servicio.
- El 2.2% de los usuarios sugirieron legibilidad en las fórmulas médicas para agilizar los procesos correspondientes a la autorización de servicios por parte de sus entidades promotoras de salud.

- El 2.2% de los usuarios planteó la posibilidad de lograr comunicación directa con el médico especialista en el momento de generarse alguna duda o inquietud posterior a la consulta y/o procedimiento.
- El 2.2% de los usuarios, simplemente expresaron que se debería mejorar el servicio basándose en otras instituciones en la especialidad de Oftalmología.
- El 54.0% de los usuarios no hicieron comentarios ni sugerencias.

4.1.3. Índices Orientados a la Competencia

Figura 14. Principales competidores de la Fundación Oftalmológica Vejarano, según el Cliente Externo.



Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: ¿Cuáles considera usted, son los dos principales competidores de la Fundación Oftalmológica Vejarano?

- El 34.5% de los usuarios manifestaron que el principal competidor de la F.O.V es la Clínica de Oftalmología de Cali.
- El 18.0% de los usuarios manifestaron que el principal competidor de la F.O.V es el Instituto para Niños Ciegos y Sordos en la ciudad de Cali.
- El 10.8% de los encuestados nombraron otros centros médicos de la ciudad de Cali, como Imbanaco, Oftalmosánitas y la Clínica Oftalmológica de Occidente.
- El 36.7% restante no respondió a la pregunta.

➤ Índice de Competencia

Tabla 23. Índice de Competencia

ASPECTO EVALUADO	CLINICA DE OFTALMOLOGIA DE CALI			INSTITUTO PARA NIÑOS CIEGOS Y SORDOS		
	Superior	Igual	Inferior	Superior	Igual	Inferior
	(73...100)	(61...72)	(0...60)	(73...100)	(61..72)	(0...60)
Calidad	75.3				72.3	
Atención Médica	78.7			81.5		
Imagen	80.8			78.9		
Infraestructura	89.8			90.8		
Tecnología	81.5			84.2		
TOTAL	81.2			83.9	72.3	
FACTOR	Diferenciador	Estable	Crítico	Diferenciador	Estable	Crítico

Fuente: Propia de la Investigación

- El 75.3% de los usuarios consideró que la Clínica de Oftalmología de Cali es superior en calidad frente a la Fundación Oftalmológica Vejarano. El 72.3% de los usuarios manifestó que el aspecto evaluado relacionado con la calidad es similar entre el Instituto para Niños Ciegos y Sordos y la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- En cuanto a la atención médica que presta la Fundación Oftalmológica Vejarano frente a su competencia, el 78.7% de los usuarios consideró que la Clínica de Oftalmología de Cali se encuentra en un nivel superior. En este mismo sentido, el 81.5% de los usuarios manifestó la superioridad del Instituto para Niños Ciegos y Sordos.
- Respecto a la imagen proyectada por parte de la Clínica de Oftalmología de Cali, el 80.8% de los usuarios consideró que es superior frente a la imagen proyectada por la Fundación Oftalmológica Vejarano. El 78.9% consideró que el Instituto para Niños Ciegos y Sordos es superior en imagen.
- Para el 89.8% de los usuarios, las instalaciones de la Clínica de Oftalmología de Cali son superiores frente a las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano, así mismo, el 90.8% de los usuarios expresó que el Instituto para Niños Ciegos y Sordos, es superior en infraestructura frente a la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- En cuanto al aspecto evaluado relacionado con la tecnología, el 81.5% de los usuarios creen que la Clínica de Oftalmología de Cali es superior a la Fundación Oftalmológica Vejarano. De igual manera, el 84.2% de los usuarios manifestó la superioridad del Instituto para Niños Ciegos y Sordos.

4.2. Índices Orientados al Cliente Institucional

4.2.1. Análisis Cuantitativo

Índices Generales:

➤ Índice Real

Tabla 24. Índice Real

Criterio	Valor %
Imagen Corporativa	82.9
Recurso Humano	75.7
Infraestructura	72.4
Productos	81.4
Procesos Internos	76.0
Total	77.7

Fuente: Propia de la Investigación

Para establecer el valor porcentual del índice real, se evaluó cada uno de los criterios relacionados con los índices de: Imagen Corporativa, Recurso Humano, Infraestructura, Productos y Procesos Internos, lo cual promedió un total de 77.7%, que ubicado dentro de la Matriz de Niveles de Satisfacción (MNS) corresponde al nivel bajo de aceptación. Dados los resultados se puede concluir que algunos de los usuarios institucionales se encuentran insatisfechos con la infraestructura (72.4%) debido a que evidenciaron su inconformidad con el parqueadero. El índice de recurso humano (75.7%) y procesos internos (76.0%), se encuentran en un nivel bajo, en términos generales se debe a solicitudes no POS que generan inconveniente con los usuarios e inquietudes en lo referente a la claridad de la información suministrada.

Haciendo referencia a la tecnología (Índice de Productos 81.4%), los usuarios institucionales manifestaron sentirse satisfechos ya que en el departamento del Cauca, la Fundación Oftalmológica Vejarano, es la única institución que posee los equipos propios para realización de los diferentes procedimientos y exámenes diagnóstico.

La imagen corporativa (82.9%), obtuvo el puntaje mas alto del índice real, aun así no alcanza a ubicarse en el nivel aceptable de la matriz de niveles de satisfacción, aunque es preciso aclarar que en su mayoría, los usuarios institucionales se encuentran satisfechos con la seriedad, confianza y solidez que la Fundación Oftalmológica Vejarano proyecta.

Índice Perceptivo

Tabla 25. Índice Perceptivo

Criterio	Valor %
Satisfacción del cliente institucional con el servicio ofrecido por la F.O.V	78.0
Total	78.0

Fuente: Propia de la Investigación

El Índice perceptivo general es aquel que define el usuario de acuerdo con su percepción general de la calidad del servicio que recibe. Este índice se clasifica dentro del rango bajo debido a que alcanzó el 78.0%. La gran mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos; aunque lo ideal, es una percepción del servicio en el nivel más alto de satisfacción. Es importante aclarar que ninguno de los usuarios manifestó insatisfacción.

Índices Específicos

➤ Índice Relacionado con la Imagen Corporativa

Tabla 26. Índice relacionado con la Imagen Corporativa

Criterio	Valor %
Seriedad	82.9
Confianza	81.4
Solidez	84.4
Total	82.9

Fuente: Propia de la Investigación

La Imagen Corporativa con un índice del 82.9%, muestra un aspecto cuyos criterios evaluados se encuentran dentro del nivel de satisfacción bajo de acuerdo a lo planteado en la Matriz de Niveles de Satisfacción.

De lo anterior se puede concluir que la seriedad, confianza y solidez representados por un 82.9%, 81.4% y 84.4% respectivamente, son porcentajes bajos, sin embargo se acercan al nivel aceptable según lo dispuesto en la matriz de niveles de satisfacción. Los usuarios institucionales catalogan a la Fundación Oftalmológica Vejarano como la institución líder en la especialidad de Oftalmología en el departamento del Cauca.

➤ **Índice Relacionado con el Recurso Humano**

Tabla 27. Índice relacionado con el Recurso Humano

Criterio	Valor %
Nivel de satisfacción respecto a la calidad técnica y humana de los especialistas	81.3
Puntualidad	67.3
Amabilidad	79.8
Claridad en la información	73.6
Calidad en la prestación del servicio	76.7
Total	75.7

Fuente: Propia de la Investigación

El aspecto evaluado que considera el recurso humano, representa una satisfacción con un índice del 75.7%. En este aspecto el porcentaje mas alto lo obtuvo el criterio relacionado con la calidad técnica y humana de los especialistas (81.3%); aun así considerado en el nivel de satisfacción bajo. Aunque los usuarios reconocieron el profesionalismo de los médicos especialistas, también manifestaron insatisfacción en algunas conductas médicas. Por otra parte, existe insatisfacción en lo relacionado con la puntualidad (67.3%), debido a que los usuarios han experimentado retrasos en las horas de consulta médica. La amabilidad (79.8%), claridad en la información (73.6%) y calidad en la prestación del servicio (76.7%), están clasificadas dentro del rango bajo de la matriz de niveles de satisfacción. Los usuarios opinaron que podría mejorarse el proceso de comunicación.

➤ **Índice Relacionado con la Infraestructura**

Tabla 28. Índice relacionado con la Infraestructura

Criterio	Valor %
Amplitud	78.9
Iluminación	80.8
Orden y aseo	84.6
Comodidad.	77.0
Disponibilidad de estacionamiento.	40.5
Total	72.4

Fuente: Propia de la Investigación

El índice de Infraestructura es de 72.4% siendo uno de los más bajos porcentajes del índice real. Este índice se obtuvo de la evaluación de las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano respecto a la amplitud (78.9%), iluminación

(80.8%), orden y aseo (84.6%), comodidad (77.0%), y disponibilidad de estacionamiento (40.5%), siendo este último criterio el más bajo del índice de infraestructura, cabe notar que este resultado tan bajo altera de manera significativa el promedio total.

➤ Índice Relacionado con los Productos

Tabla 29. Índice relacionado con los Productos

Criterio	Valor %
Satisfacción respecto a la tecnología utilizada en la prestación del servicio.	89.2
Satisfacción respecto a las subespecialidades	73.5
Total	81.4

Fuente: Propia de la Investigación

El aspecto evaluado que considera el índice relacionado con los productos obtuvo un valor de 81.4%, ubicado en el nivel bajo de la matriz de niveles de satisfacción. Uno de los criterios tenido en cuenta para evaluar este índice, es la tecnología utilizada en la prestación del servicio (89.2%), resultado que genera una satisfacción aceptable entre los usuarios, ya que la Fundación es la única institución en el departamento que posee los equipos y la tecnología propia para una atención integral.

La satisfacción respecto a las subespecialidades es de 73.5%, el nivel de satisfacción en este aspecto es bajo, dado que algunos usuarios institucionales desconocen cuáles son las subespecialidades, por lo cual se mostraron indiferentes afectando el resultado del índice.

➤ Índice Relacionado con los Procesos Internos

Tabla 30. Índice relacionado con los Procesos Internos

Criterio	Valor %
Satisfacción en los convenios celebrados	68.8
Satisfacción con las tarifas	64.2
Oportunidad en el servicio	75.1
Oportunidad en el trámite de cobro	95.9
Total	76.0

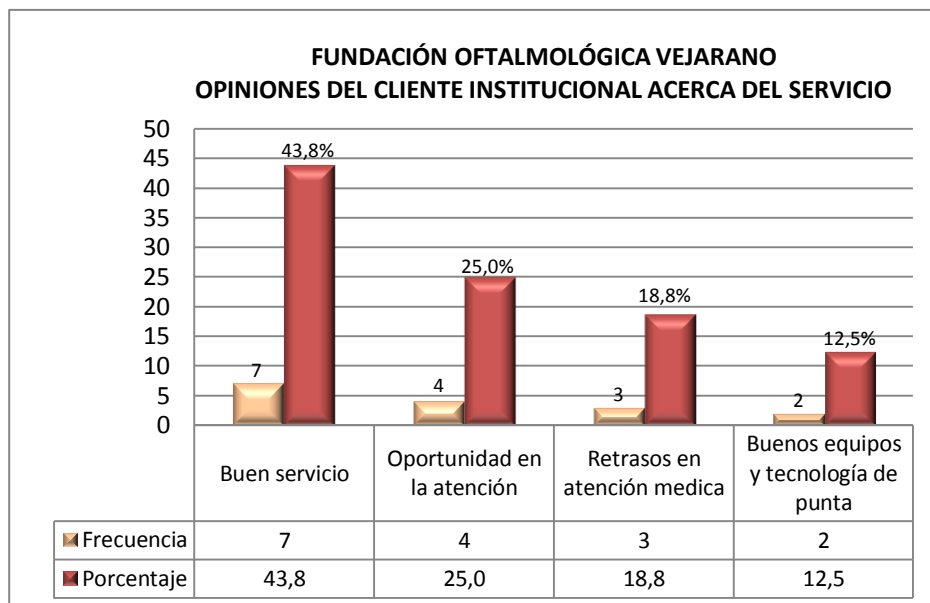
Fuente: Propia de la Investigación

Procesos Internos con un índice de 76.0% se encuentra en el nivel de satisfacción bajo. La razón de este resultado se debe en gran parte a la insatisfacción con las tarifas (64.2%), especialmente en los procedimientos especiales. En contraste, los usuarios institucionales aceptaron sentirse satisfechos con la oportunidad en el trámite de cobro (95.9%), considerado como un factor diferenciador leve. La satisfacción con los convenios celebrados (68.8%) y la oportunidad en el servicio (75.1%), se encuentran ubicados en el nivel de satisfacción bajo, los usuarios manifestaron que convendrían opciones más favorables para realizar contrataciones con la Fundación Oftalmológica Vejarano.

4.2.2. Análisis Cualitativo

Este análisis se realizó teniendo en cuenta las opiniones y sugerencias realizadas por los Clientes Institucionales durante el desarrollo del trabajo de campo. Las siguientes gráficas son el resultado de las preguntas abiertas formuladas a los usuarios de la Fundación Oftalmológica Vejarano, de las cuales se obtuvo lo siguiente:

Figura 15. Opiniones del Cliente Institucional acerca de su nivel de satisfacción con el servicio prestado por la F.O.V.

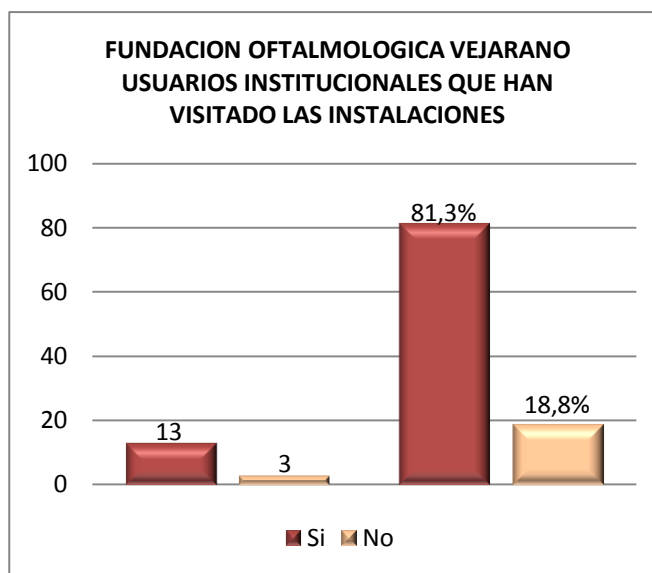


Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: Según la experiencia que usted ha tenido en la Fundación Oftalmológica Vejarano, ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio que le han ofrecido?

- El 43.8% de los usuarios manifestaron su satisfacción por recibir un buen servicio.
- El 25.0% de los usuarios expresaron su satisfacción porque en la Fundación Oftalmológica Vejarano la atención es oportuna.
- El 18.8% de los encuestados manifestaron inconformidad con el servicio debido a que sus empleados y/o afiliados han experimentado retrasos en la atención médica.
- El 12.5% de los usuarios manifestaron su satisfacción porque la Fundación Oftalmológica Vejarano posee buenos equipos y tecnología de punta para garantizar una excelente atención médica.

Figura 16. Visita a las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano por parte de los Clientes Institucionales.



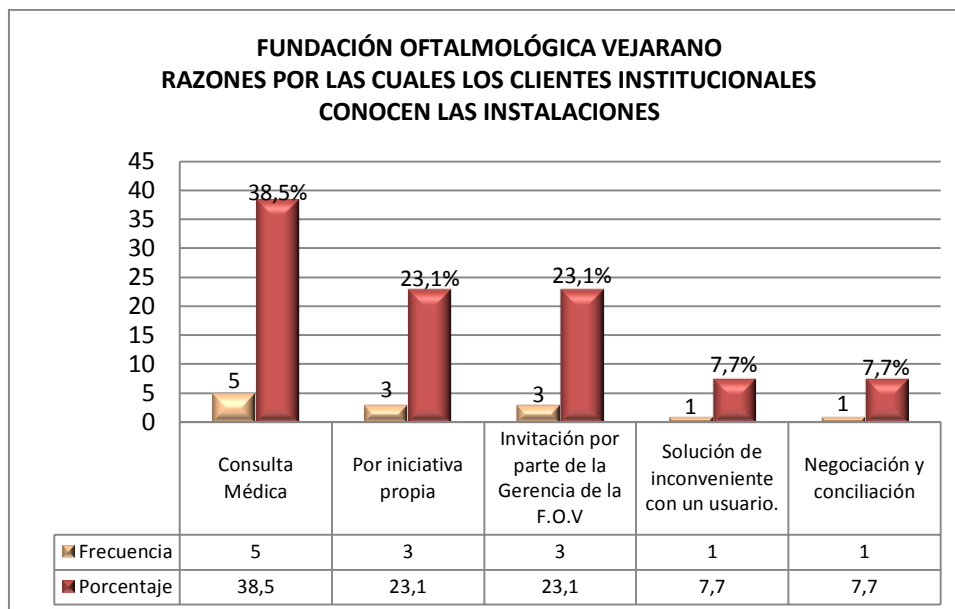
Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: ¿Usted como alto ejecutivo de su Institución, conoce personalmente las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano?

- El 81.3% de los usuarios manifestaron conocer personalmente las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano.

- El 18.8% de los usuarios expresaron no haber tenido la oportunidad de visitar las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano.

Figura 17. Razones por las cuales los Usuarios Institucionales conocen las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano.

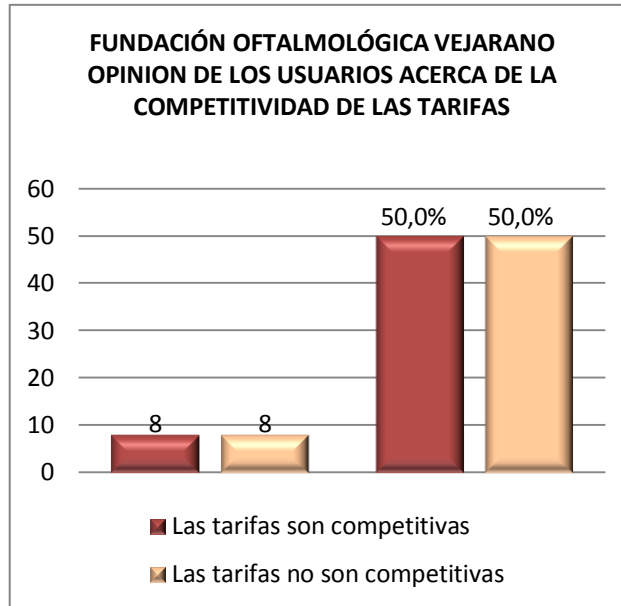


Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: ¿Por qué conoce las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano?

- El 38.5% de los usuarios institucionales visitaron las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano porque asistieron a consulta médica.
- El 23.1% de los encuestados visitaron las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano por iniciativa propia.
- El 23.1% de los usuarios manifestaron que recibieron invitación por parte de la Gerencia de la Fundación Oftalmológica Vejarano, para conocer sus instalaciones.
- El 7.7% de los usuarios correspondiente a una persona, manifestó que se acercó a la Fundación Oftalmológica Vejarano para solucionar un inconveniente con uno de sus afiliados; de esta manera conoció las instalaciones.
- El 7.7% de los usuarios correspondiente a una persona, visitó las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano, para establecer negociación y conciliación con la Gerencia.

Figura 18. Opinión de los Clientes Institucionales acerca de la competitividad de las tarifas.

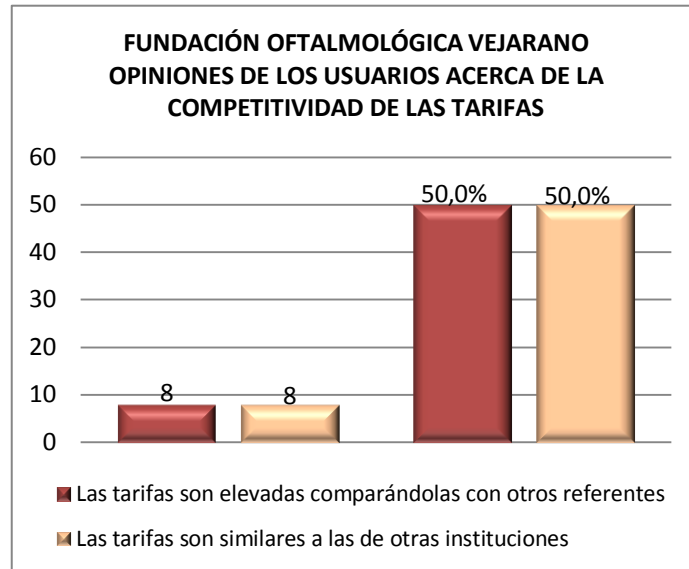


Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: ¿Son competitivas las tarifas de la Fundación Oftalmológica Vejarano, respecto a otras instituciones?

- El 50.0% de los usuarios institucionales afirmaron que las tarifas de la Fundación Oftalmológica Vejarano son competitivas.
- El 50.0% de los usuarios institucionales afirmaron que las tarifas de la Fundación Oftalmológica Vejarano no son competitivas.

Figura 19. Justificaciones dadas por los Usuarios Institucionales acerca de la competitividad de las tarifas.

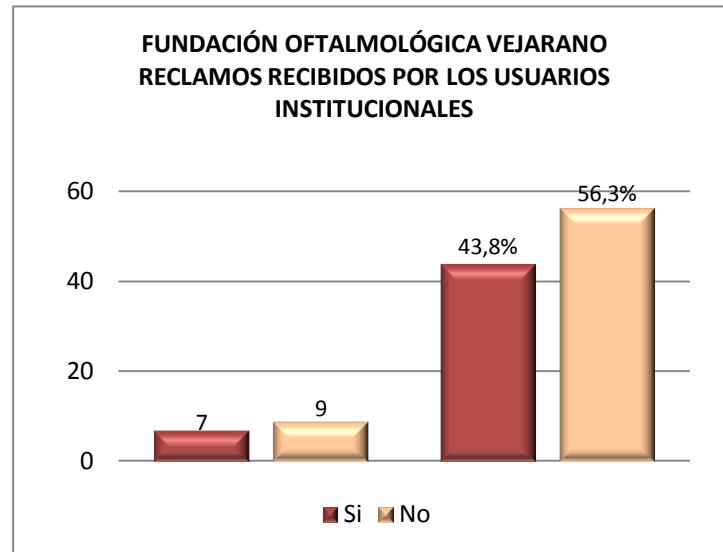


Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: ¿Por qué son competitivas o no, las tarifas de la Fundación Oftalmológica Vejarano?

- El 50.0% de los usuarios institucionales afirmaron que las tarifas de la Fundación Oftalmológica Vejarano son un poco más elevadas comparándolas con otros referentes como en Cali.
- El 50.0% de los usuarios institucionales manifestaron que las tarifas de la Fundación Oftalmológica Vejarano son similares a las de otras instituciones.

Figura 20. Reclamos recibidos por los Usuarios Institucionales

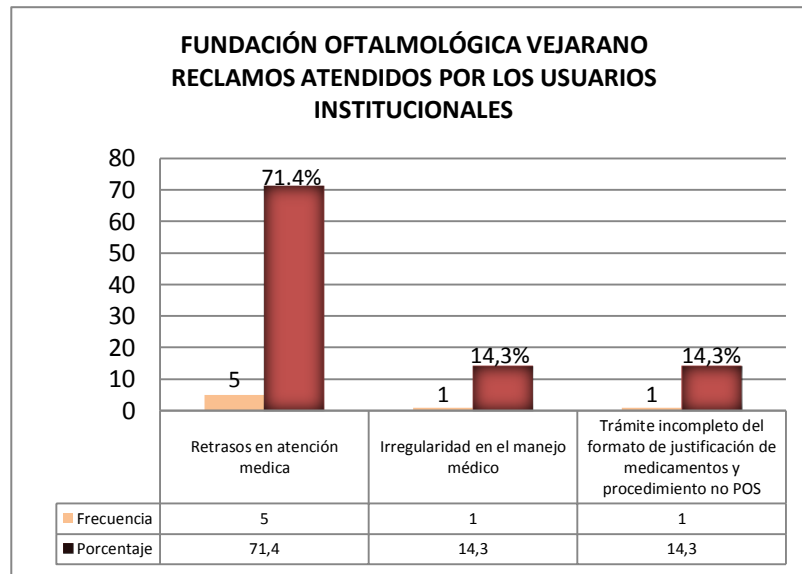


Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: ¿Ha recibido reclamos por parte de los integrantes y/o afiliados a su institución respecto al servicio prestado por la Fundación Oftalmológica Vejarano?

- El 43.8% de los usuarios institucionales ha recibido reclamos acerca del servicio prestado por la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- El 56.3% de los usuarios institucionales no ha recibido reclamos sobre el servicio prestado por la Fundación Oftalmológica Vejarano.

Figura 21. Reclamos atendidos por los Usuarios Institucionales

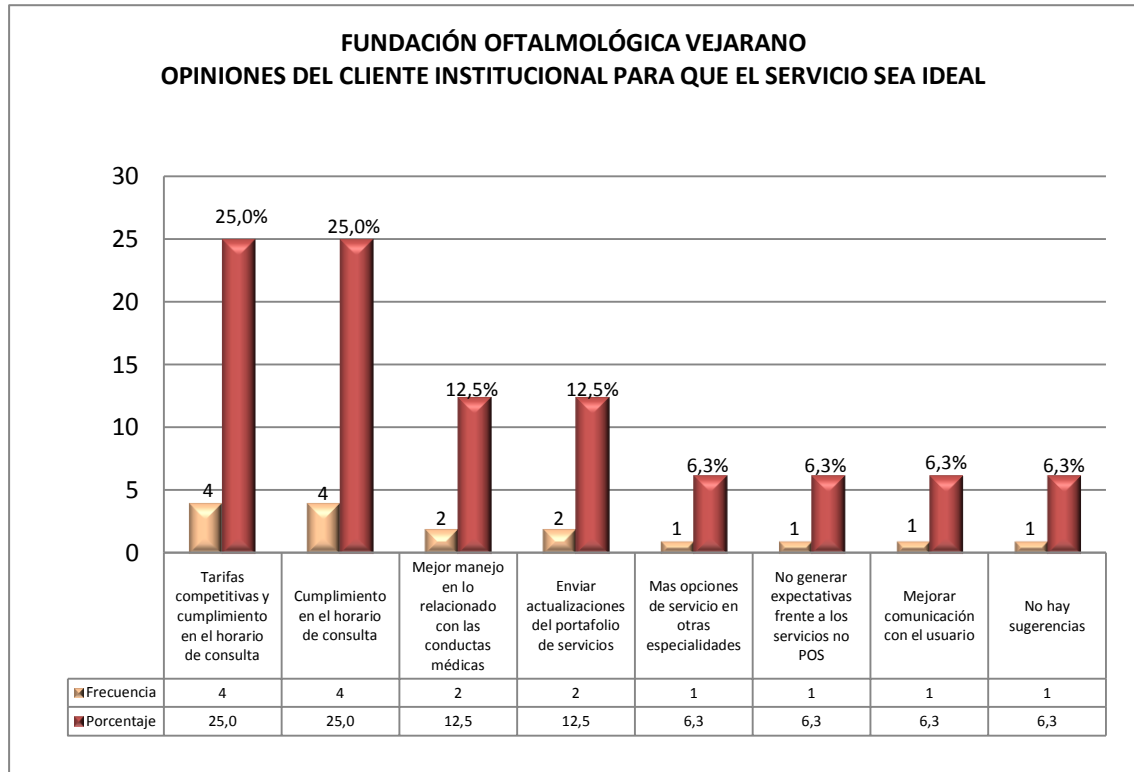


Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: ¿Cuáles reclamos ha recibido por parte de los integrantes y/o afiliados a su institución, respecto al servicio prestado por la Fundación Oftalmológica Vejarano?

- El 71.4% de los usuarios institucionales ha recibido quejas en lo referente a los retrasos que experimentan sus integrantes y/o afiliados en la hora de la consulta médica.
- El 14.3% correspondiente a un usuario institucional, ha recibido reclamos en lo concerniente al manejo médico.
- El 14.3% correspondiente a un usuario institucional, ha recibido reclamos en lo concerniente al trámite incompleto del formato de justificación de medicamentos y procedimientos no contemplados en el POS que generan tutelas.

Figura 22. Opiniones del Cliente Institucional para que el servicio sea ideal



Fuente: Propia de la Investigación

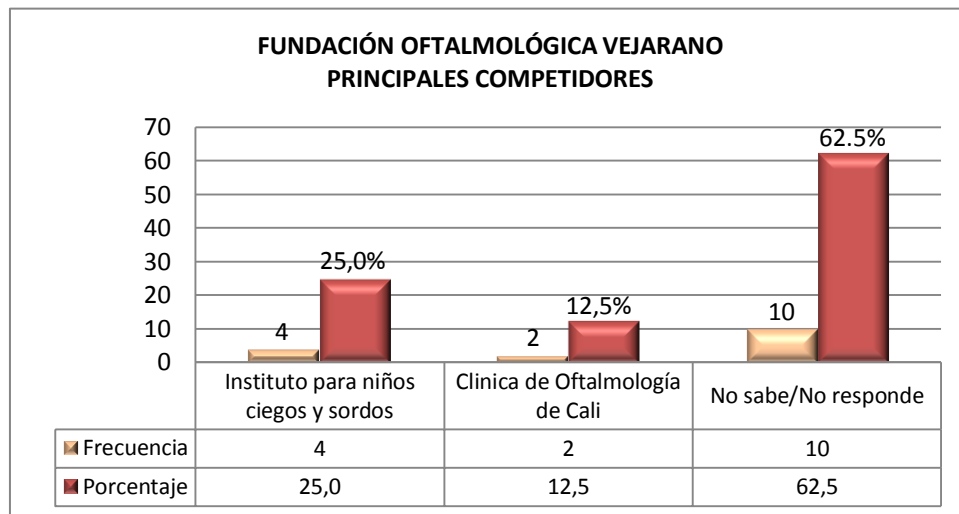
De acuerdo a la pregunta: ¿En su opinión que le hace falta a la Fundación Oftalmológica Vejarano para que el servicio sea ideal?

- El 25.0% de los usuarios consideraron que las tarifas deberían ser más competitivas y mejorar la puntualidad en la hora pactada para la consulta médica.
- El 25.0% de los usuarios sugirieron más puntualidad en la hora pactada para la consulta médica.
- El 12.5% de los usuarios expresaron que debería existir mejor manejo en lo relacionado con la parte médica.
- El 12.5% de los usuarios manifestaron que les gustaría recibir permanentemente actualizaciones del portafolio de servicios.
- El 6.3% de los encuestados correspondiente a un usuario institucional, manifestó que le gustaría encontrar más opciones de servicio en otras especialidades.
- El 6.3% correspondiente a un usuario institucional, manifestó que los especialistas no deberían generar expectativas frente a los servicios no POS, ya que esto les genera demasiadas tutelas.

- El 6.3% de los encuestados correspondiente a un usuario institucional, planteó la idea de mejorar la comunicación por parte del personal del front con los usuarios.
- El 6.3% de los encuestados correspondiente a un usuario institucional no hizo comentarios ni sugerencias.

4.2.3. Índices Orientados a la Competencia

Figura 23. Principales competidores de la Fundación Oftalmológica Vejarano, según el Cliente Institucional.



Fuente: Propia de la Investigación

De acuerdo a la pregunta: ¿Cuáles considera usted, son los dos principales competidores de la Fundación Oftalmológica Vejarano?

- El 25.0% de los usuarios institucionales manifestaron que el principal competidor de la F.O.V es el Instituto para Niños Ciegos y Sordos.
- El 12.5% de los usuarios institucionales manifestaron que el principal competidor de la F.O.V es la Clínica de Oftalmología de Cali.
- El 62.5% restante no respondió a la pregunta.

➤ Índice de Competencia

Tabla 31. Índice de Competencia

ASPECTO EVALUADO	INSTITUTO PARA NIÑOS CIEGOS Y SORDOS			CLINICA DE OFTALMOLOGÍA DE CALI		
	Superior	Igual	Inferior	Superior	Igual	Inferior
	(73...100)	(61...72)	(0...60)	(73...100)	(61..72)	(0...60)
Calidad	83.5			83.5		
Atención Médica	83.5				67.0	
Imagen	75.3				67.0	
Infraestructura	100.0			100.0		
Tecnología	91.8			83.5		
Confianza	83.5			100.0		
TOTAL	86.3			91.8	67.0	
FACTOR	Diferenciador	Estable	Crítico	Diferenciador	Estable	Crítico

Fuente: Propia de la Investigación

- El 83.5% de los usuarios consideró que el Instituto para Niños Ciegos y Sordos al igual que la Clínica de Oftalmología de Cali son superiores en calidad respecto a la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- En cuanto a la atención médica que presta la Fundación Oftalmológica Vejarano frente a su competencia, el 83.5% de los usuarios consideró que el Instituto para Niños Ciegos y Sordos se encuentra en un nivel superior. Para el 67.0% de los usuarios la calidad en la atención médica por parte de la Clínica de Oftalmología de Cali, es similar a la que presta la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- Respecto a la imagen proyectada por parte del Instituto para Niños Ciegos y Sordos, el 75.3% de los usuarios consideró que es superior frente a la imagen proyectada por la Fundación Oftalmológica Vejarano. El 67.0% de los usuarios consideró que la imagen proyectada por la Clínica de Oftalmología es similar a la imagen proyectada por la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- El 100% de los usuarios consideró que el Instituto para Niños Ciegos y Sordos al igual que la Clínica de Oftalmología de Cali son superiores en infraestructura respecto a la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- En cuanto al aspecto evaluado relacionado con la tecnología, el 91.8% de los usuarios creen que el Instituto para Niños Ciegos Sordos es superior a la Fundación Oftalmológica Vejarano. De igual manera, el 83.5% de los usuarios manifestó la superioridad de la Clínica de Oftalmología.
- Refiriéndose al aspecto evaluado relacionado con la confianza, el 83.5% de los usuarios creen que el Instituto para Niños Ciegos Sordos es superior a la Fundación Oftalmológica Vejarano. Del mismo modo, el 100% de los usuarios manifestó la superioridad de la Clínica de Oftalmología de Cali.

CAPÍTULO V.
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1. RESULTADOS OBTENIDOS

5.1.1. Cliente Externo

Tabla 32. Presentación de resultados Cliente Externo

FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO AUDITORÍA DEL SERVICIO MATRIZ DE NIVELES DE SATISFACCIÓN				
INDICE EVALUADO	BAJO (0-89)	ACEPTABLE (90-94)	BUENO (95-99)	EXCELENTE (95-100)
Real	X			
Perceptivo	X			
Imagen Corporativa		X		
Productos			X	
Infraestructura	X			
Recurso Humano	X			
Procesos Internos	X			
FACTOR	CRITICO	ESTABLE	DIFERENCIADOR	

FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO AUDITORÍA DEL SERVICIO MATRIZ DE NIVELES DE COMPETENCIA						
ASPECTO EVALUADO	CLINICA DE OFTALMOLOGÍA DE CALI			INSTITUTO PARA NIÑOS CIEGOS Y SORDOS		
	Superior (73...100)	Igual (61...72)	Inferior (0...60)	Superior (73...100)	Igual (61..72)	Inferior (0...60)
	Calidad	X				X
Atención Médica	X			X		
Imagen	X			X		
Infraestructura	X			X		
Tecnología	X			X		
FACTOR	Diferenciador	Estable	Crítico	Diferenciador	Estable	Crítico

Fuente: Preparación a partir del modelo propuesto en el libro Auditoría del Servicio

5.1.2. Cliente Institucional

Tabla 33. Presentación de resultados Cliente Institucional

FUNDACION OFTALMOLÓGICA VEJARANO AUDITORÍA DEL SERVICIO MATRIZ DE NIVELES DE SATISFACCIÓN				
INDICE EVALUADO	BAJO (0-89)	ACEPTABLE (90-94)	BUENO (95-99)	EXCELENTE (95-100)
Real	X			
Perceptivo	X			
Imagen Corporativa	X			
Recurso Humano	X			
Infraestructura	X			
Productos	X			
Procesos Internos	X			
FACTOR	CRITICO	ESTABLE	DIFERENCIADOR	

FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO AUDITORIA DEL SERVICIO MATRIZ DE COMPETENCIA						
ASPECTO EVALUADO	INSTITUTO PARA NIÑOS CIEGOS Y SORDOS			CLINICA DE OFTALMOLOGÍA DE CALI		
	Superior (73...100)	Igual (61...72)	Inferior (0...60)	Superior (73...100)	Igual (61..72)	Inferior (0...60)
	Calidad	X			X	
Atención Médica	X				X	
Imagen	X				X	
Infraestructura	X			X		
Tecnología	X			X		
Confianza	X			X		
FACTOR	Diferenciador	Estable	Crítico	Diferenciador	Estable	Crítico

Fuente: Preparación a partir del modelo propuesto en el libro Auditoría del Servicio

5.2. Concepto de satisfacción del Cliente Externo y del Cliente Institucional acerca de los servicios prestados por la FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO.

De acuerdo a la evaluación realizada a los clientes externos e institucionales a través de los diferentes índices considerados dentro de la Auditoría del Servicio, se obtuvo lo siguiente:

5.2.1. Resultados del Índice Real

Los clientes externos de la Fundación Oftalmológica Vejarano, evaluaron los servicios como críticos (87.4%); aunque el valor porcentual no alcanzó el factor estable, se encuentra muy cerca debido a que algunos índices específicos como imagen corporativa y productos, son factores aceptables y diferenciadores. Al igual que los clientes externos, los clientes institucionales valoraron los servicios como críticos (77.7%), esto se debe a que todos los índices específicos fueron evaluados dentro del nivel bajo de satisfacción.

Dados los resultados anteriores se puede establecer que la Fundación Oftalmológica Vejarano, debe realizar esfuerzos para mejorar los criterios que afectan el índice real, notándose un nivel de insatisfacción mayor en el cliente institucional.

5.2.2. Resultados del Índice Perceptivo

La evaluación del índice perceptivo por los clientes externos, se ubica en el nivel bajo de satisfacción (81.7%), aunque es importante precisar que en su mayoría los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio, solo unos pocos se encuentran insatisfechos debido a algunas experiencias con diagnósticos médicos e impuntualidad en la hora de consulta.

La evaluación del índice perceptivo por los clientes institucionales también se ubica en el nivel bajo de satisfacción (78.0%). Al igual que los clientes externos, los clientes institucionales se encuentran satisfechos con el servicio aunque lo ideal es una percepción del servicio en el nivel más alto de satisfacción. Es importante aclarar que ninguno de los usuarios manifestó insatisfacción.

5.2.3. Resultados de los Índices Específicos

- **Cliente Externo**

A partir de la evaluación realizada se obtuvo lo siguiente:

- El índice de Imagen Corporativa (94.5%), es catalogado estable. La Fundación Oftalmológica Vejarano se proyecta como una institución líder en la especialidad de Oftalmología, generando confianza y seriedad entre sus clientes externos.
- El índice de productos (97.3%) es catalogado dentro del nivel de satisfacción bueno, siendo un factor diferenciador. El nivel de satisfacción en este aspecto es alto, ya que la Fundación es la única institución en el departamento que posee los equipos y la tecnología propia para una atención médica integral.
- El índice de infraestructura (82.6%) se clasifica como factor crítico, la única razón es la insatisfacción en lo relacionado con la disponibilidad de estacionamiento.
- El índice de recurso humano (84.6%), se estima como factor crítico debido a que en algunas ocasiones se muestran confusiones al no presentarse unificación de criterios por parte de los empleados. Es importante resaltar que existe satisfacción con el profesionalismo y la calidad humana de los médicos especialistas; aspectos que influyen en la decisión de acceder a los servicios prestados por la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- Finalmente, el índice relacionado con Procesos Internos (77.8%) es catalogado como factor crítico. La razón de este resultado se debe a los retrasos en las horas fijadas para la consulta médica y a la oportunidad en la asignación de citas. En contraste, existe satisfacción por el hecho de recordar a través de llamadas telefónicas citas pendientes o cualquier cambio en la fecha y hora de asignación.

- **Cliente Institucional**

En general el índice específico es catalogado como bajo, debido a lo siguiente:

- El índice de Imagen Corporativa (82.9%) es catalogado como factor crítico. A pesar de que en este aspecto no se alcanzó el nivel aceptable, la Fundación proyecta una buena imagen y está posicionada como la institución líder en la especialidad de Oftalmología en el departamento.

De lo anterior se puede concluir que la seriedad, confianza y solidez son factores claves para que más y más usuarios accedan a los servicios.

- El índice que considera el recurso humano (75.7%) es clasificado como factor crítico. Aunque se reconoce el profesionalismo de los médicos especialistas, también existe evidencia de insatisfacción en algunas conductas médicas. Por otra parte, existe insatisfacción en lo relacionado con la puntualidad en la atención médica.
- El índice de Infraestructura (72.4%) se estima como factor crítico. La razón principal es la insatisfacción en lo relacionado con la disponibilidad de estacionamiento y la comodidad en el sitio de espera.
- El índice relacionado con los productos (81.4%) se estima como factor crítico. La razón principal es la falta de información de algunos usuarios institucionales sobre las subespecialidades ofrecidas por la Fundación, afectando de manera significativa el resultado del índice. La satisfacción respecto a la tecnología empleada es alta, debido a que la Fundación es la única institución en el departamento que posee los equipos propios para una atención integral.
- El índice relacionado con los Procesos Internos (76.0%) se encuentra catalogado en el factor crítico. La razón de este resultado se debe en gran parte a la insatisfacción con las tarifas, especialmente en los procedimientos especiales. De la misma manera, la satisfacción con los convenios celebrados y la oportunidad en el servicio es baja, los usuarios manifestaron que convendrían opciones más favorables para realizar contrataciones con la Fundación Oftalmológica Vejarano. En contraste, existe satisfacción en lo correspondiente a los plazos para el pago de los servicios a los cuales han accedido.

5.2.4. Resultados del Índice relacionado con la Competencia

- **Cliente Externo**

Los dos principales competidores considerados por el cliente externo son: La Clínica de Oftalmología de Cali y el Instituto para Niños Ciegos y Sordos, en la ciudad de Cali.

Frente a la competencia directa de la Fundación Oftalmológica Vejarano, el índice obtenido (81.2%) indicó superioridad de la Clínica de Oftalmología de Cali, en los aspectos evaluados referentes a calidad, atención médica, imagen, infraestructura y tecnología.

El índice obtenido (83.9%) indicó superioridad del Instituto para Niños Ciegos y Sordos en los aspectos evaluados referentes a atención médica,

imagen, infraestructura y tecnología. En cuanto a la calidad en el servicio (72.3%), el Instituto para Niños Ciegos y Sordos y la Fundación Oftalmológica Vejarano se encuentran en igualdad de condiciones.

- **Cliente Institucional**

Los dos principales competidores considerados por el cliente institucional son: El Instituto para Niños Ciegos y Sordos y la Clínica de Oftalmología de Cali.

En relación a la Fundación Oftalmológica Vejarano, el Instituto para Niños Ciegos y Sordos con un índice de (86.3%) indicó superioridad en los aspectos evaluados relacionados con: calidad, atención médica, imagen, infraestructura, tecnología y confianza.

La Clínica de Oftalmología de Cali está catalogada en el nivel superior (91.8%), en los aspectos evaluados relacionados con calidad, infraestructura, tecnología y confianza. En atención médica e imagen (67.0%), la Fundación Oftalmológica Vejarano es similar a la Clínica de Oftalmología de Cali.

AUDITORÍA DEL SERVICIO

CAPITULO VI. LIBRETA DE CALIFICACIONES

6.1. OBJETIVO

La auditoría del servicio es un proceso dinámico que exige seguimiento, con el propósito de determinar la efectividad de las acciones que se asimilan como resultado de su aplicación.

Como soporte fundamental al seguimiento continuo de la evaluación de calidad del servicio ofrecido está la Libreta de Calificaciones del Cliente.

6.2. DESCRIPCIÓN

La Libreta de Calificaciones del Cliente, es una herramienta que registra la medición de calidad del servicio que la organización provee, mediante la presentación acumulada del desempeño de la organización frente al cliente, con base en los índices de satisfacción y competitividad.

La libreta de calificaciones del cliente es una matriz de índices de satisfacción y competencia, que presenta la siguiente estructura:

- **Títulos**

Corresponde a la información básica de la libreta de calificaciones; fundamentalmente, puede ser el nombre de la organización, el (los) producto(s) evaluado(s), el número de la auditoría, la fecha, el nombre de quien llena el formato de la libreta de calificaciones.

- **Instrucciones**

Incluye las actividades que se llevarán a cabo para llenar y representar la información que está en la libreta de calificaciones del cliente. Estas son:

1. *Llene los campos de información básica de la libreta de calificaciones.*
2. *Incluya los índices obtenidos en la última auditoría.*
3. *Obtenga los índices acumulados, con base en el promedio aritmético de los obtenidos en las diferentes auditorías.*

- **Encabezamiento**
El encabezamiento presenta las columnas que definen la matriz conformada en la libreta de calificaciones del cliente, como son: La identificación del índice que se obtiene en las auditorías del servicio, los valores obtenidos sobre cada índice y el índice acumulado de las auditorías realizadas (promedio aritmético de los índices obtenidos).

- **Cuerpo**
Incluye índices sobre los cuales se va a registrar la información con respecto a la satisfacción del cliente, clasificados de la siguiente manera: Índices de satisfacción general, de satisfacción específicos y de competencia.

- **Comentarios**
Presenta anotaciones que el personal de análisis y documentación de la auditoría considere relevantes en un momento determinado.¹⁶

¹⁶ SERNA GÓMEZ. Humberto. Óp. Cit. Páginas 176-178

6.3. PRESENTACIÓN DE LA LIBRETA DE CALIFICACIONES

6.3.1. Cliente Externo

Tabla 34. Libreta de Calificaciones Cliente Externo

FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO AUDITORIA DEL SERVICIO LIBRETA DE CALIFICACIONES DEL CLIENTE EXTERNO				
Responsable: Maritza Ximena Sánchez Vidal Cargo: Pasante Programa Administración de Empresas, Universidad del Cauca Fecha: Popayán, Mayo de 2011				
Auditoria N° Índice/Fecha	1 Mayo	2	3	Acumulado Mayo
Real	87.4%			87.4%
Perceptivo	81.7%			81.7%
Imagen Corporativa	94.5%			94.5%
Productos	97.3%			97.3%
Infraestructura	82.6%			82.6%
Recurso Humano	84.6%			84.6%
Procesos Internos	77.8%			77.8%
Competencia	79.1%			79.1%

Fuente: Preparación a partir del modelo propuesto en el libro Auditoría del Servicio

Comentarios:

La evaluación de la calidad del servicio no incluye índices relativos a la post-venta y aspectos comerciales.

6.3.2. Cliente Institucional

Tabla 35. Libreta de Calificaciones Cliente Institucional

FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO AUDITORIA DEL SERVICIO LIBRETA DE CALIFICACIONES DEL CLIENTE INSTITUCIONAL				
Responsable: Maritza Ximena Sánchez Vidal				
Cargo: Pasante Programa Administración de Empresas, Universidad del Cauca				
Fecha: Popayán, Mayo de 2011				
Auditoria Nº Índice/Fecha	1 Mayo	2	3	Acumulado Mayo
Real	77.7%			77.7%
Perceptivo	78.0%			78.0%
Imagen Corporativa	82.9%			82.9%
Productos	81.4%			81.4%
Infraestructura	72.4%			72.4%
Recurso Humano	75.7%			75.7%
Procesos Internos	76.0%			76.0%
Competencia	81.7%			81.7%

Fuente: Preparación a partir del modelo propuesto en el libro Auditoría del Servicio

Comentarios:

La evaluación de la calidad del servicio no incluye índices relativos a la post-venta y aspectos comerciales.

AUDITORÍA DEL SERVICIO

CAPÍTULO VII. PLAN DE MEJORAMIENTO

El plan de mejoramiento para el cliente externo y cliente institucional está diseñado basándose en el análisis realizado a los resultados de los índices relacionados con Imagen Corporativa, Infraestructura, Recurso Humano, Procesos Internos y la satisfacción que tienen los clientes con el servicio que presta la Fundación Oftalmológica Vejarano.

El índice de productos no fue tenido en cuenta para el cliente externo debido a que es un factor diferenciador lo que indica que existe una alta satisfacción, por lo cual no se considera necesario presentar mejoras en este aspecto. Para el cliente institucional tampoco se proponen mejoras en el índice de productos ya que los usuarios se encuentran satisfechos con la tecnología, no obstante se realiza una recomendación en cuanto a las subespecialidades, ya que se manifestó desconocimiento por parte de algunos usuarios en este aspecto.

El plan de mejoramiento consta de actividades, indicadores, fuentes de verificación, tiempo, responsables, recursos y costos (éstos últimos puestos a consideración de la Junta Directiva de la FOV); llevándose a cabo con el propósito de realizar propuestas que puedan llevar a la Fundación a un mejoramiento en la prestación del servicio y a la satisfacción plena del cliente externo e institucional.

Tabla 36. Plan de Mejoramiento Cliente Externo

FUNDACION OFTALMOLÓGICA VEJARANO PLAN DE MEJORAMIENTO INFRAESTRUCTURA						
Objetivo	Mejorar las condiciones de parqueadero para los clientes externos.					
Estrategia	Identificando parqueaderos potenciales.					
Táctica	Convenios con parqueaderos cercanos a la Fundación Oftalmológica Vejarano.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACION	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO *
Realizar un sondeo para determinar el parqueadero más apropiado con el fin de realizar un convenio de estacionamiento para todos los clientes externos de la Fundación.	Nº de parqueaderos apropiados en el sector	Tipo de Contrato con el parqueadero	Semestral	Gerencia	Presupuestales	
Agregar al formato de citas médicas, una nota en la cual se especifique si el usuario posee vehículo. Si efectivamente posee vehículo, se verifica con el cliente si es necesario anexarle una boleta de estacionamiento para que la presente en el parqueadero indicado, el día en que se le haya programado su cita médica.	Nº de usuarios que poseen vehículo	Nº de usuarios que poseen vehículos	Diariamente	Auxiliar de Atención al Usuario	Humanos Físicos	

Fuente: Propia de la Investigación

* Los costos se dejan a consideración de la F.O.V

Tabla 37. Plan de Mejoramiento Cliente Externo

FUNDACION OFTALMOLÓGICA VEJARANO PLAN DE MEJORAMIENTO TALENTO HUMANO						
Objetivo	Mejorar los procesos de comunicación con los clientes externos de la Fundación Oftalmológica Vejarano.					
Estrategia	Identificando información clave para suministrar a cada usuario.					
Táctica	Haciendo énfasis en los procesos de comunicación entre el personal de la Fundación Oftalmológica Vejarano, para que no se presenten ambigüedades en la percepción de la información.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACION	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO *
Enfatizar en las capacitaciones mensuales y en los seminarios de motivación dirigidos al cliente interno de la F.O.V., la importancia de mantener un alto grado de compromiso con la institución y de proporcionar información clara y precisa, con el objeto de mejorar la comunicación con el cliente externo.	Nº de capacitaciones ofertadas a los clientes internos	Medible con las encuestas aplicadas	Permanente	Coordinador (a) Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud	Humanos Presupuestales	
Elaboración de formatos unificados para el manejo de la información.	Nº formatos diseñados para la información	Base de datos	Permanente	Coordinador (a) Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud	Humanos	

Realizar controles referentes al manejo de la información.	Nº de usuarios satisfechos con la información/ Total de usuarios que participaron en la prueba	Cliente interno	Determinado por el auditor	Coordinador (a) Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud	Humanos Materiales	
--	---	-----------------	----------------------------	--	-----------------------	--

Fuente: Propia de la Investigación

* Los costos se dejan a consideración de la F.O.V

Tabla 38. Plan de Mejoramiento Cliente Institucional

FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO PLAN DE MEJORAMIENTO IMAGEN CORPORATIVA						
Objetivo:	Fortalecer la imagen de la Fundación Oftalmológica Vejarano frente al cliente institucional.					
Estrategia:	Estableciendo periódicamente contacto directo con los clientes institucionales.					
Táctica:	Sesiones de grupo.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO *
Programar reuniones trimestrales (sesiones de grupo), con los representantes de las entidades con las cuales la F.O.V tiene contrato (máximo 12 personas), con el fin de indagar acerca de sus actitudes y reacciones frente al servicio.	Nº de asistentes a la sesión de grupo/ Total de invitados a la sesión de grupo	Acta de reunión	Trimestral	Coordinador (a) Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud	Humanos Presupuestales	
Visitas periódicas a las entidades con el fin de monitorear constantemente la satisfacción con la Fundación.	Entidades satisfechas/ Total de entidades	Agenda programada y convenio realizado con la entidad	Definido por la Coordinadora	Coordinador (a) Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud	Humanos Presupuestales	

Fuente: Propia de la Investigación

* Los costos se dejan a consideración de la F.O.V

Tabla 39. Plan de Mejoramiento Cliente Institucional

FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO PLAN DE MEJORAMIENTO TALENTO HUMANO						
Objetivo	Mejorar el nivel de satisfacción del cliente institucional referente al personal médico de la Fundación Oftalmológica Vejarano.					
Estrategia	Disminución del tiempo de espera para la atención médica. Elaboración integral del acto médico.					
Táctica	Ajustar el periodo de receso del personal médico. Presentar diagnósticos lo suficientemente argumentados científicamente.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO *
Estandarizar el tiempo de receso (coffee break, discusión de temas relacionados con historias clínicas, etc.), a fin de minimizar el periodo de espera por parte de los usuarios.	Diseño de tiempos para cada actividad	Encuestas de satisfacción	Permanente	Coordinador (a) Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud	Humanos	
Reuniones periódicas con los médicos para discutir temas relacionados con los actos médicos.	Problemas encontrados en actos médicos/ Total de actos médicos	Actos médicos	Permanente	Coordinador (a) Área de Garantía, Calidad y Atención en Salud	Humanos	

Fuente: Propia de la Investigación

* Los costos se dejan a consideración de la F.O.V

Tabla 40. Plan de Mejoramiento Cliente Institucional

FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO PLAN DE MEJORAMIENTO INFRAESTRUCTURA						
Objetivo	Mejorar las condiciones de parqueadero para los clientes externos.					
Estrategia	Identificando parqueaderos potenciales.					
Táctica	Convenios con parqueaderos cercanos a la Fundación Oftalmológica Vejarano.					
ACTIVIDAD	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO *
Realizar un sondeo para determinar el parqueadero más apropiado con el fin de realizar un convenio de estacionamiento para todos los usuarios de la Fundación.	Nº de parqueaderos apropiados en el sector	Tipo de Contrato con el parqueadero	Semestral	Gerencia	Presupuestales	
Agregar al formato de citas médicas, una nota en la cual se especifique si el usuario posee vehículo. Si efectivamente el usuario posee vehículo se verifica si es necesario anexar una boleta de estacionamiento para que la presente en el parqueadero indicado el día en que se le haya programado su cita con el especialista.	Nº de usuarios que poseen vehículo	Nº de usuarios que poseen vehículos	Diariamente	Auxiliar de Atención al Usuario	Humanos Físicos	

Fuente: Propia de la Investigación

* El costo se deja a consideración de la F.O.

AUDITORÍA DEL SERVICIO

8. CONCLUSIONES

El estudio realizado en la Fundación Oftalmológica Vejarano permite realizar conclusiones de acuerdo al tipo de clientes pertenecientes a la organización:

Cliente Externo:

- La auditoría del servicio es una herramienta de gran importancia ya que permite conocer el nivel de satisfacción e insatisfacción de los usuarios. La obtención de resultados permite ejecutar un plan de mejoramiento con el fin de obtener la excelencia en el servicio.
- Los índices evaluados en el cliente externo que obtuvieron el porcentaje más alto fueron el índice de imagen corporativa 94.5% y el índice de productos 97.3%, ubicándose en el nivel de satisfacción bueno de la Matriz de Niveles de Satisfacción.
- La Fundación Oftalmológica Vejarano se proyecta como una institución seria, confiable y sólida además de poseer los equipos y la tecnología única en la prestación del servicio integral en la especialidad de Oftalmología.
- Los índices perceptivos, infraestructura y recurso humano obtuvieron un porcentaje entre 80 y 85. Aunque se catalogan en el nivel bajo de satisfacción, se acercan al nivel aceptable lo que indica que la Fundación debe esforzarse por aumentar el nivel de satisfacción de sus usuarios.
- Un aspecto crítico para la Fundación, es la insatisfacción que existe con las horas fijadas para la consulta con el médico especialista, ya que en algunas ocasiones el tiempo de espera es demasiado largo generando molestias.
- Los aspectos que más generan satisfacción en el cliente externo son: La buena atención, el alto grado de profesionalismo y la excelente tecnología; aspectos diferenciadores de los demás centros médicos que también prestan el servicio en la especialidad de Oftalmología en la ciudad de Popayán.
- Desde la percepción del cliente externo, la competencia directa de la Fundación Oftalmológica Vejarano, es la Clínica de Oftalmología de Cali y

el Instituto para Niños Ciegos y Sordos. El análisis realizado permitió determinar la superioridad del servicio ofrecido por estas dos instituciones.

Cliente Institucional

- Los índices evaluados por el cliente institucional que obtuvieron el porcentaje más alto fueron el índice de imagen corporativa 82.9% y el índice de productos 81.4%, aun así no lograron clasificarse en el nivel aceptable de la Matriz de Niveles de Satisfacción.
- Aunque los índices mencionados anteriormente estén clasificados en el nivel bajo de satisfacción, la Fundación Oftalmológica Vejarano proyecta una buena imagen y está posicionada como la institución líder en la especialidad de Oftalmología en el departamento del Cauca.
- Los índices con la menor calificación fueron: infraestructura y recurso humano con 72.4% y 75.7% respectivamente. El índice perceptivo y procesos internos obtuvieron una calificación de 78.0% y 76.0% respectivamente. En su totalidad están ubicados en el nivel bajo de satisfacción de la Matriz de Niveles de Satisfacción.
- De acuerdo al análisis cualitativo el aspecto que más genera satisfacción en el cliente institucional, es la superioridad en el servicio, comparado con los centros médicos que también brindan la especialidad de Oftalmología en la ciudad de Popayán.
- Al igual que el cliente externo, el cliente institucional manifestó que la competencia directa de la Fundación Oftalmológica Vejarano, es la Clínica de Oftalmología de Cali y el Instituto para Niños Ciegos y Sordos.

AUDITORÍA DEL SERVICIO

9. RECOMENDACIONES

- Siendo la Auditoría del Servicio un proceso sistemático y continuo, se recomienda aplicarla como mínimo cada año, con el propósito de establecer un seguimiento, control y evaluación de los aspectos que generan satisfacción e insatisfacción entre los usuarios. Los hallazgos de la auditoría deben ser comunicados a todas las áreas de la Fundación y así dar inicio a las respectivas medidas que conlleven a un mejoramiento en la prestación del servicio.
- Es importante fortalecer el plan de mercadeo ya que el estudio permitió evidenciar que algunos usuarios institucionales no conocen las subespecialidades que ofrece la Fundación Oftalmológica Vejarano.
- Con el propósito de agilizar las diligencias que deben realizar los clientes externos referente a medicamentos y órdenes de servicios, se recomienda al personal médico legibilidad en las fórmulas médicas expedidas.
- El acto médico debe estar lo suficientemente completo y argumentado para no generar retrocesos y/o reclamaciones de los usuarios hacia sus entidades promotoras de salud.
- Impulsar aún más el trabajo en equipo con el objetivo de formar personas proactivas que den soluciones inmediatas a los desafíos que a diario se presenten y además aporten sus conocimientos y habilidades a fin de contribuir con el logro de las metas propuestas por la Fundación.
- Dado que en muchas ocasiones los usuarios se ven en la necesidad de resolver algunas inquietudes extra consulta con su médico, se sugiere conceder un pequeño espacio dentro de las agendas médicas, con el fin de establecer comunicación directa entre especialista y paciente sin intervención de terceras personas.
- Atender a la menor brevedad la propuesta de convenio de estacionamiento vehicular para los clientes de la Fundación Oftalmológica Vejarano, ya que es una forma de generar valor agregado al servicio; de esta manera es posible aumentar la satisfacción del usuario, debido a que en este aspecto se obtuvo una de las calificaciones más bajas de la auditoría.

AUDITORÍA DEL SERVICIO

- Se recomienda plantear más estrategias que generen valor agregado para atraer a más entidades tanto del régimen contributivo como subsidiado.
- Se sugiere más variedad en el material de lectura con el fin de propiciar un poco de distracción en el tiempo que el usuario debe esperar para ser atendido por el médico especialista.
- Los resultados obtenidos a través de la actual Auditoría del Servicio, evidencian un nivel de satisfacción bajo por parte del cliente institucional, uno de los principales motivos está relacionado con las tarifas, por lo cual se sugiere la posibilidad de realizar incentivos promocionales con este tipo de organizaciones.
- Los acontecimientos especiales dados al interior de la Fundación pueden crear la oportunidad perfecta para incentivar a todos y cada uno de sus miembros y de esta manera fortalecer aún más los valores y compromisos institucionales.
- Un aspecto importante y que genera molestia entre los usuarios de la Fundación Oftalmológica Vejarano, son los retrasos en las horas pactadas para la consulta médica, por lo cual se recomienda tener en cuenta las actividades propuestas referentes a este aspecto con el fin de generar mayor satisfacción.
- Es pertinente enfatizar entre el personal encargado de la atención al usuario, la importancia de proporcionar información clara y precisa para no generar confusión.

AUDITORÍA DEL SERVICIO

BIBLIOGRAFÍA

MALHOTRA. Naresh K. Investigación de mercados: Un enfoque aplicado. Cuarta edición. México. 2004.

AAKER. KUMAR. DAY. Investigación de mercados. Cuarta edición. Grupo Noriega Editores. México D.F. 2003.

SERNA GÓMEZ. Humberto. Auditoría del Servicio. Primera Edición. RAM Editores Cía. LTDA. Bogotá D.C., Colombia. 1996.

Presidencia de la República de Colombia. [Portal en línea].
<http://www.presidencia.gov.co/>

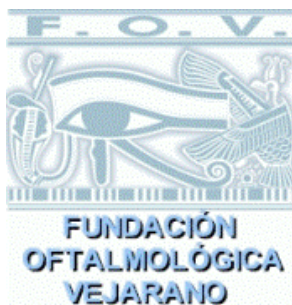
FUNDACION OFTALMOLOGICA VEJARANO. [Portal en línea].
<<http://www.fov.com.co/>>

ANEXOS



AUDITORÍA DEL SERVICIO

ANEXO A. ENCUESTA AL CLIENTE EXTERNO DE LA FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO



Fecha:
Nombre:
Teléfono:

Estimado Usuario:

La Fundación Oftalmológica Vejarano al ser una institución comprometida con la comunidad caucana, tiene por objetivo brindar un servicio con calidad y para ello requiere conocer su valiosa opinión a fin de evaluar el servicio que usted recibe. Por tal motivo, respetuosamente, lo invitamos a colaborar con el diligenciamiento de este cuestionario.

POR FAVOR MARQUE CON UNA (X) SU RESPUESTA

1. Según la experiencia que usted ha tenido en la Fundación Oftalmológica Vejarano, ¿cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio que la fundación le ha ofrecido?

MUY SATISFECHO (MS)	SATISFECHO (S)	INDIFERENTE (IND)	INSATISFECHO (INS)	MUY INSATISFECHO (MINS)
---------------------------	-------------------	----------------------	-----------------------	-------------------------------

¿Por qué?

AUDITORÍA DEL SERVICIO

2. Cómo califica la imagen de la Fundación Oftalmológica Vejarano, en relación con:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Seriedad	_____	_____	_____	_____	_____
b) Confianza	_____	_____	_____	_____	_____
c) Solidez	_____	_____	_____	_____	_____

3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la tecnología utilizada en la prestación del servicio?

MUY SATISFECHO (MS)	SATISFECHO (S)	INDIFERENTE (IND)	INSATISFECHO (INS)	MUY INSATISFECHO (MINS)
_____	_____	_____	_____	_____

4. Cómo califica la infraestructura de la Fundación Oftalmológica Vejarano, en cuanto a:

	MB Muy Buena	B Buena	R Regular	M Mala	MM Muy Mala
a) Facilidad de comunicación telefónica.	_____	_____	_____	_____	_____
b) Orden y aseo	_____	_____	_____	_____	_____
c) Iluminación.	_____	_____	_____	_____	_____
d) Comodidad.	_____	_____	_____	_____	_____
e) Disponibilidad de estacionamiento.	_____	_____	_____	_____	_____

5. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad técnica y humana de los médicos especialistas?

MUY SATISFECHO (MS)	SATISFECHO (S)	INDIFERENTE (IND)	INSATISFECHO (INS)	MUY INSATISFECHO (MINS)
_____	_____	_____	_____	_____

AUDITORÍA DEL SERVICIO

6. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la Fundación Oftalmológica Vejarano, en cuanto a:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Amabilidad en la atención	_____	_____	_____	_____	_____
b) Conocimiento de las funciones laborales	_____	_____	_____	_____	_____
c) Presentación personal	_____	_____	_____	_____	_____
d) Claridad en la información	_____	_____	_____	_____	_____

7. Cómo califica a la Fundación Oftalmológica Vejarano en relación con:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Rapidez en la asignación de citas	_____	_____	_____	_____	_____
b) Agilidad en los trámites para consulta, exámenes médicos especializados y/o procedimientos quirúrgicos	_____	_____	_____	_____	_____
c) Agilidad en el horario de atención para la consulta médica	_____	_____	_____	_____	_____

8. ¿Le informan con anticipación la hora y fecha de la cita y/o cualquier cambio?

Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
_____	_____	_____	_____

9. ¿Cuáles considera son los dos principales competidores de la Fundación Oftalmológica Vejarano?

1. _____
2. _____

10. ¿Cómo evaluaría los centros mencionados frente a los servicios ofrecidos por la Fundación Oftalmológica Vejarano?

	Competidor 1			Competidor 2		
	Superior	Igual	Inferior	Superior	Igual	Inferior
a) Calidad	_____	_____	_____	_____	_____	_____
b) Atención Médica	_____	_____	_____	_____	_____	_____
c) Imagen	_____	_____	_____	_____	_____	_____
d) Infraestructura	_____	_____	_____	_____	_____	_____
e) Tecnología	_____	_____	_____	_____	_____	_____

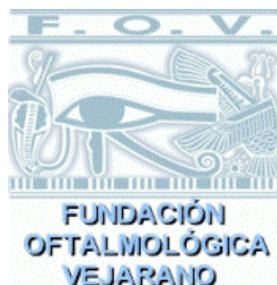
AUDITORÍA DEL SERVICIO

11. En su opinión ¿Qué le hace falta a la Fundación Oftalmológica Vejarano, para que el servicio sea ideal?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

AUDITORÍA DEL SERVICIO

ANEXO B. ENCUESTA AL CLIENTE INSTITUCIONAL DE LA FUNDACIÓN OFTALMOLÓGICA VEJARANO



Fecha:

Nombre de la Institución:

Estimado Usuario:

La Fundación Oftalmológica Vejarano al ser una institución comprometida con la comunidad caucana, tiene por objetivo brindar un servicio con calidad y para ello requiere conocer su valiosa opinión a fin de evaluar el servicio que su institución recibe. Por tal motivo, respetuosamente, lo invitamos a colaborar con el diligenciamiento de este cuestionario

Información general:

Nombre: _____

Cargo: _____

Correo electrónico: _____

POR FAVOR MARQUE CON UNA (X) SU RESPUESTA

1. Según la experiencia que usted ha tenido en la Fundación Oftalmológica Vejarano, ¿cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio que la fundación le ha ofrecido?

MUY
SATISFECHO
(MS)

SATISFECHO
(S)

INDIFERENTE
(IND)

INSATISFECHO
(INS)

MUY
INSATISFECHO
(MINS)

¿Por qué?

AUDITORÍA DEL SERVICIO

2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la imagen de la Fundación Oftalmológica Vejarano en relación con:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Seriedad	_____	_____	_____	_____	_____
b) Confianza	_____	_____	_____	_____	_____
c) Solidez	_____	_____	_____	_____	_____

3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad técnica y humana de los médicos especialistas?

MUY SATISFECHO (MS)	SATISFECHO (S)	INDIFERENTE (IND)	INSATISFECHO (INS)	MUY INSATISFECHO (MINS)
---------------------------	-------------------	----------------------	-----------------------	-------------------------------

4. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la Fundación Oftalmológica Vejarano, en cuanto a:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Puntualidad y cumplimiento	_____	_____	_____	_____	_____
b) Amabilidad en la atención	_____	_____	_____	_____	_____
c) Claridad en la información	_____	_____	_____	_____	_____
d) Calidad en la prestación del servicio	_____	_____	_____	_____	_____

5. ¿Usted como alto ejecutivo de su Institución, conoce personalmente las instalaciones de la Fundación Oftalmológica Vejarano?

Si _____

No _____

¿Por qué?

AUDITORÍA DEL SERVICIO

6. En relación a la infraestructura de la Fundación Oftalmológica Vejarano, opine acerca de:

	MB Muy Buena	B Buena	R Regular	M Mala	MM Muy Mala
a) Amplitud	_____	_____	_____	_____	_____
b) Iluminación	_____	_____	_____	_____	_____
c) Orden y aseo	_____	_____	_____	_____	_____
d) Comodidad	_____	_____	_____	_____	_____
e) Disponibilidad de estacionamiento	_____	_____	_____	_____	_____

7.Cuál es su nivel de satisfacción respecto a:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Tecnología	_____	_____	_____	_____	_____
b) Subespecialidades	_____	_____	_____	_____	_____

8. ¿Qué tan satisfecha se encuentra su Institución con el servicio prestado por la Fundación Oftalmológica Vejarano, en lo referente a:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Los convenios celebrados	_____	_____	_____	_____	_____
b) Las tarifas en el servicio	_____	_____	_____	_____	_____
c) Oportunidad en el servicio	_____	_____	_____	_____	_____

9. ¿El trámite de cobro por parte de la Fundación Oftalmológica Vejarano es oportuno?

Siempre	Casi Siempre	Algunas veces	Nunca
_____	_____	_____	_____

10. ¿Son competitivas las tarifas de la Fundación Oftalmológica Vejarano respecto a otras instituciones?

Si _____
No _____

¿Por qué?

AUDITORÍA DEL SERVICIO

11. ¿Ha recibido quejas por parte de los integrantes y/o afiliados a su institución respecto al servicio prestado por la Fundación Oftalmológica Vejarano?

Si _____

No _____

¿Cuáles?

12. ¿Cuáles considera son los dos principales competidores de la Fundación Oftalmológica Vejarano?

1. _____

2. _____

13. ¿Cómo evaluaría las instituciones mencionadas frente a los servicios ofrecidos por la Fundación Oftalmológica Vejarano?

	Competidor 1			Competidor 2		
	Superior	Igual	Inferior	Superior	Igual	Inferior
a) Calidad	_____	_____	_____	_____	_____	_____
b) Atención Médica	_____	_____	_____	_____	_____	_____
c) Imagen	_____	_____	_____	_____	_____	_____
d) Infraestructura	_____	_____	_____	_____	_____	_____
e) Tecnología	_____	_____	_____	_____	_____	_____
f) Confianza	_____	_____	_____	_____	_____	_____

14. En su opinión ¿Qué le hace falta a la Fundación Oftalmológica Vejarano, para que el servicio sea ideal?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

AUDITORÍA DEL SERVICIO

ANEXO C. Tabulación Encuesta Cliente Externo

Análisis Cuantitativo:

PREGUNTA Nº 1				
Según la experiencia que usted ha tenido en la F.O.V ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio que la Fundación le ha ofrecido?				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	51	36.7	1.00	36.7
Satisfecho	81	58.3	0.75	43.7
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	7	5.0	0.25	1.3
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		81.7

PREGUNTA Nº 2				
Cómo califica la imagen de la F.O.V en relación con:				
a) Seriedad				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	121	87.1	1.00	87.1
Satisfecho	18	12.9	0.75	9.7
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		96.8

PREGUNTA Nº 2				
Cómo califica la imagen de la F.O.V en relación con:				
b) Confianza				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	116	83.5	1.00	83.5
Satisfecho	22	15.8	0.75	11.9
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	1	0.7	0.25	0.2
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		95.6

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 2				
Cómo califica la imagen de la F.O.V en relación con:				
c) Solidez				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	109	78.4	1.00	78.4
Satisfecho	11	7.9	0.75	5.9
Indiferente	19	13.7	0.50	6.9
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		91.2

PREGUNTA Nº 3				
¿Cual es su nivel de satisfacción respecto a la tecnología utilizada en la prestación del servicio?				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	124	89.2	1.00	89.2
Satisfecho	15	10.8	0.75	8.1
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		97.3

PREGUNTA Nº 4				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
a) Facilidad de comunicación telefónica.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	53	38.1	1.00	38.1
Bueno	80	57.6	0.75	43.2
Regular	6	4.3	0.50	2.2
Malo	0	0	0.25	0
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		83.5

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 4				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
b) Orden y aseo.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	83	59.7	1.00	59.7
Bueno	56	40.3	0.75	30.2
Regular	0	0	0.50	0
Malo	0	0	0.25	0
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		89.9

PREGUNTA Nº 4				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
c) Iluminación.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	85	61.2	1.00	61.2
Bueno	54	38.8	0.75	29.1
Regular	0	0	0.50	0
Malo	0	0	0.25	0
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		90.3

PREGUNTA Nº 4				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
d) Comodidad.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	73	52.5	1.00	52.5
Bueno	64	46.0	0.75	34.5
Regular	2	1.4	0.50	0.7
Malo	0	0	0.25	0
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		87.7

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 4				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
e) Disponibilidad de estacionamiento.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	5	3.6	1.00	3.6
Bueno	56	40.3	0.75	30.2
Regular	77	55.4	0.50	27.7
Malo	1	0.7	0.25	0.2
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		61.7

PREGUNTA Nº 5				
Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad técnica y humana de los especialistas:				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	101	72.7	1.00	72.7
Satisfecho	36	25.9	0.75	19.4
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	2	1.4	0.25	0.4
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		92.5

PREGUNTA Nº 6				
Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la F.O.V, en cuanto a:				
a) Amabilidad en la atención.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	53	38.1	1.00	38.1
Satisfecho	84	60.4	0.75	45.3
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	2	1.4	0.25	0.4
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		83.8

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 6				
Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la F.O.V, en cuanto a:				
b) Conocimiento de funciones laborales.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	44	31.7	1.00	31.7
Satisfecho	90	64.7	0.75	48.5
Indiferente	3	2.2	0.50	1.1
Insatisfecho	2	1.4	0.25	0.4
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		81.7

PREGUNTA Nº 6				
Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la F.O.V, en cuanto a:				
c) Presentación personal.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	53	38.1	1.00	38.1
Satisfecho	86	61.9	0.75	46.4
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		84.5

PREGUNTA Nº 6				
Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la atención del equipo de trabajo de la F.O.V, en cuanto a:				
d) Claridad en la información.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	39	28.1	1.00	28.1
Satisfecho	95	68.3	0.75	51.2
Indiferente	2	1.4	0.50	0.7
Insatisfecho	3	2.2	0.25	0.6
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		80.6

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 7				
Cómo califica a la F.O.V en relación con:				
a) Rapidez en la asignación de citas				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	43	30.9	1.00	30.9
Satisfecho	82	59.0	0.75	44.3
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	13	9.4	0.25	2.4
Muy Insatisfecho	1	0.7	0.00	0
TOTAL	139	100.00		77.6

PREGUNTA Nº 7				
Cómo califica a la F.O.V en relación con:				
b) Agilidad en los trámites para consulta, exámenes médicos especializados, procedimientos quirúrgicos.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	59	42.4	1.00	42.4
Satisfecho	74	53.2	0.75	39.9
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	6	4.3	0.25	1.1
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		83.4

PREGUNTA Nº 7				
Cómo califica a la F.O.V en relación con:				
c) Agilidad en el horario de atención para la consulta médica.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	0	0	1.00	0
Satisfecho	83	59.7	0.75	44.8
Indiferente	11	7.9	0.50	4.0
Insatisfecho	45	32.4	0.25	8.1
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	139	100.00		57.0

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 8				
¿Le informan con anticipación la hora y fecha de la cita y/o cualquier cambio?				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Siempre	126	90.6	1.00	90.6
Casi siempre	4	2.9	0.67	1.9
Algunas Veces	3	2.2	0.33	0.7
Nunca	6	4.3	0.00	0
TOTAL	139	100.00		93.2

TABLAS DE FRECUENCIA DE LA COMPETENCIA

PREGUNTA Nº 9			
¿Cuáles considera son los dos principales competidores de la F.O.V?			
	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Clínica de Oftalmología de Cali	48	34.5	34.5
Instituto para Niños Ciegos y Sordos	25	18.0	52.5
Otros	15	10.8	63.3
No sabe/No responde	51	36.7	100.0
TOTAL	139	100	

PREGUNTA Nº 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
a) Calidad				
Evaluación Competidor 1. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	12	25.0	1.00	25.0
Igual	36	75.0	0.67	50.3
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	48	100.0		75.3

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
b) Atención Médica				
Evaluación Competidor 1. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	17	35.4	1.00	35.4
Igual	31	64.6	0.67	43.3
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	48	100.00		78.7

PREGUNTA Nº 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
c) Imagen				
Evaluación Competidor 1. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	20	41.7	1.00	41.7
Igual	28	58.3	0.67	39.1
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	48	100.00		80.8

PREGUNTA Nº 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
d) Infraestructura				
Evaluación Competidor 1. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	33	68.8	1.00	68.8
Igual	15	31.3	0.67	21.0
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	48	100.00		89.8

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA N° 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
e) Tecnología				
Evaluación Competidor 1. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	21	43.8	1.00	43.8
Igual	27	56.3	0.67	37.7
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	48	100.00		81.5

PREGUNTA N° 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
a) Calidad				
Evaluación Competidor 2. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	4	16.0	1.00	16.0
Igual	21	84.0	0.67	56.3
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	25	100.0		72.3

PREGUNTA N° 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
b) Atención Médica				
Evaluación Competidor 2. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	11	44.0	1.00	44.0
Igual	14	56.0	0.67	37.5
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	25	100.00		81.5

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
c) Imagen				
Evaluación Competidor 2. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	9	36.0	1.00	36.0
Igual	16	64.0	0.67	42.9
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	25	100.00		78.9

PREGUNTA Nº 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
d) Infraestructura				
Evaluación Competidor 2. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	18	72.0	1.00	72.0
Igual	7	28.0	0.67	18.8
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	25	100.00		90.8

PREGUNTA Nº 10				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
e) Tecnología				
Evaluación Competidor 2. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	13	52.0	1.00	52.0
Igual	12	48.0	0.67	32.2
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	25	100.00		84.2

AUDITORÍA DEL SERVICIO

Análisis Cualitativo

PREGUNTA Nº 1			
Opiniones del Cliente Externo acerca del servicio			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Buena atención, profesionalismo y tecnología.	65	46.8	46.8
Buena Atención.	49	35.3	82.1
Oportunidad en el servicio	14	10.1	92.2
Calidad y excelencia en el servicio.	4	2.9	95.1
Retrasos en atención médica.	5	3.6	98.7
Insatisfacción con resultados de cirugía.	1	0.7	99.4
Insatisfacción con diagnóstico médico.	1	0.7	100.0
TOTAL	139	100	

PREGUNTA Nº 11			
Opiniones del Cliente Externo para que el servicio sea ideal			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Puntualidad	25	18.0	18.0
Parqueadero privado	10	7.2	25.2
Agilidad en asignación de citas	8	5.8	31.0
Unificar criterios para no generar confusión	7	5.0	36.0
Tarifas más cómodas	5	3.6	39.6
Legibilidad en fórmulas	3	2.2	41.8
Comunicación directa con el médico	3	2.2	44.0
Mejorar el servicio	3	2.2	46.2
No hay sugerencias	75	54.0	100.0
TOTAL	139	100	

AUDITORÍA DEL SERVICIO

ANEXO D. Tabulación Encuesta Cliente Institucional

Análisis Cuantitativo

PREGUNTA Nº 1				
Según la experiencia que usted ha tenido en la F.O.V. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio que la Fundación le ha ofrecido?				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	2	12.5	1.00	12.5
Satisfecho	14	87.5	0.75	65.6
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		78.0

PREGUNTA Nº 2				
Cuál es su nivel de satisfacción con la imagen de la F.O.V en relación con:				
a) Seriedad				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	5	31.3	1.00	31.3
Satisfecho	11	68.8	0.75	51.6
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		82.9

PREGUNTA Nº 2				
Cómo califica la imagen de la F.O.V en relación con:				
b) Confianza				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	7	43.8	1.00	43.8
Satisfecho	7	43.8	0.75	32.9
Indiferente	1	6.2	0.50	3.1
Insatisfecho	1	6.2	0.25	1.6
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		81.4

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 2				
Cómo califica la imagen de la F.O.V en relación con:				
c) Solidez				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	6	37.5	1.00	37.5
Satisfecho	10	62.5	0.75	46.9
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		84.4

PREGUNTA Nº 3				
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad técnica y humana de los especialistas?				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	6	37.5	1.00	37.5
Satisfecho	8	50.0	0.75	37.5
Indiferente	2	12.5	0.50	6.3
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		81.3

PREGUNTA Nº 4				
Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la F.O.V, en cuanto a:				
a) Puntualidad y cumplimiento.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	5	31.3	1.00	31.3
Satisfecho	6	37.5	0.75	28.1
Indiferente	1	6.3	0.50	3.2
Insatisfecho	3	18.8	0.25	4.7
Muy Insatisfecho	1	6.3	0.00	0
TOTAL	16	100.00		67.3

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 4				
Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la F.O.V, en cuanto a:				
b) Amabilidad.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	5	31.3	1.00	31.3
Satisfecho	10	62.5	0.75	46.9
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	1	6.3	0.25	1.6
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		79.8

PREGUNTA Nº 4				
Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la F.O.V, en cuanto a:				
c) Claridad en la información.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	3	18.8	1.00	18.8
Satisfecho	10	62.5	0.75	46.9
Indiferente	2	12.5	0.50	6.3
Insatisfecho	1	6.3	0.25	1.6
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		73.6

PREGUNTA Nº 4				
Cuál es su grado de satisfacción respecto a la atención del equipo de trabajo de la F.O.V, en cuanto a:				
d) Calidad en la prestación del servicio.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	3	18.8	1.00	18.8
Satisfecho	12	75.0	0.75	56.3
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	1	6.3	0.25	1.6
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		76.7

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 6				
En relación a la infraestructura de la F.O.V, opine acerca de:				
a) Amplitud				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	3	23.1	1.00	23.1
Bueno	9	69.2	0.75	51.9
Regular	1	7.7	0.50	3.9
Malo	0	0	0.25	0
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	13	100.00		78.9

PREGUNTA Nº 6				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
b) Iluminación.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	3	23.1	1.00	23.1
Bueno	10	76.9	0.75	57.7
Regular	0	0	0.50	0
Malo	0	0	0.25	0
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	13	100.00		80.8

PREGUNTA Nº 6				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
c) Orden y aseo.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	5	38.5	1.00	38.5
Bueno	8	61.5	0.75	46.1
Regular	0	0	0.50	0
Malo	0	0	0.25	0
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	13	100.00		84.6

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 6				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
d) Comodidad.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	2	15.4	1.00	15.4
Bueno	10	76.9	0.75	57.7
Regular	1	7.7	0.50	3.9
Malo	0	0	0.25	0
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	13	100.00		77.0

PREGUNTA Nº 6				
Cómo califica la infraestructura de la F.O.V, en cuanto a:				
e) Disponibilidad de estacionamiento.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Bueno	0	0	1.00	0
Bueno	2	15.4	0.75	11.6
Regular	4	30.8	0.50	15.4
Malo	7	53.8	0.25	13.5
Muy Malo	0	0	0.00	0
TOTAL	13	100.00		40.5

PREGUNTA Nº 7				
Cuál es su nivel de satisfacción respecto a:				
a) Tecnología				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	9	56.3	1.00	56.3
Satisfecho	7	43.8	0.75	32.9
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		89.2

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 7				
Cuál es su nivel de satisfacción respecto a:				
b) Subespecialidades				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	3	18.8	1.00	18.8
Satisfecho	9	56.3	0.75	42.2
Indiferente	4	25.0	0.50	12.5
Insatisfecho	0	0	0.25	0
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		73.5

PREGUNTA Nº 8				
Qué tan satisfecha se encuentra su organización con el servicio prestado por la F.O.V, en lo referente a:				
a) Convenios celebrados.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	3	18.8	1.00	18.8
Satisfecho	8	50.0	0.75	37.5
Indiferente	3	18.8	0.50	9.4
Insatisfecho	2	12.5	0.25	3.1
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		68.8

PREGUNTA Nº 8				
Qué tan satisfecha se encuentra su organización con el servicio prestado por la F.O.V, en lo referente a:				
b) Tarifas en el servicio.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	2	12.5	1.00	12.5
Satisfecho	9	56.3	0.75	42.2
Indiferente	1	6.3	0.50	3.2
Insatisfecho	4	25.0	0.25	6.3
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		64.2

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 8				
Qué tan satisfecha se encuentra su organización con el servicio prestado por la F.O.V, en lo referente a:				
c) Oportunidad en el servicio.				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Muy Satisfecho	2	12.5	1.00	12.5
Satisfecho	13	81.3	0.75	61.0
Indiferente	0	0	0.50	0
Insatisfecho	1	6.3	0.25	1.6
Muy Insatisfecho	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		75.1

PREGUNTA Nº 9				
¿El trámite de cobro por parte de la F.O.V es oportuno?				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Siempre	14	87.5	1.00	87.5
Casi Siempre	2	12.5	0.67	8.4
Algunas Veces	0	0	0.33	0
Nunca	0	0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		95.9

TABLAS DE FRECUENCIA DE LA COMPETENCIA

PREGUNTA Nº 12			
¿Cuáles considera son los dos principales competidores de la F.O.V?			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Instituto para Niños Ciegos y Sordos	4	25.0	25.0
Clínica de Oftalmología de Cali	2	12.5	37.5
No sabe/No responde	10	62.5	100.0
TOTAL	16	100.0	

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
a) Calidad				
Evaluación Competidor 1. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	2	50.0	1.00	50.0
Igual	2	50.0	0.67	33.5
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	4	100.0		83.5

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
b) Atención Médica				
Evaluación Competidor 1. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	2	50.0	1.00	50.0
Igual	2	50.0	0.67	33.5
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	4	100.00		83.5

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
c) Imagen				
Evaluación Competidor 1. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	1	25.0	1.00	25.0
Igual	3	75.0	0.67	50.3
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	4	100.00		75.3

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
d) Infraestructura				
Evaluación Competidor 1. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	4	100.0	1.00	100
Igual	0	0	0.67	0
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	4	100.00		100.0

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
e) Tecnología				
Evaluación Competidor 1. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	3	75.0	1.00	75.0
Igual	1	25.0	0.67	16.8
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	4	100.00		91.8

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
f) Confianza				
Evaluación Competidor 1. Instituto para Niños Ciegos y Sordos				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	2	50.0	1.00	50.0
Igual	2	50.0	0.67	33.5
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	4	100.00		83.5

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
a) Calidad				
Evaluación Competidor 2. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	1	50.0	1.00	50.0
Igual	1	50.0	0.67	33.5
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	2	100.0		83.5

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
b) Atención Médica				
Evaluación Competidor 2. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	0	0	1.00	0
Igual	2	100.0	0.67	67.0
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	2	100.00		67.0

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
c) Imagen				
Evaluación Competidor 2. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	0	0	1.00	0
Igual	2	100.0	0.67	67.0
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	2	100.00		67.0

PREGUNTA Nº 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
d) Infraestructura				
Evaluación Competidor 2. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	2	100.0	1.00	100.0
Igual	0	0	0.67	0
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	2	100.00		100.0

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA N° 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
e) Tecnología				
Evaluación Competidor 2. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	1	50.0	1.00	50.0
Igual	1	50.0	0.67	33.5
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	2	100.00		83.5

PREGUNTA N° 13				
¿Cómo evaluaría los centros médicos mencionados frente a los servicios ofrecidos por la F.O.V?				
f) Confianza				
Evaluación Competidor 2. Clínica de Oftalmología de Cali				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Superior	2	100.0	1.00	100.0
Igual	0	0	0.67	0
Inferior	0	0	0.33	0
TOTAL	2	100.00		100.0

Análisis Cualitativo

PREGUNTA N° 1			
Opiniones del Cliente Institucional acerca del servicio			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Buen servicio	7	43.8	43.8
Oportunidad en la atención	4	25.0	68.8
Retrasos en atención médica	3	18.8	87.6
Buenos equipos y tecnología de punta.	2	12.5	100.0
TOTAL	16	100	

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 5			
Razones por las cuales los usuarios institucionales conocen las instalaciones de la F.O.V			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Consulta médica	5	38.5	38.5
Iniciativa propia	3	23.1	61.6
Invitación por parte de la Gerencia.	3	23.1	84.7
Solución de un inconveniente con un usuario.	1	7.7	92.4
Negociación y Conciliación	1	7.7	100.0
TOTAL	13	100	

PREGUNTA Nº 10				
¿Son competitivas las tarifas de la F.O.V respecto a otras instituciones?				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Si	8	50.0	1.00	50.0
No	8	50.0	0.00	0
TOTAL	16	100.00		50.0

PREGUNTA Nº 10			
Opiniones de los usuarios institucionales acerca de la competitividad de las tarifas			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Las tarifas son elevadas comparándolas con otros referentes.	8	50.0	50.0
Las tarifas son similares a las de otras instituciones.	8	50.0	100.0
TOTAL	16	100	

AUDITORÍA DEL SERVICIO

PREGUNTA Nº 11				
¿Ha recibido quejas por parte de los integrantes y/o afiliados a su institución respecto al servicio prestado por la fundación?				
Factor	Frecuencia	Porcentaje	% Satisfacción	Subtotal
Si	7	43.8	1.00	43.8
No	9	56.2	0.00	0
TOTAL	16	100.00		43.8

PREGUNTA Nº 11			
Reclamos atendidos por los usuarios institucionales			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Retrasos en atención médica.	5	71.4	71.4
Irregularidad en el manejo médico.	1	14.3	85.7
Trámite incompleto del formato de justificación de medicamentos y procedimientos no POS.	1	14.3	100.0
TOTAL	7	100	

PREGUNTA Nº 14			
Opiniones del cliente institucional para que el servicio sea ideal			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Tarifas competitivas y cumplimiento en el horario de consulta.	4	25.0	25.0
Cumplimiento en el horario de consulta	4	25.0	50.0
Mejor manejo en lo relacionado con las conductas médicas.	2	12.5	62.5
Enviar actualizaciones del portafolio de servicios.	2	12.5	75.0
Más opciones de servicio en otras especialidades.	1	6.3	81.3
No generar expectativas frente a los servicios no POS.	1	6.3	87.6
Mejorar comunicación con el usuario.	1	6.3	93.9
No hay sugerencias.	1	6.3	100.0
TOTAL	16	100	

