

# ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**“Propuesta de mejora para el proceso de la central médica virtual, de la Empresa Veris de la Ciudad de Guayaquil, 2021”**

**Trabajo de Investigación  
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios

**Autores:**

Bach. Chillambo De León, Marola Ángela  
Bach. Fuentes Ronquillo, Tamara Eunice  
Bach. Medina Muñoz, Alfredo Vicente

**Docente Guía:**

Mtr. Leo Rossi, Ernesto Alessandro

**TACNA - PERU**

**2021**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

**ÍNDICES**  
**ÍNDICE DE CONTENIDO**

ÍNDICES .....	III
Índice de Contenido .....	III
Índice de Tablas.....	VI
Índice de Ilustraciones .....	VIII
Índice de Anexos .....	IX
RESUMEN .....	X
INTRODUCCIÓN .....	XII
CAPÍTULO I .....	1
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	1
1.1. Título del tema: .....	1
1.2. Planteamiento del problema:.....	1
1.3. Objetivos de la investigación (general y específicos):.....	2
1.3.1. Objetivo General.....	2
1.3.2. Objetivos Específicos.....	2
1.4 Justificación:.....	3
1.4.1 Teórica:.....	3
1.4.2 Metodológica: .....	4
1.4.3 Práctica:.....	4
1.5 Metodología: .....	5
1.5.1 Paradigmas de Investigación .....	5
1.6 Enfoque de Investigación .....	6
1.6.1 Cuantitativo.....	6
1.6.2 Deductivo.....	7
1.6.3 Exploratorio .....	7

1.6.4	Descriptivo .....	8
1.7	Alcances y limitaciones: .....	8
1.7.1	Alcances .....	8
1.7.2	Limitaciones.....	9
CAPITULO II	.....	10
2	MARCO TEÓRICO .....	10
2.1.	Conceptualización de los tópicos claves .....	10
2.1.1.	Dirección estratégica .....	10
2.2.	Importancia de las variables.....	22
2.3.	Análisis Comparativo.....	25
2.4.	Análisis Crítico .....	27
CAPITULO III	.....	28
3.	MARCO REFERENCIAL .....	28
3.1.	Reseña histórica .....	28
3.1.1.	Razón Social .....	28
3.1.2.	Objeto de la Empresa .....	28
3.2.	Filosofía Organizacional .....	29
3.2.1.	Política de la empresa .....	29
3.2.2.	Misión .....	29
3.2.3.	Visión.....	30
3.3.	Diseño organizacional .....	30
3.4.	Productos y/o servicios .....	32
3.5.	Diagnostico organizacional.....	40
CAPITULO IV	.....	41
4.	PROPUESTA .....	41
4.1.	Tamaño de la muestra .....	42
4.2	Encuestas .....	43
4.3.	Entrevistas .....	68
4.3.1.	Personas a ser entrevistadas.....	68

4.3.2. Preguntas de la entrevista .....	68
4.3.3 Entrevistas .....	69
4.4 Análisis FODA del servicio de Telemedicina de la empresa VERIS Guayaquil. ...	82
4.4.1 Matriz FODA .....	84
4.4.2 Análisis de las estrategias a utilizarse .....	87
CAPÍTULO V .....	91
5. SUGERENCIAS.....	91
5.1 Conclusiones .....	91
5.2 Recomendaciones .....	92
5.3 Bibliografía .....	93
6. ANEXOS.....	96
6.1 Formato para realizar las encuestas .....	96
6.2 Formato para realizar las encuestas .....	100
6.3 Evidencias Fotográficas .....	101

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1 Proceso de atención al cliente .....	15
Tabla 2 Perdida de un cliente .....	19
Tabla5 Edad de los encuestados .....	43
Tabla4 Sexo de los encuestados .....	45
Tabla5 Ingresos de los encuestados .....	46
Tabla6 Nivel de educación de los encuestados .....	48
Tabla7 Calificación médica.....	49
Tabla8 Motivo de la Tele consulta .....	50
Tabla9 Instrucciones para tele consulta .....	51
Tabla10 Información recibida .....	52
Tabla11 Manejo de aparatos médicos.....	53
Tabla12 Operación de las mediciones .....	54
Tabla13 Problemas de tele consulta .....	55
Tabla14 Funcionamiento de las terminales .....	56
Tabla15 Mediciones .....	57
Tabla16 Horario mediciones.....	58
Tabla17 Problemas con el kit .....	59
Tabla18 Problemas por viajes .....	60
Tabla19 Insatisfacción de la tele consulta .....	61
Tabla20 Consejo médico.....	62
Tabla21 Problemas con el internet .....	63
Tabla22 Problemas inicio de las sesiones .....	65

Tabla23 Matriz FODA.....84

Tabla24 Estrategias DAFO.....85

Tabla25 Matriz FO, FA, DO, DA.....86

Tabla26 Costo de la Propuesta de mejora .....90

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración1 Estructura Orgánica Funcional .....	31
Ilustración 2: Densitometría ósea .....	32
Ilustración 3: Odontología.....	33
Ilustración 4: Planes preventivos .....	34
Ilustración 5: Especialistas .....	35
Ilustración 6: Laboratorio .....	36
Ilustración 7: Laboratorio .....	37
Ilustración 8: Optometría .....	39
Ilustración9 Edad de los encuestados .....	43
Ilustración10 Sexo de los encuestados .....	45
Ilustración11 Ingresos de los encuestados.....	46
Ilustración12 Nivel de educación de los encuestados .....	48
Ilustración13 Calificación médica .....	49
Ilustración14 Motivo de la Tele consulta.....	50
Ilustración15 Instrucciones pata tele consulta .....	51
Ilustración16 Información recibida .....	52
Ilustración17 Manejo de aparatos médicos .....	53
Ilustración18 Operación de las mediciones .....	54
Ilustración19 Problema de la tele consulta .....	55
Ilustración20 Funcionamiento de las terminales .....	56
Ilustración21 Mediciones .....	57
Ilustración22 Horarios de mediciones.....	58

Ilustración23 Problemas con el kit .....	59
Ilustración24 Problemas por viajes .....	60
Ilustración25 Insatisfacción en la tele consulta .....	61
Ilustración26 Consejo medico .....	62
Ilustración27 Problemas con le internet.....	63
Ilustración28 Problemas inicio de las sesiones.....	65

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo1 Densitometría ósea .....	101
Anexo2 Odontología.....	101
Anexo3 Planes Preventivos.....	102
Anexo4 Laboratorio .....	102
Anexo5 Análisis de Laboratorio .....	103
Anexo6 Optometría .....	103

## **RESUMEN**

En el análisis situacional del Ecuador y el desempeño de la industria, mostraron factores claves que determinan las oportunidades y amenazas que pueda existir a lo largo del desarrollo de la aplicación, determinando así que la cultura del uso de celulares y de descargas de aplicaciones móviles está incrementando, así como la industria de seguros en el país, corroborando que dicho mercado está siendo liderado por una marca y que brinda grandes oportunidades de posicionamiento de este nuevo servicio.

El presente proyecto tiene como objetivo dar una mejora de marketing en el departamento de Atención al Cliente para poder generar una mejor competitividad en el mercado de Medicina, tomando en cuenta que en la actualidad la tecnología va avanzando exponencialmente es por eso que las empresas deben buscar siempre mejoras y actualizaciones para no quedarse atrás en el mercado empresarial.

Mediante el diagnóstico situacional de la empresa Veris pudimos conocer el estado actual de las asistencias médicas a los pacientes que se tiene por medio del centro de atención telefónica considerando el incremento de las personas que se acogen a la telemedicina.

El fin de este estudio es obtener la información necesaria para recolectar la información un análisis de las variables que intervienen en el departamento de Atención al cliente, a través de la investigación permitirá influir para el crecimiento de la empresa en la creación del marketing y publicidad para el desarrollo de la competitividad en los mercados de medicina.

Tomando en cuenta que gracias a la herramienta F.O.D.A se observó que la empresa tiene grandes Fortalezas y Oportunidades para poder generar el plan de mejora de manera satisfactoria indicando cuales son las estrategias de marketing que se utilizan para su desarrollo posterior al proyecto, pudo generar de manera satisfactoria como la propuesta de mejora se dio al servicio de la atención de la central medica virtual.

Mediante la propuesta de mejora se realizó con la investigación se pudo logró la satisfacción de los usuarios con la mejora del servicio de la atención de la central medica virtual de la empresa Veris.

**Palabras claves:**

Marketing, Atención al Cliente, Automatización de Procesos, Tendencias, Investigación de mercado, Seguros.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está dirigido hacia la empresa Veris donde tiene una de sus sedes en la ciudad de Guayaquil, lo que se busca es dar una propuesta de marketing en la empresa.

Se puede considerar que un servicio de calidad y a toda hora es lo más importante para sus afiliados individuales, es por eso por lo que han pensado en la creación de una aplicación móvil que les permita a estos clientes acceder a información y sus beneficios de manera más rápida y sencilla.

El fin de este estudio es obtener la información necesaria para recolectar la información un análisis de las variables que intervienen en el departamento de Atención al cliente, a través de la investigación permitirá influir para el crecimiento de la empresa en la creación del marketing y publicidad para el desarrollo de la competitividad en los mercados de medicina.

Capítulo I: Los antecedentes de la investigación, se cuentan en la presente investigación para indicar el método del problema, sus supuestos y objetivos, pero también para explorar su metodología y sus limitaciones de alcance.

Capítulo II: Marco Teórico, En este capítulo se realizará la conceptualización, importancia y modelo de las variables relacionadas con este tema de investigación, y comparar y analizar críticamente las variables mencionadas.

Capítulo III: Marco Referencial, En este capítulo se incorporará a la presente investigación la revisión histórica, la filosofía y el diseño organizacional de este tema de investigación de la empresa Veris.

Capítulo IV: Resultados, Aquí se tratará el diagnóstico obtenido y se resolverá la Propuesta en el Plan Estratégico en la empresa Veris.

Capítulo V: Sugerencias, En este capítulo se tratará estrictamente las conclusiones, recomendaciones y bibliografía de esta investigación.

Capítulo VI: El presente trabajo de investigación concluirá con los anexos correspondientes en donde irán las imágenes más significantes, así como los documentos que generan más valor el presente tema de investigación.

# **CAPÍTULO I**

## **ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

### **1.1. Título del tema:**

Propuesta de mejora para el proceso de la central médica virtual, de la Empresa Veris de la Ciudad de Guayaquil, 2021.

### **1.2. Planteamiento del problema:**

El presente trabajo de investigación está enfocado a la empresa Veris, misma que presta servicios de salud, consulta y tratamiento por médicos generales y especialistas en consultorios privados, como se lo puede apreciar en su actividad económica principal.

Está constituida desde el 10 de julio del 2006 con el RUC 1792040531001, se puede decir que la empresa actualmente tiene una gran población de servicios ambulatorios, y el sistema informático actual es ambiguo, lo que provocará retrasos en la atención de los pacientes, porque debe seguir algunos procedimientos que no han sido procesados por computadoras para obtener rápidamente la mayor cantidad de atención al paciente.

Es por eso que la empresa Veris se ve obligado a digitalizar mediante una central de atención medica telefónica la gestión de datos e información una de sus prioridades, porque es una demanda que crece rápidamente a lo largo del tiempo y para satisfacer plenamente su demanda de tecnología.

Es por esto, que con la presente investigación tiene como objetivo solucionar los problemas que actualmente aquejan a la empresa Veris, por lo que se necesita promover la gestión de la atención al paciente de manera virtual por intermedio de una central de atención medica telefónica y virtual; así automatizar el proceso de gestión de los pacientes mediante la implementación de sistemas informáticos.

Los puestos de salud hacen que la información de los pacientes sea más accesible, más fácil de transmitir y generan información eficiente y oportuna. En resumen, se espera mejorar el seguimiento y la atención al paciente mediante una central medica virtual en la empresa Veris de la ciudad de Guayaquil.

### **1.3. Objetivos de la investigación (general y específicos):**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Proponer un Proceso de mejora a través de una central medica virtual de la empresa Veris, mediante una metodología prospectiva participativa para el proceso de atención medica virtual de sus pacientes.

#### **1.3.2. Objetivos Especificos**

1) Determinar la situación actual de la empresa mediante un diagnóstico situacional con el fin de conocer el estado actual en las atenciones a los pacientes de la empresa Veris.

2) Establecer un análisis mediante la herramienta FODA permitiendo de esta manera relacionar ventajas y desventajas de la empresa Veris.

3) Proponer una mejora para el proceso de la central medica virtual de la empresa Veris que permita gestionar de manera digital los servicios de salud en los pacientes de la empresa.

4) Evaluar el impacto de la mejora en el proceso de la central medica virtual e la empresa Veris en la gestión de atención virtual de sus pacientes.

#### **1.4 Justificación:**

##### **1.4.1 Teórica:**

La presente investigación se justifica, porque se basa en determinar el impacto de una central medica virtual para la empresa Veris, de la ciudad de Guayaquil, si esta propuesta de mejora de la central medica virtual, ayuda a determinar el mejor desempeño de la empresa al igual que fijar los beneficios que la propuesta de mejora de la central medica virtual propuesto puede traer a la empresa; como mejorar la atención medica virtual de sus pacientes, al igual que mejorar la gestión digital de la información de los pacientes, como en mejorar las capacidades analíticas en los empleados de la empresa.

El desarrollo de una metodología que permita cumplir los objetivos para que a través de los datos más relevantes se logre especificar de forma integral una propuesta de marketing de excelencia en atención al cliente y modernas para que la empresa Veris Latinomedical S.A. pueda emplearlas con el fin de mejorar su situación económica actual que se ha visto afectada por la reducción de ingresos, asociado a la falta de publicidad.

#### **1.4.2 Metodológica:**

La presente investigación sobre una propuesta de mejora para el proceso de la central medica de la empresa Veris, se propone una metodología que podría ser válida para otro tipo de investigaciones respecto el proceso de la central medica con otras empresas de similares servicios de la ciudad de Guayaquil.

El instrumento para utilizar en esta metodología será una encuesta validada por el método de juicio de expertos, también, se procederá con una entrevista a los clientes registrados en el sistema administrativo de la empresa, y estos serán verificados por su grado de confiabilidad por el coeficiente de Alfa de Cronbach.

#### **1.4.3 Práctica:**

Las conclusiones obtenidas en la presente investigación se convierten en información relevante y fuente de consultoría importante para las demás empresas del mercado que ofrezcan los servicios de salud, consulta y tratamiento por médicos generales y especialistas en consultorios privados, ya que la presente investigación intentará brindar ventajas competitivas y apoyar la toma de decisiones de la propuesta de mejora para el proceso de la central medica de la empresa Veris.

## **1.5 Metodología:**

### **1.5.1 Paradigmas de Investigación**

#### **1.5.1.1 Positivista**

Según (Hernández, Sampieri; Fernández, Collado; Lucio, Baptista, 2010), nos dice:

Es aceptar conocimientos que procedan de la experiencia del sujeto, el empirismo. Mediante el principio de verificación de las proposiciones, sólo tienen validez los conocimientos que existen ante la experiencia y observación; todo debe ser comprobado para ser válido para la ciencia. En este paradigma la experimentación ha constituido la principal forma para generar teoría formal. (pág. 15).

Este trabajo de investigación se realizará bajo el paradigma positivista, porque es necesario encontrar la causa y el resultado del problema verificando ciertas teorías aplicadas en el caso para controlar o predecir el fenómeno.

Posteriormente, se verificará si la causa expuesta sea la causa real del problema del proceso de la central medica virtual de la empresa Veris, que a su vez generarán actividades no productivas.

#### **1.5.1.2 Sistémico**

Según la (Marcelo Arnold, Osorio Francisco, 1989), nos dice:

Se define un sistema como «un todo estructurado de elementos, interrelacionados entre sí, organizados por la especie humana con el fin de lograr unos objetivos. Cualquier cambio o variación de cualquiera de los elementos puede determinar cambios en todo el sistema. (pág. 24)

En la presente investigación se ha usado el paradigma sistémico debido a que en la empresa Veris es un sistema basado en la causalidad, la investigación bajo este paradigma es cómo descubrir problemas y determinar posibles soluciones para las alternativas de la empresa, para que el proceso determinado pueda ser revisado cuando sea necesario.

### **1.5.1.3 Pensamiento Complejo**

Según el autor Edgar Morin citado en el documento de (Enrique, 2014) , nos dice:

El paradigma complejo es “Cuando se trata de construir un método nuevo sobre la base de las ideas complejas que emanan de las ciencias y su conjugación con el pensamiento humanista, político social y filosófico.” (pág. 40)

En este trabajo de investigación se desarrollará el paradigma del pensamiento complejo, ya que se utilizarán los defectos y efectos de los eventos generados debido a que las fallas generadas por la investigación y el análisis basado en estándares se utilizarán para modificar el sistema organizacional del pensamiento complejo desde esta perspectiva.

Esto será verificado por la teoría científica que luego proporcionará a la empresa Veris una nueva dirección para la mejora del proceso de la central médica virtual.

## **1.6 Enfoque de Investigación**

### **1.6.1 Cuantitativo**

Según (Hernández, Sampieri; Fernández, Collado; Lucio, Baptista, 2010), nos dice:

“Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”

(pág. 28)

Se utiliza este método porque la encuesta recogerá información a través de encuestas que posteriormente se analizarán cuantitativamente solo la parte del contenido conocido, además estas encuestas serán verificadas mediante el alfa de Cronbach.

### **1.6.2 Deductivo**

Para los autores (Enrique V. M., 2019) nos dice:

“Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones”. (pág. 25)

Se procederá a utilizar el método deductivo en la presente investigación ya que se probarán los factores internos y externos que afectan el comportamiento de la empresa Veris, para que se pueda desarrollar una propuesta de mejora para el proceso de la central médica virtual en base a estos factores.

### **1.6.3 Exploratorio**

Según (Hernández, Sampieri; Fernández, Collado; Lucio, Baptista, 2010), nos dice:

“Se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado” (pág. 49)

Este nivel de investigación incluye el análisis del problema y el trabajo con la aplicación y usos de herramientas tecnológicas, además, que se desarrollará por primera vez la presente propuesta de mejora para el proceso de la central médica en la empresa Veris, para lograr una mejor atención virtual de sus pacientes.

#### **1.6.4 Descriptivo**

Según (Hernández, Sampieri; Fernández, Collado; Lucio, Baptista, 2010), nos dice:

“Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (pág. 45)

Se ha hecho uso del método descriptivo debido a que en la presente investigación se utilizará para especificar determinadas características o particularidades de un grupo, con el fin de recabar información valiosa que aporte a la presente propuesta de mejora para el proceso de la central médica virtual de la empresa Veris de la ciudad de Guayaquil.

#### **1.7 Alcances y limitaciones:**

##### **1.7.1 Alcances**

En la presente investigación, que trata sobre una Propuesta de para el proceso de la central médica virtual, de la Empresa Veris de la Ciudad de Guayaquil 2021, se realizará mediante un análisis situacional de sus procesos internos de la central medica mediante una entrevista a sus principales directivos, es decir a un total de 5 directivos de la empresa (especialistas internos), al igual que una encuesta a un universo muestra de 132 personas que reciben el servicio de atención medica virtual.

Esta investigación esta generada para una propuesta de mejora de la central medica de la empresa Veris de la ciudad de Guayaquil, misma que dure dos años es aquí donde el primer año se dará los resultados mediante un protocolo piloto indicando

con esto las mejoras y correcciones que se ha realizado en el servicio al cliente por intermedio de la central de atención medica virtual y en el segundo año dando la capacitación a todos los trabajadores para que de esta manera se complete la propuesta de mejora en la empresa, de esta manera permitirá obtener el mejoramiento de sus procesos de servicio al cliente por intermedio de la central de atención medica virtual.

### 1.7.2 Limitaciones

De acuerdo a los datos proporcionados por el Departamento de Contabilidad de la Empresa VERIS Guayaquil, hasta las instalaciones acuden un promedio de 5000 personas al mes. De este universo solamente 380 personas reciben tratamiento por tele consulta.

$$n = \frac{N \times Zc^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + p \times q \times Zc^2}$$

$Zc^2 = 1.962$  (ya que la seguridad es del 95%)

- $p =$  proporción esperada (en este caso  $5\% = 0.05$ )
- $q = 1 - p$  (en este caso  $1 - 0.05 = 0.95$ )
- $d =$  precisión (en este caso deseamos un 3%)

$$n = \frac{380 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2 \times (380 - 1) + 0.05 \times 0.95 \times 1.96^2}$$

$$n = 132$$

En tal sentido, se encuestará solo a 132 personas según la fórmula anteriormente demostrada para la empresa Veris de la ciudad de Guayaquil.

## **CAPITULO II**

### **2 MARCO TEÓRICO**

El desarrollo del marco teórico es la base fundamental para que se pueda demostrar los objetivos y el proyecto tenga una sustentación, con el cual se pueda desarrollar un excelente plan propuesto.

En la actualidad la empresa busca reforzar la atención médica que se da de forma manera virtual, en el cual la empresa ha tenido un sistema de comunicación ambigua lo que ha dificultado el proceso de atención al cliente en este periodo de pandemia. Es por ello que se presentan algunos problemas al proceso de atención virtual al cliente debido a que, durante el proceso de la pandemia, la forma más accesible de obtener ayuda era de forma virtual.

Por esta misma razón se comenzó a realizar una propuesta de mejora en el ámbito de atención al cliente, con la finalidad de ayudar a mejorar este punto, es por ello que se desarrollara en el marco teórico como se efectuara.

#### **2.1. Conceptualización de los tópicos claves**

##### **2.1.1. Dirección estratégica**

La dirección estratégica es importante dentro de la realización de proyecto de

investigación, debido a que este permite desarrollar una toma de decisiones al momento de hacer cualquier planificación. Con el objetivo de que la empresa tenga un beneficio propio y así mejorar la calidad de atención en la empresa. Es por ello que se señalara algunos puntos a tratar en el desarrollo de la investigación.

**a) Misión:**

Se define como el propósito genérico acorde con los valores o expectativas de los stakeholders. Dicho de otro modo, la misión pretende satisfacer las necesidades del entorno en que actúa, mostrando lo que se pretende hacer y para quien está dirigido el trabajo. (Silva, 2010, pág. 157)

Crear una misión de la empresa es fundamental debido a que con ello se pretende establecer un punto de partida, pues se muestra hacia quien está dirigido el servicio que se está ofreciendo.

**b) Visión o intención estratégica:**

Según lo señala (Silva, 2010) afirmando que

corresponde al estado futuro deseado, a la aspiración de la organización. La visión se define el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad. (pág. 157)

La visión es importante para la empresa debido a que con ello se planteara las metas a futuro, es decir cuáles son las aspiraciones que desea a largo plazo y con ello

llegar a tener un crecimiento competitivo dentro del mercado de servicios.

**c) Servicio al cliente:**

Según (Gonzalez, 1995) en su libro Técnicas del Servicio al Cliente:

“El servicio al cliente es todo esfuerzo encaminado a atender al cliente y a resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos. Es decir, el servicio al cliente es todo momento de contacto entre el cliente y la empresa” (pág. 12).

La atención al cliente es importante para el desarrollo de la empresa debido a que a partir de este momento se tiene una relación con el futuro cliente, es por ello que este es el punto de partida y se debe transmitir mucha confianza para que así se haya un lazo entre cliente y empresa.

**d) Condiciones que se cumplen en atención al cliente**

Según (Tschohl, 2008) señala lo siguiente:

Como señala la revista Electrical Contractor: “En nuestra sociedad orientada al servicio, la calidad del mismo ha llegado a ser para el éxito de las empresas, más importante que la calidad de producto. Y las empresas que van por delante en el camino del servicio excelente tendrán una ventaja comparativa muy poderosa respecto a las que se hayan quedado rezagadas”. Para lograr que esto se convierta en una realidad para su empresa se deben satisfacer las siguientes condiciones:

1. Compromiso por parte de la dirección. Este prerrequisito es crucial para el éxito de un programa de mejora de la calidad del servicio. Ninguna empresa debería

realizar publicidad ostentosa, con eslóganes como “amamos a nuestros clientes”, si los directivos no ven aún la importancia de un servicio personal y confiable, de la misma manera en que creen en los valores de patria, familia y utilidades. Las palabras y los actos de los directivos deben comunicar a los empleados, de manera permanente, ese compromiso. Lamentablemente, en mis años de experiencia en el área del servicio al cliente, he visto cómo consistentemente, los directivos se comprometen con el servicio sólo de palabra (y no de hechos).

2. Recursos adecuados. La empresa debe invertir con decisión el dinero necesario para desarrollar y mantener un programa de mejora del servicio diseñado profesionalmente.

3. Mejoras visibles del servicio. Las mejoras en el servicio que los clientes perciben se convierten (para ellos) en señales de que la calidad del producto (tangible o intangible) ha mejorado. Los servicios que ofrece la organización deben recibir mejor publicidad que la que se les hace a los servicios suministrados por la competencia.

4. Capacitación. Los empleados de la empresa deben recibir una capacitación amplia sobre cómo instrumentar una estrategia de servicio centrada en los elementos específicos, clave, que planteen los consumidores o clientes de la organización. Desde 1980 he estimulado a las empresas y organización para que capaciten a sus empleados. En términos generales, desafortunadamente, las empresas parecen ignorar que la capacitación en el área del servicio tiende a tener un impacto mayor en las utilidades que cualquier otra acción que empresa pudiera llevar a cabo.

5. Servicios internos. En una tienda de ventas al menudeo el departamento encargado de exhibir la mercancía y el de adquisiciones deben ayudarse mutuamente en la presentación de los productos, y en el establecimiento de sistemas de servicios

que incrementen los niveles de satisfacción y lealtad de los clientes. En las empresas del sector manufacturero, los departamentos de producción y mantenimiento deben interactuar de manera amigable y ayudarse mutuamente para poder entregar a los clientes productos que generen y consoliden su lealtad. Los distintos departamentos deben ayudarse unos a otros, en vez de hacerse la guerra.

6. Involucramiento o compromiso de todos los empleados. Todos los empleados deben sentir que su trabajo afecta la imagen que los clientes tienen de la empresa e, incluso, la calidad del servicio, no importando lo alejado que crean estar de las áreas que tienen contacto directo con la clientela o de las que se comunican directamente con ella. Esta es la razón por la que el Advanced Management Group me concedió permiso para manejar las ideas y campañas de su programa de compromiso total. (Tschohl, 2008)

La idea que transmite el autor en el enunciado es que se debe tener en claro cuál es el punto que se necesita estudiar, teniendo en cuenta que para que la atención al cliente sea prometedora se debe cumplir con ciertas condiciones. Las cuales en primera instancia fortalecerán la relación que se transmite y que debe existir con el cliente llegando a ser positiva.

**e)**

### **Comunicación interna:**

La comunicación interna se dirige al público interno que lo conforman accionistas, directivos, empleados (...) y nace como respuesta a las necesidades de las compañías de motivar su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde los cambios son permanentes y rápidos. Es el intercambio planificado de mensajes dentro de la empresa. (Donoso, 2014, pág. 12).

Tabla1  
*Proceso de atención al cliente*



Fuente: Elaboración propia  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

La tabla explica cómo se da el proceso de atención al cliente, es decir que primero la empresa muestra sus productos o servicios. Posterior se comunican con el personal de la empresa en donde se les brinda una atención de calidad, explicando al cliente lo que necesita conocer. Finalmente, se le asigna un especialista u otro campo al cual el cliente necesitaba y así se obtiene un cliente satisfecho, debido a que se cumplió con los parámetros que la empresa ofrece.

Para realizar una estrategia de atención al cliente es preciso establecer las fortalezas y debilidades que tiene la empresa, es decir tener un punto de partida en

donde se pueda establecer la base del estudio.

Uno de los métodos mejor utilizados es el FODA en el cual se lo puede definir por sus abreviaturas que son: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas. Con esto se puede tener una visión de cómo la empresa puede solucionar los problemas que tiene en el área de atención al cliente, pero este proceso se le puede utilizar con el FODA cruzado que significa:

### **FODA Cruzado**

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Nancy Campoverde Bernal, Juana Picon Carrera, 2011, pág. 26).

**Estrategia FA:** Trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución.

**Estrategia FO:** Es basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de estrategia es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios

**Estrategia DA:** Tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades, aquí la estrategia va dirigida a la sobrevivencia. En este caso, se puede llegar incluso al cierre de la institución o a un cambio estructural y de misión.

**Estrategia DO:** Tiene la finalidad mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas, una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decir invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad (Zambrano, 2019, págs. 47,48)

Con estas definiciones se puede concluir con la importancia que le pone la empresa al sector de atención al cliente. Debido a que con ello les ayudara a mejorar las debilidades que tengan y contrarrestarlas, para así cumplir con las necesidades que el cliente pide al momento de ocupar los servicios.

**f)**

### **Toma de decisiones**

La toma de decisiones dentro de una organización jerarquizada, se lo debe hacer de forma directa, ya que con ello dicha decisión mejorará o disminuirá la atención al cliente que se busca. Es por ello que:

“Aquellas que son tomadas por el jefe de ventas con respecto a los resultados obtenidos mediante la gestión de ventas. Tiene como fin fortalecer las estrategias mediante actividades de generación de valor y comunicación eficaz con el cliente” (Franco, 2017, pág. 18).

Esto nos menciona que las decisiones en su mayoría las realiza el jefe de ventas en este caso el supervisor de atención al cliente, el cual en primera instancia debe verificar que la comunicación entre asesor y cliente sea la mejor.

**g)**

**Meta estratégica:**

En su mayoría de las empresas se establecen una meta a la cual desean llegar, es por ello que para cumplirla es necesario saber en qué consiste. Según lo señala (Silva, 2010) alega lo siguiente:

señala que es una afirmación genérica del propósito. También decimos que es un fin principal relacionado con la supervivencia, valor y crecimiento a largo plazo de la empresa. Ejemplos de metas estratégicas son medidas de rendimiento, participación en el mercado, productividad y otros. (pág. 157)

La meta estratégica es llegar a un objetivo que la empresa se planteó en este caso, es mejorar la atención del servicio al cliente en el ámbito médico, es por ello que se necesita que la empresa sobresalga en el mercado de manera positiva. A continuación, se establecerá una ilustración en donde se señala que pasa si no se cumple con la meta.

Tabla 2  
*Perdida de un cliente*



Fuente: Virtualnet2

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

**h)**

**Objetivo:**

La empresa siempre debe desarrollar un objetivo fundamental para que sea la base de toda su creación. Haciendo énfasis en la autora (Silva, 2010) señalando:

que es la cuantificación, si es posible, de la meta. En otras palabras, es el enunciado más preciso de la meta (pág. 157)

Al establecerse un objetivo la empresa tiene una meta al cumplirse, pues con ello se realiza planeaciones entorno al mismo. Con este la empresa tendrá un mejor desarrollo dentro del mercado debido a que conoce la expectativa a la cual quiere llegar, en este caso la mejora de atención al cliente.

i)

**Núcleo de competencias:**

Según (Silva, 2010) menciona lo siguiente en relación al núcleo de competencia que se da en la empresa

Se refiere a los recursos, procesos o habilidades que son capaces de proporcionar “ventaja competitiva” a la organización

j)

**Estrategias:**

Es la dirección a largo plazo. Son declaraciones genéricas de la dirección que deben ser seguidas por la organización. Son las acciones necesarias para alcanzar los objetivos

k)

**Arquitectura estratégica:**

Es la combinación de recursos, procesos y competencias que se dan para aplicar la estrategia. Debe ser traducida en acciones y tareas

l)

**Control:**

Según (Silva, 2010) señala lo siguiente

Se da para lograr la efectividad de las estrategias y acciones y para modificar las estrategias y acciones si es necesario (pág. 157)

En donde es importante señalar las estrategias que se plantean dentro de la empresa debido a que con ello que puede tener un control completo del mismo y con ello llegar a un aspecto positivo.

### **e la evaluación del desempeño**

Según (Alveiro, 2009) señala lo siguiente con referencia a la evaluación del desempeño del personal:

Para el logro de una organización competitiva, es preciso contar con un recurso humano comprometido y capaz de brindar a la organización todos sus conocimientos y habilidades. Aunque esto no se logra, si en el proceso de selección no se hace uso de un principio fundamental a la hora del reclutamiento, como es la inducción. Es decir, la inducción se debe considerar como un sistema entrelazado que inicia en el ciclo del empleo con la selección y termina con la entrevista de salida (egreso), pero que a su vez se debe revisar en la evaluación del desempeño del personal. Se hace preciso entonces, que en todas las organizaciones una vez la persona ha sido seleccionada, se le dé a conocer: los objetivos, políticas y filosofía de la empresa a la cual recién ingresa, presentarle a sus superiores y compañeros de trabajo y orientarla en cuanto a las funciones, procedimientos y responsabilidades de su cargo. Cuando en las organizaciones se cuenta con un personal que tiene claro sus funciones y de la misión empresarial, es que se puede comenzar a hablar de la evaluación de desempeño, la evaluación del desempeño es un proceso de retroalimentación, acompañamiento y seguimiento continuo entre líder y colaborador, que se caracteriza por ser participativo y dinámico, que promueve el mutuo aprendizaje y que los hace dueños del desarrollo de sus competencias en el mejoramiento de los procesos y logro organizacional es decir, la evaluación del desempeño es una estrategia administrativa que implica una serie de interacciones permanentes (diálogo continuo) lo cual permite al subalterno un papel en

la planeación y desarrollo de su trabajo, asumiendo una mayor responsabilidad por sus resultados. (págs. 3-4)

Es importante que la empresa Veris se base en todos estos puntos anteriormente mencionados, para que así se pueda observar las falencias que posee y mejorar la calidad de atención al cliente.

La dirección de la empresa está orientada hacia propuestas que sean factibles para su mejor desarrollo, de la misma se dispone proyectarse a las metas que desea alcanzar. Es de esta manera que la empresa dispone orientarse hacia una estrategia clave para que así, las expectativas sean cumplidas.

## **2.2.**

## **Im**

### **portancia de las variables**

La importancia de las variables recae en la elaboración de un buen plan estratégico en donde se dé un punto de partida hacia un mejor desarrollo de la empresa. Con el cual tenga una direccional hacia donde quiere dirigir, pues esto le ayudará a que la empresa tenga un mejor desarrollo.

Es por ello que la propuesta señalada aportara a que la empresa tenga una mejor evolución en el campo de atención al cliente por parte de la misma, a través de una mejora en el sistema informático y con ayuda de nuevas plataformas.

La planeación estratégica es función de todo gerente/director a cualquier nivel de una organización o empresa, pues actualmente la gerencia y planeación estratégica son vitales en cuanto al éxito de las compañías ya que una estrategia inadecuada puede

crear serios problemas, no importando lo eficiente que puede ser una empresa internamente. Por tanto, desde el punto de vista empresarial abordar el proceso de planeación estratégica es referido al hecho de ratificar o renunciar a determinadas áreas de negocios; al hecho de establecer la disposición de los recursos, a la posibilidad de ampliar operaciones o diversificar, y a la identificación plena de los mercados y los sujetos sociales. (Jama, 2019)

Otro punto de vista en donde se señala por (Armijo, 2009) el punto de vista estratégico es:

La Planificación Estratégica, PE, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. La Planificación Estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos. (pág. 5)

Es importante señalar la importancia de la atención al cliente debido a que es parte fundamental de la realización de este estudio y señalar la relación que estos poseen. Es por ello que según (Cabello, 2001)

En las circunstancias actuales es cada vez más frecuente encontrar descontento y desconfianza de los pacientes hacia sus médicos; las razones de este hecho están relacionados con una inadecuada relación médicopaciente. La comunicación verbal no es el único mecanismo de la relación entre médico y paciente, factores tales como

actitud, la expresión y los movimientos corporales forman parte de la capacidad del médico para establecer una comunicación no verbal (15). Es frecuente la queja del tiempo insuficiente que el médico ofrece a su paciente para establecer una comunicación y empatía adecuada. En este aspecto los médicos que laboran en muchas entidades prestadoras de salud en nuestro país, son exigidos a rendir mayor producción, con menos recursos; descuidando la calidad. Luego existiría la tendencia a una relación médico-cliente, de trato muy superficial y de poca confianza.

Según el enfoque dualista de enfermedad dolencia, el tiempo y firma de la relación médico-paciente, redundará en beneficio de la satisfacción del paciente y la “confianza en su doctor”. William Osler dice: “para que el don de humanidad sea efectivo en la práctica médica, no solo se requiere de la comprensión del paciente y el intento de servirlo se necesita técnicas específicas para la expresión. El don de humanidad es ampliamente un arte de palabras y actitudes”. Las Universidades juegan un rol importante, en la enseñanza de la relación médico-paciente, durante toda la formación de los médicos. (pág. 99)

La importancia que posee el cliente en relación a la atención al cliente es importante pues se debe establecer un punto de confianza en donde el intermediario es el médico especialista.

Con esto se concluye que la planificación estratégica es el punto de partida para comenzar a solucionar un problema debido a que con ello la empresa tiene un punto de partida. Es decir, la toma de decisiones es una herramienta en la cual aporta a la institución que decisión debe tomar o porque camino se debe seguir.

### **nálisis Comparativo**

Los tópicos principales que se mencionan anteriormente aportaran a que la investigación tenga un modelo y una orientación que se proyecte, por lo cual se determinara una metodología en donde el proyecto de la empresa prospere. De esta manera se logra cumplir con las expectativas a formularse en los objetivos.

Según (Cano & Oliviera, 2008)

El modelo de planeación de Frank Banghart Quizá una de las descripciones más claras y completas del proceso de planeación, de acuerdo con la corriente de sistemas, es la que propone Frank Banghart en su obra Education Planning, que incluye las siguientes fases: definición del problema, conceptualización del problema y diseño de planes o alternativas, evaluación de planes o de alternativas, selección de planes o de alternativas, instrumentación del plan o de la alternativa y retroalimentación. (pág. 33)

Como se puede mencionar el autor tiene una perspectiva diferente al momento de señalar una propuesta de planeación en donde sobresale una corriente de sistemas, en el cual se debe seguir un proceso sistemático para que se pueda llegar a una conclusión principal del proyecto de investigación.

Los modelos se clasifican con relación a su propósito o técnica básica. Respecto al propósito del modelo hay dos tipos: 1) el modelo descriptivo y 2) el modelo de decisión. El modelo descriptivo tiene por objeto explicar las cosas tal como están o funcionan, no contiene juicio alguno del valor de los fenómenos porque su único objeto es presentar

las operaciones internas de un sistema. El modelo de decisión intenta penetrar en cómo deberían ser las cosas, es una formulación desarrollada con el propósito de identificar una solución mejor. (Cano & Oliviera, 2008, pág. 33)

Otro autor que señala un punto de vista diferente es Cano y Oliviera en donde ellos se basan en un propósito o técnica básica para crear una planificación estratégica, teniendo en cuenta varios puntos. Con la elaboración de dicho modelo se puede llegar a identificar el problema y de la misma manera con ello se puede llegar a una solución óptima para la empresa.

Otro autor (Fuentes & Cardozo, 2011) señala lo siguiente:

El Modelo Cuadro de Mando Integral, es un aporte de los investigadores Kaplan y Norton, quienes establecen que el plan estratégico empresarial debe estar contemplado dentro de un proceso de planificación estratégica, en el cual se utilicen herramientas que permitan a las organizaciones reflejar la estrategia del negocio. Asimismo los autores resaltan que este modelo es una herramienta útil en la construcción de los planes empresariales, la cual transforma la misión y la estrategia en objetivos e indicadores organizados en cuatro perspectivas diferentes: financiera, cliente, procesos internos y aprendizaje y crecimiento; permitiendo un equilibrio entre los objetivos a corto y mediano plazo, y entre los resultados deseados y los inductores de actuación de esos resultados. (pág. 122)

Hay que tener en cuenta que varios autores tienen una forma diferente de señalar el desarrollo de la propuesta de mejora.

### **nálisis Crítico**

En el caso de los resultados de la presente investigación se podrá deducir que los instrumentos utilizados en la presente investigación aportarán al desarrollo de la mejora en la atención al cliente. Se toma en cuenta que cada una de las formas de estrategias mencionadas, darán una guía para que se dé una propuesta final en donde la empresa VERIS sea la mejor.

De la misma manera los instrumentos ayudaran a que se enfoque en los factores críticos, posteriormente se de una mejor organización y cambio de la plataforma virtual de atención médica.

A pesar de que se dé una propuesta, esto no es preciso afirmar que se aplique y los resultados sean de forma inmediata. Debido a que, durante la aplicación del mismo, tendrá un resultado a largo plazo debido a que los clientes deben acoplarse a la nueva modalidad que la empresa VERIS está adquiriendo. De esta manera se podrá afirma si los cambios en la estrategia fueron positivos o se necesita realizar algún cambio.

## **CAPITULO III**

### **3. MARCO REFERENCIAL**

#### **3.1. Reseña histórica**

##### **3.1.1. Razón Social**

La empresa Veris Servicios es conocida actualmente como una empresa que brinda servicios de atención médica en algunas provincias del país. La misma que fue constituida por escritura pública el treinta de septiembre de 2006 inscrita en los registros públicos de la ciudad de Pichincha, con el RUC N°: 1792040531001

##### **3.1.2. Objeto de la Empresa**

La empresa Veris a lo largo de su trayectoria ha creado un objetivo fundamental para que sus clientes tengan los mejores servicios en la prevención de la salud según las necesidades. Es por ello que la empresa cuenta con la cobertura de la mayoría de las áreas de salud, utilizando la mejor tecnológica médica.

De esta misma manera cuenta con una excelente infra estructura para una mejor comodidad y seguridad, bajo la vocación y compromiso que prestan a cada uno de los usuarios de su establecimiento lo realizan de manera personalizada.

## **3.2. Filosofía Organizacional**

### **3.2.1. Política de la empresa**

La política de la empresa VERIS es contar con los mejores servicios en el área de la medicina cumpliendo con las necesidades de los clientes y de esta manera cumpliendo con la atención médica de calidad. La confidencialidad de los clientes es fundamental dentro de la empresa, dentro de todos los ámbitos médicos en donde es preciso brindar información correcta a todos los pacientes de lo que necesitan.

La información que se brinda es transparente en donde se trata de explicar de manera precisa como se realiza cada proceso dentro de la empresa. El objetivo principal es mejorar la calidad de vida de las personas con la prevención de enfermedades a través de las herramientas tecnológicas en instalaciones de calidad, donde se brinda comodidades y seguridad.

La misión de la empresa es el funcionamiento de los servicios médicos, en donde busca mejorar la calidad de atención a través de las nuevas herramientas tecnológicas. Pues debido a la pandemia la empresa tiene falencias en la plataforma de asesorías médicas.

### **3.2.2.**

### **Misión**

Somos un equipo con vocación y compromiso, que enamora a los usuarios, brindando servicios integrales de salud, de acuerdo a sus necesidades, de manera personalizada, con atributos de alta calidad, eficiencia e innovación. Es una

organización creada con promotores médicos y a partir de ello, está conformada por algunas compañías a nivel nacional.

### **3.2.3. Visión**

Seremos el mejor sistema integral de salud con vocación de servicios y compromiso con usuario.

## **3.3.**

### **Diseño organizacional**

La empresa Veris está orientada en brindar servicios de atención médica, buscando que el cliente tenga la mejor accesibilidad a la plataforma, para así cumplir con las necesidades del mismo. Cuenta con una amplia red de centrales independientes de atención médica ambulatoria.

En función a la organización que maneja la empresa se puede resaltar que su forma es vertical, pues tiene una forma jerarquía en donde la cabecera es la gerencia general o el director. Entorno al mismo se encuentran las diferentes áreas de la empresa, las cuales son fundamentales para que se dé un proceso de atención al cliente de forma eficiente. El siguiente organizador gráfico hace referencia a lo anteriormente señalado.

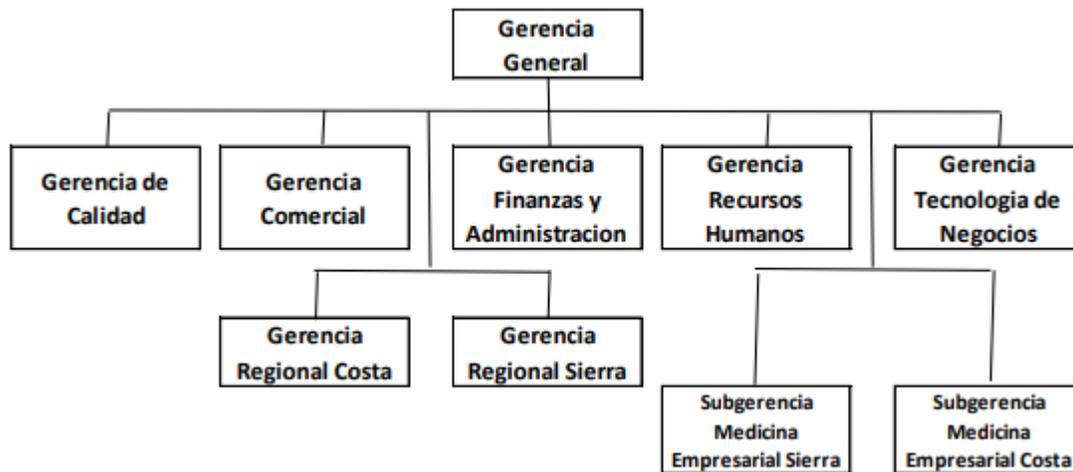


Ilustración1  
*Estructura Orgánica Funcional*  
 Fuente: (Latinomedical, 2014)  
 Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

En Veris la máxima autoridad de administración es el directorio y se reúne una vez al mes para revisar resultados de la gestión y tomar nuevas decisiones. El Gerente General está al frente de toda la estructura de la compañía, velando por el cumplimiento de los objetivos corporativos de cada área de negocio. Con la finalidad de coordinar la ejecución de estrategias y políticas y contar con un seguimiento de la consecución de planes y proyectos, existen varios Comités Ejecutivos. (Ron, 2014)

La estructura de la empresa veris se ve consolidado de forma vertical, lo cual tiene como objetivo que el cliente acceda a sus servicios de forma inmediata. Debido al proceso de la pandemia, la atención a las centrales médicas ha dificultado este proceso, pues no se maneja una plataforma adecuada.

### 3.4.

### Productos y/o servicios

Los servicios que ofrecen Veris es muy amplia debido a que cuenta con una red extensa de atención médica en todos los aspectos que el cliente necesite. Los servicios que se pueden mencionar son: óptica, planes preventivos, radiología, odontología, farmacia, laboratorio, las diferentes especialidades y salud ocupacional. Entre los cuales se detallarán a continuación, con la finalidad de que el cliente conozca a profundidad que servicio necesita.

#### a)

### Servicio de imágenes

El servicio de imagen es variado debido a que se tiene gran cobertura en lo que es radiología, ecografía, densitometría ósea, mamografía y resonancia magnética. En este caso se cuenta con todas estas áreas para que el cliente no tenga la necesidad de buscar en otro lugar y la atención sea precisa y organizada. Es por ello que cada uno de estos servicios está a cargo de personal capacitado en el tema.



Ilustración 2:

*Densitometría ósea*

Fuente: Webconsultas

Elaborado por: (Sacada, 2013)

b)

## Odontología

¡El cuidado del detalle de tu sonrisa en nuestras manos! Realizamos tratamientos de estética dental. Nuestras instalaciones cuentan con equipos de última generación que nos permite garantizar una mayor precisión y eficacia en el diagnóstico de su problema dental. Implementamos estudios personalizados para la estética y salud bucal de toda la familia.

En Veris odontología contamos con doctores especializados en la estética dental y tratamiento de cada paciente. Algunos de ellos son: limpieza, blanqueamiento y prótesis dental, ortodoncia, muelas de juicio, exodoncia, cirugía de canino y diseño de sonrisa. (VERIS, 2021)



Ilustración 3:  
*Odontología*

Fuente: Empresa VERIS  
Elaborado por: (VERIS, 2021)

c)

## Planes preventivos

Los planes preventivos que ofrece Veris es la variedad de los mismo debido a que se tiene un amplio catálogo en donde varían los precios y los servicios que se necesita. Llegando así a cumplir con necesidades que el cliente busca, ya que estos se dividen en paquetes para toda edad entre niños, adultos mayores, mujeres, hombres y adolescentes. Debido a que cada persona necesita diferentes cosas en el aspecto de la salud.



Ilustración 4:  
*Planes preventivos*  
Fuente: Empresa VERIS  
Elaborado por: (VERIS, 2021)

d)

## Especialidades

La empresa VERIS es una red ambulatoria más grande del país es por ello que se cuenta con una extensa lista de especialidades, para que el cliente tenga la opción de escoger lo que necesita, entre ellos encontramos: Cardiología, Cirugía maxilo-facial, Cirugía vascular, Densitometría ósea, Dermatología, Ecografía, Endocrinología, Endodoncia- odontología, Fisiatría, Gastroenterología, Ginecología, Implantología, Mamografía, Medicina General, Neumología, Neurología, Nutrición y dietética, entre otros más.

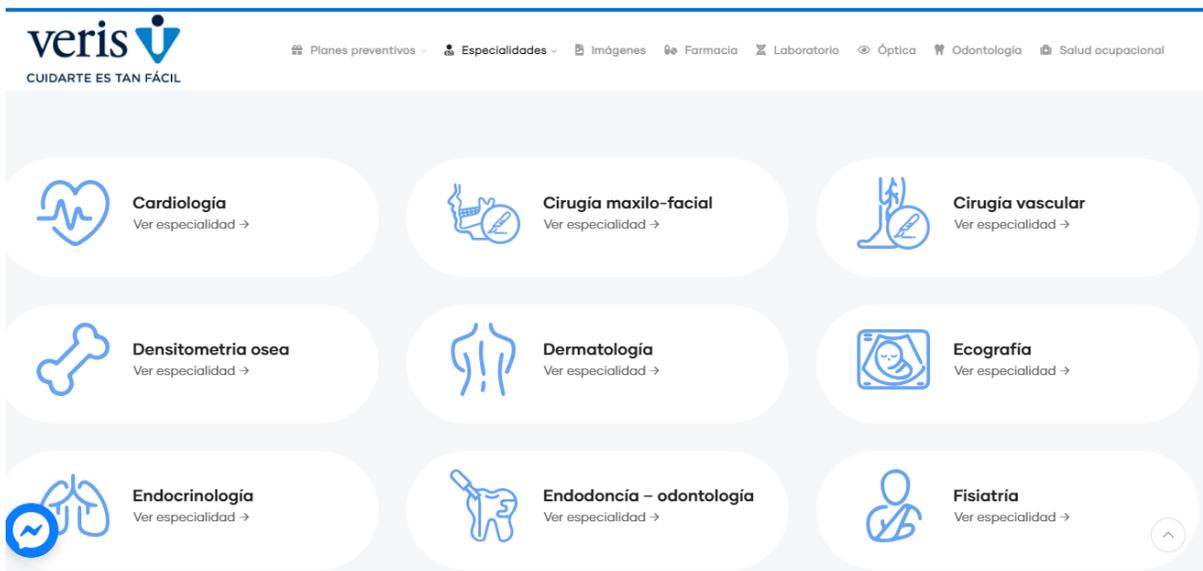


Ilustración 5:  
*Especialistas*

Fuente: Empresa VERIS  
Elaborado por: (VERIS, 2021)

e)

## Farmacia

Contamos con servicio a domicilio a todo público. Te asesoramos con las mejores alternativas costo-receta con productos seguros y de calidad. Nos preocupamos por tu bienestar y el de tu familia. Por ello, te recomendamos cuándo debes tomar la medicina a través de la app y contamos con certificación Bioequivalencia y de Biodisponibilidad. (VERIS, 2021)



Ilustración 6:  
*Laboratorio*

Fuente: Empresa VERIS  
Elaborado por: (VERIS, 2021)

f)

## Laboratorio

Proporcionamos un servicio confiable y eficiente con equipo a la vanguardia de la tecnología. Contamos con 24 laboratorios en Guayaquil, Quito y Cuenca, con certificados de calidad ISO 9001.

Puedes solicitar la toma de muestras de laboratorio a domicilio a través de la app Mi Veris de lunes a domingo. Además, puedes consultar los resultados de tus exámenes desde la página web, tu email o la aplicación móvil. (VERIS, 2021)



Ilustración 7:  
*Laboratorio*

Fuente: Empresa VERIS  
Elaborado por: (VERIS, 2021)

**g)**

## **Óptica**

En el servicio de óptica encontramos varios campos en los cuales la empresa es especialista, entre ellos encontramos:

### **Glaucoma**

El glaucoma puede causar ceguera si no es identificado y tratado oportunamente. Es una enfermedad que roba la visión de manera gradual y por lo general no presenta síntomas, por lo que la forma de diagnóstico es por medio de un examen completo de ojo.

### **Examen de fondo de ojo**

El examen de fondo de ojo es una técnica que permite observar el interior del globo ocular para diagnosticar una enfermedad o para comprobar la evolución de patologías como la diabetes o la hipertensión. Este examen no requiere preparación previa.

### **Optometría**

La optometría es la ciencia encargada del cuidado primario de la salud visual, a través de acciones de prevención, diagnóstico, tratamiento y corrección de defectos visuales. también se ocupa del diseño, cálculo y adaptación y control de lentes oftálmicas. (VERIS, 2021)



Ilustración 8:  
Optometría  
Fuente: Empresa VERIS  
Elaborado por: (VERIS, 2021)

**h)**

## **Salud ocupacional**

Las empresas en muchas ocasiones buscan que sus empleados obtengan un seguro médico y la empresa Veris cuenta con este servicio, para que así la empresa mantenga el cuidado de salud de sus trabajadores. En donde se ofrece paquetes de todo tipo y con la facilidad que la empresa busque, llegando así a cumplir con el bienestar de personas de la empresa que lo contrate.

### **3.5.**

### **Diagnostico organizacional**

El proceso de organización de la empresa Veris se basa en un jefe o director que se encarga de dirigir al personal, pues con ello se llegará a la atención del cliente. Hay que tomar en cuenta que este punto es fundamental en el desarrollo de la investigación debido que se podrá analizar cuál es el rol de cada uno de los miembros que conforman la empresa y así llegar a una solución.

Se llega a la conclusión que la falencia que tiene la empresa es que la atención que se brinda al cliente no es la mejor y más en la actualidad debido a que la página en donde se brinda agendamiento de citas se traba o simplemente no tiene un buen funcionamiento. Es por ello que es necesario solucionar esta área, para que así el cliente se sienta satisfecho.

## **CAPITULO IV**

### **4. PROPUESTA**

La telemedicina tuvo sus inicios en la década de los 80, el principal motivo fue la reducción de costos de las consultas médicas. También, otro de los motivos a tenerse en cuenta es que el paciente permanezca por más tiempo en su entorno natural.

Pero, con la venida de la pandemia las personas se vieron obligadas a un encierro general como una de las estrategias para evitar la propagación de la pandemia. En un principio. El coronavirus afectaba al sector de la población más vulnerable. La población de más de 65 años o adultos mayores fue la más afectada, pero en la actualidad ya se ha extendido a todas las edades.

En nuestro país, en la actualidad en los hospitales ya se ha empezado a recibir a personas consideradas jóvenes, con síntomas graves producto de las consecuencias de infectarse.

Las bondades de la telemedicina todavía están en un proceso de evaluación, para determinar cuáles son las consecuencias de su aplicación. En los países en los cuales la población se encuentra más dispersa dentro del territorio, se ha considerado como la mejor alternativa la telemedicina.

Obviamente, para poder llegar a este segmento de la población es necesario que posean una conexión de internet. Este problema en nuestro país no se ha podido remediar; pues, la educación ha tenido serios problemas en el área rural a la cual no

llega la conexión de internet.

Este problema social ha sido el ofrecimiento del nuevo gobierno. Pero realmente es un problema muy difícil de solucionar, pues, se ponen en juego intereses económicos de las grandes operadoras internacionales que dan este servicio.

#### 4.1. Tamaño de la muestra

De acuerdo a los datos proporcionados por el Departamento de Contabilidad de la Empresa VERIS Guayaquil, hasta las instalaciones acuden un promedio de 5000 personas al mes. De este universo solamente 380 personas reciben tratamiento por tele consulta.

$$n = \frac{N \times Zc^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + p \times q \times Zc^2}$$

$Zc^2 = 1.962$  (ya que la seguridad es del 95%)

- $p =$  proporción esperada (en este caso  $5\% = 0.05$ )
- $q = 1 - p$  (en este caso  $1 - 0.05 = 0.95$ )
- $d =$  precisión (en este caso deseamos un 3%)

$$n = \frac{380 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2 \times (380 - 1) + 0.05 \times 0.95 \times 1.96^2}$$

$$n = 132$$

## 4.2 Encuestas

### Pregunta1

*¿Dentro de que rango de edad se encuentra usted?*

Tabla3  
*Edad de los encuestados*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
de 15 a 20 años	1	1%
De 21 años a 30	8	6%
De 31 años a 40	21	16%
De 41 años a 50	29	22%
De 51 a 65 años	40	30%
más de 65 años	33	25%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

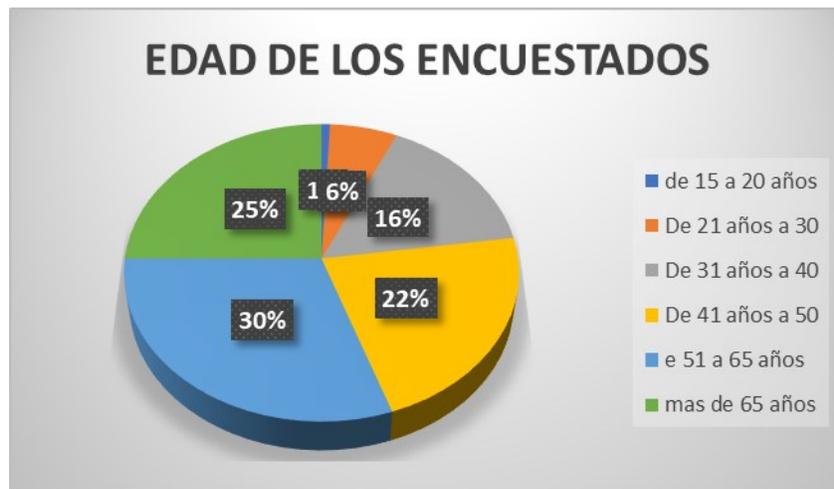


Ilustración9

*Edad de los encuestados*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

De acuerdo a los datos obtenidos de la respuesta a la pregunta sobre la edad de los encuestados se puede deducir que el mayor porcentaje de personas se encuentran entre los mayores a 51 años (30%).

También menores de 30 años hay un 7% que reciben telemedicina



## Pregunta 2

*¿Cuál es su sexo?*

Tabla4  
*Sexo de los encuestados*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Masculino	55	42%
Femenino	77	58%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración10

*Sexo de los encuestados*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

El mayor porcentaje de personas que colaboraron con la encuesta corresponde al sexo femenino, un 58% y el 42% restante pertenece al sexo masculino.

### Pregunta 3

#### *Promedio de ingresos mensuales*

Tabla 5

*Ingresos de los encuestados*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
de 0 dólares a 300 dólares	6	5%
De 301 dólares a 500 Dólares	28	21%
DE 501 dólares a 800 dólares	41	31%
de 801 dólares a 1000 dólares	46	35%
Más de 1000 dólares	11	8%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración 11

*Ingresos de los encuestados*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

En lo referente a la parte económica de las personas los resultados obtenidos nos dicen que un 5 % ganan el sueldo básico; son aquellas personas que generalmente las empresas les permiten tener un seguro médico como parte de los beneficios.

El segmento de encuestados cuyos ingresos mensuales son más de 1000

dólares mensuales, corresponde al 8%. Este grupo puede pagar su seguro médico.

## Pregunta 4

### *Nivel de educación*

Tabla 6

*Nivel de educación de los encuestados*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Ninguna	0	0%
Primaria	3	2%
Secundaria	47	36%
Tercer nivel	64	48%
Cuarto nivel	18	14%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

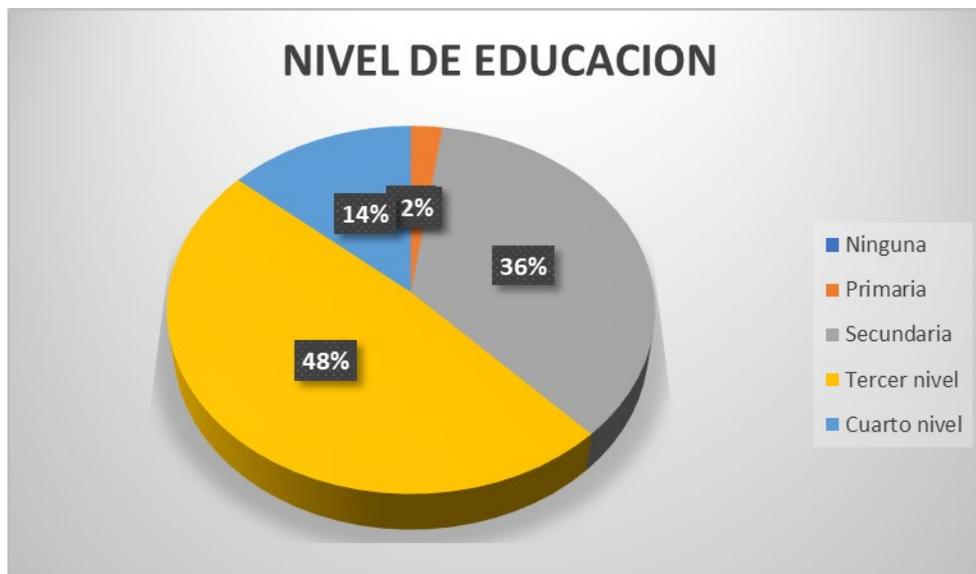


Ilustración 12

*Nivel de educación de los encuestados*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Las personas con un nivel de educación correspondiente al tercer y nivel y secundaria son mayoría, debido a que sumados estos niveles dan como resultado 84 % del total. Se puede asegurar que este valor es el promedio de educación de las

personas mayores a 51% en general.

## Pregunta 5

*Su médico le ha calificado, como*

Tabla7  
*Calificación médica*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Paciente de riesgo bajo	30	23%
Paciente de riesgo medio	79	60%
Paciente de riesgo alto	23	17%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

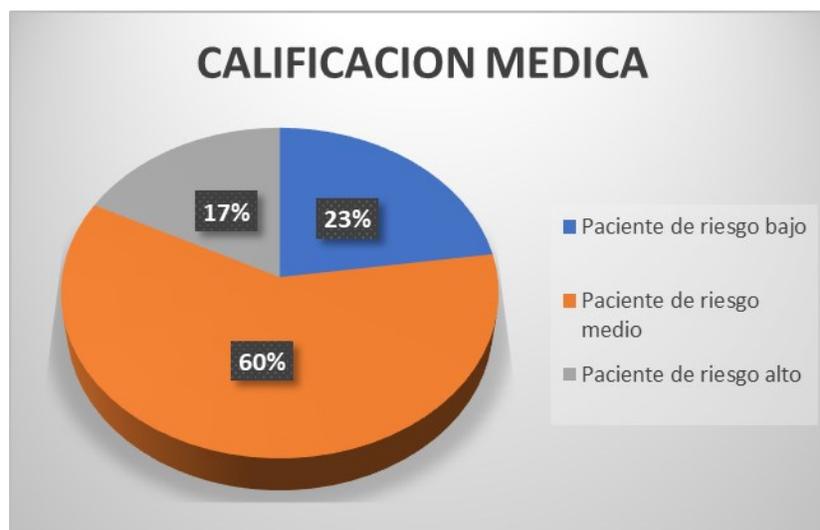


Ilustración13

*Calificación médica*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Los pacientes con riesgo alto en la calificación médica de su estado de salud, corresponde al 17%. Si se toma en cuenta los cuidados que debe tener con este tipo de pacientes, es un segmento de mucho cuidado.

Los pacientes con bajo riesgo que corresponde a un 23%, son aquellos que han sido contaminados con el coronavirus y que por su condición deben evitar el contacto con otras personas.

Los pacientes con riesgos medio son el 60% del total.

### Pregunta 6

*¿Por qué se decidió por la tele consulta?*

Tabla8  
*Motivo de la Tele consulta*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Comodidad	20	15%
Temor al contagio	66	50%
Consejo de mi médico	22	17%
Por no salir de casa	19	14%
Otros	5	4%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración14

*Motivo de la Tele consulta*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

El 50% de las personas encuestadas manifiestan que se decidieron por la tele consulta debido al temor de ser infectadas por el virus, si salen a un lugar diferente al lugar de residencia.

El 20% manifiesta que les resulta más cómodo poder ser atendidos en su propia

casa, pero necesitan conocer cuáles son los problemas que pueden tener en este tipo de atención médica

Pregunta 7

*¿Qué opina de las instrucciones emitidas por la Empresa VERIS acerca de la tele consulta?*

Tabla9  
Instrucciones para tele consulta

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Pésima	5	4%
Mala	12	9%
Regular	44	33%
Buena	36	27%
Muy buena	20	15%
Excelente	15	11%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración 15  
Instrucciones para tele consulta  
Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Las instrucciones emitidas por la empresa VERIS Guayaquil, no son del todo claras para los pacientes que se encuentran bajo este régimen. Se debe, hacer

hincapié en la explicación previa de las bondades y problemas que existen en esta nueva forma de medicina.

Pregunta 8

*¿Cuál es su opinión de la información recibida por la empresa VERIS sobre el manejo de aparatos para tele consulta?*

Tabla 10  
Información recibida

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Pésima	5	4%
Mala	10	8%
Regular	10	8%
Buena	47	36%
Muy buena	43	33%
Excelente	17	13%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración 16  
Información recibida  
Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

En el área de la video-consulta es importante que los pacientes conozcan muy bien acerca del manejo de los aparatos que sirven para se pueda cumplir de manera satisfactoria con los objetivos.

Este parámetro es vital en este tipo de medicina, pues los resultados dependen de una manera directa de como el paciente puede realizar esta actividad.

### Pregunta 9

*¿Cuál es su opinión acerca de la facilidad del manejo de los aparatos médicos?*

Tabla 11  
*Manejo de aparatos médicos*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Pésima	29	22%
Mala	15	11%
Regular	33	25%
Buena	29	22%
Muy buena	14	11%
Excelente	12	9%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

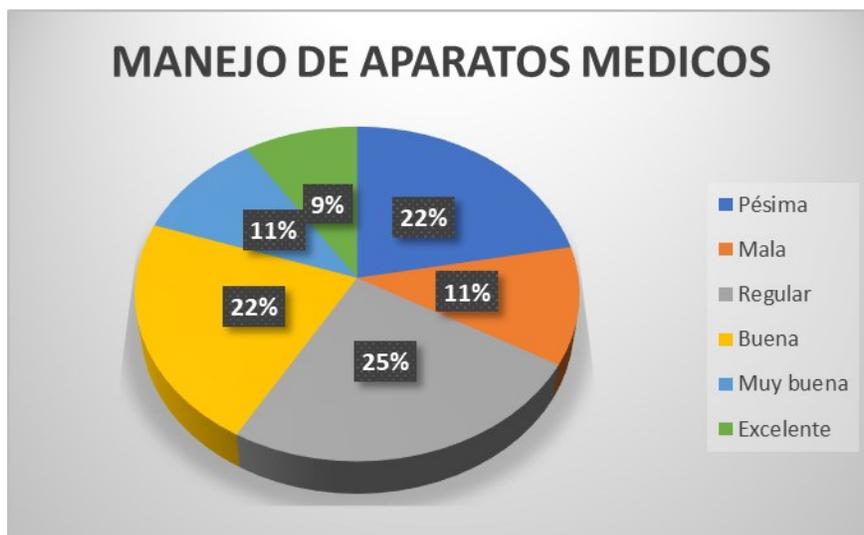


Ilustración 17

*Manejo de aparatos médicos*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

El 22% de la población encuestada afirma que el manejo de los aparatos médicos tiene un grado de dificultad alto. Los médicos que se hallan en este plan de video medicina deben tomar en cuenta que el porcentaje de personas mayores de 50

años es significativo. A este grupo la tecnología no es muy amigable; por lo tanto, necesitan una buena inducción.

Pregunta 10

*¿Le pone nervioso realizar las mediciones?*

Tabla 12  
*Operación de las mediciones*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Poco	89	67%
Regular	11	8%
Nada	32	24%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

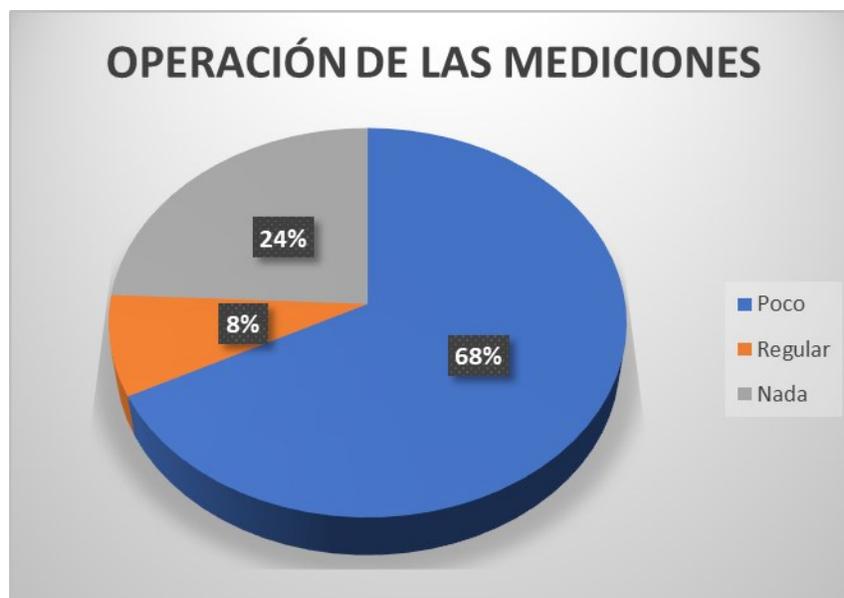


Ilustración 18  
*Operación de las mediciones*  
Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

A la pregunta relacionada con el nerviosismo en el manejo de las operaciones de mediciones el 67% manifiesta que si les afecta a los nervios esta operación. Pero, conforme se van acostumbrando a esta operación les parece más familiar y el grado de dificultad disminuye significativamente.

## Pregunta11

*¿Es usted un paciente no autónomo que cree que tele consulta es una carga para su cuidador?*

Tabla13  
*Problemas de tele consulta*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Poco	43	33%
Regular	51	39%
Nada	38	29%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

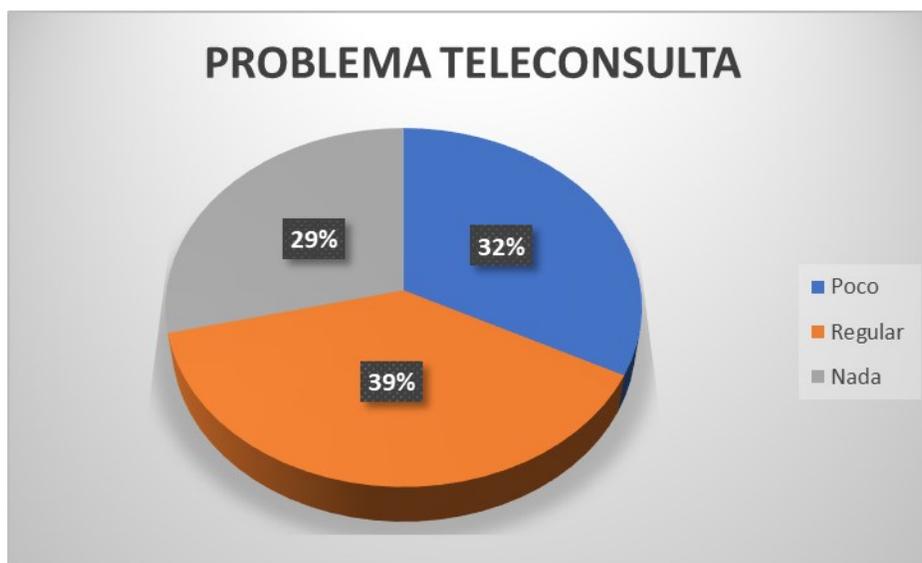


Ilustración19

*Problema de la tele consulta*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Los cuidadores de las personas que se hallan recibiendo las video consultas, también se han mostrado un poco molestos con este proceso. Es una técnica nueva que deben aprender y deben estar atentos a los horarios, y, al bueno uso de los equipos de medición.

## Pregunta 12

### ¿Olvida cómo funcionan los terminales?

Tabla 14

*Funcionamiento de las terminales*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Mal	67	51%
Regular	49	37%
Bien	16	12%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración 20

*Funcionamiento de las terminales*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Para la mayoría de las personas el 51% el funcionamiento de las terminales les parece que está mal. Esto se debe a que tienen que aprender a utilizar la nueva tecnología, En este sentido se debe aclarar que conforme van tomando la práctica necesaria cambia este concepto.

### Pregunta 13

*¿Algunas mediciones le resultan complicadas de hacer?*

Tabla 15  
*Mediciones*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Nunca	31	23%
A veces	73	55%
Siempre	28	21%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

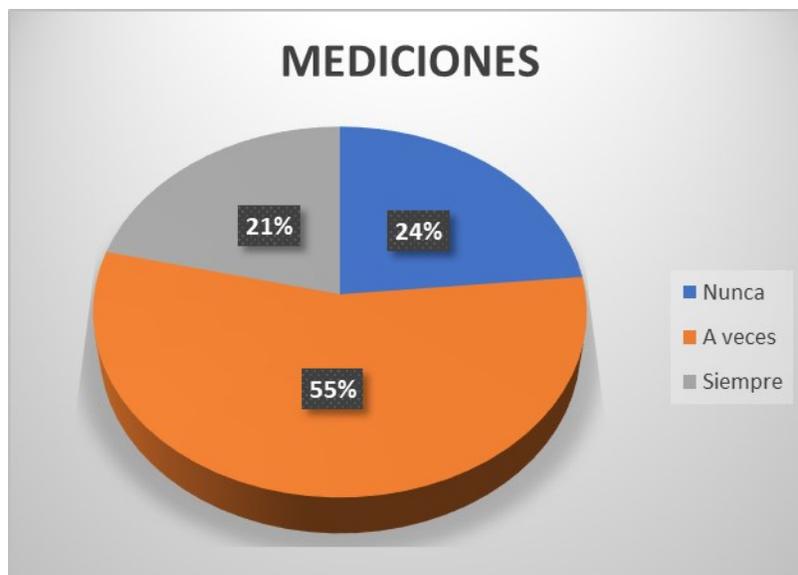


Ilustración 21  
*Mediciones*

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

De los resultados de la encuesta un 21% manifiesta que siempre les resulta complicado las mediciones de los parámetros que necesitan realizarse. Esto se debe al temor de realizar ciertas mediciones solo con la ayuda de una persona que se encuentra a distancia.

Pregunta 14

*¿Mediciones incompatibles con su horario habitual?*

Tabla16  
*Horario mediciones*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Nunca	71	54%
A veces	37	28%
Siempre	24	18%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración22

*Horarios de mediciones*

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Conforme va aumentando el número de personas que se acogen a este sistema de medicina, este problema va creciendo pues los galenos deben estar dispuestos a satisfacer a los pacientes, con los horarios que ellos pueden estar disponibles.

Sin embargo, no se debe olvidar que siempre la premisa es satisfacer las necesidades de los clientes. Un cliente satisfecho es la mejor propaganda que un negocio puede recibir.

Pregunta 15

*¿Ha tenido problemas técnicos con el kit que no se han podido resolver?*

Tabla 17  
*Problemas con el kit*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Nunca	58	44%
A veces	65	49%
Siempre	9	7%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración 23  
*Problemas con el kit*  
Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

La respuesta a esta pregunta, permite conocer que las personas si tienen problemas técnicos con el kit de medicina que los deben manejar. Las acciones para que estos aparatos funcionen de la manera adecuada, necesita de una mano de obra

experta en este tipo de equipos.

Es importante que al momento de la tele consulta todos los equipos se encuentren funcionando adecuadamente.

#### Pregunta 16

*¿Viaja a menudo y no quiere llevar el kit?*

Tabla 18  
*Problemas por viajes*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Nunca	38	29%
A veces	85	64%
Siempre	9	7%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración 24

*Problemas por viajes*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

El problema de los de las personas que se hallan bajo este tipo de tratamiento porcentualmente es muy bajo. Pero, se debe tomar en cuenta que no se debe dejar a todos los pacientes en lo que a sus problemas se refiere. Este tipo de medicina es

prácticamente nuevo en el medio y se ha incrementado a partir de la pandemia.

Para la empresa VERIS Guayaquil, todos los clientes son importantes y es obligación satisfacer sus necesidades.

Pregunta 17

*¿Insatisfacción o no cree en la utilidad de la tele consulta?*

Tabla 19

*Insatisfacción de la tele consulta*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Si	114	86%
No	18	14%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración 25

*Insatisfacción en la tele consulta*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Es digno de un análisis la insatisfacción del 86% en lo que se refiere a la tele consulta, tomando en cuenta que la población mayor a los cincuenta años, se halla ante otro tipo de relación médico-paciente. Es muy difícil el tratar de cambiar ciertos estereotipos especialmente entre la población adulta, que está acostumbrada a otro tipo

de atención médica.

### Pregunta 18

*¿Tuvo usted recelo de decirle no a su médico sobre la tele consulta?*

Tabla20  
*Consejo médico*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Si	67	51%
No	65	49%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

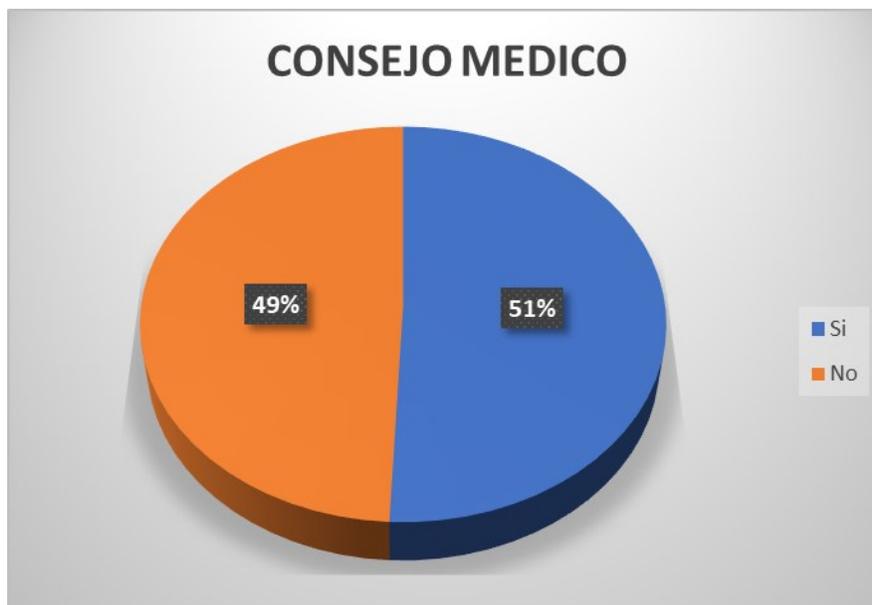


Ilustración26  
*Consejo medico*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

El 49% tuvo recelo de decirle a su médico que no quería el video consulta o el tratamiento por medio de la tecnología actual como es la video consulta.

Siempre hay un temor a lo desconocido, más aún cuando se tiene que cambiar

mentalmente de todo el proceso de atención médica, que va desde la atención personalizada a la video-consulta.

Pregunta 19

*¿Tiene problemas de conexión durante las sesiones de telemedicina?*

Tabla 21  
*Problemas con el internet*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Si	102	77%
No	30	23%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración 27  
*Problemas con el internet*  
Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Aunque no es un problema que pueda ser solucionado por la empresa VERIS, pero si es una molestia que en medio de una sesión de tele consulta, la conexión presente fallas y no se puede seguir con el plan de la sesión

Se debe recomendar a revisar el plan de internet.

Pregunta 20

*¿Tiene problemas para iniciar las sesiones de telemedicina?*

Tabla22

*Problemas inicio de las sesiones*

PARAMETRO	NUMERO DE CASOS	PORCENTAJE
Si	84	64%
No	48	36%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Ilustración28

*Problemas inicio de las sesiones*

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Estos casos se presentan en las mayores de 65 años que necesitan de una persona que les ayuden a iniciar la sesión de internet para la tele consulta.

#### **4.2.1 Resumen las colusiones halladas en las encuestas.**

De acuerdo a los datos obtenidos de la respuesta a la pregunta sobre la edad de los encuestados se puede deducir que el mayor porcentaje de personas se encuentran en el rango de mayores a 51 años (55%).

El segmento de encuestados cuyos ingresos mensuales son más de 1000 dólares mensuales, corresponde al 8%. Este grupo puede pagar su seguro médico.

Las personas con un nivel de educación correspondiente al tercer y nivel y secundaria son mayoría, debido a que sumados estos niveles dan como resultado 84 % del total.

Los pacientes con riesgo alto en la calificación médica de su estado de salud, corresponde al 17%. Si se toma en cuenta los cuidados que debe tener con este tipo de pacientes, es un segmento de mucho cuidado.

El 50% de las personas encuestadas manifiestan que se decidieron por la tele consulta debido al temor de ser infectadas por el virus, si salen a un lugar diferente al lugar de residencia.

Las instrucciones emitidas por la empresa VERIS Guayaquil, no son del todo claras para los pacientes que se encuentran bajo este régimen

En el área de la video-consulta es importante que los pacientes conozcan muy bien acerca del manejo de los aparatos que sirven para se pueda cumplir de manera satisfactoria con los objetivos.

El 22% de la población encuestada afirma que el manejo de los aparatos médicos tiene un grado de dificultad alto.

A la pregunta relacionada con el nerviosismo en el manejo de las operaciones de mediciones el 67% manifiesta que si les afecta a los nervios esta operación.

Los cuidadores de las personas que se hallan recibiendo las video consultas, también se han mostrado un poco molestos con este proceso

Para la mayoría de las personas el 51% el funcionamiento de las terminales les parece que está mal.

De los resultados de la encuesta un 21% manifiesta que siempre les resulta complicado las mediciones de los parámetros que necesitan realizarse

Conforme va aumentando el número de personas que se acogen a este sistema de medicina, este problema va creciendo pues los galenos deben estar dispuestos a satisfacer a los pacientes, con los horarios que ellos pueden estar disponibles.

Es importante que al momento de la tele consulta todos los equipos se encuentren funcionando adecuadamente.

Es digno de un análisis la insatisfacción del 86% en lo que se refiere a la tele consulta, tomando en cuenta que la población mayor a los cincuenta años, se halla ante otro tipo de relación médico-paciente.

### **4.3. Entrevistas**

#### **4.3.1. Personas a ser entrevistadas**

- *Gerente de la sucursal VERIS Guayaquil*
- *Gerente de Marketing VERIS Guayaquil*
- *Gerente de Calidad VERIS Guayaquil*
- *Gerente administrativa VERIS Guayaquil*
- *Médico del área de telemedicina*

#### **4.3.2. Preguntas de la entrevista**

##### *Primera Pregunta*

¿Cuál es su opinión de la implementación del área de telemedicina?

##### *Segunda pregunta*

¿Cree usted que después de la pandemia esta área continúe siendo la mejor alternativa?

##### *Tercera pregunta*

¿Cuáles serían para usted las debilidades de la empresa frente a este nuevo tipo de atención médica?

##### *Cuarta pregunta*

¿Cree usted que la preparación de los pacientes para recibir este tipo de medicina es la adecuada, en la actualidad?

##### *Quinta pregunta*

¿Cree usted que una vez terminada la pandemia la telemedicina tenga el mismo nivel de demanda?

*Sexta pregunta*

¿Se debe crear todo un manual de proceso para esta modalidad?

*Séptima pregunta*

¿Se deben actualizar los procesos de medición de la calidad para este tipo de medicina?

*Octava pregunta*

¿Es necesaria una estructura administrativa diferente?

**4.3.3 Entrevistas**

**Gerente de la sucursal VERIS Guayaquil**

*Primera Pregunta*

¿Cuál es su opinión de la implementación del área de telemedicina?

En la actualidad las empresas que no se adapten a los cambios del mercado con la velocidad necesaria, están condenadas a fracasar como organizaciones. La aparición del virus obligó, no solo a las empresas que brindamos servicios médicos, sino a todo el contexto en general a reinventarse para no desaparecer.

*Segunda pregunta*

¿Cree usted que después de la pandemia esta área continúe siendo la mejor alternativa?

El momento en que el cliente se dé cuenta y tenga conciencia de que es mejor ser atendido por este medio, que tener que acudir hasta las instalaciones de un centro médico, se va a consolidar como una alternativa válida en este segmento de mercado.

### *Tercera pregunta*

¿Cuáles serían para usted las debilidades de la empresa frente a este nuevo tipo de atención médica?

No creo que haya debilidades para las empresas del sector, todos los elementos que nos puedan llevar a tener problemas han sido debidamente tomados en cuenta para su implementación.

Las organizaciones siempre estamos dispuestos a cambiar de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes. Todos los miembros de la empresa VERIS Guayaquil estamos conscientes de que de nuestro esfuerzo depende el éxito de la empresa y por lo tanto la conservación de nuestros puestos de trabajo.

### *Cuarta pregunta*

¿Cree usted que la preparación de los pacientes para recibir este tipo de medicina es la adecuada, en la actualidad?

Es parte de nuestra responsabilidad social el preparar a los pacientes para recibir la atención por medios telemáticos. Tomando en cuenta que, dadas las circunstancias en las que vive el mundo actual, la mejor forma de cuidarse de la contaminación del coronavirus es quedándose en casa.

### *Quinta pregunta*

¿Cree usted que una vez terminada la pandemia la telemedicina tenga el mismo nivel de demanda?

La pandemia no está para terminarse en el corto plazo. Cada día, nuevas cepas van apareciendo a nivel del planeta, estas son más agresivas y más mortales que las

anteriores, cuando esto termine la gente habrá tomado como alternativa valedera la telemedicina.

Hay que delinear estrategias que nos permitan ser sólidos en este campo, para que lo que hoy es una alternativa obligatoria, en el futuro sea una alternativa digna de ser tomada en cuenta por nuestros clientes.

#### *Sexta pregunta*

¿Se debe crear todo un manual de proceso para esta modalidad?

Como todo proceso nuevo, los departamentos respectivos se encargan de proveer de todas las herramientas que el caso requiere, tomando en cuenta que debemos ser eficientes. El manual existe porque somos una empresa con calificación ISO 9000 y en esta norma todos los requisitos para que nuestro servicio sea de calidad, deben cumplir con los requerimientos exigidos.

#### *Séptima pregunta*

¿Se deben actualizar los procesos de medición de la calidad para este tipo de medicina?

La calidad es la filosofía primordial de todos los que hacemos la empresa VERIS. El departamento respectivo tendrá que hacer como siempre su trabajo.

Somos la empresa líder en lo que a servicios de salud se refiere, esto sucede porque nuestra atención es de calidad. Desde el momento en que el paciente ingresa a nutras instalaciones la palabra calidad se puede sentir en el ambiente; pues no existen colas para ninguna de ventanillas y el tiempo de espera es mínimo. Esto conlleva a que el usuario se sienta tranquilo y califique nuestra atención como de calidad

### *Octava pregunta*

¿Es necesaria una estructura administrativa diferente?

NO, para nada, simplemente es una variación de lo que estamos acostumbrados a hacer.

VERIS Guayaquil es parte de la gran familia VERIS a nivel nacional, todas las planificaciones, vienen dados a nivel nacional.

### **Gerente de Marketing VERIS Guayaquil**

#### *Primera Pregunta*

¿Cuál es su opinión de la implementación del área de Telemedicina?

Cada día, las empresas a todo nivel deben estar preparadas para asumir los retos que los mercados actuales obligan a las organizaciones.

Dentro del contexto actual, la adaptación a los nuevos requerimientos nos ha obligado a reinventarnos para poder sobrevivir toando en cuenta los desafíos que ha puesto la aparición del virus.

La competencia nos obliga ser innovadores, caso contrario, estaríamos en el camino a desaparecer. La telemedicina es parte de los servicios que prestamos desde hace ya varios años, por lo que, para nosotros no es una novedad.

Esta responsabilidad es mayor si tomamos en cuenta de que somos una empresa que tiene por Misión velar por la salud de los ecuatorianos.

### *Segunda pregunta*

¿Cree usted que después de la pandemia esta área continúe siendo la mejor alternativa?

Estoy seguro. El cliente se habrá acostumbrado a ser atendido en la comodidad de su casa, sin tener que realizar viajes hasta las instalaciones de la empresa.

Las ventajas que ofrece la telemedicina superan en mucho a las desventajas de pudieran existir por este medio de servicio.

A nivel empresa tanto como a nivel del personal médico, estamos seguros que es la mejor alternativa.

Cuando la pandemia termine, si termina, los pacientes se habrán acostumbrado a este tipo de servicio. Los pacientes que no pueden trasladarse fácilmente hasta nuestras instalaciones son los primeros en reclamar el servicio de telemedicina.

### *Tercera pregunta*

¿Cuáles serían para usted las debilidades de la empresa frente a este nuevo tipo de atención médica?

La empresa está preparada siempre para afrontar los nuevos retos. Nuestro personal está capacitado en todas las áreas para ofrecer un servicio de calidad. El compromiso y empoderamiento de nuestro personal es una de las fortalezas que nos permite ser líderes.

#### *Cuarta pregunta*

¿Cree usted que la preparación de los pacientes para recibir este tipo de medicina es la adecuada en la actualidad?

Los pacientes en su mayoría están solicitando un servicio que les permita reducir al máximo las amenazas de una contaminación. El deseo existe, la empresa está capacitada, por lo tanto, no hay motivos para no brindar el servicio de telemedicina.

Como en todas las circunstancias de la vida debemos estar preparados para afrontar los problemas, pero con la debida preparación las personas se sienten seguras cuando requieren de la telemedicina.

#### *Quinta pregunta*

¿Cree usted que una vez terminada la pandemia la telemedicina tenga el mismo nivel de demanda?

Si estoy seguro.

Esta etapa de la vivencia humana nos a permitido descubrir facetas nuevas a todo nivel. Lo que antes estábamos seguros de que no se podía presentar hoy en la actualidad no podemos negar su presencia por lo tanto al contrario de todo lo pensado la telemedicina será una alternativa necesaria.

#### *Sexta pregunta*

¿Se debe crear todo un manual de procesos para esta modalidad?

La empresa VERIS Guayaquil es parte de una empresa a nivel nacional, y es líder en el mercado. Esto significa que todas las herramientas necesarias para brindar

servicios de calidad ya están presentes.

#### *Séptima pregunta*

¿Se deben actualizar los procesos de medición de la calidad para este tipo de medicina?

Nuestra filosofía es brindar servicios de calidad, para esto la garantía de servicios de calidad, estará sujeta a cumplir con todos los requisitos que en forma global nuestros servicios cumplen.

Como todo servicio en la organización los procesos los tienen estudiados y optimizados. Y, esta no es la excepción.

#### *Octava pregunta*

¿Es necesaria una estructura administrativa diferente?

Solío es una variación de los servicios que actualmente brinda en la empresa. No es necesario una nueva estructura administrativa.

### **Gerente de Calidad VERIS Guayaquil**

#### *Primera Pregunta*

¿Cuál es su opinión de la implementación del área de telemedicina?

Todo lo que es retos la empresa VERIS Guayaquil está dispuesta a aceptar. En este momento el principal reto es cuidar de la salud de nuestros clientes y es lo que mejor sabemos hacer, es nuestra razón de ser y existir.

Este tipo de medicina ya lo implementamos aun antes de que se venga la pandemia, conocedores de que la telemedicina ya se estaba practicando y los clientes,

también lo requerían.

### *Segunda pregunta*

¿Cree usted que después de la pandemia esta área continúe siendo la mejor alternativa?

Definitivamente si, la mayoría se siente más tranquila cuando es atendida en su propia casa, además, se puede el paciente realizar cierto tipo de mediciones que antes era privilegio de los galenos.

### *Tercera pregunta*

¿Cuáles serían para usted las debilidades de la empresa frente a este nuevo tipo de atención médica?

Las debilidades que existan estamos en capacidad de vencerlas, pero hasta el momento prácticamente tenemos resueltos los problemas que se presentan a diario con nuestros pacientes que reciben el servicio de telemedicina.

### *Cuarta pregunta*

¿Cree usted que la preparación de los pacientes para recibir este tipo de medicina es la adecuada, en la actualidad?

Ese es uno de los puntos más conflictivos, porque los pacientes con una edad mayor a los 50 años, tienen la tendencia a seguir recibiendo la atención de la forma que lo venían haciendo.

*Quinta pregunta*

¿Cree usted que una vez terminada la pandemia la telemedicina tenga el mismo nivel de demanda?

Claro, considero que sí.

*Sexta pregunta*

¿Se debe crear todo un manual de proceso para esta modalidad?

La empresa conoce muy bien de los requisitos que se deben cumplir para competitivos y además brindar un servicio de calidad. Todo está previsto y si tenemos un manual de funciones para la atención médica, el mismo que modificado y actualizado nos ayuda a ser mejores en el servicio de telemedicina.

*Séptima pregunta*

¿Se deben actualizar los procesos de medición de la calidad para este tipo de medicina?

No hay ningún proceso que sea estático, todo proceso evoluciona y cambia lo ideal es estar preparados para los cambios y la Calidad tiene que cambiar en función de los nuevos requerimientos.

*Octava pregunta*

¿Es necesaria una estructura administrativa diferente?

No para nada.

## **Gerente administrativa VERIS Guayaquil**

### *Primera Pregunta*

¿Cuál es su opinión de la implementación del área de telemedicina?

No es nada nuevo para nosotros, desde hace aproximadamente unos tres años ya empezamos a utilizar esta herramienta que ayuda a los pacientes a recibir la ayuda médica sin necesidad de salir de casa. Hay varios factores que convierten a esta modalidad en ideal para una atención más personalizada y cómoda.

### *Segunda pregunta*

¿Cree usted que después de la pandemia esta área continúe siendo la mejor alternativa?

Esta herramienta ya está funcionando con éxito en nuestro mercado, solo ha faltado promocionarlo un poquito más.

### *Tercera pregunta*

¿Cuáles serían para usted las debilidades de la empresa frente a este nuevo tipo de atención médica?

Existen problemas como todo en la vida, pero algo que podamos calificarles como debilidades, no.

### *Cuarta pregunta*

¿Cree usted que la preparación de los pacientes para recibir este tipo de medicina es la adecuada, en la actualidad?

Si tenemos el problema de la preparación de los pacientes le puedo decir que ya está un segmento de nuestra clientela recibiendo este tipo de medicina.

No tenemos problemas mayores, pero siempre estamos sujetos a mejorar para lograr la calidad que permita satisfacer la necesidad de nuestros clientes.

*Quinta pregunta*

¿Cree usted que una vez terminada la pandemia la telemedicina tenga el mismo nivel de demanda?

Si, además tengo la seguridad de que crecerá la demanda pues de a poco la gente va conociendo de las bondades de este servicio.

*Sexta pregunta*

¿Se debe crear todo un manual de proceso para esta modalidad?

Ya existe un manual de proceso no solo para este servicio sino para todos los servicios que brinda la empresa. Los procesos se actualizan de acuerdo a los datos de satisfacción de los pacientes.

*Séptima pregunta*

¿Se deben actualizar los procesos de medición de la calidad para este tipo de medicina?

Todos los procesos se actualizan periódicamente, pues somos fieles creyentes del mejoramiento continuo. Además, es política de la empresa mantener al día todas las herramientas que nos convierten en líderes en el segmento de mercado de la salud.

*Octava pregunta*

¿Es necesaria una estructura administrativa diferente?

No, para nada.

## **Médico del área de Telemedicina**

### *Primera Pregunta*

¿Cuál es su opinión de la implementación del área de telemedicina?

Es una alternativa que ya está implementada en la mayoría de empresas de la salud. Para las personas que no están acostumbradas a las nuevas técnicas, se les complica un poco, pero por la interacción no presencial de los involucrados.

Para nosotros, este tipo de medicina no cambia en nada. En cuanto a la presencia no significa nada pues, igual se puede diagnosticar las enfermedades de acuerdo a los síntomas que presenta el paciente.

### *Segunda pregunta*

¿Cree usted que después de la pandemia esta área continúe siendo la mejor alternativa?

Si estoy seguro

### *Tercera pregunta*

¿Cuáles serían para usted las debilidades de la empresa frente a este nuevo tipo de atención médica?

No creo que haya debilidades por parte de la empresa, lo que si hay problemas que se deben enfrentar para poder mejorar.

### *Cuarta pregunta*

¿Cree usted que la preparación de los pacientes para recibir este tipo de medicina es la adecuada, en la actualidad?

Si esto es importante, porque un paciente bien preparado es una persona que colabora al ciento por ciento.

A veces hay problemas con el uso de las herramientas de medición, pero es algo que se deberá tomar en cuenta para poder mejorar la atención.

*Quinta pregunta*

¿Cree usted que una vez terminada la pandemia la telemedicina tenga el mismo nivel de demanda?

Sí, pero además subirá su demanda.

*Sexta pregunta*

¿Se debe crear todo un manual de proceso para esta modalidad?

Todos los manuales necesarios lo tienen la empresa VERIS

*Séptima pregunta*

¿Se deben actualizar los procesos de medición de la calidad para este tipo de medicina?

Bueno eso depende del departamento de Calidad de la empresa.

*Octava pregunta*

¿Es necesaria una estructura administrativa diferente?

No, eso no.

#### **4.4 Análisis FODA del servicio de Telemedicina de la empresa VERIS Guayaquil.**

El análisis FODA se basa en la técnica de elaborar una matriz que se conoce como FODA. Este nombre son las iniciales de los cuatro elementos que se analizan: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Las fortalezas y debilidades son propias de la empresa, es decir, internamente se pueden tomar acciones para reforzarlas o debilitarlas.

Las oportunidades y amenazas son externas, la empresa no tiene injerencia en estas dos variables.

Es necesario tener claros estos factores para poder anticiparnos y poder hacer frente a las amenazas y aprovechar las oportunidades. Así desarrollaremos una estrategia de negocio sólida y tomaremos decisiones teniendo en cuenta los factores más importantes.

##### **Fortalezas**

F1 Trabajo en equipo

F2 Empoderamiento de los trabajadores con la empresa

F3 Experiencia en el sector

F4 Apoyo de los directivos.

##### **Debilidades**

D1 Falta de seguimiento a los procesos establecidos

D2 Falta de acompañamiento a los pacientes de Telemedicina

F3 Mala preparación a los pacientes.

## **Oportunidades**

O1 Las personas debido al virus deben permanecer en sus casas

O2 Facilidad para recibir atención médica sin riesgos de contagios del virus.

O3 Cambios en la estructura de atención a los pacientes.

## **Amenazas**

A 1 Competencia

A2 Precios del servicio en el mercado.

A3 Experiencia nueva para la mayoría de los usuarios del servicio de salud.

#### 4.4.1 Matriz FODA

Tabla23  
Matriz FODA

	Puntos fuertes	Puntos débiles
<b>O R I G E N  I N T E R N O</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	F1 Trabajo en equipo	D1 Falta de seguimiento a los
	F2 Empoderamiento de los trabajadores con la empresa	procesos establecidos
	F3 Experiencia en el sector	D2 Falta de acompañamiento a los pacientes de Telemedicina
	F4 Apoyo de los directivos.	F3 Mala preparación a los pacientes.
<b>O R I G E N  E X T E R N O</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	O1 Las personas debido al virus deben permanecer en sus casas	A 1 Competencia
	O2 Facilidad para recibir atención médica sin riesgos de contagios del virus.	A2 Precios del servicio en el mercado.
	O3 Cambios en la estructura de atención a los pacientes.	A3 Experiencia nueva para la mayoría de los usuarios del servicio de salud

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Tabla24  
Estrategias DAFO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
O P O R T U N I D A D	<b>FO ESTRATEGIA OFENSIVA</b>	<b>DO ESTRATEGIA OFENSIVA</b>
	<b>OPTIMIZAR FORTALEZAS PARA</b>	<b>CONTRARRESTAR DEBILIDADES</b>
	<b>MAXIMIZAR OPORTUNIDADES</b>	<b>PARA EXPLOTAR OPORTUNIDADES</b>
A M E N A Z A S	<b>FO ESTRATEGIA DEFENSIVA</b>	<b>DA ESTRATEGIA DEFENSIVA</b>
	<b>OPTIMIZAR FORTALEZAS PARA</b>	<b>CONTRARRESTAR DEBILIDADES</b>
	<b>MINIMIZAR AMENAZAS</b>	<b>PARA EXPLOTAR OPORTUNIDADES</b>

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

Tabla25

Matriz FO, FA, DO, DA

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	O1 Las personas debido al virus deben permanecer en sus casas	A 1 Competencia A2 Precios del servicio en el mercado.
	O2 Facilidad para recibir atención médica sin riesgos de contagios del virus.	A3 Experiencia nueva para la mayoría de los usuarios del servicio de salud
	O3 Cambios en la estructura de atención a los pacientes.	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
F1 Trabajo en equipo	Como la empresa Dispone de F1, F2, F3, y F4 se puede aprovechar las oportunidades O1, O2, O3	Aprovechar de F1, F2 para combatir A1, A2
F2 Empoderamiento de los trabajadores con la empresa		Aprovechar F1 para combatir A3
F3 Experiencia en el sector		
F4 Apoyo de los directivos.		
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
D1 Falta de seguimiento a los procesos establecidos	Con la O3 vamos a combatir D1, D2 y D3	Necesitamos mejorar D1, D2, D3 para poder vencer a A1, A2, y A3.
D2 Falta de acompañamiento a los pacientes de Telemedicina		
D3 Mala preparación a los pacientes.		

Fuente: (Investigación Propia)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

#### **4.4.2 Análisis de las estrategias a utilizarse**

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas y luego del análisis de la matriz FODA, se puede recomendar las siguientes estrategias que deben ser utilizadas en el área de Telemedicina.

Organizar seminarios para los pacientes que deseen recibir su atención por medio de tele consulta. En estos seminarios se debe enfocar en primer lugar la importancia de este tipo de atención, al mismo tiempo que motivar mediante la explicación de las ventajas de acogerse a este tipo de atención.

Dependiendo del tiempo disponible realizar una demostración del manejo de los kits de medición que sirven para la tele consulta. Deben ser estos seminarios teóricos y prácticos con el objetivo de no cansar a los asistentes.

Se deben organizar por edades y tipo de enfermedades, pues no siempre se va a requerir el uso de equipos de medición como en el caso de los pacientes con enfermedades graves. Para este tipo de pacientes, por ejemplo, sería conveniente empezar la cita médica con un técnico de manejo de los equipos, que realice una comprobación previa del buen funcionamiento de los mismos.

Organizar la bodega de equipos de medición de manera que el técnico cuando vea que hay problemas pueda asistir al domicilio del paciente y cambiar el equipo defectuoso con uno bueno. Luego el procederá a reparar el equipo en su laboratorio.

Elaborar un análisis de los clientes actuales y cuáles podrían ser candidatos para la atención con video consulta.

Sugerir al departamento respectivo la revisión y actualización de los manuales de procesos.

Establecer estándares de calidad para medir la satisfacción del cliente que se inclina por este método de consulta.

Comprometer al departamento de servicio al cliente para que se haga el seguimiento necesario y se puedan realizar las correcciones necesarias a tiempo, de tal forma que los problemas que se presenten sean solucionados con prontitud y eficiencia

Dictar seminarios a nivel de los médicos que se encargan de esta área para que puedan dar la atención a los pacientes con la calidad deseada.

El trabajo en equipo y el compromiso de los trabajadores para con la empresa son fortalezas que se deben aprovechar para elaborar un buen plan de telemedicina que permita llegar a pacientes que realmente necesitan de esta atención y que al momento no lo pueden obtener.

La empresa tiene una responsabilidad con la comunidad. Elaborar un plan de telemedicina, 'para las personas de escasos recursos y que se encuentran alejadas de los centros urbanos sería de gran ayuda para este segmento de la población.

El departamento de Atención al cliente debe estar pendiente de la actualización e los manuales de procesos y de calidad con el objetivo de detectar cualquier problema que no permita la satisfacción del cliente.

Los encargados de planificar, controlar y poner en ejecución el programa de telemedicina debe ser capacitado de manera constante, de tal forma que los problemas detectados en las encuestas sean solucionados y colaboren de manera efectiva en la satisfacción del cliente.

Por último, el análisis de los datos obtenidos durante la elaboración del presente trabajo, servirán para mejorar la calidad del servicio de telemedicina.

#### **4.4.2.1 Resumen de la propuesta de mejor a la Central de atención media de Veris**

- Elaborar un plan de inducción para los pacientes actuales de la Telemedicina
- Elaborar un plan de inducción para los probables candidatos a utilizar este servicio
- Elaborar un plan de inducción para las personas encargadas de enseñar a utilizar los kits de herramientas
- El departamento de Servicio al cliente deberá elaborar los procesos necesarios para realizar un seguimiento adecuado y a tiempo de las inquietudes de los pacientes.
- Organizar seminarios para los médicos que se tratan pacientes de la telemedicina, de tal manera de poder recoger sus inquietudes y problemas.
- Solicitar a las autoridades respectivas que se realice un estudio de factibilidad para implementar este servicio a varias comunidades de bajos recursos económicos.

#### 4.4.2.2 Costo de la Propuesta de mejora para la atención de la Central Medica

Tabla26  
Costo de la Propuesta de mejora

Actividad	Tiempo	Controlado por	Costo
Elaborar un plan de inducción para los pacientes actuales de la Telemedicina	Un mes	Administrativo	1500 dólares
Elaborar un plan de inducción para las personas encargadas de enseñar a utilizar los kits de herramientas	Un mes	Mantenimiento	1500 dólares
Organizar seminarios para los médicos que se tratan pacientes de la telemedicina, de tal manera de poder recoger sus inquietudes y problemas.	Cinco meses	Recursos Humanos	4000 dólares
El departamento de Servicio al cliente deberá elaborar los procesos necesarios para realizar un seguimiento adecuado y a tiempo de las inquietudes de los pacientes.	Seis meses	Control de calidad	4000 dólares

Fuente: (Investigación Propia)  
Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

El costo de la implementación de estas actividades de mejora para la Central Medica de tele consulta para la empresa Veris de la ciudad de Guayaquil, mismas que ascienden a un valor de \$11.000,00 dólares americanos, mismas que serán enviadas a Gerencia General para que puedan decidir si se las implementara o no en la posteridad, para que sean incluidos en su presupuesto para el año 2022.

## **CAPÍTULO V**

### **5. SUGERENCIAS**

#### **5.1 Conclusiones**

Podemos concluir que el principal problema identificado en la empresa radica en la promoción de la gestión de la atención al paciente de manera virtual por intermedio de una central de atención medica telefónica y virtual, esto se ha podido desarrollar mediante el diagnóstico situacional de la empresa Veris, para poder mejorar sus procesos de telemedicina.

Concluimos manifestando que las principales actividades de la central medica de la empresa Veris es la asistencia médica virtual mediante un call center, mismas que se han visto incrementadas por la telemedicina a consecuencia del Covid-19, por eso la importancia de mejorar este servicio de central médica virtual, y en tal sentido, se han plasmado estrategias de mejora mediante la herramienta F.O.D.A., para fortalecer esta central medica de atención virtual.

Debemos mencionar que el presupuesto estimado de la presente propuesta de mejora para la central medica de atención virtual de la empresa Veris asciende a un valor de \$11.000,00 misma cantidad que se la considerará mediante la Gerencia General para que puedan decidir si las estrategias de mejora descritas se las implementará en la posteridad, para que sean incluidos en su presupuesto anual del año 2022.

Como ultima conclusión podemos manifestar que las expectativas de los

resultados son alentadoras ya que se logrará la satisfacción de los usuarios con la mejora del servicio de la atención de la central medica virtual de la empresa Veris, de igual manera que el impacto de la presente propuesta de mejora generará una solución muy significativa tanto en el factor de los tiempos en respuestas a los pacientes, así como el manejo y desenvolvimientos de los trabajadores de la central medica virtual de la empresa Veris.

## **5.2 Recomendaciones**

Se recomienda aplicar todas las recomendaciones sugeridas en el punto 4.4.3 del presente estudio de investigación de la empresa Veris.

Es recomendable en realizar una evaluación de la calidad de los equipos tecnológicos que se utilizan para el servicio de telemedicina

Se sugiere que se realice capacitaciones a los pacientes que se inclinan por consulta telemática, y deberán ser encargadas a personas que posean didáctica para la enseñanza.

Se recomienda elaborar un programa de visitas a los usuarios de la telemedicina, de tal manera, de coincidir con el tiempo en el que reciben la atención

Finalmente se recomienda elaborar una buena de inducción los procesos y beneficios que ofrece la telemedicina para los pacientes que se deseen acoger a estos servicios dentro de la empresa Veris.

### 5.3

### Bibliografía

Alveiro, C. (2009). EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO COMO HERRAMIENTA PARA EL ANÁLISIS DEL CAPITAL. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 1-22.

Armijo, M. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público* . Nueva Zelanda: Cepal.

Cabello, E. (2001). Calidad de la Atención Médica: ¿ Paciente o cliente? *Rev Med Hered*, 96-99.

Cano, M., & Oliviera, D. (2008). *Algunos modelos de planeación...* Veracruzana: Universidad de Veracruzana.

Donoso, N. C. (2014). *Plan de Comunicación Integral de la Marca Veris como una estrategia de posicionamiento en el mercado de la atención médica*. Quito: Universidad Técnica Particular de Loja.

Enrique, A. J. (2014). *Presupuestos Filosóficos del Pensamiento Complejo de Edgar Morin y su Incidencia en la Contrucción del Conocimiento en la Educación Media* . Quito: Universidad Politécnica Salesiana .

Enrique, V. M. (2019). *Metodología de la Investigación* . México: UNAM.

Franco, A. P. (2017). *Evaluación ex post de los resultados del programa Quality Institute en el servicio al cliente*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Fuentes, T., & Cardozo, M. (2011). Análisis de tres modelos de planificación estratégica bajo cinco principios del pensamiento complejo. *Revista Digital de Investigación y Postgrado de la Universidad Nacional Experimental Politécnica "Antonio José de Sucre"*, 1(2), 118-134.

Gonzalez, R. D. (1995). *Técnicas del Servicio al Cliente*. Cali: Feriva S.A.

Hernández, Sampieri; Fernández, Collado; Lucio, Baptista. (31 de diciembre de 2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill. Recuperado el 15 de marzo de 2021, de [http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015\\_1/Carlos\\_Ramos.pdf](http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf)

Jama, V. (2019). Importancia de la planeación estratégica en empresas en el siglo XXI. *FIPCAEC*, 4(10), 35-57.

Latinomedical. (2014).

Marcelo Arnold, Osorio Francisco. (31 de diciembre de 1989). *Introducción a los Conceptos de la Teoría General de Sistemas*. Chile: Universidad de Chile. Recuperado el 15 de marzo de 2021, de <https://educomunicacion.es/didactica/0012sistemas.htm>

Nancy Campoverde Bernal, Juana Picon Carrera. (2011). *Creación de un Plan Estratégico para la Empresa Linetours*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

- Ron, N. (2014). *Plan de comunicación integral de marca Veris como una estrategia de posicionamiento en el mercado de la atención médica ambulatoria privada en la ciudad de Quito, 2014*. Quito: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Saceda, D. (2013). Densimetría ósea. *Webconsultas*.
- Silva, R. (2010). Enfoque conceptual de la dirección estratégica. *Perspectivas*(26), 153-178.
- Tschohl, J. (2008). Generando rentabilidad con el servicio al cliente . *Service Quality Institute Latin America*, 1-44.
- VERIS. (2021). *VERIS*. Obtenido de [www.veris.com.ec](http://www.veris.com.ec): <https://www.veris.com.ec/veris-corporativo/>
- Zambrano, V. R. (2019). Importancia de la planeación estratégica en empresas en el siglo XXI. *Ciencias económicas y empresariales*, 47,48.

## 6. ANEXOS

### 6.1 Formato para realizar las encuestas

#### *Primera pregunta*

¿Dentro de que rango de edad se encuentra usted?

De 15 a 20 años..... de 21 a 30 años..... de 31 a 40 años.....  
de 40 a 50 años..... de 41 a 50 años..... de 51 a 65 años.....  
más de 65 años.....

#### *Segunda pregunta*

¿Cuál es su sexo?

Masculino..... Femenino.....

#### *Tercera pregunta*

Promedio de ingresos mensuales

De 0 a 300 dólares..... de 301 a 500 dólares..... de 501 a 800 dólares.....  
de 801 a 1000 dólares.... más de 100 dólares.....

#### *Cuarta pregunta*

Nivel de educación

Ninguna..... Primaria..... Secundaria.....

Tercer nivel.... Cuarto nivel.....

#### *Quinta pregunta*

Su médico le ha calificado, como

Paciente de riesgo bajo..... Paciente de riesgo medio.....

Paciente de riesgo alto.....

*Sexta pregunta*

¿Por qué se decidió por la tele consulta?

Comodidad..... Temor de contagio..... Consejo de mi médico.....

Por no salir de casa.... Otros.....

*Séptima pregunta*

¿Qué opina de las instrucciones emitidas por la Empresa VERIS acerca de la tele consulta?

Pésimo..... Malo ..... Regular .....

Bueno ..... Muy bueno ..... Excelente .....

*Octava pregunta*

¿Cuál es su opinión de la información recibida por la empresa VERIS sobre el manejo de aparatos para tele consulta?

Pésimo..... Malo ..... Regular .....

Bueno ..... Muy bueno ..... Excelente .....

*Novena pregunta*

¿Cuál es su opinión acerca de la facilidad del manejo de los aparatos médicos?

Pésimo..... Malo ..... Regular .....

Bueno ..... Muy bueno ..... Excelente .....

*Décima pregunta*

¿Le pone nervioso realizar las mediciones?

Poco..... Regular.....

Nada.....

*Undécima pregunta*

¿Es usted un paciente no autónomo que cree que tele consulta es una carga para su cuidador?

Poco..... Regular.....

Nada.....

*Duodécima pregunta*

Mal..... Regular.....

Bien.....

*Décimo tercera pregunta*

¿Algunas mediciones le resultan complicadas de hacer?

Nunca..... A veces.....

Siempre.....

*Décimo cuarta pregunta*

¿Mediciones incompatibles con su horario habitual?

Nunca..... A veces.....

Siempre.....

*Décimo quinta pregunta*

¿Ha tenido problemas técnicos con el kit que no se han podido resolver?

Nunca..... A veces.....

Siempre.....

*Décimo sexta pregunta*

¿Viaja a menudo y no quiere llevar el kit?

Nunca..... A veces.....

Siempre.....

*Décimo séptima pregunta*

¿Insatisfacción o no cree en la utilidad de la tele consulta?

Si..... No.....

*Décimo octava pregunta*

¿Tuvo usted recelo de decirle no a su médico sobre la tele consulta?

Si..... No.....

*Décimo novena pregunta*

¿Tiene problemas de conexión durante las sesiones de telemedicina?

Si..... No.....

*Vigésima pregunta*

¿Tiene problemas para iniciar las sesiones de telemedicina?

Si..... No.....

## 6.2 Formato para realizar las encuestas

### *Primera Pregunta*

¿Cuál es su opinión de la implementación del área de telemedicina?

### *Segunda pregunta*

¿Cree usted que después de la pandemia esta área continúe siendo la mejor alternativa?

### *Tercera pregunta*

¿Cuáles serían para usted las debilidades de la empresa frente a este nuevo tipo de atención médica?

### *Cuarta pregunta*

¿Cree usted que la preparación de los pacientes para recibir este tipo de medicina es la adecuada, en la actualidad?

### *Quinta pregunta*

¿Cree usted que una vez terminada la pandemia la telemedicina tenga el mismo nivel de demanda?

### *Sexta pregunta*

¿Se debe crear todo un manual de proceso para esta modalidad?

### *Séptima pregunta*

¿Se deben actualizar los procesos de medición de la calidad para este tipo de medicina?

### *Octava pregunta*

¿Es necesaria una estructura administrativa diferente?

### 6.3

### Evidencias Fotográficas



Anexo1

*Densitometría ósea*

Fuente: (Saceda, 2013)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina

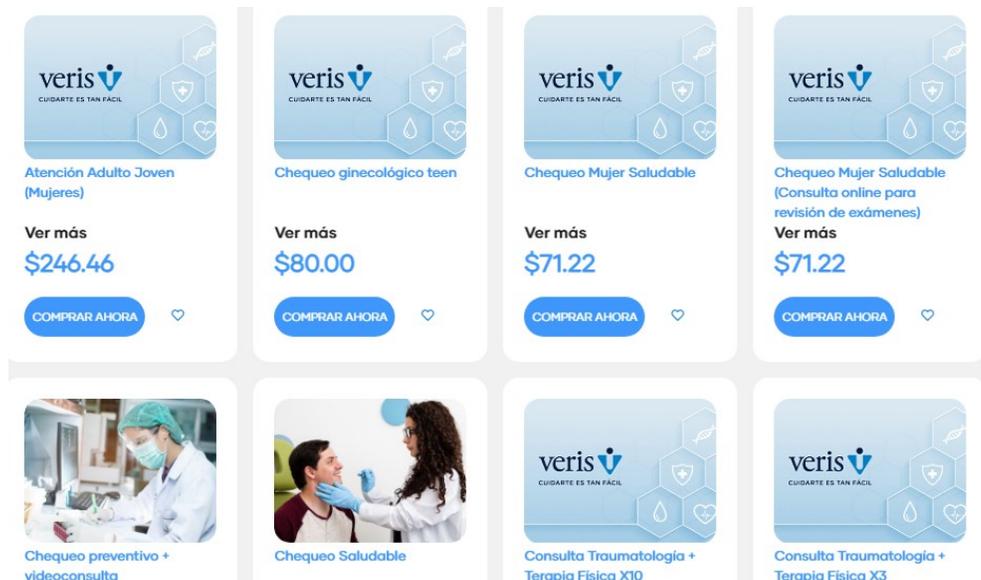


Anexo2

*Odontología*

Fuente: (VERIS, 2021)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Anexo3

*Planes Preventivos*

Fuente: (VERIS, 2021)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Anexo4

*Laboratorio*

Fuente: (VERIS, 2021)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Anexo5

*Análisis de Laboratorio*

Fuente:(*VERIS, 2021*)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina



Anexo6

*Optometría*

Fuente:(*VERIS, 2021*)

Elaboración: Marola Chillambo, Tamara Fuentes y Alfredo Medina