



CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

En conclusión se puede decir que a través de los resultados obtenidos de la investigación realizada en los hospitales de la ciudad de San Martín Texmelucan, aplicado a una población muestral de 50 personas mayores de 18 años tanto a clientes internos como externos de clínicas, hospitales, las cuales contestaron de forma individual a los incidentes críticos, se encontraron aspectos cruciales que se analizaron y se presentaron con mayor importancia. Dentro de estos aspectos cruciales se encuentran las cinco dimensiones del servicio extraordinario:

- Confiabilidad
- Seguridad
- Bienes tangibles
- Empatía
- Prontitud de Respuesta

Basándose en los resultados obtenidos se observó que la dimensión de confiabilidad obtuvo mayores puntuaciones lo que significa, que ésta representa valor significativo para los clientes de los hospitales de la ciudad.



Fuente: Elaboración propia



De lo anterior podemos concluir que la confiabilidad crea en las personas un alto grado de expectativas a la hora de realizar la elección del servicio del sector salud.

Actualmente, la preocupación está enfocada a la creación de confiabilidad, pues los clientes exigen capacidad de recibir el servicio prometido con exactitud y seriedad, sin dejar de mencionar que es importante también las otras dimensiones, tomando en cuenta el bienestar del empleado a través de proveerle una justa remuneración, evaluando y reconociendo su esfuerzo y desempeño, y otorgando al cliente lo que requiere, satisfaciendo cada una de sus necesidades, pues a través del trato que los empleados den al cliente, éste percibirá la calidad.

La necesidad de productos y servicios de calidad es algo bien comprendido y exigido por los clientes, por lo tanto, los enfoques que existían de calidad en el servicio se han ido modificando, ajustándose a las necesidades cambiantes del consumidor.

Como se pudo observar en este análisis, el sector salud muestra una alta preocupación por desarrollar estrategias de calidad en el servicio dentro de sus organizaciones, por lo que nos enfocamos a iniciar la creación de una estrategia, que cumpla y satisfaga las expectativas de los clientes que hacen uso de este servicio.



Como se mencionó en el primer capítulo, el objetivo general de esta investigación es la creación de una estrategia de calidad en el servicio para la prestación de un servicio extraordinario en el sector salud.

Es por ello, que la base de la investigación, resultó en analizar las expectativas de los clientes de los hospitales de la Ciudad de San Martín Texmelucan, además de analizar a la empresa en la que nos estamos enfocando y a sus competidores, con esta información se propone la implantación de una estrategia realizada para cumplir los mayores incidentes que se mencionaron en la investigación. Esta estrategia fue creada de acuerdo a cada sector de la organización que se puede aplicar, la investigación nos arrojó que se debe poner énfasis en las personas que prestan el servicio.

Durante el desarrollo de nuestra investigación se llegaron a identificar modelos relacionados con estrategias de servicios, los cuales fueron analizados y estudiados, tomando como base el modelo para un sector extraordinario, cuyo autor es L. Berry, pues dicho modelo toma como fundamento a la calidad del servicio sobre el cual se les ofrece valor a los clientes, siendo éste la parte primordial de la estrategia.

También llegamos a conocer por medio de la aplicación de encuestas de incidentes críticos los aspectos positivos y los negativos, siendo estos los atributos más importantes del servicio en un hospital para satisfacer y superar las expectativas de los clientes.



Analizamos a uno de los competidores más fuertes de la Ciudad de San Martín Texmelucan por medio de un análisis SWOT conociendo de ésta manera los atributos más importantes de los cuales son vulnerables dicho competidor.

Mediante el análisis SWOT se identificaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del hospital al que nos estamos enfocando y al mayor competidor, obteniendo datos que nos conllevan a identificar un marco de referencia para todas las inversiones encaminadas a mejorar el servicio.

Con dichos datos, se inició el desarrollo de una estrategia de servicios por medio de la estructura, la tecnología y los empleados, creando alta calidad que influya directamente en el valor de un servicio al aumentar sus beneficios y disminuir molestias. Se propuso esta estrategia en base a las necesidades de los pacientes, de una manera fácil de entender y aplicable a todos los miembros de la organización, ofreciendo a los clientes un valor auténtico.

7.2 Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones después del análisis que se llevó a cabo de las expectativas de los clientes además del análisis de los competidores y de la misma empresa, podemos recomendar que primeramente se tiene que respaldar lo planeado con una infraestructura con la que se pueda cumplir las expectativas de los clientes. En



segundo lugar proponemos la aplicación de la estrategia de servicios en base a lo que se planteó, llevando acabo un seguimiento más profundo a la presente investigación, pues dichos resultados obtenidos pueden contribuir a que los sectores de salud busquen la manera de conocer cuales son los aspectos que requieren ser analizados, estudiados y evaluados para desarrollar mejores métodos o técnicas que les permita detectar su posibles fallas, y establecer mejoras continuas, las que se traducen en mayores beneficios tanto para la organización como para sus empleados. De igual forma desarrollar una base de datos que les permita tener acceso a lo que en términos de calidad en el servicio esta surgiendo.

La implantación de un servicio extraordinario requiere de una reestructuración total, un cambio total en todos los sentidos, este cambio no puede ser de manera inmediata, se tiene que empezar poco a poco compartiendo la estrategia con todos los miembros del personal y estos tienen que volverlo una rutina diaria, adaptar la estrategia a cada decisión tomada.

La implantación de la estrategia no es una tarea fácil por que como se percibe son cambios totales, además de que el costo es alto.

Como se mencionó, uno de los principales factores que los clientes toman con importancia es la confiabilidad, para esto es necesario que cada servicio se pruebe, de manera que se garantice la confiabilidad en el servicio en todos los sentidos. Como nos pudimos dar cuenta, el personal juega un papel importante en la forma en como el



servicio será proporcionado a los clientes, por lo tanto se recomienda tomar en cuenta lo recomendado sobre la elección del personal adecuado.

La aplicación periódica del cuestionario para la evaluación de la calidad en el servicio, podrá mantener a la gerencia informada de las percepciones que los pacientes tienen del servicio y esto permitirá incorporar mejoras continuas al servicio.

La realización de este proyecto, nos permitió conocer el funcionamiento de un hospital, pero sobre todo lo que los usuarios perciben cómo un servicio de calidad. Nos permitió conocer las fortalezas y debilidades de la empresa y de los competidores, esto nos fue de gran ayuda para puntualizar la forma en cómo se tiene que ofrecer un servicio de calidad.

Con este estudio nos dimos cuenta de la importancia que tiene estar actualizado en cuanto a la calidad se refiere, no importa el tipo de empresa que sea.

Nos pudimos dar cuenta que la mayor parte de lo que los pacientes esperan es el servicio básico, por lo que nuestra estrategia esta basada en responder e ese servicio básico además de ofrecer un valor agregado que nos permita que el cliente perciba nuestro servicio como algo extraordinario.

Podemos concluir que la calidad es un concepto complejo y difícil de llevar a cabo, pero una vez que se hace filosofía en una organización resultará en una forma más fácil de administrar y de mantener satisfechos a los clientes. La calidad en el servicio es un concepto que va de la mano con toda la organización y que cuando se lleva a cabo de la



forma adecuada se puede garantizar una permanencia en el mercado, lealtad y satisfacción de todos los que se involucren con la organización. Con calidad en el servicio todos ganan.