

Evaluación externa e interna de la satisfacción del servicio de promoción y prevención “P y P”, en los usuarios de las E. P. S. y los colaboradores en el sector salud del área de Pitalito

Carlos Enrique Parra Rodríguez

Universidad Surcolombiana, Colombia
rapa53@misena.edu.co

Patricia Carrera Bernal

Universidad Surcolombiana, Colombia
patricia.carrera@usco.edu.co

Resumen

Los cambios que están ocurriendo en las empresas del sector salud conllevan una competencia permanente por la participación en el mercado por ello los directivos y trabajadores empiezan a descubrir en el Servicio al Cliente un elemento importante que aporta ventaja competitiva a las empresas. Dadas las directrices del gobierno nacional para aumentar la calidad del servicio de promoción y prevención “p y p” en el mercado de la salud en todos los municipios de Colombia y en especial en las entidades descentralizadas como son las Empresas Sociales del Estado, se hace pertinente realizar una investigación acerca de la evaluación externa e interna de la satisfacción del servicio “P y P”, en los usuarios de las E. P. S. y los colaboradores en el sector salud del área de Pitalito, como un estudio de caso que permita comprender los retos y alcances de este servicio en la región.

El estudio de caso se realizó en la E. S. E. “Manuel Castro Tovar”, con base en los indicadores de gestión elaborados en la actual administración. Se generó una doble perspectiva de análisis desde los colaboradores de la empresa (interna) para analizar los factores administrativos y los usuarios de las EPS (externa) para ver el posicionamiento de la empresa, con el fin de comparar los alcances de esta entidad con los de las EPS de la región, como lo son: SaludCoop, Coomeva, Emcosalud, policía, seguro social, comparta y otras.

Palabras claves: Evaluación interna y externa, Promoción y Prevención, participación en los mercados, posicionamiento empresarial.

Introducción

El estudio de caso se realiza en la Empresa Social del Estado E.S.E. “Manuel Castro Tovar” del municipio de Pitalito que presta servicios de salud de alta calidad con énfasis a la promoción de la salud y prevención de la enfermedad, sin dejar de lado la asistencia y rehabilitación

de los usuarios con atención personalizada, humanizada, integral y continua que respeta las diferencias.

Debido al crecimiento y expansión de la empresa hay una clara tendencia por mejorar el área de servicio al cliente, lo que obliga una necesaria congruencia entre los

procesos administrativos y psicológicos para la optimización del funcionamiento organizacional, por ello se han creado ambientes agradables de trabajo y actividades de desarrollo cultural y social para empleados y usuarios, todo relacionado con el mejoramiento del servicio promoción y prevención "P y P", razón por la cual se realiza la investigación para evaluar externa e internamente la satisfacción del servicio "P y P" entre los usuarios de las EPS y colaboradores en el sector salud del área urbana de Pitalito.

El propósito del estudio es diagnosticar el nivel del clima organizacional y de la cultura corporativa existente en los colaboradores de la E. S. E., en el cual se evalúe entre otros, el conocimiento que tienen los colaboradores sobre la empresa, las instalaciones y elementos para prestar los servicios, las interacciones entre las áreas funcionales y personales, las interacciones entre los funcionarios, directivos, administrativos y público en general.

De esta manera, se busca conocer la calidad del servicio prestado y compararlo con lo hecho por otras EPS en el municipio de Pitalito (área urbana), en torno a los factores observables dentro del clima organizacional y la cultura corporativa y quizá proyectar el traslado de servicios de "P y P" a E.P.S que tienen falencias en esta área. Adicionalmente se espera que este estudio pueda contribuir al desarrollo de futuras investigaciones en el área del comportamiento organizacional, clima organizacional y manejo de los recursos humanos en general.

Marco referencial

Ante todo, se puede afirmar que la cultura organizacional ha adquirido gran importancia al interior de las organizaciones, por lo que ha sido centro de numerosas investigaciones. Los enfoques sobre cultura organizacional han abarcado diferentes manifestaciones culturales: valores, creencias, ritos, historias, etc., hasta el rol del gerente como emisor de la cultura de las organizaciones. (Cujár, Ramos, Hernández, Riaño y López, 2011), en consecuencia, el estudio de la cultura organizacional es fundamental tanto en las ciencias administrativas, como en

la sociología organizacional y en la psicología industrial.

Hay que considerar que la cultura organizacional es el espejo de la compañía y que en ella se reflejan sus principios, valores, actitudes, mentalidad, estilo de vida, normas, comportamientos, reglas, filosofía y clima organizacional. Una empresa debe tener bien definida su cultura, y dentro de ella preocuparse por la satisfacción de todas las partes interesadas, para así elaborar y aplicar correctamente sus estrategias, administrar y utilizar adecuadamente la información (Cantillo, Álzate, Galindo, Arteta, Ladines, Serje, 2011), por tanto, el análisis, la caracterización y el fortalecimiento de la cultura de una empresa es un punto neurálgico de su concepción estratégica y un factor central en su funcionamiento y desarrollo.

Tomando en consideración lo anterior hay que, en primer lugar, tener en cuenta algunas definiciones aceptadas en el ámbito académico sobre este tópico. Para Ouchi (1982), por ejemplo, la cultura organizacional es una serie de símbolos, ceremonias y mitos que comunican al personal de las empresas los valores y las creencias más arraigados dentro de la organización, en cambio Chiavenato (2001) afirma que la cultura organizacional reposa sobre un sistema de valores, tradiciones, creencias y actitudes, como forma aceptada y estable en las relaciones sociales de cada organización, asimismo, Shein (2007) considera que el término debería reservarse nivel más profundo de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa.

Dentro de los modelos más aceptados de la tipología de cultura organizacional se encuentra el de Robbins (2004), cuyo modelo clasifica las culturas de débiles o de fuertes, en su modelo las culturas fuertes se caracterizan porque los valores de la organización se aceptan con firmeza y son ampliamente compartidos, caso contrario a las culturas débiles en el que una sólo una minoría comparte los valores de la organización.

CARACTERÍSTICAS	CULTURA DÉBIL	CULTURA FUERTE
AUTONOMIA INDIVIDUAL	Supervisión estrecha	Supervisión general
ESTRUCTURA	Puestos de trabajo estandarizados	Puestos de trabajo flexibles
APOYO	Enfoque de la gerencia a la producción	Enfoque de la gerencia al personal
RECOMPENSA	Se desconocen los niveles productivos del personal	Compensaciones y asensos basados en niveles de productividad
TOLERANCIA AL CONFLICTO	Poca. Escaso o nulo conflicto constructivo	Poco conflicto destructivo, Gerencia apoya el Conflicto funcional o constructivo
VALORES	Valores son aceptados con firmeza.	Valores son asimilados de forma insuficiente.

Figura 1. Características de la cultura Organizacional Débil y la cultura Organizacional Fuerte

Definiciones De Clima Organizacional: Existe una gran diversidad de criterios en cuanto a la definición del Clima Organizacional. Los conceptos varían desde factores organizacionales netamente objetivos referidos a las políticas, las reglas y las estructuras de la empresa, hasta atributos percibidos de manera tan subjetiva como la honestidad y la amistad. Probablemente un buen concepto de Clima Organizacional es aquel que es capaz de enlazar ambos extremos. Entre los principales enfoques que se conocen para clasificar las definiciones de Clima Organizacional se tienen:

1. Definición del Clima organizacional a través de descripciones de factores organizacionales objetivos (liderazgo, tecnología, reglamentos) o subjetivos (cordialidad, apoyo). Al analizar el Clima Organizacional según este enfoque, se tiene el concepto estructural planteado por Forehand y Gilmer (1964), quienes definen al clima, desde un punto de vista objetivo, como: “El conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra, e influyen en el comportamiento de las personas que lo forman.” (Dessler, 1979:181).

2. Concepto desarrollado por James y Jones (1974), en el que destacan una serie de atributos, tanto del individuo como de la organización, e identifican tres modos diferentes de conducir una investigación acerca del clima, como son: La medida múltiple de atributos organizacionales, la medida perceptiva de los atributos individuales y la medida perceptiva de los atributos organizacionales. En la medida múltiple de los atributos organizacionales,

el clima es considerado como “un conjunto de características que: a) Describen una organización y la distinguen de otra, b) Son relativamente estables en el tiempo, y c) Influyen en el comportamiento de los individuos dentro de la organización” (Brunet, 1983:17). Bajo esta definición, el clima se convierte en una medida de representación de los atributos y características específicas de la organización que, en la mayoría de los casos, son casi imposibles de analizar en su totalidad, por la cantidad de variables involucradas.

Metodología

El estudio fue de tipo básico con enfoque descriptivo y perceptivo y de naturaleza tanto cuantitativa como cualitativa, aplicado directamente al campo de los hechos debido a sus propósitos exploratorios. Su diseño fue no experimental y de corte transversal. La población de estudio estuvo constituida por 80 empleados, así como por usuarios de las 6 EPS, las cuales hacen presencia (Ecopsos, Comfamiliar del Huila, SaludCoop, compartá y Emcosalud). Las principales variables contempladas en la investigación son: cultura organizacional, cultura gerencial, creencias, valores, actitudes, clima laboral y satisfacción del cliente.

Para la recolección de información de las fuentes primarias implicadas en la realización del estudio se utilizaron encuestas de selección múltiple aplicadas a los 80 clientes de la E. S. E. Manuel Castro Tovar, con un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 95% para poblaciones infinitas, entrevistas de profundidad hechas a los gerentes de los locales y observación directa, y las fuentes secundarias están conformadas por la teleología de la E. S. E. Manuel Castro Tovar y sus políticas de calidad.

Durante estas fechas se hicieron las entrevistas, se gestionaron las encuestas y se hizo uso de la técnica de observación directa dentro de la E. S. E. Manuel Castro Tovar, para posteriormente realizar análisis de resultados y concluir el estudio. En lo que respecta a las entrevistas de profundidad, fueron consultados 80 empleados del área de Promoción y Prevención. Para ello se

hizo una programación previa de cada una de las entrevistas en las que se dejaron las pautas de las mismas y los temas a tratar. Las entrevistas se realizaron dentro de la E. S. E. Manuel Castro Tovar y tuvieron una duración promedio de siete minutos. Las entrevistas arrojaron luces sobre los valores, la teleología, los modelos gerenciales y el clima laboral interno que se presenta la E. S. E. Manuel Castro Tovar.

La encuesta fue aplicada a 80 empleados con base a un modelo de muestreo aleatorio simple con un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 95% para poblaciones infinitas. La encuesta está conformada por 9 enunciados o ítems, los cuales, fueron calificados por los individuos de la muestra en una escala de Likert; una vez diligenciadas todas las encuestas se hizo un profundo análisis estadístico a cada uno de los ítems de la encuesta; se usaron técnicas de estadística descriptiva como análisis gráfico por medio de gráficos de torta y Box Plot, medidas de tendencia central y de dispersión y análisis correlacional. Esto permitió determinar las percepciones del cliente con respecto a la cultura organizacional presente en la E. S. E. Manuel Castro Tovar y su percepción de los principales valores, creencias y actitudes de los locales. Asimismo, se hizo observación directa en la E. S. E. Manuel Castro Tovar como método complementario.

Resultados

Una vez realizado el trabajo de campo del estudio y habiéndose hecho un análisis tanto cuantitativo como cualitativo de los datos recolectados, se determinó que en primer lugar, la presentación personal de los trabajadores, así como la estética y la limpieza de los Empresas Sociales del Estado, son valores fundamentales en la configuración de estas empresas y que gran parte del atractivo que encuentran los clientes al visitar la E. S. E. Manuel Castro Tovar se debe a la armonía visual que este posee, además, que la gerencia ejerce un importante esfuerzo para llegar a este cometido.

Cuadro 1. Perfil general de las encuestas. Análisis estadístico.

VARIABLES	MEDIDAS DE CENTRALIZACIÓN CUANTITATIVAMENTE			MEDIDAS DE CENTRALIZACIÓN CUALITATIVAMENTE			
	MEDIA ARITMÉTICA	MEDIANA	MODA	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	RANGO	MEDIANA	MODA
1. PROYECTO DE EMPRESA	8,5	8,5	8,5	8,5	Buena	Buena	Buena
2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	8,7	8,7	8,7	8,7	Buena	Buena	Buena
3. PARTICIPACIÓN	7,6	7,6	7,6	7,6	Aceptable	Aceptable	Aceptable
4. INSTALACIONES Y ELEMENTOS DE TRABAJO	8,5	8,5	8,5	8,5	Buena	Buena	Buena
5. HORMISMO Y SINERGIA	7,8	7,8	7,8	7,8	Aceptable	Aceptable	Aceptable
6. LIDERAZGO	7,8	7,8	7,8	7,8	Aceptable	Aceptable	Aceptable
7. TOMA DE DECISIONES	7,7	7,7	7,7	7,7	Aceptable	Aceptable	Aceptable
8. TRABAJO GRATIFICANTE	9,3	9,3	9,3	9,3	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
9. DESARROLLO PERSONAL	9,4	9,4	9,4	9,4	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
10. RELACIONES INTERPERSONALES	7,3	7,3	7,3	7,3	Aceptable	Aceptable	Aceptable
11. BUEN SERVICIO	9,2	9,2	9,2	9,2	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
12. SOLUCIÓN DE CONFLICTOS E INTERESES	8,4	8,4	8,4	8,4	Buena	Buena	Buena
13. LIBERTAD DE EXPRESIÓN	8,4	8,4	8,4	8,4	Buena	Buena	Buena
14. ESTABILIDAD LABORAL	7,2	7,2	7,2	7,2	Aceptable	Aceptable	Aceptable
15. RECONOCIMIENTO	8,2	8,2	8,2	8,2	Aceptable	Aceptable	Aceptable
16. SALARIO	7,9	7,9	7,9	7,9	Aceptable	Aceptable	Aceptable
17. NORMAS Y REGLAMENTOS	9,4	9,4	9,4	9,4	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
18. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	9,0	9,0	9,0	9,0	Muy Buena	Muy Buena	Muy Buena
19. COMUNICACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN	8,4	8,4	8,4	8,4	Buena	Buena	Buena

De igual manera, se estableció que los miembros que conforman la E. S. E. Manuel Castro Tovar tienen un gran sentido de pertenencia por los mismos y por tanto mantienen una actitud favorable en sus funciones laborales. Además, un punto importante y a tener en cuenta es que existe poco rumor mal intencionado en los empleados de la E. S. E. Manuel Castro Tovar y la opinión de ellos sobre sus puestos de trabajo es generalmente positiva lo que, como es lógico pensar, se configura como algo propicio en la concepción de la cultura organizacional de los mismos, esto quedó claro tanto en el desarrollo de las entrevistas de profundidad como en la observación directa que se ejerció durante el estudio.

Un punto importante y que implica una ventaja competitiva en la E. S. E. Manuel Castro Tovar presenta una cultura gerencial dada a ambientes democráticos y participativos. Pese a haber líneas jerárquicas bien definidas, en la E. S. E. Manuel Castro Tovar se manejan modelos de comunicación participativos, además de notarse relaciones de compañerismo entre los jefes y los subordinados, lo que permite establecer que existe la creencia de que, si los trabajadores tienen cierto grado de empoderamiento en la empresa y son tratados de manera asertiva se van a lograr mejores resultados y los objetivos van a ser alcanzados con una mayor facilidad. Por otro lado, en la E. S. E. Manuel Castro Tovar hay una clara actitud hacia el servicio, es decir que se realiza un esfuerzo conjunto en busca de ofrecer al cliente un servicio integral en elementos que

involucran etapas de pre compra, compra y pos compra. El análisis hecho a las entrevistas de profundidad permite vislumbrar que la disciplina se configura otro valor fundamental.

Un punto no tan favorable y que marca un factor a considerar, radica en el hecho de que existe cierta disonancia entre cómo es percibido el servicio dispensado por la E. S. E. Manuel Castro Tovar. Mientras los gerentes consideran que valores como honestidad, amabilidad y calidad del servicio son los valores más importantes y determinantes dentro de la concepción de sus empresas, los clientes creen que, pese a que existen estos valores dentro de la E. S. E. Manuel Castro Tovar, no son tan categóricos, adicionalmente de que en ocasiones el servicio no es lo suficientemente ágil y oportuno. Se presentan ciertos inconvenientes con respecto a la información de productos y cumplimiento de garantías, además, la tasa de servicio (el número de clientes atendidos a una razón de tiempo) nos es del todo satisfactoria en algunos casos.

Conclusiones

La E. S. E. Manuel Castro Tovar muestra una cultura organizacional fuerte, en el que es innegable el énfasis de la gerencia por una actitud hacia el mejoramiento y la consolidación de valores y principios basada en la creencia de que el cliente es el centro de la organización y en el que valores como el orden, la disciplina o la solidaridad son fundamentales en su cultura como empresas, además, se puede afirmar que en términos generales, los usuarios están satisfechos con los servicios de la E. S. E. Manuel Castro Tovar y todo lo que este representa para la ciudad y la región. Sin embargo, hay que considerar que aspectos como la agilidad en el servicio podrían ser mejores, esto en miras de un mayor fortalecimiento organizacional, por tanto es factible implementar un estudio sobre tiempos de espera el cual permita calcular aspectos tales como el tiempo promedio de espera de los usuarios la hora de realizar su compra o la media de usuarios haciendo cola para ser atendidos. Lo que podría incrementar la agilidad en los servicios ofrecidos y lograr enaltecer la creencia que prima entre los

miembros de la E. S. E. Manuel Castro Tovar, de que el cliente es el centro y la razón de ser de sus empresas y que siempre se debe velar por su satisfacción y bienestar.

Conclusiones Generales a Nivel Interno: En las condiciones actuales han determinado que más allá de una simple relación causal entre la cultura organizacional y el cambio en la Gerencia, lo que existe es una vinculación recíproca entre todos los elementos, que generan desafíos permanentes implícitos en los retos que debe enfrentar toda organización.

La premisa anterior, permite destacar que la gestión empresarial actual tiene sentido en la medida en que los retos sean superados satisfactoriamente, para lo cual se requiere una amplia dosis de creatividad para el manejo y control del sector Salud tan cambiante en el municipio de Pitalito.

La inversión en el adiestramiento y actualización del personal, es, otro aspecto de especial significado, a fin de convertirlo en el eje y motor de los procesos de transformación.

La complejidad del entorno actual, por otra parte, saturado de competencia, de problemas sociales, de clientes exigentes, de rígidas leyes ambientales, e inmerso en un creciente proceso de globalización, hace que trabajar sea hoy insuficiente. Es necesario más que nunca el pensar y repensar las organizaciones, darles sentido de dirección, rediseñar u optimizar los procesos medulares, desarrollar estructuras organizacionales aptas para que dicho procesos funcionen oportunamente, utilizar agresivamente la tecnología de punta que ayude a materializar la visión trazada para la organización. Trabajar por trabajar es hoy signo de improductividad. Lo que se requiere para ser más competitivo es dinamismo, es decir, energía orientada hacia el logro de los objetivos.

La visión indicada facilita a la gerencia del cambio dimensionar las características del negocio y orientar sus esfuerzos para satisfacer las expectativas de la organización. Asimismo, le facilita romper paradigmas, probablemente muy

útiles en el pasado, pero que han perdido sentido con el tiempo, por nuevas reglas, acordes con los tiempos que corren y muy útiles para satisfacer las exigencias del futuro.

La integración de esfuerzos, el beneficio compartido, el trabajo en equipo, la permanente disposición a aprender y cambiar, las organizaciones por procesos, el aplanamiento de las estructuras organizacionales, la disminución de los niveles jerárquicos y puntos de control, la ruptura de barreras, la necesidad de comunicación, etc., son algunas de las nuevas reglas.

(A nivel externo): Por otro lado a nivel externo tenemos a las E. P. S en su gran totalidad son recomendadas por los usuarios para el servicio de promoción y prevención en el área urbana de Pitalito, según lo enunciado por los usuarios de las mismas entidades y el muestreo aplicado en los barrios por los encuestadores; pero cabe mencionar el hecho de la inconformidad de las personas por el sistema de protección social, el cual ha generado desconcierto en algunos servicios como son: Control a Jóvenes, Visitas Puerta a Puerta y promotoría rurales, los cuales no se están llevando a cabo por estas entidades. Las E. P. S. además se prestar todos los servicios de promoción y prevención deberían realizarlos en el lugar donde se localice el cliente tales como: colegios y universidades (beneficiarios), lugares de trabajo (cotizante), hogares (beneficiarios y cotizantes) y con ello reducir enfermedades de alto riesgo con son el dengue, fiebre amarilla, desnutrición, entre otras.

Recomendaciones Generales: A continuación, se sugieren varias recomendaciones relativas a cada uno de los aspectos considerados en el trabajo realizado:

Área de la Cultura Organizacional: Fomentar programas de sensibilización al colectivo organizacional, con la finalidad de educar a la gente para que internalicen la cultura organizacional, como ventaja competitiva en la gestión gerencial.

Es imprescindible que los colaboradores conozcan plenamente los valores culturales necesarios en su organización a fin de que pueda promoverlos y reforzarlos mediante un plan de acción. Una vez hecha esta distinción se debe definir qué es lo que se necesita cambiar, para determinar los aspectos favorables o desfavorables de la cultura organizacional.

La Gerencia en general: Plantear nuevas estrategias con visión a buscar aplanamiento de las estructuras organizacionales, con la finalidad de lograr una disminución de niveles verticales y de supervisión gerencial, logrando mejor comunicación y mayor flexibilidad.

Las organizaciones deben mantener gerentes con visión hacia la eficacia y efectividad, fundamentados en una filosofía asertiva de cambio, lo cual les permite la posibilidad de crear nuevos paradigmas a partir del desarrollo personal para el logro de mejoramiento continuo.

La gerencia debe desarrollar habilidades que le permitan reconocer la importancia y beneficios de una buena comunicación y aplicar estrategias efectivas para mejorar la red comunicacional en la organización.

La alta gerencia (Consejo de administración y Gerencia) debe plantearse como prioridad el aprovechamiento máximo del potencial humano y tecnológico; lo cual es de vital importancia, para incrementar la efectividad y productividad.

De igual forma se dio a conocer la calidad del servicio prestado y percibido por los usuarios de la E. S. E. Manuel Castro Tovar y compararlo con lo hecho por otras EPS en el municipio de Pitalito (área urbana), en torno a los factores observables dentro del clima organizacional y la cultura corporativa

Referencias bibliográficas

Cantillo E., Alzate A., Galindo K., Arteta A., Landinez D., Serje N. (2011). *Influencia de la Cultura Organizacional en la Competitividad de las Empresas*. Medellín: Ninth LACCEI

Chiavenato I., (2001). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México D.C: Mcgraw-Hill

Cújar A., Ramos C., Hernández H., López J. (2011). *Cultura organizacional: evolución en la medición*. Santiago de Cali: ICESI

Oushi W. (1985). *LaTeoria Z: Cómo Pueden Los Empresas Hacer Frente Al Desafío Japones*. Barcelona: Ediciones Orbis, S.A

Shein E. (2009). *Corporate Culture survival Guide*. Washington D.C: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data

Hicks H. y Gulley R. (1971). *The Management of Organizations and Human Resources Approach*. Washington D.C: Mcgraw-Hill

Robbins S., (2004). *Comportamiento Organizacional*. México D.C: Pearson



Cubos de papel que son la imaginación. Scripta maner verba volat.
Sagrados.