



CHS

GRUPO CHS

Creando bienestar

Curso

Estrategias de Buen Trato

Material video 1

GRUPO CHS

Creando bienestar

Unidad 1: ¿Quiénes somos? Misión y visión del SS Maule

- **¿Quiénes somos? MISIÓN** “Somos una Red Asistencial formada por Equipos comprometidos, que trabaja oportunamente para Promover la Salud, Prevenir la Enfermedad y resolver las necesidades de Salud de las Personas, Familias y Comunidades, con Calidad, Equidad y Pertinencia Sociocultural”
- **¿Hacia dónde vamos? VISIÓN:** “Salud de Calidad para todas las Personas en la Región del Maule”
- **Nuestros valores:**
 1. Garantizar la Equidad Todas las Personas tienen igual derecho al acceso a las prestaciones de salud que la Red Asistencial ofrece, de acuerdo a sus necesidades, sin discriminación alguna.
 2. Generar Confianza Trabajamos para que nuestros usuarios tengan la seguridad de que las prestaciones sanitarias que se les entregan son efectivas, promoviendo su participación activa.
 3. Tener Compromiso Nuestros funcionarios desarrollan sentido de pertenencia para alcanzar los objetivos institucionales.
 4. Actuar con Humanidad Nuestros funcionarios actúan con empatía, respeto y trato digno hacia los usuarios internos y externos de la Red Asistencial.
 5. Asegurar Calidad Nuestras acciones se ejecutan según las normas y protocolos establecidos, buscando siempre la mejora de los procesos.
 6. Actuar con Honestidad Nuestros funcionarios actúan con sinceridad y coherencia, respetando los valores de la justicia y la verdad.

♣ La calidad del servicio, satisfacción de usuario y mejora continua como cimiento de la organización.

La calidad del servicio desempeña un papel fundamental en el éxito de cualquier organización. Brindar un servicio excepcional no solo satisface las necesidades y expectativas de los usuarios, sino que también fortalece su lealtad y confianza en la organización.

Para lograrlo es necesario implementar estrategias efectivas que mejoren continuamente la calidad del servicio; desde la personalización de este hasta la comunicación interna, existen muchas áreas en las que una empresa puede enfocarse para elevar su estándar de servicio y destacarse en un mercado competitivo.

¿Qué es la calidad del servicio?

La calidad de servicio es la medida en que un proveedor de servicios cumple con las expectativas y necesidades de sus usuarios. Es una evaluación de la excelencia y la satisfacción que los consumidores experimentan al utilizar un determinado servicio.

La calidad de servicio puede aplicarse a una amplia variedad de industrias y sectores y para determinarla se consideran diferentes aspectos, como la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la accesibilidad, la competencia del personal, la empatía, la seguridad y la capacidad de personalización.

Importancia de la calidad del servicio al usuario

- Satisfacción del usuario. Cuando los usuarios reciben un servicio de alta calidad, se sienten valorados y atendidos de manera adecuada. Esto genera una mayor satisfacción, lo cual es fundamental para mantener a los usuarios existentes felices y atraer nuevos.
- Retención de usuario. Los consumidores satisfechos tienen más probabilidades de volver a asistir en el futuro y de recomendarla a otros. Esto reduce la tasa de abandono de usuarios y contribuye a la estabilidad y cumplimientos de la misión y visión de la organización.
- Ventaja competitiva. Si una empresa logra proporcionar un servicio excepcional, se destacará de la competencia. La calidad del servicio puede convertirse en una ventaja competitiva sostenible a largo plazo tanto internamente, así como también a gran nivel.
- Reputación de la organización. Los usuarios satisfechos suelen compartir sus experiencias positivas con otros, lo que mejora la imagen y la reputación de la organización. Por el contrario, puede dañar la reputación y llevar a una mala publicidad.

Cómo medir la calidad del servicio al usuario

Existen diversas formas de medir la calidad del servicio al usuario. A continuación, te presentamos algunos métodos que te pueden ayudar a hacer una evaluación personal, a tu equipo y a la organización en general:

1. Encuestas de satisfacción del usuario

Son unas de las herramientas más populares para medir la calidad del servicio; son muy útiles para recopilar la opinión del usuario sobre la calidad del servicio recibido. Puedes diseñar encuestas con preguntas específicas sobre diferentes aspectos del servicio y solicitar a los compradores que califiquen su satisfacción. Las respuestas obtenidas pueden proporcionar información valiosa sobre áreas de mejora y fortalezas del servicio.

2. Evaluaciones de seguimiento y retroalimentación

Después de interactuar con un usuario, puedes realizar un seguimiento para obtener su opinión sobre la calidad del servicio. Es posible utilizar llamadas de seguimiento, correos electrónicos o formularios en línea para recopilar comentarios y sugerencias directamente.

3. Análisis de quejas y reclamaciones

Las quejas y reclamaciones de los usuarios pueden ser una señal de problemas en la calidad del servicio. Realizar un seguimiento de ellas y analizarlas te permitirá identificar patrones recurrentes y áreas de mejora.

Un aumento en el número de quejas o una baja tasa de resolución de problemas pueden indicar deficiencias en el servicio.

4. Métricas de rendimiento

Establecer métricas clave relacionadas con el servicio al usuario te permitirá evaluar las dimensiones de la calidad del servicio de manera cuantitativa. Algunas de las más útiles son:

- Tiempo de respuesta promedio
- Tiempo de espera
- Tasa de resolución en el primer contacto

- Satisfacción del usuario

Estos indicadores de calidad del servicio pueden medirse y monitorearse regularmente para evaluar tu rendimiento y buen trato y detectar tendencias a lo largo del tiempo.

5. Evaluación de calidad interna

Realizar evaluaciones internas mediante la capacitación y el seguimiento del personal es otra forma de medición de la calidad del servicio, que puede ayudar a garantizar que se cumplan los estándares de calidad establecidos. Esto puede incluir la revisión de interacciones con usuarios, la observación directa, la realización de simulacros y la retroalimentación constante.

Es importante utilizar una combinación de métodos para obtener una visión completa de la calidad del servicio al usuario. La información recopilada debe analizarse y utilizarse para identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas necesarias a fin de elevar continuamente la calidad del servicio.

Estrategias para optimizar la calidad del servicio

1. Establecer estándares claros
2. Capacitar al personal
3. Fomentar la cultura de la atención respetuosa al usuario
4. Escuchar activamente al usuario
5. Personalizar la atención
6. Mejorar la comunicación interna
7. Obtener retroalimentación y actuar sobre ella

1. Establecer estándares claros

Define estándares claros de servicio al usuario que reflejen los valores y objetivos del SS Maule. Estos deben comunicarse a todos los empleados y utilizarlos como referencia para brindar un servicio consistente y de alta calidad.

Para ello requieres un enfoque cuidadoso y sistemático. Te compartimos algunos pasos clave que puedes seguir:

Analiza las expectativas y necesidades del usuario. Realiza investigaciones de entorno, encuestas y análisis de comentarios de los usuarios para obtener información sobre lo que valoran y esperan de tu servicio. Esto te ayudará a establecer estándares que se alineen con sus expectativas.

Identifica los elementos clave del servicio. Estos elementos pueden incluir la puntualidad, la capacidad de respuesta, la amabilidad del personal, la precisión de la información, la resolución de problemas, entre otros. Defínelos claramente, así como su importancia relativa.

Establece métricas y objetivos. Estas métricas deben ser cuantificables y realistas. Por ejemplo, puedes establecer una medida de tiempo de respuesta máxima, una tasa de resolución de

problemas o un nivel mínimo de satisfacción del usuario. Estos objetivos deben ser alcanzables y reflejar la excelencia en el servicio.

Proporciona capacitación y recursos. Proporciona programas de formación y desarrollo que les brinden las habilidades necesarias para ofrecer una mejor atención. Además, brinda los recursos adecuados, como herramientas y tecnologías, para que puedan cumplir con los estándares de manera efectiva, por ejemplo, un sistema de tickets para mejorar la calidad del servicio y agilizar la manera en que atienden a los compradores.

Realiza seguimiento y evaluación. Esto puede incluir la recopilación de datos, la realización de auditorías internas y la revisión de informes de desempeño. Utiliza esta información para identificar áreas de mejora y tomar acciones correctivas cuando sea necesario.

Fomenta la mejora continua. La calidad del servicio es un proceso continuo de mejora. Anima a tus empleados a aportar ideas y sugerencias para mejorar su propia área o incluso otras. Realiza revisiones periódicas de los estándares y realiza ajustes según sea necesario para garantizar que sigan siendo relevantes y efectivos.

Recuerda que establecer estándares claros es solo el primer paso. Es fundamental que los estándares se sigan de manera consistente y se mantengan en el tiempo para lograr una mejora continua en la calidad del servicio de tu empresa.

2. Capacitar

Mejorar las habilidades y conocimientos para brindar un servicio de alta calidad. Además, les permite comprender las expectativas del usuario, dominar las mejores prácticas y aprender técnicas efectivas de comunicación y resolución de problemas. Al mejorar sus habilidades, estarán más preparados para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Aumentar la confianza y la motivación, esto se reflejan en interacciones más positivas con los usuarios.

Adaptarse a las necesidades cambiantes. La capacitación permite adaptarse a las necesidades cambiantes.

3. Fomentar la cultura del servicio

Fomentar una cultura del servicio es fundamental para mejorar la calidad y lograr la satisfacción.

Una cultura sólida del servicio al usuario implica que todos los empleados, desde la alta dirección hasta el personal de primera línea, comprendan su importancia y trabajen juntos para brindar una experiencia excepcional. Esto se refleja en el compromiso de la organización con la excelencia en la atención, la empatía hacia los usuarios, la orientación a soluciones y la disposición a superar las expectativas.

Para fomentar una cultura del servicio al usuario, las mejores formas de hacerlo son:

- Tener claridad de misión, visión y valores
- Comunicar y reforzar constantemente la importancia del servicio en toda la organización
- Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo para resolver los problemas de los usuarios
- Realizar seguimiento y medición del desempeño en relación con los estándares de servicio establecidos

- Fomentar una mentalidad de mejora continua y aprender de los comentarios y sugerencias
- Establecer sistemas efectivos de retroalimentación y resolución de quejas

4. Escuchar activamente al usuario

Presta atención a las necesidades y comentarios de los usuarios y establece canales de comunicación efectivos, como líneas telefónicas de atención, correo electrónico, redes sociales y sistemas de retroalimentación en línea. Asegúrate de responder rápidamente las consultas y proporcionar soluciones adecuadas a los problemas planteados.

5. Personalizar el servicio

Intenta adaptar tu atención para cada necesidad de tu paciente o usuario, es indispensable conocer y reconocer los perfiles de quienes interactúan, para así hacer de una atención un sentido empático y compasivo de atención ante la dolencia y dificultad, basadas en el trato amable y respetuoso.

6. Mejorar la comunicación interna

La comunicación efectiva entre los diferentes departamentos y participantes de la organización es crucial para brindar un servicio coherente y de calidad. Para ello es vital que establezcas canales de comunicación interna efectivos para garantizar que todos estén alineados y den un servicio excepcional. Algunas prácticas son:

- Fomentar una cultura de comunicación abierta. Crea un entorno donde se promueva la comunicación abierta y transparente en todos los niveles de la organización.
- Utilizar múltiples canales de comunicación. Emplea una variedad de canales de comunicación para garantizar que los mensajes lleguen a todos los participantes. Esto puede incluir correos electrónicos, reuniones cara a cara, boletines informativos, aplicaciones de comunicación interna, entre otros.
- Establecer reuniones regulares. Programa reuniones regulares en equipo y departamentos para que los empleados puedan compartir actualizaciones, discutir problemas y colaborar en soluciones. Estas deben ser interactivas y permitir la participación de todos los miembros del equipo.
- Proporcionar canales de retroalimentación. Así como el usuario puede interactuar y retroalimentar, los trabajadores también deben retroalimentar a sus jefaturas para mejorar constantemente la atención.
- Usar herramientas de colaboración en línea. Implementa herramientas de colaboración en línea, como plataformas de gestión de proyectos y chats de equipo, para facilitar la comunicación y el intercambio de información.
- Establecer una comunicación clara y consistente. Asegúrate de que los mensajes sean claros, concisos y consistentes en todos los canales de comunicación. Evita la jerga técnica excesiva y emplea un lenguaje accesible según con quién nos estemos comunicando.

Creando bienestar

♣ **Atención al usuario, erradicando paradigmas, que es la atención al usuario, como se regula, gestiona y controla.**

Cuáles son los paradigmas de los usuarios:

- Mala calidad en la atención
- Malos profesionales
- Pocos recursos
- Listas de esperas eternas

Para erradicar dichos paradigmas debemos mejorar la atención, demostrando que esa idea preconcebida se arrastra desde hace años y con el tiempo el sistema, los profesionales y por sobretodo la calidad de servicio ha mejorado, ¿cómo podemos demostrarlo? Considerando una atención empática, acorde a los tiempos y con inteligencia emocional.

Qué es la Inteligencia Emocional: se refiere a la capacidad para utilizar la emoción de manera proactiva, tanto sus propias emociones como las de las demás a su alrededor, tanto a nivel consciente como subconsciente, como una herramienta para mejorar el razonamiento y la toma de decisiones.

Daniel Goleman, el mayor exponente de la inteligencia emocional, ha publicado extensamente sobre la importancia de las habilidades no técnicas en el lugar de trabajo. Él conecta las cualidades de la inteligencia emocional directamente con el liderazgo y postula que el éxito profesional no solo depende de las cualidades más tradicionales de competencias prácticas e intelectuales

Goleman escribe: “No es que las habilidades intelectuales y técnicas sean irrelevantes. Ellas son importantes, pero sobre todo como ‘capacidades de umbral’, es decir, que son los requisitos de nivel de entrada para los cargos ejecutivos. Pero mi investigación, junto con otros estudios recientes, muestra claramente que la inteligencia emocional es la condición ‘sine qua non’ del liderazgo. Sin ella, una persona puede tener la mejor formación en el mundo, una mente incisiva y analítica, y una fuente inagotable de ideas inteligentes, pero aun así no será un gran líder”. Goleman identifica cinco aspectos principales de la inteligencia emocional: autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidad social.

Auto-conciencia

La autoconciencia es la capacidad para identificar las propias fortalezas y debilidades, y de comportarse en el lugar de trabajo de manera de capitalizar las primeras y minimizar las segundas. Franqueza acerca de las áreas de debilidad, comodidad con uno mismo y "un sentido fuerte y positivo de autoestima" caracterizan a las personas que son conscientes de sí mismas. Parte de la autoestima es la voluntad de escucharse a uno mismo antes que nadie. De acuerdo a las observaciones de Goleman y Malcolm Gladwell, la conciencia de sí mismo va más allá de la auto-evaluación consiente de un individuo, y más profundamente involucra la capacidad innata de una persona para la toma de decisiones, influyendo así en todos los aspectos del desempeño

Creando bienestar

Autorregulación

La autorregulación se relaciona con la conciencia de sí mismo, pero describe más específicamente la capacidad de controlar las emociones, ya sean negativas o positivas, con el fin de mantener un comportamiento más adecuado a la práctica profesional y la actividad. Goleman escribe acerca de la auto-regulación no sólo como un enfoque reaccionario ante escenarios que pueden empujar, movilizar y distraer, sino también como el impacto constante y deliberado de un ejecutivo en la cultura organizacional

¿Por qué la autorregulación es tan importante para los líderes? Las personas que tienen control de sus sentimientos e impulsos -es decir, las personas que son razonables - son capaces de crear un ambiente de confianza y equidad. En tal ambiente, la política y las luchas internas se reducen drásticamente. Las personas con talento fluyen hacia la organización. Menos mal humor en la parte superior significa menos en toda la organización.

Motivación

El principio de la motivación representa la voluntad de logro - entusiasmo, empuje, ambición - independientemente de los obstáculos, y es otro tema constantemente reforzado por los líderes analizados. Los líderes motivados son competitivos - con ellos mismos y con sus pares por igual. Se fijan metas y emplean métodos de medición para cuantificar qué tan bien se han cumplido esos objetivos, si se ha hecho. No cuesta imaginar lo fácil que este rasgo, si no se controla o no está lo suficientemente equilibrado con otras características como la auto-conciencia y la autorregulación, puede socavar un perfil de liderazgo. Sin embargo, Goleman sostiene que un líder potencial no se materializará en uno real sin una motivación suficiente: "Si hay un rasgo que casi todos los líderes tienen, es la motivación". El líder más fuerte ve oportunidades donde otros no pueden y asume que todos los problemas se pueden resolver, y, más importante, está motivado para aprovechar esas oportunidades y buscar la resolución.

Empatía

La empatía es el cuarto pilar de Goleman de la inteligencia emocional y es quizás el más propenso a la mal interpretación. Pero la empatía tiene un propósito profesional, claro y concreto, y según Goleman "no significa adoptar las emociones de otras personas como propias y tratar de complacer a todo el mundo". Describe la comprensión intuitiva del líder de las necesidades no- técnicas del personal y la capacidad de comunicar esa comprensión efectiva. Como se indica más adelante, la importancia de la satisfacción del personal, sintiéndose respetado y escuchado, no puede ser subestimada. La moral del personal y la satisfacción en el trabajo tienen un impacto enorme en cómo los demás en la organización se sienten acerca de sus trabajos y cómo la totalidad de la organización se desempeña.

Observa Goleman: "La empatía es un antídoto. Las personas que la tienen están en sintonía con sutilezas en el lenguaje corporal; pueden escuchar el mensaje detrás de las palabras que se pronuncian. Más allá de eso, tienen una profunda comprensión de la existencia e importancia de las diferencias culturales y étnicas". La empatía también mejora la capacidad del líder para hacer que el personal se sienta respetado, por lo que este puede, a su vez, respetar a otros, fortaleciendo los esfuerzos constantes hacia la retención. Este tipo de líder puede por lo tanto desarrollar equipos

fuertes que trabajan juntos de manera efectiva para animarse mutuamente y realizar con éxito la misión de la organización.

Habilidad social

Habilidad social, el quinto componente de la inteligencia emocional, es, como la empatía, el reflejo de la interacción de un líder con el mundo, en contraste con los tres primeros factores, que ponen de relieve características más internas. Es la capacidad de un líder de aprovechar las relaciones para promover sus ideas, a través de la simpatía, confianza y respeto. Pero así como la línea no es clara entre la auto-conciencia, la autorregulación, la motivación y la empatía, la habilidad social representa también matices de los otros cuatro. Sin habilidades sociales, los otros cuatro componentes de la inteligencia emocional pueden caer por el piso.

Goleman señala también que, debido a que la habilidad social se basa en relaciones positivas, los líderes más exitosos pueden "parecer no estar trabajando cuando están en el trabajo" y, por tanto, la habilidad social puede ser el área más difícil de cuantificar. Goleman reconoce, de hecho, que la inteligencia emocional en general no siempre es propicia para la medición.

Tomar riesgos inteligentes, buenas decisiones y mostrar iniciativa son las conductas ejemplificadas por los líderes más exitosos y emprendedores. Los principios de la autoconciencia, la autorregulación, la motivación, la empatía y habilidades sociales permiten la claridad y la capacidad para llevar a cabo estos comportamientos, especialmente en las industrias vulnerables sin fines de lucro, donde son cada vez más críticos para la estrategia organizacional.

GRUPO CHS

Creando bienestar