



**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Administración**

Título:

**GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE
DE UNA ADMINISTRADORA DE RIESGOS DE SALUD.
CASO: ARS PALIC**

Sustentada por:

Ilonka Yuty Bidó Bautista	2010-0031
Eduardo Abel Cuevas	2010-1420

Asesora:

Natividad Pantaleón

Monografía para optar por el título de:

Licenciatura en Administración de Empresas

**Distrito Nacional, República Dominicana
Agosto, 2016**

INDICE

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTOS	III
RESUMEN EJECUTIVO	VI
INTRODUCCION	VII
CAPÍTULO I	2
CONCEPTOS GENERALES	2
1.1 Concepto de calidad	2
1.2 Características de servicio	3
1.3 Sistemas de calidad.....	4
1.4 Objetivos de la calidad.....	5
1.5 Principios de la calidad	6
1.6 Requisitos para lograr la calidad	7
1.7 Calidad en el servicio.....	8
1.8 Parámetros de medición de la calidad	9
CAPÍTULO II.	
CARACTERIZACIÓN EMPRESA EN ESTUDIO: ADMINISTRADORA DE RIESGOS DE SALUD PALIC	
2.1 Antecedentes ARS Palic.....	12
2.2 Filosofía Institucional	12
2.2.1 Misión	12
2.2.2 Visión.....	13
2.2.3 Valores	13
2.2.4 Normas Generales.....	13
2.2.5 Relaciones comerciales basadas en la ética.....	13
2.3 Organigrama.....	15
2.4 Departamento de servicios	16
2.5 Tipos de servicios ofrecidos	17
2.6 Sistemas de calidad.....	19
2.7 Certificaciones obtenidas	19
2.8 Medidas de calidad realizadas	20
CAPÍTULO III.	
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
3.1 Aspectos Metodológicos	22
3.1.1 Diseño de investigación.	22
3.1.2 Tipo de investigación.	22

3.1.3	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.1.4	Población	22
3.1.5	Muestra.....	22
3.2	Presentación de los resultados	24
3.2.1	Resultados cuantitativos y cualitativos	24
3.2.2	Presentación de tabla de ponderación frecuencia de resultados.....	28
3.2.3	Presentación de tabla de Porcentaje índice de Satisfacción	29
3.2.4	FODA.....	32
3.3	Análisis de los resultados.....	33
3.3.1	Análisis individual de las encuestas	33
3.3.2	El análisis del FODA	35
3.3.3	El análisis de satisfacción	36
3.3.4	Análisis de la calidad del servicio ofrecido por el Departamento de Servicios de ARS Palic.....	37
CONCLUSION		IX
RECOMENDACIONES		X
BIBLIOGRAFÍA		XI
ANEXOS		

DEDICATORIA

Ilonka Yuty Bidó Bautista:

Este trabajo lo dedico de manera especial a mi madre Antonia Bautista el mejor ejemplo de mujer con un espíritu emprendedor, valiente, esforzada, optimista, luchadora incansable y amante de sus retoños, siempre dispuesta a sacrificarlo todo a cambio de nuestra felicidad, que me forjo valores y me ha guiado por la vida para ser un ente multiplicador de amor, respeto y buenas costumbres.

A mis hermanos Crismely y José David Bidó por el apoyo incondicional y comprensión que me han brindado a pesar de una que otra diferencia en este largo camino que aunque termina una etapa, apenas comienza. Por preocuparse y ocuparse tanto mí, por compartir mis triunfos y mis penas cada vez que fuese necesario. Aunque no lo demuestre a menudo, los amo.

De manera especial a mi ángel Yadiel David, por su alegría y amor.

Y por último pero no menos importante a mi padre David Bidó porque sé que desde ese lugar especial en el que está, se siente enorgullecido de mis logros.

DEDICATORIA

Eduardo Cuevas:

Este trabajo se lo dedico a mis hermanas Emely y Eliana, a mis padres Adela Florián y Alfonso Cuevas que con su esfuerzo me han apoyado en cada momento que los he necesitado para alcanzar mis objetivos en este caso terminar esta etapa en mi vida.

A mis familiares, amigos, Suleika Santana, a mis compañeros de estudios Ilonka Bido Edward Díaz, Carolina Vargas, Nicole González, Nicole Soto por el apoyo recibido durante esta carrera y a mis compañeros de la movilidad estudiantil 2016 que han sido de las mejores cosas que me han pasado este año.

A la Universidad Apec y a cada uno de los profesores que aportaron sus conocimientos para de esta manera darme una formación como profesional.

AGRADECIMIENTOS

Ilonka Yuty Bidó Bautista:

Quiero agradecer antes que nada a DIOS, pues de no ser por su voluntad todo esto no sería posible.

A mi madre por incitarme a no rendirme nunca y dar esa milla extra hasta el final.

A mi hermana Crismely por cederme nuestro tiempo de compartir, por tolerar mis malos humores y aun así continuar amándome de una manera incondicional y dándome su alegría, es parte importante de mi vida.

A mi hermano José David por tenerme paciencia, por orientarme y aconsejarme en cualquier momento y bajo cualquier circunstancia, por protegerme y ser un ejemplo de ganador a base de esfuerzos.

A esa persona que tengo la dicha de que sea mi amigo, mi compañero, mi apoyo incondicional, mi hombro para llorar, que me ha dado aliento en momentos difíciles pero que ha compartido también mis alegrías, con quien he aprendido de la vida. Siempre tan presto a escucharme y por darse por completo...

A mi compañero de monográfico por su acompañamiento en esta etapa que nos hará merecedores del título de Licenciados en Administración de Empresas, esperando nuestra amistad perdure en el tiempo.

A mis maestros y asesores que me han orientado y acompañado en el proceso formación como profesional, de aprendizaje y formadores de unas no tan buenas pero otras grandiosas experiencias en Universidad APEC.

AGRADECIMIENTOS

Eduardo Cuevas:

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mis padres Adela y Alfonso por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A mis hermanas por ser parte importante de mi vida y representar la unidad familiar. A mi compañera Ilonka Bidó por creer en mí y permitirme trabajar junto a ella en el desarrollo de este trabajo.

RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas que brindan servicios consideran que medir la calidad de una forma adecuada es el medio o instrumento para administrar basándose en datos. Más allá de esto el cliente pasa a ser el factor clave para las operaciones de una organización y para su continuidad.

En este caso se realizó un análisis de los servicios y calidad ofrecido por el departamento de servicios de la administradora de riesgo de salud ARS PALIC, Siendo esta una investigación de tipo descriptiva y de campo, considerando las hipótesis expuestas sobre las necesidades de las organizaciones de medir con la finalidad de dar seguimiento y aprovechar al máximo las oportunidades de mejoras que se presenten como parte del principio de mejoramiento continuo de la calidad llevado a los servicios ofrecidos.

Con esta investigación se pretende satisfacer la necesidad de la administradora de riesgos de salud Palic, de conocer cómo perciben y/o reciben los servicios su población afiliada, que piensan acerca de los procesos de gestión y calidad de los mismos.

Para este estudio se utilizaron como técnicas de investigación como la observación de manera directa, estructurada y colectiva, y como instrumento de recolección de datos e informaciones se utilizó la encuesta.

INTRODUCCION

Actualmente las organizaciones se preocupan por implementar procedimientos que ayuden a mejorar la calidad de cada uno de sus procesos internos. Tomando en cuenta que esto les permitirá enfrentar la fuerte competencia existente y alcanzar un mejor posicionamiento en el mercado.

Durante los últimos años la calidad en el servicio o producto se ha convertido en una de las principales competencias buscadas por las empresas, con la finalidad de seguir siendo competitivos. La calidad que debe tener cualquier servicio para obtener un mayor rendimiento en funcionalidad, debe considerar el cumplir con las normas y regulaciones necesarias que hagan posible llenar las expectativas de los clientes y satisfacer sus necesidades, las organizaciones buscan mejorar su competitividad y se preocupan en que los servicios ofrecidos con las expectativas del público, pero muchas de estas organizaciones desconocen cómo establecer métodos para controlar la calidad cumpliendo con las normas necesarias para satisfacer las necesidades del cliente.

En la siguiente monografía desarrollaremos un Análisis de la calidad del servicio ofrecido por el Departamento de Negocios de ARS Palic, Analizaremos la empresa desde el punto de vista de los procesos realizados en este departamento para llevar a cabo este servicio.

La monografía cuenta con 3 capítulos. El primero describe los conceptos generales que estaremos manejando, el segundo describe la empresa objeto de estudio, su historia, estructura actual misión, visión y valores, es decir nos da una visión general de ARS Palic.

CAPÍTULO I.
CONCEPTOS GENERALES

CAPÍTULO I. CONCEPTOS GENERALES

1.1 Concepto de calidad

Joseph M. Juran (1997) "La palabra calidad tiene múltiples significados. Dos de ellos son los más representativos. La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. Calidad consiste en libertad después de las deficiencias".

Imai (1998) señala que la calidad se refiere a no solo a la calidad de productos o de servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

Partiendo de las diversas definiciones de calidad, se resume que de una u otra forma el grado en que el diseño de un bien o servicio, expresado a través de un conjunto de especificaciones, contiene los atributos que van a satisfacer las necesidades de los clientes. Depende básicamente de la capacidad de la organización para detectar apropiadamente los requerimientos de los clientes y de los conocimientos tecnológicos necesarios para elaborar el diseño que los satisfaga.

Ahora bien, al hablar de calidad es importante resumir algunas filosofías existentes de ella. Por tal razón se mencionan los autores más conocidos sobre el tema.

1.2 Características de servicio

Considerando la relevancia que posee el cliente para toda organización, como punto focal de sus operaciones, es necesario identificar las características de los servicios. Según Shaw, James G (1997), considera que los servicios poseen las siguientes características:

- **Intangibilidad:** Significa que los servicios no se pueden ver, saborear, sentir ni oler antes de comprarlo. Por ejemplo, las personas que se someten a una cirugía plástica no pueden ver el resultado antes de la compra, o los pasajeros de una línea aérea sólo tienen un boleto y la promesa que serán llevados a su destino en forma segura.
- **Inseparabilidad:** Significa que la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros.
- **Variabilidad:** Significa que la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan. Algunas tiendas departamentales, por ejemplo, tienen la reputación de proporcionar servicios mejores que otros. A pesar de esto, dentro de una tienda determinada, un empleado de mostrador puede ser jovial y

eficiente mientras que otro que está a poca distancia puede ser desagradable y lento, esto trae como consecuencia, que la calidad de servicio de un solo empleado de la tienda, varíe de acuerdo a su energía y a su estado de ánimo en el momento en que atiende al cliente.

- **Carácter perecedero:** Significa que los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior. Por ejemplo, en un concierto no se pueden guardar lugares para el concierto de otra fecha, ya que estas plazas se perderían y el servicio no prestado se pierde.
- **Ausencia de propiedad:** Los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

1.3 Sistemas de calidad

En el documento “Implantación de un sistema de calidad” se define el sistema de calidad como la estructura organizativa, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad. se aplica en todas las actividades realizadas en una empresa y afecta a todas las fases, desde el estudio de las necesidades del consumidor hasta el servicio posventa. Es nuestra opinión no es más que un conjunto de políticas, procedimientos y herramientas que hacen posible gestionar la calidad de una manera eficaz y eficiente para alcanzar los objetivos que nos trazamos en materia de calidad.

1.4 Objetivos de la calidad.

Los objetivos de la calidad pueden ser vistos desde diferentes puntos de vista. Por una parte, se busca la completa satisfacción del cliente para diferentes fines, por otra parte, puede ser el lograr la máxima productividad por parte de los miembros de la empresa que genere mayores utilidades, también se puede ver como un grado de excelencia, o bien puede ser parte de un requisito para permanecer en el mercado aunque no se esté plenamente convencido de los alcances de la calidad.

Sin embargo, el objetivo fundamental y el motivo por el cual la calidad existe, es el cumplimiento de las expectativas y necesidades de los clientes.

Colunga Dávila Carlos (1995) lo establece de la siguiente manera: "Calidad es satisfacer al cliente. Cumpliendo con los requisitos y requerimientos; y prestando un buen servicio. Hasta donde la acción tomada ayude a la permanencia de la empresa en el mercado. Ese es el límite".

Es importante saber que la calidad es un proceso constante de mejora continua cuyo objetivo principal es la adaptación a las necesidades del cliente y que al cumplir con ello se garantiza la permanencia en el mercado.

Para lograr los objetivos que se plantee la organización en cuanto a la calidad, y ya conocido el sentido de ser de la misma, es necesario conocer cuáles son los principios de la calidad para ponerlos en práctica.

1.5 Principios de la calidad

Entre la bibliografía consultada se encontraron varios filósofos de la calidad, los cuales definen e infieren algunos principios, sin embargo, en esta sección se considerará a Viveros, P. Jesús A. (2002), que dice que la calidad se establece por 13 principios:

- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Satisfacer las necesidades del cliente (tanto externo como interno ampliamente).
- Buscar soluciones y no estar justificando errores.
- Ser optimista a ultranza.
- Tener buen trato con los demás.
- Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas.
- Ser puntual.
- Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo.
- Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos.
- Ser humilde para aprender y enseñar a otros.
- Ser ordenado y organizado con las herramientas y equipo de trabajo.
- Ser responsable y generar confianza en los demás.
- Simplificar lo complicado, desburocratización de procesos.

Todo lo anterior conduce a la empresa a ofrecer un producto o servicio con calidad, al tener más calidad se puede vender más y se tiene un mejor servicio,

por lo consiguiente, se genera más utilidad, que es uno de los objetivos principales de todas las organizaciones. Pero no es solamente conocer y aplicar los principios de la calidad, también se requiere de cumplir una serie de condiciones o requisitos para poder cumplir con la calidad que tanto demandan los clientes.

1.6 Requisitos para lograr la calidad

Como ya se ha mencionado la calidad, es un proceso constante de mejora continua, por lo tanto, Anda, G. Cuauhtémoc (1995) expresa que, en una organización encaminada hacia la calidad, se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos para lograrla:

- a. Se debe ser constante en el propósito de mejorar el servicio y el producto.
- b. Al estar en una nueva era económica, estamos obligados a ser más competentes.
- c. El servicio o producto desde su inicio debe hacerse con calidad.
- d. El precio de los productos debe estar en relación con la calidad de los mismos.
- e. Se debe mejorar constantemente el sistema de producción y de servicio, para mejorar la calidad y la productividad para abatir así los costos.
- f. Hay que establecer métodos modernos de capacitación y entrenamiento.
- g. Se debe procurar administrar con una gran dosis de liderazgo, a fin de ayudar al personal a mejorar su propio desempeño.

- h. Se debe crear un ambiente que propicie la seguridad en el desempeño personal.
- i. Deben eliminarse las barreras interdepartamentales.
- j. A los trabajadores en lugar de metas numéricas se les debe trazar una ruta a seguir para mejorar la calidad y la productividad.
- k. El trabajador debe sentirse orgulloso del trabajo que realiza.
- l. Se debe impulsar la educación de todo el personal y su autodesarrollo.
- m. Se deben establecer todas las acciones necesarias para transformar la empresa hacia un fin de calidad.

Estos requisitos hay que tomarlos en cuenta para que toda organización logre implantar la calidad tanto en los productos que ofrece como en el servicio que nos brinda, esto sólo se puede alcanzar siendo perseverantes en aplicar los pasos antes mencionados, con el fin de hacer de la calidad un compromiso para cada uno de los miembros de la institución.

Al hablar de calidad, se puede hablar de ella desde varios puntos de vista o dimensiones. Para ser más explicativos, se hablará de ella en cuanto a dimensiones.

1.7 Calidad en el servicio

Diferentes autores han realizado grandes aportes al respecto. Se dice que la concepción de calidad de servicio deriva de las ideas y planteamientos, como las de Larrea, A. Pedro (1991) quien en su obra afirma que "Es la percepción que

tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, de servicio".

Para Pael, Malcom (1991) la calidad de servicio es "Las actividades secundarias que realice una empresa para optimizar la satisfacción que reciba el cliente en sus actividades primarias (o principales)".

Un concepto mucho más breve la hace J.M Juran (1997) que la define como "La aptitud para el uso"; es decir, el grado en que el servicio satisface con éxito las necesidades del cliente a medida que se presta. Para Juran cuando las expectativas responden a cliente, precio y plazo de entrega, y estos a su vez se adecuen a los objetivos de la organización, se puede decir, que hay una relación constructiva entre la organización y el cliente.

De acuerdo a los conceptos otorgados por los autores, se puede decir que la calidad en el servicio es cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

1.8 Parámetros de medición de la calidad

Para obtener resultados y dar sugerencias sobre la forma de mejorar, hay que medir, por tal razón para este estudio se parte del aforismo "solo se puede mejorar cuando se puede medir", para ello es necesario definir los atributos y medidores de la calidad de servicio que proporciona el mercado.

En esta investigación se tiene como premisa que por ser interdisciplinaria al estar estrechamente vinculada cada una de sus áreas con los clientes, permitirá con facilidad especificar las variables a medir, la frecuencia, acciones consecuentes y las observaciones al respecto.

CAPÍTULO II.

CARACTERIZACIÓN EMPRESA EN ESTUDIO: ADMINISTRADORA DE RIESGOS DE SALUD PALIC

CAPÍTULO II.

CARACTERIZACIÓN EMPRESA EN ESTUDIO: ADMINISTRADORA DE RIESGOS DE SALUD PALIC

2.1 Antecedentes ARS Palic

Inicio de Operaciones: En 1930 inician sus operaciones como una sucursal de "Pan American Life Insurance Company" con sede central en New Orleans, Estados Unidos.

Concepto SF: En el año 1965 introdujeron al país el concepto de Seguridad Familiar, especializándose en la promoción y venta de planes de protección de salud.

Integración CFBHDL: En julio de 1998, Compañía de Seguros Palic fue adquirida por el Centro Financiero BHD - León. Al iniciar esta etapa, ampliaron la oferta de productos y servicios e iniciaron un proceso de modernización de la compañía.

Constitución ARS Palic: En 1998 se constituye la compañía Palic. En enero del 2003 nos independizamos, convirtiéndonos en ARS Palic.

2.2 Filosofía Institucional

2.2.1 Misión

La misión de ARS PALIC es "Ofrecer excelentes servicios, orientación y acompañamiento integral para la conservación de la salud y mejoramiento de la calidad de vida de nuestros afiliados".

2.2.2 Visión

Ser la más Admirada, confiable y mejor Administradora de “Riesgos de Salud”.

2.2.3 Valores

- Satisfacción al Cliente
- Integridad
- Productividad
- Mejoramiento Continuo
- Trabajo en Equipo

2.2.4 Normas Generales

- Cumplir con las leyes del Estado Dominicano.
- Demostrar interés y sentido de responsabilidad en el desempeño de las labores.
- Trabajar eficientemente, conforme a las normas de calidad y volumen, a las instrucciones operacionales establecidas por la empresa.

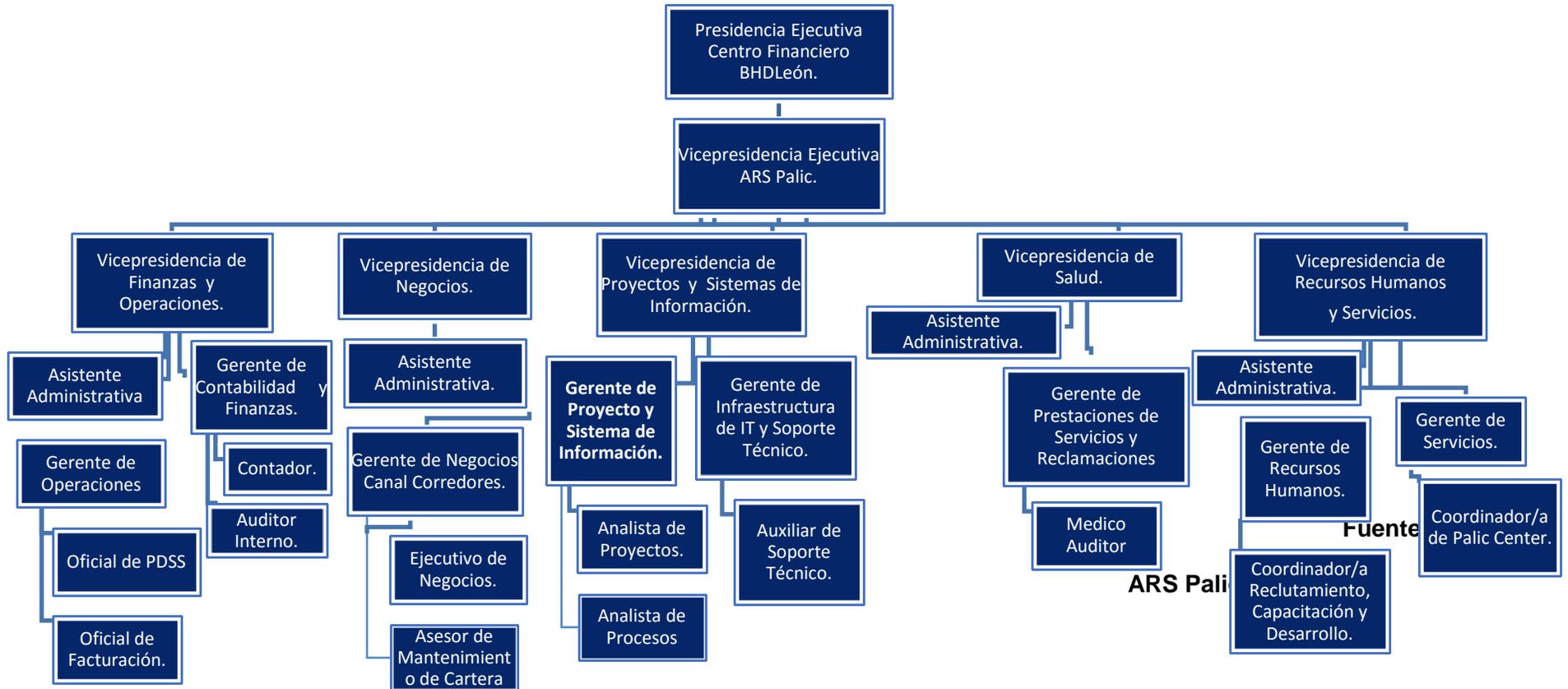
(ARS Palic, 2016)

2.2.5 Relaciones comerciales basadas en la ética.

- En las relaciones con suplidores no existirá favoritismo. las compras y contrataciones de servicios serán otorgadas sobre la base de políticas establecidas y siempre salvaguardando los mejores intereses del Centro Financiero BHD-León.

- No se deben hacer declaraciones falsas, maliciosas o dañinas sobre algún cliente.
- Toda relación de empleados con personas físicas de corporaciones u oficinas públicas que sean clientes y/o relacionados de la Empresa, se mantendrán dentro del nivel profesional que se amerite y se requiera.
(ARS Palic, 2016)

2.3 Organigrama



2.4 Departamento de servicios

El departamento de servicios es el que se encarga de brindar informaciones, gestionar solicitudes, canalizar soluciones viables en pro de los afiliados, cumpliendo a la vez con las políticas de la ARS, el mismo está compuesto por las siguientes áreas:

- **Autorizaciones médicas:** es mediante el cual se realizan las autorizaciones de procedimientos y/o estudios especiales que requieren autorización vía operador para que los afiliados puedan realizarlo esta unidad recibe aproximadamente 100,000 llamadas mensuales.
- **Central telefónica:** esta es la línea telefónica principal de la ARS por lo que son recibidas todo tipos de llamadas y las mismas son canalizadas a las áreas pertinentes para brindar soporte a las solicitudes, esta unidad recibe aproximadamente 24,000 llamadas mensuales.
- **Servicio al cliente:** la línea de servicios ofrece informaciones generales, crean solicitudes y canalizan soluciones tanto a los clientes como relacionados, esta unidad recibe aproximadamente unas 60,000 llamadas mensuales.
- **Plataforma de servicios:** es la unidad que ofrece servicios personalizado a los clientes y/o afiliados que visitan la oficina para realizar movimientos o solicitar información.

- **Prestadores:** verifican y otorgan la cobertura pertinente a los medicamentos solicitados desde las farmacias para entregar a los afiliados, esta unidad recibe aproximadamente unas 1,800 llamadas mensuales.
- **Pre certificaciones medias:** esta unidad evalúa y otorga cobertura a los medicamentos de uso continuos y a los procedimientos quirúrgicos y/o especiales programados, entiéndase que se asigna una fecha para la realización de los mismos y no corresponden a emergencias.

(ARS Palic, 2016)

2.5 Tipos de servicios ofrecidos

- **Unidad de Atención al Cliente**

Disponible 24 horas, 7 días a la semana, para responder todas tus inquietudes.

Sólo marca (809) 381-5000 o desde el interior sin cargos 1(809) 200-1450 y por el correo electrónico: servicios@arspalic.com.do

- **Línea Salud Prestadores**

Servicio de “autorizaciones médicas” disponibles las 24 horas del día, 365 días al año. Para comunicarte llama a los teléfonos: Sto. Dgo: 809-472-1515/ Santiago: 809-971-8555 y desde el interior sin cargos: 1-809-200-1270.

- **Red de Prestadores a Nivel Nacional.**

Nuestra amplia Red cuenta con más de 4,500 médicos especialistas, más de 250 clínicas, más de 450 farmacias, más de 250 laboratorios, centros de diagnósticos y centros especializados, para la atención de todos nuestros afiliados.

- **Autorizaciones Médicas**

Envíenos sus solicitudes de autorización médica; a través de nuestra aplicación para dispositivos móviles (Palic APP); por correo electrónico a: autorizacionesmedicas@arspalic.com.do; o vía fax a los números: Santo Domingo 809-948-3520, Santo Domingo Este 809-592-3434, Santiago 809-247-3394, La Romana 809-556-8044, e Higüey 809-933-8000.

- **AudioDoctor.**

Asesoría y acompañamiento vía telefónica, internet. De lunes a viernes de 8:00 de la mañana hasta las 7:00 de la noche y sábados de 8:00 de la mañana a 12:00 del mediodía. Sólo marca el (809) 381-5000 opción 1 y 2, desde el interior sin cargos 1-809-200-1450 opc. 5 o escríbenos a nuestro e-mail: audidoctor@arspalic.com.do

- **Salud en tu Compañía**

Este programa está basado en actividades de Prevención y Promoción, las cuales son implementadas en las empresas mediante jornadas de salud que buscan mejorar la calidad de vida de nuestros afiliados. (ARS Palic, 2016)

2.6 Sistemas de calidad

Actualmente ARS Palic no cuenta con sistemas de gestión de calidad. Pero de acuerdo a informaciones suministradas por la Gerencia de Servicios, ARS Palic está iniciando el extenso proceso para obtener la certificación ISO-9001.

2.7 Certificaciones obtenidas

- Calificada por la “Superintendencia de Salud” y “Riesgos Laborales” (SISALRIL) como: – "ARS con Alto Nivel de Gestión de Riesgo de Salud": 163 de 192 pts. (Junio 2003).
- "ARS con Alto Nivel de Gestión del Riesgo de Salud": 183 de 189 pts. (Marzo 2004) – "ARS con Alto Nivel de Gestión de la Calidad": 264 de 291 pts. (Marzo 2004).
- Calificada con el tercer lugar en la categoría de "Administradora de Riesgos de Salud", según investigación de las empresas más admiradas en la República Dominicana.
- Acreditación definitiva por parte de la SISALRIL para operar como ARS, por haber cumplido con los requisitos establecidos por la Ley 87-01 y sus normas complementarias.
- Reconocida por la Great Place to Work Institute, como GREAT PLACE TO WORK, Las mejores empresas para trabajar 2016 Caribe. (ARS Palic, 2016)

2.8 Medidas de calidad realizadas

Mediante el equipo de monitores de calidad, se verifican todas las llamadas recibidas de los clientes para diferentes tipos de solicitudes. Los monitores escuchan las llamadas para validar que el cliente recibido un trato adecuado y sobre todo que recibido la información y/o colaboración por parte del representante que le asiste.

Todas las llamadas deben ser grabadas pues periódicamente son revisadas por los monitores y luego de retroalimentan al representante acerca del caso atendido y como puede hacerlo mejor caso futuro.

Si existe alguna falta leve o grave por parte del representante se toman medidas como; orientar, capacitar y/o amonestaciones.

Otra de las medidas es la contratación de una empresa encuestadora a los fines de establecer mediante datos estadísticos que piensa la población afiliada acerca de los servicios que reciben, partiendo de los resultados de las mismas se implementan medidas que permitan mejorar cada día el servicio brindado.

Estas encuestas son realizadas cada año con una encuestadora diferente y que se entienda cumpla previamente con los requisitos que exige la ARS. Además de las medidas mencionadas existen los buzones de sugerencias en las áreas de servicios, mediante los cuales se identifica lo que podemos mejorar para los afiliados.

CAPÍTULO III.

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

CAPÍTULO III.

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1 Aspectos Metodológicos

3.1.1 Diseño de investigación.

La investigación está basada en un diseño no experimental.

3.1.2 Tipo de investigación.

El tipo de investigación será de manera directa, estructurada y colectiva.

3.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El instrumento utilizado para la recolección de datos es encuesta. La encuesta fue llenada en la plataforma “formulario de google”, a través de un link remitidos a los correos electrónicos de los diferentes colaboradores. La base de datos generada fue exportada hacia Excel, donde se generaron los diferentes reportes presentados en el informe.

3.1.4 Población

Actualmente ARS Palic cuenta con una cantidad de afiliados de 750,000.

3.1.5 Muestra

El tipo de muestra utilizada es la no probabilística.

En esta es habitual seleccionar elementos para la muestra basándose en hipótesis relativas a la población de interés, lo que se conoce como criterios de

selección. En relación a la metodología de cálculo, es importante resaltar los siguientes aspectos:

El tamaño de la muestra fue realizado mediante una herramienta en la cual se colocan los datos correspondientes a las variables y el cálculo lo realiza de manera automática aplicando la siguiente fórmula;

Valores de k más utilizados y sus niveles de confianza							
k	1.15	1.28	1.44	1.65	1.96%	2	2.58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95.5%	99%

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde,

N=750,000

k=1.96

e=5

p=0.5

q=0.5

Al aplicar dicha fórmula obtenemos como resultado el total de la muestra, equivalente a **n= 255**.

Media Ponderación de la frecuencia de respuestas de cada ítem, en relación a la escala tipo Likert (ver tabla 4).

3.2 Presentación de los resultados

A continuación se realizara la presentación de los resultados obtenidos tanto de manera cualitativa como cuantitativa.

3.2.1 Resultados cuantitativos y cualitativos

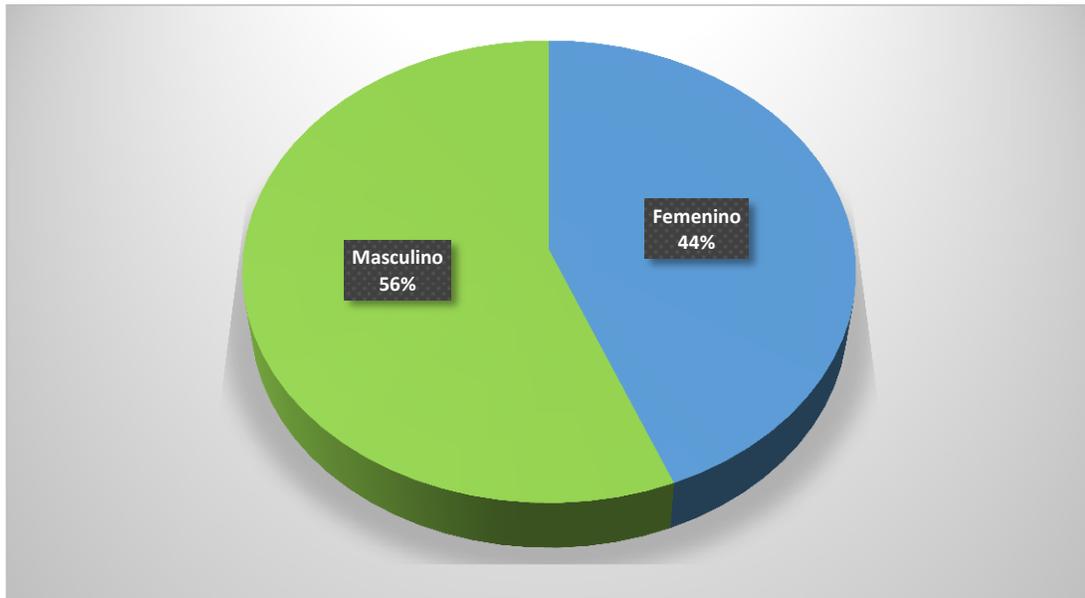
A continuación se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los clientes de ARS PALIC, para medir la satisfacción en el servicio;

Tabla 1: Sexo.

Los datos presentados en la tabla corresponden a la representación del sexo al que corresponden los encuestados.

Sexo	Respuestas	%
Femenino	112	43.9%
Masculino	143	56.1%
Total general	255	100%

Fuente: Propia.



De acuerdo al gráfico anterior el 56% de las personas encuestadas son de sexo masculino, mientras el 44% son femenino.

Tabla 2: Edad.

Los datos presentados en la tabla corresponden a la representación de los rangos de edad a los que corresponden los encuestados y la presentación grafica de los mismos.

Edad	Respuestas	%
18 años - 28 años	114	44.7%
29 años - 39 años	99	38.8%
40 años - 50 años	33	12.9%
Mayor de 51 años	9	3.5%
Total general	255	100%

Fuente: Propia.

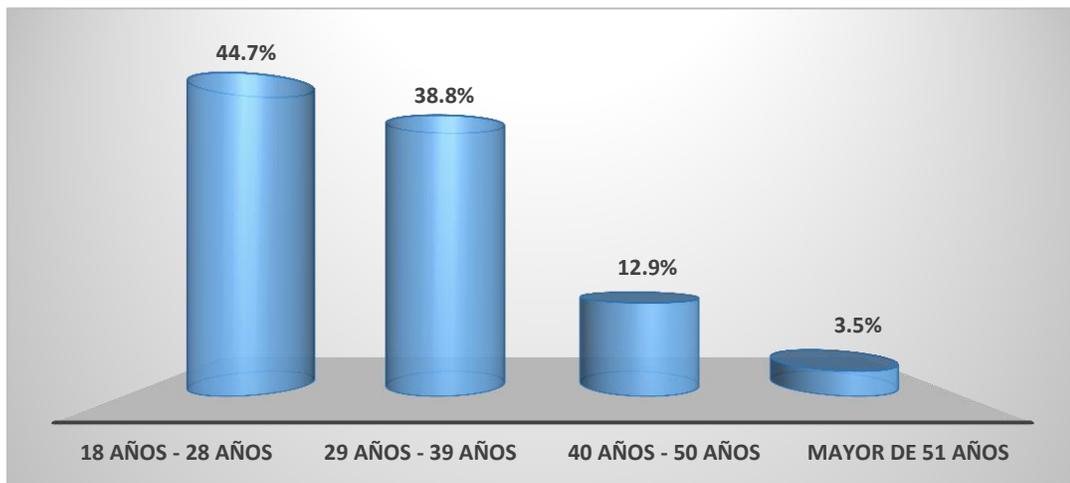
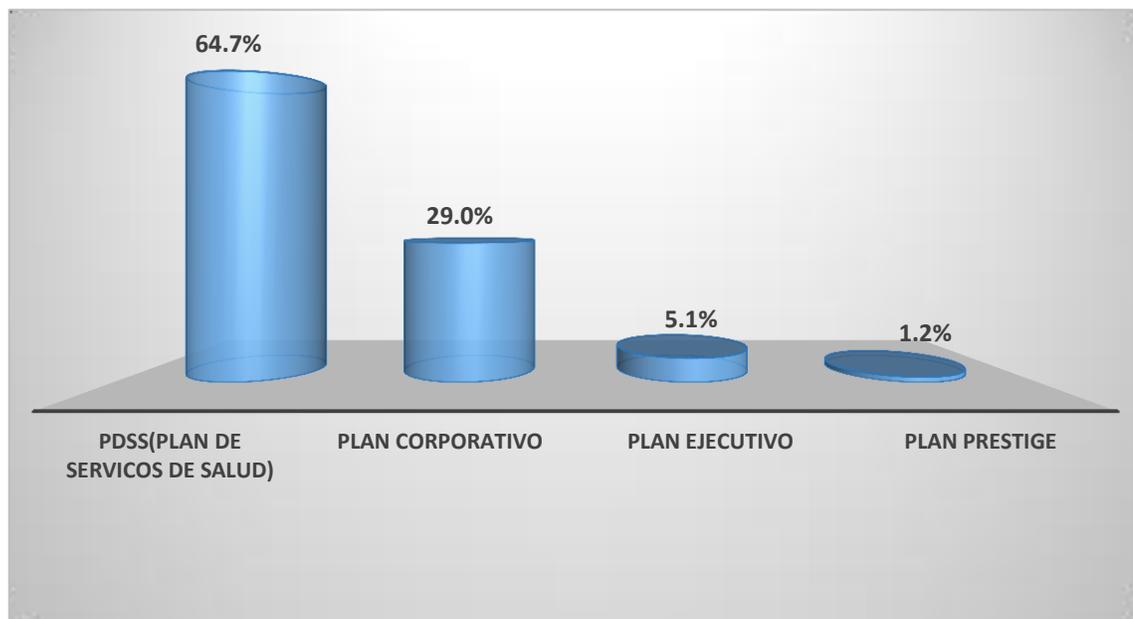


Tabla 3: Tipo de Plan.

La siguiente tabla muestra los resultados obtenidos de la encuesta de acuerdo al tipo de plan al que pertenecen los encuestados y la presentación grafica de los mismos.

Tipo de Plan	Respuestas	%
PDSS(Plan de servicios de salud)	165	64.7%
Plan Corporativo	74	29.0%
Plan Ejecutivo	13	5.1%
Plan Prestige	3	1.2%
Total general	255	100%

Fuente: Propia.



3.2.2 Presentación de tabla de ponderación frecuencia de resultados.

La siguiente tabla nos muestra los aspectos de la encuesta, la leyenda utilizada y el índice de satisfacción de cada una.

ESCALA DE VALORACION

Tabla 4: Media Ponderación frecuencia de respuestas.

	100	75	50	25	1	
Aspectos	Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Neutro	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo	Total general
Las instalaciones físicas de ARS Palic son visualmente atractivas.	158	60	8	27	2	255
En ARS Palic, el material asociado con el servicio (como los folletos o los comunicados) es visualmente atractivo.	71	144	7	28	5	255
Los empleados de ARS Palic tienen buena presencia.	118	98	6	30	3	255
Los empleados de ARS Palic tienen buena presencia	118	98	6	30	3	255
Considera usted que ARS Palic lleva a cabo bien sus servicios.	62	116	33	38	6	255
Cuando ARS Palic promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.	64	112	29	47	3	255
Cuando tiene un problema, el personal muestra un interés sincero por solucionarlo.	61	116	25	50	3	255
Los empleados de ARS Palic le proporcionan un servicio rápido.	82	96	25	48	4	255
Los empleados de ARS Palic siempre están dispuestos a ayudarlo.	83	99	20	49	4	255
Los empleados de ARS Palic nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	92	85	24	44	10	255
Los empleados de ARS Palic tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.	88	93	14	53	7	255
Los empleados de ARS Palic suelen ser corteses con usted.	99	84	18	47	7	255
Los empleados de ARS Palic comprenden sus necesidades específicas.	93	86	23	45	8	255
ARS Palic tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.	101	80	29	38	7	255
ARS Palic cuenta con unos empleados que le proporcionan una atención personalizada.	106	80	29	26	14	255

Fuente: Propia.

Los aspectos más relevantes fueron los siguientes:

- Las instalaciones físicas de ARS Palic son visualmente atractivas. Los afiliados encuestados muestran alto nivel de satisfacción por lo que se entiende que las instalaciones son idóneas para el tipo de servicio ofrecido.
- Los empleados de ARS Palic tienen buena presencia. De acuerdo a las respuestas de los encuestados del personal están vestidos de manera formal, uniforme limpio y no estrujado, por lo que su presencia es bien recibida.
- Cuando tiene un problema, el personal muestra un interés sincero por solucionarlo. En su mayoría los afiliados están de acuerdo en que no perciben que los representantes tengan una intención real de colaborarle para solucionar sus inconvenientes y/o problemas.

3.2.3 Presentación de tabla de Porcentaje índice de Satisfacción

Esta tabla muestra los aspectos que fueron tomados en cuenta para realizar la encuesta y el nivel de satisfacción de cada uno.

Tabla 5: Porcentaje índice de Satisfacción.

Aspectos	Índice de Satisfacción
Las instalaciones físicas de ARS Palic son visualmente atractivas.	83.8
Los empleados de ARS Palic tienen buena presencia.	79.2
Los empleados de ARS Palic tienen buena presencia	79.2
En ARS Palic, el material asociado con el servicio (como los folletos o los comunicados) es visualmente atractivo.	74.3
ARS Palic cuenta con unos empleados que le proporcionan una atención personalizada.	73.4
Índice General	72.7
ARS Palic tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.	72.6
Los empleados de ARS Palic suelen ser corteses con usted.	71.7
Los empleados de ARS Palic comprenden sus necesidades específicas.	70.7
Los empleados de ARS Palic siempre están dispuestos a ayudarle.	70.4
Los empleados de ARS Palic nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	70.1
Los empleados de ARS Palic le proporcionan un servicio rápido.	70.0
Los empleados de ARS Palic tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.	69.8
Considera usted que ARS Palic lleva a cabo bien sus servicios.	68.7
Cuando ARS Palic promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.	68.3
Cuando tiene un problema, el personal muestra un interés sincero por solucionarlo.	67.9

Fuente: Propia.

Los aspectos más relevantes en cuanto índice de satisfacción se refieren:

- Los afiliados encuestados muestran un 83.8% de satisfacción por lo que se entiende que las instalaciones son idóneas para el tipo de servicio ofrecido.

- De acuerdo a las respuestas de los encuestados el 79.2% del personal tienen buena presencia.
- El 67.9% de los afiliados están de acuerdo en que cuando tienen un problema, el personal muestra un interés sincero por solucionarlo.

Grafica 1: Índice de Satisfacción.

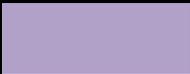


Fuente: Propia.

Tabla 6: Escala de valoración, según opciones de respuestas.

OPCIONES	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	MUY EN DESACUERDO
PUNTUACIONES	100	75	25	1

Tabla 7: Valoración, status y leyenda de colores de los diferentes status.

Valoración	Categoría de Valoración	
De 90,00 a 100,00	Excelente	
De 80,00 a 89,00	Bueno	
De 70,00 a 79,00	Regular	
De 69,00 o menos	Deficiente	

Fuente: Propia.

3.2.4 FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Tabla 8: FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Instalaciones físicas adecuadas.• Personal con buena presencia.• Volantes de informaciones completa.	<ul style="list-style-type: none">• Satisfacen las necesidades de los clientes.• El personal utiliza casi siempre normas de cortesía.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Empleados tienen dominio deficiente de la información requerida.• No tienen sistemas de gestión integrados de calidad.	<ul style="list-style-type: none">• Poco competitivo de acuerdo a los requerimientos del mercado con el paso del tiempo.

Fuente: Propia.

3.3 Análisis de los resultados

En esta sección se estarán analizando los resultados tanto de las encuestas como del FODA realizado de manera minuciosa para obtener una mejor interpretación de los datos e informaciones obtenidas.

3.3.1 Análisis individual de las encuestas

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada el índice de satisfacción más bajo se refleja en 4 ítems siendo considerados de los más significativos ya que tienen que ver con la solución a problemas que se les presentan a los clientes. Los ítems con menos índice de satisfacción son las siguientes:

- Los empleados de ARS Palic tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.
- Considera usted que ARS Palic lleva a cabo bien sus servicios.
- Cuando ARS Palic promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.
- Cuando tiene un problema, el personal muestra un interés sincero por solucionarlo.

Los resultados de estas preguntas cuentan con un porcentaje bajo el 70% lo cual es algo muy significativo ya que indica que el servicio es deficiente porque se trata de una administradora de riesgo de salud.

De acuerdo a los resultados hay un 69.8% de clientes que considera que el personal no cuenta con conocimientos necesarios para responder a sus inquietudes, un 68.7% opina que PALIC no lleva a cabo bien sus servicios lo cual es preocupante porque si la empresa tiene mal servicios posibles que no pueda mantener sus clientes y adquirir nuevos.

El 68.3% dice los problemas no son resueltos en las fechas prometidas y un 67.9% que el personal no muestra un interés por solucionar el problema que se presente al cliente.

Se considera que es necesario hacer mejoras para que el tiempo de respuesta de la empresa pueda ser considerado de calidad y mantener la fidelización de los clientes.

3.3.2 El análisis del FODA

Según los datos arrojados por el FODA anteriormente realizado obtenemos que las instalaciones físicas se encuentran en óptimas condiciones, el personal con el que contamos cuenta con una presencia de agrado de cara a los clientes y se poseen informaciones llámese en forma de volantes que contienen lo necesario para documentar al cliente en lo que necesite y por último y podría decirse que más importante aún es que el cliente se siente respaldado y que puede confiar en la gestión de ARS, sea en una farmacia, clínica, procedimiento quirúrgico, etc. De manera que siempre tiene presente que las decisiones de la empresa son para el beneficio del afiliado.

En otro apartado tenemos que las necesidades de los clientes en la mayoría de los casos son satisfechas y que el personal cuenta con la etiqueta necesaria para dirigirse de una manera afable y cortés hacia los clientes lo cual asegura una buena aceptación y de hecho buena impresión si esta es la primera vez que el cliente se dirige a las instalaciones de ARS PALIC, asegurando así el sentir de que está pagando un buen servicio.

Consecuentemente hay cosas según los resultados las cuales son puntos críticos que deben ser eliminados o reforzados los cuales incluyen que los empleados poseen poca información requerida a la hora de instruir al cliente en lo que se necesite y que la empresa como tal carece de sistemas de gestión integrados de calidad. Además de esto se suma una poca competitividad de

acuerdo a los requerimientos del mercado con el paso del tiempo. Es crucial resolver estos últimos puntos ya sea en forma de cortos talleres de capacitación para que los empleados puedan manejarse ante cualquier duda del cliente, y no solo para mantener una buena imagen sino que es de provecho que los empleados tengan un buen discernimiento sobre los procesos de la empresa para que de esta forma se les dé prioridad a los procesos que debe dársele en el momento requerido, también por otro lado es pertinente hacerse poseedor de sistemas de gestión integrados de calidad para así poder garantizar no solo un mejor servicio sino una prueba a futuro para así mantener una competitividad superior a la media en el mercado.

Ejemplo de esto es la falta de certificaciones ISO, lo cual sería un riesgo de que sus servicios sean de baja calidad y esto produce que el cliente se sienta atraído por una mejor calidad de otro competidor lo cual puede resultar en un desempeño competitivo por debajo de la media y finalmente en el mejor de los casos un estancamiento empresarial o en el peor de ellos una total quiebra

3.3.3 El análisis de satisfacción

De acuerdo a la **gráfica no. 1** se puede observar que el índice general de satisfacción de los afiliados con los servicios es de 72,7%, de acuerdo a la escala de estatus usada en esta investigación es "Regular", el aspecto que obtuvo la mayor valoración fue Las instalaciones físicas de ARS Palic son visualmente atractivas con un 83,8%, esta cae dentro de la escala de "Bueno".

Mientras que el aspecto menor valorado fue Cuando tiene un problema, el personal muestra un interés sincero por solucionarlo con un 67,9%, el cual cae en la escala de "Deficiente".

3.3.4 Análisis de la calidad del servicio ofrecido por el Departamento de Servicios de ARS Palic.

De acuerdo a la información levantada en el capítulo II y en los hallazgos obtenidos de la encuesta, la situación actual de la empresa es la siguiente:

ARS Palic se encuentra en una posición privilegiada dentro del mercado de los seguros, lo cual es sustentado por las evaluaciones que han realizado las instituciones reguladoras de las administradoras de riesgos de salud en República Dominicana, en adición a las investigaciones realizadas por prestigiosas instituciones y los ranking realizados por diferentes entidades dentro de las cuales cabe mencionar a '*Revista Mercado*', '*Great Place to Work Institute*' y por supuesto la *Superintendencia de Salud y Riesgos Laborables*.

Por lo que ARS Palic se define como una de las administradoras de riesgos de salud con alto nivel de gestión en los servicios, información que es respaldada por gran parte de la población afiliada de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas en esta investigación. Pues el índice general de satisfacción de los afiliados con los servicios es de 72,7% lo cual es muy bueno, cuenta con instalaciones adecuadas para llevar a cabo los servicios. Por lo que

se puede deducir que los afiliados confían en las gestiones que realiza la empresa pues entienden que el papel de ARS Palic es velar por que los afiliados reciban lo pactado siempre realizando esfuerzos para que los servicios tengan el mayor nivel de calidad posible.

Sin embargo, es claro que como toda empresa tiene oportunidades de mejora en las cuales deben trabajar para erradicarlas o convertirlas en fortalezas pues la base de perdurar en el tiempo en un mercado tan competitivo es la mejora continua.

En ese sentido entiéndase que los colaboradores deben conocer todos y cada uno de los procesos que implican ofrecer un excelente servicio, además del conocimiento e información necesaria para realizar las gestiones de lugar en el momento que los afiliados así lo requieran.

Además deben trabajar en mejorar las actitudes que muestran los colaboradores al momento de gestionar respuestas a las solicitudes de los afiliados, pues si bien es cierto que ARS Palic tiene como objetivo aumentar sus niveles de ventas, el mismo va acompañado de un servicio de calidad para que sea posible un crecimiento de la cartera de clientes ya sean individuales y/o colectivos y satisfacción de las necesidades, la fidelización y obteniendo como resultado mayor nivel de competitividad.

CONCLUSION

Existe una gran competencia en el mercado del sector de seguros, así como normativas muy estrictas como son las ISO, lo cual obliga a mantener un control en los procesos, mejora continua y establecer controles que permitan aumentar el nivel de calidad de los servicios.

De acuerdo a los resultados del análisis realizado usando el cuestionario como técnica de investigación las necesidades de los clientes en su mayoría son satisfactorias, pero según los resultados hay servicios en los cuales los clientes no están satisfechos.

Se concluyó que a pesar de que ARS PALIC se encuentra bien posicionada en el mercado de las administradoras de salud a nivel nacional y, que sus niveles de aceptación son considerados excelentes, se recomienda que es necesario realizar los cambios adecuados para mejorar el servicio que vayan orientados a las satisfacciones del cliente y a la fidelización de los mismos.

RECOMENDACIONES

Es de suma importancia que se considere documentar en las políticas y procedimientos que los empleados deben seguir y cumplir los empleados que participan del proceso de servicios, de forma que todos los involucrados sepan exactamente las actividades que deben realizar y las políticas de control bajo las cuales deben ser realizadas.

Se recomienda, elaborar un plan de capacitación para que el personal tenga el total manejo de las informaciones pertinentes para brindar un servicio de calidad. A esto se le puede sumar la realización de refrescamientos de informaciones, normas, políticas y procedimientos por lo menos cada seis meses (6) o cada año.

Se recomienda también, prepararse para cumplir con lo establecido con la norma ISO-9001 que a la vez le permitiría integrar los sistemas de gestión de la calidad obteniendo así un manejo adecuado de los recursos, mayor eficacia, rentabilidad además de mayor nivel de competitividad. Por lo que es más probable que perdure en el tiempo como empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Arrona, F. d. (1987). *Calidad, el Secreto de la Productividad*. México: Técnica SA.
- (20 de Mayo de 2016). Obtenido de ARS Palic: <http://arspalic.com.do/>
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. México: McGraw-Hill.
- Horovitz, J. (1991). La calidad del servicio: a la conquista del cliente. En J. Horovitz, *La calidad del servicio: a la conquista del cliente* (pág. 25). Madrid: Mc. Graw- Hill.
- Ishikawa, K. (1994). *Introducción al control de calidad*. España: Díaz de Santos.
- J.M., J. (1993). *Juran y el liderazgo para la calidad*. España: Diaz de Santos.
- Juran, J. y. (1995). *Análisis y la Planeación de la Calidad*. New York: McGraw Hill.
- Lindsay, J. R. (2009). *Administración y control de calidad*. México: Cengage Learning.

INFOGRAFÍA

- C., R. J. (06 de julio de 2014). <http://qualitytrends.squalitas.com/>.
Obtenido de <http://qualitytrends.squalitas.com/item/108-sistemas-de-gesti%C3%B3n-de-la-calidad-%E2%80%93-un-camino-hacia-la-satisfacci%C3%B3n-del-cliente-%E2%80%93-parte-i.html>
- crecenegocios. (10 de Octubre de 2015). www.crecenegocios.com.
Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Peña, J. F. (11 de Septiembre de 2011).
seguridadsocialynegociosdiversos.blogspot.com. Obtenido de <http://seguridadsocialynegociosdiversos.blogspot.com/2011/09/que-son-las-administradoras-de-riesgos.html>
- Española, R. A. (2014). Diccionario de la lengua española.
Obtenido de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=internet

ANEXOS

Índice de Anexos

Anexo No.1: Anteproyecto aprobado.

Anexo No.2: Formulario de Encuesta a los empleados.

Anexo 1: Anteproyecto.

UNIVERSIDAD APEC
UNAPEC

CURSO DE MONOGRAFICO DE EVALUACION FINAL
EVALUACION DE LAS PROPUESTAS
MAYO AGOSTO 2016

TITULO : ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO POR EL DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS DE ARS PALIC,
SANTO DOMINGO R.D. PERÍODO MAYO-AGOSTO 2016.

MODULO : GERENCIA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS CON CALIDAD TOTAL

PROFESOR (A) : ING. ISABEL CARVALJAL / LIC. NATVIDAD PANTALEÓN

AUTOR : BIDO BAUTISTA ILONKA YUTY | CUPVAS FLORIAN EDUARDO ABELL
#NA

MATRICULA : 20100031 | 20101420 | 0 | ÁREA ADMINISTRACIÓN

APROBADO : APROBADO CON MODIFICACION :

RECHAZADO : FIRMA: *Isabel Carvajal*

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL PROFESOR :

OBSERVACIONES :
PROFESOR, EXPLIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE USTED APROBO CON MODIFICACIONES O RECHAZO

- Agregar selección y definición del tema
- Abundar en el marco conceptual
- Refinar aspectos metodológicos
* Cambiar título: Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de una administradora de riesgo de salud.



**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Administración**

Título:

**GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE
DE UNA ADMINISTRADORA DE RIESGOS DE SALUD.
CASO: ARS PALIC**

Sustentada por:

**Ilonka Yuty Bidó Bautista
Eduardo Abel Cuevas**

**2010-0031
2010-1420**

Asesora:

Natividad Pantaleón

Anteproyecto de Monografía para optar por el título de:

Licenciatura en Administración de Empresas

**Distrito Nacional, República Dominicana
Agosto, 2016**

1. Selección y definición del tema de investigación del tema.

1.1 Gestión de calidad en el servicio al cliente de una administradora de riesgos de salud.

1.2 Definición del tema.

Gestión de calidad: no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo. **(Mateo, R.J., 2014)**

Servicio al cliente: El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo. **(Negocios, 2015).**

Administradora de riesgos de salud: Son entidades públicas, privadas o mixtas, descentralizadas, con patrimonio propio y personería jurídica, autorizada por la Superintendencia de Salud y Riesgos Laborales a asumir y administrar el riesgo de la provisión del Plan Básico de Salud., a una determinada cantidad de beneficiarios, mediante un pago per cápita previamente establecido por el Consejo Nacional de Seguridad Social. **(Seguridad Social, 2011)**

Sin importar la naturaleza de la organización es muy probable que esté acompañado de un servicio cada producto de la misma, por lo que se hace necesario analizar el nivel de calidad de los servicios que reciben los clientes, pues

Además de satisfacer las necesidades del mismo, es importante evaluar si se cumple con las expectativas de los clientes.

Es por eso que se decide analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de una administradora de riesgos de salud, en este caso ARS Palic, para validar que tan satisfechos están los clientes, que piensan, cómo perciben la calidad del servicio y sobre todo desarrollar estrategias de mejoras continuas en el servicio.

3. Objetivos de la investigación

3.1 Objetivo General:

Analizar la calidad en el servicio al cliente de una administradora de riesgos de salud.

3.2 Objetivos Específicos:

- Identificar debilidades del proceso de servicio ofrecido.
- Cuantificar posibles causas que dan origen a las debilidades del proceso de servicio ofrecido.
- Proponer posibles soluciones a las debilidades del proceso de servicio ofrecido.

4. Justificación de la investigación.

4.1 Justificación Teórica.

De acuerdo a investigaciones realizadas por la Great Place to Work Institute empresa global de investigación, asesoría y capacitación, ARS Palic es una empresa con una comunicación diáfana y abierta a todos los niveles. Por lo que se entiende que los niveles de servicios deben ser cada vez mejores.

Se hace necesario realizar el análisis del proceso del servicio ofrecido por el a los clientes y/o relacionados, mediante el cual se pueden identificar mejoras a realizar en dicho proceso para tener un servicio con mayor calidad.

Tomando en cuenta que la mejora continua es uno de los mejores caminos a la calidad. *(Pérez, L., 2016)*

4.2 Justificación Metodológica.

- Se realizarán entrevistas a algunos docentes de Gerencia de servicios con Calidad y/o expertos del área.
- Esta investigación será sustentada por encuestas realizarle a la población de afiliados.

4.3 Justificación Práctica.

- Proponer en la medida de lo posible estrategias que permitan mejorar el nivel de calidad del servicio ofrecido por el Departamento Servicios de ARS Palic sucursal Santo Domingo.

- Profundizar los conocimientos que poseemos de Servicio de Calidad.

5. Marco referencial

5.1 Marco teórico

“Se debe tener en cuenta, que cuando un cliente valora la calidad en un servicio, no analiza sus diversos componentes, la juzga como un todo. Lo que prevalece es la impresión del conjunto y no de una acción específica. El cliente suele detenerse en el eslabón más débil de la cadena de calidad y tiende, también, a generalizar los defectos a todo el servicio. Por esta razón, es esencial en toda política de calidad de servicio, alcanzar la mayor homogeneidad entre sus elementos”. **(Horovitz J., 1991)**

“La gestión del proceso implica planear y administrar las actividades necesarias un nivel alto de desempeño en los procesos claves de la organización e identificar oportunidades para mejorar la calidad, el desempeño operativo y, a final de cuentas, la satisfacción del cliente”. **(James R. William M., 2015)**

“La mejora de la calidad es precisa para los dos tipos de calidad: características del producto y ausencia de deficiencias. Para conservar e incrementar los ingresos por ventas, las empresas tienen que desarrollar continuamente nuevas características del producto y nuevos procesos para producir esas características. Las necesidades de los clientes son un objetivo móvil.”**(Juran, J. M., 1990).**

“Identificar sin más las verdaderas características de calidad de un producto no hace posible el diseño de la calidad, el control del proceso, la inspección o la garantía de calidad. Las verdaderas características de calidad también tienen que analizarse sucesivamente y pasarlas a características sustituidas expresadas en el lenguaje específico de la ingeniería por medio del uso de herramientas tales como el diagrama de causa y efecto y la tabla del despliegue de la calidad. Este "análisis de la calidad" hace practicable el diseño, el control del proceso y la garantía de calidad.” (K. ISHIKAWA, 1989).

5. 2 Marco conceptual

Calidad: Calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes, además calidad consiste en no tener deficiencias. (J. M. Juran, 1993)

Empleado: Persona que trabaja para otra o para una institución a cambio de un salario. (R.A.E, 2014)

Clientes: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente. (R. A. E, 2014).

Empresa: es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos. (Idalberto Chiavenato, 1993)

Productividad: Relación entre lo producido y los medios empleados, tales como mano de obra, materiales, energía, etc. (R.A.E, 2014)

Servicio: Según Lamb, Hair y McDaniel, "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los

servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente"

Reclamación: Oposición o contradicción que se hace a algo considerado injusto, o que no se consiente. (R. A. E, 2014)

Riesgo: Son cada una de las contingencias que pueden ser objeto de un contrato de seguro. (R. A. E, 2014)

Salud: Conjunto de las condiciones físicas en que se encuentra un organismo en un momento determinado. (R. A. E, 2014)

Afiliado: Es una persona: Asociada a otras para formar corporación o sociedad. (R. A. E, 2014)

Asegurado: Se refiere una persona Protegida de las consecuencias de un riesgo mediante un seguro. (R. A. E, 2014)

6. Aspectos metodológicos

6.1 Tipo de estudio

La investigación se basa en los cuatro tipos de estudios:

1-) **Descriptivo:** porque será sustentada en encuestas y/o entrevistas para conocer la demografía en las diferentes variables de las cuales está basada la investigación.

2-) **De campo:** Porque la investigación se realizará en el lugar donde ocurren los hechos.

3-) **Cualitativo:** Porque se quiere conocer lo que piensa la gente con respecto al tema en que se basa la investigación.

4-) **Cuantitativo:** Porque se recolectarán datos para luego examinarlos de manera numérica, cuantificable y verificable, con mira a un análisis estadístico para probar la hipótesis.

6.2 Métodos de investigación

René Descartes, filósofo del siglo XVI, que consideraba al método como reglas para llegar a la verdad de modo fácil y sencillo para descartar la falsedad, sin gran esfuerzo intelectual, elaboró un método que debía reunir los siguientes requisitos: Aceptar como evidencia solo lo que fuera evidente a la comprensión (su única verdad era la propia existencia), descomponer el problema en sus elementos constitutivos, realizar la síntesis desde los elementos simples a los complejos, enumerar y revisar los resultados de la investigación.

6.2.1 Observación: En este método utilizado realizamos la observación y la misma identificamos la siguiente problemática, La posible baja calidad en los procesos de adquisición de nuevos clientes y la retención de los mismo en ARS Palic, estableciendo como objetivo, proponer solución al mismo, la implementación de un sistema de gestión de calidad que defina los procesos, los mida, evalúe y proponga mejoras, para así optimizar cada vez más la forma en que se brindan los servicios buscando alcanzar la perfección a través del mejoramiento continuo.

6.2.2 Método Inductivo: Es inductivo porque en la investigación se realizará un análisis de la calidad de los procesos del servicio luego de hacer un estudio de la calidad.

6.2.3 Método Deductivo: Es deductivo porque la investigación va de lo general a lo particular, primero se estudiará la calidad, para luego hacer un análisis a la calidad del proceso o de los procesos del departamento de negocios.

6.3 Técnicas de investigación

Las técnicas a utilizar en la investigación son encuestas y un análisis documental.

6.4 Fuentes

Fuentes: información dada por el gerente del área, libros y folletos encontrados en la biblioteca de la Universidad APEC.

Técnicas: La observación de la investigación será de manera directa, estructurada y colectiva.

- **Directa:** porque nosotros en nuestro papel de investigadores, participaremos en la investigación, obteniendo información de primera mano.
- **Estructurada:** porque como grupo investigativo, se asignarán responsabilidades a cada investigador.
- **Colectiva:** porque todos tendrán participación en la investigación.

- **Encuestas:** en esta parte utilizarán la herramienta cuestionarios, ver anexo del cuerpo.

7. Tabla de contenido del informe final.

Dedicatoria

Agradecimiento

Índice de contenido

Índice de tablas

Resumen Ejecutivo

Introducción

CAPÍTULO I - LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS

- 1.1 Concepto de calidad
- 1.2 Características de servicio
- 1.3 Sistemas de calidad
- 1.4 Objetivos de la calidad.
- 1.5 Principios de la calidad
- 1.6 Requisitos para lograr la calidad
- 1.7 Calidad en el servicio
- 1.8 Parámetros de medición de la calidad

CAPÍTULO II - SITUACIÓN ACTUAL DE LA ADMINISTRADORA DE RIESGOS DE SALUD PALIC

- 2.1 Historia
- 2.2 Filosofía Institucional
 - 2.2.1 Misión
 - 2.2.2 Visión
 - 2.2.3 Valores
 - 2.2.4 Normas Generales

- 2.2.5 Relaciones comerciales basadas en la ética.
- 2.3 Organigrama
- 2.4 Departamento de servicios
- 2.5 Tipos de servicios ofrecidos
- 2.6 Certificaciones obtenidas
- 2.7 Medidas de calidad realizadas

CAPÍTULO III - PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

- 3.1 Aspectos Metodológicos
 - 3.1.1 Diseño de investigación.
 - 3.1.2 Tipo de investigación.
 - 3.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.
 - 3.1.4 Población
 - 3.1.5 Muestra
- 3.2 Presentación de los resultados
 - 3.2.1 Resultados cuantitativos y cualitativos
 - 3.2.2 Presentación de tabla de ponderación frecuencia de resultados.
 - 3.2.3 Presentación de tabla de Porcentaje índice de Satisfacción
 - 3.2.4 FODA
- 3.3 Análisis de los resultados
 - 3.3.1 Análisis individual de las encuestas
 - 3.3.2 El análisis del FODA
 - 3.3.3 El análisis de satisfacción
 - 3.3.4 Análisis de la calidad del servicio ofrecido por el Departamento de Servicios de ARS Palic.

Recomendaciones

Conclusión

Bibliografía

Anexos

8. Bibliografía

- Arrona, F. d. (1987). *Calidad, el Secreto de la Productividad*. México: Técnica S.A.
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. México: McGraw-Hill.
- Española, R. A. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=internet
- Horovitz, J. (1991). La calidad del servicio: a la conquista del cliente. En J. Horovitz, *La calidad del servicio: a la conquista del cliente* (pág. 25). Madrid: Mc. Graw- Hill.
- Ishikawa, K. (1994). *Introducción al control de calidad*. España: Díaz de Santos.
- J.M., J. (1993). *Juran y el liderazgo para la calidad*. España: Diaz de Santos.
- Juran, J. y. (1995). *Análisis y la Planeación de la Calidad*. New York: McGraw Hill.
- Lindsay, J. R. (2009). *Administración y control de calidad*. México: Cengage Learning.
- C., R. J. (06 de julio de 2014). <http://qualitytrends.squalitas.com/>. Obtenido de <http://qualitytrends.squalitas.com/item/108-sistemas-de-gesti%C3%B3n-de-la-calidad-%E2%80%93-un-camino-hacia-la-satisfacci%C3%B3n-del-cliente-%E2%80%93-parte-i.html>

- crecenegocios. (10 de Octubre de 2015). *www.crecenegocios.com*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Peña, J. F. (11 de Septiembre de 2011). *seguridadesocialynegociosdiversos.blogspot.com*. Obtenido de <http://seguridadesocialynegociosdiversos.blogspot.com/2011/09/que-son-las-administradoras-de-riesgos.html>

Anexo 2: Encuesta.

Encuesta realizada a una muestra representativa de los afiliados de ARS Palic.

Esta encuesta es realizada para completar la investigación de trabajo de grado de estudiantes de la universidad APEC, con el objetivo de identificar los niveles de satisfacción de la población de afiliados a la administradora de riesgo de salud Palic, y de esta manera trabajar las oportunidades de mejora arrojadas.

- Indique Sexo.

Masculino

Femenino

- Indique Edad.

18 años - 28 años.

29 años - 39 años.

40 años - 50 años.

Mayor de 51 años

- Indique tipo de plan.

PDSS (Plan de servicios de salud).

Plan Corporativo.

Plan Ejecutivo.

Plan Prestige.

- 1- Las instalaciones físicas de ARS Palic son visualmente atractivas.
- 2- En ARS Palic, el material asociado con el servicio (como los folletos o los comunicados) es visualmente atractivo.
- 3- Los empleados de ARS Palic tienen buena presencia.
- 4- Considera usted que ARS Palic lleva a cabo bien sus servicios.
- 5- Cuando ARS Palic promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.
- 6- Cuando tiene un problema, el personal muestra un interés sincero por solucionarlo.
- 7- Los empleados de ARS Palic le proporcionan un servicio rápido.
- 8- Los empleados de ARS Palic siempre están dispuestos a ayudarlo.
- 9- Los empleados de ARS Palic nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.
- 10- Los empleados de ARS Palic tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.
- 11- Los empleados de ARS Palic suelen ser corteses con usted.
- 12- Los empleados de ARS Palic comprenden sus necesidades específicas.

13-ARS Palic tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.

14-ARS Palic cuenta con unos empleados que le proporcionan una atención personalizada.

Leyenda:

Totalmente de Acuerdo.

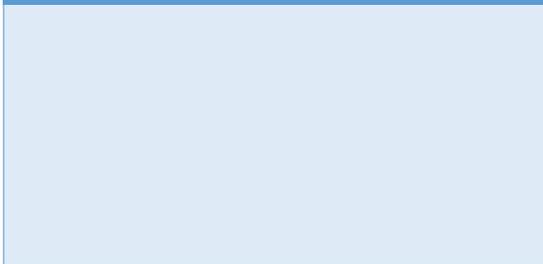
De acuerdo.

Neutro.

En Desacuerdo.

Totalmente en Desacuerdo.

COMENTARIOS ABIERTOS:



THE PLAGIARISM CHECKER

PREMIUM

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
acuerdo a informaciones suministradas por la Gerencia de Servicios,...	✔ OK
empleados de ARS Palic tienen los conocimientos necesarios para c...	✔ OK
Estructurada: porque como grupo investigativo, se asignarán respon...	✔ OK
CARACTERIZACIÓN EMPRESA EN ESTUDIO: ADMINISTRADOR...	✔ OK
Encuesta realizada a una muestra representativa de los afiliados de	✔ OK
Actualmente las organizaciones se preocupan por implementar proc...	✔ OK
Resultados cuantitativos y cualitativos PAGeref_Toc457570165 \h...	✔ OK
Admirada, confiable y mejor Administradora de autorizaciones médic...	✔ OK
Asegurado: Se refiere una persona Protegida de las consecuencias	✔ OK
Estas encuestas son realizadas cada año con una encuestadora dife...	✔ OK
Descriptivo: porque será sustentada en encuestas y/o entrevistas pa...	✔ OK
Además de las medidas mencionadas existen los buzones de sugere...	✔ OK
hermanos Crismely y José David Bidó por el apoyo incondicional	✔ OK
instalaciones físicas de ARS Palic son visualmente atractivas	✔ OK
Algunas tiendas departamentales, por ejemplo, tienen la reputación ...	✔ OK
Directa: porque nosotros en nuestro papel de investigadores, particip...	✔ OK
hermano José David por tenerme paciencia, por orientarme y acons...	✔ OK
investigación se pretende satisfacer la necesidad de la administrador...	✔ OK
siguiente monografía desarrollaremos un Análisis de la calidad del s...	✔ OK
Considerando la relevancia que posee el cliente para toda organizac...	✔ OK

Results: No plagiarism suspected

Word count: 4095

[Go Back](#)