

Proyecto de Tesis de Maestría (Dr. Ramón René Palacio Cinco)

a. Proyecto de tesis:

SOPORTE A LA CALIDAD DEL SERVICIO DE UN HOSPITAL PRIVADO MEDIANTE EL USO DE REDES SOCIALES

b. Descripción del proyecto:

Los hospitales son apreciados como instituciones conservadoras, estructuradas, sujetas a reglas, pero en los últimos años han estado bajo una presión para cambiar. Las presiones incluyen la insuficiente capacidad hospitalaria para cubrir su demanda, el desarrollo de la tecnología y las tarifas de costos de sus servicios respecto al sector privado y una redistribución de los recursos con los que la sociedad les otorga. Muchos hospitales independientes no han sobrevivido a estas presiones, los que han aprendido a asumir los retos y establecerse en el mercado, lo han hecho gracias a la innovación y a la adaptación a los nuevos retos que se les han ido presentando día con día.

Hoy en día, las organizaciones de la salud tienen el desafío de activar la creación y el uso del conocimiento, esto respaldado a que el conocimiento se ha mostrado como un factor clave e importante para el desarrollo de la sociedad y que se define por la relación de procesos y herramientas que, complementadas con las capacidades creativas de cada uno los diferentes participantes que laboran en la organización, producen la innovación necesaria para el desarrollo económico y social. El nuevo descubrimiento y la creciente importancia del conocimiento como un nuevo factor de producción, hace que el desarrollo de tecnologías, metodologías y estrategias para llevar a cabo la medición, creación y difusión del conocimiento, se convierte en una de las principales prioridades de las organizaciones de hoy que viven en la sociedad del conocimiento.

Particularmente en un hospital cuentan con una gran cantidad de conocimientos los cuales son muy valiosos, pero para que éstos sean relativamente útiles y generen un valor, necesitan llevar a cabo una gestión adecuada relacionada a las necesidades de los pacientes, de los usuarios y de la población que está involucrada. La introducción de una estrategia de gestión del conocimiento es un factor valioso que los gerentes de la organización deben de integrar si quieren que sus organizaciones tengan ventajas competitivas y sean exitosas (Camarena, 2010). Esto es debido a que el conocimiento es parte de uno de los activos intangibles que son claves para la empresa. Sin embargo, el hecho de solo poseer conocimiento, por muy valioso que sea, no es ninguna garantía de alcanzar una ventaja competitiva. Para ello, es necesario desarrollar una gestión eficiente del conocimiento, lo que involucra el desarrollo de diferentes actitudes y actividades que ayuden a potenciar la adquisición, comprensión y transformación de dicho conocimiento (Moheno & Vallès, 2009). La literatura reconoce de forma general un efecto positivo de las tecnologías de la información en la gestión del conocimiento, ya que por medio de esta se pueden llegar a eliminar las barreras de transferencia del conocimiento que intervienen en la gestión del conocimiento (Pérez & Dressler, 2007).

En cuanto a la innovación en este tipo de organizaciones se percibe la mayoría de las veces de manera tecnológica, tenemos como ejemplo el avance de los sectores farmacéuticos, el llevar a cabo la implementación de los productos y servicios tecnológicos e innovadores han contribuido, por una parte, a aumentar la longevidad y calidad de vida de la población que es la encargada de recibir el servicio así como también aumenta la productividad del trabajador del hospital, pero esto ha tenido consecuencias que consiste en un aumento en los costos de operación e inversión de los hospitales (Núñez & Canto, 2008).

Los hospitales relativamente cuentan con poca innovación, en la revisión de la literatura se puede observar que son un tipo de organización que generan ventajas competitivas con la adquisición de

las tecnologías de la información, esto coincide en que la innovación tecnológica tiene efectos positivos en los resultados organizacionales.

Para conocer si se brinda un servicio de calidad en un hospital es importante conocer y entender el nivel de conformidad del paciente o cliente cuando realiza una compra o utiliza un servicio, la lógica indica que a mayor satisfacción mayor posibilidad de que el cliente vuelva a atenderse en el mismo hospital.

En la actualidad, lograr "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado. Cuando logramos un cliente plenamente satisfecho, éste no sólo volverá a comprarnos, sino que muy probablemente se convertirá en un cliente fiel a nuestro producto, empresa o marca, y nos recomendará con otros. Por tanto, lograr la plena satisfacción del cliente, ofreciéndole un producto o servicio que cumpla con sus expectativas (o, mejor aún, que las sobrepase) debe ser siempre el objetivo como organización, algunas formas de lograr la satisfacción del cliente podrían ser ofrecer un producto o servicio de calidad, es decir un producto que cuente con insumos de primera, que tenga un diseño atractivo, que sea durable y sobre todo que satisfaga sus necesidades, gustos y preferencias. La segunda forma consiste en cumplir con todo lo ofrecido o prometido, por ejemplo, procurar que el producto cuente con las características mencionadas en la publicidad, hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas, cumplir con los plazos de entrega, etc. Una forma efectiva de lograr la satisfacción del cliente es ofreciéndole un buen servicio al cliente, es decir, ofreciéndole una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención, etc.

Por lo tanto, podemos notar que un aspecto importante del servicio al cliente que nos puede ayudar a lograr la satisfacción del cliente consiste en brindarle una atención personalizada, por ejemplo, ofrecerle promociones exclusivas, brindarle un producto que satisfaga sus necesidades particulares, procurar que un mismo trabajador atienda todas sus consultas, etc. Otro aspecto importante del servicio al cliente que también nos puede ayudar consiste en brindarle una rápida atención, ya sea al atender sus solicitudes, al entregarle algún producto, al brindarle un servicio, al atender y resolver sus problemas, quejas y reclamos, etc. Otra forma consiste en atender y resolver sus problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva, por ejemplo, contando con una política de devoluciones que le permita al cliente devolver productos defectuosos a cambio de su dinero o de otros productos. Y finalmente, otra forma efectiva de lograr la satisfacción del cliente consiste en brindarle uno o varios servicios extras, por ejemplo, la entrega del producto a domicilio, la instalación gratuita del producto, servicio técnico gratuito, garantías u otros servicios de post venta

Para esto, es posible tener una cercanía con los pacientes, para esto las redes sociales resultan ser un medio tecnológico interesante que los negocios están aprovechando el concepto de *la Atención al Cliente 2.0*, la cual no solo atiende las quejas o reclamaciones de los clientes, sino que busca establecer un vínculo entre la organización, la marca y sus clientes, tanto los potenciales como los reales con el fin de permanecer en contacto mediante las Redes Sociales.

Las redes sociales son un medio útil para que el personal de un hospital y sus pacientes estén en comunicación bidireccional, lo cual si esto es alcanzable pudiera establecerse que es una indicación clara de que los pacientes están interesados en tener contacto con los servicios y productos del hospital, y a través de esto, como hospital se pudiera percibir lo que los pacientes o clientes del hospital piensan de los servicios y/o productos. De esta manera es posible detectar en un momento oportuno posibles daños a la imagen del hospital antes de que se propaguen a otros posibles pacientes o clientes.

Los hospitales, principalmente los del sector privado, deben adaptarse a este cambio de modelo de comunicación que se ha venido adoptando en el sector empresarial, lo cual puede apoyar en buena forma a la buena calidad del servicio que se brinda a sus clientes.

Por lo que considerando lo anterior, se propone la siguiente pregunta de investigación:

- ¿Cuál es el impacto de la atención a clientes mediante el uso de redes sociales en un hospital provado?

c. Productos académicos comprometidos:

Como productos de este proyecto se pretende:

1. Artículo de Conferencia Internacional
1. Artículo de Revista Indizada
1. Registro de propiedad intelectual de modelo de negocio para atención de clientes en hospitales privados

d. Estancia:

- Estancia académica en la Facultad de Ciencias-Ensenada en Universidad Autónoma de Baja California (Dr. Alberto L. Morán y Solares, Dra. Victoria Meza Kubo).

e. Referencias relacionadas:

Camarena, F. S. (2010). La gestión del conocimiento y el empowerment en un hospital universitario del siglo XXI.

Cano, T. R. (2011). La Gestión del Conocimiento en un Hospital Universitario del S. XXI. *Apuntes de Ciencia*(1), 5-7.

Carrada Bravo, T. (2002). La cultura organizacional en los sistemas de salud. *Rev. Med. Instituto Mexicano de Seguridad Social* 40 (3): 203, 211.

Casabona, R. (2002). Gestión del conocimiento en los hospitales. *Todo hospital*(184), 106-110.

CSG. (2015). *Modelo del CSG para la atención en salud con calidad y seguridad: Estándares para certificar hospitales 2015*. Retrieved from http://www.csg.gob.mx/descargas/pdfs/certificacion/estandares/2aEdicion-EstandaresHospitales2015_SE.pdf.

Fierro Moreno, E., & Mercado Salgado, P. (2012). Innovación organizativa y gestión del conocimiento en hospitales públicos en el Estado de México (2011). [Article]. *Organizational innovation and knowledge management in public hospitals in the State of Mexico (2011)*. 28, 109-123.