



Solución tecnológica para mejorar la accesibilidad y gestión de información general en la Fundación Valle del Lili

Technological solution for the accessibility and management of general information at Fundación Valle del Lili

Duberney Cruz*
Richard Ramírez**

* Tecnólogo en Sistemas de información de la Universidad del Valle, Estudiante de 9no semestre de Ingeniería en Sistemas de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, email: duberney.cruz01@unicatolica.edu.co, <https://orcid.org/0009-0007-5975-2599>

** Tecnólogo en Sistemas de La Fundación Centro Colombiano de Estudios Profesionales FCECEP, Estudiante de 9no semestre de Ingeniería en Sistemas de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, email: richar.ramirez01@unicatolica.edu.co, <https://orcid.org/0009-0004-7982-817>

Resumen

Este artículo examina el propósito del desarrollo de una solución móvil en la Fundación Valle del Lili, y su relevancia para mejorar la calidad del acceso a la información por parte de los pacientes y usuarios. Los objetivos de esta investigación son, a través de la metodología ágil SCRUM, identificar los beneficios, desafíos y oportunidades que esta propuesta presenta, y analizar las mejores prácticas a futuro en caso de que se desee ampliar el alcance de esta.

Palabras clave: Servicio al cliente, aplicaciones móviles, gestión de la información, tecnología móvil.

Abstract

This article examines the purpose of developing a mobile solution at Fundación Valle del Lili, and its relevance to improve the quality of access to information by patients and users. The objectives of this research are, through the agile SCRUM methodology, to identify the benefits, challenges, and opportunities that this proposal presents, and to analyze the best practices for the future in case it is desired to expand its scope.

Keywords: Customer service, mobile applications, Mhealth, mobile technology.

Fecha de recepción: 17 de noviembre de 2022

Fecha de aprobación: 15 de febrero de 2023

Semillas del Saber Vol. 2 - No. 2
e-ISSN 2805-7511 • pp. 90-95

Introducción

En la actualidad, las aplicaciones móviles han revolucionado la forma en que las personas interactúan con la tecnología en su día a día. Con más de 6.8 billones de dispositivos móviles en uso en todo el mundo (Taylor P, 2023), las aplicaciones móviles se han convertido en una herramienta esencial para mejorar el acceso a la información, la atención médica y la educación en el sector salud. Las aplicaciones móviles más utilizadas en el sector salud en Colombia son aquellas relacionadas con la gestión de citas médicas, la gestión de enfermedades crónicas, el monitoreo de la salud y la compra de medicamentos (MinTIC, 2020).

En la Fundación Valle del Lili, mensualmente ingresan en promedio 140.000 llamadas al conmutador institucional, de usuarios solicitando que le comuniquen con algún servicio o pidiendo información general. Adicionalmente al Centro de contacto ingresan alrededor de 200.000 llamadas de las cuales el 20% son pacientes que marcan la extensión incorrecta o de manera aleatoria por no tener conocimiento sobre la ruta adecuada de comunicación de acuerdo con su necesidad (Ramírez, 2022).

Las diferentes entidades de prestación de servicios tienen la obligación de estar actualizadas en cuanto a las herramientas tecnológicas en beneficio de sus pacientes, frente a las diversas consultas que se les presentan. Brindar un excelente servicio de atención al cliente, se verá reflejado en su satisfacción, por lo tanto, este debe ser el eje principal a la hora de tomar decisiones que permitan aumentar esos niveles de satisfacción de los usuarios frente a la Fundación valle del Lili.

Las implementaciones tecnológicas que están enfocadas en los usuarios ofrecen garantías adicionales de satisfacción, a la vez que solucionan problemas de accesibilidad que de otra forma no son posibles de remediar. Teniendo en cuenta lo anterior, se desarrolló la aplicación llamada MiLili, la

cual se sustenta sobre los estándares de calidad asociados a la industria de los dispositivos móviles (ISO 9000, 2015), y hace uso de la metodología SCRUM (Schwaber & Sutherland, 2011), que permite tener victorias tempranas en la implementación y facilita la implementación de mejoras y mantenimientos. Dicha aplicación se adaptó a los requerimientos de la fundación y a las necesidades de los usuarios enfocadas en la atención y servicio al cliente, en mayor medida esas necesidades se identificaron a través de las estadísticas ofrecidas por el Centro de atención telefónica institucional.

Con la aplicación móvil los usuarios y pacientes tienen la posibilidad de acceder a diferentes tipos de información, como horarios de atención, direcciones y teléfonos de las sedes, entre otros, esto le permite a la institución tener un nuevo canal de comunicación, ofreciendo la facilidad a los usuarios para que accedan desde cualquier dispositivo móvil.

Marco conceptual

Para este artículo se tuvieron en cuenta dos factores importantes que son el uso de las aplicaciones móviles y el servicio al cliente. para ello se da una definición de estos conceptos:

Aplicaciones móviles

El uso de la tecnología se ha vuelto una necesidad para estar a la vanguardia de los procesos y comunicaciones a nivel mundial. Cada vez hay más dispositivos inteligentes en uso en el mundo y se prevé que continúe en aumento (Taylor P, 2023). El ámbito de la salud no es ajeno a este avance tecnológico y en consecuencia se pueden observar diferentes soluciones móviles que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los pacientes (Martínez-Pérez, 2019), (Baquero et al., 2021).

Una aplicación móvil es un software desarrollado para dispositivos móviles, es decir, dispositivos que se pueden utilizar desde cualquier lugar, como

un teléfono inteligente o una tableta. Esta aplicación debe tener la capacidad de acceder a la información y cubrir una o más necesidades en función del uso que el usuario le dé.

Servicio al Cliente

La experiencia del cliente (Customer Experience o CX) es un concepto que se ha vuelto cada vez más relevante en el ámbito de la salud. La CX se refiere a la percepción que los clientes tienen de la interacción con una empresa a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente, desde el conocimiento de la marca hasta la compra y el soporte postventa.

La CX está fuertemente relacionada con la calidad del servicio al cliente, que se puede definir como la capacidad de una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de manera eficiente y efectiva. La calidad del servicio al cliente se ha identificado como un factor clave en la satisfacción del cliente, la lealtad y la retención de clientes (da Silva, 2021).

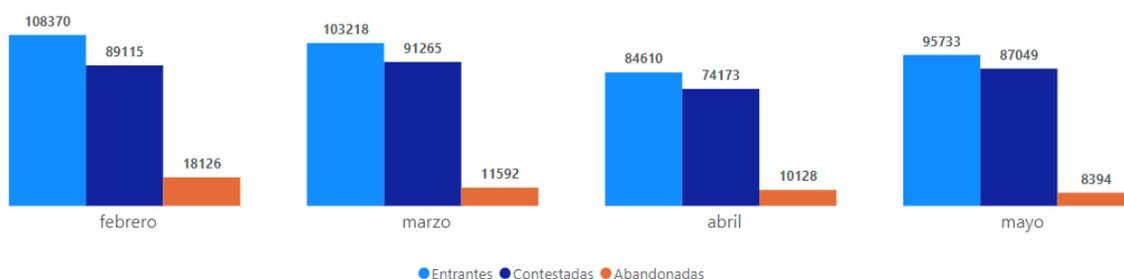
Servicio: Un servicio es una actividad llevada a cabo por un proveedor, con el propósito de satisfacer una determinada necesidad del cliente (Valdez, 2013).

Cliente: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, de carácter recurrente.

De esta manera, se puede concluir que el Servicio al Cliente tiene como objetivo la constante tarea de satisfacer las necesidades de los consumidores, a través de diferentes estrategias de atención o gestión.

Figura 1.

Estadística mensual de llamadas en el centro de contacto



Fuente: Elaboración de los autores

Teniendo presente todas estas definiciones, se planteó el objetivo de identificar si con esta solución se lograría un descenso significativo en el volumen de quejas por accesibilidad en la Fundación valle del Lili.

Metodología

En este estudio, se utilizaron métodos cuantitativos para recopilar y analizar los datos de las llamadas entrantes en el centro de atención telefónica. Los datos se obtuvieron a través de registros electrónicos y se clasificaron según el tipo de llamada y la conclusión de la llamada.

Para validar las hipótesis planteadas en la investigación, se realizaron análisis estadísticos de los datos recopilados, se utilizaron técnicas de análisis descriptivo, como el cálculo de medias, desviaciones estándar y porcentajes, para comprender la distribución de las llamadas según el tipo de llamada y la conclusión de la llamada.

Además, se utilizaron técnicas de análisis inferencial, como pruebas de hipótesis y análisis de correlación, para determinar la relación entre los diferentes tipos de llamadas y la conclusión de la llamada. Se realizó un análisis de regresión para identificar los factores que afectan la conclusión de la llamada.

Para asegurar la validez y la fiabilidad de los datos, se realizaron controles de calidad en el proceso de recopilación de datos y se aplicaron técnicas de validación cruzada para verificar la consistencia de los resultados.

En resumen, se utilizaron métodos cuantitativos y técnicas de análisis estadísticos para obtener y validar la información requerida para la investigación. Los datos se recopilaron y clasificaron según el tipo de llamada y la conclusión de la llamada, y se realizaron análisis descriptivos e inferenciales para comprender la distribución de los datos y la relación entre las variables. Los controles de calidad y las técnicas de validación cruzada se aplicaron para garantizar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos.

A parte de los métodos y procedimientos cuantitativos utilizados para recopilar y analizar los datos de las llamadas entrantes en el centro de atención telefónica, también se consideró el componente de servicio al cliente desde el área de experiencia del paciente.

Para ello, se tuvo en cuenta la percepción de los pacientes en relación con la calidad del servicio recibido durante la llamada y se realizaron encuestas de satisfacción para obtener su opinión. Se utilizaron preguntas específicas relacionadas con la experiencia del paciente en la llamada, como la claridad y eficacia de la comunicación, la cortesía y amabilidad del representante, el tiempo de espera y la resolución del problema.

Los resultados de las encuestas se utilizaron para complementar los datos cuantitativos y obtener una visión más completa de la experiencia del paciente durante la llamada, Se analizaron los resultados en conjunto con los datos cuantitativos para comprender mejor las necesidades y expectativas del paciente en relación con el servicio al cliente en el centro de atención telefónica.

Tabla 1.

Tipificación de llamadas atendidas en el centro de contacto

Nombre Tipificación	Cantidad	%
Transfiere a Otra Área	31170	23,62%
Asignar Cita	25684	19,46%
Información Propia del Servicio	20554	15,57%
Sin tipificar	12888	9,77%
Paciente No ubicado	6284	4,76%
Otra Especialidad	5633	4,27%
Reasignar Cita	5263	3,99%
Confirmar Cita	4879	3,70%
Llamada Cortada	2600	1,97%
Cancelar Cita	1960	1,49%
Solicita asignar cita	1843	1,40%
Información de Autorizaciones	1307	0,99%
No asigna cita-Agenda no Habilitada	1151	0,87%
Llamada Muda	1032	0,78%

Fuente: Elaboración de los autores

En resumen, se incorporó el componente de servicio al cliente desde el área de experiencia del paciente en la recopilación y análisis de los datos de las llamadas entrantes en el centro de atención telefónica, Se utilizó una encuesta de satisfacción para obtener la percepción de los pacientes en relación con la calidad del servicio recibido durante la llamada y se analizaron los resultados en conjunto con los datos cuantitativos para comprender mejor las necesidades y expectativas del paciente.

Resultados

Los resultados obtenidos con el desarrollo de la aplicación móvil MiLili, se enfocaron en tres puntos:

Aplicación móvil “MiLili”

Un producto desarrollado inicialmente para la plataforma Android que permite realizar consultas sobre información general de Servicios de la institución,

adaptado a las necesidades de los pacientes y de la clínica, teniendo en cuenta los estándares de calidad en el desarrollo de aplicaciones. Para este caso se logra una aplicación móvil amigable y útil para el usuario final.

Figura 2.

Prototipo de la aplicación MiLili



Fuente: Elaboración de los autores basado en inf institucional

Reducción en las quejas de los pacientes por accesibilidad en la información

En cuanto a la reducción de las quejas se puede observar a nivel de estadístico en los reportes de información trimestral y semestral generados por el centro de contacto los cuales se concentran en el documento interno “Dashboard operativo del centro de contacto”. El reporte permite a nivel interno conocer la cantidad de llamadas que se realizaron por conceptos que se encuentran en la aplicación y medir la reducción de estas con respecto a trimestres de años anteriores.

Un nuevo canal de información

Adicional a los que ya podrían existir (Página web, Línea telefónica) que permite una mejora significativa en accesibilidad a los pacientes y Usuarios que la utilicen, La adopción del nuevo canal de información se refleja en la satisfacción del usuario y en los beneficios que le ofrece:

Mejora la accesibilidad

Se les da la oportunidad a los usuarios de acceder a la información de manera más fácil y conveniente, Esto puede mejorar la experiencia del usuario y

hacer que se sientan más satisfechos con el servicio que la clínica les ofrece.

Aumenta la disponibilidad

El nuevo canal de información también aumenta la disponibilidad de la información. Si los canales existentes no están disponibles debido a una interrupción o problema técnico, el nuevo canal sirve como una alternativa para proporcionar la información necesaria a los usuarios.

Incrementa la interacción

El nuevo canal de información también fomenta la interacción entre el usuario y la clínica. En general, al ofrecer este nuevo canal de información, se mejoran varios aspectos de la experiencia del usuario, lo que aumenta la satisfacción del usuario y la lealtad a la clínica.

Conclusiones:

La creación de la aplicación para mejorar la satisfacción del usuario y permitir un mejor acceso a la

información tiene un gran impacto en la experiencia del usuario y en la percepción de la Fundación Valle del Lili, proporcionar un canal de información más accesible y conveniente permite a los usuarios interactuar con la clínica de manera eficiente y efectiva, aumentando así su satisfacción y lealtad.

La aplicación también facilita la comunicación bidireccional entre la empresa y el usuario, fomentando la interacción y el compromiso del usuario, al brindar opciones para que los usuarios elijan el canal que mejor se adapte a sus necesidades y preferencias, se logra una mayor personalización y satisfacción del usuario.

En resumen, la creación de una aplicación para mejorar la satisfacción del usuario y permitir un mejor acceso a la información resulta ser una estrategia efectiva para la experiencia del usuario y la relación entre este y la clínica, lo que tiene un impacto positivo en la reducción de quejas y disminución de llamadas en el centro de contacto que no tenían relevancia con citas médicas o procedimientos, lo cual permite una mejora en la atención y oportunidad para pacientes y usuarios.

Referencias

- Baquero, G., Velandia, Z., y Lozano, M., (2021). Aplicaciones móviles en salud, una revisión sistemática cualitativa. <https://ciencia.lasalle.edu.co/optometria/1905>
- da Silva, D. (2021, enero 6). *Customer experience: 3 factores claves para la excelencia*. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-customer-experience/>
- Martínez, B., de la Torre-Díez, I., y López-Coronado, M. (2019). Mobile health applications for the most prevalent conditions by the World Health Organization: Review and analysis. *Journal of medical systems*, 43(3), 66. <https://doi.org/10.1007/s10916-019-1207-9>
- Ramírez, R. (2022). *Dashboard operativo del centro de contacto*. Informe interno. Centro de Contacto, Fundación Valle del Lili, Cali, Colombia.
- Schwaber, K., & Sutherland, J. (2011). *La Guía Scrum (Versión 1.0)*. <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v1/Scrum-Guide-ES.pdf>
- Taylor P. (2023). *Number of smartphone users worldwide from 2016 to 2023 (in billions)*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>
- Váldez, W. (2013, febrero 1). *Servicio*. Concepto de – Definición. <https://conceptodefinicion.de/servicio/>