

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LOS SERVICIOS DE URGENCIAS PRESTADOS POR LA IPS SALUDCOOP DE LA CIUDAD DE NEIVA.

CONSUMER BEHAVIOR FROM EMERGENCY SERVICES PROVIDED BY THE IPS SALUDCOOP CITY NEIVA.

AUTOR. María Goretty Benítez Cordero. Carmen Jicel Lozano Flor. Leidy Alexandra Muñoz Delgado.

Estudiante de Fisioterapia. Fundación Universitaria María Cano, Extensión Neiva, Facultad Ciencias de la Salud, Programa de Fisioterapia.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se propone identificar el comportamiento de los usuarios que ingresan al servicio de urgencias, en relación al tiempo de la cita, a la planta física y en a las características de los profesionales, en el que además, se detectó la satisfacción de los usuarios frente a la IPS, cuyos instrumentos se aplicaron durante el I periodo del 2013, en las jornadas de la mañana y tarde.

Al interior del trabajo se puede identificar que se realiza una profunda búsqueda de las principales causas de la problemática del estado de la salud en Colombia, y así mismo reconocer el interrogante planteado en este trabajo aplicativo, el comportamiento de los usuarios que asisten al servicio de urgencias de la IPS Saludcoop, ya que actualmente, son evidentes en la ciudad de Neiva las numerosas quejas por el inconformismo de los usuarios en la calidad de la prestación del servicio de urgencias.

Se aplicaron encuestas de satisfacción a usuarios que asisten al servicio de urgencias de la IPS Saludcoop, en donde se vio reflejada la insatisfacción de los diferentes usuarios, ya que estos refieren que para poder ser atendidos deben esperar horas y horas, y sobre todo primero ser valorados por un profesional y este determina si realmente es una urgencia o no, si no lo es deben pagar la cita como tal; durante las visitas, se pudo establecer graves deficiencias en los tiempos de atención a pacientes, deterioro y desaseo en las instalaciones, insuficiencia en el número de camas y camillas, falta de personal, mal servicio, demora de insumos, entre otras, evidenciándose el déficit que atraviesa este centro de atención en la ciudad.

PALABRAS CLAVE: Gerencia en salud, consumidor, IPS, servicio de urgencias.
ABSTRACT

In the present research aims to identify the behavior of users entering emergency department in relation to the appointment time, physical plant and the characteristics of the professionals, which also was detected user satisfaction against IPS, whose instruments were applied during the period I, 2013, in the days of the morning and afternoon.

Within the work can identify that a deep search of the main causes of the problems of the state of health in Colombia is made, and likewise recognize the question posed in this application work, the behavior of users who attend the service IPS emergency Saludcoop, as currently, are evident in the city of Neiva numerous complaints by the inconsistency of users on the quality of the provision of emergency services.

Satisfaction surveys usuarios attending the emergency department of the IPS Saludcoop, where was reflected dissatisfaction of different users were applied, as these relate that to be served must wait for hours, especially first be valued by a professional and this determines whether it really is an emergency or not, if it is not payable cited as such; during visits, it was established serious deficiencies in the time of patient care, decay and filth in facilities, insufficient number of beds and mattresses, understaffing, poor service, delay inputs, among others, demonstrating the deficit that crosses the center of attention in the city.

KEYWORDS: health management, consumer, IPS, emergency department.

INTRODUCCION

En Colombia actualmente las entidades promotoras de salud (E.P.S), son instituciones de suma importancia; sin ellas el sistema no podría funcionar; pues organizan los servicios de salud y promueven la calidad en la atención a los consumidores de dichos servicios.

Estas instituciones que están destinadas en afiliar y recopilar la información pertinente de la población consumidora, son muy importante para el desarrollo de actividades que promuevan el crecimiento de salud en Colombia.

Por ello, es primordial la satisfacción del consumidor para las entidades promotoras de salud, satisfacción que permite que dichos consumidores repitan los hábitos de consumo, generando una fidelización en los programas y servicios que ofrecen las entidades; consiguiendo más beneficios y aumentando la cuota de mercado.

Por lo tanto, el estudio se estructuró en los siguientes capítulos: un primer capítulo encierra el marco contextual el cual hace referencia a la historia de la IPS Saludcoop a nivel nacional y regional, una situación del problema en donde se describe el estado de la salud en Colombia, seguido de los antecedentes de los diferentes investigaciones en relación al tema, cuenta con un diagnóstico del contexto en relación a las informaciones dadas por investigaciones y medios de comunicación; un segundo capítulo hace referencia a los objetivos del estudio, la justificación, la población y el aspecto metodológico y procedimental en donde se describe cual va hacer los pasos a seguir de la investigación para poder dar cumplimiento a los objetivos. Un tercer capítulo está relacionado con los aspectos teóricos, legales para terminar con los resultados, conclusiones y recomendaciones que hará la investigación en materia de solución de problemas en esta IPS, y en materia de conocimiento académico.

PROPUESTA METODOLOGICA

El desarrollo de la investigación parte del paradigma positivista, funcionalista, el cual hace énfasis en la medición, la generalización de los resultados, cuya recogida de la información es estructurada y sistemática para un análisis estadístico, y se apoya en el supuesto de que es posible y valido abstraer aspectos teóricamente relevantes de la realidad para analizarlos en su conjunto en busca de regularidades, de constantes, que sostengas las generalidades teóricas.¹

Se planteó un tipo de estudio descriptivo, con el fin de obtener información o datos que muestren la situación actual de las IPS mediante el análisis como su nombre lo indica descriptivo de las diferentes variable establecidas en el estudio; para ello, se estableció un cuestionario para la toma de los datos el cual se hizo a través de encuestas de tal manera que las medidas que se tomen contribuyan al mejoramiento esencial de los problemas.

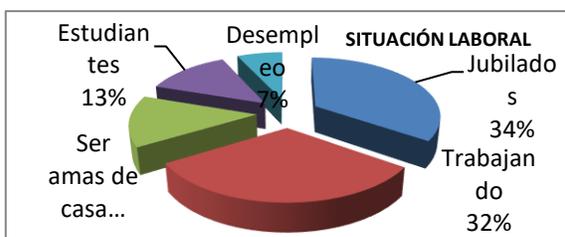
RESULTADOS

Características sociodemográficas de las personas encuestadas:

La distribución por sexo de las personas participantes en la encuesta ha sido muy Equitativo, siendo el 58% del total de participantes mujeres y el 42% hombres, en relación a la situación laboral, el 35% de los encuestados declararon estar jubilados, el 32% trabajando, seguido del 14% ser amas de casa, el 13% estudiantes y alrededor del 7% estar en situación de desempleo. Ver gráfico No.1

¹ SAUTU, R. (2003). Todo es teoría, objetivos y metodos de la investigación. Argentina: Lumiere

Gráfico 1. Situación laboral



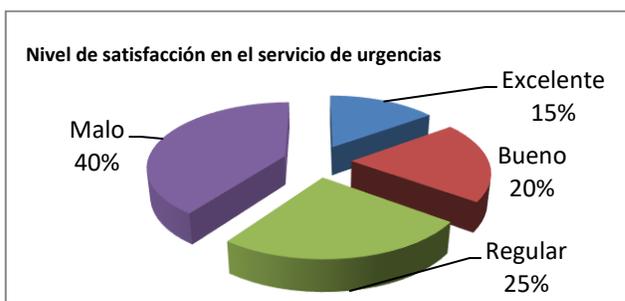
Fuente: Elaboración propia

En relación a la edad, los usuarios que tienen una edad promedio de 50 años (49 años hombres, 50 años mujeres), cabe decir que el 33% de los usuarios encuestados son personas mayores de 65 años.

Satisfacción de los usuarios

El nivel de satisfacción global en el servicio de urgencias demostró que en un 15% encuentran excelente, 20% bueno, 25% regular, percibiéndola como muy malo el 40%. Ver grafica No 2

Gráfico 2. Nivel de satisfacción en el servicio de urgencias

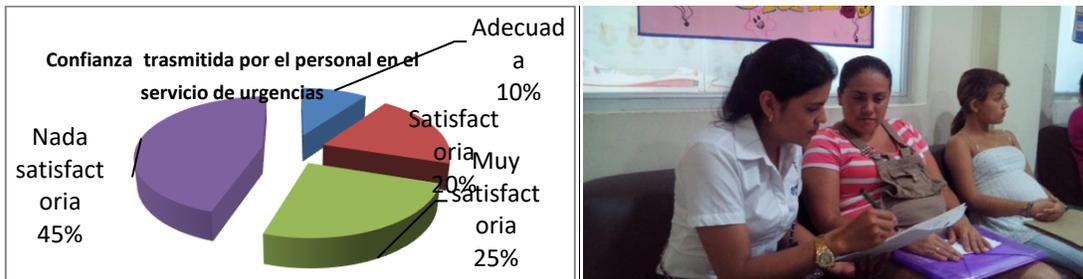


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la solución dada a los problemas de salud que motivaron al acceso a los servicios, la consideró inadecuada el 17% de los encuestados, insatisfactoria el 38% y tan sólo un 6% la consideró poco o nada satisfactoria.

Una de las principales fortalezas del sistema es la confianza que transmite el personal que lo compone, 140 de las personas encuestadas declara tener una confianza adecuada (10%), satisfactoria (20%) o muy satisfactoria (25%). Finalmente, menos de un 45% de los ciudadanos consideró nada satisfactoria la información recibida. Ver grafica No 3

Gráfico 3. Confianza transmitida por el personal



Fuente: Elaboración propia



DISCUSIÓN

El éxito de una empresa o institución, depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes, ellos son los principales protagonistas y el factor más importante que hacen que una empresa prospere o fracase, la cual, debe ir encaminada hacia la satisfacción del cliente; por ende los objetivos deben estar encaminados hacia la consecución de estos objetivos.

Si bien no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta, por ello todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. Muchas veces no es suficiente ofrecer productos de buena calidad, para que el cliente se sienta bien, es necesario reunir muchos aspectos y guiarlos todos hacia un mismo horizonte que son los clientes.

Por ello, el mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, donde la preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda para atender.

Por tal motivo, el proyecto surgió como resultado de la evaluación y posterior reflexión de las acciones que los consumidores de la ciudad de Neiva muestran al buscar, adquirir, utilizar, valorar y desechar los productos y servicios que consideran satisfarán sus necesidades. Para ello, organizamos una serie de actividades enfocadas principalmente en la forma en la que los individuos toman decisiones para emplear sus recursos disponibles como el tiempo, dinero y esfuerzo en dicho servicio o producto.

Además de ello, esta información puede ser útil para que las instituciones encargadas de dar apoyo a la población más necesitada, ayuden a resolver algunos de los problemas de origen económico que se presenten en las poblaciones que más lo requieren.

CONCLUSIONES

Se considera que los resultados obtenidos son una pieza fundamental para iniciar un trabajo en la institución, desde luego esto no sería posible sin el compromiso y la participación de la institución en el proyecto, quienes a través del mismo se mostraron muy interesados en los resultados.

Luego de verificar la el comportamiento y la satisfacción de los usuarios que asisten al servicio de Urgencias de la IPS Saludcoop de la Ciudad de Neiva, los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, refleja la insatisfacción de los usuarios que acceden al servicio de urgencias de la IPS Saludcoop de la ciudad de Neiva, ya que los usuarios refieren que para poder ser atendidos deben esperar horas y horas, y sobre todo primero ser valorados por un profesional y este determina si realmente es una urgencia o no, si no lo es deben pagar la cita como tal.

Los factores asociados entre la satisfacción del usuario externo y la motivación del personal de salud del área de Urgencia de la IPS Saludcoop de la Ciudad de Neiva, son los siguientes: dentro de los factores motivacionales de los usuarios internos estos tienen para ellos una importancia relativa de 20.1%, lo que representa un 32.5% de la población Insatisfecha y un Índice de insatisfacción de 13.3%.

La expresión de no satisfacción o insatisfacción de los usuarios se puede medir a través de la quejas con los asuntos relacionados por cualquiera de los procesos de prestación de servicios, con frecuencia es la motivación del personal de salud.

Se concluye y se hace necesario que la Institución, enfoque todos los esfuerzos para el mejoramiento de los procesos y así garantizar una prestación de servicios con calidad y mejorar los niveles de satisfacción de los usuarios.

La institución debe iniciar por la verificación y evaluación de sus empleados y de sus capacidades, con el fin de que el recurso humano sea idóneo y comprometido con la prestación del servicio de la IPS; así mismo, la gerencia debe comprometerse con la aplicación de una política formal de seguridad del paciente con el fin de que la institución cuente con fortalecimiento del equipo interdisciplinario para garantizar la seguridad del paciente y sus familias durante la estancia en la institución con mecanismos de identificación oportuna de posibles riesgos para este caso en el servicio de Urgencias.

Con este tipo de proyectos el impacto que se quiere generar, es un impacto beneficioso para este tipo de entidades que prestan servicios de salud; es el mejoramiento en la prestación de servicios de salud, que se presten servicios de calidad por parte del personal que es en la actualidad un personal humanizado, consiente, habilidoso, competente, oportuno y que se preocupa por el paciente.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para el mejoramiento del servicio prestado en el área de urgencias de la IPS Saludcoop de la ciudad de Neiva, es mejorar la calidad del servicio prestado a los usuarios que asisten allí, y sobre todo que la atención sea rápida y no tengan que esperar horas y horas para ser atendidos. Luego de presentar las conclusiones que arrojaron los resultados obtenidos sobre el comportamiento del consumidor de los servicios prestados en Saludcoop IPS en la ciudad de Neiva, es posible concretar las siguientes recomendaciones para mejorar y optimizar los servicios estudiados.

- ❖ Promover estrategias y programas de Salud, teniendo en cuenta el perfil del Consumidor de los Servicios prestados por las I.P.S.-C. en la ciudad de Neiva, principalmente a la población joven comprendida de 0 a 15 años y adulta madura mayor de 46 años, con el fin de incentivar su consumo.
- ❖ Las Entidades Promotoras de Salud deben tener presente las necesidades y expectativas que tienen los consumidores, con el fin de lograr su satisfacción y permanencia e igualmente aumentando la demanda de nuevos afiliados. Por lo cual se hace necesario vigilar, estudiar y ajustar continuamente los planes y servicios ofrecidos por las I.P.S.
- ❖ Examinar continuamente las influencias que tiene la cultura en el consumidor de los servicios proporcionados por las instituciones prestadoras de servicio y

promover programas de publicidad para ampliar el conocimiento que poseen los usuarios acerca de los Servicios ofrecidos por las E.P.S

- ❖ La inclusión de nuevas tecnologías trae consigo calidad, confiabilidad y desarrollo, los consumidores están conscientes de esto y observan debilidades en este punto, por lo que se recomienda adquirir equipos de mayor tecnología que permita mejorar la prestación de servicios y aumentar la satisfacción en los consumidores que finalmente, son quienes influyen en la selección y escogencia de las entidades.
- ❖ Es aconsejable realizar constantes programas de capacitación con el objetivo de mejorar el trabajo de funcionarios hacia consumidores. De igual manera, desarrollar planes y/o convenios con entidades especializadas que posean mayor disponibilidad de horarios para la prestación de servicios y personal con igual grado de profesionalismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ALDANA BERNARDO, U. “Los modelos de atención en salud, hacia una reforma estructural del sistema de salud colombiano”, [en línea] disponible en: moir.org.co/IMG/pdf/useche_salud_jun_2012.pdf, recuperado el 18 de septiembre del 2013

CABARCAS, L. et al., Ensayo sobre la crisis de la salud en Colombia [en línea], disponible en:
<http://www.unisinucartagena.edu.co/ObservatorioS/doc/octubre%202011/ENSAYO%20SOBRE%20LA%20CRISIS%20DE%20LA%20SALUD%20EN%20COLOMBIA.pdf>, recuperado: 24 de mayo de 2013

CALLEJO, M. J. Modelos explicativos del consumidor. A propósito de la motivación. Política y sociedad, 1994, vol. 16, pp. 93-110

CARACOL RADIO, Avalancha de quejas contra Saludcoop en Neiva, 2012 [en línea], disponible en: <http://www.caracol.com.co/noticias/actualidad/avalancha-de-quejas-contrasaludcoop-en-neiva/20120603/nota/1650175.aspx>, recuperado: 20 septiembre de 2013

CEPEDA, Manuel José. exposiciones virtuales derecho a la salud [en línea], disponible en:
http://www.ramajudicial.gov.co/csj/downloads/UserFiles/File/VARIOS/JURISPRUDENCIA_INTERES/Sentencias/T-760-08.pdf, recuperado: 13 mayo de 2013

CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 100 de 1993. En línea, disponible en: http://www.lexbase.com/INT/Ley_100_de_1993b.htm, recuperado: 10 mayo del 2013.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1122 de 2007, [en línea], disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22600>, recuperado 24 de mayo del 2013

Ley No 10 de 1990, [en línea], disponible en www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3421, recuperado 18 de mayo de 2013

DELGADO, M. L. Análisis del comportamiento del consumidor. Técnicas multivariantes aplicadas al consumo de vino en córdoba. Madrid, Editorial M. Lourdes Blanco. 1986

DOMINGUEZ, Juan, Las urgencias no son un juego”, [en línea] SURA. 01 Mayo, Disponible en: <http://www.sura.com/blogs/calidad-de-vida/urgencias-medicas-juego.aspx>, recuperado: junio 12 de 2013

GOY, A. M. y OKAZAKI, S. La investigación en España en comportamiento del consumidor (1989-2003). Estudios sobre consumo. 2004, No.68, pp. 27-40

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. Metodología de la investigación. México D.F. Mc Graw Hill, 2008, p.374

Howard, J. El comportamiento del consumidor. Madrid: Díaz de Santos. 1993

LAMB junior, Charles; HAIR junior, Joseph y Mc DANIEL, Carl., *Marketing*. 8 ed. Editorial Thompson. 2006

La Nación. Urgencias en cuidados intensivos, 2012 [en línea], disponible en: <http://www.lanacion.com.co/index.php/noticias-judicial/item/133509-urgencias-en-cuidados-intensivos>, recuperado: 23 de septiembre de 2013

Usuarios tienen la culpa, 2012 [en línea], disponible en: <http://www.lanacion.com.co/index.php/noticias-judicial/item/139361-usuarios-tienen-la-culpa-saludcoop>, recuperado 24 de septiembre de 2013

NICHOLLS MESA, G. Oportunidad y Crisis del Sistema de Salud Colombiano, [en línea] centro de pensamiento social disponible en: <http://www.bapp-eafit.info/uploads/docs/CP0050021.pdf>, recuperado: 23 de septiembre de 2013

OPA NOTICIAS, Estado interviene a Saludcoop, [en línea], disponible en: http://www.opanoticias.com/actualidad/estado-interviene-saludcoop-_9614, recuperado: 24 de septiembre el 2013

ORTEGA, Alicia y PIRELA, José Luis. Mercadeo de servicios y comportamiento del consumidor en las empresas farmacéuticas del municipio Maracaibo, en Marketing Visionario, vol. 1, No. 2.

PINEDA, E. B., y De Alvarado, E. L. Metodología de la investigación, Washington D.C., 3ra ed, Organización Panamericana de la Salud, 2008, p. 96

PORTAL DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, Ley 1438 de 2011 [en línea], disponible en www.presidencia.gov.co, recuperado 23 de mayo de 2013

PRIEGO ÁLVAREZ, H. R., “Análisis mercadológico del comportamiento del consumidor sanitario”, [en línea] Tesis doctorales en red, disponible en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/4614>, recuperado el 18 de septiembre

RÍOS, E. y RAMÓN, J. Comportamiento del Consumidor ante las Estrategias Promocionales Establecidas por el Sector Farmacéutico. [Trabajo de Grado], Maracaibo, Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín, Maestría en Gerencia de Mercadeo, 2007 [en línea] disponible en: <http://www.publicaciones.urbe.edu/index.php/market/article/view/2429/3614>, recuperado: 24 de septiembre de 2013

SALUDCOOP (E.P.S), [en línea], disponible en: http://www.saludcoop.coop/index.php?option=com_content&view=article&id=96&Itemid=56, recuperado: junio 8 de 200
SAUTU, R. Todo es teoría, objetivos y métodos de la investigación. Argentina: Lumiere. 2003

SCHIFFMAN, Kanuk. Comportamiento del Consumidor. 8 ed. Pearson, Prentice Hall. 2006

VALLET, M. T. BERENGUER, G. y Gómez, M. A., Análisis temático de la investigación en comportamiento del consumidor: 1968-2000. Estudios sobre consumo. 2002, No. 62, pp. 9-22