

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL AREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA
EMPRESA CHRISTUS SINERGIA CLINICA FARALLONES UBICADA EN LA CIUDAD
DE CALI**

Jose Leonardo Caicedo Molina



Instituto Técnico Nacional De Comercio Simón Rodríguez

Procesos administrativos

Docente Harrinson Sánchez Sevillano

21 de noviembre de 2023

**PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL AREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA CHRISTUS
SINERGIA CLINICA FARALLONES UBICADA EN LA CIUDAD
DE CALI**

Jose Leonardo Caicedo Molina



Docente Harrinson Sánchez Sevillano

Instituto Técnico Nacional De Comercio Simón Rodríguez

Procesos administrativos

Cali

2023

Contenido

Contenido

PLAN DE MEJORAMIENTO EN EL AREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA CHRISTUS SINERGIA CLINICA FARALLONES UBICADA EN LA CIUDAD DE CALI	1
1. INTRODUCCÓN.....	5
2. Planteamiento del problema	6
2.1 Formulación del problema	6
2.2 Descripción de problema.....	6
2.3 Sistematización del problema.....	7
Introducción - Importancia de los Objetivos Específicos	8
3.2 Objetivos específicos	8
4.2 Justificación practica	11
4.3 Justificación metodológica	11
Introducción al Marco de Referencia	12
Conclusiones:	14
Objetivos específicos:	15
Objetivo general:	16
Objetivos específicos:	16
Conclusión:	16
5.2 MARCO TEORICO.....	17
5.2 MARCO CONTEXTUAL.....	20
5.3 MARCO LEGAL.....	21
5.4 MARCO TEMPORAL	22
6. DISEÑO METOLOGICO	23
6.1 Componentes investigativos.....	23
6.2 Técnicas e instrumentos	26
6.3 Procedimientos.....	28
7.1 Tipo de empresa – Constitución.....	30
7.2 Capital social.....	31
7.3 Objeto social	31
7.4 Misión empresarial.....	34
7.5. políticas de empresa.....	34
8. Portafolio de productos	36
9 Mercado	38

10.1	Análisis de las cinco fuerzas de poder.....	39
	Poder de negociación de los proveedores.....	40
	Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	41
	Conclusión.....	41
10.2.	Análisis de la situación actual de la empresa.....	42
	Competidores potenciales	42
	Competidores existentes	44
	La competencia	45
	El mercado actual – participación en el mercado.....	46
	Fundación valle del Lili	47
11.	Estrategias de mercado y ventas.....	48
1.	Creación del Plan de Marketing	48
•	Programas de fidelización y atención	48
	Matriz DOFA.....	49
	Estrategias DA, FA, FO, DO 58.....	50
	Diagnostico.....	51
	La matriz DOFA para el área administrativa.....	52
11.1	Formulación del plan de mejoramiento.	53
12.1	VALORES	55
OBJETIVOS	CHRISTUS SINERGIA SALUD.	55
	Objetivos Específicos.....	56
	Estrategias / Plan de acción.....	57
	Plan de acción	57
	Sistema de control y seguimiento	59
	Encuesta de experiencia del paciente:.....	60
	Compartir hallazgos con el equipo:.....	61
	Mapear procesos actuales:	61
	Implementar un aplicativo de gestión:	62
	Crear un manual digital accesible:	63
	Promover talleres de salud en la comunidad:	66
	Conclusiones y recomendaciones Conclusiones.....	68
	Recomendaciones.....	69
REFERENCIAS		72

1. INTRODUCCIÓN

Un plan de mejoramiento y control para un área de servicio al cliente es una herramienta que pretende llevar progreso y satisfacción por un servicio, con atributos de calidad, oportunidad, eficiencia, eficacia y efectividad; el presente plan que parte de la evaluación actual de los procesos en el área de admisiones, pretende generar impacto, a través de métodos que identifican problemas de calidad en el área de servicio al cliente y permitir llevar a cabo un mejor proceso dentro de la empresa.

La clínica farallones Christus Sinergia Salud S.A es una empresa dedicada la prestación de servicio en salud en todas las etapas de la atención, se caracteriza por prestar un servicio médico justo de calidad y respaldado por el conocimiento y la trayectoria que han logrado durante este tiempo. Se ha evidenciado un incorrecto manejo en el área de atención al cliente, donde la calidad del servicio ha disminuido notoriamente.

Al conocer cada uno de los procesos críticos se identifican las posibilidades de hacerlos más eficientes, que permitan y faciliten el despliegue de los objetivos empresariales, se pueda proponer las soluciones para contrarrestar las causas de las debilidades del área de servicio al cliente. Se conocerá la situación actual de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali, con relación al servicio al cliente, se buscan generar estrategias para el desarrollo del plan de mejoramiento en los procesos de servicio al cliente, desarrollar un plan de acción y control para lograr el rediseño de los procesos en el área de servicio al cliente desde el ingreso del paciente hasta la salida de este de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali

2. Planteamiento del problema

2.1 Formulación del problema

La empresa CHRISTUS SINERGIA CLINICA FARALLONES, no cuenta con un buen manejo u organización en el área de admisiones y servicio al cliente.

2.2 Descripción de problema

La clínica Christus Sinergia Farallones enfrenta problemas en la calidad del servicio al cliente, evidenciados en una alta generación de PQRS, deficiencias en la información proporcionada a los pacientes y tiempos de espera prolongados. Esta situación ha generado insatisfacción en los pacientes y una disminución en la percepción positiva de la clínica.

Síntomas	Causas	Pronósticos	Control del Pronóstico
Cientes insatisfechos	Falta de capacitación en atención al cliente	Mala reputación y disminución de pacientes	Implementación de programas de formación para el personal
Alta generación de PQRS	Falta de protocolos estandarizados de atención	Desorganización y aumento en la carga laboral del personal	Creación de guías y manuales operativos para la atención al paciente
Tiempos de espera prolongados	Procesos administrativos ineficientes	Pérdida de pacientes que buscan atención más rápida	Optimización de procesos y digitalización de trámites

2.3 Sistematización del problema

¿Cuál es la situación actual de la clínica Christus Sinergia Clínica Farallones en Cali, con relación a la atención a la cliente prestada?

¿Cuáles son los procedimientos que se deben seguir en la elaboración de un plan de mejoramiento y control para la empresa “Christus Sinergia Clínica Farallones” dedicada a la prestación de servicio en salud en todas las etapas de la atención?

¿Cómo se pueden identificar acciones de mejora y control en el área de atención al cliente en la empresa “Christus Sinergia Clínica Farallones” dedicada a la prestación de servicio en salud en todas las etapas de la atención?

¿Cuáles son los costos beneficios en la elaboración de un plan de mejoramiento y control para la empresa “Christus Sinergia Clínica Farallones” dedicada a la prestación de servicio en salud en todas las etapas de la atención?

Salud

Introducción - Importancia de los Objetivos Específicos

Los objetivos específicos son fundamentales en un plan de mejoramiento, ya que permiten desglosar el propósito general del estudio en acciones concretas y medibles. Estos objetivos ayudan a definir estrategias específicas para abordar las problemáticas identificadas, facilitando la evaluación del impacto del plan y garantizando que cada aspecto del problema sea atendido de manera estructurada. En este trabajo, los objetivos específicos guían la implementación de mejoras en la atención al cliente dentro de la clínica, asegurando que se cumplan con estándares de calidad y eficiencia.

3. Objetivos del proyecto

3.1 Objetivo general

Diseñar un plan de mejoramiento en los procesos de servicio al cliente de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali.

3.2 Objetivos específicos

Conocer la situación actual de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali, con relación al servicio al cliente.

Generar estrategias para el desarrollo del plan de mejoramiento en los procesos de servicio al cliente de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali.

Desarrollar un plan de acción y control para lograr el rediseño de los procesos en el área de servicio al cliente desde el ingreso del paciente hasta la salida de este de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali.

Estimar el costo/beneficio que tendrá la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali, en la implementación de un rediseño de los procesos en el área de servicio al cliente.

Justificación

4.1 Justificación teórica

El presente trabajo de investigación se basa en el conocimiento de los diversos métodos de la atención al cliente y el conocimiento de las herramientas para lograr la satisfacción en el área de servicio al cliente, así como el debido control que se debe realizar periódicamente. Este trabajo estudia la atención al cliente por medio de las capacidades internas del trabajador y su influencia en la satisfacción por medio de la evaluación de atención recibida por el mismo.

Por lo tanto se tomaran los conceptos de 4 teorías, como lo son: **la satisfacción del cliente definida por Philip Kotler**; que se basa en la sensación de placer o decepción de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado percibido de un producto frente a sus expectativas, la segunda **teoría del diagnóstico organizacional**

por Richard Beckhard; que es una herramienta administrativa que radica en cuantificar el estado de madurez actual de la organización, identificando de una manera rápida, precisa y concisa las áreas potenciales de desarrollo en ella y al ser identificados los problemas en el funcionamiento de la empresa, surgen acciones mediante un diagnóstico dirigidas a su eliminación o disminución que en conjunto constituyen una parte importante de la planeación operativa, la tercera **teoría de acción por Argyris y Schon**; teoría que toma al hombre como un ser que construye sus acciones, las ejecuta y evalúa sus consecuencias, adopta sus diseños cuando los efectos responden a sus intenciones y las trata de modificar, cuando los resultados no son los esperados y la cuarta **teorías de colas aplicada a la gestión de servicios por Agner Erlang**; en la cual se basa en el estudio de espera de clientes que demandan un servicio, si no se les puede atender inmediatamente y partiendo cuando ya han sido atendidos, es una herramienta que ayudara a reducir el tiempo de espera del cliente.

Además Para fortalecer el análisis costo-beneficio del plan de mejoramiento, se considera la teoría de Michael Porter sobre la ventaja competitiva, la cual establece que la optimización de procesos y la inversión en calidad del servicio no solo mejoran la satisfacción del cliente, sino que también generan rentabilidad a largo plazo. Implementar mejoras en la atención al cliente reduce costos operativos asociados a quejas y reclamos, aumenta la fidelización de pacientes y mejora la reputación de la clínica.

4.2 Justificación practica

En Colombia, se realizó estudios con vigencia 2022, donde 4 de cada 5 usuarios se sienten satisfechos con los servicios prestados en el área de salud, los indicadores de adherencia fueron dando resultados significativos entre las cifras que se esperaban las cuales fueron del 82,64% para la eps a nivel nacional, entre tanto, en las eps de régimen contributivo se evidencio disminución en el porcentaje anterior del 80,15%, en las eps de régimen subsidiado se notó un incremento del 87,41%, con el plan de mejoramiento se busca que la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones efectué mejor sus procesos.

de servicio al cliente, realizándolo de una manera más rápida y satisfactoria para los usuarios, de esta manera realizar un mejoramiento a nivel de calidad en atención al cliente de la empresa.

La investigación desarrollada busca aplicar los conocimientos adquiridos durante lo largo de la formación en la institución Intenalco Educación Superior en materias como lo son comportamiento organizacional, dirección y control, etc; conocimientos que se han adquirido a lo largo del ámbito laboral y personal referente al buen manejo de ayuda y gestión al cliente dentro de una organización logrando así la satisfacción de este.

4.3 Justificación metodológica

El proceso de investigación implica que se utilicen las técnicas para la recolección de datos e información relacionado con la atención prestada a los usuarios de la clínica, logrando, así como objetivo un plan de mejoramiento en los procesos de servicio al cliente dentro de la clínica.

Para llevar a cabo el trabajo de investigación se cuenta con diversos métodos de recolección de datos como lo son: Encuestas, entrevistas, análisis de PQRS generados anteriormente, para determinar así las falencias y fortalezas que se tienen en el área de servicio al cliente para al final llevar a cabo el plan de mejoramiento obteniendo así un mejor manejo de la información, se llevara a cabo mediante dos tipos de investigación como lo son la cualitativa y la cuantitativa, ya que nos permite conocer la perspectiva que tienen los usuario y a la vez el personal dentro de la empresa, a su vez con la

investigación cuantitativa nos ofrecerá sacar conclusiones y tomar decisiones basadas en los resultados estructurados y estadísticos.

Introducción al Marco de Referencia

El marco de referencia es esencial para contextualizar la investigación dentro de teorías y estudios previos. Se analizarán modelos de atención al cliente, teorías de satisfacción del usuario y enfoques administrativos aplicables al sector salud, con el fin de fundamentar las estrategias de mejoramiento propuestas en este trabajo.

Marcos de referencia

5.1 Antecedentes de la investigación

Título 1: Mejoramiento Del Servicio Al Cliente De La Empresa International Packaging S.A.

Autor: Enith Yazmin Paternina Ramos

Fecha: 2001

Objetivo general:

-Establecer un modelo de Sistema de Servicio al cliente de IP como manera de generar valor a los clientes.

Objetivos específicos:

-Determinar las etapas del Sistema de mejoramiento del servicio al cliente

de IP.

-Definir los nuevos atributos del servicio deseado por el cliente.

-Definir los mecanismos de evaluación que permitan lograr una

evaluación permanente y sistemática



CHRISTUS
SINERGIA

Salud

Conclusiones:

Como resultado del trabajo desarrollado, se ha logrado establecer o diseñar un Sistema de Mejoramiento del Servicio al Cliente para IP como una manera de generar valor a los clientes. Se logró definir los procesos que conforman el un Sistema de Mejoramiento del Servicio al Cliente para IP. Se definió un esquema de evaluación o medición mediante encuestas, entrevistas y visitas a los clientes para evaluar sistemática y periódicamente la satisfacción de los clientes. Mediante la aplicación del instrumento de la encuesta se pudo medir el nivel de satisfacción y percepción de los clientes con respecto al servicio que ofrece IP. Mediante el uso de preguntas abiertas ofreció a los clientes la posibilidad de expresar nuevas necesidades de valor agregado para el cliente. Se generó un Informe de Resultados bien detallado para la Gerencia y empleados de IP, que incluye una matriz DOFA que sirve de base para la generación de planes de acción y estrategias corporativas. Así mismo, también se logró evaluar la percepción general que los clientes tienen del servicio ofrecido por IP. Y en definitiva, se demostró que diseñando un Sistema de Mejoramiento del Servicio al Cliente para IP, que facilitara entre otras cosas conocer en alto grado de detalle las necesidades de los clientes, con información altamente confiable es un factor determinante para la toma de decisiones adecuadas que conduzcan a desarrollar un verdadero y real cambio organizacional que finalmente se traduce en ventajas competitivas para IP.

Título 2: Atención al cliente de una empresa de cable.

Autor: Damián Saavedra Kerly Sarita

Fecha: 2022

Objetivo general:

Identificar la calidad de la atención al cliente en una empresa de cable

Objetivos específicos:

Evaluar la satisfacción del usuario en los servicios que brinda en una empresa de cable

Determinar si existe capacitaciones en atención al cliente en una empresa de cable

Verificar si se realizan evaluaciones de la atención al cliente en una empresa de cable.

Conclusión:

Se ha identificado que el nivel de la atención al cliente es un poco deficiente, no hay un buen trato a los clientes por lo que los usuarios no son bien orientados por el servicio que adquiere sintiendo insatisfacción en el servicio.

No realizan capacitaciones sobre atención al cliente, cabe mencionar que es la única empresa que brinda este servicio por lo tanto no toman en cuenta estas debilidades. Se verifico que no realizan las evaluaciones constantes en atención al cliente, esto genera insatisfacción en el usuario.

Título 3: Proyecto de mejora de servicio al cliente

Autor: Nubia Esperanza Gaitán Moreno

Fecha: 2017

Objetivo general:

Mejorar el servicio al cliente en la empresa Distribuciones AC SAS para que la organización crezca económicamente y mejore su posicionamiento estratégico en el mercado.

Objetivos específicos:

Hacer uso de las herramientas existentes para identificar uno de los problemas internos en la empresa que puede estar afectando la calidad del servicio comercial ofrecido. Diagnosticar la situación que genera problema en el servicio comercial que ofrece la organización.

Analizar los costos que puede ocasionar la implementación de la alternativa de solución, el tiempo y los beneficios que se pueden adquirir.

Conclusión:

La alternativa de solución propuesta es una buena opción de mejora para resolver las muchas inconformidades que los clientes tienen con el servicio ofrecido por parte de la empresa Distribuciones AC SAS. Cuando se ajusta el salario de los funcionarios se connota, agradecimiento por la labor desempeñada, de inmediato nace en ellos un incentivo para seguir trabajando con entusiasmo, en busca de coadyuvar al crecimiento

de la empresa. Con la compra de los equipos tecnológicos se facilita el desarrollo de las actividades, se genera respeto y ambiente agradable de trabajo tanto para el cliente interno como externo ya que se está invirtiendo calidad de tiempo. Con el proyecto en marcha se genera confianza, agilidad, respeto, compromiso tanto en clientes internos como externos, que finalmente se ve reflejado en los movimientos contables, crecimiento de ventas, aumenta la rotación de stocks y mejora la economía de la empresa.

5.2 MARCO TEORICO

Para el desarrollo de esta investigación se requiere estudiar las teorías administrativas que han sido propuestas por diferentes autores que tienen diferentes perspectivas frente a las organizaciones, sin embargo, tienen los mismos objetivos que son el cumplimiento de objetivos dentro de la organización y la satisfacción que deben tener los clientes dentro de la misma.

Según Philip Kotler quien expuso teoría de la satisfacción, que es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. En los cuales tiene como referencia cuatro elementos importantes que conforman la satisfacción del cliente: el rendimiento percibido; es la entrega de valor que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio, las expectativas; son las esperanzas que tiene el cliente por conseguir algo, niveles de satisfacción; en los cuales se encuentran tres que son: insatisfacción, satisfacción y complacencia.

Esta teoría tiene como objetivo analizar las relaciones causales entre la satisfacción de cliente y calidad del servicio al momento de explicar las conductas deseables del cliente dentro de una empresa frente a la atención recibida, donde se tiene como base la expectativa y si llega a suplir la expectativa que obtuvo al final. Nos permite comprender más allá los procesos que se realizan dentro de la clínica y como estos pueden ayudarnos a comprender el nivel de satisfacción de los usuarios.

La teoría del diagnóstico organizacional Richard Beckhard, es un esfuerzo planeado, a través de toda la organización y dirigidos desde arriba, para incrementar la efectividad y la salud de la organización, por medio de intervenciones planeadas en los “procesos” de la organización, usando el conocimiento de la ciencia del comportamiento. Ayuda a los administradores a entender, diagnosticar y responder a las necesidades y problemas organizacionales que se presenten.

La teoría del diagnóstico organizacional de Richard Beckhard no solo permite incrementar el desempeño de la empresa, sino también mejorar la satisfacción de los empleados, teniendo unos empleados satisfechos ayudará y permitirá lograr la satisfacción de los usuarios dentro de la empresa. Un enfoque donde los empleados se sientan escuchados y atendidos por la empresa, donde muchas veces se escuchan propuestas de como mejorar procesos y demás, ayudando y facilitando todo dentro de la empresa y así lograr la satisfacción del cliente.

Teoría de acción por Argyris y Schon, concibe al hombre como un ser que construye sus acciones, las ejecuta y evalúa sus consecuencias, adopta sus diseños cuando los efectos responden a sus intenciones y las modifica o trata de modificarlas, cuando los resultados

le son adversos. Dicha concepción, requiere entender el comportamiento como algo constituido por los significados y por las intenciones de los actores; cada vez que éstos actúan, lo hacen considerando el modelo de acción adoptado para esa situación.

La teoría de acción permite evaluar los procesos que se están llevando a cabo en este momento en la empresa y permitir evaluar si los resultados están respondiendo favorablemente o no, donde si es negativo se optara por una reestructuración de procesos internos para lograr que todo fluya de la mejor manera posible, siendo esto positivo tanto para la empresa como para los usuarios de la misma.

Según Agner Erlang, la teoría de colas aplicada a la gestión de servicios, el cual permite modelar tener dentro de una organización o durante la prestación de un servicio. sistemas donde existen clientes que demandan cierto servicio que es proporcionado por uno o mas servidores, esto con el fin de minimizar el tiempo de espera que los clientes pueden tener. Siendo esto beneficioso tanto como para la empresa como para los clientes, conociendo y evaluando el rendimiento actual de la empresa frente a lo demandado por los clientes permite saber de que manera llevar los procesos, ya que uno de los factores que mas molestan o disgustan a los usuarios es el tiempo de espera en procesos donde se pueden agilizar si se cambian la conducta habitual del trato o procesos requeridos.

De acuerdo con lo dicho anteriormente, se plantea diferentes estrategias ya que se conocen las debilidades, problemáticas y aspectos a mejorar, esperando un mejoramiento continuo y supliendo las necesidades de los clientes y con esto mismo un mejoramiento y crecimiento de la empresa.

La clínica farallones Christus Sinergia Salud S.A. con NIT 800212422, se encuentra ubicada en la ciudad de Santiago de Cali en la Calle 9c # 50-25 Barrio camino real, Comuna 10 de Cali que está ubicada en el suroriente de la ciudad. Christus cuenta con una estructura de 12 pisos en los cuales realiza diversas actividades enfocadas al sector de la salud, servicio de urgencias general y VIP, pisos de CX, hospitalización general y VIP e imágenes. Cuenta con varios parqueaderos en los sótanos de la misma, con una cafetería y droguerías en el primer piso, área de recepción por la puerta principal.

La IPS (Institución prestadora de servicios) con mas de 150 años de servicio con principios católicos. Servicios para las siguientes EPS (SURA, Nueva EPS, Sanitas, Coosalud, Coomeva, Salud Total S.A., Compensar) Medicina prepagada.

Fuente: Google Maps (2025) – FIGURA 1- UBICACIÓN DE LA CLINICA.



5.3 MARCO LEGAL

Las siguientes normas son leyes utilizadas en las entidades de salud para brindar al usuario una satisfacción y/o seguridad

- Ley 1755 de 2015: establece que las peticiones podrán presentarse verbalmente y deberá quedar constancia de esta, o por escrito, ya través de cualquier medio idóneo para la comunicación o transferencia de datos.
- Artículo 13. Objeto y modalidades del derecho de petición ante autoridades. Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades, en los términos señalados en este código, por motivos de interés general o particular, y a obtener pronta resolución completa y de fondo sobre la misma.
- Artículo 24. Informaciones y documentos reservados. Solo tendrán carácter reservado las informaciones y documentos expresamente sometidos a reserva por la Constitución Política o la ley, y en especial.
- Ley 1751 de 2015 nos dice que se: garantizará el derecho fundamental a la salud a través de la prestación de servicios y tecnologías, estructurados sobre una concepción integral de la salud, que incluya su promoción, la prevención, la paliación, la atención de la enfermedad y rehabilitación de sus secuelas.
- Norma ISO 10004: contiene orientación sobre cómo establecer procesos eficaces para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente. Se centra en los clientes externos a la organización y puede ayudar a establecer e implementar un proceso para el tratamiento de sus quejas.

- Ley 872 de 2003: Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios
- Ley 1480 de 2011: Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a: 1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
- Decreto Número 1443 De 2014: por el cual se dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Código sustantivo del trabajo: la finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre los empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.
- Se incorpora la Ley 1755 de 2015, que regula el derecho de petición y la gestión de PQRS en el sector salud, estableciendo tiempos de respuesta y mecanismos de seguimiento para garantizar la protección de los derechos de los usuarios.

5.4 MARCO TEMPORAL

La investigación se afrontará en dos periodos de tiempo que tienen que ver con el proceso de formación académica en el Instituto INTENALCO EDUCACION SUPERIOR. Estos periodos de tiempo son:

- Cuarto semestre académico (agosto - noviembre 2023): Elaboración del anteproyecto y recolección preliminar de datos.
- Quinto semestre académico (febrero 2024 - marzo 2025): Desarrollo de la investigación, aplicación de estrategias y evaluación de resultados.

6. DISEÑO METOLOGICO

6.1 Componentes investigativos

Tipos, métodos y fuentes de investigación. El trabajo realizado se considera un estudio de investigación cualitativo y cuantitativo, porque toma como unidad principal de análisis a la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones, ubicada en la ciudad de Cali; identificando a su vez el área donde ocurre el problema identificado, o el proceso afectado por la problemática descrita inicialmente. Por lo tanto es similar con lo dicho con Hernández, Fernández y Baptista (2014:4) el enfoque cuantitativo se considera que el conocimiento debe ser objetivo y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la mediación numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas.

Así mismo, el análisis cualitativo, en contraste esta basado en autores como Max Weber. Es inductivo lo que implica que utiliza la recolección de datos para finar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de investigación, Hernández, Fernández y bautista (2014:7)

Según Creswell 2003:129 a diferencia de la investigación cuantitativa, que se basa en una hipótesis, la cualitativa suele partir de una pregunta de investigación que deberá

formularse en concordancia con la metodología que se pretende utilizar. Este enfoque busca explorar la complejidad de factores que rodean a un fenómeno y la variedad de perspectivas y significados que tienen para los implicados.

Igualmente, la investigación cualitativa considera que la realidad se modifica constantemente, y que el investigador, al interpretar la realidad, obtendrá resultados subjetivos (Bryman, 2004:20). A diferencia de la investigación cualitativa, que basa sus resultados en datos numéricos, la investigación cualitativa se realiza a través de diferentes tipos de datos, tales como entrevistas, observación, documentos, imágenes, audios entre otros.

Abordando la finalidad de estos estudios, buscan especificar las propiedades, propiedades y pensamientos mas importantes de personas o grupos como este caso, la problemática por la atención al cliente de la Clínica Farallones. Podemos decir que estos métodos cualitativos y cuantitativos lo aplicaremos en el trabajo para la recolección de datos y así asociar las mediciones con números, entrevistas, revisión de documentos, experiencias personales.

Las fuentes de información necesarias para el objeto de investigación son:

Primarias: Entrevistas y encuestas al personal y usuarios directos de la clinica Christus Sinergia Clínica Farallones, es importante porque mediante estos métodos permitirán proporcionar información de mayor precisión y credibilidad para así obtener una comprensión más detallada sobre el tema en específico de la Clínica.

Secundarias: Documentos o canales de comunicación (PQRS), mediante estas fuentes de información se podrá comprender las opiniones que han expuesto los usuarios de la clínica Christus Sinergia Clínica Farallones anteriormente.

Línea de investigación. El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Técnico Profesional en procesos Administrativos del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” “Mejoramiento de la Productividad en las Organizaciones; Sub-líneas de Investigación: mejoramiento empresarial.

Delimitación del objeto de estudio. La investigación del presente proyecto será ejecutada en la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones, ubicada en la Ciudad de Cali (Valle). Para el desarrollo del objetivo principal de esta investigación se estudiará la información relacionada con los procesos de servicio al cliente.

Académicamente el proyecto se encuentra enmarcado dentro del área del conocimiento en Gestión administrativa, y el objeto de estudio de este trabajo es el análisis de la información relacionada con procesos de servicio al cliente que se implementará en la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones de la ciudad de Cali.

Población y muestra de objeto de estudio. Este proyecto propone una mejora en el proceso de servicio al cliente en la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones ubicada en Cali, una empresa del sector de la salud, que apruebe la realización de un plan de acción, necesario como punto de referencia, para conseguir el mejoramiento de sus prácticas, administrativas, acarreando beneficios económicos y que al mismo tiempo produzca aumento del valor de la empresa. Con lo anterior, la población a estudiar será la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones, y la muestra que se tomará para realizar

el estudio será el área de servicio al cliente de la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones.

6.2 Técnicas e instrumentos

Encuesta. Según García Ferrando es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. Con esta técnica de recolección de datos da lugar a establecer contacto con las unidades de observación por medio de los cuestionarios previamente establecidos como lo son: encuestas personas, por teléfono, por correo y entre otras.

La mayoría de las encuestas utilizan una muestra de los miembros para medir las características de la población, como se puede ver en esta definición dada por Groves et al. (2004): "La encuesta es un método sistemático para la recopilación de información de una muestra de los entes, con el fin de construir descriptores cuantitativos de los atributos de la población general de la cual los entes son miembros.

A través de realizar una encuesta tipo cualitativa les dan las respuestas a las interrogantes «por qué» y «cómo», mediante esta podremos conocer más opiniones, puntos de vista e impresiones que datos numéricos, para obtener una idea de cómo piensan las personas y así conocer cuáles son los obstáculos que le impiden a la clínica obtener los resultados deseados y ser más eficientes.

En su mayor parte, las encuestas cualitativas son exploratorias. El objetivo principal es comprender la forma en que piensa un grupo, sus opiniones y sus actitudes sobre un tema en particular. Durante la fase de análisis, puedes analizar cada palabra que escriben para formar una hipótesis sobre sus respuestas como sea el caso.

Por otra parte, Una encuesta cuantitativa recopila hechos y números de los datos. Se usa comúnmente para probar o refutar una hipótesis que se puede haber elaborado después de completar una investigación cualitativa. La fase de análisis estudia los datos estadísticos para sacar conclusiones. Permite probar y verificar las conclusiones que se extraigan y la fase de análisis suele ser sencilla, ya que implica mirar los números.

De acuerdo con el análisis, es importante que se tengan en cuenta los aspectos mencionados, ya que, de esta forma, la presente investigación podrá tener los efectos esperados al interior de la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones de la ciudad de Cali, Colombia.

El Análisis de procesos. Se realizará el análisis de procesos de la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones de la ciudad de Cali, este análisis tiene como fin poder comprender en qué situación se encuentra actualmente la empresa y saber que falencias y fortalezas tiene para poder llevar a cabo el plan de mejora y control en el área de servicio al cliente logrando así la satisfacción del mismo dentro de la empresa.

Escenario: En la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones de la ciudad de Cali, Colombia, favoreciendo los procesos internos de la empresa y así lograr una mayor satisfacción a los usuarios en sus procesos que realizan dentro de la misma.

Establecer el alcance: En la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones se realiza la propuesta del plan de mejora y control en el área de servicio al cliente en el cual se ha evidenciado no lograr cumplir o satisfacer las necesidades de los usuarios que acuden a la clínica.

Definir el método: El método a utilizar será cualitativo y cuantitativo, en los cuales se busca conocer las perspectivas que tienen los usuarios que acuden a la clínica, como a su vez las opiniones que tienen los funcionarios dentro de la empresa. Se indagará y recopilará información en anteriores PQRS generados por los usuarios, para lograr medir en que punto de encuentra la empresa y de esta manera tener datos de base para los próximos resultados de la investigación.

Definir el equipo: El personal que se encargara para el análisis será el área de “experiencia al paciente”, siendo los más cercanos a los usuarios diariamente y su vez los encargados de guiar y solucionar problemas que puedan tener, para ello se realizaran capacitaciones para ampliar su conocimiento y así lograr obtener unos resultados favorables para la investigación.

6.3 Procedimientos

A continuación, se explica cómo se procederá para obtener los resultados esperados de acuerdo con cada uno de los objetivos planteados en el capítulo dos del presente proyecto:

Fases del diagnóstico en la empresa: Christus Sinergia Clínica Farallones se hará de la siguiente manera:

1. Se analizará las diversas deficiencias que se están presentando dentro de la empresa como amenazas y debilidades

Amenazas: Crecimiento de las clínicas en el sector privado, y que estas tengan más desarrollo a nivel de la atención al cliente. (crecimiento de la competencia)

Mas actividades o mejor capacitación del personal de la clínica para contrarrestar las (PQRS)

Debilidades: Falta de planeación estratégica en cuanto a pocas capacitaciones al personal de la clínica.

Carencia de actividades para poder satisfacer al usuario en la estancia de la clínica.

2. Se visualizará las relaciones de causa y efecto dentro la empresa.

3. Se recopilará las posibles causas del problema de la empresa

Pasos para estudio de procesos la empresa: Christus Sinergia Clínica Farallones.

Mediante una revisión minuciosa se debe determinar los procesos que está llevando la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones, y diagnosticar que acciones se deben mejorar para potencializar el proceso e insertar a la empresa dentro del ámbito de calidad y eficiencia.

En las diferentes áreas ya sea administrativa, donde se implementará un plan de mejoramiento en los procesos de servicio al cliente de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali. En el área de servicio al cliente en la cual se hará un trabajo que se proporcione agilidad en los procesos y satisfacción en los usuarios de la empresa.

Pasos para calcular los costos de la propuesta. El cálculo de los costos y beneficios en la implementación de la propuesta sobre el plan de mejoramiento en el área de atención al cliente de la empresa Christus Sinergia Clínica Farallones, se hará de la siguiente forma:

1. Costo para capacitador. Se hará una lista de los trabajadores del grupo de experiencia del paciente, los cuales son los encargados de llevar a cabo el análisis
2. Investigar los materiales para el proyecto. Estimar los gastos en herramientas y materiales
3. Establecer costos financieros en cuanto a las entrevistas, en cuotas para desarrollar a los usuarios de la clínica farallones.
4. Costos para material informativo como los carteles para usuarios en las instalaciones de la clínica.

7. RESEÑA HISTORICA EMPRESARIAL

En el año 2017, CHRISTUS SINERGIA Salud nace como una Organización que integra los servicios de salud en todas las etapas de la atención: ambulatorio y hospitalario, busca mejorar la calidad de vida y garantizar un servicio homogéneo a todos los colombianos.

Tienen cobertura a nivel nacional con Centros Ambulatorios y Clínicas. En el año 2018, para complementar la atención médica integraron la línea de ayudas diagnósticas con

Laboratorio Clínico e Imagenología. De esta manera, brindan integralidad en los servicios de salud a pacientes de todas las entidades aseguradoras del país.

Es una empresa formada bajo principios católicos, que ofrece a la comunidad un servicio médico justo, de calidad y respaldado por el conocimiento y la trayectoria de CHRISTUS Health, un sistema de salud de más de 150 años al servicio de los más necesitados.

El símbolo que los identifica es la cruz que representa una combinación de una cruz médica y una cruz religiosa, el cual simboliza el cómo sirven, respetando a cada persona y proporcionando la más alta calidad de atención en salud.

La bandera que fluye en la cruz es un símbolo común de Cristo resucitado, y transmite una sensación de movimiento mientras avanzan hacia una nueva era de servicio continuo a las comunidades.

La transformación, humanización y excelencia en salud, les permiten desarrollar una cultura de atención y de servicio única, guiada por la dignidad, la integridad, la excelencia, la solidaridad y la pasión por el cuidado de la salud y de servir al prójimo.

7.1 Tipo de empresa – Constitución

FIGURA 2 – CAMARA DE COMERCIO DE CALI

Christus Sinergia es una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS)



Camara de Comercio de Cali
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL
 Fecha expedición: 04/01/2024 07:29:40 pm

Recibo No. 9256503, Valor: \$7.900

CODIGO DE VERIFICACIÓN: 0824JANOLK

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón social:	CHRISTUS SINERGIA SERVICIOS AMBULATORIOS S.A.S.
Nit.:	900363673-9
Domicilio principal:	Cali

MATRÍCULA

Matrícula No.:	954422-16
Fecha de matrícula en esta Cámara:	16 de mayo de 2016
Último año renovado:	2023
Fecha de renovación:	28 de marzo de 2023
Grupo NIIF:	Grupo 5

UBICACIÓN

Salud

7.2 Capital social

El capital inicial fue por un valor de \$250.000.000.000, el cual el valor del capital suscrito fue por un valor de \$94,741,467,982.

7.3 Objeto social

Objeto social. La sociedad tiene como objeto principal las siguientes actividades: la operación logística de servicios de salud, así como la prestación de servicios de salud

en general y sus actividades conexas y complementarias.

En desarrollo de su objeto social podrá:

- prestar de manera directa o indirecta los servicios de salud en todos los niveles de complejidad definidos en el sistema general de seguridad social en salud, así como en todas las normas la materia;
- prestar servicios de asesoría y capacitación en salud; en temas como salud ocupacional, higiene y seguridad industrial, medicina del trabajo, auditoría médica; administración hospitalaria, auditoría médica; realización de programas de promoción y prevención de la salud; vacunación, tratamiento de enfermedades y rehabilitación. demás afines;
- importar, exportar, comprar, vender, distribuir, y comercializar toda clase de implementos, artículos, aparatos, instrumentos, medicamentos y demás productos médicos relacionados con la salud, pudiendo adquirir la representación comercial de productos nacionales o extranjeros relacionados con la medicina y la salud;
- efectuar el montaje y explotación de clínicas, droguerías, laboratorios y en general de toda actividad relacionada con la salud;
- adquirir o enajenar establecimientos de comercio y bienes muebles o inmuebles,

formar parte de otras sociedades cualquiera que sea su naturaleza, en calidad de socio, accionista o socio comanditario, adquirir obligaciones bancarias o financieras con o sin interés, dando en garantía de cualquier obligación, sus bienes muebles e inmuebles, adquirir, enajenar, girar, endosar, aceptar, protestar, rechazar, avalar, cancelar y realizar toda clase de operaciones con títulos valores, carta de crédito y demás efectos de comercio y bienes muebles e inmuebles, abrir cuentas corrientes y realizar toda clase de operaciones bancarias, dar o recibir bienes en arrendamiento, y en general realizar todos los contratos, actos y actividades que afines con su objeto social;

- participar en procesos de licitaciones públicas o privadas, que tengan relación con el objeto social;
- garantizar obligaciones de terceros, cuando así lo decida la asamblea general de accionistas con el voto favorable de mitad más uno de sus miembros;
- transformarse, escindirse o fusionarse con otras sociedades. Operar redes de instituciones prestadoras de salud (ips) a nivel nacional o internacional, de acuerdo a sus especiales condiciones de habilitación;
- celebrar convenios interadministrativos y de prestación de servicios con entidades promotoras de salud (eps) y otras entidades de seguridad social; y
- la sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier

naturaleza que ellas fueren, relacionadas directa o indirectamente con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero, de conformidad con las facultades otorgadas por la ley para el objeto social de las sociedades por acciones simplificadas.

7.4 Misión empresarial

MISION: Extender el ministerio sanador de Jesucristo.

CHRISTUS Health es un sistema de salud de inspiración católica cuya misión es extender el ministerio sanador de Jesucristo. Buscamos mejorar la salud de nuestras comunidades y capacitar a los que servimos para experimentar la presencia sanadora de Dios.

CHRISTUS está comprometido con nuestros valores fundamentales de dignidad, integridad, excelencia, compasión y prudencia en la administración de los recursos.

7.5. políticas de empresa

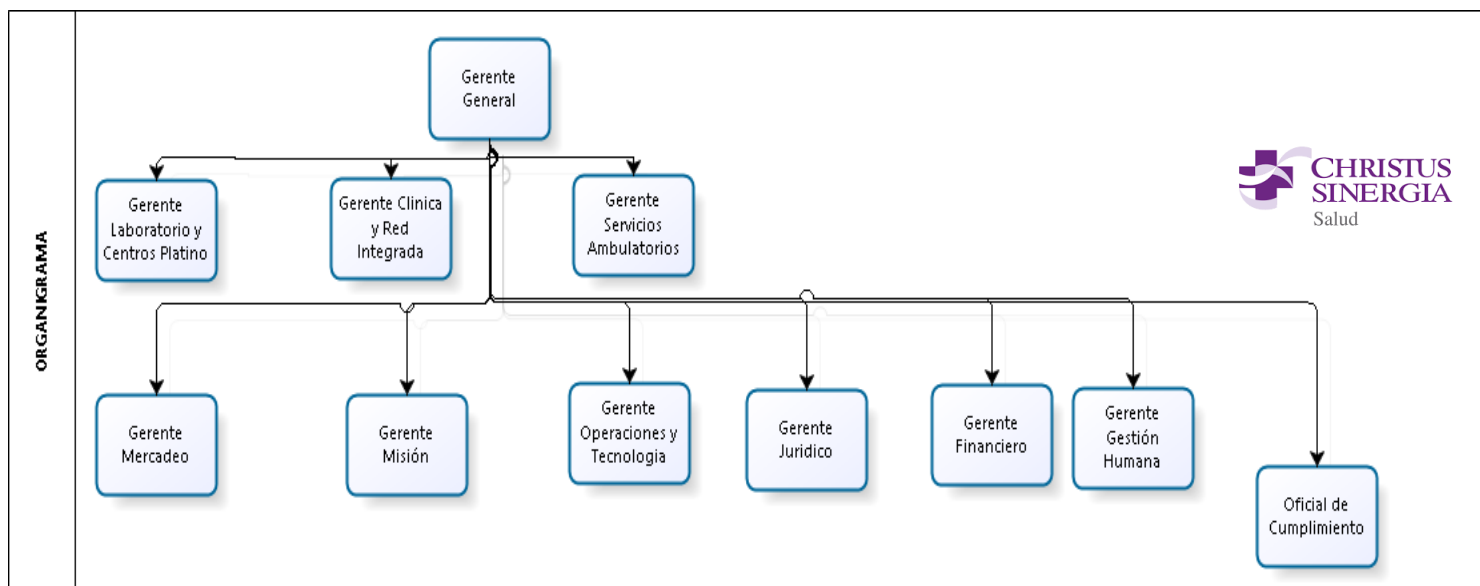
El cumplimiento de las leyes y reglamentos que rigen la atención de la salud es un aspecto integral de la operación de la organización, en consonancia con su valor fundamental de la integridad. CHRISTUS se esfuerza por cumplir con los requisitos legales en todas sus funciones de negocio.

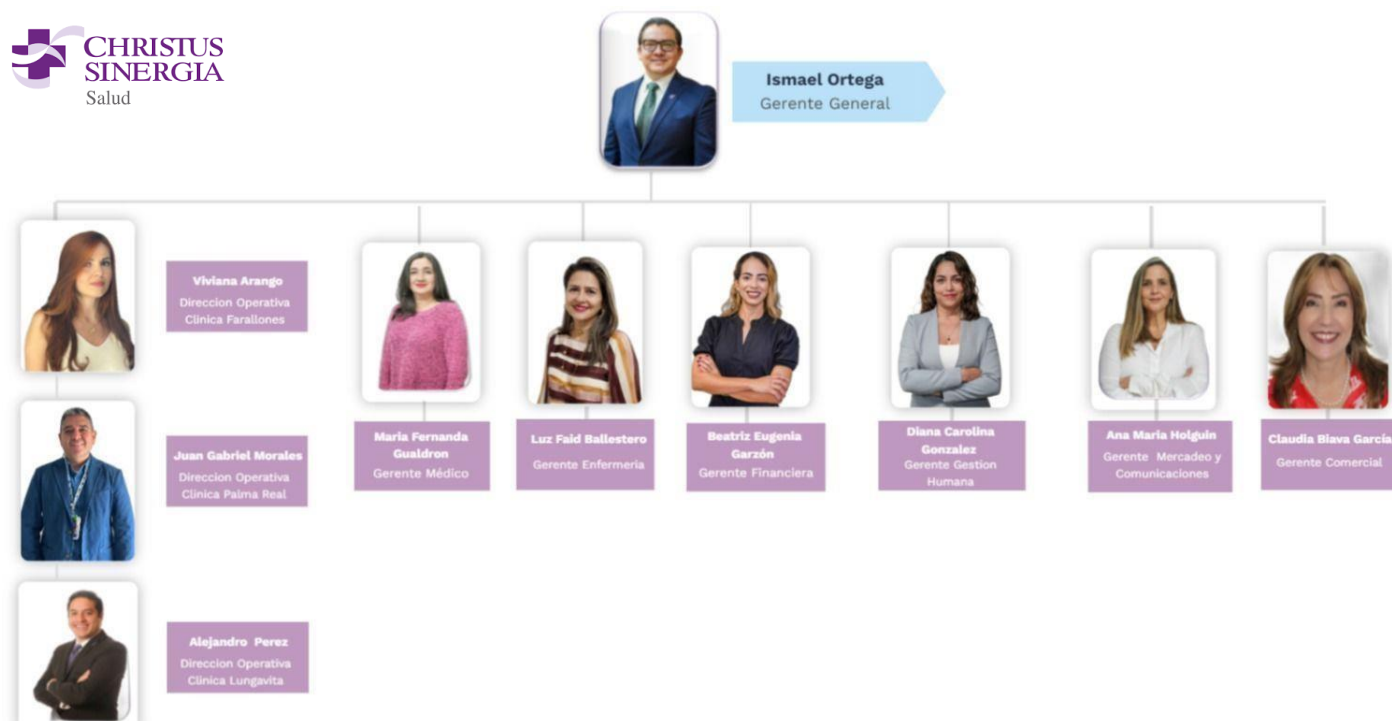
- Ley de Reclamaciones Falsas
- Leyes contra el Soborno
- Leyes de Autorreferencia
- Ley de Portabilidad y Responsabilidad del Seguro de Salud (HIPAA) HIPAA
- Integridad Cumplimiento de las leyes y reglamentos 18 Código de Ética y Conducta Empresarial.
- Leyes específicas de los planes de salud
- Regalos de proveedores Ley 1438 de 2011
- Prohibición de represalias

Prevención de la corrupción Ley 1474 de 2011

- Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero Ley 1778 de 2016
- Salvaguardando información protegida de salud r la Ley 23 de 1981, Ley 1581 de 2012 y Resolución 1995 de 1999 del Ministerio de Salud

Estructura empresarial – Áreas funcionales





FUENTE: CHRISTUS SINERGIA (2025) - ORGANIGRAMA DE CHRISTUS SINERGIA
FIGURA 3.

8. Portafolio de productos

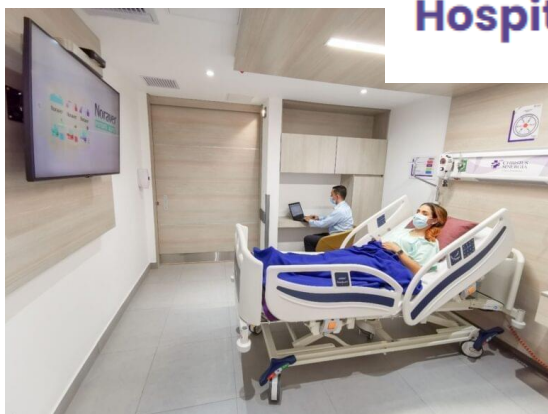
Servicios

- Urgencias
- Ginecobstetricia
- Cirugía – niveles III y IV
- Consulta Externa Especializada
- Imagenología Diagnóstica
- Hospitalización
- Unidad de Hemodinamia
- UCI Adultos
- UCI Neonatal
- Unidad de Endoscopia
- Unidad de Cardiología No Invasiva
- Servicios Asistenciales de Apoyo
- Cirugía Ambulatoria

Especialidades médicas de Consulta Externa

- Cardiología
- Cirugía Cardiovascular
- Cirugía General
- Cirugía Maxilofacial
- Cirugía Pediátrica
- Cirugía Plástica
- Cirugía de Tórax
- Cirugía Vascular
- Dermatología
- Fisiatría
- Gastroenterología
- Ginecología
- Ginecobstetricia
- Neurocirugía
- Ortopedia – Cirugía de pie y tobillo
- Ortopedia – Cirugía de rodilla
- Ortopedia – Cirugía de mano
- Ortopedia – Artroscopia de hombro y rodilla
- Ortopedia – Cirugía de cadera
- Ortopedia pediátrica
- Ortopedia reconstructiva
- Ortopedia general
- Otorrinolaringología
- Urología

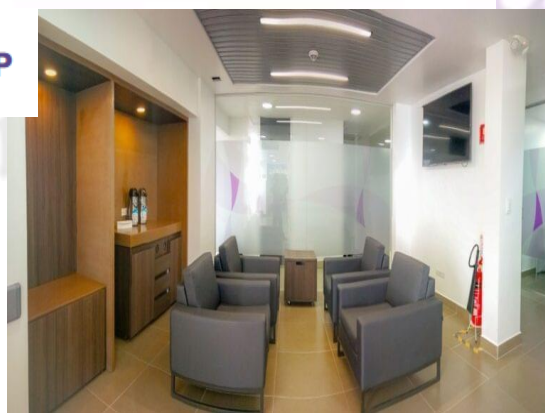
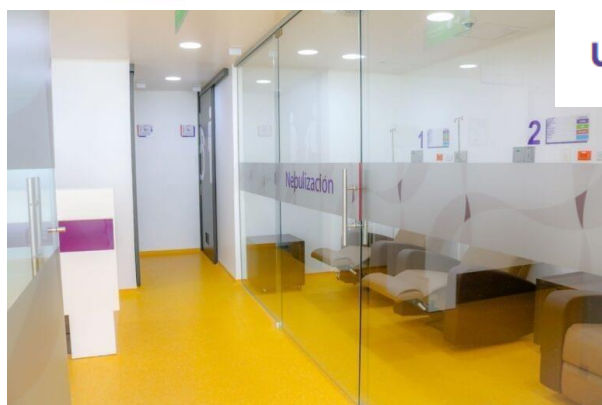
Hospitalización Platino



Hospitalización Planes Voluntarios



Urgencias VIP



Alto Riesgo Obstétrico





Imágenes Diagnósticas

9 Mercado

El nicho de mercado el cual está dedicada la empresa CHRISTUS SINERGIA son empresas EPS, Medicinas Prepagadas, Pólizas de seguro, Particulares y a él régimen especial del magisterio de los maestros. Brindando así mismos los servicios de salud, consulta externa, sistema de salud de manera ambulatoria, salud de urgencias médicas, imagenología (imágenes diagnosticas), procedimientos quirúrgicos y no quirúrgicos (cirugías), servicio de UCI adultos y UCI neonatal.

10. Evolución financiera

La Clínica Farallones christus sinergia nace en el año 2017, sin embargo en el año 2019 empezó con un capital de \$ 343.628.244, sus ingresos en la total del año 2019 fueron de \$ 308.742.856. Al año siguiente 2020 la Clínica Farallones empezó con un capital de \$ 274.577.742, sus ingresos en la total del año 2020 fueron de \$ 197.348.278 siendo estos menores a los de el año anterior (2019). En el año 2021 la Clínica Farallones empezó con un capital de \$ 262.210.763, sus ingresos en la totalidad del año 2021 fueron de \$ 232.572.641, en este año ya incrementando los ingresos del año pasado, sin embargo

quedando atrás de el año 2019 . La Clínica Farallones en el 2022 empezó con uno capital de \$ 222.731.490, sus ingresos en la totalidad de el año 2022 fueron de \$ 138.145.587, en este caso siendo menor a el año anterior y menor en todos los ingresos de los años ya mencionados. Año 2023 en este año la Clínica Farallones empezó con un capital de \$ 271,781,593, sus ingresos en la totalidad del año fueron de \$ 83,508,435, siendo el año en donde menos ingresos la Clínica Farallones ha obtenido. Pudiendo así mismo evidenciar un declive en los ingresos en la Clínica Farallones Christus Sinergia.



FUENTE: ELABORACION PROPIA. – EVOLUCION DE INGRESOS (2019-2023)

TABLA 1.

10.1 Análisis de las cinco fuerzas de poder

Amenaza de nuevos entrantes

Barreras de entrada: La industria de la salud tiene barreras moderadas a altas, como la regulación estricta, la necesidad de capital significativo para infraestructura y equipos, y la reputación ya establecida de clínicas existentes.

Lealtad de los clientes: La lealtad a instituciones de salud, debido a la confianza y la calidad del servicio, puede dificultar la entrada de nuevos competidores.

Poder de negociación de los proveedores

Número de proveedores: Si hay pocos proveedores de equipos médicos o insumos críticos, su poder aumenta. En el caso de la Clínica Farallones, el acceso a suministros especializados puede ser un factor clave.

Diferenciación de insumos: Si los insumos son altamente especializados o difíciles de conseguir, los proveedores tendrán un mayor poder de negociación.

Poder de negociación de los clientes

Información del cliente: Con el acceso a información sobre tratamientos y costos, los pacientes tienen mayor poder de negociación. La Clínica debe ofrecer servicios diferenciados y de calidad para mantener la lealtad de los pacientes.

Opciones de competencia: La disponibilidad de otras clínicas y hospitales en la región incrementa el poder de negociación de los pacientes, ya que pueden optar por alternativas que ofrezcan mejores precios o servicios.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

Alternativas de atención: Existen alternativas como tratamientos domiciliarios, medicina alternativa o telemedicina que pueden ser vistas como sustitutos. Esto es especialmente relevante en un contexto donde la atención médica está evolucionando rápidamente.

Percepción del servicio: Si los pacientes consideran que los servicios de la clínica no son esenciales o que pueden obtener atención comparable en otro lugar, la amenaza de sustitutos se incrementa.

Rivalidad entre competidores

Competencia local: La rivalidad puede ser intensa si hay varias clínicas que ofrecen servicios similares. La calidad, el costo y la atención al cliente son factores cruciales que diferencian a la Clínica Farallones de sus competidores.

Innovación y diferenciación: La capacidad de la clínica para innovar y ofrecer servicios únicos puede reducir la rivalidad, pero la presión por mantenerse competitiva siempre está presente.

Conclusión

La Clínica Farallones Christus Sinergia se encuentra en un contexto competitivo que presenta tanto retos importantes como oportunidades. Para sobresalir, es crucial que se concentre en ofrecer un servicio de alta calidad, fomentar la innovación y desarrollar una

fuerte conexión con los pacientes, al mismo tiempo que maneja adecuadamente sus relaciones con los proveedores y se adapta a las tendencias del mercado.

10.2. Análisis de la situación actual de la empresa

Análisis del sector: Entorno económico donde se mueve la empresa

La Clínica Farallones Christus Sinergia se mueve en el sector de la salud, específicamente en la prestación de servicios médicos y hospitalarios. Este sector incluye la atención médica, quirúrgica y especializada, así como servicios de diagnóstico y rehabilitación. Además, suele abarcar áreas como la medicina preventiva y la atención de emergencias. La clínica también puede involucrarse en la investigación médica y en programas de salud comunitaria.

Competidores potenciales

1. Clínicas Privadas Locales

Clínicas y hospitales de otras redes de salud: Estas pueden ofrecer servicios similares, incluyendo atención médica general y especialidades. Ejemplos pueden ser otras clínicas de la red Christus o de otras redes privadas que operan en la misma área.

2. Hospitales Públicos

Hospitales de referencia del sistema de salud pública: Estos hospitales a menudo ofrecen una gama amplia de servicios médicos a costos reducidos. Pueden atraer pacientes que buscan atención asequible.

3. Clínicas Especializadas

Centros especializados: Clínicas que se centran en áreas específicas, como la ginecología, pediatría, ortopedia, o servicios de emergencia, pueden captar pacientes que requieren atención en esos campos.

4. Consultorios

Consultorios independientes: Médicos generales y especialistas que operan en consultorios privados pueden representar una competencia, especialmente si ofrecen atención personalizada y horarios flexibles.

5. Atención Domiciliaria

Servicios de salud a domicilio: La creciente tendencia hacia la atención domiciliaria puede afectar la demanda de servicios en clínicas. Las empresas que ofrecen atención médica en casa pueden atraer a pacientes que prefieren recibir atención en su propio entorno.

6. Telemedicina

Plataformas de telemedicina: Estas han crecido en popularidad, especialmente después de la pandemia. Proveedores que ofrecen consultas virtuales pueden ser una alternativa atractiva para pacientes que buscan conveniencia y rapidez.

7. Clínicas de Urgencia

Centros de atención de urgencia: Estas clínicas ofrecen atención rápida para emergencias menores y pueden captar a pacientes que buscan atención inmediata sin tener que ir a un hospital.

Competidores existentes

1. Clínicas de la Red Christus

Otras clínicas y hospitales que forman parte de la red Christus pueden ofrecer servicios similares en la misma área geográfica, representando una competencia directa.

2. Hospitales Públicos

Hospitales locales: Instituciones del sistema público que brindan atención médica a bajo costo o gratuita. Su capacidad para atraer pacientes depende de la accesibilidad y variedad de servicios ofrecidos.

3. Clínicas Privadas de la Región

Clínicas y hospitales privados: Otras instituciones que operan en el área, ofreciendo atención médica general y especialidades. Estas pueden incluir tanto clínicas grandes como pequeños consultorios.

4. Centros de Atención de Urgencia

Clínicas de urgencias: Proporcionan atención rápida para emergencias menores y son una alternativa popular para pacientes que requieren atención inmediata sin una cita previa.

5. Consultorios Médicos Privados

Médicos generales y especialistas: Consultorios que ofrecen servicios especializados pueden atraer a pacientes que buscan atención personalizada y flexible.

6. Servicios de Telemedicina

Plataformas de atención virtual: Proveedores que ofrecen consultas médicas a través de plataformas en línea pueden ser una opción atractiva para aquellos que prefieren evitar desplazamientos.

7. Clínicas Especializadas

Centros de especialidades: Clínicas que se enfocan en áreas como ginecología, dermatología o pediatría, brindando atención centrada en pacientes con necesidades específicas.

La competencia

La clínica farallones christus sinergia se evidencian varias clínicas y entidades que le pueden hacer frente en cuanto a sus servicios que la misma brinda, estas organizaciones

están ubicadas en la ciudad de Cali, con cercanía donde se localiza la clínica farallones christus sinergia.

- Clínica Imbanaco
- Fundación Valle del Lili

Nuestra competencia se basa en nuestros Clínicas alrededor, ya que ofrecen muy buenos servicios, calidad, infraestructura, y una muy organización tanto administrativa como confiabilidad.

El mercado actual – participación en el mercado



FUENTE: GOOGLE MAPS – COMPETENCIA DE LA CLINICA FARALLONES
FIGURA 4.

Clínica Imbanaco

La Clínica Imbanaco, ubicada en Cali, Colombia, es una institución de salud reconocida que se fundó en 1982. Se especializa en atención integral al paciente, ofreciendo una amplia gama de servicios médicos y quirúrgicos de alta calidad. Con un equipo profesional altamente capacitado y tecnología avanzada, la clínica se enfoca en diversas

especialidades, como medicina interna, cirugía y pediatría. Comprometida con altos estándares de calidad y seguridad, ha sido reconocida por su excelencia y contribución al bienestar de la comunidad. Su misión es mejorar la calidad de vida de sus pacientes a través de un cuidado humano y profesional.

Fundación valle del Lili

La Fundación Valle del Lili, ubicada en Cali, Colombia, es una institución de salud fundada en 1970, reconocida por su atención médica de alta calidad y su enfoque en la investigación. Ofrece servicios en diversas especialidades médicas, cuenta con tecnología avanzada y un equipo profesional altamente calificado. Además, promueve la formación en salud y el bienestar comunitario a través de programas de salud pública, destacándose como un referente en la región.

FUENTE: INICIO FUNDACION VALLE DEL LILI – 2025 – FIGURA 5.



11. Estrategias de mercado y ventas

FIGURA 6.

Una de nuestras estrategias de mercadeo y ventas, es hacer ver la calidad y eficiencia en los servicios, como hace unos meses se realizaron imágenes diagnosticas en Christus Sinergia.



1. Creación del Plan de Marketing

FIGURA 7.

Para mejorar la percepción de la clínica, se recomienda un plan de marketing con:

- **Estrategias de comunicación digital:** Utilizar las redes sociales y un sitio web informativo para compartir contenido de valor, informar sobre servicios, publicar testimonios y generar interacción con la comunidad.
- **Testimonios de pacientes satisfechos:** Recopilar y publicar experiencias positivas de los pacientes en redes sociales, sitio web y material impreso para fortalecer la confianza de nuevos usuarios.
- **Programas de fidelización y atención personalizada:** Diseñar programas que ofrezcan beneficios a pacientes recurrentes y promuevan la relación a largo plazo, como descuentos en servicios o consultas de seguimiento gratuitas.



Matriz DOFA

MATRIZ DOFA DE LA CLINICA FARALLONES (CHRISTUS SINERGIA)	Fortalezas (F) 1. tecnología médica avanzada. 2. Servicios diversificados. 3. personal capacitado.	Debilidades (D) 1. Necesidad de mejorar la estrategia de marketing. 2. Escasa visibilidad a comparación con competidores. 3. depende de ciertas especialidades
Oportunidades (O) 1. Infraestructura moderna y bien equipada. 2. Personal médico altamente capacitado. 3. Alianzas estratégicas.	F1O1 - pueden usarse para atraer más pacientes y mejorar la visibilidad en el mercado. F2O3 - pueden abrir nuevos canales de atención y fortalecer la posición de la clínica en el sector.	D1O1O2 - Puede ayudar a destacar ante la competencia en cuanto a la visibilidad. D2O3 - Abordar la escasa visibilidad mediante alianzas estratégicas para aumentar el reconocimiento y atraer más pacientes.
Amenaza (A) 1. Alta competencia en el sector salud. 2. Crisis económica. 3. Poco personal con el que cuenta la clínica.	F1A1 - Podría ayudar a mitigar la amenaza de competencias, así sobresaliendo con la tecnología avanzada. F2A2 - Aprovechar el personal capacitado y los servicios que se tienen y unificar la crisis económica	D3A1 - La dependencia de ciertas especialidades puede ser problemática ante la alta competencia; diversificar servicios puede mitigar este riesgo.

FUENTE: ELABORACION PROPIA CON DATOS DE CHRISTUSSINERGIA (2023) – TABLA 2.

Estrategias DA, FA, FO, DO 58.

MATRIZ DOFA DEL SECTOR SALUD	Fortalezas (F) 1. Innovación y tecnología avanzada. 2. Equipo médico especializado. 3. Reputación y marca sólida.	Debilidades (D) 1. Inversión significativa. 2. Desafíos en el cumplimiento normativo. 3. Dependencia de relaciones con aseguradoras.
Oportunidades (O) 1. Crecimiento de la demanda. 2. Expansión de la telemedicina. 3. Iniciativas gubernamentales.	F1O1 - Podemos generar un mejor alcance. F3O2 - Con una buena marca sólida y reputación es mayor la expansión.	D1O2 - Inversión en telemedicina. D2O3 - Apoyo en el sector sanitario e imagen de la clínica.
Amenaza (A) 1. Competencia feroz. 2. Aumento de costos operativos. 3. Desconfianza del público.	F2A1 - Nos ayuda a hacerle frente a esa competencia feroz. F3A3 - Con una buena reputación es difícil la desconfianza del público.	D3A1 - Diversificación de ingresos. D2A3 - Mejoramiento/cumplimiento normativo y confiabilidad en el público.

Diagnostico formulación e implementación del plan de mejoramiento en área administrativa.

Área administrativa

El área que se busca mejorar es el área administrativa, ya que es el núcleo operativo de una organización, responsable de gestionar los recursos y procesos que permiten alcanzar los objetivos estratégicos. En el contexto de un plan de mejoramiento, su importancia se manifiesta en la identificación de ineficiencias y oportunidades de optimización. Por esta razón es indispensable pensar en el causante problema y hacer relación con esta área ya mencionada.

Diagnostico

Se evidencia una falencia en el área administrativa en el aspecto de la atención al paciente y en la misma admisión del usuario, ya que no se existe un control en esta área mencionada, tanto para el ingreso del paciente, durante y al momento de el egreso del paciente. Se refleja una ineficiencia del manejo de procesos / control.

Es indiscutible que en la clínica se ve la necesidad de diseñar una estructura organizacional más solida en cuanto al servicio al cliente y en el área de admisiones, poderle dar el manejo que se le debe a los debidos procesos y procedimientos al momento de darle y brindarle una buena y de calidad atención al paciente, que dentro de todo esto se pueda ver la comodidad de el mismo paciente y a su vez mejorando la experiencia de el mismo.

La matriz DOFA para el área administrativa

MATRIZ DOFA DEL AREA ADMINISTRATIVA (servicio al cliente)	Fortalezas (F) 1. personal capacitado y comprometido. 2. Protocolos claros en la atención al cliente. 3. Buena reputación.	Debilidades (D) 1. Falta de retroalimentación sistemática de los pacientes. 2. Procesos administrativos lentos y burocráticos. 3. Limitaciones tecnológicas en algunos procesos.
Oportunidades (O) 1. Crecimiento en la demanda de servicios de salud. 2. Incremento de programas de prevención y bienestar. 3. Posibilidades de incrementar nuevas tecnologías.	F1O1 - Capacidad de poder atender alta demanda de pacientes. F2O3 - Con nuevas tic se puede garantizar una buena atención y mejoría en los procesos.	D2O1 - Se debe de contrarrestar esta debilidad para cumplir con la tarea de la alta demanda. D1O3 - Con la retroalimentación sistemática de los pacientes y nuevas tic se puede tener efectividad en la atención.
Amenaza (A) 1. Competencia creciente de otras clínicas y hospitales. 2. Expectativas cambiantes de los pacientes en cuanto a servicios. 3. Falta de tecnología y herramientas.	F3A1 - Buena reputación les ayuda a hacer frente a la competencia. F2A3 - Claridad en los protocolos ayudaría en las expectativas cambiantes de los pacientes en cuanto a los servicios	D2A1 - Nos puede afectar en cuanto la demora del servicio en comparación de la competencia. D3A3 - Falta de tecnología y/o de herramientas en muchos procesos puede afectar en la atención del cliente o ingreso de este.

FUENTE: ELABORACION PROPIA CON DATOS DE CHRISTUSSINERGIA (2023) – TABLA 3.

Objetivos

- Conocer la situación actual de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali, con relación al servicio al cliente.
- Generar estrategias para el desarrollo del plan de mejoramiento en los procesos de servicio al cliente de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali.
- Desarrollar un plan de acción y control para lograr el rediseño de los procesos en el área de servicio al cliente desde el ingreso del paciente hasta la salida de este de la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali.
- Estimar el costo/beneficio que tendrá la clínica Christus Sinergia ubicada en la Ciudad de Cali, en la implementación de un rediseño de los procesos en el área de servicio al cliente.

11.1 Formulación del plan de mejoramiento.

Para la clínica lo más importante es poder brindar y darle mejoría al entorno de el servicio al cliente y de la admisión de el mismo paciente, con la intención de que el mismo paciente pueda experimentar de que se siente escuchando y que a su manera se pueda minimizar las quejas y se tenga gran demanda de pacientes, ya que así se puede posicionar aun mejor dentro de la competencia, sin

embargo, se tiene en cuenta esos problemas de tipo administrativas, que cada colaborador debe de seguir para así poder cumplir con los objetivos establecidos.

los objetivos presentados deben especificarse como generales o específicos.

Se clasifican de la siguiente manera:

- Objetivo General: Diseñar un plan de mejoramiento en la atención al cliente.
- Objetivos Específicos: Identificar fallas en la atención, implementar estrategias de capacitación y optimizar procesos administrativos.

12. VISION. (creada)

Visión de Christus Sinergia Salud:

"Para el año 2030, ser el referente en atención médica que, inspirados por el ministerio sanador de Jesucristo, transforma la salud de nuestras comunidades.

A través de la innovación y el compromiso con nuestros valores de dignidad, integridad, excelencia, compasión y prudencia, aspiramos a empoderar a cada individuo para que experimente la presencia sanadora de Dios en su vida.

Buscamos crear un entorno donde la atención de salud sea accesible, integral y centrada en la persona, reflejando nuestro compromiso con el bienestar de todos a quienes servimos."

12.1 VALORES

Nuestros valores:

DIGNIDAD	INTEGRIDAD	EXCELENCIA	GESTIÓN RESPONSABLE	COMPASIÓN
DIGNIDAD es respetar el valor de cada persona. Reconocer y comprometerse con el valor de las diversas personas y perspectivas. Y mostrar especial interés por los pobres y desatendidos.	INTEGRIDAD es ser honestos, justos y coherentes en todas nuestras relaciones.	EXCELENCIA es actuar bajo altos estándares de servicio y desempeño.	GESTIÓN RESPONSABLE es usar sabia y justamente nuestros talentos y recursos de manera colaborativa.	COMPASIÓN es servir con un espíritu de empatía, amor y preocupación.

FUENTE: QUIENES SOMOS CHRISTUS SINERGIA SALUD (2023) – VALORES

FIGURA 8.



OBJETIVOS CHRISTUS SINERGIA SALUD.

Objetivos Generales Definir las Políticas y Procedimientos, que permita a CHRISTUS SINERGIA proteger los datos personales de sus grupos de interés, garantizando el derecho que tienen las personas naturales a conocer, actualizar y rectificar la información que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos personales o archivos de la Organización.

Objetivos Específicos

Establecer las políticas, metodologías y procedimientos que le faciliten a CHRISTUS SINERGIA el tratamiento de datos personales de sus grupos de interés.

Definir los procedimientos y mecanismos por los cuales los titulares de la información pueden hacer valer sus derechos ante CHRISTUS SINERGIA.

Informar a los grupos de interés que hayan facilitado sus datos personales a CHRISTUS SINERGIA, la Política y Procedimientos establecidos para el tratamiento de dicha información almacenada en las Bases de Datos o archivos de cualquiera de las empresas.

Informar a los titulares de los datos sobre la finalidad de la recolección y los derechos que le asisten por virtud de la autorización otorgada.

Habilitar los canales de atención para las consultas, reclamos o suministro de información a los titulares de los datos.

Estrategias / Plan de acción

Estrategias: A la clínica Christus sinergia se le hace un análisis mediante a la matriz DOFA y la aplicación del análisis de las 5 fuerzas de poder, en las cuales se basan las estrategias y procesos o serias a implementar en el área administrativa de la atención al paciente y la admisión de este. Para lo cual se implementó el siguiente plan de mejoramiento.

En la siguiente tabla se presentarán las estrategias planteadas para el mejoramiento del área administrativa, basadas en un cambio administrativo a nivel interno, así como también se presentará el organigrama planteado y el manual de funciones.

ESTRATEGIA 1	Implementación de un Sistema de Retroalimentación Efectivo
ESTRATEGIA 2	Optimización de Procesos Administrativos
ESTRATEGIA 3	Capacitación Continua en Nuevos Aplicativos
ESTRATEGIA 4	Fortalecimiento de la Reputación a través de Marketing de Contenidos

FUENTE: ELABORACION RPOPIA (2023) – TABLA 4.

Plan de acción

En el siguiente cuadro se presentará el plan de acción para el correcto desarrollo de cada una de las estrategias, determinando así para cada una de estas los factores, los objetivos por los cuales serán implementadas, así como también el costo que tendrá cada una para la clínica CHRISTUS SINERGIA SALUD.

PLAN DE ACCIÓN						
Departamento	Estrategia	Objetivo	Actividades	Tiempo	Responsable	Costo
ADMINISTRATIVO Y SERVICIO AL CLIENTE	1. Implementación de un sistema de retroalimentación efectivo	Mejorar la atención al cliente mediante la retroalimentación	- Desarrollar encuestas de satisfacción para pacientes.	1 mes	Coordinador de Servicio al Cliente	SIN COSTO
			- Analizar resultados mensualmente.			
			- Compartir hallazgos con el equipo.			
	2. Optimización de procesos administrativos	Reducir la burocracia y mejorar la agilidad	- Mapear procesos actuales.	1 mes	Gerente Administrativo	
			- Identificar cuellos de botella.			
			- Implementar un aplicativo de gestión.			
	3. Capacitación continua en nuevas tecnologías	Superar limitaciones tecnológicas y mejorar la calidad	- Ofrecer talleres de capacitación en nuevas herramientas.	2 meses	Jefe de Capacitación	
			- Crear un manual digital accesible.			
	4. Fortalecimiento de la reputación mediante marketing	Atraer y retener pacientes utilizando la buena reputación	- Crear historias de éxito de pacientes.	1 mes	Coordinador de Marketing	
			- Promover talleres de salud en la comunidad.			

TABLA 5.

Sistema de control y seguimiento

Debemos tener en cuenta y claros estos indicadores de desempeño.

Cada estrategia debe tener métricas claras para medir el progreso. Ejemplo:

- **Estrategia 1:** Número de encuestas completadas y nivel promedio de satisfacción.
- **Estrategia 2:** Tiempo promedio para completar un proceso administrativo antes y después de la optimización.
- **Estrategia 3:** Porcentaje de personal capacitado y nivel de competencia después de las capacitaciones.
- **Estrategia 4:** Alcance de publicaciones en redes sociales y número de asistentes a talleres comunitarios.

Estrategia 1: Implementación de un Sistema de Retroalimentación Efectivo

Objetivo: Mejorar la atención al cliente mediante la retroalimentación.

Desarrollar encuestas de satisfacción para pacientes:

Solución: se creó un formato simple y accesible para encuestas (digitales) con preguntas clave que evalúen la experiencia del paciente. Llamado qualtrics.

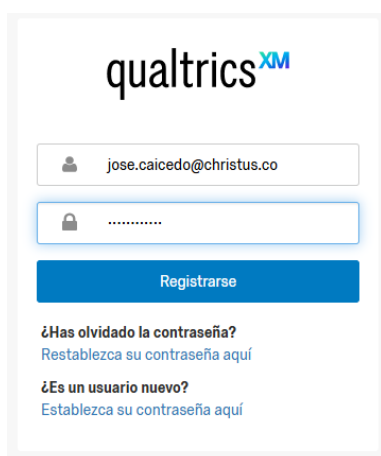


FIGURA 9.

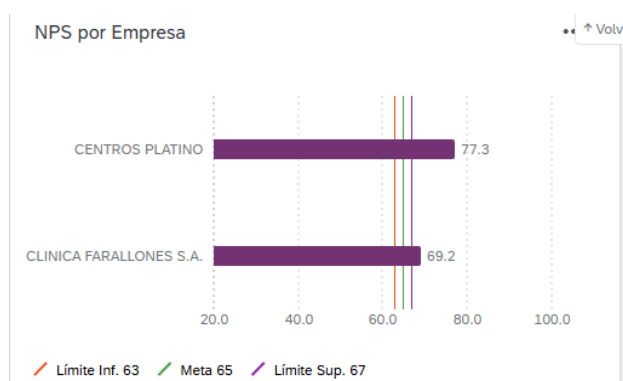


FIGURA 10.

Encuesta de experiencia del paciente:

https://christuscolumbia.qualtrics.com/jfe/form/SV_6iebhb70f10uqui?Q_CHL=qr



FIGURA 11.

Estimado(a)

En **CHRISTUS SINERGIA Salud** estamos comprometidos a brindar una atención excelente, compasiva y con alta calidad en el servicio, por eso su experiencia es importante para nosotros. Lo invitamos a diligenciar una breve encuesta basada en este servicio en particular.

Puede comenzar la encuesta llenando la información del paciente a continuación:

Datos básicos del paciente:

Nombre	
Apellido	
Teléfono	
Correo electrónico (opcional)	

¿Cuál es el tipo de documento de identificación que presenta el paciente?

Analizar resultados mensualmente:

- Establecer reuniones periódicas (una vez al mes) para revisar los resultados, identificar patrones, y priorizar áreas de mejora.
- Utilizar gráficos o resúmenes visuales para que los datos sean fáciles de interpretar.

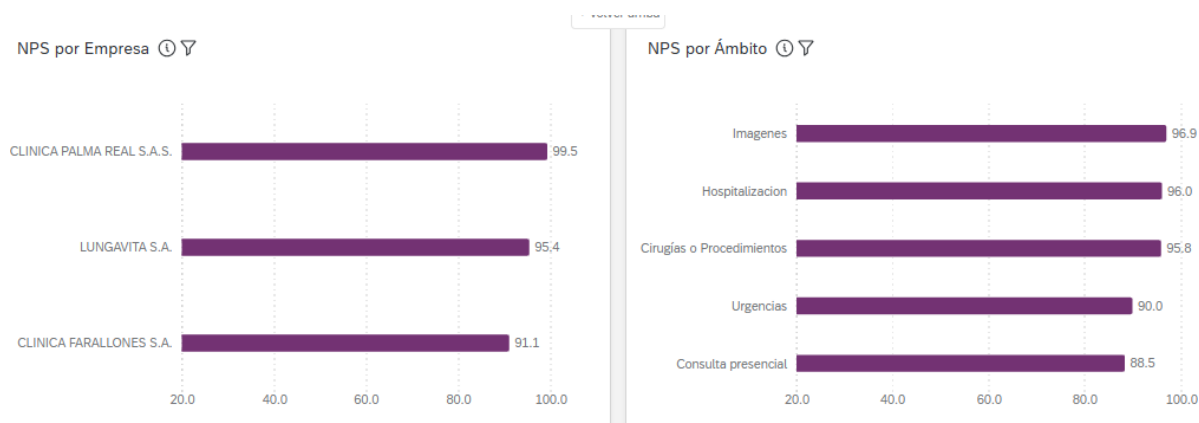


FIGURA 12.

Compartir hallazgos con el equipo:

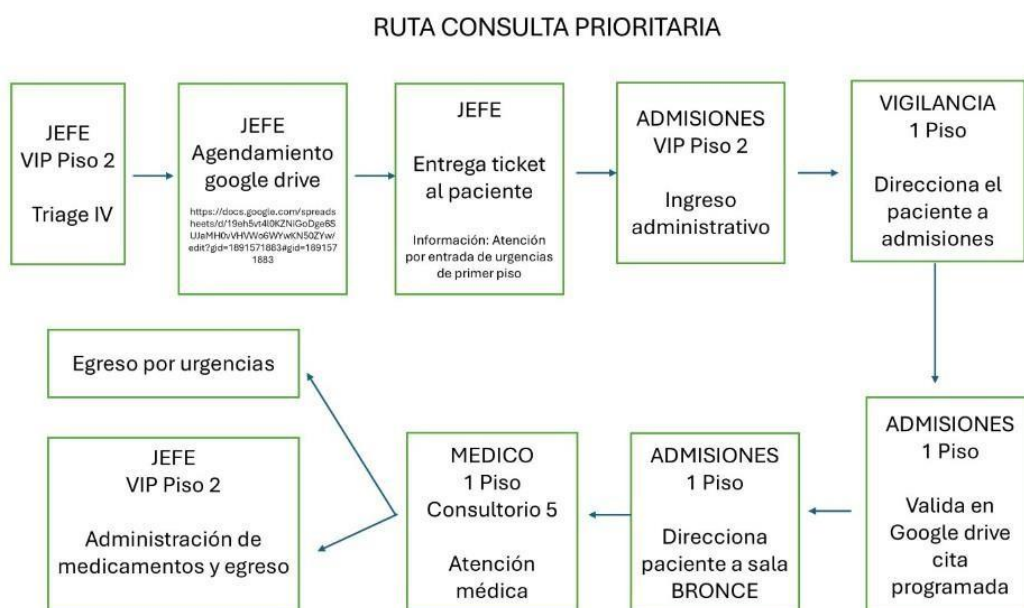
- Implementar reuniones rápidas (15-20 minutos) donde el Coordinador de Servicio al Cliente comparta las áreas críticas detectadas y proponga soluciones. (esto lo realiza el coordinador de experiencia del paciente)

Estrategia 2: Optimización de Procesos Administrativos

Objetivo: Reducir la burocracia y mejorar la agilidad.

Mapear procesos actuales:

Realizar un diagrama de flujo para detallar cada paso del proceso en atención del paciente, desde la recepción hasta la resolución del caso del cliente. Área a tomar de mucho de los servicios en la clínica farallones – RUTA CONSULTA PRIORITARIA)



FUENTE: ELABORACION PROPIA CON DIRECTIVOS DE CHRISTUSSINERGIA SALUD (2023) – FIGURA 13.

Identificar cuellos de botella:

Entrevistar al personal clave para identificar qué partes del proceso toman más tiempo o generan errores frecuentes.

Implementar un aplicativo de gestión:

Adquirir o diseñar un aplicativo básico de gestión de tareas que automatice los pasos repetitivos, como el registro de datos y el seguimiento de solicitudes. Y por eso incorporamos y contamos con el aplicativo de CFWEB que es un aplicativo el cual nos ayuda a poder sintetizar todos los datos de los pacientes en un solo lugar y automatiza las autorizaciones del paciente y a su vez refleja los servicios pendientes a tomar.

FIGURA 14.

Estrategia 3: Capacitación Continua en Nuevos Aplicativos

Objetivo: Superar limitaciones tecnológicas y mejorar la calidad.

Ofrecer talleres de capacitación en nuevas herramientas:

Al correo corporativo de todos los colaboradores se les hará envío de una evaluación y de unos videos tutoriales (hechos por los colaboradores de la misma organización del área de TI) donde se hará la capacitación de los aplicativos nuevos o existentes a utilizar

Crear un manual digital accesible:

Elaborar un documento o video tutorial que explique los pasos más importantes para usar los aplicativos, disponible en una carpeta compartida o en la intranet. **(en los correos corporativos de todos los trabajadores de chrstus sinergia)**

Creación del Plan de Capacitación

Se propone un plan de capacitación para el personal en atención al cliente, que incluya:

- **Talleres sobre comunicación efectiva y manejo de PQRS:** Para fortalecer las habilidades interpersonales del personal y su capacidad para gestionar quejas y reclamos de manera eficiente.
- **Simulaciones de atención al paciente:** Escenarios prácticos donde el personal pueda ensayar interacciones con pacientes, abordando casos complejos y situaciones comunes en la clínica.
- **Evaluaciones periódicas de desempeño:** Para medir el avance y la aplicación de los conocimientos adquiridos, garantizando la mejora continua en la atención al cliente.



Estrategia 4: Fortalecimiento de la Reputación a través de Marketing de Contenidos

Objetivo: Atraer y retener pacientes utilizando la buena reputación.

Crear historias de éxito de pacientes:

Durante los días 24, 25 y 26 de agosto, **CHRISTUS Clínica Farallones** recibió al equipo médico de **Manos a la Obra** de @Asocimano, quienes llevaron a cabo una jornada de cirugías gratuitas para **43 niños** con problemas congénitos en las manos. Esta iniciativa no solo mejoró su calidad de vida, sino que también brindó esperanza y felicidad a sus familias.

Este proyecto refleja nuestro compromiso de **extender el ministerio sanador de Jesucristo**, ofreciendo atención médica especializada que transforma vidas. Más allá de

las cirugías, cada intervención significó una nueva oportunidad para que estos niños se integren plenamente en sus actividades diarias y alcancen su máximo potencial.

La jornada también fortalece el papel de la clínica como una institución comprometida con la **excelencia médica y el servicio social**, reafirmando nuestra misión de impactar positivamente en la comunidad. Nos impulsa a seguir optimizando nuestros procesos y a establecer alianzas estratégicas que nos permitan ofrecer una atención más ágil, eficiente y humana.

En **Clínica Farallones**, sabemos que el éxito verdadero se mide en **vidas transformadas**. Seguiremos trabajando para llevar salud, esperanza y bienestar a quienes más lo necesitan, con el compromiso de seguir siendo un referente en atención médica y en el servicio a la comunidad.



Promover talleres de salud en la comunidad:

Que el paciente se sienta cómodo con nosotros como su IPS primaria y así poder garantizarle un servicio digno al saber de que cada uno de nuestros colaboradores de christus sinergia están altamente capacitados en la excelente atención del paciente a nivel general y son capaces de brindar soluciones.



Y sobre todo implementar el modelo **SENTIR**, que es un modelo en el cual se ha estado incorporando en la clínica farallones y en todo christus sinergia salud en pro de poder ayudar a los colaboradores y a la misma entidad en mejorar la atención con los pacientes en nosotros preocuparnos como una sola organización en dar y brindar esa calidad del servicio, de que cada paciente se sienta super bien atendido y sienta un espacio agradable cuando este en nuestras instalaciones y tratando con nuestro personal, sea cual sea su diagnostico o situación, que sienta esa empatía y resolutiveidad que nosotros podamos brindar. El modelo sentir es un acrónimo en el cual se deriva de la siguiente manera.





Conclusiones y recomendaciones Conclusiones

El diagnóstico realizado en el área de admisiones y servicio al cliente de CHRISTUS Sinergia Clínica Farallones evidenció la necesidad de implementar un plan de mejoramiento integral que aborde la deficiencia en la organización y gestión de los procesos de atención. Las estrategias planteadas permitirán optimizar la experiencia del paciente, mejorar la eficiencia operativa, y fortalecer la reputación de la clínica en la comunidad de Cali.

Mejora en la calidad del servicio al cliente: La implementación de un sistema de retroalimentación efectivo, a través de encuestas digitales accesibles y reuniones periódicas, permitirá identificar áreas críticas, atender las necesidades de los pacientes de manera oportuna y aumentar su nivel de satisfacción.

Optimización de procesos administrativos: El mapeo y la automatización de los procesos mediante el uso del aplicativo CFWEB reducirán la burocracia, disminuirán los cuellos de

botella y mejorarán significativamente los tiempos de respuesta en la atención de los pacientes.

Fortalecimiento de las competencias del personal: La capacitación continua y la creación de manuales digitales accesibles garantizarán que los colaboradores estén preparados para utilizar eficientemente las nuevas tecnologías, mejorando así la calidad del servicio brindado.

Mejora de la reputación institucional: Las historias de éxito de pacientes y la promoción de talleres de salud en la comunidad contribuirán a posicionar a la clínica como un referente de atención médica humanizada, comprometida con el bienestar de la población.

Implementación del modelo SENTIR: Este modelo permitirá crear una cultura organizacional centrada en el paciente, donde la empatía, la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la resolutivead sean pilares fundamentales para ofrecer una experiencia de atención excepcional.

Recomendaciones

Establecer un sistema de monitoreo continuo: Definir indicadores de desempeño claros para cada estrategia y realizar evaluaciones periódicas que permitan medir su impacto y realizar ajustes cuando sea necesario.

Encuestas de satisfacción: Monitorear mensualmente el número de encuestas completadas y el nivel promedio de satisfacción.

Optimización de procesos: Evaluar trimestralmente el tiempo promedio para completar cada proceso administrativo antes y después de la implementación del aplicativo CFWEB.

Capacitación del personal: Medir el porcentaje de personal capacitado y su nivel de competencia mediante evaluaciones antes y después de cada taller.

Actualizar constantemente el manual de procesos: Revisar y actualizar el manual de procesos administrativos cada seis meses para garantizar que refleje las mejoras implementadas y que los procedimientos estén alineados con las necesidades actuales de la clínica.

Fomentar una cultura de comunicación efectiva: Realizar reuniones mensuales con los equipos de admisiones, enfermería y servicio al cliente para compartir los hallazgos de las encuestas y proponer soluciones colaborativas a las áreas críticas.

Fortalecer la comunicación externa: Continuar promoviendo la clínica a través de historias de éxito en redes sociales y talleres de salud comunitarios para aumentar la confianza de los pacientes actuales y atraer nuevos usuarios.

Monitorear la implementación del modelo SENTIR: Evaluar periódicamente el nivel de adopción del modelo en el personal de la clínica mediante encuestas internas y observación directa, asegurando que todos los colaboradores apliquen los principios de sentido común, empatía, trabajo en equipo, y resolutiveidad en su interacción con los pacientes.

Con la ejecución de este plan de acción, CHRISTUS Sinergia Clínica Farallones estará mejor preparada para ofrecer un servicio al cliente de excelencia, optimizar sus procesos administrativos, fortalecer la formación de su personal y consolidar su reputación como una institución comprometida con el bienestar y la salud de la comunidad.



CHRISTUS
SINERGIA
Salud

REFERENCIAS

Departamento Administrativo de la Función Pública. (s.f.).

Normatividad en la gestión pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=11232>

Ministerio de Salud de Colombia. (2012).

Resolución 4343 de 2012.

<https://www.minsalud.gov.co/Normatividad+Nuevo/Resoluci%C3%B3n%204343%20de%202012.pdf>

Ministerio de Salud de Colombia. (s.f.).

Normas y leyes en salud pública.

<https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Norm+Leyes.aspx>

Paternina Ramos, E. Y. (2001). Mejoramiento del servicio al cliente en la empresa International Packaging S.A. Universidad Autónoma de Bucaramanga.

https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2036/2001_Tesis_Paternina_Ramos_Enith_Jazmin.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Repositorio de la Universidad Santo Tomás. (s.f.).

Investigaciones en gestión empresarial

<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/9132>

Revista UNE. (s.f.). Renovando la satisfacción del cliente.

<https://revista.une.org/2/renovando-la-satisfaccion-del-cliente.html>

CHRISTUS Sinergia. (s.f.). Clínica Farallones.

<https://christussinergia.com/clinica-farallones/>

CHRISTUS Sinergia. (2019). Estados financieros SG 2019.

<https://christussinergia.com/info/infopacientes/estadosfinancierosSG2019.pdf>

CHRISTUS Sinergia. (2020). Estados financieros SG 2020.

<https://christussinergia.com/info/infopacientes/EstadosFinancieros SG2020.pdf>

CHRISTUS Sinergia. (2021). Estados financieros SG 2021.

<https://christussinergia.com/info/infopacientes/EstadosFinancierosSG2021.pdf>

CHRISTUS Sinergia. (2022). Estados financieros SG 2022.

<https://christussinergia.com/info/infopacientes/EstadosFinancierosSA2022.pdf>

CHRISTUS Sinergia. (2023). Estados financieros SG 2023.

<https://christussinergia.com/info/infopacientes/CHRISTUS SINERGIA Servicios Ambulatorios Estados Financieros-2023 2022.pdf.pdf>

CHRISTUS Sinergia. QUIENES SOMOS.

<https://christussinergia.com/quienes-somos-christus-sineria/>

CHRISTUS Sinergia Portafolio de especialistas

<https://christussinergia.com/consulta-con-especialistas/>



CHRISTUS
SINERGIA

Salud