



FACULTAD DE POSGRADOS

EXPERIENCIA DEL PACIENTE: PATIENT JOURNEY DE A&M SALUD
INFANTIL – PARA EL MEJORAMIENTO DE EFICIENCIA
INSTITUCIONAL

Autor

Alcíbar Patricio Herrera Panchi

Año

2021



FACULTAD DE POSGRADOS

EXPERIENCIA DEL PACIENTE: PATIENT JOURNEY DE A&M SALUD
INFANTIL – PARA EL MEJORAMIENTO DE EFICIENCIA INSTITUCIONAL

Trabajo De Titulación presentado en conformidad
con los requisitos establecidos para optar por el título de:
Especialista en administración de instituciones de salud

Profesor Guía:
Margarita Romo

Autor:

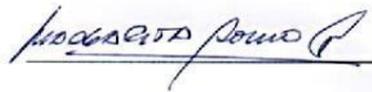
Alcibar Patricio Herrera Panchi

Año:

2021

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido el trabajo, "EXPERIENCIA DEL PACIENTE: PATIENT JOURNEY DE A&M SALUD INFANTIL – PARA EL MEJORAMIENTO DE EFICIENCIA INSTITUCIONAL", a través de reuniones periódicas con el estudiante Alcívar Patricio Herrera Panchi, en el periodo 202000, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación."



Lidia Romo

C.I: 1703714087

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

Declaro haber revisado este trabajo, "EXPERIENCIA DEL PACIENTE: PATIENT JOURNEY DE A&M SALUD INFANTIL – PARA EL MEJORAMIENTO DE EFICIENCIA INSTITUCIONAL", a través de reuniones periódicas con el estudiante Alcívar Patricio Herrera Panchi, en el periodo 202000, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

A handwritten signature in black ink, reading "Janeth Catillos", written over a horizontal line.

Janeth Catillos

C.I: 1757883341

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”



Alcibar Patricio Herrera Panchi M.D.

Alcibar Patricio Herrera Panchi

CI: 0501623144

AGRADECIMIENTOS

A mi Profesora Margarita Romo, y todas las personas amigos, familia, profesores, pacientes que creyeron en que podía terminar éste trabajo, a Universidad de las Américas por la gran Oportunidad.

DEDICATORIA

He aprendido que lo que haces por mejorar no es un sacrificio, es amor, expresión de agradecimiento para quienes comparten contigo el camino de vida. Dedicado a Dios, mis padres, mi esposa y mis hijos.

RESUMEN

A&M Salud Infantil una empresa privada de atención médica en especialidades y subespecialidades pediátricas, han encontrado las características en la experiencia del paciente durante el proceso de atención con el objetivo de “Analizar la experiencia del paciente mediante un patient journey en A&M Salud Infantil, para mejorar la fidelización de los pacientes y la eficiencia de gestión en el consultorio”.

Al revisar los resultados de la investigación realizada se ha visto que las caritas verdes de Muy Bueno y Excelente son los que predominan durante los momentos de experiencia en atención, pero al final se encuentra dos caritas amarillas, lo que expresa experiencias no muy agradables, lo que se traduce en que no siempre se asegura que han existido una muy buena experiencia de contacto en el proceso de atención.

Por lo que se presenta un Plan de Mejoramiento enfocado en nombrar un responsable de Experiencia del Paciente, quien definirá estrategias de experiencia, gestión de quejas, gestión de calidad y mejora continua, lo que se traduce finalmente en eficiencia en el proceso de atención y además A&M Salud Infantil debe contratar un plan de marketing para lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

ABSTRACT

A&M Salud Infantil, a private medical care company in pediatric specialties and subspecialties, has found the characteristics in the patient's experience during the care process with the aim of "Analyzing the patient's experience through a patient journey in A&M Salud Infantil, to improve the loyalty of the patients and the efficiency of management in the office".

When reviewing the results of the research carried out, it has been seen that the green faces of Very Good and Excellent are the ones that predominate during the moments of experience in care, but in the end we find two yellow faces, which express not very pleasant experiences, which This means that it is not always ensured that there has been a very good contact experience in the care process, so an Improvement Plan is presented focused on appointing a Patient Experience manager.

Who will define experience strategies, management of complaints, quality management and continuous improvement, which ultimately translates into efficiency in the care process and also A&M Salud Infantil must contract a marketing plan to achieve a better position in the market.

ÍNDICE DEL CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	4
1.1 Marco teórico	4
1.1.1 Descripción de la problemática	4
1.2 Justificación	6
1.3 Objetivos de tesis	6
1.3.1 Objetivo general	6
CAPÍTULO 2	8
2.1 Estructura organizacional y diagnostico situacional.....	8
2.1.1 Historia A&M salud infantil	8
2.1.2 Misión.....	8
2.1.3 Visión	8
2.1.4 Valores	8
2.2 Propósito	9
2.3 La experiencia del paciente.....	9
2.4 Recursos físicos	10
2.5 A&M salud infantil y su rol en la atención al paciente	10
2.5.1 Segmentos del mercado	10
2.5.2 Propuesta de valor	11
2.5.3 Relación con los clientes.....	11
2.6 Modelo de flujos de ingreso	12
2.6 Actividades clave.....	13
2.8 Asociaciones claves	13
2.9 Portafolio de Servicios.....	14
2.10 Análisis situacional de A&M salud infantil.....	14
2.11. Relación médico paciente	15
2.12 Calidad en salud.....	16
2.13 Sistema de salud en Ecuador.....	16
2.14 Experiencia del paciente	17
2.15 Design Thinking.....	18
CAPÍTULO 3	20
3.1 Estudio de la experiencia del paciente.....	20
3.1.1 Objetivos de la investigación.....	20
3.1.2 Diseño de la investigación	20
3.2 Resultados de la investigación	26
3.3 Representación de los datos	26
CAPÍTULO 4	39
4.1 Conclusiones de la investigación.....	39
4.2 Resultados en el Design Thinking:.....	42
CAPÍTULO 5	43

5.1	Recomendaciones estrategia genérica.....	43
5.1.1	Plan de mejoramiento y gestión	43
5.2	Atención centrada en el paciente	44
5.3	Mejoras en la comunicación.....	44
5.4	Una atención personalizada	44
5.4.1	El entorno.....	44
5.4.2	Los actores.....	45
5.5	Un ambiente de calidez.....	45
5.5.1	Las etapas.....	45
CAPÍTULO 6		47
6.1	Conclusiones.....	47
REFERENCIAS.....		48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA a la Institución	14
Tabla 2 Mapa del paciente A&M Salud Infantil.....	42
Tabla 3 Plan de mejoramiento.....	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Cómo se concertó la cita para la última visita?	27
Figura 2 ¿Consiguió cita en la fecha requerida?	27
Figura 3 Cantidad de tiempo	28
Figura 4 Experiencia general.....	28
Figura 5 Tiempo de espera	29
Figura 6 Experiencia general.....	29
Figura 7 Tiempo de espera	30
Figura 8 Historia clínica.....	30
Figura 9 Inquietudes.....	31
Figura 10 Lenguaje	31
Figura 11 Explicaciones	31
Figura 12 Necesidades y preferencias	32
Figura 13 Trato digno	32
Figura 14 Instrucciones claras.....	32
Figura 15 Preguntas.....	33
Figura 16 Tiempo suficiente	33
Figura 17 Motivos de la visita.....	34
Figura 18 Limpieza.....	34
Figura 19 Comodidad.....	35
Figura 20 Confianza	35
Figura 21 Privacidad	35
Figura 22 Visita	36
Figura 23 Contactar al medico	36
Figura 24 Visita medica.....	37
Figura 25 Visitas.....	38
Figura 26 Recomendaciones.....	38
Figura 27 Escala de caritas	39
Figura 28 Nivel de satisfacción (1)	40
Figura 29 Nivel de satisfacción (2)	40

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos viven en un mundo de constante cambio, se encuentra en la búsqueda de cosas nuevas y cómo mejorar nuestra calidad de vida, la tecnología es una herramienta que hace posible la globalización de la información, el siglo XXI viene acompañado de la gran revolución industrial, las personas son dueñas de la información con expectativas y necesidades diferentes, y si no se está preparado es posible que no se pueda mantener nuestras empresas o consultorios (Industry 4.0, 2018).

La capacidad y facilidad de responder a estas nuevas expectativas y de adaptarse a las nuevas necesidades se ha convertido en el gran reto, que se observa, a la venta de servicios como una estrategia competitiva. De cara ante ésta gran realidad, identificar los ciclos de servicio y a su vez los “Momentos de Verdad del Paciente” son el punto de partida para diseñar una gran estrategia en el consultorio. (Ávila Johana, 2016)

A lo largo del presente trabajo se habla del Paciente principalmente por lo que es conveniente citar la publicación de Augusta Meill y Gianna Ericson en *The Truble with Treating Patients as Consumers* “Las autoras citan tres razones para no tratar a un paciente como un cliente” (Ericson, 2014, p. 1).

El paciente no quiere estar allí (hospital, consulta, centro de salud, urgencias, etc.).

El paciente no suele estar preparado en cualquier momento, y no suele tener el conocimiento preciso para tomar decisiones de forma autónoma.

El paciente no está solo. Muchas veces el paciente decide de forma

compartida con familiares, amigos, cuidadores, profesionales que le atienden, etc”.

Así mismo la definición de Experiencia del Paciente es nueva y el Beryl Institute la define como: “La suma de todas las interacciones, configuradas por la cultura de una organización, que influyen en las percepciones del paciente, a lo largo de la continuidad del cuidado” (Benzadon, 2019, p. 1).

El grupo de trabajo que diseñó esta definición indicó la necesidad de incluir cuatro elementos clave: las interacciones personales, la cultura de la organización, la percepción subjetiva del paciente (en el caso de Pediatría de la Familia), el continuo cuidado.

Entendiendo las definiciones, se puede entrar en materia médica y decir que de las muchas opciones que tienen los consultorios para diferenciarse unos de otros, seguro ninguno es más relevante que la generación de una experiencia superior en el paciente.

Al entender éstas definiciones se ha identificado la importancia de ofrecer al paciente una gran experiencia durante el paso por las instituciones de salud, comprendiendo no solo los aspectos medibles de nuestros servicios en el consultorio, sino la percepción que el paciente tiene del consultorio, porque una buena atención con solución del problema y recuperación de salud, puede dejar una gran satisfacción, pero será esa una percepción real, quizá un momento de verdad que olvidó el paciente al final es el tiempo largo de espera hasta ser atendido, o el frío que hacía en el consultorio, o la falta de internet, o la falta de medidas de seguridad para covid-19 etc. Se ve entonces que hay una gran diferencia entre Satisfacción y Experiencia, aunque ambos

conceptos pueden ser parecidos, no son lo mismo, puesto que se puede terminar satisfechos a pesar de una mala experiencia.

Para el Diseño de la experiencia del Paciente se utilizan las herramientas de gestión provenientes del “Design Thinking”. Dentro de estas herramientas, el Mapa de la Experiencia del Paciente (Patient Journey Map) tiene una particular importancia, puesto que resulta sumamente útil para el diseño de la Experiencia (Sanofi, 2019).

El Patient Journey Map documenta la secuencia de interacciones del paciente con la organización y con los profesionales.

Los Médicos empiezan a darle importancia al Patient Journey, el siglo XXI ha involucrado al paciente en el centro del proceso de atención médica, la Asociación de Experiencia del paciente en los Estados Unidos, dice que Experiencia del Paciente es brindar un cuidado seguro, de alta calidad y gran satisfacción (Sanofi, 2019).

Poner al Paciente en el centro de las decisiones en todas las áreas de salud requiere un cambio disruptivo, y el diseño de “EXPERIENCIA DEL PACIENTE: PATIENT JOURNEY DE A&M SALUD INFANTIL – PARA EL MEJORAMIENTO DE EFICIENCIA INSTITUCIONAL”, es un tema que ofrece grandes beneficios y si se logra que la institución la adopte como estrategia se tiene alta seguridad de que los beneficios en eficiencia y seguridad serán invaluable.

CAPÍTULO 1

1.1 Marco teórico

1.1.1 Descripción de la problemática

En Ecuador, existe un gran número de Médicos, la oferta académica solo en Quito está en al menos 5 Universidades Privadas: Universidad San Francisco de Quito, Universidad Internacional, UDLA, UTE, Universidad Católica y una Pública: la Universidad Central del Ecuador, esto permite que cada vez el país tenga un mayor número de médicos, y cada vez se está más cerca de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, que recomienda 23 médicos por cada 10.000 habitantes (Basantes, 2008).

En nuestro país los médicos especialistas en Pediatría y Ginecología y Obstetricia representan el mayor número de profesionales. Solo en 2017 (el dato más reciente que se tiene) se calculó que hay 1.980 pediatras y 2.076 ginecólogos y obstetras. (Basantes, 2018).

El Instituto Nacional de Estadística y censos en 2018 reportó 4.165 consultorios, 626 de ellos tienen servicios de hospitalización, esta información permite apreciar la gran competencia que existe entre los profesionales de salud (INEC, 2018).

En Quito, este nicho de Médicos Pediatras que se dedican a la consulta privada, tienen sus consultorios de preferencia cerca de algún centro Privado, y curiosamente en el Norte de la ciudad de Quito, se encuentra La Nova clínica, Santa Cecilia, El Hospital Metropolitano, La Clínica de La Mujer, el Hospital Vozandes, El Hospital Axxis, Clínica Infes y otros; se puede

aseverar que la Medicina Privada percibida como de élite está entre la Avenida Patria al Sur, la Avenida Rio Coca al Norte, la Avenida 6 de diciembre al Este y la Avenida Occidental al Oeste.

Este nuevo siglo, es la era de los intangibles, de un servicio médico con más exigencias, un mercado de Pediatras diferente, más competitivo, más estandarizado, menos protegido por las leyes, y globalizado, el paciente a su vez también es diferente, más educado, buscando más opciones de satisfacción, buscando mejores oportunidades, más respeto con su tiempo, y con mayor capacidad de negociación.

Es por esto que nace la necesidad de buscar una estrategia diferente para participar mejor en éste mundo competitivo, y en Agosto 2014 empieza a funcionar A&M SALUD INFANTIL, una entidad privada ubicada en el sector norte de Quito Isla San Cristóbal n44 525 e Isla Seymour, cuyo enfoque es atención médica en especialidades y subespecialidades pediátricas, todo en un solo lugar, cuenta con Especialidades Pediátricas como: Pediatría, Neonatología, Neurología, Cardiología, Dermatología, Oftalmología, Otorrinolaringología, Ginecología Infanto-juvenil, Endocrinología y servicios de Estimulación Temprana, Psicología, Laboratorio.

En el corto período de vida tiene convenios con las dos principales aseguradoras de salud privada del país, y tiene un convenio con la escuela de medicina de una de las más prestigiosas universidades del País para que los estudiantes de último semestre hagan su rotación práctica.

1.1.1.1 Identificación y formulación del problema

Con los argumentos expuestos se plantea un problema general: ¿Cuál es la

experiencia del paciente y cómo el conocer esta experiencia permitirá establecer las pautas para el mejoramiento de la eficiencia de A&M Salud Infantil?

Los problemas específicos que se establecieron son:

- 1.- ¿Cuál es la importancia de la experiencia del paciente en el proceso de atención y su impacto en la lealtad con A&M Salud Infantil?
- 2.- ¿Cuál es la importancia de la experiencia del paciente en el proceso de atención e impacto en la satisfacción al visitar A&M Salud Infantil?
- 3.- ¿Cuál es la importancia de la experiencia del paciente en el proceso de atención y su impacto en la eficiencia institucional de A&M Salud Infantil?

1.2 Justificación

A&M Salud Infantil ha visto la necesidad de mejorar la eficiencia en la atención médica y buscar nuevas herramientas para continuar con su labor, por ello se considera realizar un propio *patient journey*, conociendo la experiencia del paciente que asiste al consultorio. Los momentos de verdad que se encuentren van a ser muy útiles para gestionar eficientemente la institución.

1.3 Objetivos de tesis

1.3.1 Objetivo general

Analizar la experiencia del paciente mediante un *patient journey* en A&M Salud Infantil, para mejorar la fidelización de los pacientes y la eficiencia de gestión en el consultorio.

Los objetivos específicos son:

1. Identificar las expectativas del paciente vs. la experiencia del paciente en el proceso de atención de A&M Salud Infantil.
2. Analizar la importancia de la experiencia del paciente en el proceso de atención y su impacto en la lealtad con A&M Salud Infantil.
3. Evaluar el *patient journey* en el proceso de atención y su repercusión en la eficiencia de atención en A&M Salud Infantil.
4. Desarrollar una Propuesta de Mejoramiento de la Eficiencia de A&M Salud Infantil y un Plan para mejorar la fidelización de los pacientes.

CAPÍTULO 2

2.1 Estructura organizacional y diagnostico situacional

2.1.1 Historia A&M salud infantil

En enero 2013, un grupo de amigos todos profesionales Médicos con postgrados en Pediatría y con estudios posteriores en una subespecialidad con la dirección de un egresado del postgrado de administración en Instituciones de Salud empiezan la construcción de un sueño crear una institución “todo en uno”, un lugar donde viene el niño con sus padres para el control sano o para la evaluación de una enfermedad y se recibe la atención en lo que necesite: Pediatría, Neonatología, Cardiología, Neurología; Dermatología, Oftalmología, Otorrinolaringología, Nutrición, Psicología, Laboratorio, fue así que en Agosto 2014 se inaugura A&M Salud infantil.

2.1.2 Misión

Ser conocidos y reconocidos por tener liderazgo en la atención pediátrica, con pasión por los altos estándares, respeto por la calidad y compromiso con los pacientes y sus familias para mantener la confianza en nuestra institución

2.1.3 Visión

Ser la institución líder en prestación de servicios médicos de pediatría y sus especialidades para brindar seguridad a los pacientes, con el aporte de profesionales certificados, innovación y tecnología de punta.

2.1.4 Valores

Solidaridad, Amor, Ética, Respeto, Fe.

2.2 Propósito

(Slogan): Atención de Calidad para su bebé... Seguridad y confianza para Usted.

2.3 La experiencia del paciente

Se evidencia que el proceso de atención médica sufre cambios rápidos en el siglo XXI, aquella relación médico-paciente basada en la confianza del paciente hacia su médico, hoy se vuelve una relación médico-tecnología-paciente, lo que obliga a los médicos de A&M SALUD INFANTIL a conocer más sobre las necesidades del paciente que va a atender.

En la Pediatría, independiente de la gravedad de la patología del paciente a los síntomas del niño se suman en los Padres sensaciones de temor, incertidumbre, ansiedad, confusión, desconfianza, factores todos que hacen que la preocupación vaya más allá del mismo proceso patológico.

La seguridad, la calidad y la calidez en la atención pediátrica ya no son importantes. Los padres dan por sentado que recibirán la mejor asistencia y cuidados posibles, pero, además, esperan que sus circunstancias personales relacionadas con las incertidumbres, temores y preocupaciones que genera todo proceso patológico sean entendidas y atendidas.

Es así como A&M SALUD INFANTIL ha centrado su servicio en una experiencia diferente, centrada en el niño, pensando en el paciente de forma integral, segura y humanizada, generando una percepción de valor en los

Padres de familia, y los colaboradores de la institución.

2.4 Recursos físicos

La sede de A&M SALUD INFANTIL está ubicada al norte de la ciudad de Quito, en la calle Isla San Cristóbal n 44-525 e Isla Seymour, una casa adecuada para consultorios médicos en 500 metros cuadrados de construcción y dos plantas ofrece atención médica de consulta externa en Pediatría y todas las subespecialidades pediátricas.

Cuenta con 10 parqueaderos para los pacientes, 5 para los médicos, guardianía privada para brindar seguridad durante la visita del paciente.

Cuenta con un sistema informático integrado con acceso desde cualquier sitio para el manejo de historias clínicas, y atención segura del paciente. (QUINTERO, 2019)

2.5 A&M salud infantil y su rol en la atención al paciente

2.5.1 Segmentos del mercado

En A&M Salud Infantil hay dos tipos de segmentos:

a.- pacientes (recién nacidos) que fueron atendidos por los pediatras de A&M Salud Infantil en cualquier hospital privado y que continúan con sus controles posteriormente en nuestra institución.

b.- pacientes (niños de 0 a 17 años) que buscan a uno de los especialistas de A&M Salud Infantil, sea por control sano o por enfermedad.

2.5.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor se enfoca en ofertar un servicio de calidad, para esto A&M Salud Infantil se basa en:

Novedad: Una unidad médica de atención en Pediatría “todo en uno”, todos los especialistas y subespecialistas de Pediatría en un solo lugar.

Servicio Personalizado: La adaptación de los servicios pediátricos a los segmentos específicos, lo que otorga satisfacción de las necesidades de los pacientes y crea un valor al segmento escogido.

Accesibilidad: Se crea el valor con los mejores especialistas y subespecialistas en pediatría en una institución todo en uno, pues no existe otra institución parecida en el sector, está ubicada en la Isla San Cristóbal n44-525 e isla Seymour.

Comodidad: Cuenta con un espacio de 400 metros donde funcionan 9 consultorios, todos totalmente equipados, sala de espera amplia, recepción y caja, un botiquín donde el paciente puede comprar la medicación, sitio de toma de muestras para laboratorio, wifi; se respetan las normas de bioseguridad para los pacientes.

Tiene todas las especialidades y subespecialidades que un niño puede necesitar.

2.5.3 Relación con los clientes

A&M Salud Infantil considera a los Médicos especialistas y Subespecialistas como sus principales clientes, pues son a ellos a los que los pacientes

buscan, los médicos consideran a la clínica atractiva porque las instalaciones a pesar de ser una casa antigua adecuada para consultorios, tienen el toque de modernidad, y un sistema informático fácil de manejar por los médicos. A&M Salud Infantil procura ser el mejor sitio para trabajar en Quito, brindando comodidad, bienestar y confianza al personal Médico, además facilita el cobro de honorarios de acuerdo a la elección de cada uno: pudiendo ser al final de cada atención o si es su deseo cada mes o cada semana. Nuestro cliente es el “consentido”, por lo tanto, la selección y seguimiento del especialista o subespecialistas es rigurosa.

Los pacientes entonces reciben el mejor servicio de uno de los médicos del Centro con una actitud de servicio impresionante, esto permite focalizar más la atención hacia el paciente de clase media alta, quien a pesar de las complicaciones económicas que atraviesa el país puede tener acceso a la salud privada y prefiere un sitio donde puede sentirse seguro y tratado de forma personalizada.

El paciente programa una cita sea en forma directa, por teléfono, WhatsApp o vía correo electrónico; A&M Salud Infantil trata de que no exista tiempo de espera, si fuera el caso la secretaria o la asistente hacen la estadía muy agradable, pues hoy por la pandemia si un paciente tiene que esperar lo hace en un consultorio y recibe un break mientras espera, un paciente no debe esperar más de 30 minutos por un médico salvo raras excepciones.

2.6 Modelo de flujos de ingreso

A&M Salud Infantil tiene un costo de consulta de 55 USD, y su enfoque es hacia el paciente de clase media alta que puede pagar una consulta, lo que obliga a la institución a permanecer en constante innovación para poder satisfacer las necesidades de un segmento de población altamente exigente.

Fuente principal de ingresos: valor de la consulta, servicios adicionales como exámenes de laboratorio y/o ecografías a los recién nacidos, venta de medicamentos emergentes generan otras fuentes de ingreso en la institución.

En A&M Salud Infantil también se realiza obra social, pues las necesidades se presentan en cualquier estrato económico y si hay algún paciente que ha perdido su trabajo o no tiene dinero, no es un impedimento para ser atendido, la calidad humana del personal médico de la institución es admirable.

2.6 Actividades clave

A&M Salud Infantil se mantiene en constante innovación y transformación y con la realización de este trabajo quiere saber:

¿Cuál es la experiencia del paciente y cómo el conocer esta experiencia permitirá establecer las pautas para el mejoramiento de la eficiencia de A&M SALUD INFANTIL?

2.8 Asociaciones claves

La principal asociación de A&M Salud Infantil es con nuestros médicos Especialistas y Subespecialistas, por ahora no son muchos y la selección se hace más fácil, muchos de ellos trabajan en instituciones públicas y como los recursos en esas instituciones son limitadas los buscan en A&M Salud Infantil, lo que poco a poco la va convirtiendo en un sitio de referencia nacional.

La asociación con Universidades la convierte en una unidad docente,

estudiantes de último semestre de medicina de una prestigiosa universidad realizan su rotación de Pediatría en nuestra institución, lo que la vuelve más conocida en el mercado y agrega valor a la institución.

2.9 Portafolio de Servicios

Pediatría General, Neonatología, Dermatología, Neurología, Cardiología. Gastroenterología Oftalmología Otorrinolaringología Traumatología, Cirugía General y Urología Nefrología, Nutrición Servicios como: Laboratorio, Estimulación temprana Neuroestimulación, Vacunación, Farmacia.

2.10 Análisis situacional de A&M salud infantil

Tabla 1

Análisis FODA a la Institución

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Empresa Familiar Excelente servicio Ética profesional Precio acorde al producto Atención personalizada e integral Infraestructura adecuada Horarios accesibles No hay lista de espera Buena ubicación	Edificio Arrendado Falta de conocimientos formales por parte de la administración del consultorio en temas de marketing y publicidad. Falta de posicionamiento en el mercado
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Tener todos los médicos especialistas y sub-especialistas.	Competencia: Clínica Infes cercana. con consulta médica a bajo costo.

<p>Segmentación hacia un grupo selecto de pacientes.</p> <p>Gran número de nacimientos en instituciones privadas, principalmente por la pandemia</p> <p>La gestión en bioseguridad permite tener pacientes aun en pandemia</p>	<p>Construcción del Hospital Axis Pediátrico que está cerca</p> <p>Situación económica del país.</p>
--	--

Al Analizar el FODA de A&M Salud Infantil, los puntos más importantes que merecen atención y manejo son la falta de conocimientos de Marketing por parte de la administración, y la necesidad de un mejor posicionamiento en el mercado. Es importante también manejar de una manera adecuada la competencia existente.

2.11. Relación médico paciente

Excepto la relación amorosa y la relación madre niño, tal vez ninguna otra relación entre seres humanos haya suscitado tanto interés a lo largo de la historia como la relación médico paciente (Mendoza, 2017. Pág. 1).

En el siglo XXI la medicina ha evolucionado mucho más que en cualquier otra época de la vida, el Médico ha dejado de ser el paternalista que basaba su atención en la confianza del paciente, hoy esta relación ya no es vertical y se vuelve horizontal y democrática, el familiar o representante del paciente participa activamente con el médico en la toma de decisiones, ya como una decisión compartida.

Es importante recalcar lo importante de la calidad en atención médica, circunstancias que deben ser evaluadas constantemente por las

Instituciones de Salud y lograr una mejor relación médico-paciente (QUINTERO, 2019).

2.12 Calidad en salud

La calidad de atención en salud se basa en la percepción que el paciente tiene sobre las acciones durante el proceso de su atención, desde el primer contacto con la institución, su llegada, la atención por la secretaria y personal de recepción, atención médica, salas de espera, parqueaderos y su salida del consultorio (QUINTERO, 2019).

Por su parte la Organización Mundial de la Salud (OMS) define: "la calidad de la asistencia sanitaria es asegurar que cada paciente reciba el conjunto de servicios diagnósticos y terapéuticos más adecuado para conseguir una atención sanitaria óptima, teniendo en cuenta todos los factores y los conocimientos del paciente y del servicio médico, y lograr el mejor resultado con el mínimo riesgos de efectos iatrogénicos y la máxima satisfacción del paciente con el proceso" (Bussines, 2016, p 1).

Como se puede observar en la definición los recursos en salud son siempre muy limitados, lo que hace imposible aplicarla de forma universal. Es importante entonces adecuarla de acuerdo a las circunstancias y realidad de cada ciudad.

2.13 Sistema de salud en Ecuador

La nueva Constitución de 2008 señala que "la salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, alimentación, nutrición, educación,

cultura física, trabajo, seguridad social, ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva.

La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional" (Lucio, 2011, p 1).

2.14 Experiencia del paciente

El sentimiento que genera en el paciente cada contacto con la institución que presta el servicio de salud durante el proceso de atención es lo que se llama experiencia del paciente, se convierte ahora en el desafío del siglo XXI para las instituciones prestadoras de salud, el paciente se convierte en el centro de la atención, buscando mejorar cada contacto con las instituciones de salud, desde el agendamiento, la llegada, la sala de espera, la forma de atención va teniendo un cambio significativo y adaptándose a las nuevas necesidades de los pacientes.

El Instituto Beryl define la experiencia del paciente como "la suma de todas las interacciones, configuradas por la cultura de una organización, que influyen en las percepciones del paciente, a lo largo de la continuidad del cuidado" (Yélamos, 2017, p 2).

Actualmente el gran número de consultorios médicos privados en Quito, genera una expectativa importante en los pacientes. El paciente pediátrico hoy es más informado, curioso y realmente exigente, tienen acceso a la información que les permite elegir específicamente sus necesidades y decidir con consentimiento del Pediatra en actuar activamente en la toma de decisiones.

Se convierte entonces en una necesidad imperiosa por parte de los Médicos conocer exactamente todo el proceso de atención a sus pacientes, desde el primer contacto con el consultorio, la disponibilidad del Médico el momento que el paciente lo necesita, la accesibilidad del consultorio, facilidades de parqueadero, la recepción por parte del personal de la institución.

La sala de espera, las normas de bioseguridad, el tiempo de espera en la sala hasta que el Profesional le atienda, la atención, acceso a medicación, formas de pago al terminar la consulta, que se convierten en momentos de contacto con la Institución y pueden generar sentimientos positivos o negativos en el paciente y que, si el Médico los conoce muy bien, es el primer paso para trabajar con un diseño centrado en el paciente.

2.15 Design Thinking

En esta investigación se resalta el *Design Thinking* como un método importante para gestionar el proceso de atención a los pacientes, permite identificar las dificultades vistas por los pacientes durante su visita a la institución, y corregirlos de manera rápida y eficiente, mejorando la prestación de servicios pediátricos.

El enfoque al usar *Design Thinking* es tener al paciente en el centro del proceso de atención, por medio de evaluar los problemas o sentimientos

negativos que generan los puntos de encuentro con la Institución y puedan afectar la empatía y lealtad de los pacientes.

Entonces por definir claramente el momento de verdad, el sitio exacto donde se genera el problema, una vez que se realizó la identificación del problema, se generó ideas para la solución, es importante hasta aquí que el Médico tenga claro que el proceso de atención debe mejorar. Posteriormente se realiza un prototipo de mejora que se lo probó y se lo transformo *en journey map*.

La herramienta llamada *Experience Map* o Mapa de Experiencia, finalmente permite conocer los momentos que generan sentimientos negativos o positivos durante el proceso de atención del paciente, es decir esta actividad ejerce un mapeo de los momentos de verdad que atraviesa el paciente, a través del cual se logra construir un conocimiento más amplio de las experiencias que representan a todos los usuarios de la Institución. Una vez conocidos estos momentos de verdad, permite generar las estrategias para mejorar los problemas reconocidos

CAPÍTULO 3

3.1 Estudio de la experiencia del paciente

3.1.1 Objetivos de la investigación

1. Identificar las expectativas del paciente vs. la experiencia del paciente en el proceso de atención de A&M Salud Infantil.
2. Analizar la importancia de la experiencia del paciente en el proceso de atención y su impacto en la lealtad con A&M Salud Infantil.
3. Evaluar el patient journey en el proceso de atención y su repercusión en la eficiencia de atención en A&M Salud Infantil.

3.1.2 Diseño de la investigación

3.1.2.1 Diseño Metodológico

El tipo de investigación es cuantitativa, y exploratoria, se llevó a cabo tratando de conocer la experiencia del paciente en el servicio de consulta externa de A&M Salud Infantil en el periodo de estudio, se aplicó una encuesta adaptada a los usuarios de la consulta externa al momento de salir de A&M Salud Infantil, es decir después de haber utilizado el servicio.

El método es no probabilístico por lo que se seleccionó una muestra de 78 pacientes que utilizaron los servicios de A&M Salud Infantil.

Se solicitó la información necesaria a los Padres o Representantes de los pacientes que salían de A&M Salud Infantil explicándoles las preguntas y que se trata de una encuesta confidencial y que los resultados obtenidos serán utilizados para mejorar la gestión de A&M Salud Infantil.

3.1.2.2 Tipo de estudio

Tipo de muestreo: No probabilístico, por conveniencia.

3.1.2.3 Diseño de encuesta A&M Salud infantil

La encuesta aplicada es la recomendada para medir Experiencia del Paciente en Atención Primaria por *Health Quality Ontario en 2015* (Ontario, 2015 página 1- 5).

LA COMUNICACIÓN A&M SALUD INFANTIL:

1.- ¿Cómo se concertó la cita para su última

- No tenía cita, simplemente fui
- Llamé para concertarla
- Escribí un correo electrónico para concertarla
- Ustedes me llamaron para concertarla
- Otra forma (especifique)

.....

.....

...

Consiguió una cita en la fecha que quería

- SI
- NO

2.- Pensando en su última visita a A&M SALUD INFANTIL, en una escala de

malo a excelente ¿Cómo calificaría lo siguiente? La cantidad de tiempo que tuvo que esperar entre el día en que solicitó la cita y la fecha en que le concedieron la visita que acaba de realizar:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Su experiencia general al acceder al consultorio:

LLEGADAY ESPERA EN A&M SALUD INFANTIL

Cantidad de tiempo que tuvo que esperar en la recepción hasta ser atendido:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Su experiencia general con nuestro personal de recepción:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Cantidad de tiempo que tuvo que esperar en la sala de espera hasta que pudo hablar con él médico sobre el motivo de su visita:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

EL MÉDICO:(especialidad) _____

Conocía su Historia Clínica

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

¿Escuchó sus inquietudes?

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

¿Hablaba utilizando un lenguaje que Usted entendía?:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

¿Le explicó las cosas de una manera fácil de entender?:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

¿Se mostró sensible a sus necesidades y preferencias?:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

¿Le trató con dignidad y respeto?:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

¿Le dio instrucciones claras sobre lo que tenía que hacer después de su visita?:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

¿Le dio la oportunidad de hacer preguntas sobre el tratamiento?:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

¿Le dedicó tiempo suficiente?

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Su experiencia general al hablar con el Médico sobre los motivos de su visita

EXPERIENCIA GENERAL EN A&M SALUD INFANTIL

La limpieza general del consultorio:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

La comodidad física general del consultorio:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Su confianza en el médico que consultó:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Su confianza en que su información de la salud se trató con el nivel de privacidad que Usted espera

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Su experiencia general con la visita que realizó a A&M SALUD INFANTIL

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Su experiencia en A&M salud infantil durante el último año:

Malo Regular Bueno Muy Bueno. Excelente

Pasando a otro tema, la última vez que necesitó atención médica por la noche, un fin de semana o un día feriado, ¿cuán fácil fue contactar a su Médico?

Cuánto tiempo hace que visitó nuestro centro para atención médica

- Menos de seis meses
- Entre seis meses y un año
- Entre uno y tres años
- Más de tres años

Haciendo un cálculo aproximado, ¿cuántas veces visitó nuestro centro en el último año para recibir atención médica?

- Una
- Dos
- Tres
- Cuatro
- Cinco o más

¿Recomendaría nuestros servicios a sus familiares o amigos?

Definitivamente no

Probablemente no

Probablemente sí

Definitivamente sí

COMENTARIOS (OPCIONAL)

Pensando en su experiencia general con nuestro consultorio/clínica, mencione:

1. Dos cosas que se hagan especialmente bien

1.

2.

2. Dos cosas que podrían mejorarse

1.

2.

¿Hay alguna otra información o comentario que desee compartir con nosotros, que pudiera ayudarnos a mejorar nuestro modo de brindar atención?

3.2 Resultados de la investigación

Para analizar los resultados se utiliza una hoja de cálculo de Excel ya que es una de las más bondadosas herramientas office y cuenta con amplias capacidades gráficas.

El análisis de datos de este trabajo es descriptivo y de asociación, en donde se analizan cada una de las preguntas y la relación que existe entre ellas.

3.3 Representación de los datos

En la representación gráfica se emplean dibujos para mostrar los resultados de la encuesta e identificar los hechos más importantes que presentan los pacientes de A&M SALUD INFANTIL. Las figuras usadas para este análisis son “gráficos de jerarquía”, que se utilizan frecuentemente y permiten presentar un amplio número de situaciones.

Los Resultados de la encuesta se analizan de manera separada, en base a las secciones en las que se dividió la misma:

La comunicación con A&M salud infantil

1.- ¿Cómo se concertó la cita para su última visita?

- No tenía cita, simplemente fui 1 paciente que corresponde al 1%
- Llamé para concertarla 59 pacientes que corresponde al 76%
- Escribí un correo electrónico 1 paciente que corresponde al 1%
- La concerté en mi última visita 5 pacientes corresponde a 6%
- Ustedes me llamaron para concertarla 3 pacientes que corresponden al 3%
- Otra especifique y escribieron por WhatsApp 10 pacientes y corresponde al 13%.

¿Cómo se concertó la cita para la última visita?



Figura 1. ¿Cómo se concertó la cita para la última visita?

Consiguió una cita en la fecha que quería.

- Sí, respondieron 77 pacientes que corresponde a 99%,
- No, 1 paciente que corresponde al 1%-

¿Consiguió una cita en la fecha que quería?



Figura 2. ¿Consiguió cita en la fecha requerida?

2.- pensando en su última visita a A&M SALUD INFANTIL, en una escala de malo a excelente ¿Cómo calificaría lo siguiente?

La cantidad de tiempo que tuvo que esperar entre el día en que solicitó la cita y la fecha en que le concedieron la visita que acaba de realizar:

- Malo y regular 0 pacientes
- Bueno 5 pacientes que equivale al 6%
- Muy Bueno 7 pacientes que equivale al 9%
- Excelente 66 pacientes que equivale al 85%

La cantidad de tiempo que tuvo que esperar entre el día en que solicitó la cita y la fecha en que le concedieron la visita que acaba de realizar:



Figura 3. Cantidad de tiempo

Su experiencia general al acceder al consultorio:

- Malo y regular 0 pacientes
- Bueno 1 paciente equivale al 1%
- Muy Bueno 11 pacientes, corresponde al 14%
- Excelente 66 pacientes, corresponde al 85%

Su experiencia general al acceder al consultorio:

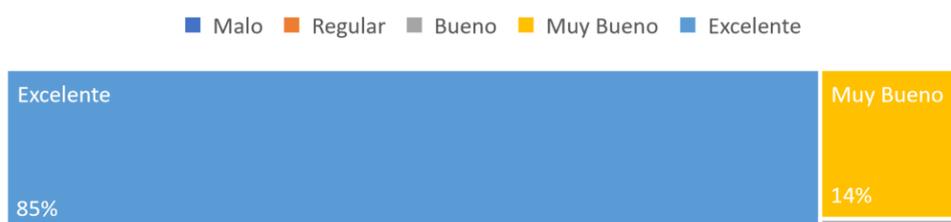


Figura 4. Experiencia general

Llegada y espera en A&M Salud Infantil

La cantidad de tiempo que tuvo que esperar en la recepción hasta ser atendido.

- Malo y regular 0 pacientes
- Bueno 4 pacientes, corresponde al 5%
- Muy Bueno 21 pacientes, corresponde al 27%
- Excelente 53 pacientes, corresponde al 68%

La cantidad de tiempo que tuvo que esperar en la recepción hasta ser atendido

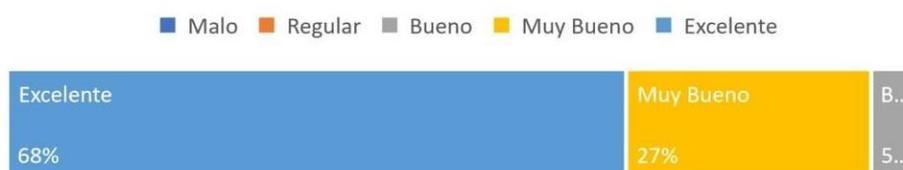


Figura 5. Tiempo de espera

Su experiencia general con nuestro personal de recepción

- Malo, Regular y Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 15 pacientes, corresponde al 19%
- Excelente 63 pacientes, corresponde al 81%



Figura 6. Experiencia general

La cantidad de tiempo que tuvo que esperar en la sala de espera hasta que pudo hablar con él médico sobre el motivo de su visita:

- Malo y Regular 0 pacientes
- Bueno 4 pacientes y corresponde al 5%
- Muy Bueno 18 pacientes y corresponde al 23%
- Excelente 55 pacientes y corresponde al 71%.

La cantidad de tiempo que tuvo que esperar en la sala de espera hasta que pudo hablar con el médico sobre el motivo de su visita

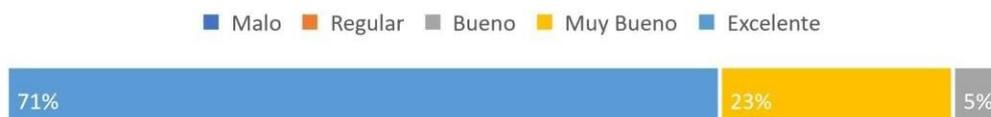


Figura 7. Tiempo de espera

El médico:

Conocía su Historia Clínica:

- Malo y Regular 0 pacientes
- Bueno 1 paciente, corresponde al 1%
- Muy Bueno 12 pacientes, corresponde al 15%
- Excelente 65 pacientes, corresponde al 83%

EL MÉDICO: Conocía su Historia Clínica



Figura 8. Historia clínica

Escuchó sus Inquietudes:

- Malo, Regular y Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 10 pacientes, corresponde al 13%
- Excelente 68 pacientes, corresponde al 87%

EL MÉDICO: Escuchó sus Inquietudes

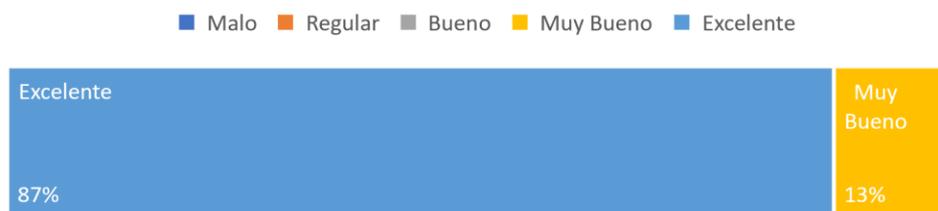


Figura 9. Inquietudes

Hablaba utilizando un lenguaje que Usted entendía:

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 6 pacientes, corresponde al 8%
- Excelente 72 pacientes, corresponde al 92%

EL MÉDICO: Hablaba utilizando un lenguaje que Usted entendía



Figura 10. Lenguaje

Le explicó las cosas de una manera fácil de entender

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 4 pacientes, corresponde al 5%
- Excelente 74 pacientes, corresponde al 95%

EL MÉDICO: Le explicó las cosas de una manera fácil de entender



Figura 11. Explicaciones

Se mostró sensible a sus necesidades y preferencias

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes

- Muy Bueno 5 pacientes, corresponde al 6%
- Excelente 73 pacientes, corresponde al 94%

EL MÉDICO: Se mostró sensible a sus necesidades y preferencias



Figura 12. Necesidades y preferencias

Le trató con dignidad y respeto

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 3 pacientes y corresponde al 4%
- Excelente 75 pacientes y corresponde al 96%

EL MÉDICO: Le trató con dignidad y respeto

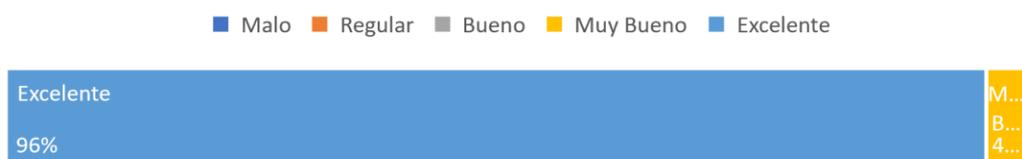


Figura 13. Trato digno

Le dio instrucciones claras sobre lo que tenía que hacer después de su visita

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 3 pacientes, corresponde al 4%
- Excelente 75 pacientes, corresponde al 96%

EL MÉDICO: Le dio instrucciones claras sobre lo que tenía que hacer después de su visita

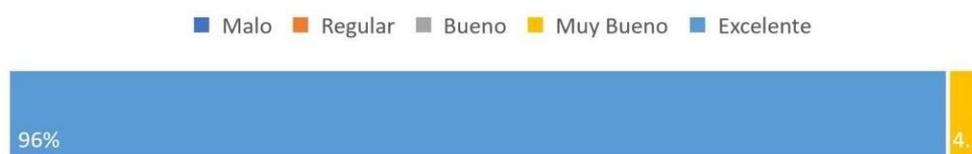


Figura 14. Instrucciones claras

Le dio la oportunidad de hacer preguntas sobre el tratamiento

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 3 pacientes, corresponde al 4%
- Excelente 73 pacientes, corresponde al 95%
- No contesta la pregunta 1 paciente, corresponde al 1%

EL MÉDICO: Le dio la oportunidad de hacer preguntas sobre el tratamiento



Figura 15. Preguntas

Le dedicó tiempo suficiente

- Malo, Regular 0 pacientes
- Bueno 1 paciente, corresponde al 1%
- Muy Bueno 3 pacientes, corresponde al 4%
- Excelente 73 pacientes, corresponde al 94%
- No contesta 1 paciente, corresponde al 1%

EL MÉDICO: Le dedicó tiempo suficiente



Figura 16. Tiempo suficiente

Su experiencia general al hablar con el Médico sobre los motivos de su visita

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 3 pacientes, corresponde al 4%
- Excelente 73 pacientes, corresponde al 94%

- No contesta 2 pacientes, corresponde al 3%

Su experiencia general al hablar con el Médico sobre los motivos de su visita



Figura 17. Motivos de la visita

Experiencia general en a&m salud infantil

La limpieza general del consultorio

- Malo, Regular Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 6 pacientes, corresponde al 8%
- Excelente 72 pacientes corresponde al 92%

La limpieza general del consultorio



Figura 18. Limpieza

La comodidad física general del consultorio

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 4 pacientes, corresponde al 5%
- Excelente 73 pacientes, corresponde al 94%
- No contesta 1 paciente, corresponde al 1%

La comodidad física general del consultorio



Figura 19. Comodidad

Su confianza en el Médico que consultó

Malo, Regular, Bueno 0 pacientes

- Muy Bueno 3 pacientes, corresponde al 4%
- Excelente 74 pacientes, corresponde al 95%
- No contesta 1 paciente, corresponde al 1%

Su confianza en el Médico que consultó



Figura 20. Confianza

Su confianza en que su información de la salud se trató con el nivel de privacidad que Usted espera

- Malo, Regular, Bueno 0 pacientes
- Muy Bueno 3 pacientes, corresponde al 4%
- Excelente 75 pacientes corresponde al 96%

Su confianza en que su información de la salud se trató con el nivel de privacidad que Usted espera

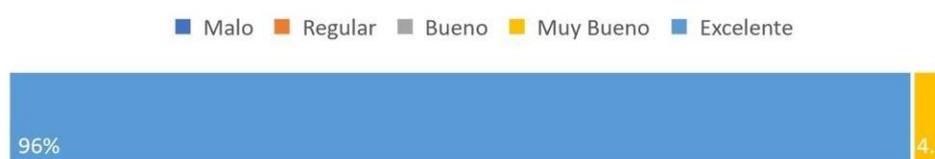


Figura 21. Privacidad

Su experiencia general con la visita que realizó a A&M SALUD INFANTIL

- Malo, Regular 0 pacientes
- Bueno 1 paciente, corresponde al 1%
- Muy Bueno 4 pacientes, corresponde al 5%
- Excelente 72 pacientes, corresponde al 93%
- No contesta 1 paciente, corresponde al 1%

Su experiencia general con la visita que realizó a A&M SALUD INFANTIL



Figura 22. Visita

Sus experiencias en A&M Salud Infantil durante el último año.

Pasando a otro tema, la última vez que necesitó atención médica por la noche, un fin de semana o un día feriado, ¿cuán fácil fue contactar a su Médico?

- Algo Difícil 2 pacientes, corresponde al 3% de pacientes
- Fácil 4 pacientes, corresponde al 5% de pacientes
- Muy Fácil 10 pacientes, corresponden al 13%
- Siempre Contestan 54 pacientes, corresponde al 69%
- No respondieron la pregunta 8 pacientes, corresponde al 10%

¿cuán fácil fue contactar a su Médico?

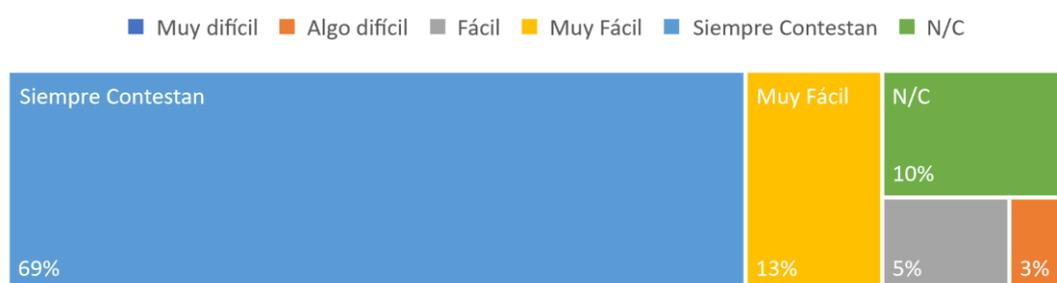


Figura 23. Contactar al médico

Cuánto tiempo hace que visitó nuestro centro para atención médica

- Menos de 6 meses 62 pacientes, corresponde al 79%
- Entre 6 meses y un año 7 pacientes, corresponde al 9%
- Entre 1 y 3 años 2 pacientes, corresponde al 3%
- Más de 3 años 1 paciente, corresponde al 1%
- No responden la pregunta 6 pacientes, corresponde al 6%



Figura 24. Visita médica

Haciendo un cálculo aproximado, ¿cuántas veces visitó nuestro centro en el último año para recibir atención médica?

- Una 14 paciente, corresponde al 18%
- Dos 9 pacientes, corresponde al 12%
- Tres 12 pacientes, corresponde al 15%
- Cuatro 9 pacientes, corresponde al 12%
- Cinco o más veces 29 pacientes, corresponde al 38%
- No contestan la pregunta 4 pacientes, corresponde al 5%

Haciendo un cálculo aproximado, ¿cuántas veces visitó nuestro centro en el último año para recibir atención médica?



Figura 25. Visitas

¿Recomendaría nuestros servicios a sus familiares o amigos?

- Definitivamente, Probablemente no 0 pacientes
- Probablemente si 1 paciente, corresponde al 1%
- Definitivamente si 75 pacientes corresponden al 96%
- No contesta la pregunta 2 pacientes, corresponde al 2%

¿Recomendaría nuestros servicios a sus familiares o amigos?



Figura 26. Recomendaciones

Se hicieron dos preguntas de comentarios, y sólo unos pocos respondieron más con felicitaciones.

Dos preguntas de comentarios para mejorar, y lo más importante fue implementar aplicaciones móviles, y aumentar el número de parqueadero.

CAPÍTULO 4

4.1 Conclusiones de la investigación

Este trabajo buscó conocer la experiencia del paciente que acude a la consulta externa de A&M Salud Infantil y determinar la sensación que despierta emocional que despierta su contacto en cada uno de los sitios de contacto, accesibilidad, trato con la secretaria, auxiliares, infraestructura, tiempo de espera, y su relación con la admisión y con el Médico.

Es importante señalar que en A&M Salud Infantil, se realizan anualmente encuestas para medir la satisfacción del paciente, y hoy será y es de gran ayuda obtener datos sobre los momentos de verdad durante la asistencia a la consulta.

Los datos se interpretan con un descriptor de resultados mediante “una carita” que describe: cinco opciones de respuesta: va desde insatisfacción (rojo-muy triste) hasta muy satisfecho (verde-muy sonriente)



Figura 27. Escala de caritas

Al revisar los resultados de la encuesta se ha determinado que las caritas verdes de Muy Bueno y Excelente son los que predominan, sin embargo, no

se debe olvidar el objetivo de la investigación:

Analizar la experiencia del paciente mediante un patient journey en A&M Salud Infantil, para mejorar la fidelización de los pacientes y la eficiencia de gestión en el consultorio, y si se encuentra dos caritas amarillas, lo que se traduce como experiencias no muy agradables.

Sus experiencias en A&M Salud Infantil durante el último año ¿En las emergencias se puede contactar a los médicos?, 82% entre siempre contestan y muy fácil, fácil 5% y algo difícil 3%, 10% no contestan



Figura 28. Nivel de satisfacción (1)

Los Médicos de A&M Salud Infantil, aunque accesibles, no siempre lo están para los pacientes.

En la pregunta que se refiere a recomendaciones se encuentran aspectos que posiblemente se descuidaban en el proceso de atención en A&M Salud Infantil.

En recomendaciones, respuesta opcional aún recomiendan tener más parqueaderos, mejorar la calefacción en la sala de espera, mejorar el tiempo en la sala de espera hasta que el médico atienda al paciente.



Figura 29. Nivel de satisfacción (2)

Al analizar los resultados y relacionarlos con los objetivos específicos se observa:

1.- Identificar las expectativas del paciente vs. la experiencia del paciente en el proceso de atención de A&M Salud Infantil.

Se observa que la expectativa del paciente siempre será alta y aunque en A&M Salud Infantil las caritas verdes (excelente) predominaron, se ha identificado a la presencia de caritas tristes malo en el momento de contacto médico en las emergencias, lo que se traduce como mala experiencia.

2.- Analizar la importancia de la experiencia del paciente en el proceso de atención y su impacto en la lealtad con A&M Salud Infantil.

Recordar que de boca a boca es muy importante en la generación de nuevos pacientes, y si un paciente tuvo una mala experiencia en un solo punto de contacto puede traducirse en una mala experiencia en A&M Salud Infantil y por ende se podría perder o disminuir la lealtad del paciente cuando habla sobre el servicio médico con otras personas.

3.- Evaluar el *patient journey* en el proceso de atención y su repercusión en la eficiencia de atención en A&M Salud Infantil.

Se observa con satisfacción que la mayoría de caras son verdes (excelente) y eso demuestra que, a pesar de los errores, los aciertos son mayores, traduciéndose en una empresa eficiente, pues lo hace rápido y bien

4. Desarrollar una Propuesta de Mejoramiento de la Eficiencia de A&M Salud Infantil y un Plan para mejorar la fidelización de los pacientes. Con los resultados obtenidos se diseña un plan de mejoramiento basado en *Design Thinking*.

4.2 Resultados en el Design Thinking:

Con la información obtenida se crea nuestro propio *patient journey* y se puede ver las reacciones en los puntos de contacto con A&M Salud Infantil:

Se ve que, aunque al final el viaje ha sido placentero, los puntos de contacto no reflejan esa respuesta, los momentos de verdad no todos son muy felices.

Tabla 2
Mapa del paciente A&M Salud Infantil

ANTES DE ENTRAR EN LA CONSULTA EN LA CONSULTA DESPUÉS DE LA CONSULTA A&M SALUD INFANTIL						
	Toma de turno	Acceso	Sala de espera	Médico	Experiencia general:	Satisfacción y recomendación
Que piensa el paciente	Obtener una cita	Fácil	Tiempo de espera cortos	Médico Humano	Buena sala de espera, limpieza	Mi viaje ha sido placentero
Puntos de Contacto						
Que siente el paciente	Mejorar la forma de contacto	Debe haber más parqueaderos	Mejorar la estancia en la sala de espera	Esperó mucho	Falta calefacción	Excelente atención, al final se siente satisfecho

Nota: Momento de verdad en las visitas A&M Salud Infantil.

CAPÍTULO 5

5.1 Recomendaciones estrategia genérica

5.1.1 Plan de mejoramiento y gestión

Tabla 3
Plan de mejoramiento

	ACCIÓN QUÉ	CUÁNDO	QUIÉN
1	Estudiar más y profundizar sobre la experiencia del paciente y marketing de servicios	Enero y Febrero 2021	Administradora y Director Médico
2	Aplicar en A&M Salud Infantil y permitir que se adopten el uso de herramientas de contacto con los pacientes como Facebook, Instagram, WhatsApp	Marzo y abril 2021	Todo el personal de A&M Salud Infantil
3	Contratar una persona responsable de la Experiencia del Paciente y de la calidad del servicio de atención pediátrica	Junio 2021	Administradora de A&M Salud Infantil
4	Adoptar como reglas de oro las medidas tendientes a mejorar los puntos de contacto entre el paciente y A&M Salud Infantil y que se convierta en parte del actuar del personal, acompañada con guías de servicio	Julio 2021	Todo el personal de A&M Salud Infantil

Nota: Plan de acción para A&M Salud Infantil.

5.2 Atención centrada en el paciente

La globalización permite que los consultorios médicos mejoren la organización y se adapten mejor a las necesidades de los pacientes, el diseño centrado en el paciente del nuevo A&M Salud Infantil las distintas áreas y servicios deberán coordinarse con eficacia para evitar la tradicional atención médica, debe ser más accesibles al uso de tecnología para contactar, disminuir las listas de espera en el consultorio, la falta de parqueaderos, la ausencia de medios tecnológicos para reserva de citas.

5.3 Mejoras en la comunicación

El análisis FODA y los resultados de las encuestas definen la importancia que los pacientes dan a ciertos temas, como la innovación en la comunicación: La facilidad de acceso a los servicios serán más fluidas con otras formas de contacto, no sólo llamadas telefónicas, sino también WhatsApp, web, redes sociales, en la actualidad la pandemia de COVID-19 obliga a las instituciones de salud a mejorar las relaciones utilizando medios digitales.

5.4 Una atención personalizada

La creación de pequeñas salas de espera adaptables, con diseños que mejoren la experiencia del paciente, brindando mejor fluidez entre los pacientes y los diferentes médicos sub-especialistas, así como con los servicios que el paciente requiera.

Esto se realizará con mucha atención al detalle, con muebles cómodos, estudiando los tonos de la luz, colores de las paredes y cuadros caseros en las paredes.

5.4.1 El entorno

El entorno será mejorado para garantizar la seguridad (relación/separación/desinfección entre pacientes, médicos, personal auxiliar de la institución) más dispensadores de gel anti bacteria, un termómetro infrarrojo que expresa en español si el paciente tiene fiebre o no, en la sala de espera mejorar la calefacción, no superar los 15 minutos de espera en la sala de recepción y además hacer esos 15 minutos más agradables.

5.4.2 Los actores

Los actores no sólo son los pacientes, lo son también sus Padres o representantes, la secretaria, el personal de limpieza, el personal de seguridad, los Médicos, los Ingenieros en sistemas y todas las personas involucradas en los momentos de verdad del paciente.

5.5 Un ambiente de calidez

El trabajo de todos se vuelve muy importante para que el paciente se sienta identificado y satisfecho, volviendo el trabajo más eficiente, todos deben estar preparados para trabajar en equipo, manejar la individualidad, privacidad y confidencialidad de los pacientes, ya que todo en conjunto ayuda a adaptarse y respetar conceptos de sostenibilidad, traduciendo esto último en un proceso de atención eficiente. Esto se logrará con personal altamente calificado que se presentará desde la recepción hasta el momento de la atención con el profesional.

5.5.1 Las etapas

En el paciente desde el primer contacto que es la llamada telefónica para reservar un turno, la llegada al parqueadero, su paso por recepción y la sala de espera hasta ser atendido, ir a caja y cancelar y su salida debe estar cubierto por el personal de A&M Salud Infantil, el objetivo central es ver un paciente feliz, optimizando el tiempo del paciente y el médico, reduciendo costos, aprovechando mejor los materiales y espacios disponibles. Esto se

realizará con un seguimiento del paciente.

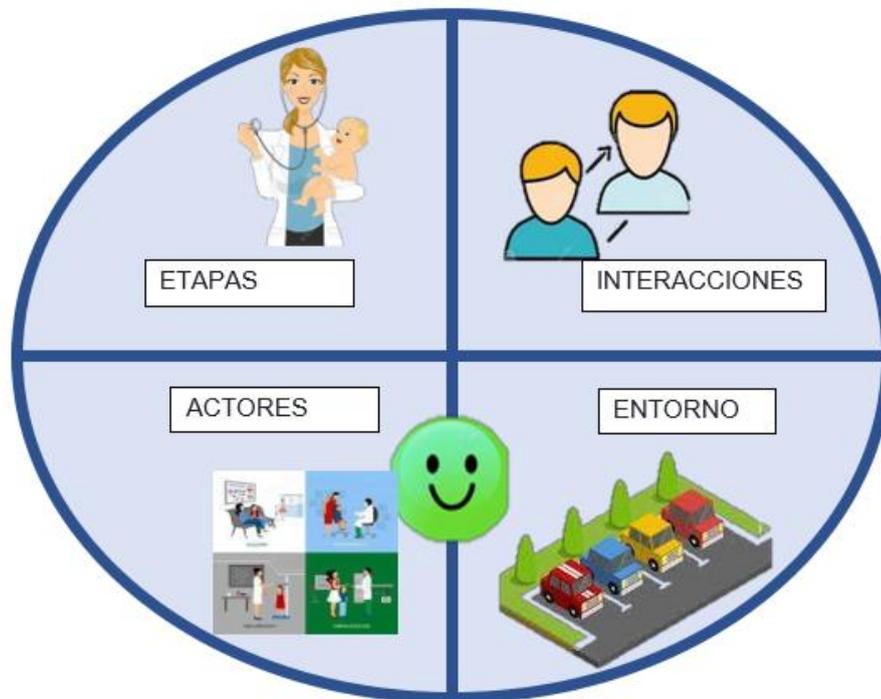


Figura 30. Diseño Centrado en el paciente en A&M Salud Infantil 31.

CAPÍTULO 6

6.1 Conclusiones

A&M Salud Infantil, es una institución privada que presenta un enorme potencial de crecimiento, se ha determinado que a pesar de ser relativamente nueva en el mercado ha logrado mantener una buena percepción para los pacientes.

Una gran satisfacción al final de la atención no siempre se relaciona con muy buena experiencia durante los sitios de contacto en el proceso de atención.

Los resultados que se obtienen de las encuestas en pediatría, son la percepción de los padres o cuidadores directos y no es exactamente lo que un recién nacido o un niño percibe.

Los momentos negativos se pueden mejorar, hablando con los médicos de A&M Salud Infantil para que se muestren más accesibles al uso de tecnologías para contacto.

En A&M Salud Infantil el equipo de trabajo, desde la secretaria, personal auxiliar, de limpieza, médicos, deben pensar siempre en el paciente.

A&M Salud Infantil debe nombrar un responsable de Experiencia del Paciente, quien definirá estrategias de experiencia, gestión de quejas, gestión de calidad y mejora continua, lo que se traduce finalmente en eficiencia en el proceso de atención. Y toda la organización debe apoyar el plan que se apruebe

A&M Salud Infantil debe contratar un plan de marketing para lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

REFERENCIAS

- Abierto, E., & Marabiertoueam. (2016, December 7). *Memoria congreso innovación tomo uno*. Retrieved October 02, 2020 de https://issuu.com/marabiertoueam/docs/memoria_congreso_innovacion_tomo_un
- Álvarez, M. (n.d.). *Revista de Salud y Calidad de vida 2018*, de <https://www.revistamedicos.com.ar/numero103/alvarez.htm>
- Basantes, A., & (Ecuador 1995) *Periodista de GK. Cubre la migración de mujeres y niños desplazados por la crisis humanitaria venezolana*, B. (2020, February 10). Más médicos en Ecuador, pero menos calidad en la salud. Retrieved October 03, 2020, de <https://gk.city/2020/02/09/medicos-ecuador/>
- Benzadon, M. (n.d.). *Acerca del ICBA - Experiencia del Paciente*. Retrieved November 10, 2020, de <https://www.icba.com.ar/acerca-del-icba/experiencia-del-paciente>
- Business, E. (n.d.). *Los diferentes conceptos de calidad en salud*. Retrieved August 06, 2020, de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/los-diferentes-conceptos-de-calidad-en-salud/>
- Ericson, A. (2014, August 25). *The Trouble with Treating Patients as Consumers*. Retrieved July 13, 2020, de <https://hbr.org/2012/01/the-trouble-with-treating-pati>
- Industry 4.0: *At the intersection of readiness and responsibility*. (n.d.). Retrieved October 02, 2020, de <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/deloitte-review/issue->

22/industry-4-0-technology-manufacturing-revolution.html

INEC. (n.d.). *INEC difunde Estadísticas de Recursos y Actividades de Salud* 2018. Retrieved October 03, 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-difunde-estadisticas-de-recursos-y-actividades-de-salud-2018/>

Lucio, R., Villacrés, N., & Henríquez, R. (1970, January 01). *Sistema de salud de Ecuador*. Retrieved November 10, 2020, from <https://www.scielosp.org/article/spm/2011.v53suppl2/s177-s187/>

MENDOZA, A. (2017, December). *Rev. peru. ginecol. obstet.* - vol.63 número4. Retrieved November 10, 2020, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_issuetoc&pid=2304-513220170004&lng=pt

ONTARIO, (*Health Quality Ontario*) (2015, April). Encuesta sobre experiencia de los pacientes con la Retrieved November 10, 2020, de <https://www.hqontario.ca/Portals/0/documents/qi/primary-care/primary-care-patient-experience-survey-es.pdf>

Quintero, A. (n.d.). *Vitela Repositorio Institucional Pontificia Universidad Javeriana Cali*. Retrieved November 10, 2020, de <http://vitela.javerianacali.edu.co/>

Sanofi, C. (2019, December 31). *¿Qué entendemos como experiencia de paciente o el patient journey?* Retrieved November 10, 2020, de <https://campussanofi.es/e-professionals/noticias/que-entendemos-como-experiencia-de-paciente-o-el-patient-journey/>

Tiempo, E. (2020, August 27). *El sector salud debe ser repensado y el Design Thinking es la herramienta.* Retrieved October 03, 2020, de

<https://cursos.eltiempo.com/sector-salud-debe-ser-repensado-design-thinking-herramienta/>

