

**Estrategias de comunicación para el acceso oportuno y ágil de la población adulta mayor
a los servicios de una EPS de Bogotá D.C.**

**Bayona Torres Nelson
Gualtero Guzmán Francy Lorena
Torres Sarmiento Alba Milena**

**Universitaria Agustiniana
Facultad de Ingeniería
Especialización En Seguridad Social Integral
Bogotá D.C.
2019**

**Estrategias de comunicación para el acceso oportuno y ágil de la población adulta mayor
a los servicios de salud de una EPS de Bogotá D.C.**

**Bayona Torres Nelson
Gualtero Guzmán Francy Lorena
Torres Sarmiento Alba Milena**

**Asesor de Trabajo
Rodríguez Rojas Yuber Liliana, PhD**

**Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Seguridad Social Integral**

**Universitaria Agustiniana
Facultad de Ingeniería
Especialización En Seguridad Social Integral
Bogotá D.C.**

2019

Dedicatoria

Dedicado a Dios por darnos la oportunidad de llegar a donde nos proponemos día a día.
A nuestras familias quienes nos han apoyado toda la vida y con su ejemplo nos han motivado
a siempre seguir nuestros sueños. A nuestras compañeras y amigas
con quienes aprendimos y vivimos esta gran experiencia de ser profesionales.
A nuestros orientadores y maestros que con su enseñanza y guía hicieron
de este proyecto algo posible.

Agradecimientos

A todas y cada una de las personas, instituciones y organizaciones que hicieron parte importante de este proceso, profesores, familiares y amigos.

Resumen

El objetivo principal de este proyecto es analizar las diferentes fuentes de información y datos estadísticos recolectados por una EPS de Bogotá D.C con el fin de proponer estrategias eficaces que permitan el aprovechamiento y uso de los medios de comunicación dispuestos para la población adulta mayor, contribuyendo a generar valor agregado a la compañía teniendo en cuenta sus propios objetivos estratégicos y brindando mejoras en la atención al cliente. Su importancia radica en evaluar la situación actual de los adultos mayores frente al uso de los mismos, a fin de que con los hallazgos obtenidos se tomen decisiones que se apliquen en todas y cada una de las IPS aliadas, logrando un impacto positivo; esto por medio de la implementación de herramientas de análisis de información cuantitativa y cualitativa con el fin de obtener resultados estadísticos, que arrojaran datos relevantes a partir de ordenar, clasificar, analizar, tabular y graficar, como por ejemplo: evidenciar que los medios con más dificultades son el telefónico clasificado en tres sectores: call center de la organización, call center para entidades externas y extensión directa de la organización, en el cual la dificultad común fue la accesibilidad, en donde de forma detallada se identifica la subcategorización “imposible comunicación no contestan, línea ocupada, se cuelga la llamada” como principal causa de queja entre los usuarios; por otro lado el medio de comunicación sitio web al presentar problemas también en la accesibilidad, evidencia mayor impacto en “página no funciona errores”.

Palabras claves: Seguridad Social, adulto mayor, servicio de salud, Entidad Promotora de Salud, medios de comunicación, dignidad, calidad, oportunidad, información.

Siglas y acrónimos

| <i>Nombre Compuesto</i> | <i>Sigla</i> |
|---|--------------|
| Instituto Prestador de Servicios de Salud | IPS |
| Entidad Promotora de Salud | EPS |
| Plan Obligatorio de Salud | POS |
| Opiniones Y Sugerencias | OYS |
| Estudio Nacional de Salud, Bienestar y Envejecimiento | SABE |
| Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos | OCDE |
| Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones | MinTIC |
| Servicio Nacional del Adulto Mayor | SENAMA |
| Instituto Medico En Salud Visual Integral | IMEVI |
| Instituto de Diagnóstico Médico | IDIME |
| Interactive Voice Response -Respuesta de Voz Interactiva | IVR |
| Acuerdo de Nivel de Servicio | ANS |
| American Psychological Association- Asociación Americana de Psicología. | APA |

Abstract

The main objective of this project is analyze the different sources of information and statistical data collected by the EPS of Bogotá D.C in order to propose strategies about the use of communication media for the elderly population, contributing to generate value-added to the company taking into account its own strategic objectives and providing improvements in customer service. The importance is seen in evaluate the current situation of the elderly as opposed to their use, so that with the results decisions are made that are applied in each and every one of the allied IPS, achieving a positive impact; in way of the implementation of quantitative and qualitative information analysis tools in order to obtain statistical results, which will yield relevant data when selecting, classifying, tabulating and graphing, such as: evidence of media with more Difficulties The telephone classified into three sectors: call center of the organization, call center for external relations and the extension of the organization in which the common difficulty was accessibility, in which the subcategorization is identified as "impossible communication not answer, busy line, the call is hung as the main cause of complaint among users; On the other hand the means of communication website access problems, evidence greater impact on "page does not work errors".

Tabla de contenido

| | |
|---|----|
| Introducción | 12 |
| Problema y lectura de necesidades | 14 |
| Problema | 14 |
| Lectura de necesidades..... | 15 |
| Árbol de problemas..... | 22 |
| Efectos | 22 |
| Problema central..... | 22 |
| Causas..... | 22 |
| Árbol de soluciones..... | 23 |
| Soluciones | 23 |
| Objetivo General..... | 23 |
| Objetivos estratégicos o medios..... | 23 |
| Antecedentes | 24 |
| Justificación..... | 30 |
| Objetivos..... | 33 |
| Objetivo general..... | 33 |
| Objetivos específicos..... | 33 |
| Alcance del proyecto..... | 34 |
| Estrategias de intervención | 35 |
| Condiciones del proyecto | 35 |
| Factores claves de éxito..... | 35 |
| Riesgos del proyecto..... | 38 |
| Impacto esperado | 38 |

| | |
|--|----|
| Entorno interno y externo | 39 |
| Resultados | 46 |
| Diagnóstico y análisis de información | 46 |
| Estrategias de mejora continua en los medios de comunicación de la EPS | 61 |
| Hallazgos del proceso de socialización..... | 69 |
| Conclusiones..... | 70 |
| Recomendaciones..... | 72 |
| Referencias..... | 74 |

Lista de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Priorización de los problemas de la EPS escogida..... | 17 |
| Tabla 2 Matriz dofa | 18 |
| Tabla 3 Determinación de estrategias..... | 20 |
| Tabla 4 Análisis de alternativas..... | 25 |
| Tabla 5 Análisis de implicados..... | 29 |
| Tabla 6 panorama general de la población en cada una de las sedes de la IPS | 34 |
| Tabla 7 Plan de acción..... | 36 |
| Tabla 8 Presupuesto..... | 41 |
| Tabla 9 Cadena de valor | 44 |
| Tabla 10 Frecuencia Absoluta | 46 |
| Tabla 11 Frecuencia relativa..... | 46 |
| Tabla 12 Frecuencia absoluta | 51 |
| Tabla 13 Frecuencia relativa..... | 51 |

Lista de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Importancia del internet en la vida de las personas según edad..... | 14 |
| Figura 2. Razones por las cuales no usa internet..... | 16 |
| Figura 3. Espina de pescado..... | 19 |
| Figura 4. Árbol de problemas..... | 22 |
| Figura 5. Árbol de soluciones..... | 23 |
| Figura 6. Tasa de quejas en la EPS..... | 31 |
| Figura 7. Principales motivos de quejas en la EPS..... | 32 |
| Figura 8. Ranking régimen contributivo..... | 40 |
| Figura 9. Resultados OYS de la muestra analizada..... | 47 |
| Figura 10. Comparativo porcentual de los resultados entre los medios de comunicación disponibles..... | 48 |
| Figura 11. Porcentaje de quejas para el medio de comunicación más usado: teléfono..... | 49 |
| Figura 12. Porcentaje de quejas para el segundo medio de comunicación más usado: Sitio web..... | 50 |
| Figura 13. Porcentaje de quejas..... | 53 |
| Figura 14. Total quejas por subcategoría..... | 54 |
| Figura 15. Medio de comunicación teléfono..... | 56 |
| Figura 16. Medio de comunicación call center..... | 57 |
| Figura 17. Medio de comunicación externo..... | 58 |
| Figura 18. Medio de comunicación extensión propia..... | 59 |
| Figura 19. Medio de comunicación sitio web..... | 60 |

Introducción

Teniendo en cuenta que la población de la tercera edad corresponde al 11% de la población total de Colombia, la cual está presentando un crecimiento significativo y acelerado al pasar de los años, como lo demuestra el informe realizado por el Instituto de la Familia, de la Universidad de La Sabana, que menciona: “siete de cada diez jóvenes no desean tener hijos [...] 59 % de los colombianos no quiere tener hijos y si ya los tiene, no desea más” (Muñoz Gómez, 2017, p. 4). Lo cual se presenta como la principal causa de aumento en el número de personas mayores que para el 2050 aumentará en 14,1 millones en Colombia, comparado con el informe de la Organización Mundial de la Salud que evidencia que entre el año 2002 y el 2050, se duplicará el número de adultos mayores de 11% al 22%, es decir, de 605 a 2.000 millones de personas mayores estimando que existirá un mayor de 60 años por cada 2 adolescentes, (Bohórquez, 2017, p. 4). Es por esta razón que se hace necesario dar prioridad y calidad en los servicios de salud para todas las personas especialmente a los adultos mayores con el fin de ampliar el promedio de vida y productividad de los mismos, asegurarles una vejez digna y feliz permitiéndoles acceder a servicios de una manera oportuna, eficiente y ágil, garantizándoles por parte de las Entidades Promotoras de Salud EPS, medios de comunicación fáciles y amigables, que les eviten reprocesos, malestar y posteriores quejas y reclamos como respuesta a la mala atención.

Una de las principales herramientas capaz de mejorar las necesidades de los adultos mayores es la comunicación, ya que evita las confusiones, facilita la interacción y agiliza la solución las dudas desde la base del cuestionamiento, por ejemplo, entre el adulto mayor, usuario y la EPS se debe mantener una constante y buena comunicación, con la ayuda de medios que permitan satisfacer las necesidades facilitando además la credibilidad y excelente reputación de la entidad, asegurando la fidelidad con una marca cumpliendo siempre con los estándares y características establecidas, tal como lo menciona la página de internet Portal educativo, (2012)): “una buena comunicación se caracteriza por abarcar estas funciones:

Informar.

Educar.

Entretener.

Formar opinión

Publicidad y propaganda.”

El gran interrogante es ¿la EPS está cumpliendo sino en su totalidad en su mayoría estas funciones con los medios que tiene a disposición en la actualidad?

Además de las funciones expuestas anteriormente se debe dar importancia a “la clave de una buena comunicación es saber cómo, cuándo, cuánto y qué contar” (Remica, 2017), ya que no basta con llenar al usuario con información de poca o nada utilidad y que no aporte de manera positiva al relacionamiento con la EPS.

Con este proyecto se pretende, en primer lugar, analizar los diferentes mecanismos de medición de satisfacción usados por la EPS frente a las sugerencias y Opiniones realizadas por sus usuarios, como respuesta a la atención recibida, de la cual se toman ideas para evaluar la eficacia de los medios de comunicación actuales de la organización e identificar las dificultades u obstáculos que se puedan presentar y de acuerdo con estos resultados proponer estrategias y alternativas que ofrezcan a esta población facilidad de comunicación e información relacionada con la atención de su salud. Así mismo, verificar que, según las exigencias dadas por el Ministerio de Salud, se estén respetando los derechos de los adultos mayores, con un trato diferencial, propendiendo por una mejor calidad de vida, ya que sus necesidades, características, entorno y capacidades así lo ameriten.

“Hoy nadie habla de vejez en colegios y universidades, lo que dificulta proyectar y preparar a todo nivel una vejez activa, digna y saludable”. (Férrandez, 2018).

Problema y lectura de necesidades

Problema

Los medios de comunicación virtuales incursionaron en Colombia a mediados de 1997-2001, y tomando como referencia estos años, un adulto mayor que actualmente cuenta con 60 años tuvo acceso a la tecnología en promedio a los 40 años, haciendo evidente la falta de habilidades o conocimiento para el uso de los mismos en la actualidad, como lo demuestran los datos obtenidos por la Primera Gran Encuesta TIC, realizada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Min TIC (*Figura 1*), en las que se evidencia que el 68% de las personas de más de 55 años considera el internet nada o poco importante en sus vidas.

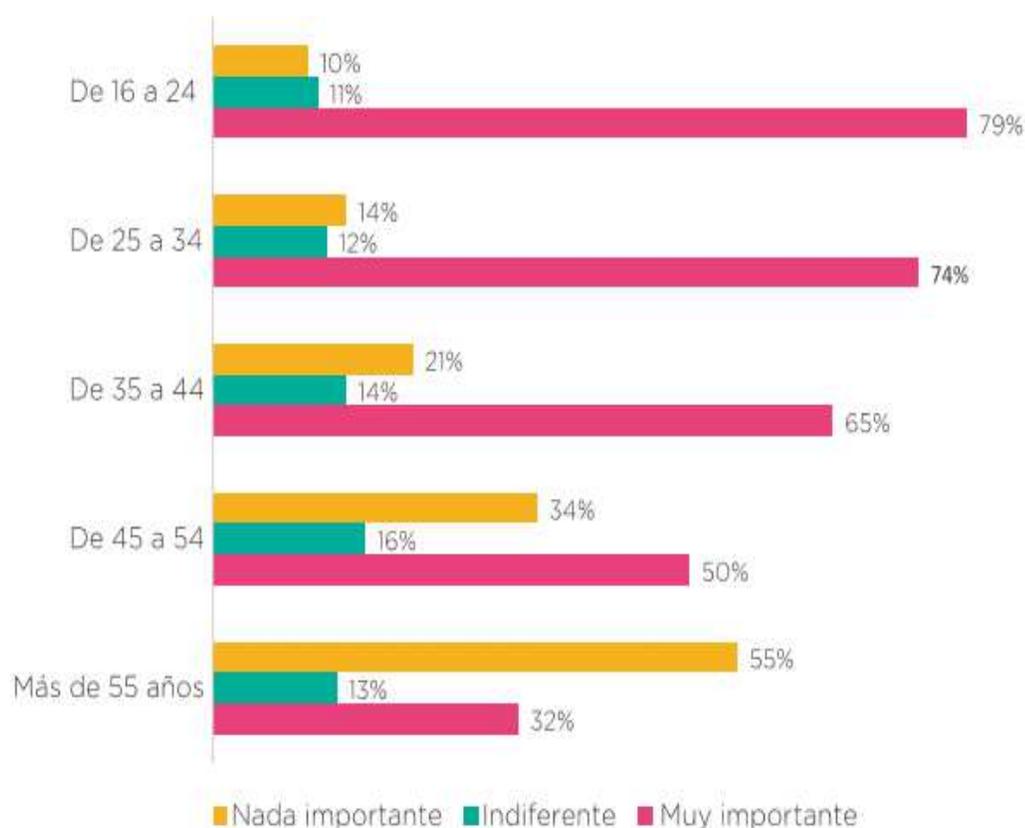


Figura 1. Importancia del internet en la vida de las personas según edad.

Fuente: Primera Gran Encuesta TIC. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.2017. http://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-74002_cartilla_resumen.pdf

A pesar de que el sistema de seguridad social en Colombia invierte muchos recursos en brindar a sus usuarios información fácil y accesible, dicha información no está llegando por completo a toda la población que la usa, por ejemplo, los adultos mayores requieren otros medios de comunicación que les permitan el acceso a los servicios de salud de manera adecuada y fácil para que se motiven a hacer uso de las nuevas tecnologías y dejen sin base sólidas sus argumentos expuestos para no hacer uso del internet. En consecuencia, las perspectivas de los entes gubernamentales como lo expresa textualmente la introducción del Plan de Acción de Madrid sobre el Envejecimiento, Naciones Unidas, (2002):

"buscan guiar la formulación y aplicación de políticas hacia el objetivo concreto del ajuste con éxito a un mundo que envejece, y en el que el éxito se mida en función del mejoramiento de la calidad de la vida de las personas de edad y de la sustentabilidad de los diversos sistemas -tanto estructurados, como no estructurados- en que se funda el bienestar de que se goce en todo el curso de la vida" (numeral 14).

Lectura de necesidades

Como respuesta a las innumerables quejas que se presentan a las entidades de salud diariamente y la calidad de los servicios que reciben sus afiliados y usuarios, nace la necesidad de buscar estrategias y medios que permitan dar solución, agilidad y satisfacción a la población que es atendida por las Instituciones Promotoras de Salud IPS contratadas por las EPS.

Las personas mayores afiliadas a alguna EPS del sistema de salud en Colombia son quienes por su condición y brecha generacional presentan gran cantidad de dificultades diariamente para acceder a información clara y oportuna en cuanto a los procedimientos, trámites, solicitudes, órdenes, peticiones e incluso quejas, reclamos o sugerencias en la EPS.

Se cuentan actualmente con los medios de comunicación tales como: internet, canales virtuales, call center y en algunas sedes de la EPS, con personal especializado de suministrar presencialmente cualquier tipo de información de interés; pero aun así se presentan dificultades, por diferentes razones como las expuestas en la Primera Gran Encuesta Tic (**Figura 2**) pues no son de fácil accesibilidad para los adultos mayores, ya que el internet no hace parte de sus conocimientos adquiridos, no se cuentan con los dispositivos tecnológicos, o simplemente no hay interés de aprender a usarlos, lo que obliga a las personas mayores a pedir ayuda a externos para

realizar algún trámite. Los canales virtuales como chats son de difícil acceso ya que estas personas no cuentan con correos electrónicos y adicionalmente, no tienen la habilidad para interactuar por este medio de comunicación, sin dejar de lado la no disponibilidad permanente o demoras en la atención de chats en línea que proporcionen información y den respuestas a los usuarios. Además, el call center cuenta con una operadora, la cual ofrece muchas opciones que conlleva a confusiones y no hacen fácil la comunicación directa con un agente.

A continuación, se muestran los porcentajes presentados por la Primera Gran Encuesta TIC en donde se evidencia las razones por las cuales no se hace uso del internet, lo cual influye en la problemática expuesta anteriormente.

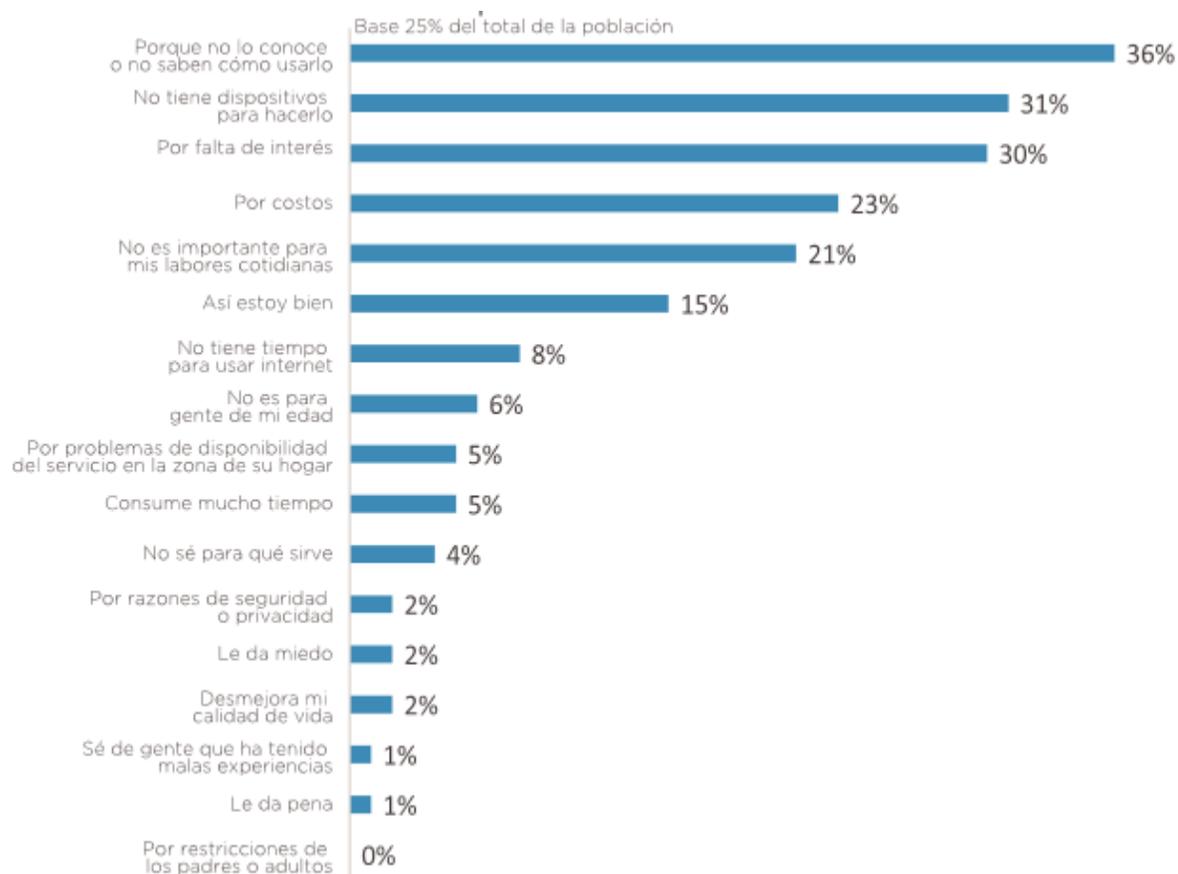


Figura 2. Razones por las cuales no usa internet.

Fuente: Primera Gran Encuesta TIC. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.2017. http://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-74002_cartilla_resumen.pdf

Tal como lo menciona el Ministerio de salud, (2016): “En respuesta a la necesidad de contar con una herramienta práctica, clara, precisa y didáctica que les permita a los ciudadanos saber cómo ingresar al Sistema General de Seguridad Social en Salud y cómo aprovechar sus beneficios, el Ministerio de Salud y Protección Social elaboró una guía”, donde se expone de manera fácil temas básicos para relacionarse activamente con la EPS, aún se presentan día a día más y más dificultades y quejas de los usuarios; ahí es donde surge la necesidad de identificar las dificultades que tienen actualmente en esta comunicación que debe ser de doble vía.

Para determinar el problema principal se hizo el ejercicio de listar las dificultades más notorias para la organización y luego priorizar 4 problemas en donde el de mayor puntaje fue “Dificultad del adulto mayor para comunicarse con la EPS”, dentro de este análisis se evaluaron diferentes aspectos: Magnitud, tendencia, riesgo, capacidad de intervención, interés de la población y prioridad para el sector.

Tabla 1.

Priorización de los problemas de la EPS escogida

| Priorización de problemas | Dificultad al servicio de salud | Falta de Oportunidad en la asignación de citas medicas | Sobre población de afiliados | Dificultad para el adulto mayor para conocerse con su EPS |
|---------------------------|---------------------------------|--|------------------------------|---|
| Magnitud | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Tendencia | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Riesgo | 2 | 1 | 2 | 2 |
| Capacidad de intervención | 1 | 0 | 0 | 3 |
| Interés de la población | 2 | 3 | 0 | 3 |
| Prioridad para el sector | 0 | 0 | 1 | 2 |
| Total | 11 | 10 | 8 | 15 |

Fuente: elaboración propia (2018).

Así mismo se utilizó la matriz DOFA para determinar más puntos relevantes de este problema en donde se realizó un análisis en la metodología de “Espina de pescado” y se planteó la Matriz final.

Tabla 2.

Matriz dofa

| Debilidades | Oportunidades |
|--|--|
| Continuos cambios y ajustes de la idea | Facilidad para contactar a los gerentes de las áreas a tratar |
| Limitación de recursos financieros | Contar con integrantes del proyecto que laboran en la organización |
| Tiempo limitado para desarrollar la idea | EPS líder en el sector de la Salud |
| Deficiencia en los medios tecnológicos | Acceso a información estadística preliminar de EPS |
| Problemas operativos internos | |
| Fortalezas | Amenazas |
| Contar con integrantes del proyecto que laboran en la organización | Falta de interés de la EPS |
| Costos unitarios adecuados | La No aprobación de la propuesta planteada por parte de la EPS |
| División de tareas y responsabilidades equitativas | Demasiada tramitología legal |
| Apoyo y asesoría constante | No conocer el tiempo de la EPS para tomar la decisión |
| Herramientas de aplicación definidas. | Políticas internas de EPS |
| | Restricciones para dar a conocer la idea |
| | Solicitudes y procedimiento de la EPS requieren tiempo |

Fuente: elaboración propia (2018).

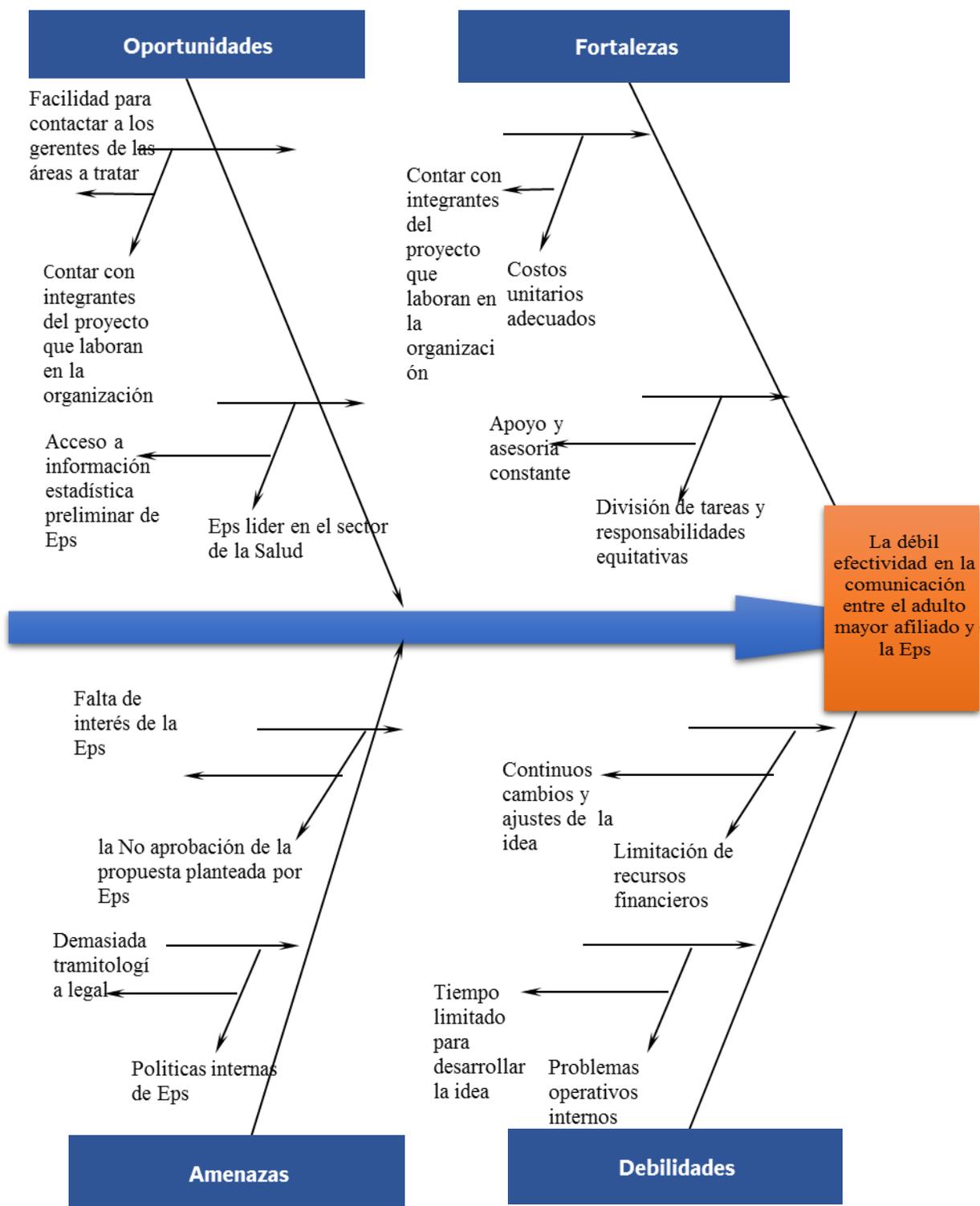


Figura 3. Espina de pescado.

Fuente: elaboración propia (2018).

Tabla 3.

Determinación de estrategias

| | | Análisis Entorno | |
|-------------------------------|--|--|--|
| | | Amenazas | Oportunidades |
| Matriz Dofa | | Falta de interés de la EPS | Facilidad para contactar a los gerentes de las áreas a tratar |
| | | la No aprobación de la propuesta planteada por EPS | Contar con integrantes del proyecto que laboran en la organización |
| | | Demasiada tramitología legal | EPS líder en el sector de la Salud |
| | | No conocer el tiempo de la EPS para tomar la decisión | Acceso a información estadística preliminar de EPS |
| | | Políticas internas de EPS | Las recomendaciones de las directivas de EPS |
| | Restricciones para dar a conocer la idea | | |
| | Solicitudes y procedimiento de la EPS requieren tiempo | | |
| | | Estrategias supervivencia | Estrategias de reorientación |
| Análisis interno | Debilidades | | |
| | Continuos cambios y ajustes de la idea | Resistir y tolerar los constantes cambios | Adquirir conocimiento amplio de la EPS |
| | Limitación de recursos financieros | Insistir y perseverar para lograr el objetivo | Obtener asesoría adicional respecto del área de la salud |
| | Tiempo limitado para desarrollar la idea | Evaluar y comunicar las opciones viables | Ejecutar al pie de la letra los tiempos del plan de acción |
| | Deficiencia en los medios tecnológicos | Analizar y proponer el plan b c y d | Procurar la agilización de los procesos internos |
| Problemas operativos internos | Contar con diversas opciones de solución | | |
| | | Estrategias Defensivas | Estrategias ofensivas |
| Análisis interno | Fortalezas | | |
| | Contar con integrantes del proyecto que laboran en la organización | Concientizar a la EPS para aprovechar sus fuentes de información | Aprovechar los recursos humanos existentes |
| | Costos unitarios adecuados | Exponer de forma convincente la idea | Desarrollar cronogramas ajustados a las necesidades |
| | División de tareas y responsabilidades equitativas | Clarificar los beneficios que la población objetivo obtendrá | Explotar las fuentes de comunicación existentes |
| Apoyo y asesoría constante | Enfatizar la relación costo-beneficio para la EPS | Planificar presupuestos atractivos para la EPS | |

Herramientas de aplicación
definidas.

Generar propuestas
innovadores que impacten

Fuente: elaboración propia (2018).

Árbol de problemas

Efectos

- Desaprovechar los medios de comunicación dispuestos por parte de la EPS para realizar solicitudes de autorizaciones, citas médicas, certificaciones, trámites especiales y procedimientos en general.
- Mayores tiempos en la adquisición del servicio, que provocan ausentismo, vencimiento de autorizaciones, reprocesos, quejas, reclamos e insatisfacción en la atención al usuario.
- Baja atención personalizada por parte de los funcionarios designados.
- Poco conocimiento y difusión de los canales de comunicación: los call center, el chat, los asesores, material informativo.

Problema central

La poca efectividad en la comunicación entre el adulto mayor afiliado y la EPS.

Causas

- Falta de conocimiento de los diferentes medios de comunicación y canales de información.
- Complejidad para el manejo de los medios de comunicación establecidos por la EPS.
- Poca disposición en la atención personal hacia los adultos mayores para proporcionar información.
- Poca información visual dirigida a los adultos mayores.

Figura 4. Árbol de problemas.

Fuente: Elaboración propia (2018).

Árbol de soluciones

Soluciones

- Aprovechar los medios de comunicación dispuestos.
- Disminuir los tiempos de respuesta a las solicitudes de los usuarios mejorando los índices de satisfacción.
- Genera un mecanismo de atención directa y personalizada
- Capacitar e informar acerca del uso de los medios de comunicación disponibles para los usuarios.
-

Objetivo General

Fortalecer la efectividad de la comunicación entre los adultos mayores y la EPS en la mayoría de sus sedes.

Objetivos estratégicos o medios

- Consolidar las fuentes suministradas por la EPS que evalúan el nivel de satisfacción de los clientes.
- Analizar la información suministrada para evaluar la oportunidad, accesibilidad y facilidad de los medios de comunicación de la EPS para la población Adulta Mayor.
- Presentar los resultados y estrategias que contrarresten las necesidades manifestadas por los adultos mayores.

Figura 5. Árbol de soluciones.

Fuente: Elaboración propia (2018).

Antecedentes

La historia muestra los diferentes orígenes y connotaciones que ha tenido a lo largo de los años los cambios que sufre el cuerpo al pasar el tiempo y volverse viejo, lo cual implica mayores cuidados y menor tolerancia a ciertas circunstancias como el estilo de vida, la tecnología, las enfermedades e incluso a sus tratamientos, así lo demuestran algunas investigaciones y estudios realizados por organizaciones en beneficio de la vida del adulto mayor que concluyen que cada vez hay más personas mayores en el mundo, que no cuentan con la suficiente asistencia para hacerle frente a esta etapa de la vida, de la cual las personas no son conscientes cuando están jóvenes y no se preparan para cuando deban vivirla. En esta etapa según Lawrence J. (2004): “La vejez es aquella época dorada del pensamiento, en que conoces todas las respuestas, pero curiosamente nadie te pregunta” (pp. 608), es ciertamente en la etapa en la que los adultos mayores son apartados y menospreciados en ocasiones sin ser conscientes del gran aporte a la sociedad que hicieron en su juventud y edad de productividad y pueden hacer con toda la sabiduría y conocimiento con el que cuentan, pero además donde deben contar con mayores beneficios como lo menciona García (2006): “lugares democráticos para los adultos mayores en el que tengan acceso a la información, interactúen, ejerzan sus derechos y transformar la realidad” (pp. 236).

En Colombia de acuerdo con el boletín de prensa N° 172 del 2016 la población mayor de 60 años corresponde al 11% del total de la población nacional y se proyecta incremento de esta al pasar los años. Al ser una población tan vulnerable y especial, se hace necesario que se propenda por una atención preferencial y mucho más en temas de salud pues entre más años más uso de estos servicios se requiere y como tal deben ser de fácil acceso. Enfocando específicamente el tema de la salud de los adultos mayores se pone en consideración la argumentación de Fernández (2018) según el Estudio Nacional de Salud, Bienestar y Envejecimiento:

La cobertura en salud es al parecer la salida a las carencias de apoyo social e integral para las personas mayores, según datos de SABE, porque 74 de cada 100 adultos mayores manifiestan recurrir a los servicios de salud ambulatorios casi de manera permanente, sobre todo en los estratos altos (P. 1).

Como contraste a la situación real mostrada en los estudios e informes de las entidades como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Misión Colombia

Envejece, Fedesarrollo, el Ministerio de Salud, entre otras, se resalta lo estipulado en las leyes 1850 de 2017, 1251 de 2008, 1315 de 2009, 1171 de 2007 599 de 2000 y 1276 de 2009, las cuales establece beneficios y medidas de protección para las personas adultas mayores, penalizando el maltrato por abandono, y garantizando sus derechos entre ellos el acceso a la salud y sus servicios de manera prioritaria procurando una mejor calidad de vida, a través del fomento del autocuidado y reducción de factores de riesgo para promover estilos de vida saludable, así como el acceso al conocimiento, la educación y la capacitación de las personas mayores de 60 años. Así lo afirma el presidente de la Asociación Colombiana de Gerontología y Geriatria, Cuadros (2017): “Este panorama nos trae grandes retos como sociedad, como familias y como personas porque debemos pensar cómo crear sociedades más incluyentes con estas personas”, afirmaciones que concuerdan adicionalmente con lo planteado por SENAMA (2009), “la participación de las personas mayores constituye una herramienta de pertenencia e integración social y ante la ausencia de un rol en la vejez en la sociedad, el grupo se constituye como un espacio de acogida, intercambio, apoyo mutuo, aprendizaje de habilidades, información y de comunicación” (Yanguas y otros 1998, citado por SENAMA 2009: 78).

Tabla 4.

Análisis de alternativas

| Medios | Ponderación del factor % | Alternativas | Ponderación por alternativas (%) | | Puntaje (0-10) | Factores de análisis | | | Calificación ponderada | |
|---|--------------------------|---|----------------------------------|-----------|----------------|----------------------|------------|---------|------------------------|------|
| | | | Costo | Beneficio | | Tiempo | Viabilidad | Impacto | | |
| Generar estrategias de capacitación en el uso de los medios comunicación y canales de | 30 | Solicitar autorización de la IPS para realizar capacitación grupal en el uso de los medios de | 60 | 9 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1.62 |

| Medios | Ponderación del factor % | Alternativas | Ponderación por alternativas (%) | | Puntaje (0-10) | Factores de análisis | | | | Calificación ponderada |
|--|--------------------------|---|----------------------------------|-----------|----------------|----------------------|------------|---------|---|------------------------|
| | | | Costo | Beneficio | | Tiempo | Viabilidad | Impacto | | |
| información a los que puede acceder el adulto mayor en la IPS. | | comunicación cuando los adultos mayores se dirijan a la sede. | | | | | | | | |
| | | Entregar a los adultos mayores material didáctico de cómo acceder a los medios de comunicación tecnológica, mostrándoles las ventajas y agilidad de su uso. | 40 | 10 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1.20 |
| Disminuir las opciones en el Call Center y generar un modelo simplificado para la población adulto mayor | 25 | Proponer a la IPS-EPS la aplicación de un plan piloto en su sistema que permita la simplificación de las opciones del call center, evidencian | 65 | 10 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1.63 |

| Medios | Ponderación del factor % | Alternativas | Ponderación por alternativas (%) | | Puntaje (0-10) | Factores de análisis | | | | Calificación ponderada |
|---|--------------------------|--|----------------------------------|-----------|----------------|----------------------|------------|---------|---|------------------------|
| | | | Costo | Beneficio | | Tiempo | Viabilidad | Impacto | | |
| oportuno, claro, amable y eficiente. | | Publicad interna INTRANET de la importancia de la atención de la población adulta mayor. | 40 | 10 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1.00 |
| | | | 50 | 7 | 0 | 2 | 3 | 2 | 0 | 0.70 |
| Evaluar la eficiencia de los elementos de publicidad física y didáctica en la sede de la IPS. | 20 | Implementación de los mecanismos de evaluación de la eficiencia de la información proporcionada. | 50 | 6 | 0 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0.60 |
| | | | 50 | 6 | 0 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0.60 |
| Total ponderado | 9 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | | | | |

Fuente: elaboración propia (2018).

Tabla 5.

Análisis de implicados

| Actores | Interés | Aportes favorables | Aportes desfavorables | Recursos | Posición potencial |
|---------------------|---|--|---|---|--------------------|
| Secretaría de Salud | Documentación legal de lo permitido y lo no permitido. | Acceso virtual y accesible a la información por la web o los puntos de atención. | Trabas o contraposiciones frente a lo planteado en las normas. | Contactos estratégicos | opositor |
| EPS- IPS | Autorizar la implementación del proyecto en su sede. | Disposición de la IPS para implementar el plan piloto en las sedes. | Posible negativa frente a la propuesta planteada. | Contacto desde la parte interna | indiferente |
| Adultos mayores | Disminuir el número de inconformidades. | Iniciativa del personal de acompañamiento. | No adopción de calidad de atención a los clientes por parte del personal interno. | Contacto interno de OYS | favorecedor |
| Adultos mayores | Acceder a la información y los servicios que necesitan de forma oportuna y ágil. | Interés e inquietud por resolver sus dudas. | Disponibilidad de tiempo para recibir la información-dificultad para comprender los medios de comunicación. | Usuarios de la EPS | favorecedor |
| Estudiantes | Aplicar el proyecto en la IPS logrando el impacto esperado y cumplimiento de los objetivos. | Conocimiento obtenido e implementado en el proyecto | No cumplimiento de cronograma en los tiempos establecidos. | 2 estudiantes de especialización de Seguridad Social Integral | favorecedor |

Fuente: elaboración propia (2018).

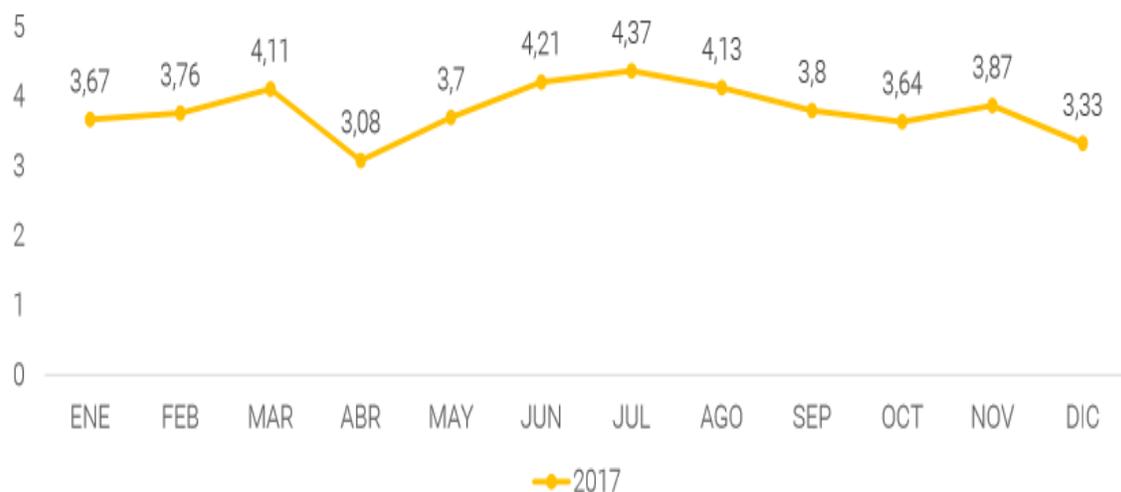
Justificación

El presente proyecto se plantea desde el punto de vista social con el objetivo de generar impacto y oportunidades en la población de adultos mayores, atacando uno de los problemas que presentan a la hora de acceder a los servicios de salud; por los innumerables y largos procedimientos que se deben seguir; lo que se dificulta aún más, si no se cuenta con el conocimiento amplio y suficiente de los medios de comunicación por los cuales se puede adquirir información de cómo, cuándo, dónde y a quien dirigirse en cualquier caso, dando cumplimiento al objetivo que se menciona en El Plan de Acción Internacional sobre el Envejecimiento (2002): "garantizar que en todas las partes del mundo se pueda envejecer con seguridad y dignidad; y que las personas adultas mayores puedan continuar participando en sus respectivas sociedades como ciudadanos con plenos derechos"(pp. 126).

Desde el punto de vista académicos se busca aplicar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la especialización en Seguridad Social Integral, dando evidencia de la efectividad de la formación y competencias de los Especialistas que les va a permitir desarrollarse en el campo laboral de manera eficiente y eficaz, ayudando a dar soluciones a los problemas relacionados con la Seguridad Social, brindando asesorías y guía en diferentes escenarios ya sea a empresas privadas, organizaciones públicas, entidades educativas, personas naturales y organismos gubernamentales.

Desde el punto de vista económico se pretende que el proyecto genere estadísticas y datos de interés frente al conocimiento y uso adecuado de los medios de comunicación ofrecidos por la EPS a la población; con el fin de que se pueda implementar mecanismos o herramientas que mejoren de manera favorable la comunicación, atención, así como optimizar los recursos ofrecidos, garantizando calidad y satisfacción manifestada en las experiencias de los adultos mayores, disminuyendo consigo los índices de las quejas y reclamos actuales. (**Figura 6**Figura 6).

Por cada 1.000 afiliados



La tasa promedio para el 2017 corresponde a 3,80

Figura 6. Tasa de quejas en la EPS.

Fuente: Informe rendición de cuentas de la EPS estudiada (2017).

A primera vista se observa en la **Figura 7**, las diferentes clasificaciones de quejas analizadas en el año 2017, se pretende analizar mucho más a fondo la problemática y enfocarse en estas 3 clasificaciones que influyen directamente en los medios de comunicación:

1. Claridad, precisión y suficiencia de información
2. Facilidad de trámites y requisitos.
3. Acceso a canales de información.

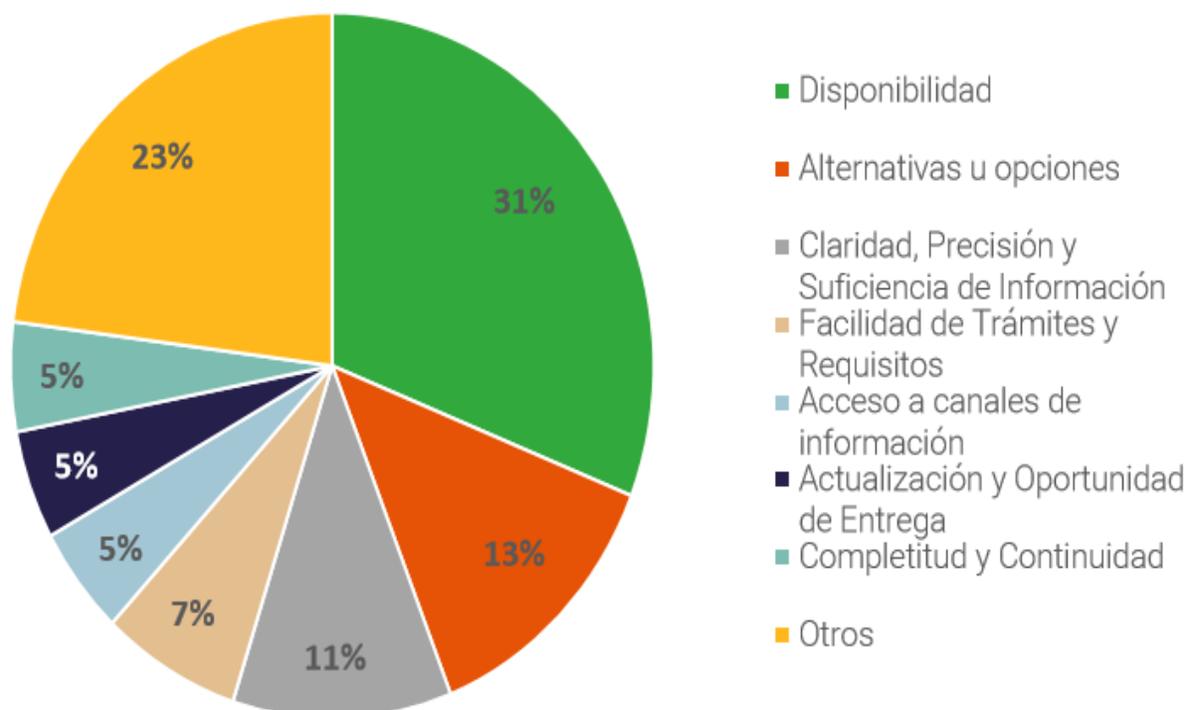


Figura 7. Principales motivos de quejas en la EPS.

Fuente: Informe rendición de cuentas de la EPS estudiada (2017).

Teniendo un poco más claro el panorama actual, se hace necesario replantear si efectivamente los medios que se están utilizando cumplen o no con satisfacer las mínimas necesidades requeridas para contar con una comunicación asertiva que conlleve a satisfacción de nuestros usuarios.

Una parte importante a resaltar en las EPS es que desde la cabeza de las organizaciones se es consciente de las fallas que aún se presentan tal como lo expone en uno de sus editoriales, y así lo expresa uno de los directores, Rodríguez Ardila, (2018) :“aunque es evidente que hay fallas administrativas y operativas y casos de corrupción que deben ser aclarados, el actual sistema brinda muchos beneficios a los usuarios y permite un mejor y más oportuno cuidado de su salud”; lo más importante es que nos invita a mejorar para bienestar de los usuarios.

Objetivos

Objetivo general

Analizar las fuentes de información suministradas por la EPS para generar estrategias de comunicación que permitan a la población adulta mayor acceder de una manera ágil, fácil y oportuna al servicio.

Objetivos específicos

- Consolidar las fuentes suministradas por la EPS que evalúan el nivel de satisfacción de los clientes.
- Analizar la información suministrada para evaluar la oportunidad, accesibilidad y facilidad de los medios de comunicación de la EPS para la población Adulta Mayor.
- Presentar los resultados y estrategias que contrarresten las necesidades manifestadas por los adultos mayores.

Alcance del proyecto

El proyecto está enfocado a la población adulta mayor, es decir, a las personas de 60 años o más, independientemente de su género, raza, religión, estrato social. Se inicia realizando un análisis de los diferentes mecanismos utilizados, determinando cuales son los medios que efectivamente requieren una estrategia a implementar y así generar un producto, que permita dar a conocer la satisfacción de los usuarios en torno a los medios de comunicación, con estos resultados se proponen nuevas herramientas que mejoren y aumenten su uso frecuente, de forma fácil y ágil.

Teniendo en cuenta que no se intervendrá directamente a la población se analizarán las diferentes fuentes independientes de la sede de la IPS. A continuación, se presenta el panorama general de la población en cada una de las sedes de la organización denominada IPS.

Tabla 6.

Panorama general de la población en cada una de las sedes de la IPS

| Sedes IPS | 60 a 64 años | 65 a 69 años | 70 a 74 años | 75 años y más | Total general |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| USS Calle 26 red centro | 5,525 | 4,481 | 3,248 | 5,404 | 18,658 |
| USS Kenedy I red sur | 5,038 | 4,175 | 2,948 | 3,582 | 15,743 |
| USS Av. 1a de Mayo red sur | 5,598 | 3,969 | 2,543 | 3,099 | 15,209 |
| USS Suba red norte | 4,984 | 3,660 | 2,354 | 2,689 | 13,687 |
| USS Fontibón red centro | 2,794 | 2,056 | 1,336 | 1,395 | 7,581 |
| USS Calle 42 red centro | 2,599 | 1,962 | 1,223 | 1,612 | 7,396 |
| USS Autopista sur red sur | 2,232 | 1,598 | 935 | 775 | 5,540 |
| USS Calle 67 red centro | 1,660 | 1,295 | 951 | 1,413 | 5,319 |
| USS Chía red norte | 1,520 | 1,212 | 841 | 1,103 | 4,676 |
| IPS Zipaquirá | 1,377 | 874 | 475 | 555 | 3,281 |
| IPS Cemex | 529 | 461 | 305 | 414 | 1,709 |
| USS Facatativá red centro | 528 | 391 | 243 | 256 | 1,418 |
| USS Zipaquirá red norte | 13 | 3 | 6 | 5 | 27 |
| USS Buenaventura corporación MI IPS occidente | 1 | 1 | 1 | | 3 |
| Total general | 34,398 | 26,138 | 17,409 | 22,30 2 | 100,24 7 |

Fuente: elaboración propia (2018).

Estrategias de intervención

- a. Conocer el panorama actual de la población afiliada por la EPS y atendida por la IPS.
- b. Identificar las diferentes fuentes a analizar.
- c. Solicitar permiso a la organización para acceder a esta información sin restricciones y de forma completa.
- d. Analizar las diferentes fuentes e información suministrada por la organización con el fin de definir alcances:
 - rango de tiempo a analizar.
 - Unificar criterios a evaluar así mismo la tipología.
 - Definir la estrategia y metodología del análisis.
 - e. Organizar la información y análisis realizado para tabulación de los resultados.
 - f. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos generar las recomendaciones y estrategias a proponer.
 - g. Definir la metodología a utilizar para la presentación de los resultados.
 - h. Presentar el resultado a la organización, con el fin de que este insumo sea fuente importante para que se generen acciones que favorezcan a la comunidad.

Condiciones del proyecto

Factores claves de éxito

1. Interés y aceptación de aplicabilidad por parte de la EPS en el proyecto presentado.
2. Oportunidad, completitud y veracidad de la información suministrada por la EPS.
3. Apoyo constante y permanente de la organización, tanto en capital humano especializado, así como en escenarios e infraestructura para el desarrollo de este.
4. Seguimientos periódicos donde se muestran avances del plan de acción.
5. Se cuenta con la visión de cuatro frentes, la EPS, la IPS, los estudiantes de la especialización y la población adulta mayor.
6. Proyecto articulado con las políticas internas de la organización como el objetivo, el propósito superior, el objetivo retador, y los atributos de la EPS.

Tabla 7.

Plan de acción

| Objetivo general | Objetivos específicos | Actividad | Estrategia | Recursos | Responsable | Lugar | Fecha |
|---|--|--|--|--|----------------------------------|--------|----------|
| Fortalecer en un (8%) la efectividad en la comunicación entre el adulto mayor y la EPS. | Consolidar las fuentes suministradas por la EPS que evalúan el nivel de satisfacción de los clientes | Exposición y divulgación de la idea del proyecto a implementar en la EPS sede Bogotá DC | Por medio de reuniones dar a conocer la idea principal del proyecto, así como su alcance y beneficios tanto para los usuarios, como para la compañía | HUMANOS: estudiantes encargados del proyecto, profesores y personal capacitado proporcionado por las EPS, tanto para la atención como para los servicios | Estudiantes | | 15-10-18 |
| | | Aclaración de los acuerdos, condiciones restrictivas frente al manejo de la información. | Reunión con los directivos de que avalen y autoricen el manejo de su información confidencial. | FINANCIEROS: respaldo tanto en el aval como en los recursos económicos disponibles por parte de la EPS para invertir en el mejoramiento | Estudiantes y personal de la EPS | 21 IPS | 01-12-19 |
| | | Firma de acuerdos de confidencialidad y acuerdos de tratamiento de datos. | En conjunto con los especialistas firmar acuerdos de confidencialidad y tratamiento de datos que garanticen la transparencia y uso, para temas meramente académicos. | ECONÓMICOS: por cuenta propia de las estudiantes que van a poner en práctica la idea del proyecto | Estudiantes y personal de la EPS | | 04-02-19 |

| Objetivo general | Objetivos específicos | Actividad | Estrategia | Recursos | Responsable | Lugar | Fecha |
|------------------|--|---|--|----------|----------------------------------|-------|--------------------------|
| | | Solicitud de resultados de mecanismos de medición suministrados por la EPS | Programar reunión para entrega de información y obtener los contactos necesarios para la construcción de la estrategia. | | Estudiantes y personal de la EPS | | 15-02-19 |
| | Analizar la información suministrada para evaluar la oportunidad, disponibilidad, accesibilidad y facilidad de los medios de comunicación de la EPS para la población Adulta Mayor | definir una metodología de análisis y criterios Analizar y evaluar las diferentes opiniones y respuestas recibidas de los usuarios dándoles un enfoque hacia los objetivos estratégicos de la compañía | investigar diferentes metodologías de análisis a utilizar Leer y analizar las diferentes respuestas, opiniones y sugerencias de los usuarios, clasificando la información y haciéndola más comprensible con tabulaciones, estadísticas y tablas dinámicas | | Estudiantes estudiantes | | 15-02-19 20-02-19 |
| | Presentar los resultados y estrategias que contrarresten en las | Presentación de los resultados del análisis realizado a cada mecanismo de | reunión para presentación informe final | | Estudiantes | | 25-04-19 |

| Objetivo general | Objetivos específicos | Actividad | Estrategia | Recursos | Responsable | Lugar | Fecha |
|------------------|---|--|--|----------|------------------|-------|----------|
| | necesidades manifestadas por los adultos mayores. | evaluación de la EPS | | | | | |
| | | Proponer alternativas y estrategias de fortalecimiento de dichas estadísticas y datos. | dentro de la presentación hacer las propuestas | | estudiantes | | 25-04-19 |
| | | Acuerdo de estrategias a utilizar para la mejora continua. | recibir respuesta de la EPS | | La EPS estudiada | | 25-04-19 |

Fuente: elaboración propia (2018).

Riesgos del proyecto

- Demoras por parte de la EPS en cuanto a la aprobación del proyecto y procedimientos a ejecutar antes del inicio del proyecto.
- Demoras e inoportunidad en la entrega de la información lo cual retrasa el cronograma ya establecido, así como disminuye el tiempo de análisis a realizar.
- Unificar información de los diferentes medios suministrados para hacer un análisis real y que genere valor.
- disposición de recursos tecnológicos, humanos y de infraestructura para el desarrollo del mismo.
- El tiempo de ejecución del proyecto, ya que es muy limitado.
- Las políticas y regulaciones internas de la organización que obliguen a modificar, reajustar y replantear las ideas inicialmente propuestas.
- La disponibilidad de actores importantes y relevantes para el desarrollo del proyecto.

Impacto esperado

Se espera aportar favorablemente a la EPS proporcionando un análisis detallado, real y de alta calidad que en primera instancia impacte positivamente al personal de la EPS, y se interiorice sobre las dificultades que esta población actualmente presenta, por medio

de propuestas que impacten de forma positiva la población de los adultos mayores, y proporcionando herramientas que los motiven a aprovechar y usar de forma regular los diferentes medios de comunicación, agilizándoles los tiempos de respuesta, disminuyendo los trámites, haciendo cómoda y amigable la solución de peticiones y solicitudes, generándoles seguridad ya que pueden ser autónomo en el acceso a información general, lo que significa más tiempo libre para actividades que en realidad disfruten y en general mejorando su calidad de vida, gracias a la atención diferencial que se propende dar a los adultos mayores a partir de la ejecución de este proyecto integrador.

Por otro lado, se pretende impactar también en cuanto al aumento de satisfacción de los adultos mayores por la atención recibida en la EPS, lo que representa además una disminución en el número de quejas y reclamos, generándole a la propia organización resultados satisfactorios, reconocimientos, acreditación y prestigio, contribuyendo con esto a un mejor posicionamiento de la marca a nivel Cundinamarca y Nacional, ya que al generar programas especiales para los adultos mayores, estos con su experiencia manifestarán a sus familias y amigos la satisfacción de contar con una entidad que los tiene en cuenta y se preocupa por su bienestar. Adicionalmente se busca contribuir a que la EPS diagnostique y trate oportunamente a los pacientes que lo requieran, con el fin de prevenir enfermedades más complejas que conllevan a más costos para la organización EPS.

La tecnología para las personas de la tercera edad está siendo bien recibida por este segmento de la población, por sus familiares, así como por los profesionales de la salud. (Solares, 2018)

En el tema “Adulto Mayor”, se habla de capacitación tecnológica para el adulto mayor para reducir las brechas digitales. Se habla de “implementación”, pero no de las áreas a cubrir en ese proceso. Un indicador de éxito sería la cantidad de cursos dictados, y no hay una estrategia para medir el impacto de estas capacitaciones. (Beingolea, 2018)).

Entorno interno y externo

Interno.

Competencia.

Dentro de la competencia las EPS más importantes según ministerio de Salud

| Codigo | Nombre | Ranking | | Dimensión | | Dimensión | | Dimensión | |
|--------|-----------------------------|---------|------|-------------|--------------|-----------|------|-----------|--|
| | | Total | 2018 | Oportunidad | Satisfacción | Trámites | | | |
| EPS010 | EPS SURAMERICANA S.A. | 1 | - | 1 | - | 1 | - | 1 | |
| EPS001 | ALIANSA SALUD EPS S.A. | 2 | ▲(1) | 3 | ▲(7) | 2 | - | 2 | |
| EPS005 | SANITAS S.A. E.P.S. | 3 | ▼(1) | 2 | - | 3 | - | 3 | |
| EPS008 | COMPENSAR E.P.S. | 4 | ▲(1) | 10 | ▼(3) | 4 | - | 4 | |
| EPS002 | SALUD TOTAL S.A. EPS | 5 | ▲(1) | 7 | ▼(4) | 8 | ▼(3) | 5 | |
| EPS037 | NUEVA EPS | 6 | ▼(2) | 4 | - | 6 | ▲(2) | 8 | |
| EPS016 | COOMEVA E.P.S. S.A. | 7 | ▲(2) | 5 | ▲(1) | 7 | ▲(3) | 7 | |
| EPS017 | EPS FAMISANAR LTDA | 8 | ▼(1) | 11 | ▼(6) | 5 | ▲(2) | 6 | |
| EPS018 | SERV. OCC. DE SALUD SOS EPS | 9 | ▲(1) | 6 | ▲(7) | 9 | - | 9 | |
| EPS012 | COMPENALCO VALLE E.P.S. | 10 | ▲(1) | 8 | ▲(1) | 10 | ▲(1) | 11 | |
| EPS033 | SALUDVIDA E.P.S. S.A. | 11 | ▼(3) | 9 | ▼(1) | 11 | ▼(5) | 10 | |
| EPS023 | CRUZ BLANCA EPS S.A. | 12 | - | 13 | ▼(1) | 12 | - | 12 | |
| EPS003 | CAFÉSALUD EPS | 13 | - | 12 | ▼(1) | 13 | - | 13 | |

Figura 8. Ranking régimen contributivo.

Fuente: Informe rendición de cuentas de la EPS estudiada (2017).

población objeto.

A los 100.247 Adulto mayores afiliados a la EPS,

recursos con los que se cuentan.

La OYS radicada a la EPS durante el periodo, y los resultados de la última encuesta de satisfacción y la encuesta realizada a los adultos mayores “reto de comunicación”.

geografía.

La OYS radicada a la EPS durante el periodo año 2018, los resultados de la última encuesta de satisfacción de las 14 sede de la EPS en el municipio Cundinamarca y la encuesta “reto de comunicación”

alcance del proyecto.

Generación de estrategias para hacer más efectivos los medios de comunicación dispuestos por la EPS para la población afiliada caracterizado como adultos mayores generando mayor satisfacción de los usuarios.

Externo.

A. Ley 1581 de 2012 (protección de datos)

Que mediante la Ley 1581 de 2012 se expidió el Régimen General de Protección de Datos Personales, el cual, de conformidad con su artículo 1, tiene por objeto “(...) Desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma.

B. artículo 2.1.1.6 del decreto 780 del 2016

El adulto mayor puede afiliarse por medio de una vinculación laboral o como independiente no hay edad, el cual señala que ninguna EPS puede negar la afiliación por razones de edad o estado de salud previo o actual.

C. Constitución Política de Colombia 1991 artículo 23

“Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución. El legislador podrá reglamentar su ejercicio ante organizaciones privadas para garantizar los derechos fundamentales.”

Tabla 8.

Presupuesto

| Análisis de fuentes de información y propuestas para generación de estrategias a implementar por la EPS para la población de adulto mayor, en relación a los medios de comunicación | | | | |
|---|---|--|---|-------------|
| Fecha de Inicio | 01-07-18 | | | |
| Fecha de finalización | 16-05-19 | | | |
| Facultad responsable | INGENIERIA | | | |
| Investigador responsable | FRANCY GUALTERO- NELSON BAYONA- ALBA | | | |
| Presupuesto realizado para | 10 meses | | | |
| Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación. | | | | |
| Rubros | Fase I (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Fase II (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Fase III (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Universidad |
| Gastos de personal | | | | |

Análisis de fuentes de información y propuestas para generación de estrategias a implementar por la EPS para la población de adulto mayor, en relación a los medios de comunicación

| | |
|----------------------------|--|
| Fecha de Inicio | 01-07-18 |
| Fecha de finalización | 16-05-19 |
| Facultad responsable | INGENIERIA FRANCY GUALTERO- NELSON BAYONA- ALBA |
| Investigador responsable | TORRES |
| Presupuesto realizado para | 10 meses |

Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación.

| Rubros | Fase I (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Fase II (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Fase III (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Universidad |
|--------------------------------------|---|--|---|-------------|
| Personal Vinculado | 7,266,000 | 11,334,960 | - | 18,600,960 |
| Contratación prestación de servicios | - | - | - | - |
| Total gastos de personal | 7,266,000 | 11,334,960 | - | 18,600,960 |
| <hr/> | | | | |
| Gastos de Viajes | | | | |
| Viajes nacionales | 10,000 | 20,000 | - | 50,000 |
| Viajes internacionales | - | - | - | - |
| Total gastos de viajes | 10,000 | 20,000 | - | 50,000 |
| <hr/> | | | | |
| Software y equipos tecnológico | | | | |
| Total Software y equipos tecnológico | 300,000 | 450,000 | - | 750,000 |
| Total Software | 300,000 | 450,000 | - | 750,000 |
| <hr/> | | | | |
| Otros Gastos | | | | |
| Trámites y Licencias | - | - | - | - |
| Libros y Suscripciones | - | - | - | - |
| Papelería y fotocopias | 2,000 | 10,000 | - | 12,000 |
| servicios públicos | 60,000 | 100,000 | - | 160,000 |
| Desplazamientos/salidas de campo | - | - | - | - |
| Material de enseñanza | - | - | - | - |

| Análisis de fuentes de información y propuestas para generación de estrategias a implementar por la EPS para la población de adulto mayor, en relación a los medios de comunicación | | | | |
|---|---|--|---|-------------|
| Fecha de Inicio | 01-07-18 | | | |
| Fecha de finalización | 16-05-19 | | | |
| Facultad responsable | INGENIERIA FRANCY GUALTERO- NELSON BAYONA- ALBA | | | |
| Investigador responsable | TORRES | | | |
| Presupuesto realizado para | 10 meses | | | |
| Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación. | | | | |
| Rubros | Fase I (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Fase II (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Fase III (Correspond e a periodo de tiempo semestral) | Universidad |
| Inscripción a eventos y congresos | - | 5,000 | - | 5,000 |
| Publicaciones e impresos | - | - | - | - |
| Otros | - | 60,000 | - | 60,000 |
| Total otros gastos | 62,000 | 175,000 | - | 237,000 |
| Subtotal | 7,638,000 | 11,979,960 | - | 19,637,960 |
| Total general | 19,637,960 | | | |
| % de participación | 100% | | | |

Fuente: elaboración propia (2018).

Tabla 9.

Cadena de valor

| Nombre del proyecto | Análisis de fuentes de información y propuestas para generación de estrategias a implementar por la EPS para la población de adulto mayor, en relación a los medios de comunicación | | | | | | |
|--|---|--|-----------------------|--|-----------------|------------------|------------|
| Objetivo del proyecto | Fortalecer en un (8%) la efectividad en la comunicación entre el adulto mayor y la EPS de Bogotá D.C. | | | | | | |
| Objetivo | Producto | Indicador principal del catálogo | Meta semestral | Actividades | Primer Semestre | Segundo Semestre | Total |
| 1. Adquirir conocimiento en el uso de medios de comunicación | 3 fuentes de información. OYS. Opiniones y sugerencias Encuesta de satisfacción. Encuesta aplicada a la población | Consolidar las diferentes fuentes suministradas, que evalúan la satisfacción o insatisfacción de los clientes | 2 semestre: 3 fuentes | Solicitud de información (OYS- Encuestas ya aplicadas) | 7,638,000 | | 7,638,000 |
| 2. Disminuir la complejidad de los medios de comunicación | Informe general de los resultados obtenidos | Analizar la información suministrada y así evaluar la oportunidad, disponibilidad, accesibilidad y facilidad de los medios de comunicación | 2 semestre: 1 informe | definir la metodología de análisis. Leer y analizar las diferentes respuestas, opiniones y sugerencias de los usuarios, clasificando la información y haciéndola | | 11,979,960 | 11,979,960 |

| Nombre del proyecto | Análisis de fuentes de información y propuestas para generación de estrategias a implementar por la EPS para la población de adulto mayor, en relación a los medios de comunicación | | | | | | |
|-----------------------|---|--|---|--|-----------------|------------------|------------|
| Objetivo del proyecto | Fortalecer en un (8%) la efectividad en la comunicación entre el adulto mayor y la EPS de Bogotá D.C. | | | | | | |
| Objetivo | Producto | Indicador principal del catálogo | Meta semestral | Actividades | Primer Semestre | Segundo Semestre | Total |
| | | dispuestos por la EPS para la población, teniendo en cuenta la caracterización de la población Adulta Mayor | | más, comprensible y con tabulaciones, estadísticas y tablas dinámicas | | | |
| | informe final de análisis y propuestas de estrategias a implementar | Presentar de resultados y propuestas de estrategias enfocados en sensibilizar a la EPS de las necesidades propias de esta población atacando las insatisfacciones manifestadas | 2 semestre: 1 informe final con estrategias | reunión con los involucrados donde se muestre resultados y estrategias viables para implementación | | | |
| Valor total | | | | | | | 19,617,960 |

Fuente: elaboración propia (2018).

Resultados

Diagnóstico y análisis de información

Luego de proporcionada la información por parte de la EPS, se procedió a realizar la respectiva acumulación, clasificación, tabulación, interpretación, análisis y posterior muestra detallada de los resultados obtenidos, los cuales fueron representados en las siguientes tablas y gráficas:

Tabla 10.

Frecuencia Absoluta

| Medios usados vs resultado obtenido | Teléfono | Sitio Web | Presencial | Correo corporativo | Mensajes de texto | Sin información | Quejas propias de comunicación | NO propias de 1/2 | Total |
|-------------------------------------|----------|-----------|------------|--------------------|-------------------|-----------------|--------------------------------|-------------------|-------|
| Oportunidad | 6 | 0 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | | 11 |
| Accesibilidad | 123 | 52 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | | 179 |
| Información inadecuada | 4 | 8 | 7 | 1 | 4 | 0 | 0 | | 24 |
| No resolución | 16 | 7 | 22 | 13 | 0 | 0 | 0 | | 58 |
| Error página | 0 | 15 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 15 |
| Irrespeto | 0 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 8 |
| Sin información | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 96 | 0 | | 96 |
| Otras OYS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 44 | | 44 |
| Total | 149 | 82 | 44 | 16 | 4 | 96 | 44 | | 435 |

Fuente: elaboración propia (2018).

Tabla 11.

Frecuencia relativa

| Medios usado vs resultado obtenido | Teléfono | Sitio Web | Presencial | Correo corporativo | Mensajes de texto | Sin información | Quejas propias de comunicación | NO propias de 1/2 | Total |
|------------------------------------|----------|-----------|------------|--------------------|-------------------|-----------------|--------------------------------|-------------------|-------|
| Oportunidad | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | | 3% |
| Accesibilidad | 28% | 12% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | | 41% |
| Información inadecuada | 1% | 2% | 2% | 0% | 1% | 0% | 0% | | 6% |
| No resolución | 4% | 2% | 5% | 3% | 0% | 0% | 0% | | 13% |
| Error página | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | 3% |
| Irrespeto | 0% | 0% | 2% | 0% | 0% | 0% | 0% | | 2% |
| Sin información | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 22% | 0% | | 22% |

| | | | | | | | | |
|-----------|-----|----|-----|----|----|-----|-----|-----|
| Otras OYS | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 10% | 10% |
| Total | 34% | 19 | 10% | 4% | 1% | 22% | 10% | 100 |

Fuente: elaboración propia (2018).

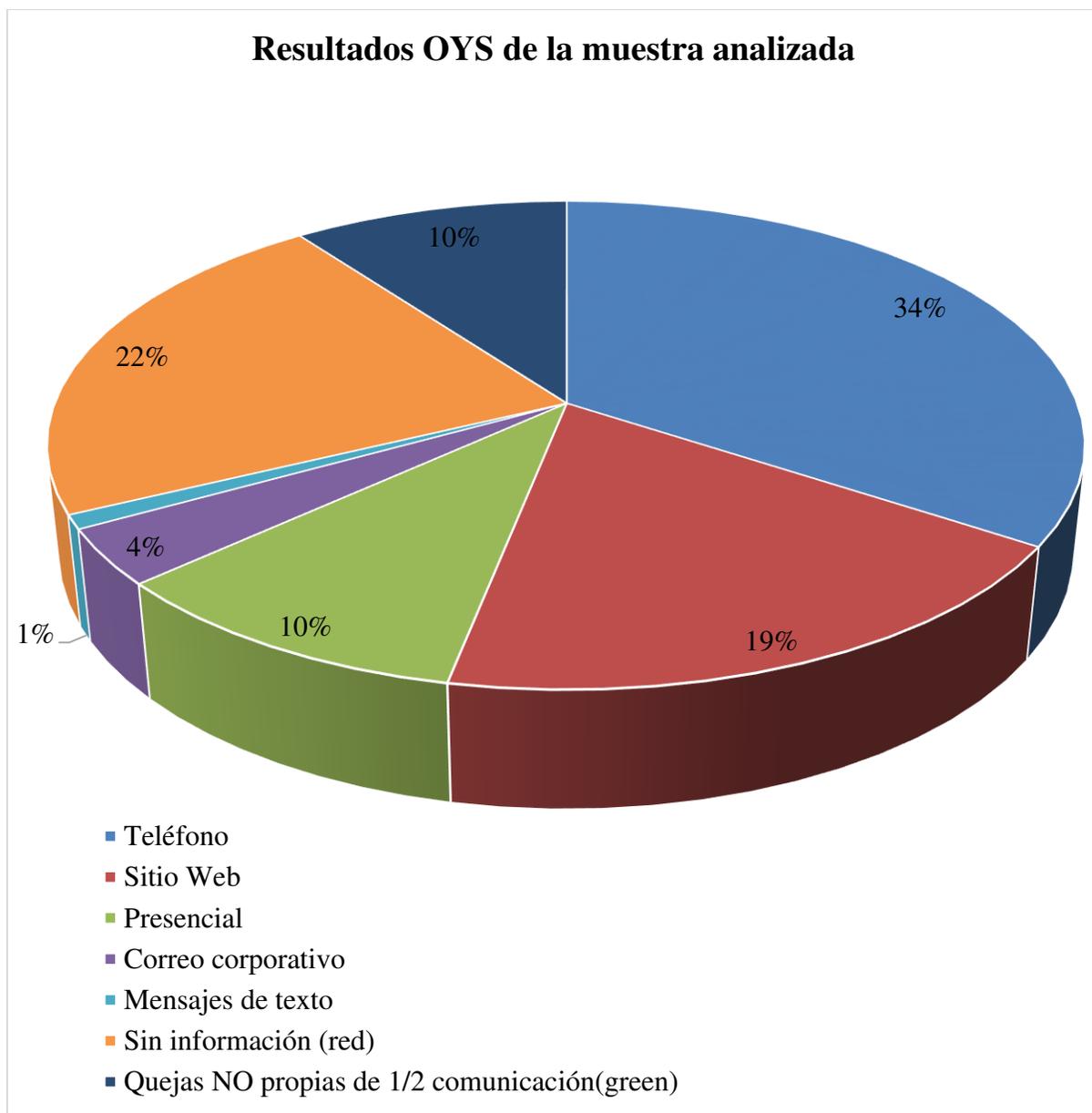


Figura 9. Resultados OYS de la muestra analizada.

Fuente: elaboración propia (2018).

Tras recibir por parte de la EPS una muestra de 374 OYS de un total de población de 29.070 OYS recolectadas durante el año 2018, se procedió a analizarla encontrando los resultados que se muestran en la gráfica anterior donde se evidencia que el medio de comunicación disponible en la

EPS que más presentó quejas fue el Telefónico con un 34%, seguido del Sitio Web con un 19%, incluyendo además como parte de la muestra las OYS que no presentaron información y además las que no tenían relación con los medios de comunicación.

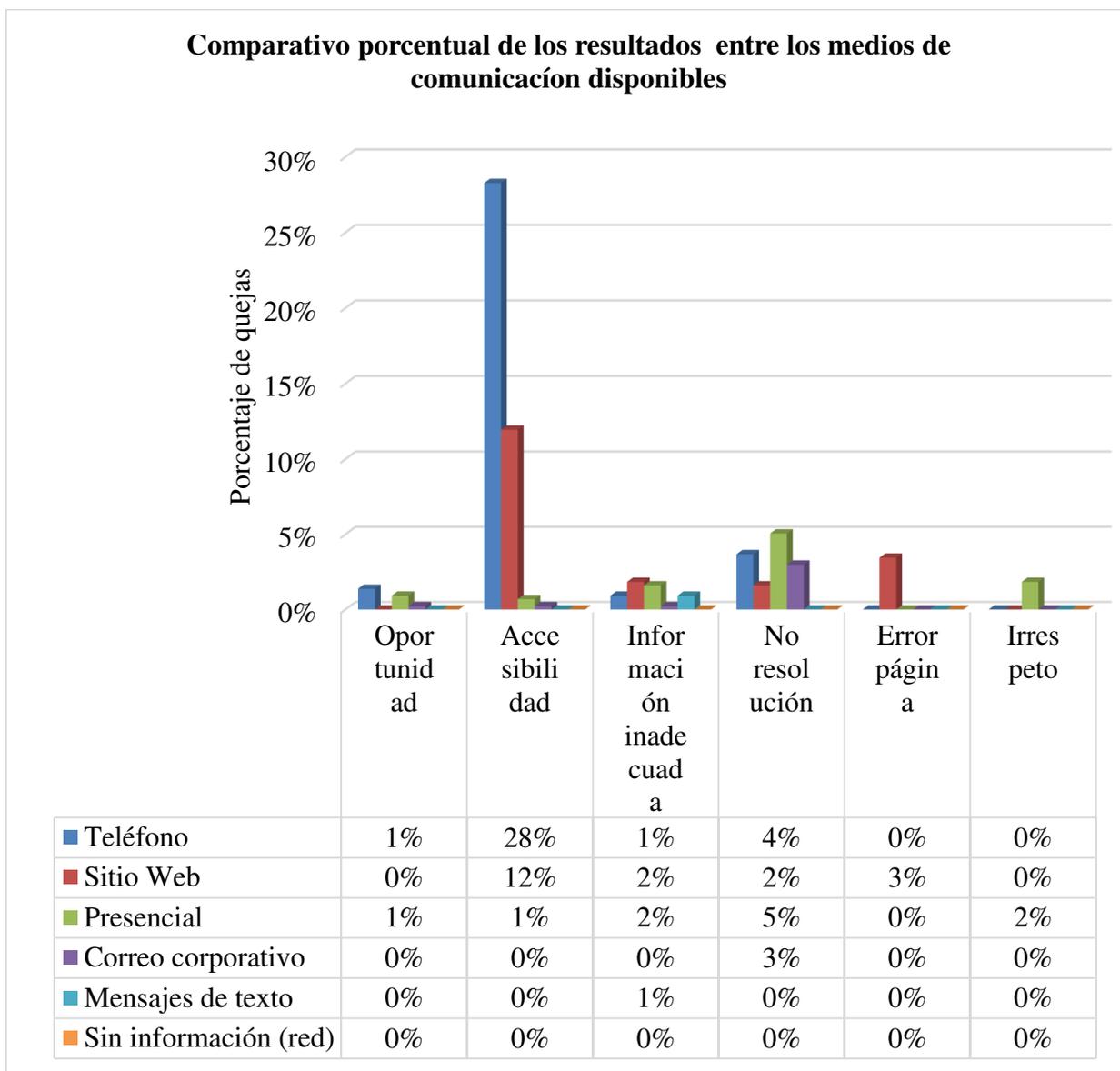


Figura 10. Comparativo porcentual de los resultados entre los medios de comunicación disponibles.

Fuente: elaboración propia (2018).

Se establecieron unos criterios de calificación de las quejas con el fin de agrupar la información lógicamente permitiendo su facilidad para el análisis, lo cual arrojó que la

accesibilidad es el tipo de problema más frecuentes que viven los usuarios, en este caso la población objeto seleccionada: los adultos mayores, catalogados en un rango de edad de los 60 a los 95 años.

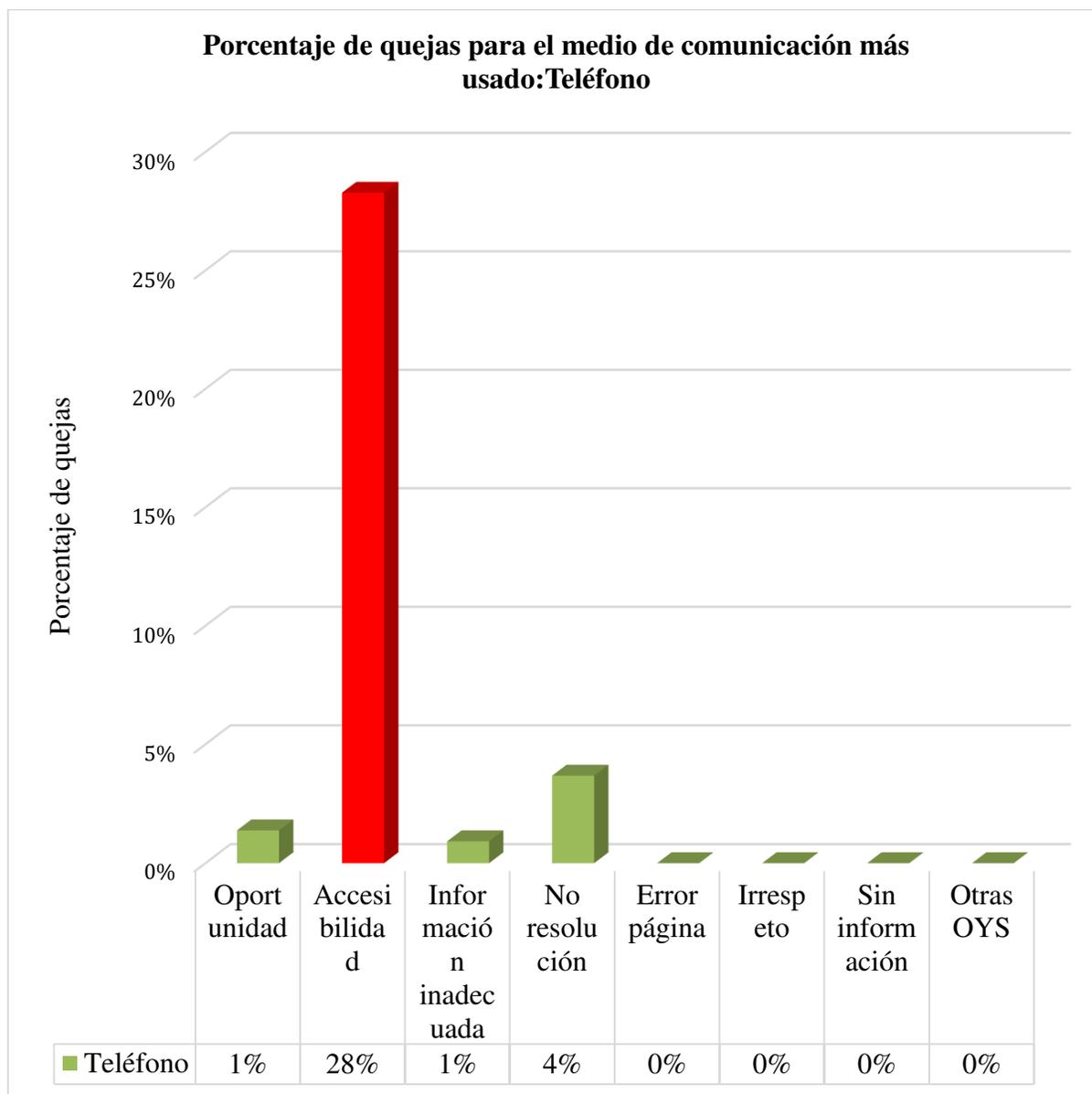


Figura 11. Porcentaje de quejas para el medio de comunicación más usado: teléfono.

Fuente: elaboración propia (2018).

Tras determinar que el medio de comunicación que mayor número de quejas presenta es el telefónico, se presenta detalladamente los resultados obtenidos en los que se reiteran los resultados globales que presentan mayor dificultades en la accesibilidad, haciendo referencia no

sólo a la comunicación directa con el call center de la EPS sino también a las instituciones adscritas a la compañía en la que se hace un acompañamiento para prestar el servicios adicionales y complementarios a los usuarios.

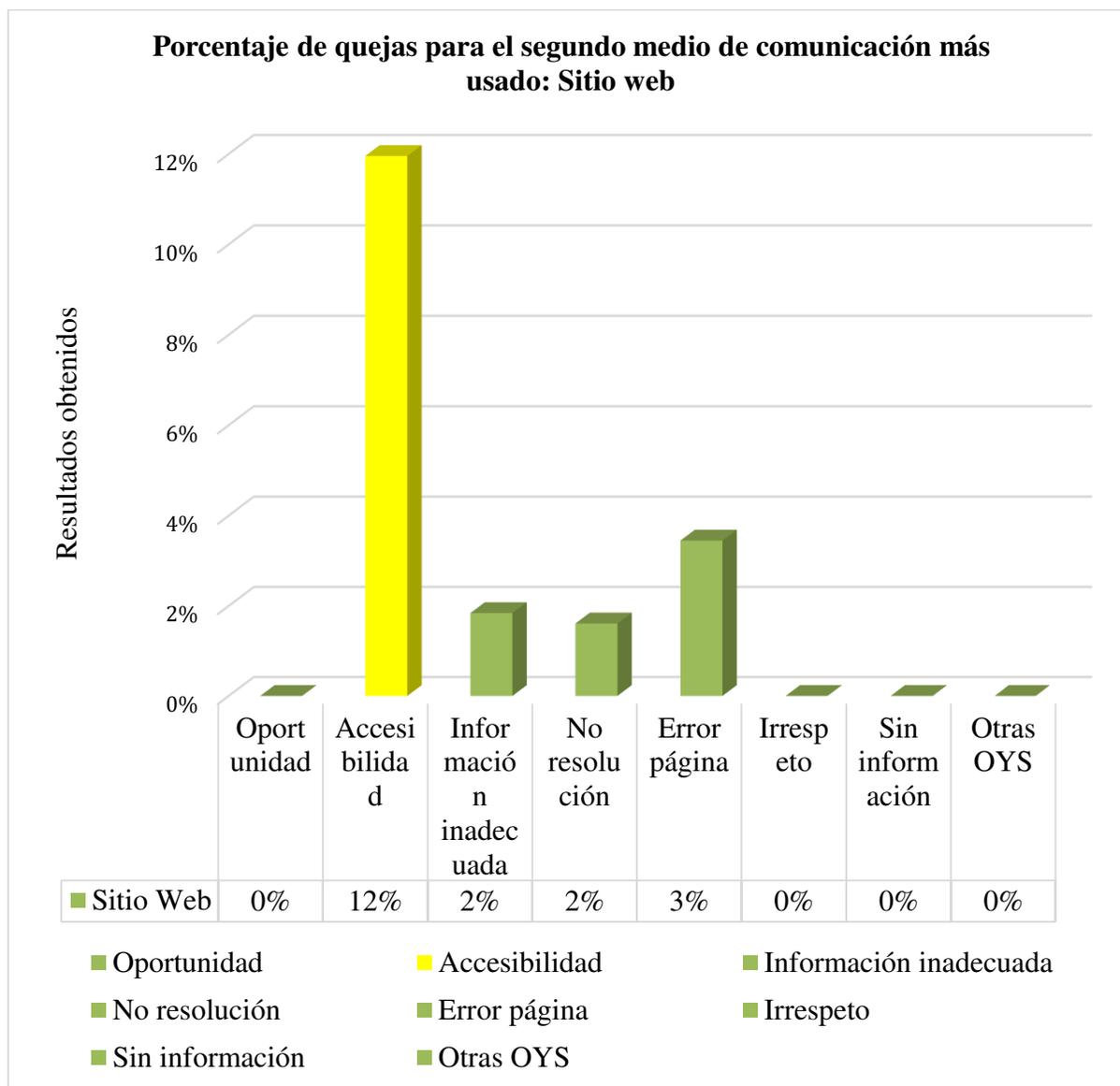


Figura 12. Porcentaje de quejas para el segundo medio de comunicación más usado: Sitio web.

Fuente: elaboración propia (2018).

El segundo medio de comunicación con mayor número de quejas fue el Sitio Web, en donde nuevamente las mayores estadísticas corresponden a accesibilidad, lo cual se debe a los errores de conexión, mantenimiento, actualización y administración de las mismas, demostrando que,

aunque los adultos mayores si hacen uso de la página web de la EPS para consultar por sus inquietudes y servicios; también se sigue presentando un elevado grado de dificultad en su acceso.

Tabla 12

Frecuencia absoluta

| | Medios de comunicación | Mucho ruido que dificulta la llamada | Imposible comunicación no contestan, línea ocupada, se cuelga la llamada | Lo dejan en llamada de espera conmutador | Muchas opciones Call center | Falla procedimiento para recuperar clave | Página no funciona al errores | Complejidad para uso de la página | Total |
|------------|------------------------|--------------------------------------|--|--|-----------------------------|--|-------------------------------|-----------------------------------|-------|
| Teléfono | Call center | 8 | 40 | 9 | 4 | 0 | 0 | 0 | 61 |
| | Externos | 0 | 55 | 3 | 0 | | 0 | 0 | 58 |
| | Extensión propia | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| Página Web | Sitio Web | 0 | 2 | 1 | 0 | 9 | 21 | 9 | 42 |
| | Total | 8 | 102 | 13 | 4 | 9 | 21 | 9 | 166 |

Fuente: elaboración propia (2018).

Tabla 13

Frecuencia relativa

| | Medios de comunicación | Mucho ruido que dificulta la llamada | Imposible comunicación no contestan, línea ocupada, se cuelga la llamada | Lo dejan en llamada de espera conmutador | Muchas opciones Call center | Falla procedimiento para recuperar clave | Página no funciona al errores | Complejidad para uso de la página | Total |
|------------|------------------------|--------------------------------------|--|--|-----------------------------|--|-------------------------------|-----------------------------------|-------|
| Teléfono | Call center | 5% | 24% | 5% | 2% | 0% | 0% | 0% | 37% |
| | Externos | 0% | 33% | 2% | 0% | 0% | 0% | 0% | 35% |
| | Extensión propia | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 3% |
| Página Web | Sitio Web | 0% | 1% | 1% | 0% | 5% | 13% | 5% | 25% |

| | | | | | | | | | |
|-------|----|-----|----|----|----|-----|----|------|--|
| Web | | | | | | | | | |
| Total | 5% | 61% | 8% | 2% | 5% | 13% | 5% | 100% | |

Fuente: elaboración propia (2018).

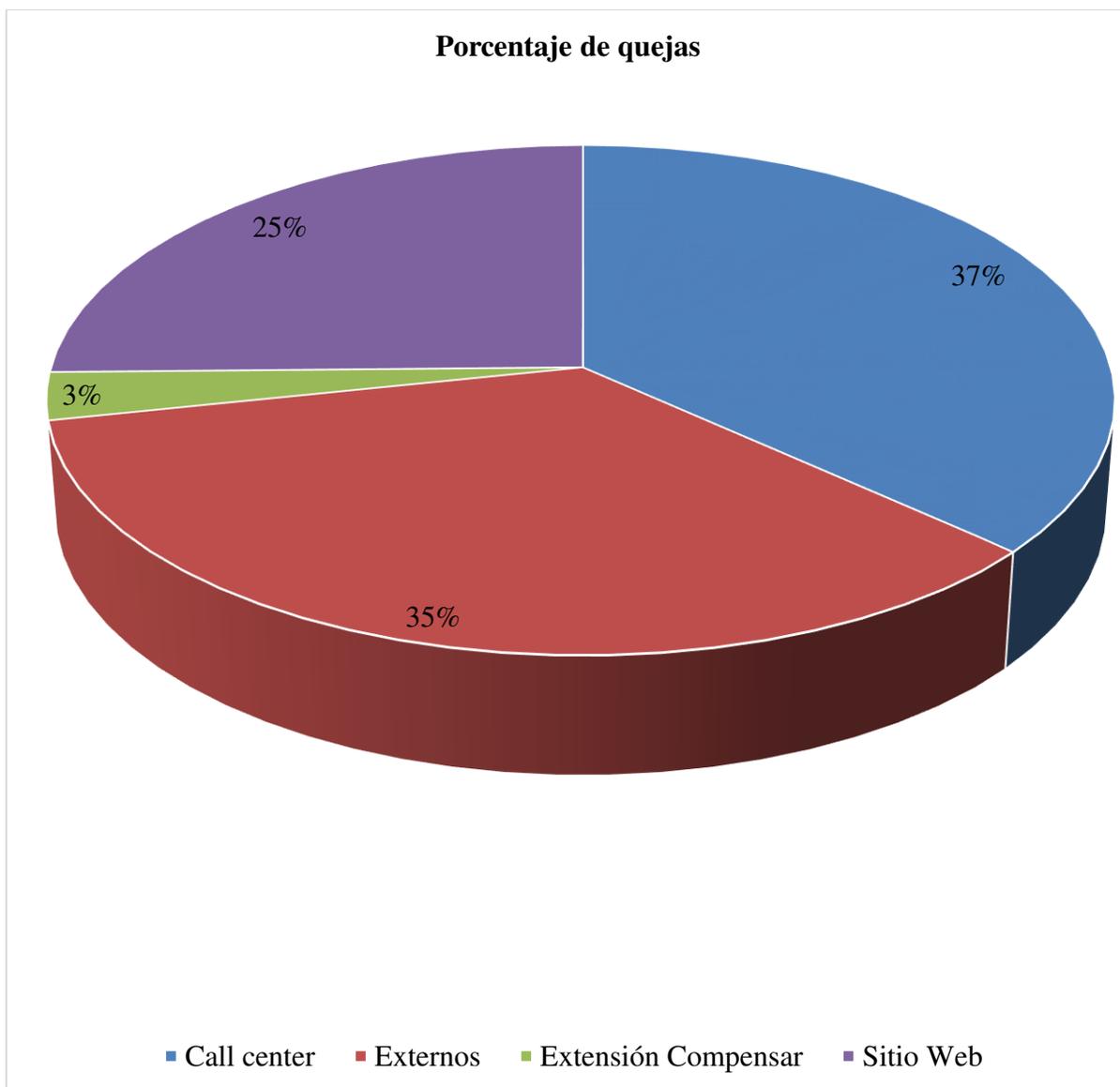


Figura 13. Porcentaje de quejas.

Fuente: elaboración propia (2018).

Tras tomar la variable con más impacto en cuanto a problemática en la comunicación: Accesibilidad; se evidencia que en primer lugar el porcentaje mayor se presenta en el call center con un 37%; en segundo lugar, la comunicación externa con los profesionales o instituciones inscritas con 35%, seguido con un porcentaje representativo del 25% para el sitio web, finalizando con la extensión propia de la EPS que cuenta con un 3% de quejas por accesibilidad.

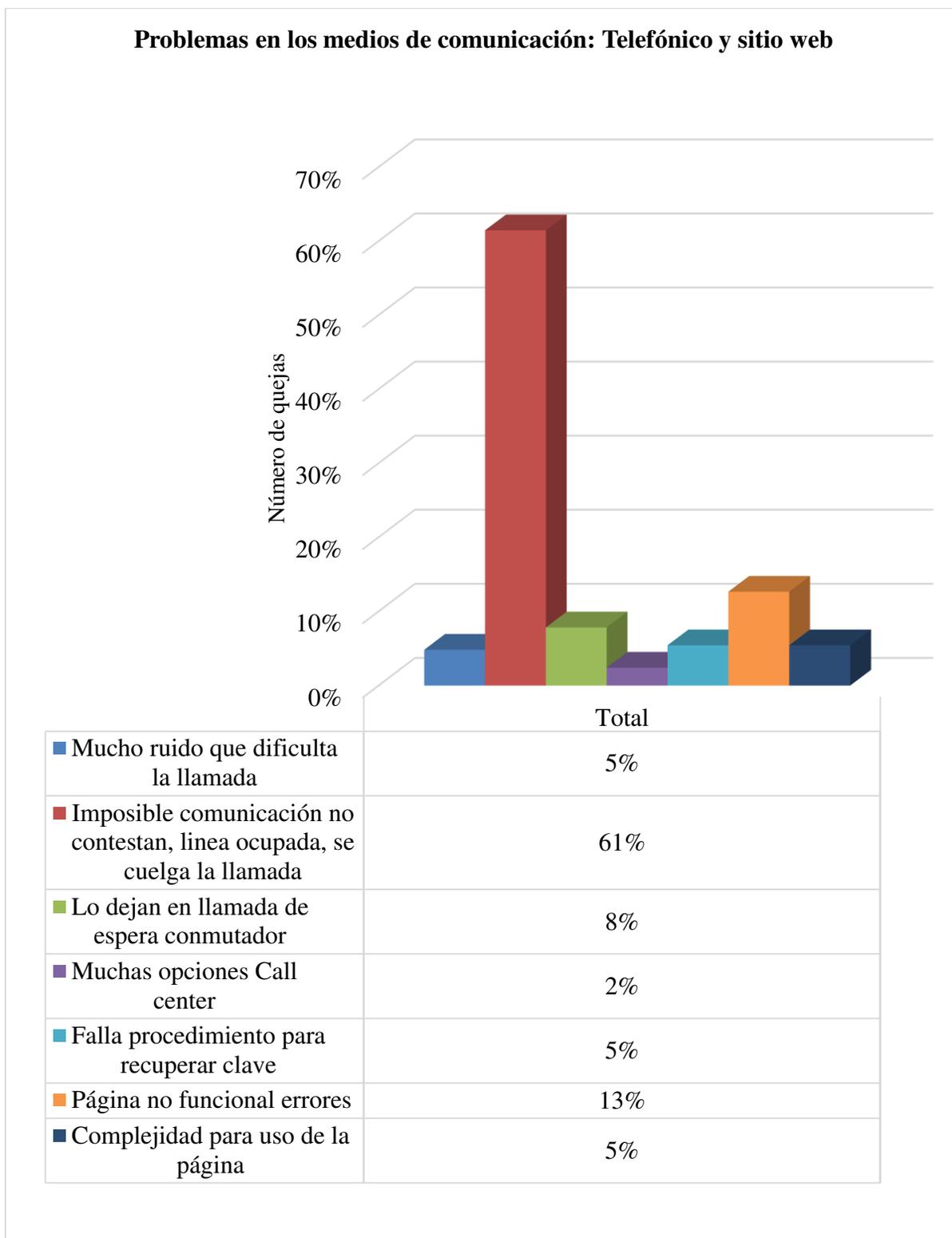


Figura 14. Total quejas por subcategoría.

Fuente: elaboración propia (2018).

Luego de analizar el total de subcategorías por tipo de queja se obtuvieron los siguientes resultados, ordenados de manera descendentes, para el primer y segundo medio de comunicación con mayor número de dificultades: Telefónico y sitio web respectivamente.

Para "Imposible comunicación no contestan, línea ocupada, se cuelga la llamada" se presentó un total de 102 quejas que representan el 61% del total teniendo en cuenta el tamaño de la muestra que corresponde a 166, donde 100 quejas corresponden al medio telefónico y 2 al medio sitio web.

Para "página no funcional errores" se presentó un total absoluto de 21 quejas que representan el 13% del total de la muestra, correspondiente exclusivamente al sitio web.

Para "Lo dejan en llamada de espera conmutador" se presentó un total absoluto de 13 quejas, representados en el 8% del total de la muestra, donde 12 quejas corresponden al medio telefónico y 1 al sitio web.

Para "Falla procedimiento para recuperar clave" y "Complejidad para uso de la página" se presentó un total absoluto de 9 quejas para cada subcategoría correspondiente al 5% del total de la muestra exclusivamente para el medio de comunicación sitio web.

Para "Mucho ruido que dificulta la llamada" se presentó un total de 8 quejas que representa el 5% del total de la muestra correspondientes al medio telefónico.

Por último, para "Muchas opciones Call center" se presentó un total de 4 quejas que representan el 2% del total de la muestra, correspondientes al medio telefónico.

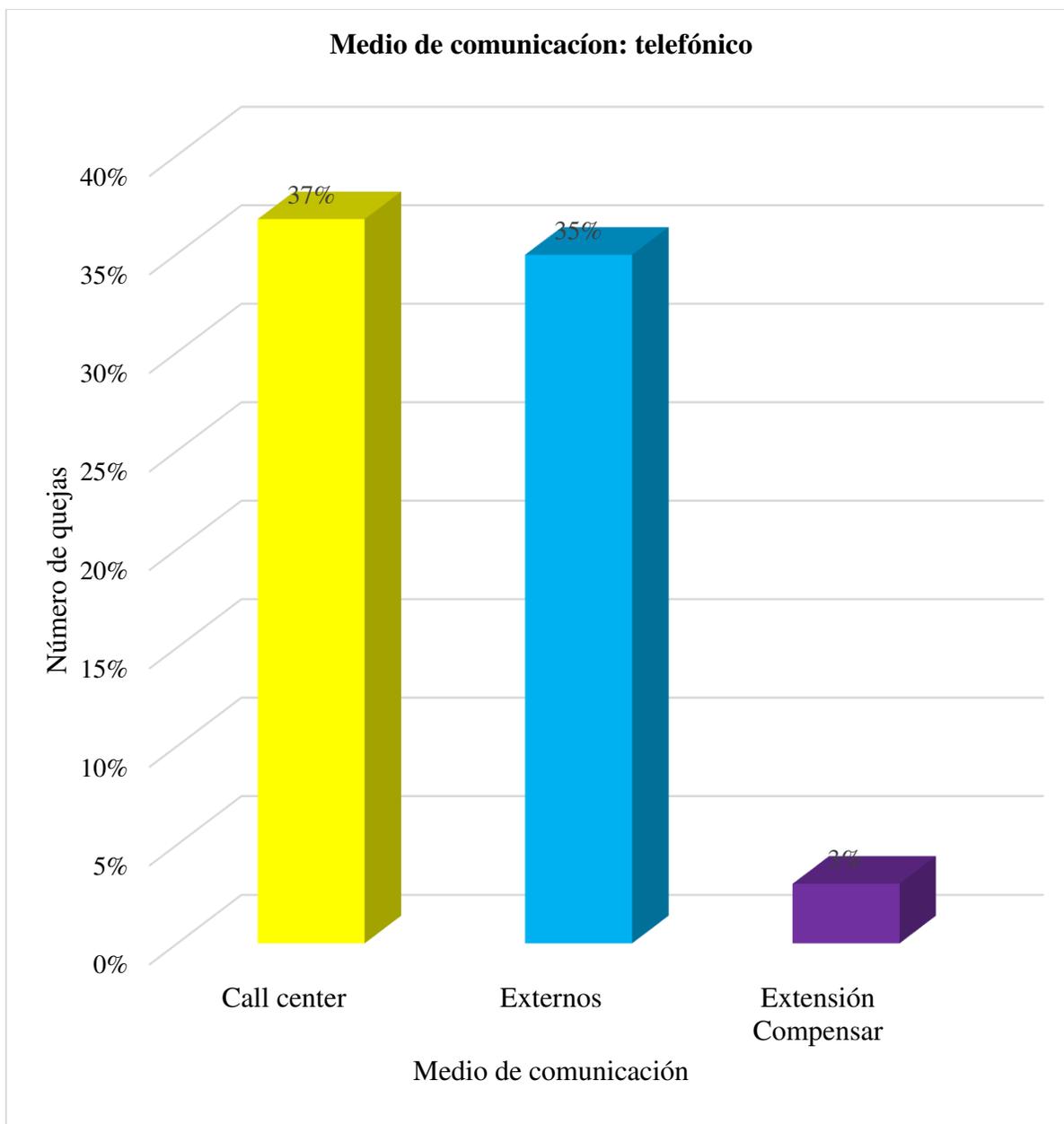


Figura 15. Medio de comunicación teléfono.

Fuente: elaboración propia (2018).

Como se evidencia en la gráfica anterior, el mayor número de queja presentes en el medio telefónico se divide en 3 fuentes de comunicación disponibles en la EPS para sus usuarios adultos mayores: el call center, el cual se encuentra tercerizado, las instituciones o profesionales contratados por la EPS, y la extensión directa con la EPS en la cual se solicitan servicios especiales, representados en las terapias.

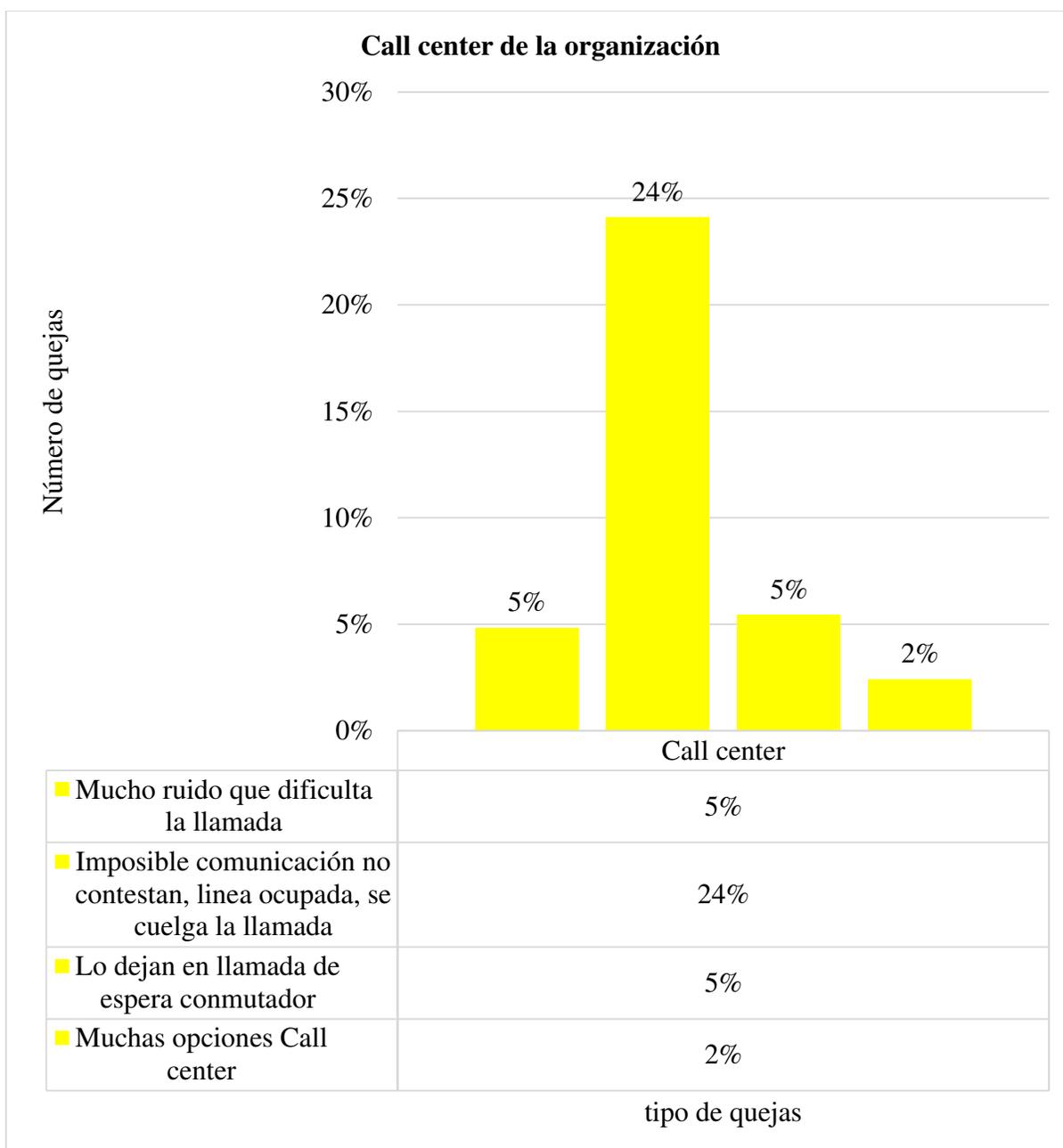


Figura 16. Medio de comunicación call center.

Fuente: elaboración propia (2018).

Luego de realizar un análisis detallado, se evidencia que en el call center el mayor número de quejas se presenta en "Imposible comunicación no contestan, línea ocupada, se cuelga la llamada" con 24%, seguido de "lo dejan en llamada de espera conmutador" que presenta 5%, luego "Mucho ruido que dificulta la llamada" con 5% y "muchas opciones call center" con 2%.

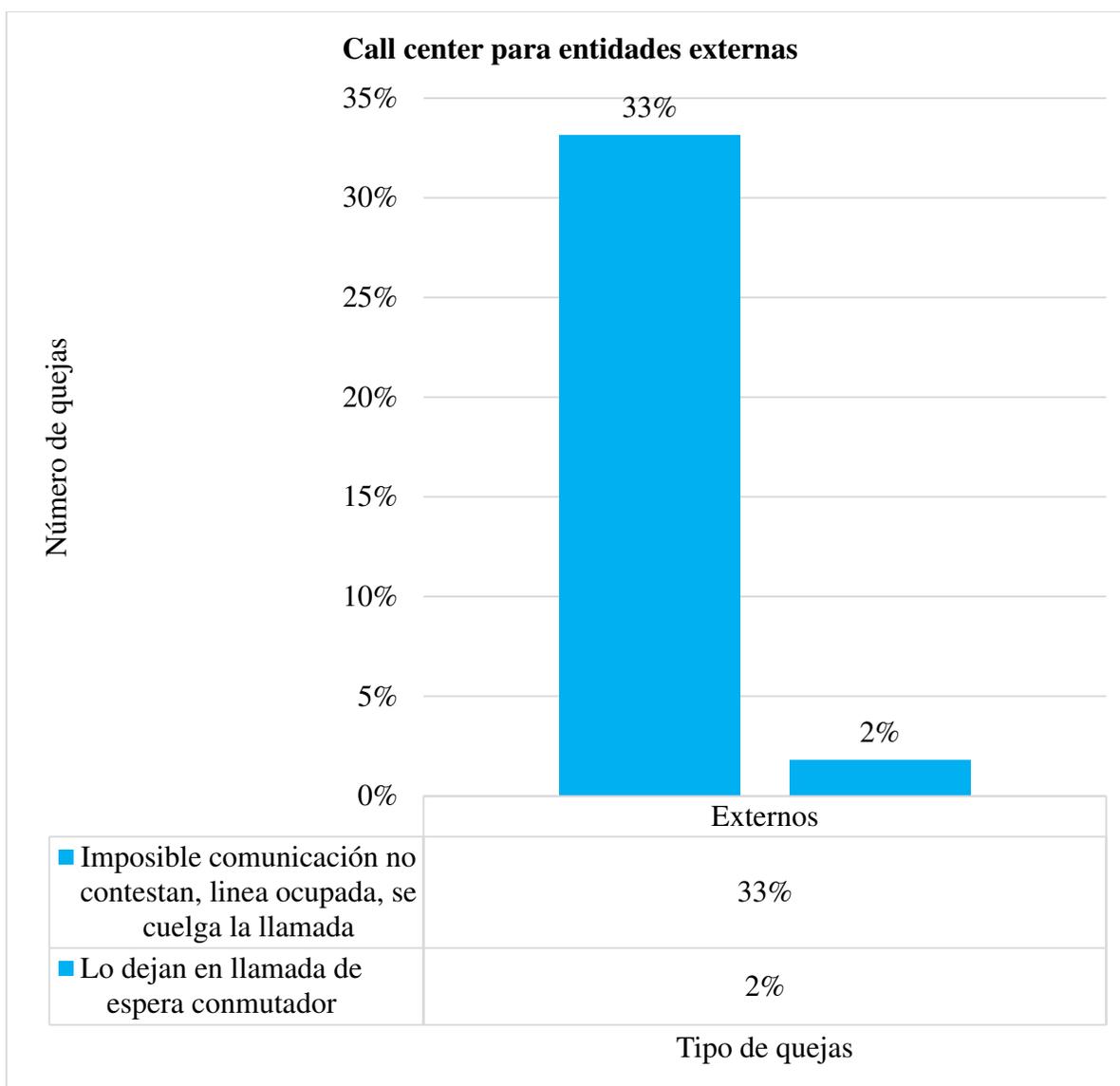


Figura 17. Medio de comunicación externo.

Fuente: elaboración propia (2018).

Los externos se refieren a las instituciones o profesionales contratados por la EPS para cubrir la totalidad de servicios requeridos por los usuarios desde otras especialidades, donde se presenta la subcategoría "imposible comunicación no contestan, línea ocupada, se cuelga la llamada" con 33% de quejas, las cuales, se presentan en instituciones como Rangel, clínicos, IMEVI, IDIME y demás ubicadas fuera de Bogotá, aclarando que no son las únicas instituciones externas. Por otro lado "Lo dejan en llamada de espera conmutador" presenta 2% de quejas del total de la muestra que corresponde a 166 OYS.

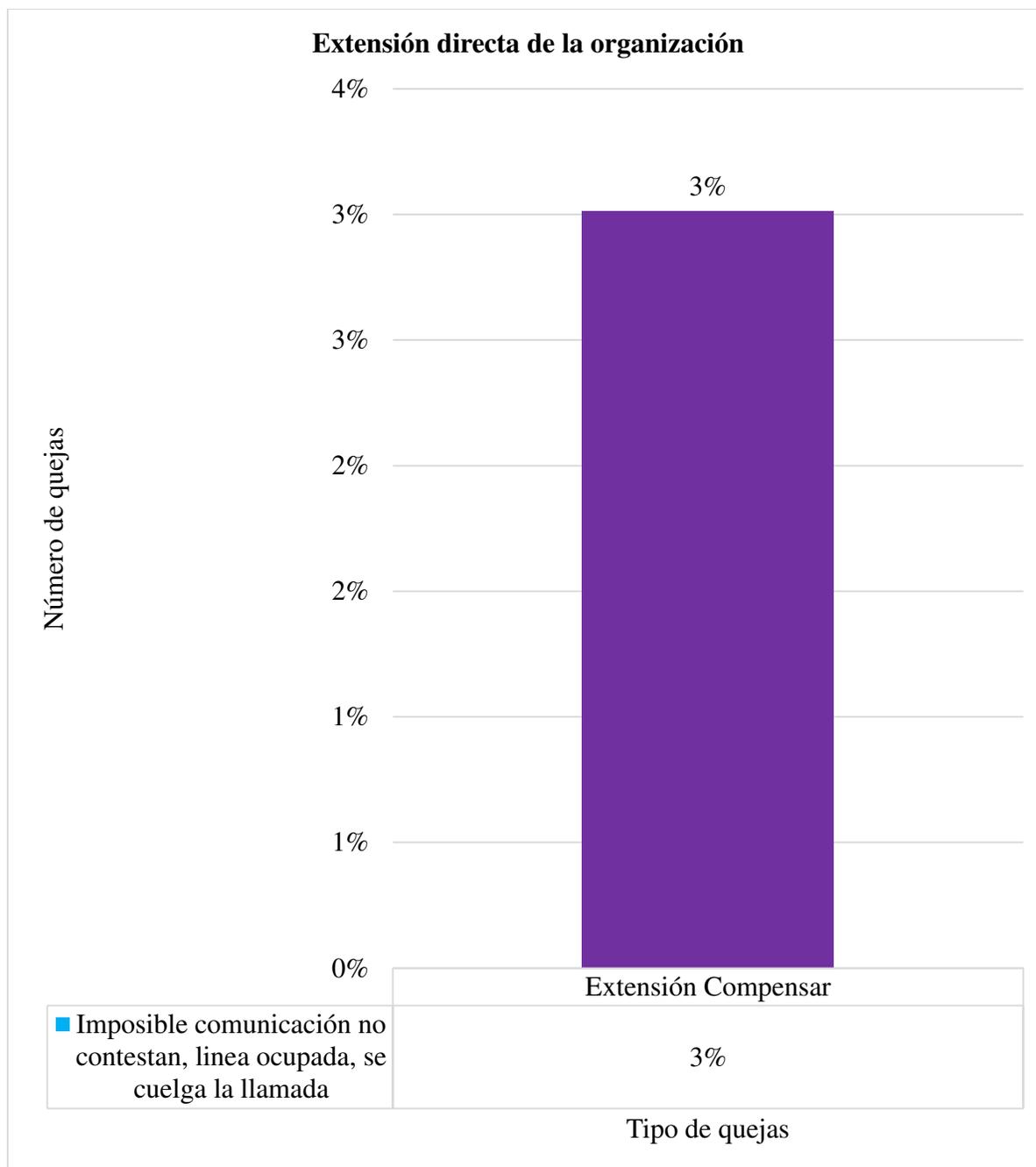


Figura 18. Medio de comunicación extensión propia.

Fuente: elaboración propia (2018).

En la anterior gráfica se evidencian las quejas por comunicaciones de los usuarios con extensiones propias de la EPS, principalmente relacionado con terapias, la cual, presenta 3% de quejas en la subcategoría " imposible comunicación no contesta, línea ocupada, se cuelga la llamada".

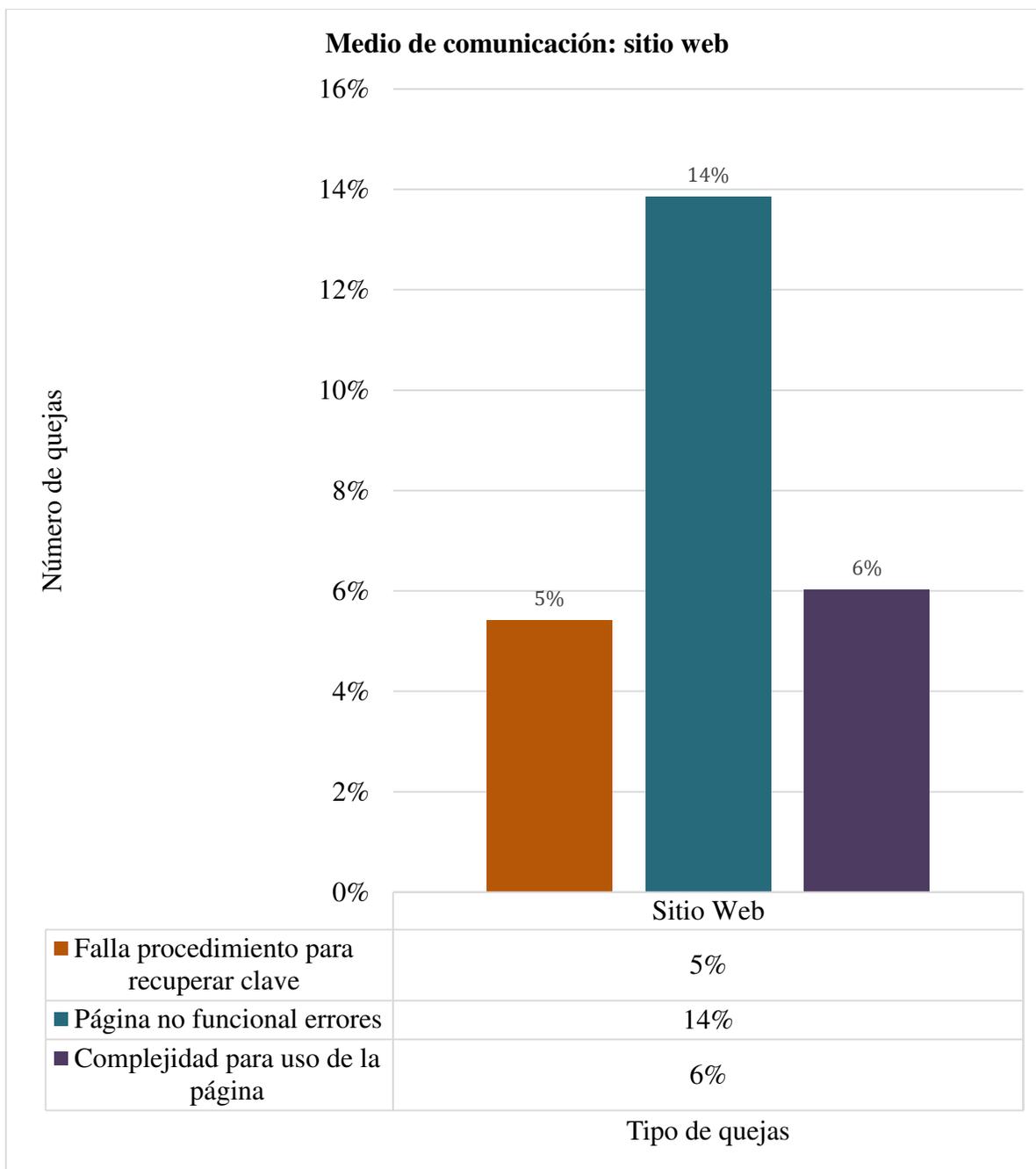


Figura 19. Medio de comunicación sitio web.

Fuente: elaboración propia (2018).

En cuanto al segundo medio de comunicación con mayor número de quejas: el sitio web, se presenta un 14% de quejas de un total absoluto de 23 por "página no funcional errores" esto indica que a pesar de que es un medio que está disponible, no es funcional y no está contribuyendo con generar una oportuna y mejor información a los usuarios.

Estrategias de mejora continua en los medios de comunicación de la EPS

A partir de los resultados del diagnóstico se priorizaron 5 fallas asociadas a call, externos, extensión propia, medios telefónicos y web. A continuación, se describen las estrategias propuestas a la entidad:

Objetivo: Mejorar la calidad, oportunidad y eficiencia de la comunicación entre el usuario adulto mayor y el call contratado por la EPS.

| ¿Qué hacer? | ¿Por qué hacerlo? | ¿Cómo hacerlo? | ¿Quién debe hacerlo? | ¿Dónde hacerlo? | ¿Cuándo hacerlo? | ¿Recursos requeridos? |
|---|---|--|---|-------------------------------|------------------|---|
| hacer plan de trabajo y seguimiento al call | 1. para mejorar los temas de accesibilidad a los diferentes servicios ofertados 2. para aumentar la calidad de la comunicación. 3. generar satisfacción y bienestar a nuestros usuarios | 1. dar a conocer al call las dificultades que manifiestan los usuarios; de acuerdo al análisis mostrado. 2. proponer alternativas tales como: identificar las horas de más afluencia de llamadas con el fin de tener más recurso en este lapso de tiempo. Cabinas aisladas con el fin de aislar el ruido. Implementar sistemas | * Representante de la EPS encargados de la atención al cliente, en compañía de expertos en calidad de servicios * Representante del CALL encargado de atención al cliente. | en las instalaciones del call | | Humano: Personal idóneo de ambas partes. tecnológico. Financiero |

| ¿Qué hacer? | ¿Por qué hacerlo? | ¿Cómo hacerlo? | ¿Quién debe hacerlo? | ¿Dónde hacerlo? | ¿Cuándo hacerlo? | ¿Recursos requeridos? |
|-------------|-------------------|---|----------------------|-----------------|------------------|-----------------------|
| | | <p>IVR (sistema automática de respuesta) que resuelvan dudas clasificadas como preguntas frecuentes. Al digitar el número de cedula del usuario el sistema identifique que se trata de un adulto mayor y así sea transferida la llamada directament e a un asesor para atención personalizada</p> <p>Implementar sistema call back (devolver llamada) para comodidad de los usuarios, además informar en que puesto</p> | | | | |

| ¿Qué hacer? | ¿Por qué hacerlo? | ¿Cómo hacerlo? | ¿Quién debe hacerlo? | ¿Dónde hacerlo? | ¿Cuándo hacerlo? | ¿Recursos requeridos? |
|-------------|-------------------|--|----------------------|-----------------|------------------|-----------------------|
| | | <p>se encuentra.</p> <p>3. Hacer plan de trabajo en conjunto con seguimiento s mensuales.</p> <p>4. hacer llamadas de clientes incognitos para identificar disminución de dificultades.</p> <p>5. hacer ANS donde se establezcan los mínimos requisitos de calidad, oportunidad, y efectividad de los servicios, realizando seguimiento s mensuales.</p> | | | | |

Objetivo: Contar con proveedores altamente calificados que ofrezcan el mejor servicio a los usuarios remitidos a estas instituciones reforzando la oportunidad y la calidad de respuestas de acuerdo con el volumen de usuarios atendidos.

| ¿Qué hacer? | ¿Por qué hacerlo? | ¿Cómo hacerlo? | ¿Quién debe hacerlo? | ¿Dónde hacerlo? | ¿Cuándo hacerlo? | ¿Recursos requeridos? |
|--|--|---|--|-----------------|------------------|---|
| establecer con los proveedores compromisos de oportunidad, calidad y efectividad en la comunicación de nuestros usuarios remitidos | * porque los proveedores son el reflejo de nuestra imagen como EPS. * Por responsabilidad compartida debemos garantizar que nuestros usuarios cuenten con accesibilidad de servicios independientemente del proveedor que lo atienda. * Para identificar si la capacidad de respuestas no responde a la fuerte demanda que tiene la organización | 1. identificar el listado de proveedores, población asignada, especialidades y nivel de urgencia con el que nuestros usuarios manifiestan las dificultades en la comunicación. 2. Monitorizar los tiempos y los intentos que debe realizar un usuario para lograr comunicación con estos proveedores externos. 3. revisar los contratos establecidas por estas instituciones con el fin de determinar si es necesario | * responsable de contrataciónes * Con cada representante de cada proveedor. | *En la EPS. | | Recurso humano: representantes, contrataciones, representantes de servicio al cliente, y proveedores. |

| ¿Qué hacer? | ¿Por qué hacerlo? | ¿Cómo hacerlo? | ¿Quién debe hacerlo? | ¿Dónde hacerlo? | ¿Cuándo hacerlo? | ¿Recursos requeridos? |
|-------------|-------------------|--|----------------------|-----------------|------------------|-----------------------|
| | | <p>establecer otro si a los mismos, donde se incluya el compromiso de contar con medios de comunicación eficientes que garanticen atención adecuada a la población asignada.</p> <p>4. hacer seguimiento mensual de cumplimiento de criterios establecidos para con los resultados poder tomar decisiones.</p> <p>5. contar con proveedores como segunda opción que puedan atender oportunamente a nuestros afiliados y no afectar su salud.</p> | | | | |

Objetivo: Garantizar a nuestros usuarios atención oportuna y adecuada al comunicarse telefónicamente a extensiones propias de la EPS.

| ¿Qué hacer? | ¿Por qué hacerlo? | ¿Cómo hacerlo? | ¿Quién debe hacerlo? | ¿Dónde hacerlo? | ¿Cuándo hacerlo? | ¿Recursos requeridos? |
|--|--|--|---|-------------------|------------------|---|
| Capacitación y sensibilización a colaboradores sobre la importancia de servicio o distribución de actividades que permitan atender las llamadas de forma oportuna. | la consultas requeridas en estas extensiones corresponden a terapias las cuales son de PYP importantes para la prevención de enfermedades, así que debe garantizar que los usuarios acceden fácilmente a este servicio, la atención oportuna disminuye costos para la EPS a futuro | * Solicitar al área de tecnología un reporte de frecuencias y cantidad de llamadas recibidas a las extensiones que realizar atención de usuario adulto mayor en servicios de salud. * de acuerdo a esta tendencia identificar las razones por las cuales no se está atendiendo oportunamente con el fin de realizar el plan de trabajo. *evaluar la efectividad de estas soluciones o estrategias mediante de mediciones periódicas dadas por cliente oculto | * Representante encargados de la atención al cliente. *colaboradores encargados de esta labor. | sedes de terapias | | Recurso humano. Recurso tecnológico. |

Objetivo: Mejorar la experiencia de los usuarios adultos mayores al usar el sitio web garantizando la accesibilidad, uso y disposición permanente.

| ¿Qué hacer? | ¿Por qué hacerlo? | ¿Cómo hacerlo? | ¿Quién debe hacerlo? | ¿Dónde hacerlo? | ¿Cuándo hacerlo? | ¿Recursos requeridos? |
|--|--|--|---|------------------|------------------|--|
| Implementar medidas que mejoren el rendimiento y accesibilidad del sitio web | 1. La EPS busca ser una organización pionera en ofrecer las mejores alternativas de comunicación a sus usuarios, razón por la cual debe garantizar que mediante la página de internet estos puedan acceder de forma ágil, rápida y efectiva así lograra descongestionar las líneas de call y disminuir costos de personal sin hablar de las excelente imagen a generar. 2. Para permitir el aprovechamiento del recurso disponible y mejorar la experiencia del usuario al usarlo | 1. Crear un chat interactivo robotizado de atención permanente que permita atender inquietudes de los usuarios adultos mayores que tengan alguna dificultad en la página y que permita escalar de forma inmediata a tecnología la caída del sistema. 2. evaluar practicad de usabilidad de sitio web, donde una empresa experta | personal de atención al cliente y tecnologías o comunicaciones. | en la página WEB | | recurso humano, tecnológico y Financiero . |

| ¿Qué hacer? | ¿Por qué hacerlo? | ¿Cómo hacerlo? | ¿Quién debe hacerlo? | ¿Dónde hacerlo ? | ¿Cuánd o hacerlo ? | ¿Recursos requeridos ? |
|-------------|-------------------|--|----------------------|------------------|--------------------|------------------------|
| | | <p>pueda definir los puntos clave de las pagina web.</p> <p>3. Hacer trabajos de campo para identificar los errores recurrentes y mejoras que se puedan dar a la página.</p> <p>4. generar manuales de uso de la herramient a la cual este a disposició n de los usuarios en la página de internet.</p> <p>5. hacer evaluación de la efectividad de los cambios realizados para identificar efectividad de estos</p> | | | | |

Hallazgos del proceso de socialización

Se analizaron 3 fuentes de información suministradas por la entidad promotora de salud:

las OYS del año 2018 (Quejas, solicitudes, reclamaciones), la encuesta de Satisfacción tercer trimestre del año 2018 y la encuesta Reto de Comunicación del año 2018 encontrando las siguientes novedades:

- La encuesta de satisfacción se realizó a población general, no fue posible identificar únicamente las respuestas dadas por los adultos mayores ya que estas encuestas son anónimas, y no se puede identificar únicamente la población a la que hace referencia el proyecto.
- En la encuesta “Reto de Comunicación” se puede identificar las necesidades de esta población, de una manera más puntual, pues realmente fue dirigido únicamente a esta población.
- Las OYS suministradas proporcionaron información importante, clara y puntual de las necesidades reales de esta población, se contó con una base bastante extensa de quejas, las cuales conllevaron a la necesidad de realizar otras clasificaciones tales como dificultades telefónicas tanto con la EPS, como con el call center y con los proveedores externos que esta entidad contrata, llevando como resultado a identificar que se deben atacar tres frentes con relación al tema telefónico.

Se amarra tanto la necesidad manifestada por la población en la encuesta de “Reto de Comunicación”, y se puede evidenciar que tienen concordancia con las quejas en cuanto a los medios electrónicos, como las páginas de internet disponibles para su comunicación, así que es muy importante contar con la inclusión de esta población a los temas tecnológicos.

Por otra parte, se puede evidenciar que dentro de los hallazgos encontrados en la información de las tres fuentes conllevan al mismo resultado: la necesidad latente de tomar acciones rápidas y efectivas que en realidad solucionen las dificultades de comunicación que presenta esta población tanto afiliada como no afiliada.

Conclusiones

Las estrategias propuestas se plantean con base en análisis directo de la información de la fuente de OYS, las otras dos fuentes entregadas por la organización se integran de manera indirecta de la siguiente manera:

Dentro de las oportunidades planteadas en la encuesta de satisfacción se sugiere realizar mejoras en la atención telefónica, acceso al servicio y atención personalizada, las estrategias diseñadas consisten en mejorar los canales de comunicación brindando oportunidad, calidad y accesibilidad a los servicios lo cual indirectamente está aportando a mitigar las debilidades halladas.

La encuesta “Reto de Comunicación” evidencia que esta población en temas de comunicación, todavía prefieren atención personalizada, intrínsecamente en las propuestas sugeridas a la organización se menciona la necesidad de fortalecer estos canales de comunicación para hacerlos más eficientes y eficaces.

Como consecuencia a los objetivos específicos, se realiza la consolidación de la información suministrada por una EPS de la ciudad de Bogotá D.C, dejando como resultado las oportunidades de mejora, en relación a la oportunidad accesibilidad y facilidad para acceder a los medios de comunicación dispuestos por la organización para los adultos mayores.

El canal más utilizado por los adultos mayores es el canal telefónico, sin embargo, el acceso a la comunicación por este medio en ocasiones no es oportuno ni de calidad, motivo por el cual se presenta quejas, reclamos e insatisfacción en las encuestas realizadas sobre este medio de comunicación.

Los resultados de la consolidación de la información dejaron acciones de mejora a implementar en los cuatro medios de comunicación dispuestos por la organización para atender al adulto mayor, estos medios son; call center, proveedores externos, extensiones internas y servicio web.

A lo anterior se generan propuestas y recomendaciones para que la organización pueda implementar con la finalidad de disminuir la insatisfacción sobre los medios de comunicación dispuestos por la organización a la población del adulto mayor.

A consideración de la organización se realiza la entrega de estas recomendaciones para su futura implementación.

Recomendaciones

Una vez finalizado y cumplido el objetivo principal planteado en este proyecto para con los servicios brindados por la EPS estudiada a los adultos mayores se propone tener en cuenta los siguientes aspectos para el desarrollo de futuros proyectos:

Extender los estudios y metodología practicadas en esta propuesta a las demás sedes de la organización ya que sólo se tuvo en cuenta las de la ciudad Bogotá D.C.

Profundizar en la metodología de análisis con el fin de mejorar el modelo utilizado para obtener resultados cuantificables prácticos y claros.

Optimizar los recursos estadísticos, encuestas, cuestionarios, bases de datos e información en general con que cuenta la EPS elegida con el fin de encontrar las respuestas a las preguntas planteadas desde el ámbito de la mejora del servicio al usuario y por consiguiente la satisfacción del cliente.

Implementar medidas similares en las demás líneas de negocio con que cuenta la Entidad Promotora de Salud elegida.

Hacer un plan de acción con el insumo de este proyecto con el fin de poner en marcha las estrategias propuestas que surgieron a partir de este estudio para implementar cronograma con fechas y actividades definidas en la organización con su respectiva autorización.

Tener presente la participación de los estudiantes que realizar este trabajo con el fin de obtener apoyo y claridad en el momento de implementar las propuestas.

Desde el ámbito académico, teniendo en cuenta la posibilidad que sea tomado como referencia para futuros estudiantes e investigaciones académicas de la facultad se sugiere:

Mejorar la presentación y estética de las tablas, figuras y gráficas usadas para mostrar los resultados de los datos analizados teniendo como base las normas APA (American Psychological Association) pero guardando una apariencia agradable y entendible al lector del proyecto.

Enfatizar las ideas y argumentos de tal forma que se asegure que se está dando a entender el correcto sentido que se quiere ofrecer a quien tenga acceso a este documento permitiendo el entendimiento, la coherencia, la impersonalidad, y la precisión.

Referencias

- Acosta, I., Sanchez, L., & Rodríguez Rojas. (2017). Estrategias de sensibilización y capacitación para el acceso a la seguridad social en población colombiana. En: Espejo, A, y Ramos, A. IDEA - Investigación y desarrollo económico administrativo (652-679). . Campeche, México: TECCIS A.C. ISBN 978-607-97419-2-1 .
- Beingolea, A. (2018). Cuántas veces se menciona la palabra “Tecnología” en los planes de los candidatos a la alcaldía de Lima. Smart city, 0.
- Bohórquez, C. (26 de Mayo de 2017). Repensar la sociedad para adultos mayores. Campus periodico Universidad de la Sabana, págs. 2-4.
- Cuadros, R. (23 de mayo de 2017). Repensar la sociedad para los adultos mayores. Campus Universidad de la Sabana, pág. 1.
- educativo, p. (06 de abril de 2012). Portal educativo conectando neuronas. Obtenido de Medios de comunicación: Prensa - Televisión - Internet - Radio:
<https://www.portaleducativo.net/octavo-basico/200/Medios-de-comunicacion-Prensa-Television-Internet-Radio>
- Envejecimiento, E. P. (8 de abril de 2002). Agenda de envejecimiento Colombia siglo XXI. Documento analítico de país, para la Segunda. Recuperado el 09 de febrero de 2019, de fundacioncepsiper.org:
<http://fundacioncepsiger.org/nuevosite/wpcontent/uploads/2011/11/Agenda-envejecimiento-colombia-siglo-XXI.pdf>
- Fernández, C. F. (04 de mayo de 2018). En el país, cada vez más viejos y... desprotegidos. El Tiempo, pág. 1.
- Férnandez, C. F. (2018). En el país, cada vez más viejos y... desprotegidos. El tiempo, 2.
- Flores, L. (28 de enero de 2006). akifrases. Obtenido de <https://akifrases.com/frase/111541>
- García , J. (2006). Los derechos y los años. Otro modo de pensar (1° ed.). Mexico: Plaza y Valdés.
- Imersomayores. (mayo de 2002). informe de la segunda asamblea mundial sobre el envejecimiento y plan de acción internacional de madrid sobre el envejecimiento. Recuperado el 31 de mayo de 2012, de
<http://www.imersomayores.csic.es/documentos/documentos/onu-informe-01.pdf>

- Jimenez, S., Portilla, J, Rodriguez, K., & Rodriguez Rojas, Y. (2018). Vinculación irregular al sistema general de seguridad social en Colombia. Análisis de los afiliados como independientes a la NUEVA EPS". En: Estudio de las organizaciones y su entorno regional, compilado por los Doctores Rosendo Martínez-Jiménez; Guillerm. Guillermo Trejo-Carbajal; Miguel Ángel López-Velasco; Rosa María Velázquez-Sánchez.: TECCIS A.C. ISBN 978-607-97419-2-1 .
- Lawrence J., P. (2004). El gran libro de las citas y frases célebres. En J. I. Benito Jimenez, El gran libro de las citas y frases célebres (pág. 608). LIBSA.
- minsalud. (26 de Agosto de 2016). Adulto mayor, vida y dignidad. Obtenido de minsalud.gov.co: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Adulto-mayor-vida-y-dignidad.aspx>
- Muñoz Gomez, D. S. (2017). Termómetro de la familia en Colombia. Bogotá: Universidad de la sabana.
- Remica. (26 de julio de 2017). Remica atención al cliente. Obtenido de Comunicación con el cliente: La importancia de conocer cómo, cuándo y qué: <https://remicaatencionalcliente.es/comunicacion-con-el-cliente/>
- Rodriguez Ardila, N. (25 de febrero de 2018). Compensar.com. Obtenido de Compensar.com: <https://www.compensar.com/editorial.aspx>
- salud, M. d. (0 de Diciembre de 2016). Guia de usuario. Obtenido de guia-usuario-minsalud: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/SG/SAB/AT/guia-usuario-minsalud.pdf>
- SENAMA. (2009). Indicadores Sociodemográficos de las Personas Mayores a Nivel Territorial. Boletín . Obtenido de <http://www.senama.gob.cl/filesapp/boletin%20Unidad%20de%20EstudiosOK.pdf>
- Solares, R. (2018). Tecnología inteligente para los adultos mayores. FORBES, 3. Telecomunicaciones, M. d. (s.f.).
- Unidas, N. (20 de mayo de 2002). imersomayores. Obtenido de [http://www.imersomayores.csic.es/documentos/documentos/onu-informe-01.pdf%20Naciones%20Unidas%20\(2002\)](http://www.imersomayores.csic.es/documentos/documentos/onu-informe-01.pdf%20Naciones%20Unidas%20(2002)).

