

ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS FRENTE A LOS SERVICIOS OFERTADOS POR REHABILITAMOS IPS EN EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2010

ANALYSIS OF PERCEPTION OF USERS FROM THE SERVICES OFFERED ON “REHABILITAMOS IPS” THE SECOND HALF OF 2010



Érica López carrasquilla

Tatiana Ochoa García

RESUMEN

En las empresas es necesario realizar un análisis de mercadeo para identificar las debilidades y fortalezas que presenta, con el fin de tomar correctivos en las debilidades y reforzar las fortalezas, generando una competencia con calidad en el servicio que se presta con respecto a las demás instituciones.

En el presente trabajo se mostrará el análisis de mercadeo que se realizó en la IPS Rehabilitamos, una institución que presta servicios en salud y donde prevalece la atención

fisioterapeuta que es el área a evaluar en este estudio.

Para comenzar se encontrará una previa identificación de la institución, su razón de ser y sus antecedentes positivos y negativos desde sus inicios. De acuerdo a esto se identifican aquellos aspectos que en el segundo semestre de 2010 generaron la necesidad de realizar un análisis más profundo sobre las falencias que se han presentado, con el fin de que los directivos de la institución tomen correctivos y mejoren la calidad de los servicios en fisioterapia.

Al identificar de acuerdo a los antecedentes aquellos aspectos negativos y positivos se procede a realizar un estudio de campo donde se aborda a los directamente implicados como los usuarios, los empleados y la competencia de la institución con el fin de corroborar la información que se sospecha.

Los resultados muestran información muy valiosa y preocupante para la institución, pues se está viendo afectada la integridad y el progreso de la empresa.

SUMMARY

In business it is necessary to conduct a marketing analysis to identify weaknesses and strengths, with, in order to take corrective action on the weaknesses and reinforce strengths, creating a competition with quality service provided with respect to other institutions.

In this paper we show the marketing analysis that was performed in the "IPS Rehabilitamos", an institution providing health services and where prevails care physiotherapist who is the area to assess in this study.

To begin you will find a prior identification of the institution, its rationale and its positive and negative history since its

inception. According to these aspects are identified in the second half of 2010 generated the need for a deeper analysis of the short comings that have been submitted to the directors of the institution to take corrective measures and improve the quality of physiotherapy services.

By identifying the background according to negative and positive aspects are necessary to conduct a field study which deals with those directly involved as users, employees and the competence of the institution in order to corroborate the information is suspected.

The results show valuable information and concern for the institution, it is being affected the integrity and progress of the company.

PALABRAS CLAVES

Servicios: Actividad en donde se busca responder a las necesidades de un cliente o de alguna persona en común. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el que primero se consume y se desgasta siempre en el momento en que es prestado.

Mercado: Es el ambiente social o virtual que propicia las condiciones para el intercambio de bienes y servicios, el cual aparece en el

momento en que se unen grupos de vendedores y de compradores, lo que permite que se articule un mecanismo de oferta y demanda.

Usuarios: Persona que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación.

Oferta: Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.

Demanda: Es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.



KEYWORDS

Services: Activity which seeks to respond to the needs of a client or someone in common. It defines a framework where activities will be developed with the idea of setting an expectation that is consumed first and always wears the time is borrowed.

Market: The virtual social environment or conditions conducive to the

exchange of goods and services, which appears at the time who join groups of vendors and buyers, which allows it to articulate a mechanism of supply and demand.

Members: A person having a right to use another's property with some limitation.

Offer: The amount of good or service that the seller is selling.

Demand: The quantity of a good or service that people want to buy.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Por qué se realizará el análisis del proceso de mercadeo del servicio de fisioterapia en la empresa IPS Rehabilitamos de la ciudad de Medellín en el segundo semestre de 2010?

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Dentro del control de calidad que se realiza dentro de la empresa donde se utiliza como método el buzón de sugerencias y las encuestas de satisfacción mensual (primera semana de cada mes). Se han identificado inconformidades entre los usuarios por la disminución en la calidad del servicio, han manifestado que se ha perdido la atención personalizada, el tiempo en la

atención también ha disminuido aunque se cumple con el reglamentario que es de 45 minutos, la asignación de citas se ha tornado más demorada pues la que más ligero asignan es a los 4 días de la solicitud y complicada pues ya las extensiones telefónicas no son suficientes. Además de esto la competencia se ha ido posicionando y ha llamado la atención de algunos de los usuarios que hacían parte esta empresa.



OBJETIVOS

GENERAL: Analizar de la percepción de los usuarios frente a los servicios ofertados por rehabilitamos IPS en el segundo semestre de 2010

ESPECÍFICOS: Examinar el funcionamiento de cada servicio teniendo en cuenta la parte administrativa, la calidad humana, el espacio ofrecido y la atención física de una muestra de IPS del Valle de Aburra

- Revisar los sistemas de información del usuario
- Analizar los resultados estadísticos arrojados por las encuestas, buzones de sugerencias, observación que se realizarán para el presente trabajo de aplicación.

JUSTIFICACIÓN

Desde hace algún tiempo se han presentado inconformidades en la calidad del servicio de fisioterapia entre los usuarios, debido a la pérdida de atención personalizada, el tiempo en la atención ha disminuido y la asignación de citas se ha tornado más complicada. Además de esto la competencia se ha ido posicionando y ha llamado la atención de algunos de los usuarios que hacían parte esta empresa.

El análisis de mercadeo del servicio de fisioterapia de la IPS Rehabilitamos permitiría identificar todos los aspectos negativos que se han estado presentando como los ya mencionados y a partir de estos resultados, plantear estrategias de mejoramiento, además se identificarían los aspectos positivos para fortalecerlos. De esta manera se buscaría recuperar la excelente calidad empresarial que ya se había logrado y sobre salir en el gremio de centros de Fisioterapia por ser la mejor entre todas las existentes en la

ciudad de Medellín. De tal forma se les ofrecería a los usuarios que adquieran los servicios fisioterapéuticos de la IPS Rehabilitamos una gran satisfacción.

Con esto se lograría una mejor aceptación entre la población en general que son los realmente beneficiados con los servicios ofrecidos. Además dentro de las estrategias se podría presentar la posibilidad de generar empleo a algunos fisioterapeutas.

No sólo los usuarios serían los más beneficiados, ya que la empresa como tal, tendría la posibilidad de crecer en calidad, en espacio y en reconocimiento al ser detectados y corregidos los problemas presentes dentro de la misma. Esto se lograría también porque al disminuir las cargas laborales los empleados trabajarían más a gusto ofreciendo mejores resultados en sus labores.

MARCO METODOLÓGICO

TIPO DE ESTUDIO: Expost – Facto; debido a que existen unas causas que son: el aumento de los usuarios, la infraestructura de una de las sedes no está completa, la falta de espacio, la falta de profesionales que obliga a los existentes a atender varios usuarios en el mismo horario y espacio, las pocas recepcionistas y la falta de líneas telefónicas para la comunicación de los usuarios. Todas

estas causas han conllevado a los siguientes efectos: inconformidades entre los usuarios por la disminución en la calidad del servicio, la pérdida de atención personalizada, la disminución del tiempo en la atención, la demora en la asignación de citas, la pérdida de algunos usuarios porque han preferido otras instituciones de fisioterapia.

MÉTODO, ENFOQUE: De acuerdo con los métodos de recolección de información y teniendo en cuenta que se tendrán resultados estadísticos se puede concluir que el enfoque de este trabajo investigativo es el cuantitativo. El método cuantitativo “trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada”¹.

Esta investigación es cuantitativa porque se pretende recolectar datos

¹ FERNÁNDEZ, S, Pita; DÍAZ, S. Pértegas. Metodología de la Investigación. Investigación cuantitativa y cualitativa. Fistera. Com, atención primaria en la red: España. 2002; 9: 76-78. http://www.fistera.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp

con diferentes variables a través de una muestra de usuarios de la IPS Rehabilitamos que arrojen resultados estadísticos que puedan mostrar la dimensión de los problemas que se puedan presentar en esta institución.

POBLACION Y MUESTRA

Población. La población escogida fue la totalidad de usuarios que utilizan los servicios de fisioterapia de la IPS Rehabilitamos que son 392 aproximadamente y todos los empleados incluyendo el personal administrativo y el asistencial que son 34.

Muestra. Se eligieron 40 usuarios de fisioterapia mayores de 20 años de edad de ambos sexos y 20 empleados entre administrativos, empleados generales y personal asistencial (fisioterapeutas).

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Encuestas: para identificar las inconformidades y satisfacciones de los usuarios con respecto al servicio.
- Buzones de sugerencias: con el fin de dar participación a los mismos usuarios para que manifiesten sus inconformidades, den sus ideas, y sugieran recomendaciones para el mejoramiento del servicio.

- Observación: visitar tres centros de fisioterapia con el fin de identificar sus estrategias y analizar la calidad del servicio que prestan.



MARCO CONTEXTUAL

La empresa en la cual se aplicará este proyecto será la IPS Rehabilitamos que se encarga de ofrecer servicios en Fisioterapia.

Misión: La empresa de Rehabilitación Física IPS REHABILITAMOS, es una institución de atención a usuarios con limitaciones físicas, que presta atención diagnóstica y terapéutica directa, comprometidos con la ética y la calidad de atención, a la población del Valle del Aburra y zona Noroccidental del país.

Visión: La empresa de Rehabilitación Física IPS REHABILITAMOS será para el 2015, un centro de atención integral para el paciente con limitaciones físicas, innovador, con nuevos elementos terapéuticos, que garanticen una prestación de atención con calidad, eficiencia y

oportunidad, y mayor cobertura local y nacional.

Valores corporativos:

- Calidad humana
- Ética
- Honestidad
- Confidencialidad
- Compromiso
- Cumplimiento
- Responsabilidad
- Comprensión.

Políticas de calidad: La empresa de Rehabilitación Física IPS REHABILITAMOS, está comprometida en brindar la mejor atención diagnóstica y terapéutica, con calidad, cumpliendo con las necesidades de nuestros usuarios, teniendo como prioridad la salud del ser humano, en su entorno social y laboral, basados siempre en la constante búsqueda de la mejora continua.

Conclusiones

En la IPS Rehabilitamos se está disminuyendo la calidad en la atención a los usuarios, además de su reconocimiento como empresa líder en la atención personalizada que ofrecía a los mismos. Esto se ha notado en la incomodidad que han manifestado debido a que no hay suficientes sedes y sus espacios se han reducido notablemente por el flujo de pacientes que ha aumentado; por este motivo se ha perdido la

comodidad y la privacidad que los usuarios necesitan, aunque manifestaron que los espacios son agradables con buena ventilación y se utilizan los suficientes recursos para la atención.

Además el personal de la IPS es insuficiente para organizar en poco tiempo el lugar de atención de los usuarios después de cada sesión lo que genera un retraso en la atención del resto de los usuarios. Por otra parte se ha reducido el tiempo de atención para los usuarios particulares a 45 minutos que generalmente era de una hora. Debido a estas falencias los usuarios se sienten inconformes con el costo de los servicios de fisioterapia.

Por otro lado la competencia mejora cada vez más en estos aspectos, ofreciendo una mejor calidad en el servicio y con precios más asequibles para los usuarios y esto ha significado la preferencia de los mismos hacia estas instituciones. Pero se puede destacar que con respecto a otras instituciones la IPS Rehabilitamos cuenta con un mayor número de su personal, que son profesionales y especialistas en áreas específicas de fisioterapia, mientras que en otras instituciones el personal carece de experiencia y especialidades.

RECOMENDACIONES

- Se deben realizar a menudo encuestas, entrevistas y revisar constantemente los buzones de sugerencia, con el fin de identificar los aspectos culturales, sociales, demográficos y epidemiológicos de la población, además de identificar por medio de los mismos usuarios las falencias que se estén presentando para mejorarlas de manera inmediata, ya que son ellos los principales implicados. De esta manera se comprenderá y se conocerá al usuario de forma que el servicio se adapte perfectamente a sus necesidades.
- Estudiar la posibilidad de crear alianzas con las clínicas más reconocidas de la ciudad con el fin de abrir sedes dentro de sus instalaciones, crear sedes independientes en otros sectores estratégicos de la ciudad y expandir las existentes con el fin de aprovechar y ampliar la demanda de usuarios que se presenta actualmente en la institución.
- Implementar servicios para la prevención de la enfermedad y promoción de la salud como yoga, caminatas ecológicas, rumba-eróbicos, stretching, Pilates, entre otros, para lograr así mayor captación de usuarios.
- Ofrecer como valores agregados programas semanales a grupos de usuarios de acuerdo a sus patologías como, escuelas de espalda, escuela de miembros superiores, escuelas de miembros inferiores, hidroterapia, masoterapia, terapias alternativas, entre otros que involucren tanto a los usuarios como a sus familiares con el fin de que puedan aportarles en su recuperación. De esta manera la institución mostrará a sus usuarios que además de su recuperación física le interesa su estado emocional y familiar.
- Incentivar con premios, remuneraciones económicas, capacitaciones, entre otros, al personal de la institución y resaltar al mejor empleado del mes con incentivos con el fin de mejorar el sentido de pertenencia, el ambiente laboral y con ello el mejoramiento de la calidad en los servicios, disminuyendo el margen de errores.
- Considerar la posibilidad de implementar el servicio de terapia domiciliaría para captar un mayor número de usuarios.
- Crear una página web donde aparte de compartir información

se puedan solicitar las citas virtualmente, ingresar a las redes sociales y sistematizar la historia clínica con el fin de agilizar los procesos.

- Mejorar la publicidad de la IPS Rehabilitamos por medio de volantes, avisos publicitarios físicos, televisivos, la prensa y la radio, con el fin de aumentar la popularidad de la institución.

BIBLIOGRAFÍA

BENASSINI, Marcela. Introducción a la investigación de mercados. México: Pearson Educación. 2001. 240 p.

BERMUDEZ, Lina. Mercados del servicio de fisioterapia en falla renal. Fundación universitaria María Cano: Medellín. 1999. 47 p.

CHURCHILL JR, Gilbert A. Investigación de mercados, cuarta edición. México: Thomson. 2003. 830 p.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 100 (23, diciembre, 1993). Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá D.C.: El Ministerio, 1993. 90 p

FERNANDEZ VALIÑAS, Ricardo. Fundamentos de mercadotecnia. México: Thomson. 2002. 335 p.

FERNANDEZ VALIÑAS, Ricardo. Manual para elaborar un plan de mercadotecnia, Tercera edición. México: Thomson. 2004. 214 p.

GALLEGO IZQUIERDO, Tomás. Bases teóricas y fundamentos de la fisioterapia. Panamericana, S.A: España. 2007. 237 p.

JANY CASTRO, Jose Nicolás. Investigación integral de mercados, tercera edición. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A. 2005. 486 p.

LAMP JR, Charles W. Et al. Marketing, sexta edición. México: Thomson. 2002. 751 p.

MENDOZA TORRES, Martha Rudth. Gestión de mercados. Bogotá: Escuela de administración de negocios. 2001. 387 p.

NOMAKFOROOSH, Mohammad Naghi. Metodología de la investigación. México: Limusa S.A. 2005. 525 p.

SERNA GÓMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. 8va edición. 3R Panamericana: Bogotá D.C. 2003. 414 p.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. Aprender a investigar. Módulo 2 "La investigación". Arfo editores LTDA: Santa Fe de Bogotá. 140 p.

YUNI, Jose Alberto; URBANO, Claudio Ariel. Técnicas para

investigar. Argentina: Brujas. 2006.
113 p.

GARCIA, Ramón. Pequeño Larousse
ilustrado, Bogotá: Printer Colombia.
1991. 1663 p.

WEBGRAFÍA

Ley 528 de 1999 Por la cual se
reglamenta el ejercicio de la profesión
de fisioterapia, se dictan normas en
materia de ética profesional y otras
disposiciones.

[http://www.mineducacion.gov.co/1621
/articles-105013_archivo_pdf.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-105013_archivo_pdf.pdf).

Oficina del emprendedor de base
tecnológica Madrid. Wikipedia la
enciclopedia libre.
<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

Wikipedia le enciclopedia libre
<http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>.