

**IMPACTO FINANCIERO DE LA CONSULTA PARTICULAR EN LA UNIDAD DE
ESPECIALISTAS MARCELA HOLGUIN MUNICIPIO MONTELIBANO 2022.**

**HUGO CARLO MEJIA PUERTA
GEAN LUCAS RODRIGUEZ OVIEDO
VERA LUCIA RUIZ DURANGO**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA ADMINISTRATIVA DE SALUD
MONTERÍA
2023**

**IMPACTO FINANCIERO DE LA CONSULTA PARTICULAR EN LA UNIDAD DE
ESPECIALISTAS MARCELA HOLGUIN MUNICIPIO MONTELIBANO 2022**

HUGO CARLO MEJIA PUERTA

GEAN LUCAS RODRIGUEZ OVIEDO

VERA LUCIA RUIZ DURANGO

**TRABAJO INVESTIGATIVO PARA OBTENER EL TITULO DE ESPECIALISTAS
EN GERENCIA ADMINISTRATIVA EN SALUD**

Concepción Herrera Gutiérrez

Magister en Salud Pública

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA ADMINISTRATIVA DE SALUD

MONTERÍA

2023

Nota de aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradecerle a Dios por permitirnos iniciar y terminar este proceso de la mejor manera, por regalarnos personas maravillosas con las que compartimos y de las cuales aprendimos algo durante esta travesía como lo fueron nuestros maestros quienes nos ayudaron a crecer profesionalmente, especialmente a nuestras tutoras de investigación las profesoras Concepción Herrera y Concepción Amador quienes nos enseñaron a amar este proceso. A nuestros compañeros de especialización un grupo variado de profesionales con los cuales tuvimos la dicha de vivir y compartir experiencias de vida.

A nuestras familias, padres, esposos, esposas e hijos que siempre estuvieron apoyándonos en cada paso creyendo ciegamente en nosotros.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios, sin su voluntad nada de esto hoy fuera una realidad. A nuestra familia porque ellos al igual que nosotros tuvieron que hacer sacrificios para vernos avanzar y superarnos profesionalmente. A la Doctora Marcela Holguín Y por último va dedicada a todos los futuros y nuevos emprendedores del sector salud que quieran tener rentabilidad en su consultorio o clínica particular, aquí en este proyecto encontraran las herramientas para hacerlo.

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
1. OBJETIVOS	16
1.1 OBJETIVO GENERAL	16
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
2. MARCO REFERENCIAL	17
2.1 MARCO TEORICO	17
2.2 MARCO CONCEPTUAL	27
Impacto financiero	27
Factores que influyen en el impacto financiero	27
Proceso de atención al cliente	27
Unidad de especialistas	28
Gerencia	28
2.3 MARCO CONTEXTUAL	28
2.4 MARCO DE ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	32
3. METODOLOGÍA	35
3.1. TIPO DE ESTUDIO	35
3.2. POBLACION Y MUESTRA	35
Tipo de muestreo	36
3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS	36
3.4 FUENTE DE INFORMACIÓN	36
3.5 MATERIALES Y MÉTODOS	36
3.6 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	37
3.7 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN	37
3.8 ASPECTOS ÉTICOS	37

3.9 ASPECTOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR	38
3.10 ESTRATÉGIAS DE SOCIALIZACIÓN	38
4. ANÁLISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS	38
4.1 PROCESO DE CAPTACIÓN DEL CLIENTE	38
4.1.1 MECANISMOS DE CAPTACIÓN	38
4.1.2 AGENTES QUE INTERVIENEN EN LA ATENCIÓN	39
4.2 FACTORES DEL PROCESO DE ATECIÓN AL CLIENTE	40
4.2.1 Factores del usuario	40
4.2.2 Factores asociados al costo de la atención	40
4.2.3 Factores de accesibilidad	44
Accesibilidad geográfica	44
Accesibilidad funcional	44
Accesibilidad real	46
4.2.4 FACTORES RELATIVOS AL MERCADEO	47
Mercadeo efectivo	47
4.3 FACTORES DEL DE ATENCION AL CLIENTE QUE CAUSA UN IMPACTO NEGATIVO	49
5. CONCLUSIONES	51
6. RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS	53
ANEXOS	58

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Categorías de análisis de mercadeo	48
Tabla 2. Criterios de proceso	49

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Servicios más utilizados	40
Gráfico 2. Valor de la consulta según atención del especialista	41
Gráfico 3. Satisfacción en la atención brindada	42
Gráfico 4. Tarifas Ofrecidas	43
Gráfico 5. Percepción sobre la ubicación	44
Gráfico 6. Horarios establecidos	45
Gráfico 7. Comportamiento de las categorías de accesibilidad funcional o real	46

RESUMEN

La importancia de las finanzas en la gestión empresarial es la optimización de los recursos para maximizar la rentabilidad. También se menciona la importancia de estar preparado para posibles impactos financieros y su impacto negativo en la empresa. La gerencia es una visión global que se enfoca en la estrategia, organización y cultura para lograr una mayor competitividad y éxito. Uno de los factores más significativos que influyen en el impacto financiero de una empresa es el servicio al cliente, que puede atraer o repeler a los clientes y, por tanto, influir en los beneficios.

Se llevó a cabo una investigación descriptiva para identificar las características y disposición de la población estudiada. Se seleccionó cuidadosamente una muestra representativa para llevar a cabo la investigación y se tomaron en consideración varias dimensiones como la percepción de calidad del servicio.

El objetivo general del estudio es identificar los factores que influyen en el impacto financiero de la consulta particular de Especialistas Marcela Holguín y proponer estrategias que contribuyan a la generación de utilidades para cumplir con el presupuesto de la institución.

Los objetivos específicos del estudio incluyen enunciar el proceso de captación del cliente, evaluar la experiencia del usuario en el proceso de atención al cliente, describir la accesibilidad geográfica, funcional y real de la unidad, y especificar las falencias en el proceso de atención al cliente.

Se aplicó una herramienta para obtener resultados sobre la institución y se identificaron aspectos positivos y negativos que se convirtieron en fortalezas y debilidades. Se enumeran los hallazgos obtenidos en el orden de los componentes de la herramienta utilizada

los hallazgos obtenidos al aplicar un instrumento de evaluación en una entidad de servicios de salud. Se identificaron aspectos positivos y negativos que permiten oportunidades de mejora.

En cuanto al proceso de captación de clientes, se destaca que la principal forma de atracción es a través del boca a boca, lo que indica que los usuarios recomendarían la entidad. La experiencia del usuario al utilizar los servicios es satisfactoria, debido a que cumplen con los criterios exigidos por ellos, como tener una infraestructura en óptimas condiciones, personal médico especializado y equipos médicos actualizados. La accesibilidad a la entidad es considerada como buena, debido a que se encuentra en una zona central y cuenta con horarios flexibles y diversas formas de pago.

PALABRAS CLAVES:

Finanzas, impacto financiero, servicio al cliente, captación de usuarios, accesibilidad, satisfacción del usuario

ABSTRACT

The importance of finance in business management is the optimization of resources to maximize profitability. The importance of being prepared for possible financial impacts and their negative effects on the company is also mentioned. Management is a global vision that focuses on strategy, organization, and culture to achieve greater competitiveness and success. One of the most significant factors that influence the financial impact of a company is customer service, which can attract or repel customers and therefore affect profits.

A descriptive research was conducted to identify the characteristics and disposition of the studied population. A representative sample was carefully selected to carry out the investigation, and several dimensions were taken into consideration, such as the perception of service quality.

The general objective of the study is to identify the factors that influence the financial impact of the particular consultation of Marcela Holguín's Specialists and propose strategies that contribute to generating profits to meet the institution's budget.

The specific objectives of the study include stating the customer acquisition process, evaluating the user experience in the customer service process, describing the geographical, functional, and real accessibility of the unit, and specifying the shortcomings in the customer service process.

A tool was applied to obtain results on the institution, and positive and negative aspects were identified that became strengths and weaknesses. The findings obtained are listed in the order of the components of the tool used, identifying positive and negative aspects that provide opportunities for improvement.

Regarding the customer acquisition process, it is highlighted that the main way of attraction is through word of mouth, indicating that users would recommend the entity. The user experience in using the services is satisfactory because they meet the criteria demanded by them, such as having optimal infrastructure, specialized medical personnel, and updated medical equipment. Accessibility to the entity is considered good because it is located in a central area and has flexible hours and various payment methods.

KEYWORDS: finance, financial impact, customer service, user acquisition, accessibility, user satisfaction.

INTRODUCCION

Finanzas, es un área de la economía que estudia la forma correcta de obtener recursos económicos materiales o inmateriales en una empresa para así cumplir con los objetivos financieros establecidos en el plan presupuestal y permitir una adecuada administración y optimización de estos recursos monetarios (1) de tal forma que se constituya en un impacto favorable sobre la empresa.

En el sector financiero el impacto es considerado como un gasto que afecta directamente el plan financiero de la compañía. Técnicamente puede ser cualquier evento causado o no por el hombre, por lo regular estos desastres financieros pueden aniquilar la compañía y como gerentes de negocios se debe prestar mucha atención para evitar los impactos pues en finanzas el “impacto” siempre tendrá una connotación negativa (2)

De acuerdo a diferentes autores el término “gerencia” se centra, en el manejo de los recursos con el fin de generar un aprovechamiento, dar bienestar a sectores específicos de la sociedad. Según el autor Sallenave en 2002, definió que la gerencia debe asumirse desde una visión integral, donde se concreten los propósitos que van dirigidos a vincular todas las fuerzas que definen la visión de una empresa, de una organización o de una institución y que debe ir dirigido al logro de una mayor competitividad en el sector. De acuerdo con este autor, existen tres palabras claves en la gerencia, estas son la estrategia, la organización y la cultura, la primera nos permite saber hacia dónde nos encaminamos, la segunda nos ayuda a poder concretar las estrategias y la última a dinamizar toda la estructura organizativa. (3)

La empresa de servicios médicos y odontológicos especializados “Marcela Holguín” ha observado un impacto financiero sobre el negocio que este se encuentra enfocado como lo es la prestación de servicios de salud particulares o de régimen

privado que son ofertados a la comunidad mediante su portafolio de servicios médicos y odontológicos especializados. La posible causa de este impacto parece ser la dificultad para atraer probables usuarios, pues se ha observado que durante el proceso que se realiza al momento de agendar las citas a los usuarios no se logra la captación adecuada, este proceso se realiza mediante llamadas telefónicas, o de forma física es decir, cuando al usuario llega a la unidad a solicitar los servicios, es importante resaltar que el espacio físico con que cuenta la institución cumple con las condiciones exigidas por parte del personal que la usa, como son espacios agradables, seguros y con buena ubicación

Actualmente cuenta con un gran número de pacientes fijos que están en tratamientos con diferentes especialidades y otro grupo de pacientes que asisten a consultas particulares solo una vez.

Se evidencia que, durante el proceso de entrega de información al particular vía telefónica, presencial o por medio de las redes sociales, un gran número de estos no continuaba en el proceso y al final no agendaba una cita.

Motivo por el cual se determina algunos factores que pueden estar influyendo directamente sobre la decisión final de los clientes para tomar su servicio con esta entidad, por lo tanto se pide la autorización a esta institución para la realización de encuestas al público en el periodo comprendido entre septiembre de 2021 a noviembre de 2022 y de ahí poder dar recomendaciones y mejoras al proceso realizado por este ente, garantizando así utilidades económicas constantes, excelente atención hacia el cliente y evitar de esta manera impactos financieros negativos, debido a que los costos de operación son fijos y no son susceptibles a ser recuperados; por ello el equipo autor se motivó como futuros gerentes a identificar las razones que pueden estar incidiendo en este impacto financiero. Planteando la siguiente pregunta de investigación ¿cuáles son los factores de riesgo que influyen en el impacto financiero de la consulta particular en la unidad de Especialistas Marcela Holguín?

Esta investigación se realiza porque se han evidenciado como algunas entidades que prestan servicios de salud especializada de manera particular no generan utilidades y/o después de un tiempo deben cerrar sus puertas afectando de manera directa al particular que busca calidad en salud y seguridad para sí mismo. Para los procesos gerenciales es beneficioso medir el impacto de las decisiones que contribuyan a generar ganancias monetarias, que determinen indicadores de la calidad por las prestaciones de servicios, dado que a mayor calidad mayor productividad y menores costos.

Con este proyecto investigativo se pretende primero garantizar la prestación de servicios de salud especializados con principios de calidad enfocados en optimizar la forma y la rapidez de accesibilidad a citas particulares de mayor complejidad médicas y odontológicas, que mejoren principalmente la salud del usuario, segundo la liquidez de la organización, asegurando flujo económico mensual para cumplir con los diferentes compromisos administrativos como nóminas, pago a proveedores, mantenimientos, compra de equipos, utilidades, y tercero mejorar los índices de accesibilidad a servicios de salud especializada con calidad para los usuarios de la Unidad de Especialistas Marcela Holguín, contribuyendo a mejorar la calidad en la prestación de los servicios de salud del municipio de Montelíbano y a su vez aportar conocimientos básicos a los administradores y gerentes de la organización para la toma de decisiones a corto y mediano plazo, ayudando con la utilización de herramientas que permitan implementar planes de acción para lograr los objetivos propuestos y desarrollar programas de responsabilidad social y mejora del medio ambiente.

Es así como la realización de esta investigación traerá consigo el afianzamiento en el aprendizaje y la experiencia de la práctica como profesionales en gerencia administrativa en salud.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los factores que influyen en el impacto financiero de la consulta particular en la Unidad de Especialistas Marcela Holguín en el periodo comprendido entre septiembre 2021 a noviembre 2022 con el fin de proponer estrategias que contribuyan en la generación de utilidades para así dar cumplimiento al presupuesto de la institución.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Enunciar el proceso de captación del cliente en la unidad de Especialistas Marcela Holguín.
- Evaluar la experiencia del usuario en el proceso de atención al cliente en la unidad de Especialistas Marcela Holguín.
- Describir la accesibilidad geográfica, funcional y real de la unidad de Especialistas Marcela Holguín.
- Especificar las falencias en el proceso de atención al cliente en la unidad de Especialistas Marcela Holguín.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

Entre los factores que influyen en el impacto financiero para que una empresa tenga liquidez están algunos que lo determinan, entre ellos tenemos la rentabilidad, presupuesto, el proceso de captación de clientes, entonces tenemos que la rentabilidad se conoce como la productividad de los fondos comprometidos en una empresa. Considerada el indicador del éxito de una empresa ya que su análisis permite identificar los factores favorables y desfavorables que inciden en la calidad de la empresa. Su medidor se conoce como ROA (Rentabilidad Operativa del Activo), y representa la tasa de interés que producen los activos de la empresa. (4)

Por su parte el presupuesto, Según Rondón (2001) “es una representación en términos contabilísticos de las actividades a realizar en una organización, para alcanzar determinadas metas, y que sirve como instrumento de planificación, de coordinación y control de funciones.” (5) Todo esto aplica a nuestro análisis con el cumplimiento de las metas de ingresos establecidas previamente.

Para el proceso de captación de clientes, es descrito como una serie de pasos utilizados en las empresas para llevar a cabo la atención de los usuarios y que cumple un papel importante en la atracción de nuevos usuarios, para realizar este proceso es importante clasificar de manera adecuada los clientes, es así como clientes habituales y esporádicos, clientes por antigüedad, todo ello va a depender de la edad y la ubicación geográfica. (6)

Los clientes son considerados la base de toda empresa puesto que sin ellos no habría productos o servicios que ofrecer, es por ello que el éxito o fracaso dependen en gran parte de ellos. Por esta razón es muy importante la comunicación con ellos.

Para esto existen ciertas fases que ayudan en el proceso de comunicación comercial que son:

Saludo y Recepción: Comenzando con el contacto visual con el cliente y pidiendo saludos y lo que pueda ser de utilidad.

Fase Desarrollo y Escucha: En esta fase escuchar al cliente, empatizar, identificar necesidades y soluciones Se deben brindar.

Conclusión y despedida: en esta etapa, debemos asegurarnos de que nuestros clientes estén satisfechos con nuestro negocio. Esto se hace de la misma manera que se llevó a cabo la recepción. Sea siempre cortés y respetuoso.

La atención al cliente dentro de la organización es uno de los procesos que mayor influyen en la persuasión de prestaciones de buenos servicios y esto se traduce en calidad, dentro de una organización.

De aquí se puede decir que toda causa tiene un efecto si un usuario tiene la percepción de que se le está brindando un servicio sin calidad este automáticamente genera críticas causando de este modo que se alejen los clientes, mientras que si su percepción es distinta el resultado será todo lo contrario, atraerá nuevos clientes, es así que surge la causalidad.

La causalidad parece ser una palabra proscrita en el lenguaje de la teoría económica actual. Su desprestigio se debe en parte a las críticas de filósofos empiristas iniciadas por Hume y, en especial, de la escuela neopositivista a comienzos del siglo XX. Además, es una consecuencia de la simetría de fuerzas implícita en los análisis usuales de equilibrio económico, cuyo resultado final es una simple relación funcional entre variables, más o menos bien definidas, que juegan papeles de igual magnitud y sentido opuesto (5) en tal sentido se entiende causalidad como la relación de causa y efecto.

La causalidad se da entre eventos, es decir, entre cambios de estado: la observación de lo que sucede cuando el experimento altera una variable es el origen de la relación funcional entre ella y otra variable que resume la consecuencia del

experimento en cuestión: el método experimental explora el efecto de cambios deliberados. Después, cuando ya se tienen varias relaciones de este tipo entre variables afines, es posible construir un esquema deductivo que las relaciona entre sí. O bien, cuando el objeto de estudio es un sistema compuesto por partes que interactúan, es posible explicar los cambios del agregado como resultado de cambios sucedidos en el nivel desagregado, y construir entonces una explicación causal que relaciona un nivel con otro, pero siempre referida a cambios de estado.(7)

El concepto de causalidad ha variado a través de los tiempos, posiblemente esto obedezca a los adelantos que se han dado en las diferentes áreas del saber y a las preguntas que se pretende responder. Esto es, una causa, un efecto (primero ocurre un evento-causa que se asocia con un segundo evento-efecto) fuera coherente y útil para responder la mayoría de cuestionamientos. Hoy en día este modelo puede ser insuficiente y se requieren modelos multivariados y probabilísticos que serían mejor comprendidos teniendo como base la teoría del caos, donde el concepto causalidad es reemplazado por casualidad y certeza por probabilidad. De esta forma se podría tener como guía dos modelos o sistemas: a. Modelo determinista: establece una relación causal entre dos eventos y pretende una certeza. b. Modelo probabilista: establece relaciones uni, bi o multifactoriales y pretende calcular una probabilidad. (7)

Resulta fácil entrever bajo todas ellas no más de tres opiniones fundamentales que son arquetipos también históricamente instaurados ya: -1) La causalidad es un principio del ser, un modo de ser (vinculación necesaria y temporal) de las cosas. Describir causalmente un fenómeno sería revelar la naturaleza objetiva de las cosas. 2) La causalidad es legalidad, una ley científica basada en una generalización inductiva a partir de la experiencia, y en la que se apoya un alto índice de predecibilidad garantizada por esas experiencias inductivas de invariancias de hecho. 3) La causalidad es un postulado apriórico (sintético a priori), un supuesto previo y una condición de la naturaleza de lo mental para el

conocimiento de las cosas, que no puede justificarse por simples generalizaciones empíricas: la causalidad es una imposición que lo mental ejerce sobre las cosas, imposición que va más allá y es algo más que la experiencia que la mente tiene de las cosas. Serían, respectivamente, las posturas históricas del realismo clásico y el racionalismo, de Mill y la ciencia moderna y de Hume y Kant. Ninguna de ellas puede defenderse hoy con exclusividad y globalmente; y por supuesto, unas menos que otras, como resulta evidente. Sin embargo, son patrones que muy en el fondo, están bajo las concepciones de los teóricos actuales. Ahora bien, las de éstos tienen ya otro estilo; que les ha dado el relativismo contemporáneo. (8)

Desde el ámbito de las ciencias contables existen varios criterios conformantes del principio de causalidad:

a) Razonabilidad, en virtud de este criterio debe existir una relación razonable entre el monto del desembolso efectuado y su finalidad, el mismo que debe estar destinado a producir y mantener la fuente productora de renta.

b) Necesidad, implica que sin la realización del mencionado desembolso no habría renta o la fuente no podría subsistir; vale decir, la necesidad debería ser directa.

c) Proporcionalidad, alude a un parámetro meramente cuantitativo, centrado en verificar si el volumen de la erogación realizado por una empresa guarda debida proporción con el volumen de sus operaciones.

d) Normalidad, referido a que los gastos en los cuales se incurren deben realizarse dentro del giro normal de las actividades del negocio, como se puede observar muy vinculado con el criterio de razonabilidad.

e) Generalidad, legislativamente se establece que el presente criterio debe ser cumplido cuando el gasto se encuentre vinculado con servicios de salud, gastos recreativos culturales, aguinaldos, bonificaciones, entre otros; de esta forma el beneficio debe ser de carácter general para todos los trabajadores teniendo en cuenta su posición dentro de la estructura organizacional de la empresa. (9)

El principio de causalidad es la relación de necesidad que debe establecerse entre los gastos y la generación de renta o el mantenimiento de la fuente; no obstante, este principio para ser determinado deberá aplicarse criterios adicionales como que los gastos sean normales de acuerdo al giro del negocio o éstos mantengan cierta proporción con el volumen de las operaciones. (9)

La vinculación entre los gastos y la generación de rentas se denomina en doctrina “teoría de la causa final o subjetiva”, pues la deducción de gastos debe tener como finalidad la generación de rentas; por otro lado, la vinculación de los gastos con la actividad empresarial es denominada en doctrina, “teoría de la causa objetiva o teoría de la *“conditio sine qua non”* porque la deducción de gastos está supeditada a su vinculación objetiva con las actividades empresariales. (10)

La rentabilidad: es una medida relativa de las utilidades, es la comparación de las utilidades netas obtenidas en la empresa con las ventas (rentabilidad o margen de utilidad neta sobre ventas), con la inversión realizada (rentabilidad económica o del negocio), y con los fondos aportados por sus propietarios (rentabilidad financiera o del propietario). La Utilidad neta es el incremento del patrimonio resultante de una operación lucrativa de la empresa, esperado por quienes invierten en el capital social de una compañía para incrementar el valor de su inversión. Es un efecto sobre el patrimonio mediante el incremento de cualquier activo (no necesariamente efectivo) o la disminución del pasivo (Meigs, et al, 1999). La rentabilidad financiera señala la capacidad de la empresa para producir utilidades a partir de la inversión realizada por los accionistas incluyendo las utilidades no distribuidas, de las cuales se han privado. Dicha rentabilidad se calcula mediante el siguiente coeficiente: $\text{Utilidad Neta} / \text{Capital Contable}$ (Urias, 1991). Para mejorar el nivel de rentabilidad financiera se pueden incorporar cambios en la rotación del capital contable, en el margen de utilidad neta y, en el apalancamiento financiero, dado que la rentabilidad financiera está compuesta por el producto entre el margen de utilidad neta sobre ventas $\text{Utilidad neta} / \text{Ventas netas}$) y la rotación del capital contable $(\text{Ventas netas} / \text{Capital contable})$. (9)

En cuanto a la Teoría de la renta producto o teoría de la fuente Según Matteucci, esta teoría determina que la renta es un producto, el cual debe ser periódico y provenir de una fuente durable en el tiempo y ser susceptible de generar ingresos periódicos.

En tal sentido, se trata de un producto porque el mismo es distinto y a la vez se puede separar de la fuente que lo produce, ello puede darse en el caso de una máquina, una nave de carga, una parcela agrícola, entre otros. También se puede mencionar que la fuente debe quedar en condiciones de seguir produciendo mayor riqueza.

A su vez en lo que corresponde a la periodicidad, se entiende como un mecanismo de poder repetir la producción, siendo esta posibilidad potencial y no necesariamente efectiva. (Alva, 2012) Para Fernández Cartagena la renta se caracteriza por ser una nueva riqueza producida por una fuente productora, distinta de ella. Dicha fuente es un capital que puede ser corporal o incorporeal. Este capital no se agota en la producción de la renta, sino que la sobrevive.

Del mismo modo, es importante resaltar que la renta según este criterio es un ingreso periódico, es decir, de repetición en el tiempo. Sin embargo, dicha periodicidad no es necesariamente real en la práctica, sino que basta con que exista una potencialidad para ello. De esta forma se considera cumplida la periodicidad si potencialmente existe la posibilidad de que tenga lugar la repetición de la ganancia. Dicha posibilidad de reproducción del ingreso significa que la fuente productora del rédito o la profesión o actividad de la persona cuando, en este último caso, es la actividad humana la que genera la renta; pueden generar los mismos rendimientos, si se vuelven a habilitar racionalmente para ser destinados a fines generadores de renta. (11)

Es un análisis sistemático que analiza el futuro y presente de un proceso productivo y financiero de una empresa, calculando los inputs y los outputs de los recursos, siendo los recursos dinero, tiempo, materiales, uso de maquinaria y de espacio, entre otros. Por ende, debe entregar como resultados indicadores financieros sobre

la cantidad y el costo de los recursos requeridos para desarrollar el producto, incluyendo el proceso productivo, así como datos concretos sobre su rentabilidad, la utilidad esperada, el flujo de efectivo y los indicadores financieros.

Así mismo el presupuesto estudia y calcula la entrada de recursos, los costos y los tiempos en que estos pasan por el proceso productivo, el tiempo de venta, el tiempo de recaudo del efectivo y la circularidad con que estos vuelven a producir nuevos recursos, para mostrar al final la rentabilidad de los recursos circularizados puestos a disposición. Desde ese punto de vista se puede analizar la manera como se desarrollará el proceso productivo del nuevo período y todos los elementos que se van a tener en cuenta para el nuevo camino logístico, productivo, control, financiero y económico que se seguirá, según las proyecciones de las limitaciones estudiadas; teniendo en cuenta como limitaciones la capacidad productiva, los compradores, la capacidad monetaria, la dimensión de materiales, la mano de obra y los servicios conseguibles, el tiempo, entre otros.

De igual forma el presupuesto puede ayudar a prever problemas y darle soluciones anticipadas para evitar los conflictos; también, permite analizar los problemas económicos, analizar los puntos donde se debe buscar financiación y calcular la forma de pago, analizar los puntos lentos y rápidos del proceso empresarial para crear una equidad y un punto de equilibrio, pronosticar las situaciones peligrosas y delicadas. Además, puede ser el fiscalizador de la meta empresarial y anteponer los controles debidos para que se cumpla al final del período los logros y objetivos planificados.

Los recursos y datos que deben tenerse en cuenta y conocerse para elaborar un presupuesto son los siguientes:

1. Materiales (precios y tiempos de reabastecimientos).
2. Mano de obra (costos y tiempos de producción).
3. Servicios (costos y capacidad instalada).
4. CIF Fijos.

5. CIF Variables.
6. Admón. Fijos.
7. Admón. Variables.
8. Maquinaria (capacidad, costo de uso).
9. Fichas técnicas (conocimiento del producto MPD, MOD, SD, CIF, tiempos).
10. Capacidad instalada.
11. Procesos.
12. Presupuestos de venta.

Luego de tener recogidos los datos mencionados anteriormente, procedemos a calcular diferentes tipos de presupuestos:

- Presupuestos de ventas
- Presupuestos de ingresos
- Presupuestos de recaudo
- Presupuestos de producción
- Presupuesto de materiales (unidades y costos)
- Presupuesto de MOD (tiempos y costos)
- Presupuesto de compras de materiales y servicios (unidades y costos)
- Presupuestos de pagos a proveedores
- Presupuestos de costos variables y fijos
- Presupuesto de Estado de Costo de Venta
- Presupuestos de flujo de efectivo
- Presupuesto de estado de resultados
- Presupuesto de balance general
- Presupuesto de indicadores financieros (12)

Dentro de las organizaciones es necesario hablar de rentabilidad, dado que sin ella no hay empresas prosperas con el tiempo, pero la rentabilidad lleva a muchas implicaciones intrínsecas (costos, gastos, utilidades) para poder llegar a ella, existe un método que se desarrolló de manera diferente para cada tipo de mercado.

Según Sánchez en 2002 definió que la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados. En la literatura económica, aunque el término se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Rentabilidad es un término amplio que busca medir la cantidad de utilidad, ganancia generada en un determinado espacio tiempo dentro de una organización, alcanzando metas proyectadas a largo y corto plazo, también generando información valiosa para toma de decisiones e implementación de políticas y estrategias. (13)

Existen diversas definiciones y opiniones relacionadas con el término rentabilidad, por ejemplo, Gitman (1997) dice que rentabilidad es la relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario. Por otra parte, Aguirre et al. (1997) consideran la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa. (14)

Los factores que se incluyen en el costo de producción del producto, o prestación del servicio son materias primas directas, materias primas y costos indirectos de producción. “Las Entidades Promotoras de Salud, cualquiera sea su naturaleza, deberán establecer sistemas de costos, facturación y publicidad. Los sistemas de costos deberán tener como fundamento un presupuesto independiente, que

garantice una separación entre ingresos y egresos para cada uno de los servicios prestados, utilizando para el efecto métodos sistematizados. Los sistemas de facturación deberán permitir conocer al usuario, para que este conserve una factura que incorpore los servicios y los correspondientes costos.

Es decir, los costos en el Sistema de salud están regulados por el Sistema General de Seguridad Social de Salud, para crear un ambiente competitivo sano entre las demás empresas del sector, igualmente, para el funcionamiento de una empresa hay varios gastos que se incurren en el ejercicio de las competencias, estos son gastos los cuales no son netamente recuperables. (15)

2.2 MARCO CONCEPTUAL

IMPACTO FINANCIERO: para el presente estudio de investigación el concepto “impacto financiero” hará referencia a la cantidad de usuarios captados y de dinero no ingresado a la Unidad de Especialistas Marcela Holguín; el concepto puede concretarse como “pérdidas económicas por no captación de usuarios”.

Un impacto financiero es un gasto que tiene un efecto en una posición financiera que no se puede controlar.” ese gasto imprevisto que no es controlable usualmente se produce de acuerdo a efectos externos o internos que afectan el mercado ,y cambios inesperados como desastres naturales o desestabilización financiera; pueden ser también producidos por efectos sociales, afectaciones económicas, alteraciones en la operación de la compañía donde los gastos superen los ingresos, además puede ser producido con base en mala toma de decisiones y direccionamiento estratégico en el caso cuando los gastos no se pueden cubrir debido a que ocurrió alguna de los contextos indicados que genera un suceso impactante para cualquier organización dado es el punto donde se puede llegar a quebrar la tienda empresa, pyme o ente económico que se vea afectado. (16)

PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE: Se refiere al contacto directo entre el especialista y el usuario en la instalación y el desarrollo del tratamiento deseado por el cliente. Todos los empleados de su organización deben ser tomados en cuenta. El perfil de un determinado profesional te ayudará a construir buenas relaciones y agregar valor al proceso de atención, así como habilidades personales, formas, iniciativas, ambiciones, autocontrol, intereses, habilidades humanas, colaboración, etc. Actitud positiva, capacidad de observación, habilidades analíticas, recursos, imaginación, aspectos externos. Esto último es especialmente importante en el cuidado personal, no solo por la apariencia personal sino también por el medio ambiente".

UNIDAD	DE	ESPECIALISTA:
Unión o conformidad que tiene formación específica en una determinada rama médica o quirúrgica. (17)		

GERENCIA: se asocia con eficiencia y logro de objetivos al menor costo posible y con una mínima inversión (3), tratando así de obtener la mayor parte de beneficios.

2. 3 MARCO CONTEXUAL

Montelíbano es un municipio del sur del departamento de Córdoba, Colombia. Situado a orilla del río San Jorge con una población de 87.187 habitantes aproximadamente, es uno de los centros económicos, comerciales y culturales más importantes de la región. Esta de la capital del departamento a una distancia de aproximadamente 3 horas de ida y regreso.

Su población está conformada por población afrodescendiente, indígenas, blancos, mestizos y mulatos, que de acuerdo a su localización geográfica son identificados con diferentes gentilicios tales como: sabaneros, san jorjanos, sinuanos y otros. De acuerdo al censo realizado por el DANE en 2005 y a las proyecciones realizadas por este organismo, la población total del municipio de Montelíbano es de 77.777 habitantes. La población del casco urbano es de 59.113 hab. Sin embargo, el DANE proyecta para 2020 una población de 85.885hab, de los cuales 63.689 están en la cabecera municipal, y 22.196 en centro poblado y rural dispersa. Lo que lo convierte en el municipio con la cabecera municipal más poblada del departamento y en el área rural cuenta con una población de 22.755 habitantes; la población desplazada es de 22.222; (fuente oficina de víctimas) y la población discapacitada es de 1.328. (Salud, 2020).

Fundado hacia el año 1907 por colonos sabaneros que aprovecharon la fertilidad de sus tierras y su ubicación para formar el nuevo poblado. Geográficamente hace parte de la Región Caribe, de la cual recoge y conserva parte de su idiosincrasia, folclor y acervo cultural. Limita con los municipios de Planeta Rica, Tierralta, San José de Uré, Puerto Libertador, Buenavista, La Apartada, y Caucasia, Ituango, y Cáceres en Antioquia. La cabecera municipal está a 114 km de Montería y es reconocida por ser la "Capital Niquelera de América", ya que sus territorios son ricos en ferroníquel y en ella se ubica la mina de níquel a cielo abierto más grande del continente y la 4° a nivel mundial. (18) Es reconocido como uno de los municipios importantes de la región minera, ya que en él se encuentran yacimientos de níquel, oro, carbón y posiblemente otros minerales. (15) Hecho que hace que ese municipio sea fuente de oferta laboral con demanda para la población vecina.

El municipio de Montelíbano se encuentra dentro de la cuenca del río San Jorge, siendo su límite geográfico, en la parte oriental, la divisoria de aguas que lo separa de la cuenca geográfica del río Sinú.

Las actividades económicas están representadas en los sectores primario y secundario. El primario como resultado de procesos de colonización, en el cual las

tierras han sido destinadas a la ganadería extensiva. La zona presenta una gran vocación agropecuaria, en donde sobresale la producción de ganado vacuno. Se vislumbra, además, en la región el desarrollo de tecnologías de transporte de ganado en canal y no en pie, especialmente hacia ciudades como Medellín, que buscan garantizar una excelente calidad del producto.

Otros renglones fundamentales en la economía municipal son: el minero, especialmente lo referente con la explotación de ferroníquel en la mina de Cerro Matoso, ubicada en la zona rural (corregimiento de Bocas de Uré) de Montelíbano, a nivel industrial representada por la empresa Cerro Matoso S.A.; la cual diferencia al municipio de poblaciones vecinas como Caucasia, Ayapel, La Apartada, Planeta Rica, Buenavista, Pueblo Nuevo y Montería. La extracción de material de playa como fuente importante de ingresos para los habitantes del área urbana de Montelíbano y del corregimiento de Bocas de Uré se constituye en otra alternativa de ocupación. (8)

La pesca se constituye en otra actividad económica del sector primario, en su gran mayoría en la cuenca del río San Jorge, como en sus afluentes; además, del aprovechamiento maderable con un auge entre las décadas de 1970 y 1990. Actualmente, dicha actividad ha decaído dada la explotación irracional del recurso sin diferenciar el valor ecológico y estratégico de las especies, lo cual ha con llevado al agotamiento y casi extinción de especies valiosas como el caobo. Además, las especies de peces presuntamente también han disminuido por los impactos de la minería de Níquel. En una sentencia de la corte, constitucional se lee "para la Corte es claro que "existe una delicada situación de salud pública en la zona, la cual se caracteriza por graves enfermedades cutáneas, pulmonares, oculares, entre otras", y determinó que "el medio ambiente se ha visto gravemente perjudicado debido a la dispersión de escoria, la presencia de sedimentos en varios cuerpos de agua, la reducción de especies animales y vegetales, la alteración del Caño Zaino, así como la contaminación del aire circundante y diferentes ríos, quebradas y pozos aledaños

al complejo minero”(18) No obstante, se sigue presentando esta actividad aunque en menor escala.

La actividad comercial se genera principalmente en la cabecera municipal a nivel minorista, e incluye bienes de consumo diario y/o ocasional, además de la presencia de establecimientos comerciales relacionados con la prestación de servicios mecánicos, eléctricos y de hotelería, entre otros. (19)

Adicionalmente es un municipio ZOMAC; Esto quiere decir que se reconoce como un municipio afectado por el conflicto armado. Al ser denominado de esta forma cuenta con los siguientes beneficios: las empresas nuevas en Montelíbano pagan menos impuesto, cualquier empresa del país puede pagar sus impuestos a través de obras en este municipio.

El hospital es un moderno complejo sanitario ejecutado con recursos aportados en su mayoría por la empresa Cerro Matoso, el Ministerio de la Protección Social, la Gobernación de Córdoba, la Alcaldía de Montelíbano y la Fundación San Isidro (hoy Fundación Cerromatoso). El edificio cubre una superficie superior a los 3.400 metros cuadrados y está íntegramente equipado para la puesta en funcionamiento de las áreas de urgencias, hospitalización, imagenología, laboratorio clínico, cirugía y obstetricia, así como central de estabilización, cuarto de residuos, planta de emergencia y subestación; farmacia, baños públicos y lobby. Dispone de once habitaciones, puesto de enfermería, cuarto de apoyo, cuarto de bombas y tanque para agua. (20)

La red de servicios en salud en el municipio de Montelíbano, oferta servicios en la zona urbana y rural. En la zona urbana el servicio es ofrecido por una E.S.E. pública llamada Hospital Local de Montelíbano que cuenta con servicios de baja complejidad declarados y habilitados , también encontramos aproximadamente 15 clínicas privadas y consultorios privados independientes, con amplio portafolio de servicios especializados médicos y odontológicos, dentro de los cuales se

encuentra la Unidad de Especialistas Marcela Holguín que cuenta con 8 servicios odontológicos y 3 servicios médicos especializados y habilitados; el servicio de salud en la zona rural es prestado por 2 puestos de salud que se encuentran ubicados en tierra dentro y san francisco del rayo, ambos con infraestructura muy regular.

En los procesos de socialización con las comunidades se pudo establecer como principales problemas que afectan al sector las deficiencias en los servicios de promoción y prevención en salud, el mal estado en la infraestructura para la prestación de los servicios en la zona rural, deficiencia en la implementación de programas de promoción y prevención de riesgos en materia de salud sexual y reproductiva, así mismo en el tema de consumo de sustancias psicoactivas en la población adolescente y joven del municipio, la poca capacidad de respuesta a la prevención de enfermedades inmunoprevenibles, los procesos administrativos del sector salud estandarizados, las deficiencias en la promoción de hábitos de vida saludable a la población más vulnerable.(11)

En la unidad de especialistas ubicada en este municipio se ofrece de manera particular la atención de 11 especialidades, cada una de estas habilitadas. Se busca con todo esto que el paciente tenga la oportunidad de recibir de recibir una atención personalizada y de calidad humana y profesional. La cita se agenda de manera presencial o vía telefónica (llamada, WhatsApp, redes sociales).

2.4 MARCO DE ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS:

Para todo estudio en de gran importancia realizar recopilación de estudios relacionados al tema de investigación que sirvan de referencia a los resultados hallados, para eso tenemos que en nuestro país se han realizado gran cantidad de estudios relacionados con el tema, entre los cuales encontramos que Orozco, Henao y Londoño en su proyecto nivel de satisfacción del usuario en el servicio de consulta externa del hospital departamental San José de Marulanda caldas-ESE

llevado a cabo en el año 2011, concluyen que existen factores fundamentales en la calidad y satisfacción de un servicio y que estos son la comunicación, el compromiso y la humanización. Es importante destacar que ese estudio se realizó en dos fases y que cada una de ellas fue evaluada para luego ser comparadas una vez se tomaron estrategias de intervención logrando así un gran impacto positivo frente a los servicios evaluados, para ellos la utilización de buenos procesos y procedimientos cumplen un papel vital en la calidad de la atención de usuarios y que esto va de la mano con la demanda permanente de usuarios, por lo tanto es primordial establecer normas, guías y procesos que determinen los procesos para poder realizar una evaluación y seguimiento a cada una de las actividades realizadas en una institución, para esto existen diferentes herramientas que pueden ser adaptadas según necesidades, estas son: la clasificación de sistemas, la representación gráfica, análisis de riesgos y puntos críticos de control, los indicadores de gestión, el benchmarking y la casuística hospitalaria. Es importante realizar una clasificación para poder hacer la selección y utilización de herramientas que mejor respondan a la mejora de procesos, todo esto la disminuir o eliminar los riesgos. (21)

Otro estudio a nivel nacional es la evaluación y análisis de la consulta externa en prestar salud IPS S.A.S de la ciudad de Cartagena, durante el segundo semestre del año 2014, cuyos autores Barrios y Carmona consideraron 3 dimensiones de estudio en el proceso de atención de los usuarios: la capacidad de respuesta, la seguridad y por último la empatía, teniendo en cuenta los resultados obtenidos luego de aplicar sus respectivas encuestas se formuló un plan de mejoras para impactar de manera positiva en la institución estudiada donde incluyeron aspectos tales como el fortalecimiento del sistema de información y atención al usuario mediante la respuesta a quejas e inquietudes que han sido formuladas por los usuarios de acuerdo a la atención recibida en cada servicio ofrecido, mejoramiento de la empatía y seguridad de los usuarios mediante un plan educativo de sensibilización para el personal que labora en la institución, el planteamiento de una

política de mejora de la calidad e institucionalizarlo para de esta manera tener clara la misión, visión y la razón de la IPS estudiada, y por último la importancia de conocer el contexto en el cual se prestan los servicios para lograr que la atención ofrecida sea la adecuada, realizando así estudios de la población. (22)

Dentro de los estudios también contamos con el realizado por Boada, Barbosa y Cobo titulado Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL publicado en la revista de investigación en salud de la universidad de Boyacá en 2019, en el que se pudo establecer que la calidad en salud puede evaluarse desde la perspectiva de los usuarios-pacientes según la presentación física de las instalaciones, los utensilios utilizados, conocimientos y habilidades del equipo médico, así mismo el trato con amabilidad. El modelo SERVQUAL es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio por lo tanto en este estudio se pudo entender el porqué de la importancia de la calidad a través de la satisfacción del paciente, principalmente en aquellos países desarrollados donde se percibe una confianza excesiva de los pacientes con los profesionales de salud, la calidad en la prestación del servicio es un factor muy significativo para poder diferenciar los servicios, aportando ventajas competitivas como la sujeción de los clientes, el boca a boca positivo, la disminución de los niveles de migración de usuarios, la reducción de costos en la captación de nuevos consumidores, el aumento de la rentabilidad y rendimiento financiero, la mayor satisfacción del cliente y la ampliación de las cuotas de mercado. Por lo tanto, la aplicación de este modelo los lleva a la implementación de planes de mantenimiento preventivo y correctivo que promuevan la integridad de las instalaciones, garantizando una mejor evolución de la planta física; del mismo modo, se destaca el buen trato y adecuada comunicación que reciben los usuarios por parte del personal de salud. (23)

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de investigación desarrollada fue de tipo descriptiva, identificándose las características y disposición de la población estudiada a partir de la muestra cuidadosamente seleccionada correspondiente a usuarios del servicio de salud privado; las dimensiones que toma en consideración el cliente para medir su calidad, las percepciones, la incidencia del costo del servicio para mantener su fidelidad. El enfoque se realiza sobre conclusiones dominantes de cómo un grupo de personas percibe los hechos.

El Diseño de esta investigación correspondió al tipo no experimental, transeccional, descriptivo: Los sujetos de estudio no se expusieron a condiciones o estímulos, fueron observados en su ambiente natural, en su realidad; se recolectaron los datos en un solo momento. Además, fue un Diseño de Campo, de Encuesta: parte de la premisa de que, si queremos conocer algo sobre el comportamiento de las personas, lo mejor es preguntárselo directamente a ellas.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población del estudio está constituida por 290 pacientes que asistieron por primera vez a consulta médica y odontológica en La Unidad de Especialistas Marcela Holguín durante el periodo comprendido entre septiembre de 2021 a noviembre de 2022, de las cuales 150 personas autorizaron el envío de la encuesta y solo 70 personas enviaron su respuesta.

Y cuyos pacientes cumplían la siguiente condición: pacientes que asiste por primera vez a la consulta por cualquier especialidad.

Tipo de muestreo: probabilístico, por que como su definición lo indica todos los individuos seleccionados en la muestra tuvieron la oportunidad de ser seleccionados y con esta técnica de muestreo responderemos las preguntas de la investigación.

Pues según la definición de sampieri en las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de muestra y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. (24)

3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

Usuarios que asisten a la Unidad de Especialistas Marcela Holguín en el periodo comprendido entre septiembre 2021 a noviembre de 2022, los cuales deben cumplir con el siguiente criterio: asistir por usuarios por primera vez a la unidad.

3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

La fuente de información utilizada para este estudio fue la primaria debido a que se utilizaron encuestas realizadas por los investigadores y aplicadas directamente a los usuarios que asisten a la consulta en la Unidad de Especialistas Marcela Holguín obteniendo así información original.

3.5 MATERIALES Y METODOS

La recolección de los datos se realizó mediante la aplicación de una encuesta digital elaborada por el equipo de investigación, esta encuesta estaba dividida en cuatro

ítems evaluativos: experiencia del usuario, accesibilidad geográfica, funcional y real, mercadeo efectivo y proceso de atención al cliente.

Estas fueron aplicadas directamente a los pacientes cumplían con el criterio de inclusión y que autorizaban su participación en el estudio, enviándose por medios virtuales como WhatsApp y correo, una vez diligenciada solo debían enviar y la información quedaba registrada en la aplicación utilizada.

3.6 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

Una vez obtenida la respuesta de los usuarios se realizó una limpieza de la información, se revisaron los datos para poder interpretar los resultados, e identificar así los factores y actores que intervienen e impactan en el proceso de captación al cliente. Cabe resaltar que todo se realizó mediante una aplicación en google.

3.7 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información obtenida está representada en gráficos de barra y circulares, al igual que en tablas.

3.8 ASPECTOS ÉTICOS

Según Resolución 8430 de 1993 por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud así como la clasificación del riesgo ético, forma de controlarlo, consentimiento informado y forma de obtenerlo). Esta investigación es considerada de bajo riesgo puesto que implementa métodos y técnicas documentales, sin realizar algún tipo de modificaciones e intervenciones a las variables físicas, biológicas, psicológicas y sociales de los individuos estudiados. (25)

3.9 ASPECTOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR

El equipo enuncia su responsabilidad acerca de los resultados, el respeto por la autoría de los estudios consultados en el marco referencial; declara que los derechos de propiedad intelectual son de la Universidad de Córdoba representada por sus estudiantes Gean Lucas Rodríguez, Hugo Carlo Mejía y Vera Lucia Ruiz Durango y docentes, que al publicar parte o la totalidad de la obra debe darse crédito a la Universidad Igualmente se hace si es compartido con otra institución.

3.10 ESTRATEGIAS DE SOCIALIZACIÓN

Los resultados obtenidos por este estudio estarán a disposición de la comunidad a través de sustentación pública y la concentración del informe de la investigación.

4. ANALISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS.

Después de aplicar la herramienta descrita anteriormente y que facilito la obtención de resultados se logró identificar aspectos positivos y negativos de la institución estudiada convirtiéndose estos en fortalezas y debilidades que permiten la oportunidad de mejoras en el establecimiento, a continuación se enumeran los hallazgos obtenidos en el orden a los componentes del instrumento ya mencionado.

4.1. PROCESO DE CAPTACIÓN DEL CLIENTE.

Este proceso es realizado por diferentes mecanismos y agentes que intervienen en el transcurso de la captación de los clientes, es así que se describen a continuación:

4.1.1 mecanismos de captación: Actualmente existen dos mecanismos para el proceso de captación del cliente, partimos que solo se ofertan consultas

particulares; una opción es presencial y la otra opción es a través de los diferentes mecanismos virtuales (telefónica, WhatsApp, redes sociales). En la primera opción el posible cliente se acerca a las instalaciones físicas y solicita información acerca de su necesidad puntual o se le dan a conocer los diferentes servicios que se prestan en la Unidad de especialistas Marcela Holguín, luego con la información entregada, el paciente puede agendar su cita en la fecha y los horarios disponibles. La unidad cuenta con posibilidad de citas todos los días en las diferentes especialidades. Si el proceso de captación es por medio de la segunda opción, existe un agente comercial listo para responder los diferentes mensajes y llamadas realizados por los diferentes mecanismos virtuales (Facebook, Instagram, WhatsApp), donde básicamente es lo mismo, se escucha la necesidad del posible cliente y luego por medio de indicaciones buscamos la manera de agendar la cita lo más pronto posible y en el menor tiempo posible.

4.1.2. Agentes que intervienen en la atención de clientes:

En el proceso de atención del cliente podemos decir que intervienen diferentes agentes, los cuales los podemos clasificar como humano y de infraestructura; entre los humanos podemos referenciar todos aquellos profesionales por los que pasa un cliente durante su proceso de atención y el agente de infraestructura es todo aquel que como su nombre lo indica hace referencia a todo el lugar donde se brinda atención.

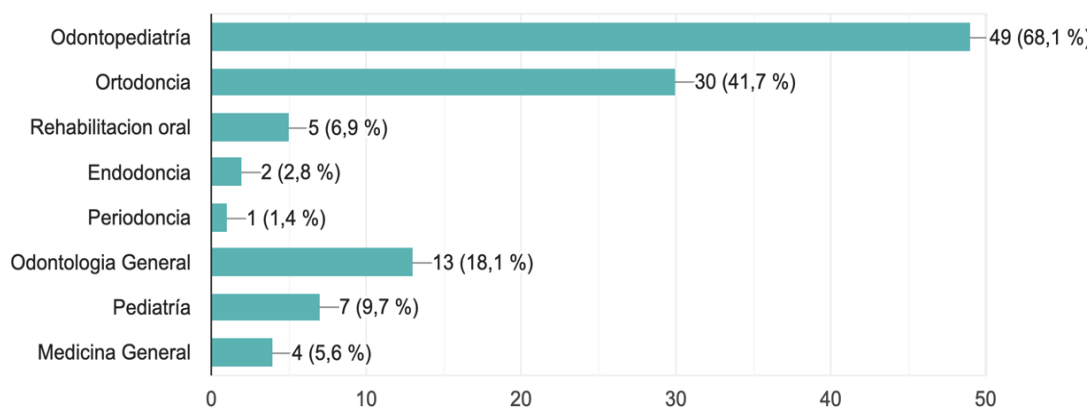
Estos agentes en unión cumplen un papel fundamental en la captación de los clientes, puesto que de acuerdo a su actuar y su presentación puede convertirse en un fuerte para la empresa, pero también puede ser un eslabón suelto que cause efectos negativos.

4.2. FACTORES DE RIESGO DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, EN DONDE ESTÁN LAS CAUSAS DEL IMPACTO FINANCIERO.

4.2.1 Factores del usuario

Según los usuarios el servicio más utilizado en la unidad de especialistas es la consulta por odontopediatría con 68%, seguido de ortodoncia con 40%, odontología general con 18%, tenemos que los otros servicios son utilizados, pero en menor demanda, entonces en ese orden se encuentran pediatría, rehabilitación oral, medicina general, endodoncia y periodoncia con un 9% 6%,5%, 2% y 1% respectivamente. (Gráfico 1)

Gráfico 1. Servicios más utilizados en la unidad de especialistas Marcela Holguín por parte de los usuarios.



Fuente: Encuesta directa al usuario potencial

La mayor demanda de servicio por parte de los usuarios de la unidad de especialistas se constata que es para odontopediatría esto se ve influenciado a que

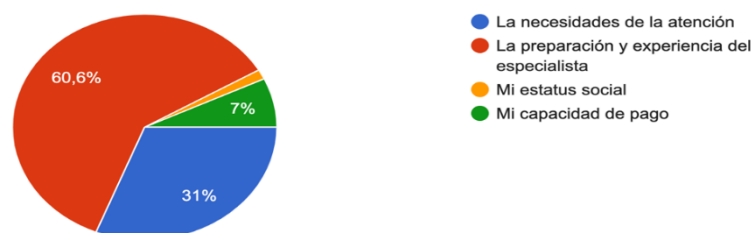
es el servicio con el que se inició la empresa, por ende, es el servicio con mayor reconocimiento por parte de los clientes.

Según el estudio realizado por Orozco, Henao y Londoño en su proyecto nivel de satisfacción del usuario en el servicio de consulta externa del hospital departamental San José de Marulanda caldas-ESE. La utilización de buenos procesos y procedimientos cumplen un papel vital en la calidad de la atención de usuarios y que esto va de la mano con la demanda permanente de usuarios motivo que hace que este servicio sea el que tenga mayor afluencia de pacientes, puesto que lleva mayor trayectoria en la unidad.

También podría considerarse que la empatía es fuente fundamental en el proceso de atención a clientes, siendo una de las dimensiones mencionadas en estudios como el realizado en Pestar salud IPS S.A.S de la ciudad de Cartagena, durante el segundo semestre del año 2014 por Barrios y Carmona, determinándose también como una de los motivos que el servicio de odontopediatría sea el líder en la unidad.

Para poder tener una base de los valores pagados por a consulta encontramos diferentes variables (Gráfico 2)

Gráfico 2. Valor de la consulta según atención del especialista.



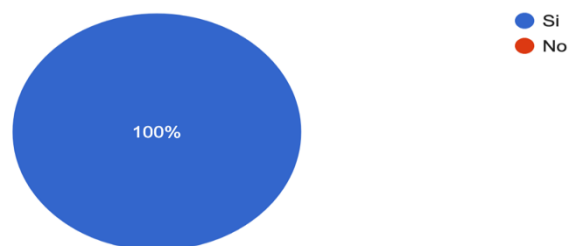
Fuente: Encuesta directa al usuario potencial

Los usuarios consideran que el valor pagado por la consulta está de acuerdo a la preparación y experiencia del especialista con un 60%, seguido de las necesidades de la atención con 31% y 7% considera que va de acuerdo a su capacidad de pago.

Esto lo describe el estudio Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL, donde la calidad en salud puede evaluarse desde la perspectiva de los usuarios-pacientes según la presentación física de las instalaciones, los utensilios utilizados, conocimientos y habilidades del equipo médico, así mismo el trato con amabilidad.

La calidad en la prestación del servicio es un factor muy significativo para poder diferenciar los servicios, aportando ventajas competitivas como la sujeción de los clientes, el boca a boca positivo, tal como se describe en el estudio antes mencionado. Es importante conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio por lo que se debe entender la importancia de la calidad a través de la satisfacción del paciente (gráfico 3)

Gráfico 3. Satisfacción en la atención brindada.



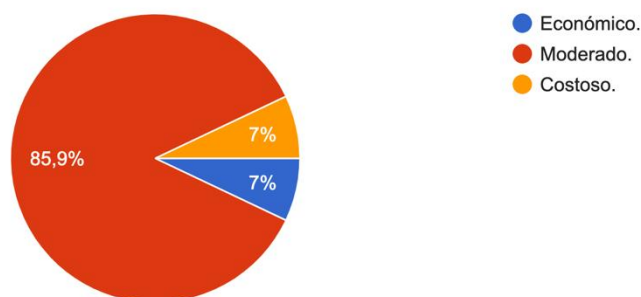
Fuente: Encuesta directa al usuario potencial

El 100% de la población encuestada recomendaría la unidad a sus familiares y amigos. El resultado obtenido permite apreciar la completa satisfacción por parte de los usuarios que han sido atendidos en la unidad, de tal forma se espera que los usuarios satisfechos promuevan los servicios de la unidad.

De acuerdo con lo descrito en el estudio realizado por Boada, Barbosa y Cobo titulado Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL que fue publicado en 2019, se pudo entender el porqué de la importancia de la calidad a través de la satisfacción del paciente tomando como ejemplo a países desarrollados, en estos la calidad en la prestación del servicio es un factor muy significativo para poder diferenciar los servicios, aportando ventajas competitivas como la sujeción de los clientes caso que se evidencia en la unidad fuente de estudio.

Otro de los puntos evaluados en la encuesta aplicada son las tarifas de atención de los servicios ofrecidos en la unidad de especialistas los usuarios consideran que es un valor moderado con 85% de la muestra analizada, mientras que 14% consideran que los servicios “son costosos” y “de costo moderado” cada una con un porcentaje de 7% cada una. (Gráfico 4)

Gráfico 4. Tarifas ofrecidas.



Fuente: Encuesta directa al usuario potencial

Sin embargo si se cumplen los criterios evaluados por los usuarios como planta física con excelentes instalaciones, calidad de los utensilios, conocimiento y habilidades de los profesionales según lo descrito por Percepción de los usuarios

frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL (autores), el valor pagado sería acorde.

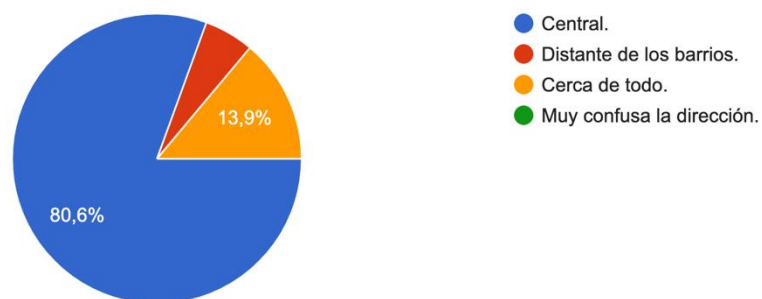
4.2.3 Factores de accesibilidad.

Podemos definir la accesibilidad como la oportunidad que poseen las personas para acceder sin problemas a un lugar, servicio, espacio, etc. De acuerdo a esta definición podemos catalogar 3 tipos de accesibilidad, las cuales son geográfica, funcional y real.

Accesibilidad geográfica

Según la ubicación geográfica de la unidad de especialistas es considerado por los usuarios que está ubicada en una zona central con un 80%, mientras que un 13% la considera que está cerca de todo y 5% opina que está distante de los barrios. (Gráfico 5)

Gráfico 5. Percepción sobre la ubicación de la unidad de especialistas.



Fuente: Encuesta directa al usuario potencial.

Accesibilidad funcional

En cuanto a los horarios establecidos por la unidad de especialistas el 100% de los usuarios considera que son apropiados. (Gráfico 6)

Gráfico 6. Horarios establecidos.

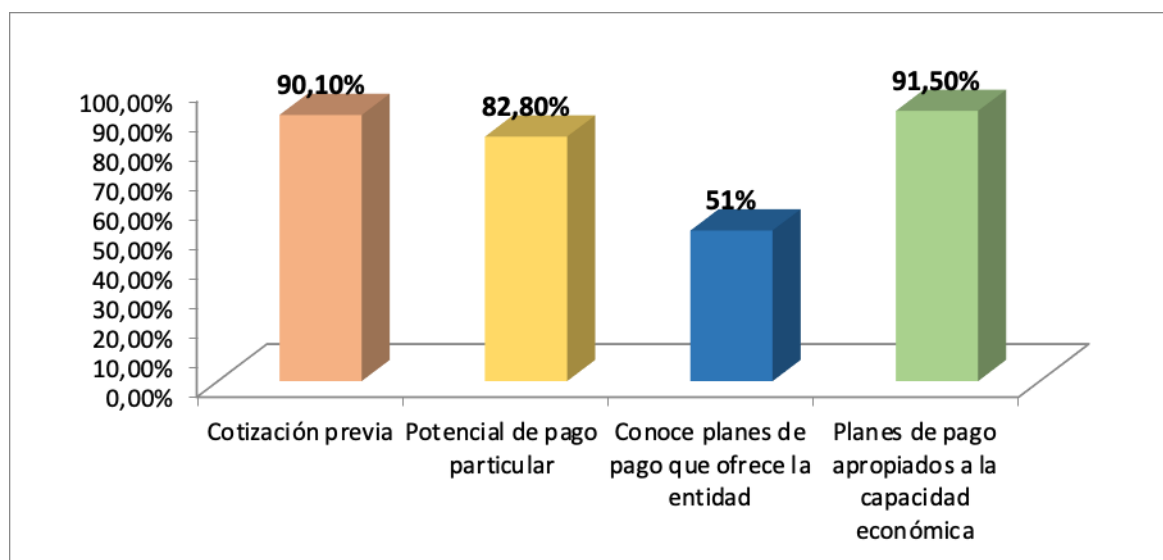


Fuente: Encuesta directa al usuario potencial

Accesibilidad Real.

En el siguiente gráfico analizamos el comportamiento de la categoría de acceso real al servicio. (Gráfico 7)

Gráfico 7. Comportamiento de las categorías de accesibilidad funcional o real



Fuente: Encuesta directa al usuario potencial

La accesibilidad real a los servicios ofertados por la unidad de especialistas en general es de nivel medio-alto con un 79% de posibilidad de acceso, promediando los valores de cuatro categorías de gran interés. Como fortaleza destacamos la capacidad de pago en los planes de tratamiento por parte de los pacientes valorados, como debilidad la falta de información sobre planes de pagos, no se difunde de manera correcta ya que solo un porcentaje bajo de clientes potenciales es informado de manera correcta con respecto al plan de pago de su tratamiento. En el análisis de los hallazgos, se destaca que al el 91% clientes potenciales de la Unidad de Especialistas Marcela Holguín considera que tiene capacidad de pago para los servicios cotizados en su plan de tratamiento, lo cual mejora en cifras al reconocer que los planes de pagos son apropiados a la capacidad económica; sin embargo, las razones que expresan los participantes acerca de la no contratación de los servicios cotizados escenario del estudio, se relacionan

con la aparente falta de compromiso del encargado en recepción o de los profesionales, o a fallas en la tarea de explicar al usuario los aspectos relativos al manejo financiero de su cotización.

De los resultados se entiende que no hay una estandarización del proceso o una unidad de criterios al respecto de quién o en qué momento se realiza la cotización de los servicios, quien entrega la información relativa a los costos de los servicios, pues las respuestas abiertas encontradas en las encuestas dan cuenta que los posibles clientes estaban motivados pero que no contrataron con la entidad pues parece no haberlos satisfecho algunos aspectos relativos a la cotización o al plan de tratamiento, la cual debería quedar al parecer en manos o bajo la responsabilidad de los especialistas de la parte clínica; y las explicaciones de los planes de pago disponibles bajo la responsabilidad del encargado en recepción.

Así mismo, las respuestas de los encuestados que sí conocen los plazos y planes de pago permiten apreciar que la comunidad de usuarios potenciales valora las opciones que le da la entidad, reconociendo en ello un “plus” o valor agregado que agradecen a la entidad por la posibilidad de poder acceder a servicios especializados particulares, los cuales tienen un costo relativo bastante alto en relación con los medios económicos percibidos mensualmente, por lo que las facilidades de pago o planes sin financiación son un buen elemento que permite o facilita el acceso real a los servicios, reduciéndose así el impacto financiero negativo que tiene la entidad.

4.2.4 Factores relativos al mercadeo

Mercadeo Efectivo.

Cuando hablamos de un mercadeo efectivo estamos haciendo referencia a las diferentes formas con las cuales se muestra el producto de una empresa, es así que en la unidad de Especialistas Marcela Holguín se realizó una encuesta que

permita establecer cuáles son las categorías del análisis de mercadeo que existen allí. (Tabla 1)

Tabla 1. Categoría de Análisis de Mercadeo.

Categorías de análisis de Mercadeo		Porcentaje (%)
Conocía de la existencia de la Unidad		77.8
Motivos para ir a la entidad	Recomendación	58.3
	Interés en la consulta	36.1
	Curiosidad	5.6
Fuente de información efectiva	Otros (voz a voz)	71
	Instagram	25
	Facebook	4
Promedio Mercadeo Efectivo		39.68

Fuente: Encuesta directa al usuario potencial

La publicidad interpersonal de usuario satisfecho a usuario potencial continúa siendo la mejor alternativa de mercadeo y la referencia de clientes interesados en la consulta con un beneficio económico para el remitente por cada nuevo cliente que inicie su tratamiento podría ser una importante forma de mercadeo, los cuales son muy efectivos en este tipo de negocios de servicios de salud.

Entre las redes sociales mediadas por el uso de las tecnologías, se observa que hay mayor credibilidad a la red de Instagram, debido a las campañas publicitarias pagadas que se realizan en determinadas fechas del año.

La aplicación del modelo SERVQUAL desarrollado por Boada y Barbosa en 2019 muestra ventajas competitivas como la sujeción de los clientes, el boca a boca positivo, la disminución de los niveles de migración de usuarios, la reducción de costos en la captación de nuevos consumidores, el aumento de la rentabilidad y rendimiento financiero, la mayor satisfacción del cliente y la ampliación de las cuotas de mercado que traen como resultado de la percepción de calidad en la atención que tiene los usuarios sobre la unidad.

4.3. FALENCIAS DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE CAUSA UN IMPACTO FINANCIERO.

El proceso de atención al cliente podemos decir que son todas aquellas funciones o actividades que realizan los empleados de una empresa para satisfacer a los usuarios, dentro de este proceso existen diversos criterios los cuales se pueden agrupar por elementos de entrada, actividades propias del proceso y los resultados. Dentro de los elementos de entrada que los definimos como aquellos que permiten dar cabida a los usuarios están con criterio de cumplimiento.

Para las actividades que están dentro del proceso tenemos a todas aquellas relacionadas con la atención directa a las necesidades del cliente y que van sumergidas directamente en la institución prestadora de servicios y que incluye a al personal asistencial.

Por último, tenemos los resultados que van directamente proporcional al grado de satisfacción que muestran los usuarios de acuerdo a la percepción captada al momento de utilizar los servicios de la unidad de especialistas. (Tabla 2)

Tabla 2. Criterios de proceso

Criterios del proceso		
Elementos de entrada	Cumple	No Cumple
Publicidad atractiva para el usuario	X	
Amplio portafolio de servicios	X	
Estandarización de las necesidades de información al cliente		X
Facilidad de acceso y seguridad del cliente	X	
Implementación de protocolos de Bio- seguridad	X	
Infraestructura moderna		X
Acceso y baños para personas discapacitadas	X	
Buenas zonas de espera	X	

Puntos de Hidratación o cafetería	X	
Zona segura de parqueo	X	
Actividades del proceso	Cumple	No Cumple
El personal de recepción es amable y cordial	X	
Existe disponibilidad de tiempo para atención del usuario.	X	
La información brindada es clara y completa		X
Los especialistas valoran los clientes potenciales y explican las necesidades de atención	X	
Equipos modernos y en buen estado	X	
Los especialistas y demás personal de la unidad de especialistas portan sus elementos de protección personal	X	
Resultados	Cumple	No Cumple
La contratación de servicios evidencia una tendencia creciente	X	
Los costos operacionales de la unidad de especialistas Marcela Holguín se cubren con los ingresos	X	
Clientes satisfechos	X	
Nuevos clientes recomendados	X	
Total	17/20	3 /20
Porcentaje de cumplimiento	85%	15%

Fuente: Encuesta directa al usuario potencial

En la Unidad de Especialistas se evalúan diferentes criterios sobre el proceso, dentro de los que se identifican los elementos de entrada los cuales fortalecen a la empresa como es la publicidad atractiva para los clientes y futuros clientes, los servicios que abarcan las distintas necesidades de la comunidad y sus alrededores, las amplias instalaciones, modernas, confortables, también podemos mencionar como fuerte la adecuada geolocalización centrada para la población potencial.

Tal como lo describe el estudio de Boada, Barboso con su modelo SERVQUAL que evalúa la calidad desde la perspectiva de los usuarios-pacientes según la

presentación física de las instalaciones, los utensilios utilizados, conocimientos y habilidades del equipo médico, así mismo el trato con amabilidad.

Igualmente se logra identificar oportunidades de mejora en la estandarización en los canales de información sobre los productos ofertados y los diferentes medios de pago.

En estos criterios evaluados se asocian las actividades que tienen que ver con el proceso donde se evidencia que se cumplen ampliamente, exponiendo los procesos para la captación y fidelización de los clientes con los procesos verificados de humanización y buena prestación de los servicios como una recepción amable, gentil, cobertura de necesidades con horarios y disponibilidad de tiempo, además con diferentes equipos certificados, claramente se reconoce que existen oportunidades de mejora y que se debe hacer esfuerzo en la implementación de estrategias que minimicen estos factores.

5. CONCLUSIONES.

- El proceso de captación de clientes en la unidad de especialistas se da principalmente por la voz a voz, demostrando que son una entidad que sus usuarios recomendarían.
- La experiencia del usuario al utilizar los servicios de esta entidad es satisfactorio puesto que cumplen con los criterios exigidos por ellos, como son una infraestructura en óptimas condiciones, personal médico especializado con altos niveles de resolución, equipos médicos actualizados, entre otros criterios.
- En cuanto a los distintos puntos evaluados para la accesibilidad, esta se encuentra en una zona central donde es fácil llegar por cualquier medio, también cuenta con horarios flexibles para todas las personas y tiene diferentes formas de pago para los diversos tratamientos que ofrece.
- Las falencias en el proceso de atención a los clientes están centradas en las actividades que se realizan al momento de la cotización de los servicios ofertados, ya sea por falta de conocimiento de la persona encargada de esa área, o por la mala interpretación de los usuarios al momento de solicitar este servicio.

6. RECOMENDACIONES

- La creación de un perfil acorde a las necesidades que se requiera.
- Realizar evaluación periódica del personal que labora en la institución, para así crear planes educativos que refuercen las falencias encontradas.
- Aplicar encuestas periódicas a los usuarios para hacer seguimiento a los distintos procesos.
- Establecer normas y protocolos que vayan encaminados hacia la comunicación con los usuarios.
- Seguir con el buzón de sugerencias, realizando aperturas mensuales para poder evaluar y dar respuesta a las inquietudes de los usuarios aprovechando para fortalecer los procesos.
- Creación de mejores formas de comunicación con los usuarios como letreros a afiches donde se dé información sobre las formas de pago, planes y servicios ofrecidos es una herramienta para ayudar a reforzar la información que se brinda a los usuarios que visitan el centro de especialistas Marcela Holguín.
- A la universidad de Córdoba seguir apoyando estos escenarios investigativos que permiten el crecimiento profesional de sus estudiantes y crea modelos que llevan a tomar mejores decisiones al momento de ejercer el perfil profesional.

REFERENCIAS

(1) Paula Nicole Roldán, 17 de febrero, 2017 Finanzas. Economipedia.com
<https://economipedia.com/definiciones/finanzas.html>

(2) Netinbag-Answer frequently asked questions simply and clearly. [Internet].
¿Qué es un impacto financiero?; [consultado el 6 de junio de 2022]. Disponible
en: <https://www.netinbag.com/es/finance/what-is-a-financial-impact.html>

(3) Diaz, M, Torrealva, R. La construcción discursiva del concepto de gerencia Rev.
Ciencias de la salud. Segunda Etapa / Año 2011 / Vol. 21/ N° 38. Valencia, Julio-D
iciembre: 1-21. [Http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n38/art01.pdf](http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n38/art01.pdf)

(4) Centro de Investigación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
Revista Ingeniería. [citado el 20 de octubre de 2021]; Disponible en:
<https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/reving/article/view/2087/2744>

(5) Fagilde C. presupuesto empresaria [Internet]. 3 a ed. [lugar, editorial, fecha
desconocidos]. Disponible en: <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-3-Manual-de-Presupuesto-Empresarial.pdf>

(6) Google.com. [citado el 20 de octubre de 2021]. Disponible en:
https://accounts.google.com/Login/webreauth?service=print&continue=https%3A%2F%2Fbooks.google.es%2Fbooks%3Fhl%3Des%26lr%3D%26id%3DLjehDwAAQBAJ%26oi%3Dfnd%26pg%3DPA1%26dq%3Dproceso%2Bde%2Batenci%25C3%25B3n%2Ba%2Bcliente%26ots%3Deqv0EdDyN%26sig%3D_qxzXhplETdK8J1715D1E86kNN0&hl=es&flowName=GlifWebSignIn&flowEntry=ServiceLogin

(7) Sistema de Información Científica Redalyc, Red de Revistas Científicas [Internet]. [consultado el 6 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/806/80635109.pdf>

(8) Ponce A. LA causalidad desde hume a kant: de la disolución absoluta del concepto a su constitución como ley. Praxis Filosófica Nueva serie. 2014;(No. 38).

(9) Morillo M, Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. Actualidad contable faces [internet]. 2001;4(4):35-48. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700404>

(10) Elpais.com.co [Internet]. Histórico fallo contra Cerro Matoso por contaminación en Córdoba; [consultado el 6 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.elpais.com.co/colombia/historico-fallo-contra-cerro-matoso-por-contaminacion-en-cordoba.html>

(11) Repositorio CDIM [Internet]. Plan de Desarrollo Montelíbano Córdoba 2008 - 2011: PD Montelíbano Córdoba 2008 - 2011; [consultado el 6 de junio de 2022]. Disponible en: <https://repositoriocdim.esap.edu.co/handle/123456789/12657>

(12) Rincón Soto, C. A. (2011). Presupuestos empresariales. Bogotá, Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://ezproxyucor.unicordoba.edu.co:2086/es/ereader/unicordoba/126519?page=19>

(13) Sánchez Ballesta, Juan Pedro (2002): "Análisis de Rentabilidad de la empresa", [en línea] 5campus.com, Análisis contable [septiembre de 2022]

(14) De La Hoz Suárez, B, Ferrer, M A, y De La Hoz Suárez, A Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. Revista de Ciencias Sociales, 2008; 14(1), 88-109.

(15) Duque Roldan MI. Análisis de los sistemas de costos utilizados en las entidades del sector salud en Colombia y su utilidad para la toma de decisiones. Revista del instituto internacional de costos, ISSN (nº5). Disponible en <https://www.coursehero.com/file/55302518/Los-Costos-en-Empresas-Prestadoras-de-Salud-en-su-Planeación-Financieradocx/>.

(16) repositorio unicolmayor (internet). Consultado el 12 de diciembre. Disponible en: <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/bitstream/handle/unicolmayor/5573/Monografia%20Harold.pdf?sequence=5>)

(17) diccionario de la lengua española – edición del tricentenario (internet). Especialista | diccionario de la lengua española: (consultado el 11/12 de 2022. disponible en: <https://dle.rae.es/especialista>

(18) Google.com. [citado el 4 de noviembre de 2021]. Disponible en: https://www.google.com/search?q=montelibano+poblacion&rlz=1C1GCEB_enCO949CO949&oq=montelibano+poblacion&aqs=chrome..69i57.6656j0j1&sourceid=chrome&ie=UTF-8

(19) [consultado el 6 de junio de 2022]. Disponible en: https://montelibanocordoba.micolombiadigital.gov.co/sites/montelibanocordoba/content/files/000456/22793_pdt-montelibano-20202023.pdf

(20) www.eluniversal.com.co [Internet]. Montelíbano ya cuenta con su nuevo hospital nivel dos; [consultado el 6 de junio de 2022]. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.co/monteria-y-sincelejo/local/montelibano-ya-cuenta-con-su-nuevo-hospital-nivel-dos-5410>

(21) Orozco Bernal BA, Henao Trujillo LE, Londoño Masso OL. Nivel de satisfacción del usuario en el servicio de consulta externa del hospital departamental san José de Marulanda caldas- ESE.; 18 de mayo de 2011. Disponible en: <file:///C:/Users/JEFE%20PYP/Desktop/INFORMES%202023/tesis/Beatriz%20A.%20Osorio%20B.pdf>

(22) Barrios Rodriguez KT, Carmona Tache BA. Evaluacion y análisis de la consulta externa en PRESTAR SALUD IPS S.A.S de la ciudad de Cartagena, durante el segundo semestre del año 2014; Disponible en: [file:///C:/Users/JEFE%20PYP/Desktop/INFORMES%202023/tesis/Propuesta%20Barrios%20-%20Carmona%208%20gerencia%2020%20\(2%20Moni\).pdf](file:///C:/Users/JEFE%20PYP/Desktop/INFORMES%202023/tesis/Propuesta%20Barrios%20-%20Carmona%208%20gerencia%2020%20(2%20Moni).pdf)

(23) Boada-Niño AV, Barbosa-López AM, Cobo-Mejía EA. Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL. Revista Investig Salud Univ Boyacá. 2019;6 (1): 55-71. doi: <https://doi.org/10.24267/23897325.40>

(24) <http://espaciodeinvestigacin.blogspot.com/2009/09/seleccion-de-la-muestra-desampieri.html#:~:text=En%20las%20muestras%20probabil%C3%ADsticas%20todos,de%20las%20unidades%20de%20an%C3%A1lisis.>

(25) <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/RESOLUCION-8430-DE-1993.PDF>

ANEXOS

Anexo 1.

ENCUESTA UNIDAD DE ESPECIALISTAS MARCELA HOLGUIN

- **OBJETIVO DE LA ENCUESTA:** Identificar los factores que influyen en el impacto financiero de la consulta particular en la Unidad de Especialistas Marcela Holguín en el periodo comprendido entre septiembre 2021 a noviembre 2022 con el fin de proponer estrategias que contribuyan en la generación de utilidades para así dar cumplimiento al presupuesto de la institución.

PARTE I.

Describir el proceso de captación

Mediante observación directa se tomará la información relativa al proceso; así mismo se verificará en documentos institucionales si el proceso está levantado y completo -- también si la secretaria/recepcionista lo conoce y aplica (mediante entrevista directa).

PARTE II.

Agentes que intervienen en el proceso de atención al cliente

- **EXPERIENCIA DEL USUARIO**

Marque los servicios que ha utilizado en la Unidad de Especialistas Marcela Holguín:

- Pediatría
- Medicina interna
- Medicina general
- Odontología general
- Ortodoncia
- Endodoncia

- Rehabilitación oral
- Odontopediatría

¿De acuerdo con la atención recibida por parte de los especialistas, usted considera que el valor pagado es acorde con?:

- Las necesidades de la atención
- La cantidad de trabajo del especialista
- Mi estatus social
- Mi capacidad de pago

¿Recomendaría la unidad de especialistas a sus familiares y amigos?

- **Si**
- **No**

¿Motivos? _____

¿Las tarifas de atención de los servicios ofrecidos en la unidad de especialistas son? : Económica: ____, Moderado: ____, Costoso: ____

• **ACCESIBILIDAD GEOGRÁFICA**

¿Teniendo en cuenta la ubicación de la unidad de especialistas, usted considera que está?: central ____, distante de los barrios ____, está cerca de todo ____, muy confusa la dirección ____.

• **ACCESIBILIDAD FUNCIONAL**

¿Los horarios establecidos para la especialidad que necesito son?: apropiados ____, muy temprano ____, muy tarde ____.

• **ACCESIBILIDAD REAL**

¿Tuvo la oportunidad que los servicios le fueran cotizados mediante valoración del especialista? Si ____ No ____ Razones: _____

¿El costo de los servicios de atención puede ser asumido mediante pago por consulta particular? Si ____ No ____ Razones: _____

¿Conoce si existen planes de pago que se adecuen a las necesidades del usuario?
Si____ No____ Razones: _____

¿El plan de pago que le fue entregado es: ¿apropiado a las condiciones económicas del trabajador? Si____ No____ Razones: _____

- **MERCADEO EFECTIVO**

¿Conocía usted la existencia de la Unidad de Especialistas Marcela Holguín? Si____
No____

¿Ha llegado aquí por?: Recomendación __, Casualidad __, Curiosidad __; Interés en consulta __; solo para conocer __.

¿Si visitó la unidad por interés en una consulta; indique como se enteró usted de los servicios ofrecidos por la unidad de especialistas?:

- **FACEBOOK**
- **TWITER**
- **INSTAGRAM**
- **OTROS**_____
- **¿Cuál?**_____

Analizar los factores del proceso que causan impacto financiero

Flujograma del proceso de consulta inicial – graficar las áreas con impacto.

PARTE III.

Evaluar el proceso de atención al cliente

De acuerdo con la atención recibida en la unidad de especialistas marque la opción que más se acerque o refleje su percepción:

¿Al ingresar a la unidad de especialistas Marcela Holguín se cumplen los protocolos de bioseguridad?:

Si: ____; **No:**_____

¿El área de recepción le brinda información clara sobre los servicios ofrecidos por la unidad de especialistas Marcela Holguín?:
SI:____; **NO:**_____

¿La unidad de especialistas Marcela Holguín cuenta con buzón de sugerencias visible donde pueda presentar, sugerencias, reconocimiento, quejas y reclamos?:



- ☐ SI
- ☐ NO



UNIVERSIDAD DE CORDOBA

OFICINA DE POSTGRADO Y EDUCACION CONTINUA
FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD

Montería, 4 de junio de 2022

Ingeniero

HUGO MEJIA PUERTA

Unidad de Especialistas Marcela Holguín.
Montelibano, Córdoba

Reciba cordial saludo,

La presente es para solicitar su valiosa colaboración para otorgar a los estudiantes acceso e información respecto a su entidad, con el fin de aplicar y desarrollar una encuesta a sus pacientes que les servirá como base para su trabajo investigativo.

Lo anterior, tiene como finalidad fundamentar las bases metodológicas del estudio de investigación denominado "Impacto financiero de la consulta particular en la unidad de especialistas Marcela Holguín Municipio Montelibano"; el cual será realizado por los estudiantes de Especialización en Gerencia Administrativa en Salud Hugo Mejía Puerta, Gean Rodríguez Oviedo y Vera Ruiz Durango.

Agradezco su colaboración

Atentamente,

CONCEPCIÓN HERRERA GUTIÉRREZ.

Docente: Seminario de Investigación II

Por una universidad con calidad, moderna e incluyente

Carrera 6ª. No. 77-305 Montería NIT. 891080031-3 - Teléfono: 7860300 - 78

