

**DISEÑO DEL MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA ESCUELA DE
ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE EN LA CIUDAD DE CALI
PARA EL AÑO 2020**

JHON JAIRO COMETA BELALCAZAR

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE NORTE DEL CAUCA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MARZO 11 DE 2020

**DISEÑO DEL MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA ESCUELA DE
ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE EN LA CIUDAD DE CALI
PARA EL AÑO 2020**

JHON JAIRO COMETA BELALCAZAR

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TITULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**ASESORA: IVANA GONZALEZ RODRIGUEZ, PREGRADO-
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS- U.SANTIAGO DE CALI, POSGRADO-
ESPECIALIZACION PARA EL DESARROLLO DEL APRENDIZAJE- UNAD,
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE ORGANIZACIONES- UNAD**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE NORTE DEL CAUCA
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

MARZO 11 DE 2020

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	14
CAPITULO 1. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	15
1.1 ANTECEDENTES	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	20
1.3.1 PREGUNTAS ORIENTADORAS	20
1.4 OBJETIVOS	21
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	21
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
1.5 JUSTIFICACIÓN	22
1.6 MARCO DE REFERENCIA	24
1.6.1 Marco Teórico	24
1.6.2 Estado del Arte	43
1.6.3 Marco Conceptual	46
1.6.4 Marco Legal	48
1.7 METODOLOGÍA	55
1.7.1 Enfoque y método de la investigación	55
1.7.2 Población que conformar La Escuela de Odontología de Univalle	56
1.7.3 Estadística de pacientes atendidos en La Escuela de Odontología de Univalle	57
1.7.4 Muestreo aleatorio	57

1.8 MARCO GEOGRAFICO	59
1.8.1 Proyecciones de población y densidad de Cali	59
1.8.2 Distribución de las comunas de Cali	60
1.8.3 Datos de la población de Cali	60
1.8.4 Datos estadísticos de población por rangos de edad de la ciudad de Santiago de Cali	61
1.8.5 Clasificación de población por estratos de la ciudad de Santiago de Cali	62
1.8.6 Situación actual de La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle	62
CAPITULO 2. ANALISIS EXTERNO E INTERNO	64
2.1 ANALISIS EXTERNO	64
2.1.1 Modelo PESTEL	64
2.1.2 Entorno político	65
2.1.3 Entorno económico	67
2.1.4 Entorno social	76
2.1.5 Entorno tecnológico	78
2.1.6 Entorno ambiental	80
2.1.7 Entorno legal	81
2.2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR ODONTOLÓGICO	89
2.7 ANÁLISIS INTERNO	90
2.7.1 ORGANIGRAMA	90
Grafica N°11. Organigrama Escuela de Odontología Univalle	90
2.7.2 ÁREAS DE LA ESCUELA DE ODONTOLÓGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE	91
2.7.3 INGRESOS AÑO 2018 MES A MES DE LA ESCUELA DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE	110

2.7.4 DIAGRAMA DE PROCESOS DE LA ESCUELA DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE	111
2.7.5 ANALISIS COMPARATIVO ENTRE LOS PRECIOS EN LOS TRATAMIENTOS ODONTOLÓGICOS QUE OFRECEN LA UNIVERSIDAD DEL VALLE, COLEGIO ODONTOLÓGICO Y LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI	112
2.7.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS EN LOS TRATAMIENTOS ODONTOLÓGICOS DE LAS 3 ORGANIZACIONES	113
CAPITULO 3. TABULACION ENCUESTAS, MATRICES, ESTRATEGIAS Y MODELO SUGERIDO PARA LA ESCUELA DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE	114
3.1 CLIENTE EXTERNO	114
3.2 CLIENTE INTERNO	134
3.3 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS – MEFE	155
3.4 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (BENCHMARKING)	160
3.5 MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS – MEFI	161
3.6 MATRIZ DOFA	167
3.7 ESTRATEGIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA ESCUELA DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE APLICANDO LOS PRINCIPIOS DEL MÉTODO KAIZEN	170
3.8 PRESUPUESTO TOTAL E IMPORTANCIA DE LOS PRINCIPIOS DEL MÉTODO KAIZEN	194
3.9 MODELO DE ATENCION AL CLIENTE SUGERIDO	198
4. CONCLUSIONES	199
5. RECOMENDACIONES	201

6.	BIBLIOGRAFÍA	203
7.	CIBERGRAFIA	206
8.	ANEXOS	207
	Formatos de encuesta	207

LISTA DE TABLAS

Tabla N°1. Número de pacientes atendidos del año 2009 a 2017	18
Tabla N°2. Requisitos que deben cumplir los estudiantes	19
Tabla N°3. Población que conforma la Escuela	56
Tabla N°4. Estadística de pacientes atendidos en la escuela	57
Tabla N°5. Numero de encuestas a aplicar por especialidad	58
Tabla N°6. Población de la ciudad de Cali	60
Tabla N°7. Población por rangos de edad de la ciudad de Cali	61
Tabla N°8. Indicadores económicos	68
Tabla N°9. Inflación nacional y de la ciudad de Cali	72
Tabla N°10.Elementos más utilizados en Odontología	79
Tabla N°11. Área de Atención al cliente	91
Tabla N°12.Área de Archivo clínico	92
Tabla N°13 Área de. Caja	94
Tabla N°14. Área Financiera	95
Tabla N°15. Área Secretaria académica posgrado y pregrado	97
Tabla N°16. Área Coordinación de clínicas	98
Tabla N°17. Área Central clínicas	100
Tabla N°18. Área Radiología	102
Tabla N°19. Área de Investigación	103
Tabla N°20. Área Despacho de material	106
Tabla N°21. Área Servicios generales	107
Tabla N°22.ÁreaDirección de la Escuela	108
Tabla N°23. Ingresos mes a mes año 2018 de la Escuela de Odontología de Univalle	110
Tabla N°24. Análisis Comparativo-Univalle	112
Tabla N°25. Análisis Comparativo-Colegio Odontológico	112
Tabla N°26. Análisis Comparativo-Universidad Santiago De Cali	112

Tabla N°27. Ventajas y desventajas en los tratamientos Odontológicos de las 3 organizaciones	113
Tabla N°28. Matriz de evaluación de factores externos-oportunidades	155
Tabla N°29. Matriz de evaluación de factores externos-Amenazas	157
Tabla N°30. Matriz de perfil competitivo	160
Tabla N°31. Matriz de evaluación de factores internos-Fortalezas	¡Error!
Marcador no definido.	
Tabla N°32. Matriz de evaluación de factores internos-Debilidades	164
Tabla N°33. Matriz DOFA Escuela de Odontología Univalle	167
Tabla N°34. Primer principio KAIZEN	170
Tabla N°35. Segundo principio KAIZEN	173
Tabla N°36. Tercer principio KAIZEN	177
Tabla N°37. Cuarto principio KAIZEN	182
Tabla N°38. Quinto principio KAIZEN	184
Tabla N°39. Sexto principio KAIZEN	186
Tabla N°40. Séptimo principio KAIZEN	187
Tabla N°41. Octavo principio KAIZEN	189
Tabla N°42. Noveno principio KAIZEN	191
Tabla N°43. Decimo principio KAIZEN	193
Tabla N°44. Presupuesto total e importancia de los principios del método KAIZEN	194

LISTA DE GRAFICAS

Grafica N°1. Logo escuela odontología universidad del valle	24
Grafica N°2 Muestreo aleatorio	57
Grafica N°3 Proyecciones de población y densidad de Cali	59
Grafica N°4. Distribución por comunas de Cali	60
Grafica N°5. Clasificación por estratos de la ciudad de Cali	62
Grafica N°6. Ubicación Escuela de Odontología Univalle	63
Grafica N°7. Ubicación por comuna Escuela de Odontología Univalle	64
Grafica N°8. Producto interno bruto	70
Grafica N°9. Tasa de desempleo	72
Grafica N°10. Comportamiento del IPC	75
Grafica N°12. Diagrama de procesos de la Escuela de Odontología de Univalle	111
Grafica N°13. Es paciente o acudiente	114
Grafica N°14. Área de atención a la que pertenecen los pacientes	115
Grafica N°15. Genero de los participantes	115
Grafica N°16. Presenta alguna discapacidad física	116
Grafica N°17. Edad de los encuestados	117
Grafica N°18. Claridad en la información	118
Grafica N°19. Claridad en los pasos sobre el servicio	119
Grafica N°20. Orientación	119
Grafica N°21. Amabilidad del personal al momento de atender al usuario	120
Grafica N°22. Tiempo de espera de los usuarios para obtener el servicio	121
Grafica N°23. Presentación de los funcionarios	121
Grafica N°24. Acceso a la Escuela	122
Grafica N°25. Mantenimiento e imagen de las instalaciones de la Escuela	123
Grafica N°26. Seguridad de las instalaciones	123

Grafica N°27. Comodidad de las instalaciones	124
Grafica N°28. Aseo general	125
Grafica N°29. Dotación baños	125
Grafica N°30. Señalización de la Escuela	126
Grafica N°31. Parqueaderos	127
Grafica N°32. Asignación de citas	127
Grafica N°33. Prestación del servicio sin retraso	128
Grafica N°34. Atención por parte del odontólogo	129
Grafica N°35. Información sobre el cuidado bucodental	129
Grafica N°36. Como reciben los usuarios la Información sobre la parte económica	130
Grafica N°37. Consideración de los precios por parte de los usuarios	131
Grafica N°38. Supervisión del docente	131
Grafica N°39. Calificación del servicio por parte de los usuarios	132
Grafica N°40. Como se enteraron los usuarios de los servicios	132
Grafica N°41. Recomendación de parte de los usuarios	133
Grafica N°42. Genero de los participantes	134
Grafica N°43. Edad de los encuestados	135
Grafica N°44. Área a la que pertenecen los encuestados	135
Grafica N°45. Iluminación del lugar de trabajo	136
Grafica N°46. Ventilación del lugar de trabajo	137
Grafica N°47. Temperatura del lugar de trabajo	137
Grafica N°48. Orden del lugar de trabajo	138
Grafica N°49. Lugar de trabajo en general	138
Grafica N°50. Baños tanto administrativos como públicos	139
Grafica N°51. Salas de espera de los 3 pisos	139
Grafica N°53. Oficinas de los 3 pisos	140
Grafica N°54. Clínicas de los 3 pisos	141
Grafica N°55. Parqueaderos Escuela	141
Grafica N°56. Bibliotecas	142

Grafica N°57. Laboratorios	142
Grafica N°58. Comedor	143
Grafica N°59. Aulas de clase	144
Grafica N°60. Aseo de los espacios	144
Grafica N°61. Relación con los compañeros	145
Grafica N°62. Salario	145
Grafica N°63. Software	146
Grafica N°64. Satisfacción laboral	147
Grafica N°65. Definición de actividades	147
Grafica N°66. Funciones y responsabilidades	148
Grafica N°67. Conocimiento de los objetivos de la Escuela	149
Grafica N°68. Conocimientos objetivos del área	149
Grafica N°69. Reconocimiento del trabajo	150
Grafica N°70. Conocimientos y habilidades para desempeñar el trabajo	151
Grafica N°71. Colaboración entre compañeros	151
Grafica N°72. Mejoras continuas en el área	152
Grafica N°73. Oportunidades de cualificación	153
Grafica N°74. Capacitaciones y actualizaciones para la mejora del desempeño	154
Grafica N°75. Modelo de atención al cliente sugerido	198

RESUMEN

La administración de empresas tiene dentro de sus tareas el análisis constante de las necesidades de los usuarios, ya que de estos depende gran parte de la actividad empresarial. La escuela de Odontología hace parte de la universidad del valle en Cali, la cual es una de las principales instituciones de educación superior en el sur occidente colombiano, de los pilares y objetivos que esta posee es la transformación social la cual impactara en los procesos de formación de talento humano, como es el caso de los estudiantes que son quienes realizan su práctica estudiantil basada en el cuidado bucodental de quienes hacen parte de la sociedad. Son muchos los cambios que se presentan a través del tiempo en una organización y más cuando se habla del servicio, el cual tiene en cuenta las expectativas y necesidades de los clientes, La escuela de Odontología presenta la necesidad de diseñar un modelo de atención al usuario, ya que el trabajo que se ha realizado hasta el momento ha sido de manera empírica, lo cual aunque ha funcionado y los usuarios presentan satisfacción por el servicio, dieron a entender por medio de las encuestas realizadas que son muchos los aspectos a mejorar para lograr un servicio excelente y de calidad. El modelo que se diseñó para dar respuesta a la problemática está basado en la filosofía Kaizen que se encamina hacia la mejora continua teniendo en cuenta dos actores principales que participan en el servicio como son: los usuarios y los colaboradores. Además se realiza un análisis de los factores externos e internos que influyen en la satisfacción total del cliente y el servicio en general.

Palabras clave: Modelo de atención al cliente, Mejora continua, Salud bucodental, Benchmarking, Odontología, Universidad, Satisfacción total del cliente, Servicio.

ABSTRACT

Business management has within its tasks, the constant analysis of user needs, given that great part of business activity depends on them. The school of Dentistry is part of the Universidad Del Valle in Cali, which is one of the main institutions for higher education in the Colombian southwest. One of the pillars and objectives that they possess is the social transformation which will impact the formation talent of human talent. This is the case of the students who carry out their professional practices based on the bucodental care of those who are part of the society. There are many changes that are present throughout time in an organization, especially when we are talking about a service that had expectations and needs from the users. The school of Dentistry had the need to create a model for user support because the work that had been done up to this point has been purely empirical. Although the current model has worked and users demonstrate satisfaction for the service, recent surveys show that there many aspects can improve to achieve an excellent service with quality. The model that was designed as an answer to this problematic is based on the Kaizen philosophy, which is directed to a continued improvement taking into account two principal actors that participate in the service that are: the users and the collaborators. In addition, an analysis of external and internal risk factors will be done, which influence the total satisfaction of the client and the service in general.

Key words: User support model, Continued improvement, Bucodental health, Benchmarking, Dentistry, University, Total user satisfaction, Service.

INTRODUCCIÓN

Para las organizaciones es preciso estar a la vanguardia con respecto a las exigencias que tienen los clientes, para lograr esto son muchos los elementos que se deben tener en cuenta, no es suficiente prestar un servicio, el sistema de atención debe estar engranado en todos los componentes que conforman la organización para lograr los objetivos que se trazan desde un comienzo, además se debe tener la capacidad de evaluar tanto a los clientes internos como externos, ya que entre estos debe haber beneficios recíprocos que permitan satisfacer percepciones y expectativas.

La atención al cliente actualmente se ha convertido en el punto de éxito de muchas organizaciones, ya que un cliente satisfecho trae como consecuencia no solo lograr una venta si no una recompra, es decir reproducir su experiencia positiva con los productos o servicios de la organización hacia nuevos clientes.

La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle, en busca de la mejora continua ha ido actualizando sus procesos, producto del crecimiento en la oferta de procedimientos odontológicos y por supuesto para dar respuesta a los clientes. Implementa un modelo de atención al cliente empírico, el cual se ha buscado mejorar a través del tiempo, teniendo en cuenta estos aspectos se pone en práctica lo aprendido en la carrera y lo que recoge la administración con respecto a la atención al cliente y un servicio integral, para lograr una investigación con resultados satisfactorios se lleva a cabo el apoyo en teorías orientadas al cliente, a la calidad del servicio y por supuesto a la mejora continua, se utilizará un modelo que recoja todos los elementos que componen la satisfacción tanto del cliente interno como externo es decir; cumplir con sus requerimientos a cabalidad y llevar la organización al punto más alto.

CAPITULO 1. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES

En la Escuela de Odontología se realizó un estudio en el año 2013, el cual hace parte de una tesis de maestría que se basó en la percepción que tiene el usuario de los servicios clínicos que ofrece la escuela de odontología, dicha investigación conto con el modelo SERVQUAL como herramienta de evaluación, esta investigación arrojó elementos que requerían atención, entre estos se encuentran: el deterioro de la infraestructura, reconocimiento académico, empatía entre estudiantes-pacientes, pero el que más resalto dentro de la investigación fue la poca respuesta en la atención odontológica requerida por los usuarios, para contrarrestar estos problemas y potencializar las fortalezas, se recomendó por parte de quien realizo la investigación, hacer seguimiento continuo a la percepción que tiene el cliente con respecto al servicio prestado, además tener en cuenta que mecanismos se implementarían para satisfacer las necesidades y expectativas del usuario, ya que han pasado 5 años desde la propuesta y su implementación, es necesario actualizarse para mejorar la calidad en el servicio de la Escuela teniendo en cuenta que los usuarios cada día presentan nuevas exigencias y más cuando se trata de su cuidado buco dental que tiene que ver como una necesidad primaria como la salud, la Escuela ha desarrollado iniciativas para irse actualizando de manera que pueda satisfacer lo que el usuario requiere, pero aún falta prestar más atención en los procesos que tienen que ver con el servicio y el usuario, ya que en ocasiones este presenta patrones de conducta que si no se manejan de manera adecuada comprometen a la Escuela y a los estudiantes, por tal motivo se deben desarrollar procesos desde la parte administrativa que puedan maximizar la calidad del servicio y llevar a la Escuela de Odontología al punto más alto con respecto a su competencia que son el Colegio odontológico y la Universidad Santiago de Cali.

Se han identificado múltiples problemas en el área de atención al usuario que es parte importante para la Escuela de Odontología, este es el contacto inicial de todos los usuarios y a partir de esta nace el interés o desinterés de parte del usuario en el recibimiento del mismo, además se busca romper el paradigma de que los servicios de salud que tienen relación con el estado son de mala calidad y no se piensa en el usuario como parte importante de la organización, del mismo modo la persona que está vinculada en esta área da a entender que requiere capacitación para desarrollar mejor su labor, pero no se han realizado estrategias de planeación desde la lógica administrativa o el diseño de un modelo que permita desarrollar sus habilidades en el área y cumplir con el estándar que el usuario requiere en el servicio.

El enfoque actual e innovador en el área administrativa se ha centrado en el talento humano, es un tema que ha tenido predominio y es una de las razones por las cuales se plantea este trabajo de grado, ya que desarrollarlo en un área afín con este tema permitirá poner en práctica cada una de las herramientas adquiridas a lo largo de estos 10 semestres y la experiencia laboral adquirida hasta el momento en la parte administrativa. Para el segundo semestre del año 2015 el ingreso a la escuela de odontología permitió poner en práctica lo aprendido en la carrera en diferentes aspectos, uno de ellos desde la parte del archivo de historias clínicas que de una u otra manera tiene que ver con el direccionamiento de pacientes. En el año 2017 acercándose la materia de metodología y trabajo de grado La Escuela de Odontología se convirtió en una gran opción para el desarrollo de estas, ya que siempre han estado abiertos a las oportunidades que se quieran brindar para mejorar procesos y servicios que se ofertan.

Para el primer semestre del año 2018 al abordar a la directora de la escuela respecto al tema de trabajo de grado ya de manera más formal, esta no dudo en abrir las puertas de la Escuela para el diseño del modelo de atención al cliente que es donde se identifican problemas marcados y que necesitan de un modelo para captar nuevos usuarios y fidelizar a los que ya están vinculados, además mejorar los procesos que llevan a cabo los estudiantes para su desarrollo académico, ya que los usuarios y estudiantes son el corazón de la Escuela y se prima por que estos tengan una percepción positiva de los servicios prestados y lo que esta representa a nivel nacional y regional en aspectos como la salud y educación de calidad.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La escuela de Odontología de la Universidad del Valle siendo un espacio para el encuentro entre estudiantes y usuarios que reciben un beneficio mutuo, ha tenido una disminución en los usuarios que acuden a la clínica de odontología general y a las diferentes especialidades, esto se puede evidenciar en la tabla n°1 la cual contiene las áreas de atención con las que cuenta la Escuela y la cantidad de usuarios atendidos a partir del año 2009 hasta el 2017, hay algo notable dentro de los números que esta presenta, ya que si se observa detenidamente se puede identificar que a partir del año 2015 nace un nuevo posgrado (endodoncia) el cual logra contrarrestar un poco esa disminución en la demanda, sin embargo se muestra como las otras áreas de atención han tenido una disminución notable a través del tiempo, lo cual puede convertirse en un problema muy grave en unos años, ya que cada día las exigencias de los usuarios son mayores y las herramientas para poder abarcarlas deben ser lo suficientemente buenas y constantes para obtener un buen resultado. Esta

disminución pasó de 41.428 usuarios en el año 2009 a 20.773 en el año 2017, que representa una disminución del 50%. Esto trae como consecuencia una dificultad significativa en un entrenamiento adecuado para los estudiantes. Los requisitos para que un estudiante apruebe las asignaturas clínicas son de atender como mínimo 70 pacientes. Por lo tanto si disminuye el número de pacientes, los estudiantes que son alrededor de 400 no tendrán personas para realizar su práctica estudiantil y por ende la escuela perdería parte de sus ingresos.

Tabla N°1. Número de pacientes atendidos del año 2009 a 2017

NUMERO DE PACIENTES-AÑO ATENDIDOS EN LA ESCUELA DE ODONTOLOGIA DE UNIVALLE										
AREA DE ATENCIÓN	PACIENTES	AÑOS								
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
INTEGRAL ADULTO	NUEVOS	714	457	469	476	531	456	432	541	390
	TRATAMIENTO	17691	10550	10807	9379	11005	8170	8282	8673	7493
INTEGRAL NIÑO	NUEVOS	381	264	250	207	223	247	162	224	217
	TRATAMIENTO	4989	3096	3443	2143	2617	2164	1573	1740	1860
POS. ENDODONCIA	NUEVOS	0	0	0	0	0	0	9	85	156
	TRATAMIENTO	0	0	0	0	0	0	174	1022	1382
POS. ODONTOPE	NUEVOS	17	106	159	61	118	33	43	25	156
	TRATAMIENTO	8	1334	2531	1866	1631	946	782	673	845
POS. ORTODONCIA	NUEVOS	126	114	62	68	31	46	8	46	91
	TRATAMIENTO	3516	3113	2686	3547	2699	2243	760	1650	2108
POS. PERIODONCIA	NUEVOS	48	241	254	257	7	152	115	196	182
	TRATAMIENTO	1814	2728	2620	2975	90	2240	1218	1553	1730
POS. REHABILITACIÓN	NUEVOS	33	48	30	74	36	50	20	38	48
	TRATAMIENTO	1335	2165	2028	2187	2128	1817	1682	1230	1530
SALUD ORAL	NUEVOS	612	471	484	325	418	307	234	31	313
	TRATAMIENTO	3495	1705	1542	861	1132	958	496	150	822
ASISTENCIAL	NUEVOS	61	47	82	66	61	62	45	41	122
	TRATAMIENTO	6588	3059	3544	3650	2255	3080	1599	1635	1328
TOTAL PACIENTES ATENDIDOS X AÑO		41.428	29.498	30.991	28.142	24.982	22.971	17.634	19.553	20.773

Fuente: Elaboración propia

TABLA DE REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR EL ESTUDIANTE PARA APROBAR LAS CLINICAS

Tabla N°2. Requisitos que deben cumplir los estudiantes

ASIGNATURA	NUMERO DE PACIENTES EN EL SEMESTRE/REQUISITOS	TOTAL
Cirugia I	15	15
Cirugia II	30	30
Clinicas niño	2	2
Clinica Endodoncia I	4	4
Clinica Endodoncia II	3	3
Clinica Endodoncia III	3	3
Clinica Integral del adulto I	2	2
Clinica Integral del adulto II	2	2
Clinica Integral del adulto III	2	2
	1 (protesis total)	
	2 (protesis removibles	
Clinicas integral del adulto IV-V	1 (protesis fija)	7
	2 (coronas)	
	1 (medio caso de protesis total)	
Total pacientes por estudiante		70

Fuente: Elaboración propia

Si se compara esta cifra con el promedio de los años 2009-2017 que es de 26.219 se puede deducir que existe una disminución importante de pacientes para las prácticas de los estudiantes del programa de odontología, lo cual se ve reflejado en la atención de un paciente en grupos de dos, reduciéndose las oportunidades de práctica por estudiante y en algunos casos el atraso en el cumplimiento de la malla curricular lo que puede convertirse en una causa de deserción estudiantil, además el hecho de que el paciente se ha convertido en un simple requisito para los estudiantes y no hay una trascendencia en los tratamientos del paciente, es decir este queda en algunos casos a la deriva. Para lograr cubrir este déficit se requiere implementar unos principios mediante un modelo de atención al cliente que permita desarrollar herramientas para incrementar la satisfacción del usuario, ya que el buen desarrollo de los procesos en la escuela beneficia tanto a los estudiantes y los usuarios es decir hay reciprocidad.

Para este caso el objeto de estudio, será la atención al cliente que presta la Escuela de Odontología que pertenece a la Universidad del Valle, ya que este es parte fundamental de la organización, por lo tanto la Escuela debe estar relacionada con la misión de la Universidad del Valle, la cual atendiendo a su carácter de universidad estatal, autónoma y con vocación de servicio social, debe tener procesos de calidad. Esto se pretende para hacerla más conocida y competitiva en el mercado de los servicios de prácticas clínicas odontológicas y que la demanda aumente hasta los toques mínimos permitidos y que a su vez las exigencias de los usuarios sean satisfechas en los niveles más altos.

1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo diseñar un modelo de servicio al Cliente aplicando el método Kaizen en La escuela de odontología de la Universidad del Valle ubicada en la ciudad de Cali para el año 2020?

1.3.1 PREGUNTAS ORIENTADORAS

- ¿De qué manera analizar el micro y macro entorno de La Escuela de Odontología de La Universidad Del Valle?
- ¿Cuáles son las estrategias basadas en los principios del método Kaizen que permitirán mejorar la atención al cliente en La escuela de odontología de la Universidad del Valle?
- ¿Cómo se pueden construir indicadores de seguimiento y gestión para el modelo de atención al cliente de La escuela de odontología de la Universidad del Valle?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de servicio al cliente aplicando el método Kaizen en La Escuela de Odontología de La Universidad del Valle, ubicada en la ciudad de Cali para el año 2020.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el micro y macro entorno de La Escuela de Odontología de La Universidad del Valle.
- Desarrollar estrategias que estén basadas en el método Kaizen que permitan mejorar la atención al cliente en La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle.
- Construir indicadores de seguimiento y gestión que permitan la implementación de un modelo de atención al cliente basado en los principios Kaizen en La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle.

1.5 JUSTIFICACIÓN

La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle de acuerdo al código de ética verifica los requisitos de atención y esto ayuda a que los estudiantes puedan realizar atención en el área clínica, (la ley 35 de 1989 establece las normas sobre ética del odontólogo colombiano) esta oferta programas académicos entre los cuales están los de pregrado y posgrado, para ingresar a uno de estos programas se presentan los documentos correspondientes verificando que se cumplan los requisitos dispuestos, de las cosas que se identifican en la organización es que gracias al aprendizaje de los estudiantes cuando ya están en un semestre avanzado en el caso de los pregrados tienen clínicas como: integral del adulto, niño, cirugía, en estas pueden prestar el servicio a personas externas que lo requieran y con esto los estudiantes se ven beneficiados ya que pueden cumplir sus requisitos académicos.

La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle ofrece posgrados como: Periodoncia, endodoncia, rehabilitación oral y odontopediatria, los procedimientos que se realizan en estos son de más cuidado, por este motivo los usuarios esperan que un estudiante de posgrado tenga mayor conocimiento sobre el cuidado bucodental, lo cual genera en el usuario mayor confianza al momento de hacer uso de los servicios que ofrecen estos programas, sin embargo por tratarse de escenarios de practica este espera que se mantengan tarifas asequibles y a su vez el estudiante logre cumplir sus requisitos académicos. Este aspecto es de gran importancia para la presente investigación, ya que se busca generar estrategias que permitan mejorar la percepción que tienen los usuarios acerca de los servicios que ofrece La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle. Larson (2002) plantea. “La atención al cliente es un modo de vida que obliga a situar al cliente siempre en primer lugar. Se caracteriza por una obsesión por lograr satisfacción del cliente

en cada ocasión. Es una obsesión positiva compartida por cada uno de los empleados de la empresa” (p.3). Desde su fundación en el año 1963 como servicio odontológico ha brindado variedad en sus procedimientos y programas, los cuales han estado dentro de los estándares de calidad, sin embargo los desafíos que se presentan actualmente en el área de atención al usuario son mayores esto se le podría atribuir a elementos como el marketing y a estrategias orientadas a la satisfacción total del cliente.

Además se identifica que el servicio odontológico no depende solo de los empleados que hacen parte de la Escuela sino también del acompañamiento que hacen los estudiantes, que en algún momento puede generar un beneficio o una dificultad para el usuario, debido a que el estudiante al cumplir su requisito se gradúa y el usuario debe pasar a otro estudiante, lo que en ocasiones genera molestia, ya que no logran establecer una afinidad con la nueva persona y el usuario siente que es un simple requisito para el estudiante.

También se presentan en esta investigación elementos que permiten evidenciar aspectos de carácter social que están arraigados a los servicios que presta la escuela, ya que algunos usuarios tienen una noción de que los servicios al ser prestados por parte de una institución pública, son de mala calidad, por lo cual la organización debe intervenir para romper este paradigma, hasta el momento se ha trabajado demostrando lo contrario, pero se logra percibir que se necesitan estrategias que refuercen los servicios y a quien los presta, para que de esta manera el usuario quede satisfecho e incentivar el concepto de que no solo se trata de prestar un servicio, sino de contribuir de manera positiva a la sociedad con el cuidado bucodental de los usuarios, lo cual les da más confianza y autoestima para enfrentar su día a día, ”en la actualidad las organizaciones amplían su visión y su actuación estratégica. Cualquier

proceso productivo solo es posible con la participación conjunta de diversos grupos de interés y cada uno de ellos aporta algún recurso. Los proveedores aportan materias primas, insumos básicos, servicios y tecnologías. Los accionistas e inversionistas aportan capital e inversiones que permiten la adquisición de recursos. Los empleados aportan sus conocimientos capacidades y habilidades de igual forma, contribuyen con las decisiones y acciones que imprimen dinamismo a la organización. Los clientes y los consumidores contribuyen con la organización cuando adquieren bienes y servicios que coloca en el mercado.” (Chiavenato, 2008, p. 8).

Grafica N°1. Logo escuela odontología universidad del valle



Fuente: Escuela De Odontología Univalle

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Marco Teórico

La administración y la atención al cliente

Jones, George (2006), argumentan que a finales de la década de los 1990 de la mano de la tecnología y su auge se empezó a mejorar el compromiso con los clientes, de las primeras organizaciones que se vincularon a este proceso fueron los supermercados enfocados en mejorar la experiencia de los clientes a al momento de comprar y que esta fuese más agradable, siguiendo este orden la administración de la cadena de valor fue otro aspecto que empezó a predominar en las organizaciones enfocándose en el cliente y en su satisfacción, transformando bienes y servicios para su consumo.

Robbins (2017) , el mundo sigue siendo una aldea global, es decir un lugar sin fronteras donde tanto bienes y servicios se pueden encontrar en todas partes y los clientes son más exigentes, es decir no hay un límite para esto, además la manera en que los gerentes hacen negocios está cambiando, estos necesitan adaptarse a su entorno transformado y mejorar la comprensión con respecto a elementos como la cultura, los sistemas y las técnicas que de hecho ya son muy cambiantes, siendo esto parte fundamental de la administración y del manejo de los tipos de clientes.

De donde nace la palabra cliente

Barquero (2007), hace énfasis en que la palabra cliente proviene del griego y hace referencia a la persona que depende de, es decir que los clientes son quienes esperan obtener un producto o servicio de parte de la organización, además el termino cliente se relaciona con el significado de la palabra relaciones publicas ya que el objetivo de esta son las relaciones con los públicos, entendiendo públicos como los tipos de clientes con los que tiene relación la organización.

Serna (2006), define al cliente como parte importante de las estrategias de la organización y por ende esta debe velar por que sus necesidades y expectativas les sean satisfechas, buscando asegurar la lealtad y permanencia.

Servicio al cliente

El cliente es, pues, el punto de partida de una estrategia de servicios. El objetivo de una buena estrategia de servicio debe consistir en mantener a los actuales clientes y a atraer a los clientes potenciales, por esto es fundamental conocer y seguir de cerca sus necesidades. (Horovitz, 1997, p.28)

Muchas organizaciones olvidan la importancia del cliente y lo que este representa, sería muy complicado ver una empresa sin clientes por esto se debe tener un enfoque hacia el cliente y hacia el cumplimiento de sus expectativas y necesidades, de esta manera la empresa podrá mantenerse en el corto, mediano y largo plazo.

Tipos de clientes

Internos

Barquero (2007), define estos clientes como las personas que desarrollan el servicio y por ende que su esfuerzo sea reconocido, obteniendo formación y herramientas para desenvolverse de una manera más eficiente en su trabajo.

Externos

Barquero (2007), los define como los que se encargan de los canales de distribución, el mercado de referencia o influencia, teniendo en cuenta la

influencia que ejercen cada uno de estos en la toma de decisiones y cómo influyen en el cliente final.

Finales

Barquero (2007), define este tipo de cliente como el que espera tener una satisfacción con respecto al servicio o producto que se le está ofertando, en pocas palabras es el que compra.

Según Horovitz (2000), los 7 secretos del Servicio al Cliente son los siguientes:

Conocer a los Clientes

Cuando se lleva al mercado un producto o servicio se debe identificar cual es el público al que se apunta, ya que el definir claramente este permitirá aumentar las posibilidades de éxito, además cumplir con las necesidades y expectativas del cliente.

Crear Valor para los Clientes

El cliente siempre busca que sus necesidades sean satisfechas en gran medida por esto se debe pensar en crear y mantener relaciones redituables entregando valor y satisfacción superior.

Medidas para mejorar las prestaciones

Actualmente se piensa en la plena satisfacción del cliente y su fidelización, dicho esto en la organización cada persona concentra su esfuerzo en la tarea que le ha sido asignada, desarrollándola de la mejor manera lo que hace que se eleve la calidad en el servicio y en su labor.

Gestionar en provecho propio las quejas de los clientes

Se debe hacer un aprovechamiento de las quejas viéndolas como oportunidades para afianzar la relación con los clientes, de esta manera él se sentirá escuchado, atendido y parte valiosa de la organización.

Fidelizar a los Clientes

Consiste en que el consumidor se convierta en un cliente fiel al producto o servicio que ofrece la organización, es decir que este se convierta en un usuario asiduo o frecuente.

Interacción de los empleados con los clientes

Las emociones son importantes si se tiene en cuenta la interacción entre el cliente y los empleados, estas deben ser tomadas en cuenta siempre ya que de ellas depende la construcción o destrucción de un producto o la marca, aunque el terreno de las emociones es difícil de controlar los empleados actualmente

deben de estar en la capacidad de responder a las emociones del cliente y hacerlo de manera satisfactoria logrando fidelización.

Gestión del Servicio al Cliente

Entre las ventas y el cliente se encuentra la gestión del servicio en la cadena de suministro, se tiene esto como objetivo para concentrar la mayor parte de las fuerzas en optimizar la cadena de suministro y a su vez lograr un alto rendimiento en el servicio que es incluso más complejo que cuando se centran solo en el producto. Entre los fabricantes tradicionales, los servicios postventa (mantenimiento, reparación y sustitución de piezas) suponen menos del 20% de los ingresos. Pero entre las compañías de servicios más innovadoras, estas mismas actividades suponen alrededor del 50% de los beneficios.

El servicio

Según Horovitz (1991), los servicios a diferencia de los productos son poco o nada materiales, se pueden entender a partir de las experiencias vividas, en muchos casos al cliente le es difícil expresar la satisfacción con respecto a un servicio hasta que lo consume, cuando se habla de servicio de los servicios se puede entender desde dos perspectivas la prestación que busca el cliente y la experiencia que tiene cuando obtiene el servicio.

La comunicación del servicio

Horovitz (1991), reafirma la importancia que tiene la comunicación en cuanto al éxito de una estrategia de servicio, teniendo en cuenta que esta compromete tanto a los clientes (logro de lealtad) y empleados (respeto a las normas de

calidad), “la comunicación no se limita al mensaje publicitario o a la documentación técnica, sino que cubre todas las circunstancias, directas e indirectas, que ponen al cliente con relación a la empresa” (p.41). Para lograr que la comunicación sea efectiva esta debe ir dirigida a un grupo en particular y no a todo el mundo.

Hay que saber vender la calidad de un servicio a los empleados antes de vendérsela a los clientes. Un empleado escéptico es incapaz de convencer a un cliente. Las empresas que van a la cabeza en este campo lanzan verdaderas campañas internas para elevar a su personal al nivel de excelencia que persiguen. (Horovitz, 1997, p.47)

¿Qué es una estrategia del servicio?

Albrecht, Zemke (2000), proponen una manera de definir la estrategia del servicio, teniendo en cuenta que esta se puede considerar como un principio organizacional que se puede aplicar en los colaboradores y a su vez este permita canalizar los esfuerzos hacia el beneficio del cliente, además adoptar dicha estrategia ayuda en la toma de decisiones.

Albrecht, Zemke (2000), sugieren que no hay un manual o ley que diga cómo ser amables, pero aun así quienes trabajen basados en el servicio tiene que brindar gran parte de su talento al cliente y a la organización “La calidad del servicio es todo lo que implique valores, expectativas, normas de conducta y recompensas; en resumen, es todo lo que sea cultura. Debemos crear y mantener culturas organizacionales que hagan posible y valiosa la calidad” (p.196). Cada día son más los modelos orientados hacia el cliente y hacia su satisfacción, teniendo en cuenta la organización del servicio y la manera más adecuada de prestarlo.

Prestar un servicio orientado al cliente

Una vez precisadas las normas de calidad, resulta más sencillo aplicar los medios adecuados para prestar el servicio. Son cuatro los elementos que entran en juego:

- Las personas que prestan el servicio;
- Los equipos y materiales que acompañan al servicio;
- Los procedimientos y métodos a seguir para prestar el servicio;
- Las materias primas utilizadas en el servicio.

Todos estos elementos confluyen para darle una integralidad al servicio y obtener el logro en cuanto a percepciones y expectativas de los tipos de clientes (Horovitz, 1997, p.55)

Calidad en el servicio

Cuando se habla de calidad en el servicio, se considera que es algo difícil de medir debido a que las características del servicio al igual que este son intangibles, por lo que cuando se denomina buena o mala calidad depende de la percepción del usuario.

Hoffman K. y Bateson J. (2012), afirmaron que se debe realizar un análisis entre la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente teniendo en cuenta que estos dos conceptos están enlazados. Revelan que algunos expertos coinciden

en que “la calidad en el servicio es una actitud formada por medio de una evaluación general a largo plazo del desempeño de una empresa”. Por otro lado, señalan que hay personas que consideran que “la satisfacción del cliente conduce a la calidad en el servicio percibido mientras que otros creen que la calidad conduce a la satisfacción del cliente”, sin embargo, la forma en la que se relacionan los conceptos es enigmática.

De acuerdo con Avendaño y Hernández (2012), se puede medir desde dos puntos la calidad en el servicio, sea desde el proveedor o el cliente, quienes se encargan de evaluar el grado de respuesta, en el caso de los clientes estos miden el grado de respuesta de un servicio frente a sus demandas, deseos y expectativas respectivamente. Además, establecen que otro factor que determina la percepción de la calidad en el servicio es el talento humano. Estos autores, concluyen que “la calidad en el servicio es prestar atención”.

Modelos de medición de procesos

La escuela nórdica

Modelo de la imagen, fue formulado por Grönroos (1988, 1994) y relaciona la calidad con la imagen corporativa. En este modelo se evalúa la imagen de la organización y a su vez se relaciona con la calidad, comprometiendo tanto al cliente como a la organización es decir que se da y como se da, aspectos que se tienen en cuenta para el resultado del servicio, es decir que el modelo va encaminado a las diferencias entre servicio esperado, expectativas y percepción del servicio.

Escuela americana

El modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry se ha denominado SERVQUAL. En base a la evaluación de las expectativas y percepciones del cliente se podía obtener una medición, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación. Estos comentarios apuntaban hacia diez dimensiones establecidas por los autores y con una importancia relativa que, afirman, depende del tipo de servicio y/o cliente.

- 1. Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.
- 2. Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- 3. Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido.
- 4. Profesionalidad:** Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.
- 5. Cortesía:** Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.
- 6. Credibilidad:** Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.
- 7. Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- 8. Accesibilidad:** Lo accesible y fácil de contactar.
- 9. Comunicación:** Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.
- 10. Compresión del cliente:** Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

Modelo de los tres componentes

En 1994, Rust y Oliver presentaron una conceptualización no probada, pero que fundamenta lo planteado por Grönroos. Su justificación está en las evidencias encontradas por autores como McDougall y Levesque en 1994 en el sector bancario y por McAlexander y otros en el mismo año en el sector sanitario (Rust y Oliver, 1994, p. 8). El modelo se compone de tres elementos: el servicio y sus características (serviceproduct), el proceso de envío del servicio o entrega (servicedelivery) y el ambiente que rodea el servicio (environment). Su planteamiento inicial fue para productos físicos. Al aplicarlo al servicio, cambia el centro de atención, pero, como ellos afirman, se esté hablando de empresas de servicios o de productos, los tres elementos de la calidad del servicio siempre están presentes (p. 11). El servicio y sus características se refieren al diseño del servicio antes de ser entregado al cliente. Las características específicas se incluyen aquí. Los elementos se determinan según el mercado objetivo, es decir, según las expectativas.

SERVPERF

Cronin y Taylor (1992) establecieron una escala más concisa que SERVQUAL y la llamaron SERVPERF. Esta nueva escala está basada exclusivamente en la valoración de las percepciones, con una evaluación similar a la escala SERVQUAL, la cual tiene en cuenta tanto las expectativas como las percepciones. Esta escala intenta superar las limitaciones de utilizar las expectativas en la medición de la calidad percibida, sin definir concretamente el tipo y el nivel de expectativas a utilizar (expectativas de desempeño, experienciales, predictivas, normativas, etc.). En conclusión, la escala es la misma, lo que varía es el enfoque de evaluación y las preguntas en los instrumentos.

Modelo basado en el triángulo del servicio

Este modelo de triángulo es radicalmente diferente de los organigramas típicos que se utilizan tradicionalmente para pensar en las operaciones comerciales. Representa un proceso más bien que una estructura y nos obliga a incluir al cliente e nuestra concepción de negocio. (Albrecht, Zemke, 2000, p.44)

Albrecht, Zemke (2000), apuntan hacia la importancia que tiene el hecho de conocer y cumplir las expectativas del cliente, además entender que una cosa es creer como percibe las cosas el cliente y otra muy diferente es como realmente lo hace, estos aspectos en muchos casos están apartados.

El Modelo de Servucción

Eiglier y Langeard (1989), lo definen como la organización sistemática de todos los elementos físicos y humanos que a su vez deben ser coherentes en la relación cliente-empresa, en este modelo se distinguen cuatro elementos básicos: el cliente, el soporte físico, el personal de contacto y el servicio.

PRINCIPIOS DEL METODO KAIZEN

Método Kaizen

El mundo actual está en permanente evolución y esto se produce en sus diferentes dimensiones como son: comercial, económica, política, tecnológica y social; las organizaciones actualmente enfrentan una situación muy grande la cual se basa en adaptarse al cambio y hacerlo de manera proactiva, por esto se debe abrir paso a la permanente innovación en cuanto a cómo las organizaciones manejan la gerencia, el dirigir y su orientación de manera integral, estas al ser sistemas tienen la interacción de diferentes elementos como: personas, procesos y recursos con el propósito de obtener un resultado, pero sobre todo ampliar la participación de las personas en el mejoramiento continuo de los resultados mediante el adecuado gerenciamiento de los procesos; por esto la filosofía Kaizen entra a participar en la planeación que tienen las organizaciones de mejorar todos los aspectos que las componen.

Imai (1998), define el método Kaizen como una mejora continua en las prácticas de trabajo, la eficiencia, el personal; etc., como una filosofía empresarial. En japonés, Kaizen significa mejoramiento continuo. La palabra implica mejoramiento que involucra a todas las personas, tanto gerentes, como trabajadores, y ocasiona un gasto relativamente pequeño.

El método Kaizen es una herramienta de calidad proveniente de la filosofía japonesa que busca una mejora continua de todos aspectos de la organización, incluyendo a las personas que forman parte de ella. El objetivo primero y

fundamental es mejorar para dar al cliente o consumidor el mayor valor agregado, mediante una mejora continua y sistemática de la calidad, los costes, los tiempos de respuestas, la variedad, y mayores niveles de satisfacción.

Wellington (1997), establece que todas las herramientas del Kaizen están dirigidas hacia el hombre, lo cual da a entender que pueden ser útiles para todos los empleados, sin que se requieran grandes habilidades, ya que para el kaizen lo sencillo es siempre lo mejor.

Imai (1996), propone la creación de un sistema de recompensa que se base en los esfuerzos y no en los resultados, ya que es importante reconocer el esfuerzo tanto de los trabajadores y la administración, de esta manera es que se puede hablar de mejoramiento en los procesos.

Wellington (1997), afirma que el kaizen y el cliente al formar una buena dupla llevarían la idea y la práctica hasta los lugares más recónditos de la organización y cuando esto suceda lograr la mejora continua, en todos los procesos, satisfaciendo las necesidades y expectativas de todas las partes involucradas.

Imai (1998), el Kaizen no es exclusivo para el sector manufacturero por el contrario su uso también se da en el sector de los servicios, además también se debe tener en cuenta que esta filosofía no solo aplica para empresas japonesas, ni que su éxito depende netamente de las características orientales, por el contrario se han evidenciado casos de éxito en Europa, Norteamérica y Suramérica.

Imai (1996), el Método Kaizen comprende siete sistemas que permiten encaminar a la organización hacia el mejoramiento continuo, estos son:

- Sistema Producción “Justo a Tiempo” (Just in time o Sistema de Producción Toyota), que se basa en la búsqueda y eliminación de los diversos tipos de sobrecostos (stock que no se usa, material que caduca por no poder venderlo), con el objetivo de producir en la medida y momento justos, y en las condiciones requeridas por los clientes. Así se evitan costos financieros por acumulación de insumos y productos terminados. De tal forma se logran altos niveles de rotación de inventarios, y consecuentemente mayores niveles de rentabilidad.
- TQM (Gestión de Calidad Total), tiene por objetivo lograr la calidad total e integral de todos los productos / servicios y procesos de la empresa.
- TPM (Mantenimiento Productivo Total / SMED), contribuye a la disponibilidad de las máquinas e instalaciones en su máxima

capacidad de producción, cumplimentando los objetivos en materia de calidad, al menor coste y con el mayor grado de seguridad para el personal que opera las mismas. En tanto que el SMED persigue como objetivo el reducir el tiempo de preparación o de cambio de herramientas, evitando con ello la producción en series largas, logrando de tal forma disminuir los inventarios y haciendo más fluido el traspaso de los insumos y productos en proceso.

- Actividades de grupos pequeños como los Círculos de Control de Calidad, permiten la participación del personal en la resolución de problemas o bien en la búsqueda de soluciones para el logro de los objetivos.
- Sistema de Sugerencias. Destinado no sólo a motivar al personal, sino además a utilizar sus conocimientos y experiencias. Constituye una “puerta de ingreso” a las ideas de los trabajadores.
- Despliegue de políticas, tendiente a la plena participación de todos los niveles y áreas de la empresa en las actividades de planificación como en las de control y evaluación.
- Sistema de Costos Japonés, basado en la utilización del Análisis de Funciones, Coste Objetivo y Tabla de Costes, persigue como objetivo la reducción sistemática de los costes, para lo cual se analizan de forma pormenorizada y metódica

los niveles de fallas, desperdicios (mudas en japonés), componentes y funciones, tanto de los procesos y actividades, como de los productos y servicios generados.

Wellington (1997), el Método Kaizen se basa en 10 principios, siendo los siguientes:

1. Enfoque en el cliente

Uno de los objetivos más importantes de la cultura Kaizen es la satisfacción total del cliente.

2. Realizar mejoras continuamente

Para el Kaizen no hay descanso: una vez finalizada una tarea exitosamente la concentración se enfoca a mejorar esa misma tarea.

3. Reconocer abiertamente los problemas

El tener presente que es importante mantener una comunicación abierta dentro de la organización en la cual se traten temas como por ejemplo los desaciertos o problemas que pueden ocurrir dentro de la misma, en donde queda claro que no hay culpables sino procesos por mejorar o problemas por solucionar, y en la cual no se buscan responsables sino las fallas en sí, permite que las personas admitan sus errores, sus debilidades y por qué no que soliciten apoyo.

4. Promover la apertura

Los rasgos característicos de una compañía Kaizen son básicamente el compartir, comunicarse ínter funcionalmente, y un liderazgo visible, por lo que la territorialidad, la apropiación y las barreras funcionales no encajan dentro de la filosofía Kaizen.

5. Crear equipos de trabajo

El trabajo en equipo juega un papel muy importante, ya que “los equipos constituyen los ladrillos de la estructura corporativa dentro de las organizaciones Kaizen.

6. Manejar proyectos a través de equipos interfuncionales.

Al trabajar en proyectos dentro de la organización, es necesario contar con la participación de todas las dependencias e incluso con recursos externos a la compañía como son los proveedores y el cliente, con el fin de obtener diferentes puntos de vista, colaboración y recursos que contribuyan al desarrollo de los mismos.

7. Alentar los procesos apropiados de relaciones.

Las organizaciones Kaizen son conscientes de que, si invierten en el entrenamiento de su gente en cuanto habilidades interpersonales, en especial en los gerentes y líderes quienes son los responsables de la armonía de la compañía, lograrán obtener no solo procesos sólidos, y la realización de los empleados sino también obtendrán los resultados esperados en cuanto al logro de las metas financieras.

8. Desarrollar la autodisciplina.

Este es un elemento muy importante para cada uno de los miembros de una organización Kaizen, puesto que la autodisciplina permite que el ser humano se adapte a las situaciones que se presentan en la vida diaria y halle bienestar y comodidad mediante la afirmación de su fuerza interna lo que le permite relacionarse de una manera armoniosa con los demás.

9. Información constante a los empleados.

El mantener informados a los empleados sobre la compañía desde la inducción como durante el tiempo en que estén empleados, es de vital importancia, puesto que, si las personas se encuentran en la ignorancia en temas como la misión, valores, productos, desempeño, personal, planes de la compañía etc.

10. Fomentar el desarrollo de los empleados.

En este punto el empowerment es la definición de este principio, pues el entrenar a los integrantes de una compañía para que adquieran habilidades, estimularlos y sobretodo otorgarles responsabilidad en la toma de decisiones permite que las personas se desarrollen y así sean más eficientes en su trabajo.

Matriz DOFA: Permite enfrentar diversidad de factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) del área, buscando generar alternativas y estrategias para mejorar la gestión y la percepción de los clientes internos y externos de la compañía. El desarrollo de esta matriz requiere la participación de los equipos de trabajo de las áreas.

En esta investigación se evaluó la atención al cliente tanto externo como interno, orientada hacia la mejora continua, la cual tiene entre sus objetivos la satisfacción de expectativas y percepciones de los tipos de clientes, además entender que la organización al ser un engranaje compuesto de diferentes elementos, debe pensar en reforzar cada uno de ellos, por consiguiente el modelo que más se acopla a estos aspectos es el de Kaizen y será utilizado en el desarrollo de la investigación. Todo trabajo se debe entender como un proceso que involucra varias partes como: un material o información que es suministrada por un proveedor, se trabaja y se mejora para después ser enviada y por último quien recibe el resultado es el cliente. Si las personas que integran la organización logran interiorizar el proceso mencionado anteriormente no se presentaran situaciones en las que se entreguen partes defectuosas o informaciones inexactas a las personas que componen el proceso siguiente, de esta manera el cliente externo recibe un servicio o producto de calidad, por eso es tan importante poner en práctica los 10 principios de la filosofía Kaizen en el presente trabajo, ya que se busca involucrar a quienes conforman la organización, es decir desde el cliente externo hasta el interno.

1.6.2 Estado del Arte

La información requerida de las Unidades Prácticas de Odontología de las Universidades que ofrecen servicios odontológicos es difícil de obtener. Los directivos son muy discretos con la información que suministran por razones de competencia. Por lo tanto, hay que tener presente que la información suministrada de estas instituciones puede ser incompleta y asimétrica o poco interesante para la investigación.

Se realizaron búsquedas en las bases de datos para conocer el estado del arte del tema de investigación, no arrojaron resultados suficientes ni pertinentes. Esto es una oportunidad porque el estudio se convierte en la base inicial para nuevas investigaciones y la aplicación del modelo, pero se ve limitado porque los resultados de la exploración a los que se lleguen no tendrán referentes de validación con trabajos pares.

En el Sistema Nacional de Información de Educación Superior SNIES se encontró registrado que en Colombia hay 43 universidades con el programa de odontología de las cuales solo 9 tienen calificación de alta calidad: Universidad de Antioquia, Universidad Autónoma de Manizales, Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad de Cartagena, Universidad del Bosque, Universidad Santo Tomás, Universidad Nacional, Colegio Odontológico Colombiano y la Institución de Educación Superior. (Información obtenida de la página web de cada institución – página web de Sistema Nacional de Información de la Educación Superior SNIES).

Rangel (2017), realizó un estudio con el objeto identificar las tensiones, conflictos y/o dilemas bioéticos que se suscitan en la formación de los estudiantes de la facultad de Odontología de la Universidad El Bosque, ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia. En el estudio observó que la formación del estudiante desde el enfoque biopsicosocial cultural y bioético se está desarticulando, en el periodo comprendido entre el ingreso del estudiante a las clínicas hasta el momento de su graduación, debido a la dificultad que ha existido en su integración a la realidad en la que el estudiante debe buscar pacientes con las patologías requeridas para realizar tratamientos que se suman como requisitos de formación en el cumplimiento de destrezas y habilidades o competencias, situación que les genera presiones de tiempo y logros .

La investigación evaluó la tensión entre dos exigencias: una formativa, fundamentada en una perspectiva holística bajo el enfoque biopsicosocial, cultural y la bioética y otra, la asistencial orientada al logro de destrezas y habilidades clínicas. Se estableció que se presentan situaciones en la interacción docente- estudiante-paciente que afectan la calidad de vida de cada uno de estos actores, a la vez que se configuran conflictos que conllevan en algunos casos a dilemas éticos en el proceso de formación en que, de un lado, se imparte una formación humanista enmarcada en el modelo biopsicosocial y cultural y de otro, el cumplimiento de procesos académicos, con lo que se presentan exigencias que terminan llevando a confrontaciones y abusos de unos y otros implicados así como a la ejecución de acciones que sobrepasan los límites de la ética por parte de los estudiantes, tras su necesidad de cumplir requisitos.

Botero y López (2012), realizaron un estudio de caso de clínica odontológica universitaria, en el cual establecen que el sector odontológico en Colombia está influenciado por una serie de la demanda del 8%. El estudio realizó una comparación entre una UPCO de universidad privada de la ciudad de Cali y sus competidores: Inversiones Dama Salud S.A. (SONRIA), Odontovalle S.A., Orthoplan, Todavía con los dientes torcidos Cali S.A.S., Clínica Nueva Sonrisa S.A. y Dentilaser Cali S.A., concluyendo que la disminución en la demanda por servicios de la UPCO de la Universidad privada se debía principalmente a los bajos precios, descuentos y promociones ofrecidos por los competidores, lo que llevo a los autores a proponer una estrategia de mercadeo enfocado en el usuario y en la satisfacción de sus percepciones y expectativas para retomar la demanda de años atrás.

1.6.3 Marco Conceptual

En este apartado se hace referencia a los conceptos claves de la presente investigación que permiten un buen y mejor acercamiento a la información y facilita su entendimiento.

- **Actividades:** Acciones que se realizan en el marco de un proyecto.
- **Administración:** El proceso de conseguir que las cosas se realicen, de manera eficiente y eficaz, con las personas y por medio de ellas.
- **Amenazas:** Tendencias negativas en el entorno externo.
- **Calidad:** Es el pleno cumplimiento de las expectativas y necesidades del paciente.
- **Capacitación del personal:** Experiencia de aprendizaje que pretende lograr un cambio relativamente permanente en los empleados al mejorar su capacidad para realizar el trabajo.
- **Cliente:** Persona que utiliza con frecuencia los servicios de un profesional o empresa.
- **Clínica Integral del adulto:** Es la integración de todas las especialidades odontológicas (ortodoncia, periodoncia, endodoncia, rehabilitación oral y cirugía) en un solo tratamiento para los pacientes adultos entre los 18 y mayores de 51 años.

- **Comunicación:** Transferencia de comprensión y significado de una persona a otra.
- **Control:** Función gerencial que implica monitorear las actividades para garantizar que se realicen según lo planeado y para corregir las desviaciones importantes.
- **Debilidades:** Actividades que la organización no realiza bien o recursos que necesita, pero no posee.
- **Eficacia:** Hacer las cosas correctas o completar las actividades que ayudaran a la organización a alcanzar sus metas.
- **Eficiencia:** Hacer las cosas bien o producir lo máximo a partir de una cantidad de insumos mínima.
- **Expectativa:** Es lo esperado, lo que es más probable que suceda, es el adelantamiento del futuro. De esta se desprende que el paciente a través de las experiencias con los servicios los tenga como puntos de referencia, a mayor cumplimiento de las certezas, mayor cumplimiento de las expectativas.
- **Fortalezas:** Cualquier actividad que la organización realice bien o cualquier recurso único que posea.
- **Innovación:** proceso de tomar una idea creativa y convertirla en un producto, servicio o método de operación útiles.

- **Motivación:** proceso por el que los esfuerzos de una persona se energizan, y se dirigen y se mantienen hacia el logro de una meta.
- **Paciente o usuario:** Persona con necesidades de salud, atendida por un médico o especialista.
- **Percepción:** Es el mapa mental que se dibuja el paciente al interactuar por primera vez con el médico tratante.
- **Servicio:** Es un conjunto de tareas intangibles que buscan satisfacer las necesidades de los usuarios o pacientes.
- **Usuario:** hace mención a la persona que tiene derecho a utilizar algún tipo de objeto o que recibe un servicio.

1.6.4 Marco Legal

SISTEMA OBLIGATORIO DE LA GARANTÍA DE LA CALIDAD EN SALUD DEL SISTEMA GENERAL DE SEGURIDAD SOCIAL EN SALUD- DECRETO 1011 DE 2006

Características del SOGCS

ARTÍCULO 3º.- CARACTERÍSTICAS DEL SOGCS: Las acciones que desarrolle el SOGCS se orientarán a la mejora de los resultados de la atención en salud, centrados en el usuario, que van más allá de la verificación de la existencia de estructura o de la documentación de procesos los cuales solo constituyen prerequisite para alcanzar los mencionados resultados.

Para efectos de evaluar y mejorar la Calidad de la Atención de Salud, el SOGCS deberá cumplir con las siguientes características:

1. **Accesibilidad:** Es la posibilidad que tiene el usuario de utilizar los servicios de salud que le garantiza el Sistema General de Seguridad Social en Salud.
2. **Oportunidad:** Es la posibilidad que tiene el usuario de obtener los servicios que requiere, sin que se presenten retrasos que pongan en riesgo su vida o su salud. Esta característica se relaciona con la organización de la oferta de servicios en relación con la demanda y con el nivel de coordinación institucional para gestionar el acceso a los servicios.
3. **Seguridad:** Es el conjunto de elementos estructurales, procesos, instrumentos y metodologías basadas en evidencias científicamente probadas que propenden por minimizar el riesgo de sufrir un evento adverso en el proceso de atención de salud o de mitigar sus consecuencias.
4. **Pertinencia:** Es el grado en el cual los usuarios obtienen los servicios que requieren, con la mejor utilización de los recursos de acuerdo con la evidencia científica y sus efectos secundarios son menores que los beneficios potenciales.
5. **Continuidad:** Es el grado en el cual los usuarios reciben las intervenciones requeridas, mediante una secuencia lógica y racional de actividades, basada en el conocimiento científico.

COMPONENTES DEL SOGCS

ARTÍCULO 4º.- COMPONENTES DEL SOGCS: Tendrá como componentes los siguientes:

1. El Sistema Único de Habilitación.

2. La Auditoria para el Mejoramiento de la Calidad de la Atención de Salud.
3. El Sistema Único de Acreditación.
4. El Sistema de Información para la Calidad.

PARÁGRAFO 1°.- El Ministerio de la Protección Social ajustará periódicamente y de manera progresiva, los estándares que hacen parte de los diversos componentes del SOGCS, de conformidad con el desarrollo del país, con los avances del sector y con los resultados de las evaluaciones adelantadas por las Entidades Departamentales, Distritales de Salud y la Superintendencia Nacional de Salud.

PARÁGRAFO 2°.- Las Entidades Promotoras de Salud, las Administradoras del Régimen Subsidiado, las Entidades Adaptadas, las Empresas de Medicina Prepagada, los Prestadores de Servicios de Salud y las Entidades Departamentales, Distritales y Municipales de Salud, están obligadas a generar y suministrar los datos requeridos para el funcionamiento de este Sistema, de conformidad con las directrices que imparta el Ministerio de la Protección Social.

ENTIDADES RESPONSABLES DEL FUNCIONAMIENTO DEL SOGCS

ARTÍCULO 5°.- ENTIDADES RESPONSABLES DEL FUNCIONAMIENTO DEL

SOGCS: Las siguientes, son las entidades responsables del funcionamiento del SOGCS

- 1. Ministerio de la Protección Social:** Desarrollará las normas de calidad, expedirá la reglamentación necesaria para la aplicación del presente decreto, velará por su permanente actualización y por su aplicación para el beneficio de los usuarios, prestará asistencia técnica a los integrantes del Sistema con el propósito de orientarlos en el cumplimiento de sus responsabilidades y emitirá concepto en aspectos técnicos cuando lo soliciten las Entidades Territoriales y los prestadores de servicios de salud siempre que el Ministerio lo considere pertinente.

También corresponde al Ministerio de la Protección Social velar por el establecimiento y mantenimiento de la compatibilidad del Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud con otros Sistemas de Gestión de Calidad.

- 2. Superintendencia Nacional de Salud:** Ejercerá las funciones de vigilancia, inspección y control dentro del SOGCS y aplicará las sanciones en el ámbito de su competencia.

Entidades Departamentales y Distritales de Salud. En desarrollo de sus propias competencias, les corresponde cumplir y hacer cumplir en sus respectivas jurisdicciones las disposiciones establecidas en el presente decreto y en la reglamentación que para el efecto expida el Ministerio de la Protección Social, divulgar las disposiciones contenidas en esta norma y brindar asistencia a los Prestadores de Servicios de Salud y los definidos como tales para el cabal cumplimiento de las normas relativas a la habilitación de las mismas.

- 3. Entidades Municipales de Salud:** En desarrollo de sus propias competencias, les corresponde brindar asistencia técnica para

implementar la Auditoria para el Mejoramiento de la Calidad de la Atención de Salud en los Prestadores de Servicios de Salud de su jurisdicción y también realizar la Auditoria para el Mejoramiento de la Calidad de la Atención de Salud a los Prestadores de Servicios de Salud, que prestan servicios de salud a la población no afiliada.

PARÁGRAFO. - Lo previsto en el presente artículo se cumplirá sin perjuicio de que las entidades deban cumplir otras normas relacionadas con sistemas de calidad.

CALIDAD EN SERVICIOS DE SALUD

El Marco Político y Normativo que se desarrolla a continuación hace referencia a algunos aspectos relevantes relacionados con la formación universitaria en Odontología; se involucra, por tanto, aspectos relativos a las áreas de la Educación y la Salud.

Una vez promulgada la Ley 30 de 1992, por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior y se legisla sobre la Autonomía Universitaria y, de la Ley 100 de 1993, por la cual se crea el Sistema de Seguridad Social en Colombia, los programas de Odontología en Colombia pasaron de 12 a 34 programas en 19 Instituciones (cinco de carácter público y trece privadas); algunas de estas instituciones cuentan con extensiones del programa en otras ciudades diferentes a la sede principal.

Esta ampliación en la oferta más que garantizar mayor cobertura desde los servicios de salud en el país, ha generado una mayor concentración de programas e instituciones en las ciudades principales. Debido a los cambios en el sistema de prestación de servicios en el que se requiere un profesional con

competencias en el conocimiento del sistema y una atención del paciente en consultas despersonalizadas de veinte minutos en la que el profesional cumpla con las metas de facturación de la institución aspecto que difiere sustancialmente con el perfil de formación, han llevado a los programas a realizar modificaciones curriculares conducentes a formar profesionales con competencias clínicas, administrativas, de gestión y promoción social, con detrimento de formación humanística y bioética. Afín a las tendencias neoliberales, se han establecido a nivel mundial los currículos centrados en una formación por competencias.

En Colombia mediante el Decreto 2566 del 10 de septiembre del 2003 por el cual se establecen las condiciones mínimas de calidad y demás requisitos para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de educación superior, el Gobierno Nacional reglamentó las condiciones mínimas de calidad para los programas académicos de educación superior; y mediante la Resolución 2772 del 2003, se definen las características específicas de calidad para los programas de pregrado en Ciencias de la Salud.

El odontólogo, debe racionalizar los procedimientos con el ánimo de contener costos del sistema, en contraposición con el deber ser de algunos programas que avanzan en la orientación de sus procesos formativos más allá de lo técnico- instrumental, hacia perspectivas de comprensión de las necesidades de la población. La salud constituye un derecho como se contempla en la Carta Política de las Naciones Unidas, destacado en la Declaración por la Salud de los Pueblos, la cual declara la necesidad urgente por parte de todos los gobiernos, de proteger y promover la salud de todos los pueblos del mundo; Así mismo la OMS considera la salud como el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades; y establece que la salud es un derecho humano fundamental, y para lograr este

estado en sus máximos niveles se requiere del compromiso y la intervención de los sectores sociales, políticos y económicos.

Es un indicador de desarrollo humano y social, aun cuando puede ser subjetivo, en la medida en que se involucren aspectos socio- culturales inherentes a cada región. La diversidad en los contextos impide, en ocasiones, establecer parámetros relacionados con la equidad en la distribución de los recursos en salud desde una perspectiva de justicia distributiva que busca lograr el nivel de salud digno de un ser humano, aspecto que lleva a generar una relación entre la calidad de vida y el proceso salud-enfermedad de las personas.

En los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas, se encuentra la salud bucodental, la cual representa uno de los determinantes de la salud. Esta es considerada factor de riesgo en la salud general; la falta de medidas preventivas en este campo ha desencadenado incrementos en los índices de morbilidad oral aspecto que ha detonado las alarmas de los indicadores epidemiológicos, en asocio con enfermedades crónicas de alto riesgo como diabetes, cardiopatías y accidentes cerebro vasculares. Uno de los factores desencadenantes ha sido las barreras de acceso.

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL- RESOLUCIÓN NUMERO 5592 2015 (24 DIC 2015)

La provisión de las tecnologías en salud a los afiliados del SGSSS se debe realizar cumpliendo los estándares de calidad de conformidad con la normatividad vigente relativa al Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud y demás normas relacionadas. La provisión de estas tecnologías en salud se debe prestar en servicios habilitados por la autoridad competente, cumpliendo con los estándares de accesibilidad, oportunidad, seguridad, pertinencia, integralidad, calidad técnica, gerencia del riesgo,

satisfacción del usuario, establecidos por el Ministerio de Salud y Protección Social y la Superintendencia Nacional de Salud.

1.7 METODOLOGÍA

1.7.1 Enfoque y método de la investigación

Del marco teórico proviene gran parte de los elementos metodológicos de este proyecto. El diseño examina que haya total sintonía entre el objetivo general y la información necesaria para soportar dicho objetivo. Se pretende diseñar un modelo de atención al cliente para la escuela de odontología de la universidad del valle teniendo en cuenta datos cualitativos y cuantitativos. Se implementara la siguiente metodología de investigación:

- **Descriptiva:** ya que va a permitir describir, recopilar datos u opiniones acerca de la calidad en la atención al cliente que presta la escuela de odontología. Para cumplir esto se acudirá a las fuentes de información y técnicas de recolección, traducidas en encuestas aplicadas a una población representativa y determinada.

Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

(Hernández, 2014, p.92)

Los diseños de investigación se enfocan en cómo se va llevar a cabo la recolección de los datos en dos aspectos: Primarios y secundarios.

Para llevar a cabo esta investigación se aplicarán las fuentes primarias, o sea la recolección de datos por medio de una encuesta dirigida a clientes internos y externos, en los que se diseña un cuestionario para la recolección de la información, con preguntas estructuradas a cada tipo de cliente, sobre cuáles son sus expectativas y percepciones sobre el servicio que presta la escuela de odontología de la Universidad del Valle.

1.7.2 Población que conformar La Escuela de Odontología de Univalle

Tabla N°3. Población que conforma la Escuela

POBLACIÓN	
USUARIOS	2735
ADMINISTRATIVOS	30
TOTAL	2765

Fuente: Elaboración propia

Se tendrán en cuenta clientes internos conformados por los administrativos desagregándolos en áreas como atención al cliente, archivo clínico, caja, financiera, secretaria académica pregrado y posgrado, coordinación de clínicas, central de clínicas, radiología, investigación, despacho materiales, servicios generales y la dirección de la escuela, para un total de 30 personas; los clientes externos los conforman los usuarios con un total de 2735y se hará un muestreo aleatorio para tener un aproximado de encuestas a realizar y se tendrá un formato de encuesta para cada tipo de cliente.

1.7.3 Estadística de pacientes atendidos en La Escuela de Odontología de Univalle

ESTADÍSTICA DE PACIENTES ATENDIDOS EN LA ESCUELA DE ODONTOLOGIA DE UNIVALLE EN EL 2018																	
AREA DE ATENCIÓN	PACIENTES	MESES												TOTAL PACI TTO/NUE	TOTAL PACIENTES	PROPORCIÓN ANUALIDAD	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
INTEGRAL ADULTO	NUEVOS	0	72	59	25	21	5	0	17	137	50	36	15	437	5.300	24%	
	TRATAMIENTO	0	324	563	642	674	363	0	167	231	256	639	1004	4.863			
INTEGRAL NIÑO	NUEVOS	0	21	20	31	15	2	0	9	34	42	8	3	185	1.810	8%	
	TRATAMIENTO	0	152	157	234	263	123	0	17	90	195	162	232	1.625			
POST. ENDODONCIA	NUEVOS	0	11	13	16	7	3	0	5	11	15	9	11	101	1.214	6%	
	TRATAMIENTO	0	66	79	163	111	163	0	54	83	135	104	155	1.113			
POST. ODONTOPED	NUEVOS	0	24	20	19	20	12	0	7	17	27	25	13	184	2.713	12%	
	TRATAMIENTO	0	125	267	284	321	269	0	249	223	278	251	262	2.529			
POST. ORTODONCIA	NUEVOS	0	2	3	2	1	1	0	1	3	4	3	4	24	2.080	10%	
	TRATAMIENTO	0	248	186	289	267	121	0	149	212	197	213	174	2.056			
POST. PERIODONCIA	NUEVOS	0	10	32	25	19	6	0	9	25	17	23	11	177	2.864	13%	
	TRATAMIENTO	0	175	182	349	318	157	0	163	264	347	345	387	2.687			
POST. REHABILITACIÓN	NUEVOS	0	8	7	7	6	1	0	1	9	6	1	0	46	1.940	9%	
	TRATAMIENTO	0	124	168	216	231	110	0	93	246	268	265	173	1.894			
SALUD ORAL	NUEVOS	0	6	73	59	76	41	0	0	32	39	41	38	405	1.512	7%	
	TRATAMIENTO	0	27	86	179	187	279	0	0	27	94	110	118	1.107			
ASISTENCIAL	NUEVOS	0	10	10	7	13	12	0	5	13	7	23	3	103	1.592	7%	
	TRATAMIENTO	134	54	67	58	76	96	105	225	295	102	145	132	1.489			
CLINICA DE URGENCIAS	URGENCIAS	54	92	75	78	103	56	5	55	89	76	71	35	789	789	4%	
TOTAL PCTES ATENDIDOS X MES		134	1.459	1.992	2.605	2.626	1.764	105	1.171	1.952	2.079	2.403	2.735	21.814	21.814	100%	

Fuente: Elaboración propia.

1.7.4 Muestreo aleatorio

Grafica N°2 Muestreo aleatorio

$$n^{\circ} = \frac{Z^2 + P \cdot Q}{e^2}$$
$$n' = \frac{n^{\circ}}{1 + \frac{(n^{\circ}-1)}{N}}$$

Datos:

N= 2735

1-α= 95%

Z= 1.96

e= 0.05

P= 0.5 P+Q=1 Q=1-0.5
 Q= 0.5

$$n^{\circ} = \frac{1.96^2 + 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2} = 384.16 \text{ personas}$$

Ajuste

$$n' = \frac{384.16}{1 + \frac{(384.16-1)}{2735}} = 337 \text{ personas}$$

Fuente: Elaboración propia.

Para calcular el tamaño de la muestra se utiliza el muestreo aleatorio y se tendrán en cuenta la proporcionalidad de los pacientes atendidos en diciembre del año 2018, y así determinar el número de encuestas posibles a realizar, con esto conocer la percepción y expectativas que tienen los usuarios con respecto al servicio que presta La Escuela de Odontología de La Universidad del Valle teniendo en cuenta la proporcionalidad de las áreas de atención como son: Integral adulto (32%), Integral niño (7%), Endodoncia (4%), Odontopediatria (10%), Ortodoncia (8%), Periodoncia (10%), Rehabilitación oral (7%), Salud oral (5%), Asistencial (13%) y Urgencias (3%).

Tabla N°5. Numero de encuestas a aplicar por especialidad

NUMERO DE ENCUESTAS A APLICAR DE MANERA PROPORCIONAL	
PREGRADO	132
POSGRADO	133
ASISTENCIAL	44
CIDU	28
TOTAL	337

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra el número de encuestas a realizar por área de atención, se tiene en cuenta el valor que arroja la fórmula de muestro aleatorio y así sobre este se aplicó la proporcionalidad para conocer el número de encuestas por área de atención.

1.8 MARCO GEOGRAFICO

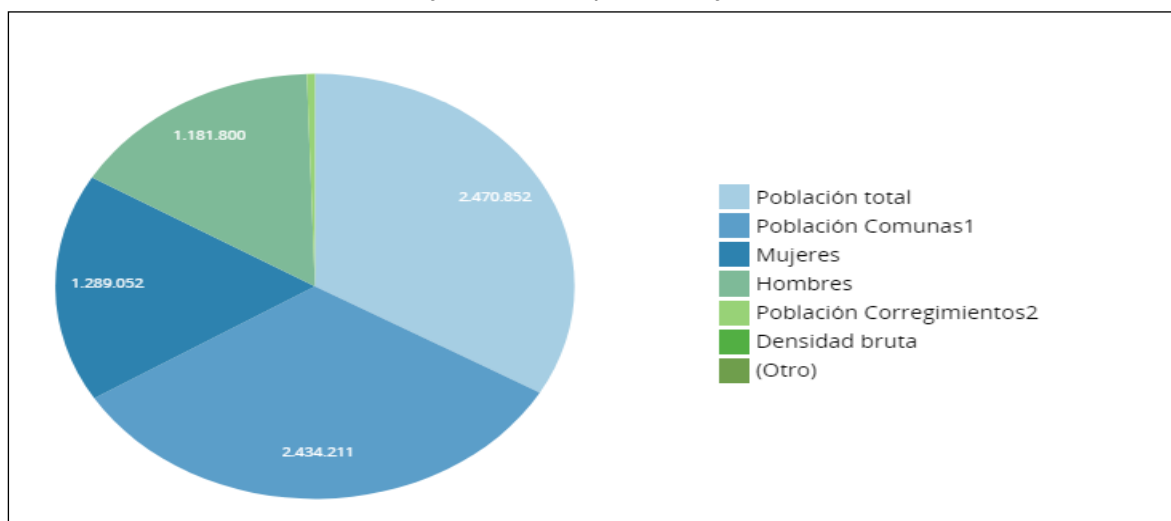
Estructura de la población del Municipio de Cali:

Cali no escapa a la tendencia colombiana de crecimiento de las áreas urbanas en detrimento de la población rural, tanto así que la ciudad (y su área metropolitana) duplicó su participación en la población vallecaucana y del país, hoy en día más del 60% de la población del Valle del Cauca habita en Cali y su área metropolitana. Para detalles ver la tabla.

En cuanto a la distribución de la población, Cali es una ciudad habitada por gente joven según estadísticas del DANE. El grueso de la población es menor de 40 años. También se observa una mayor población de mujeres en casi todos los rangos de edad, excepto entre la población más joven, igualmente se ve como la edad promedio de las mujeres es mayor que la de los hombres.

1.8.1 Proyecciones de población y densidad de Cali

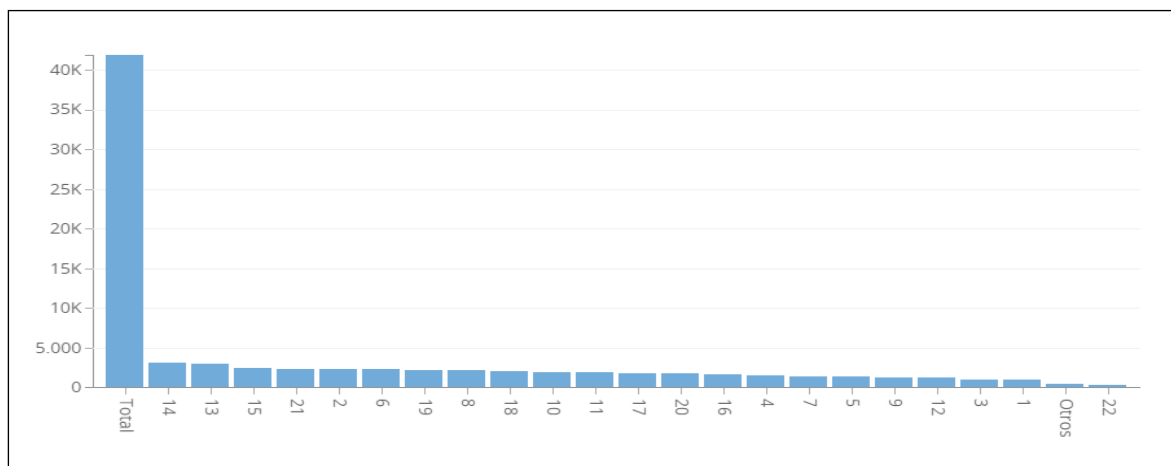
Grafica N°3 Proyecciones de población y densidad de Cali



Fuente: <https://www.datos.gov.co/>

1.8.2 Distribución de las comunas de Cali

Grafica N°4. Distribución por comunas de Cali



Fuente: <https://www.datos.gov.co/>

1.8.3 Datos de la población de Cali

Tabla N°6. Población de la ciudad de Cali

POBLACIÓN DE SANTIAGO DE CALI – AÑO 2019		
URBANA	METROPOLITANA	TOTAL
2 383 392 hab.	2 980 169 hab.	5 363 561 hab.

Fuente: <http://www.dane.gov.co/>

En el cuadro anterior se pueden observar los datos con respecto a la distribución de la población de Cali tanto en el área urbana como metropolitana y el total de estas dos.

1.8.4 Datos estadísticos de población por rangos de edad de la ciudad Santiago de Cali

Tabla N°7. Población por rangos de edad de la ciudad de Cali

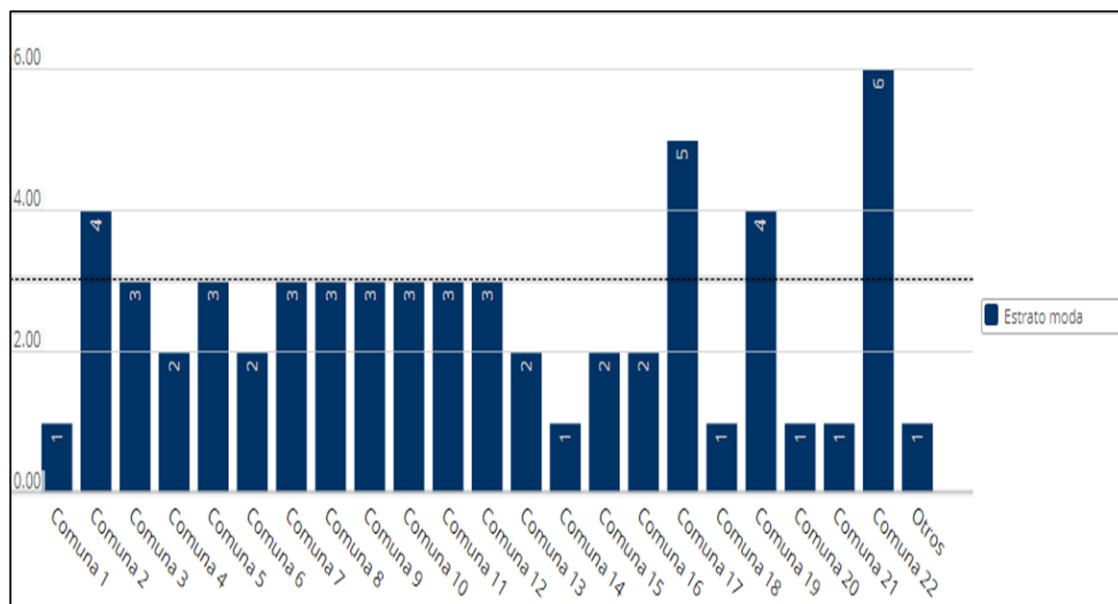
2017				2018			2019			2020		
EDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
5-9	178.250	90.780	87.470	178.357	90.755	87.602	178.391	90.642	87.749	178.344	90.463	87.881
10-14	184.729	93.466	91.263	185.295	93.887	91.408	185.742	94.226	91.516	186.033	94.421	91.612
15-19	196.974	99.580	97.394	196.525	99.210	97.315	196.796	99.254	97.542	197.564	99.642	97.922
20-24	205.830	104.412	101.418	205.204	104.039	101.165	204.394	103.497	100.897	203.742	102.960	100.782
25-29	202.681	102.011	100.670	204.291	103.106	101.185	205.686	104.018	101.668	206.594	104.619	101.975
30-34	194.685	95.073	99.612	195.640	96.224	99.416	196.580	97.377	99.203	197.743	98.597	99.146
35-39	179.017	85.251	93.766	182.404	87.020	95.384	185.392	88.708	96.684	187.837	90.284	97.553
40-44	157.335	74.154	83.181	160.575	75.703	84.872	164.169	77.416	86.753	167.782	79.172	88.610
45-49	151.075	69.582	81.493	150.011	69.354	80.657	149.527	69.377	80.150	149.945	69.774	80.171
50-54	150.358	67.720	82.638	150.633	67.847	82.786	150.280	67.727	82.553	149.437	67.455	81.982
55-59	130.927	57.405	73.522	135.456	59.581	75.875	139.329	61.452	77.877	142.245	62.855	79.390
60-64	101.966	43.578	58.388	106.150	45.232	60.918	110.405	46.977	63.428	114.731	48.838	65.893
TOTAL	2.033.827			2.050.541			2.066.691			2.081.997		

Fuente: <http://www.dane.gov.co/>

En la gráfica anterior se muestra la segmentación de la población que cubre la Escuela de Odontología de La Universidad del Valle comprendiendo edades entre 5 – 64 años, que se percibe como la población que hace uso del servicio.

1.8.5 Clasificación de población por estratos de la ciudad de Santiago de Cali

Grafica N°5. Clasificación por estratos de la ciudad de Cali



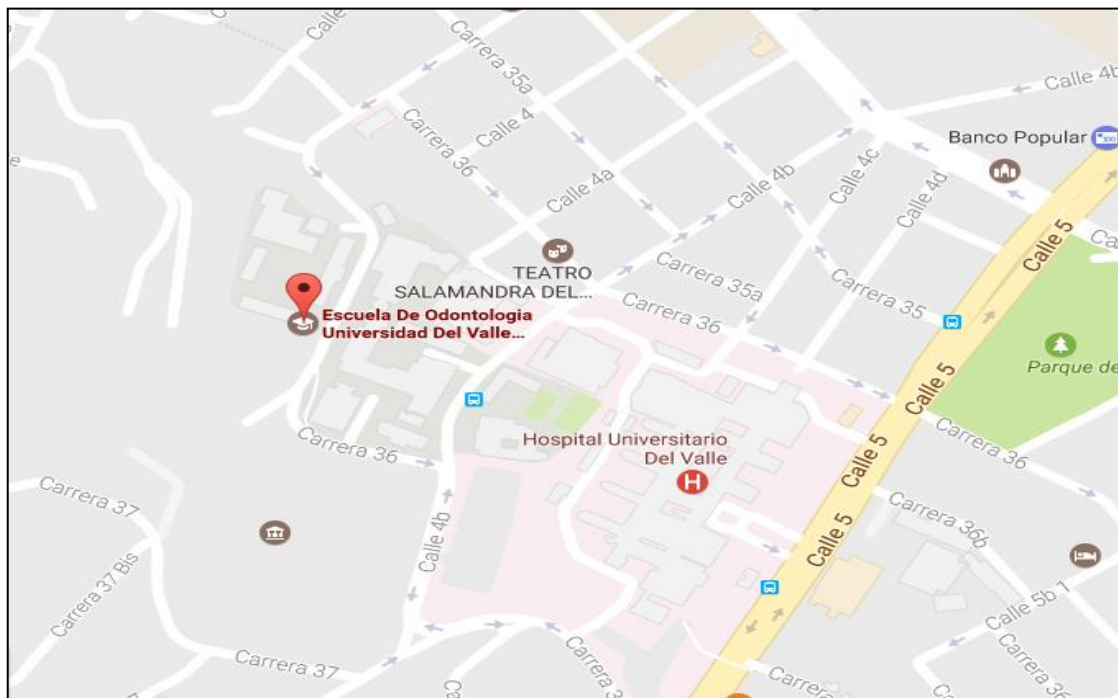
Fuente: <http://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-de-informacion/estratificacion-socioeconomica>

En la figura se muestra la clasificación por estratos en la ciudad de Cali y la cantidad de individuos que pertenecen a esos estratos.

1.8.6 Situación actual de La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle

La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle, actualmente tiene en su base de datos unos 30.000 (1984 – 2017) pacientes de los cuales podemos clasificar unos 25.000 en historias inactivas las cuales se encuentran en un archivo de gestión por si en algún momento se desea hacer uso de estas historias clínicas, hay 5.000 (2015 – 2017) historias en archivo activo, pero de esos solo 1.600 están siendo atendidos en el momento.

Grafica N°6. Ubicación Escuela de Odontología Univalle



Fuente: <https://www.google.com/maps>

Datos de la empresa

Ubicación: Universidad del Valle Campus San Fernando Cali, Colombia

Dirección: calle 13 #100-00

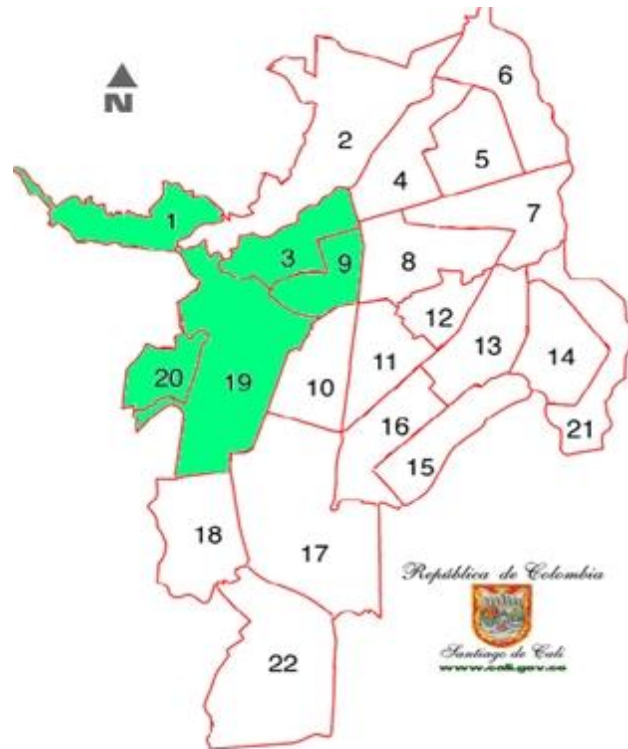
Comuna: 19

Teléfono (2)3212100

En el portafolio de servicios se destacan:

El consultorio odontológico atiende la población estudiantil, trabajadores de la universidad y población en general como se mencionó anterior mente la escuela odontológica de la universidad del valle se encuentra ubicada en la comuna 19.

Grafica N°7. Ubicación por comuna Escuela de Odontología Univalle



Fuente: <http://cali.gov.co/>

La comuna 19 se encuentra en el oriente de la ciudad. Limita por el sur con la comuna 18 y por el sur oriente con la comuna 17, por el oriente con la comuna 10 y por el norte con las comunas 3 y 9. Al occidente de esta comuna se encuentran la comuna 20 y los corregimientos de la Buitrera y Villacarmelo.

CAPITULO 2. ANALISIS EXTERNO E INTERNO

2.1 ANALISIS EXTERNO

2.1.1Modelo PESTEL

2.1.2 Entorno político

La estructura político-administrativa de Santiago de Cali está regida por un sistema democrático basado en los procesos de descentralización administrativa generados a partir de la proclamación de la Constitución Política de Colombia de 1991. El Municipio es gobernado por el alcalde quien representa el poder ejecutivo y un Concejo Municipal que representa el poder legislativo.

El alcalde de Cali es el jefe de gobierno de la Administración Central, representando legal, judicial y extrajudicialmente al Municipio. Es un cargo elegido por voto popular para un periodo de cuatro años.

Entre sus funciones principales está la administración de los recursos propios de la municipalidad, velar por el bienestar y los intereses de sus conciudadanos y representarlos ante el Gobierno Nacional, además de impulsar políticas locales para mejorar la calidad de vida de los gobernados.

El Concejo es la entidad legislativa de la ciudad que emite acuerdos de cumplimiento obligatorio en su jurisdicción territorial.

Entre sus funciones está aprobar los proyectos presentados por el alcalde, velar por la preservación y defensa del patrimonio cultural, dictar las normas orgánicas del presupuesto y expedir anualmente el presupuesto de rentas y gastos.

La Contraloría y la Personería, son organismos de control.

La estructura organizacional de la Administración Central, está constituida por dos grandes grupos: La Administración Central y las entidades descentralizadas. La administración Central está conformada por el conjunto de dependencias que están a cargo directamente del Alcalde como Secretarías o Departamentos Administrativos y Direcciones.

Los Departamentos Administrativos son unidades de carácter técnico. Las secretarías son unidades administrativas cuyo principal objetivo es la prestación de servicios a la Comunidad o a la Administración Central. Las Direcciones son unidades de apoyo. Las entidades descentralizadas prestan servicios específicos al municipio.

- Secretaría General.
- Asesorías: Comunicaciones, Cooperación Internacional, Decepaz, Fomento económico y empresarial, Gestora Social, Informática y Telemática, Participación Ciudadana, Relaciones Publicas y Protocolo.
- Departamentos Administrativos: Planeación, Hacienda, Gestión y Medio Ambiente.
- Secretarías del Sector Social: Educación, Salud Pública, Desarrollo Territorial y Bienestar Social, Vivienda Social, Cultura y Turismo.
- Secretarías del Sector Colectivo: Gobierno Convivencia y Seguridad, Deporte y Recreación.
- Secretarías del Sector Físico: Infraestructura y Valorización, Tránsito y Transporte.

- Direcciones Adscritas: Jurídica, Desarrollo Administrativo, Control Disciplinario y Control Interno.
- Entidades descentralizadas: Empresas Municipales de Cali EMCALI, EMSIRVA, Metrocali, CaliSalud, Fondo Financiero Especializado, Corfecali y EMRU.

2.1.3 Entorno económico

Economía

La economía es un factor que se encuentra en constante cambio y, el caso del entorno económico de Cali no es la excepción, ya que este históricamente ha tenido transformaciones que la han llevado a crisis y también que la han hecho tener mayor desarrollo, debido a estos factores de cambio a veces se torna un poco difícil el concretar información poco dispersa. Aun así, las características fundamentales que podemos observar en la economía de Cali son las siguientes

La economía de Cali se basa principalmente en sectores económicos tales como:

Industria

La zona industrial de Cali se encuentra principalmente en el norte de la ciudad entre Cali-Yumbo, en la zona hay instaladas más de 2.000 grandes empresas, entre las que se encuentran Cementos Argos, Bavaria, Postobón, Propal, Goodyear, Colgate-Palmolive, Cervecería del Valle, entre otras.

Comercio

La mayoría de centros comerciales de la ciudad están contruidos como bulevares urbanos con pasillos al aire libre. Casi siempre están equipados con cines, restaurantes, supermercados de grandes superficies y boutiques. Los centros comerciales más tradicionales son Unicentro en el sur de la ciudad y Chipchape en el norte. Otros centros comerciales muy concurridos son Palmetto Plaza, Jardín Plaza, Cosmocentro, Limonar Premier, entre otros.

Sector público

La principal aportación a la economía que ha hecho el sector público ha sido la construcción de grandes infraestructuras, como por ejemplo las 21 Megaobras o el MIO, que han permitido el desarrollo comercial e industrial. Lastimosamente, a menudo estas infraestructuras se han demostrado insuficientes, y sus ampliaciones se han demorado frecuentemente.

INDICADORES ECONÓMICOS

Tabla N°8. Indicadores económicos

PIB	
NACIONAL	1,3%
DEPARTAMENTAL	0,28
SECTOR INDUSTRIA	4,9%
SECTOR CLIENTE/ TRIME	1.455 €
SECTOR CLIENTE/PESOS	\$ 20.198.692
PIB PERCAPITA	\$ 1.683.224

Fuente: <https://www.dane.gov.co/>

PIB

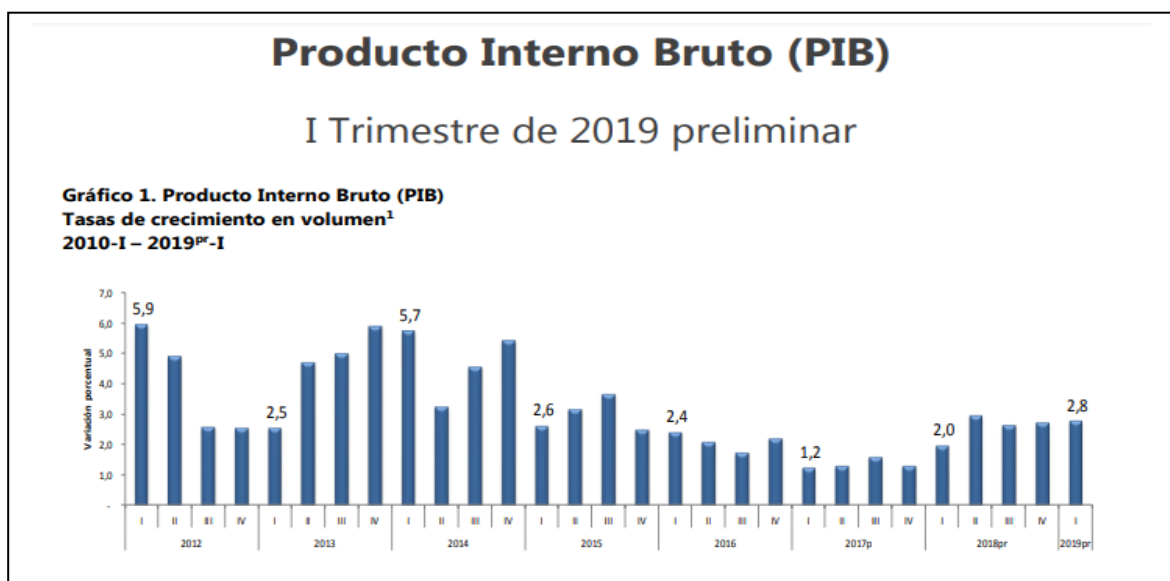
El informe del PIB es muy útil para saber si se ha dado un crecimiento en el activo o no, y poder hacer las predicciones que más convengan para que las inversiones sean satisfactorias, la producción del país en bienes y servicios, mide la efectividad del trabajo generado por los individuos, y este ayuda a prevenir posibles crisis, o estabilidad y así tomar decisiones más acertadas y protegidas.

Estos datos nos indican que tan dinámica ha sido la economía, es decir nos muestra de manera estadística el comportamiento de la misma por lo tanto con este indicador podemos observar si la economía en un país, departamento o municipio y sector determinado se ha contraído o expandido comparando periodos determinados en horizontes temporales de un trimestre a otro. Con respecto al PIB nacional que fue de 1.3% para el segundo trimestre del año y que cambio a 2.0% para el tercer trimestre del año, por lo tanto, es una muestra de que la economía se ha expandido, mejorando con esto los ingresos de cada colombiano.

Por otra parte, como se mencionó con anterioridad también podemos observar la dinámica de la economía en Colombia haciendo un enfoque en sectores determinados por lo tanto se tiene lo siguiente:

EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2019 LA ECONOMÍA COLOMBIANA CRECIÓ 2,8%

Grafica N°8. Producto interno bruto



Fuente: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_ltrim19_gasto.pdf

En esta grafica se pueden observar los cambios que ha tenido la economía en Colombia con respecto a los años anteriores, podemos notar la diferencia, esto significa que la capacidad de las personas con respectos a sus ingresos a mejorado teniendo con esto mayor poder de adquisición, lo cual beneficia a todos los entes económicos y para La Escuela de Odontología de Univalle no es la excepción ya que esto determina que las inversiones pueden ser satisfactoria.

PIB PERCAPITA

El PIB per cápita, ingreso per cápita o renta per cápita es un indicador económico que mide la relación existente entre el nivel de renta de un país y su

población. Para ello, se divide el Producto Interior Bruto (PIB) de dicho territorio entre el número de habitantes.

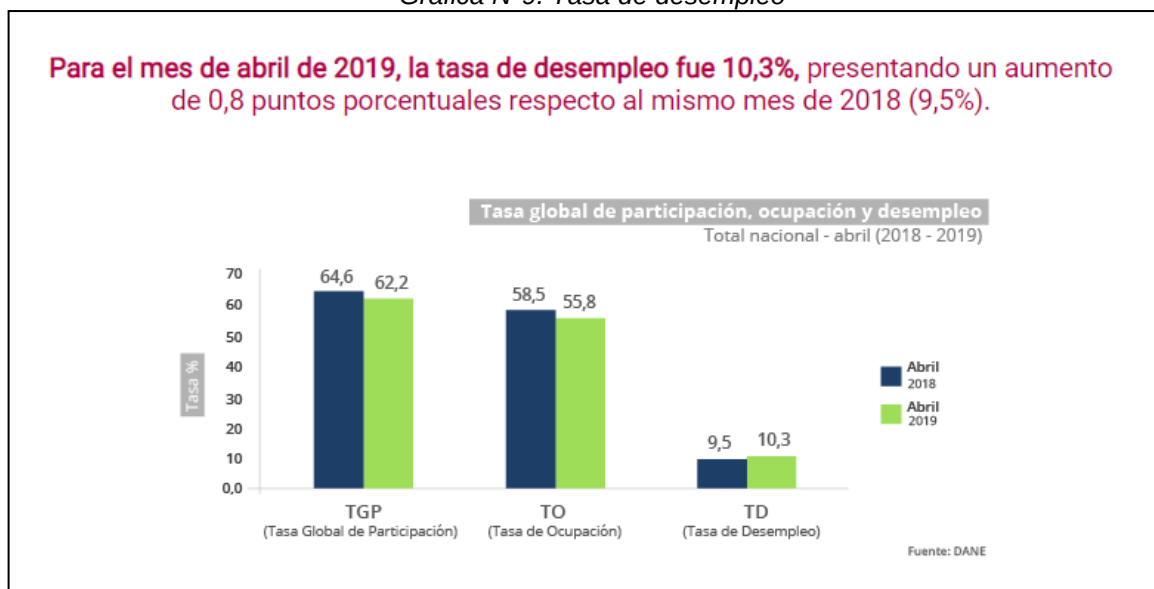
El empleo de la renta per cápita como indicador de riqueza o estabilidad económica de un territorio tiene sentido porque a través de su cálculo se interrelacionan la renta nacional (mediante el PIB en un periodo concreto) y los habitantes de este lugar.

El PIB per cápita en Colombia para el segundo trimestre del año fue de 1.455 €, equivalentes a \$ 1. 683. 224 pesos teniendo en cuenta el precio del euro en Colombia en el momento del cálculo, y que este puede variar de un periodo a otro.

Consecuentemente, podemos afirmar que los ingresos por persona en Colombia son relativamente altos, claro está, que se tiene en cuenta para este estudio que este dato al ser generalizado y nominal tiene desviaciones, ya que, pierde su certeza cuando se analiza de manera más detallada la situación real.

TASA DE DESEMPLEO

Grafica N°9. Tasa de desempleo



Fuente: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

La tasa global de participación se ubicó en 62,2%, lo que representó una caída de 2,4 puntos porcentuales frente al mes de abril de 2018 (64,6%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 55,8%, presentando una disminución de 2,7 puntos porcentuales en comparación con abril de 2018 (58,5%).

INFLACIÓN

Tabla N°9. Inflación nacional y de la ciudad de Cali

INFORME INFLACION NACIONAL Y DE SANTIAGO DE CALI	
INFLACION NACIONAL	3,2
INFLACION SANTIAGO DE CALI	3,15

Fuente: <http://www.banrep.gov.co/>

La Inflación es un alza sostenida en el nivel de precios, que hace disminuir el poder adquisitivo del dinero. De esta forma en un futuro con la misma cantidad de dinero compramos menos cantidades de bienes y servicios que en la actualidad. La inflación anual en Colombia durante 2018 fue 3,2% en el marco de una postura expansiva por parte del Banco de la República implementada desde abril de 2018, ajustando la tasa de intervención en -0,25 pps, y manteniéndola en 4,25% hasta finalizar el año.

La inflación en Cali fue impulsada principalmente por los grupos de gasto educación (5,7%), vivienda (3,8%), transporte (3,6%) y salud (3,5%).

EI IPC

El índice de precios al consumo nos indica la inflación del mercado, pues éste representa las variaciones que se dan en los precios minoristas, y esto nos indica el poder adquisitivo de una divisa determinada. Este indicador nos ofrece información sobre los cambios de las tendencias, así que es importante en un análisis fundamental.

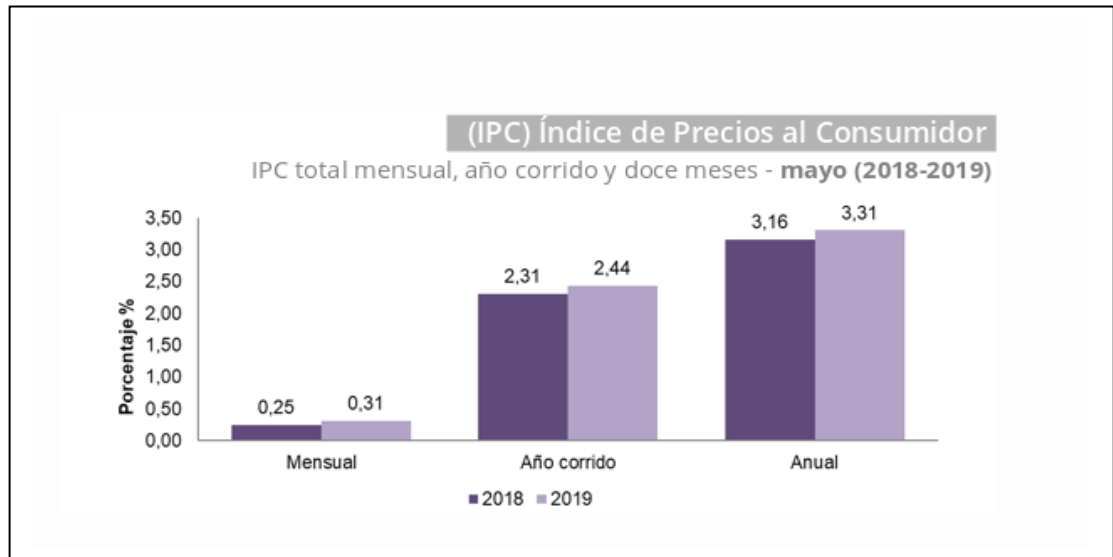
El IPC es una investigación estadística que permite medir la variación porcentual promedio de los precios al por menor de un conjunto de bienes y servicios de consumo final que demandan los consumidores. El indicador es utilizado para la toma de decisiones, tanto del gobierno como de los entes privados, al tiempo que permite analizar situaciones de carácter económico.

Los propósitos de uso de la información del IPC se pueden circunscribir en diferentes ámbitos de uso nacional. Principalmente, el índice se usa como factor de ajuste en la determinación de salarios, estados financieros, en la solución de demandas laborales y fiscales. Igualmente, el IPC se emplea para calcular la pérdida de poder adquisitivo de la moneda, para obtener equilibrios en partidas de las cuentas nacionales y como factor de análisis del comportamiento de la economía.

En atención a ello, la revisión del IPC que con regularidad adelanta el DANE, permite incorporar variantes metodológicas y de funcionamiento que hacen la producción estadística del índice más completa y acorde con los nuevos desarrollos que en esta materia aportan los sistemas estadísticos más avanzados.

COMPORTAMIENTO DEL IPC

Grafica N°10. Comportamiento del IPC



Fuente: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

En el mes de mayo de 2019, el IPC registró una variación de 0,31% en comparación con abril de 2019.

Cuatro divisiones se ubicaron por encima del promedio nacional (0,31%): Bebidas alcohólicas y tabaco (0,79%), Alimentos y bebidas no alcohólicas (0,65%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (0,43%) y por último, Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (0,32%). Por debajo se ubicaron: Prendas de vestir y calzado (0,29%), Salud (0,25%), Recreación y cultura (0,19%), Restaurantes y hoteles (0,18%), Bienes y servicios diversos (0,12%), Educación (0,05%), Transporte (0,01%) y por último, Información y comunicación (-0,06%).

2.1.4 Entorno social

Salud

La excelencia clínica se refiere a una industria de servicios médicos caracterizados, no solo por su complejidad, sino por los altos estándares de calidad en los procesos especializados. Según la Superintendencia de Industria y Comercio SIC, entre 2000 y 2015 se registraron 867 patentes en Colombia para productos farmacéuticos y tecnología médica, de las cuales 91 se presentaron en el Valle del Cauca. Asimismo, hoy en el país contamos con 46 instituciones acreditadas con estándares de calidad internacionales para la atención de pacientes en Colombia; 5 de ellas están en Cali. Este hecho representa una gran oportunidad para acceder a un mercado creciente y altamente sofisticado en el que las clínicas y hospitales del Valle del Cauca pueden enfocarse, ya que varios cuentan con certificaciones de alta calidad.

Turismo en salud

La ciudad de Cali se ha convertido en el destino predilecto de las personas que desean realizarse cirugías estéticas y tratamientos dentales, ya que son a bajo costo, en comparación con otros países, otro factor que hace que sean tan solicitados este tipo de intervenciones por los turistas es el hecho de que se cuenta con excelentes profesionales y clínicas especializadas. Sin embargo quienes se realizan este tipo de intervenciones investigan que los profesionales estén certificados en su rama y así evitar procedimientos mal practicados que pueden ocasionar en algunos casos la muerte.

Educación

En el año 2014, la matrícula total en educación inicial, básica y media registraba 419.236 estudiantes, creciendo un 4% más que en 2013, principalmente en los colegios privados. Entre 2012 y 2014, la matrícula contratada ha aumentado 6.306 estudiantes de población vulnerable y ha reducido 3.496 a población regular. La tasa cobertura neta indica que 87 de cada 100 niños entre 5 y 17 años están en el sistema. No obstante, solo 47 de cada 100 menores de 5 años en 2013 accedían a educación temprana o atención de primera infancia. Todos los niveles educativos aumentaron su cobertura neta, principalmente transición (de 75% a 85%), pero la más baja sigue siendo la Media (pasó de 59% a 60%). En educación superior se ha mejorado la cobertura de jóvenes entre 17 y 21 años en el Valle según el MEN (de 32% a 37% entre 2010 y 2013), y en Cali para jóvenes entre 17 y 24 años, de 45% a 51% entre 2013 y 2014, de acuerdo con la Encuesta de Percepción de Cali Cómo Vamos. De acuerdo con datos de la Contaduría General de la República procesados por la Red de Ciudades Cómo Vamos, la inversión en educación aumentó un 17% entre 2013 y 2014.

Instituciones de Educación Superior

Universidad del Valle

La Universidad del Valle cuenta con 32.000 estudiantes entre pregrado y posgrado, tiene como misión formar en el nivel superior, mediante la generación, transformación, aplicación y difusión del conocimiento en los ámbitos de las ciencias, la técnica, la tecnología, las artes, las humanidades y la cultura en general. Atendiendo a su carácter de universidad estatal, autónoma y con vocación de servicio social, asume compromisos indelegables con el

desarrollo de la región, la conservación y el respeto del medio ambiente y la construcción de una sociedad más justa y democrática.

Universidad Santiago de Cali

La Universidad Santiago de Cali en el año 2018 contaba con 18.000 estudiantes, tiene como misión formar personas íntegras, con habilidades de pensamiento y capacidades prácticas, que contribuyan a la equidad social y el desarrollo sostenible a través de una educación pertinente y de calidad, con perspectiva humanista, analítica, incluyente y crítica, que atiende desde diferentes campos del conocimiento y a través de la investigación la extensión y la proyección social, problemáticas relevantes de las sociedades contemporáneas.

Colegio Odontológico

El Colegio Odontológico tiene como misión Formar integralmente profesionales en Odontología con las competencias requeridas para un ejercicio profesional idóneo, científico, innovador, democrático, responsable, comprometido socialmente con el país; con disciplina, ética y para el desempeño como individuo líder y ejemplo para su comunidad.

2.1.5 Entorno tecnológico

Se refiere a todas las herramientas, instrumentos, materiales, y maquinas tecnológicas tanto antiguas como innovadoras que se usa para llevar a cabo todos los procedimientos odontológicos, algunos de estos se presentan en la siguiente tabla:

Tabla N°10.Elementos más utilizados en Odontología

ELEMENTOS MAS UTILIZADOS EN ODONTOLOGIA	
EQUIPOS	• Compresor • Unidad odontológica • Autoclave • Cone beam • Cad-cam • Máquina de fresado robot • Sensores digitales gendex • Scanner digital y rayos x • Tomografo kavo 3d exam • Lampara led • Puntas led • Sensor intra oral gxs 700 • Cubas de ultrasonido • Aeropulidores dentales • Piezoeléctrico
INTRUMENTAL	• Pinza algodонера • Bandeja de acero • Sondas • Espejo • Condensadores dentales • Gruñidor • FP3 • Fresa • Discos de pulido • Cepillo profiláctico
MATERIALES	• Jeringa carpule • Aguja • Carpule de anestesia • Algodón en rollo • Eyectores

2.1.6 Entorno ambiental

Tanto la universidad del valle como la escuela de odontología siguen unos lineamientos para el manejo de residuos, algunos de estos son:

- Minimizar impacto ambiental proveniente de nuestras actividades diarias mediante la recolección, transporte y disposición intermedia de los residuos sólidos ordinarios, sólidos peligrosos, líquidos industriales, eléctricos y electrónicos.
- Atención al sistema arbóreo mediante podas, fertilizaciones, controles fito-sanitarios, siembras, emergencias por caídas y desgarres.
- Control de plagas con base al manual integrado de plagas de la Universidad del Valle.
- Mantenimiento de las zonas verdes, rescatando los efectos benéficos de los jardines y el uso sostenible del suelo.
- Toma de parámetros del cloro residual y PH y remoción de hojarasca en las entradas y salidas de agua al lago central, dentro de la gestión del agua potable y cruda.
- Desarrollar la campaña Campus Sostenible, creada para mejorar el comportamiento ambiental de la comunidad universitaria en las diferentes sedes.

2.1.7 Entorno legal

Ley 9 de 1979

Legisla sobre las radiaciones ionizantes y los materiales radiactivos. Establece que todo usuario de equipos o materiales productores de radiaciones ionizantes debe tener licencia del Ministerio de Salud. El mismo Ministerio hará cumplir las normas de protección de la salud. La ley también establecerá que el Ministerio expedirá la licencia para la importación de equipos de Rayos X (Artículos 149-154).

Ley 23 de 1981

Por la cual se dictan normas en materia de ética médica CAPITULO III. De la prescripción médica, la historia clínica, el secreto profesional y algunas conductas

Decreto 1562 de 1984

Por el cual se establecen la vigilancia y control epidemiológico de medidas de seguridad

Comité de Infecciones, Profilaxis y Política Antibiótica

Resolución 13382 de 1984

Adopta medidas para protección de la salud en el manejo de Rayos X, otras fuentes de radiaciones ionizantes y en el uso de sustancias radiactivas en diagnóstico y terapia, haciendo obligatoria la obtención de una licencia de funcionamiento y carnés de operadores a los profesionales ocupacionalmente expuestos.

Ley 35 de 1989

Código de Ética del Odontólogo Colombiano.

Ley 80 de 1989

Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1515 de 2013. Por la cual se crea el Archivo General de la Nación y se dictan normas para la conservación y custodia de historias clínicas.

Resolución 9031 de 1990

Dicta normas y establece procedimientos relacionados con la operación de equipos de Rayos X (de uso médico e industrial) y otros emisores de radiaciones ionizantes. Reglamenta el diligenciamiento de toda fuente emisora de radiaciones ionizantes, así como los requisitos técnicos y de personal para dicho licenciamiento.

Constitución Política de Colombia de 1991

Establece la seguridad social en salud como un derecho público de carácter obligatorio que se debe prestar bajo la dirección, coordinación y control del Estado, en sujeción a los principios de eficiencia y universalidad en los términos que establezca la ley.

Artículo 49

La atención en salud y saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado, garantizando a todas las personas el acceso a servicios de promoción, prevención y recuperación de la salud. El Estado debe garantizar dirigir y reglamentar la prestación de servicios de eficiencia y universalidad y solidaridad, así como establecer políticas públicas relacionadas con la prestación de servicios de salud en forma descentralizada.

Decreto Reglamentario 559 de 1991

Por el cual se reglamentan parcialmente las Leyes 9 del 79 y 10 del 90 en cuanto a la prevención, control y vigilancia de las enfermedades transmisibles especialmente en lo relacionado con la infección con el Virus de la Inmunodeficiencia Humana (VIH) y el Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA), y se dictan otras disposiciones sobre la materia.

Ley 100 de 1993 Artículo 1. Sistema de Seguridad Social

Integral El sistema de seguridad social integral tiene por objeto garantizar los derechos irrenunciables de la persona y la comunidad para obtener la calidad de vida acorde con la dignidad humana, mediante la 7 GUÍA DE PRÁCTICA CLÍNICA EN SALUD ORAL • Bioseguridad protección de las contingencias que la afecten. El sistema comprende las obligaciones del Estado y la sociedad, las instituciones y los recursos destinados a garantizar la cobertura de las prestaciones de carácter económico, de salud y servicios complementarios, materia de esta ley, u otras que se incorporen normativamente en el futuro.

Decreto 1295 de 1994

Reglamenta la organización y la administración del Sistema General de Riesgos Profesionales.

El Artículo 64 establece como empresas de alto riesgo las que laboran con materiales radiactivos. El Artículo 65 dice que, en esas empresas, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, en coordinación con el Ministerio de Salud, definirá el Sistema de Vigilancia Epidemiológica y de Control de Riesgos Profesionales.

Decreto 2095 de 1994

Determina la organización del sistema general de riesgos profesionales (SGRP), dentro del cual se contempla la prevención y promoción de riesgos profesionales.

Decreto 2174 de 1996

Por el cual se organiza el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad del Sistema General de Seguridad Social en Salud

Artículo 8. Del soporte documental básico de la calidad en las entidades promotoras de salud y las que se asimilen

Resolución 4445 de 1996

Se dictan las normas para el cumplimiento del contenido del Título IV de la Ley 9 de 1979, en lo referente a las condiciones sanitarias que deben cumplir las instituciones prestadoras de servicios de salud, y se dictan otras disposiciones técnicas y administrativas.

Decreto 1543 de 1997

En su Artículo 23, establece que las instituciones de salud deben acatar las Recomendaciones que en materia de medidas universales de bioseguridad sean adoptadas e impartidas por el Ministerio de Salud, por el cual se reglamenta el manejo de la infección por el Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH), Síndrome de la Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA) y las otras Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS).

Decreto 2240 de 1999

Por el cual se dictan las normas en lo referente a las condiciones sanitarias que deben cumplir las instituciones prestadoras de servicios de salud.

Decreto 2676 de 2000

Por el cual se reglamenta la gestión integral de los residuos hospitalarios y similares.

Resolución 3374 de 2000

Por la cual se reglamentan los datos básicos que deben reportar los prestadores de servicios de salud y las entidades administradoras de planes de beneficios sobre los servicios de salud prestados.

Decreto 2763 de 2001

Por el cual se modifica el Decreto 2676 del 2000. Normas relacionadas con la Gestión Integral de Residuos Hospitalarios y similares, en lo concerniente a la presentación de informes ante la autoridad sanitaria y ambiental, estos deben ser presentados.

Decreto 1669 de 2002

Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 2676 de 2000. (En el tema de residuos radioactivos y residuos infecciosos y definiciones.)

Decreto 1505 de 2003

Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 1713 de 2002, en relación con los planes de gestión integral de residuos sólidos.

Resolución 2183 de 2004

Por el cual el Ministerio de la Protección Social adopta el manual de buenas prácticas de esterilización para prestadores de servicios de salud.

Decreto 2493 de 2004

CAPITULO II De la red de donación y trasplante 8. Cooperar con organismos y organizaciones internacionales, en todas aquellas acciones que se consideren como beneficiosas en el campo de los trasplantes. 9. Presentar semestralmente al Consejo Nacional de Seguridad Social en Salud, CNSSS, un informe sobre la situación actual de trasplantes.

Decreto 4741 de 2005

Por la cual se reglamenta parcialmente la prevención y el manejo de residuos o desechos peligrosos generados en el marco de la gestión integral (objeto, alcance y definiciones).

Decreto 3616 de 2005

Por el cual se establecen las denominaciones de los auxiliares en las áreas de la salud, se adoptan sus perfiles ocupacionales y de formación, los requisitos básicos de calidad de sus programas y se dictan otras disposiciones.

Decreto 4126 de 2005

Modifica al Decreto 2676 de 2000 y 1669 de 2002 sobre la gestión integral de residuos hospitalarios y similares (en almacenamiento temporal y disposición final).

Decreto 1011 de 2006

Por el cual se establece el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Salud del Sistema General de Seguridad Social en Salud.

Resolución 1043 de 2006

Por el cual se establecen las condiciones que deben cumplir los Prestadores de Servicios de Salud para habilitar sus servicios e implementar el componente de auditoría para el mejoramiento de la calidad de la atención y se dictan otras disposiciones.

Resolución 1043 de 2006

Por la cual se establecen las condiciones que deben cumplir los Prestadores de Servicios de Salud para habilitar sus servicios e implementar el componente de auditoría para el mejoramiento de la calidad de la atención y se dictan otras disposiciones.

Para conocer el origen del nombre de La Escuela de Odontología de La Universidad del valle , hay que trasladarse al año 1993 donde hubo muchos cambios en la universidad del valle a nivel organizacional y de asignación de rubros; anteriormente la universidad estaba dividida por departamentos, para el caso de la escuela de odontología se conocía como el departamento de estomatología, todo esto cambio debido a que en el año 1993 se debía implanto una ley que consistía en que debían ser nombrados los departamentos como escuelas y a su vez estas debían ser autosuficientes.

La universidad tiene dos fondos:

- Un fondo común que es el que asigna el gobierno y de este se hace la distribución a todos los rubros que se necesiten cara llevar a cabo los pregrados y cubrir los gastos que estos generen.
- Un fondo especial que es el que poseen las escuelas para generar rubros que permitan cubrir todos sus gastos y de esta manera ser

autosuficientes, para el caso de la escuela de odontología esta utiliza sus rubros para mejoramiento de clínicas y compra de materiales odontológicos entre otros elementos.

De las escuelas más lucrativas en la Universidad del Valle están:

- Escuela de medicina
- Escuela de odontología
- Escuela de salud pública

MARCO TRIBUTARIO

La Escuela de Odontología cumple sus obligaciones tributarias de manera general, ya que pertenece a la Universidad Del Valle y esta como entidad pública es quien se encargaría de tributar, pero al tener la figura de gran contribuyente por los años 2019 y 2020 según resolución 126635 DIAN del 14 de diciembre del 20018 no lo hace, a continuación, se presentan otros aspectos tributarios de La Universidad Del Valle:

- No contribuye de impuesto a la renta (artículo 23 del estatuto tributario)
- Agente retenedor de Renta, IVA e impuesto CREE
- No responsable de IVA (Art. 92 Ley 30 de 1992), por lo tanto, no pertenece al Régimen Común ni al Simplificado.
- Exenta de impuesto de timbre (Art. 532 del Estatuto Tributario).
- Actividad Educativa no gravada con Impuesto de Industria y Comercio.

- Entidad Pública no obligada a tener Revisor Fiscal (Art. 203 Código de Comercio).
- No responsable de impuesto CREE. (Dec. 862 de abril 26 2013 Min. Hacienda y Crédito Público).

2.2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR ODONTOLÓGICO

El sector de la odontología en Colombia se encuentra sumergido en una crisis por la falta de asociación. Según María Fernanda Atuesta, presidenta de la Federación Odontológica Colombiana, en Colombia solo existen dos entidades reconocidas ante el Ministerio de Salud y Protección Social: el Colegio Colombiano de Odontólogos y La Federación Colombiana de Odontólogos, las cuales se han visto disminuidas en cuanto a su número de socios, muy probablemente por la desinformación y los objetivos sin claridad.

A nivel empresarial, este sector se ve muy golpeado por la informalidad, la falta de políticas públicas, programas para su desarrollo y de liderazgo de sus propios actores para mitigar esta problemática. Instituciones gubernamentales como el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y el Ministerio de Trabajo podrían tener varias opciones, que realmente permitirían que se formalice, crezca y se fortalezca el empresario odontológico y, con él, su fuerza laboral para convertirse en un verdadero empresario.

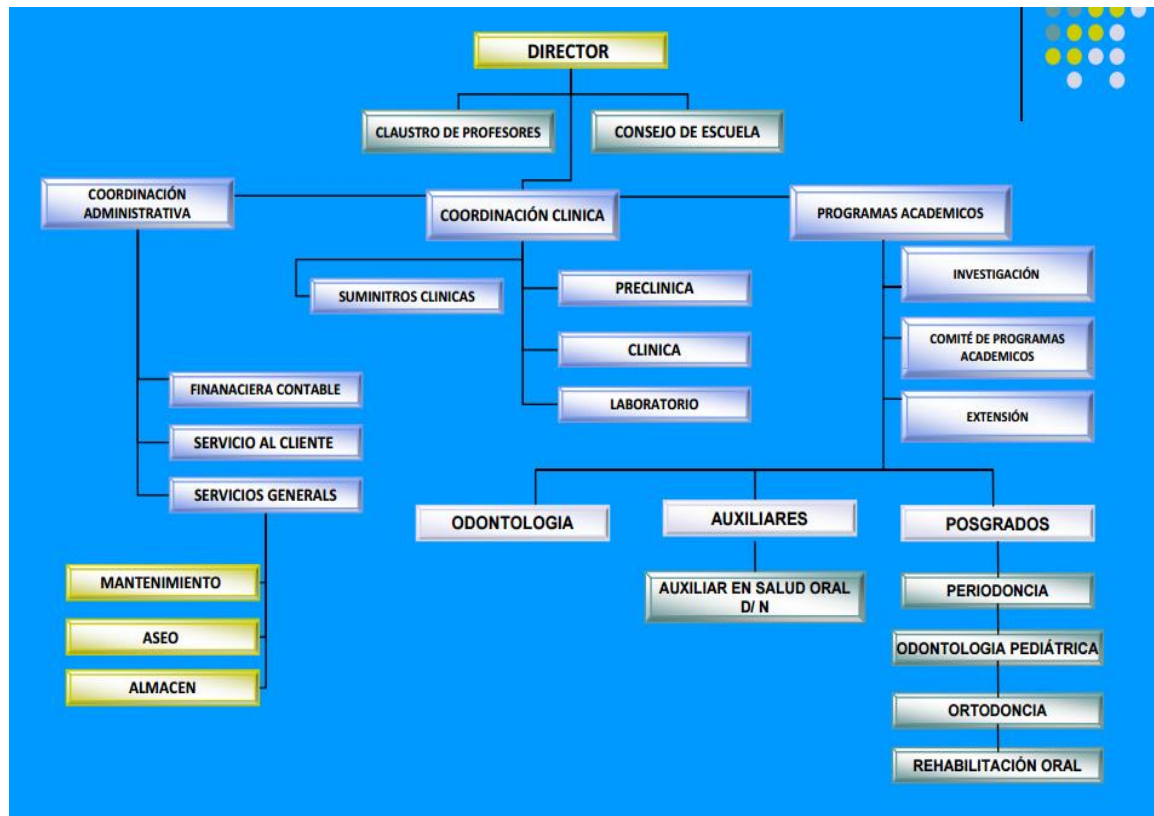
La Escuela de Odontología de La Universidad del Valle para poder competir en un sector que es tan disputado como el de la odontología, está teniendo

cambios en todas sus áreas y por su puesto como elemento fundamental un desarrollo en la prestación de la práctica estudiantil hacia la comunidad.

2.7 ANÁLISIS INTERNO

2.7.1 ORGANIGRAMA

Grafica N°11. Organigrama Escuela de Odontología Univalle



Fuente: <http://odontologia.univalle.edu.co/organigrama>

2.7.2 ÀREAS DE LA ESCUELA DE ODONTOLÓGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE

La Universidad del Valle define a nivel general los cargos y responsabilidades que deben tener las facultades y las escuelas, sin embargo La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle ha definido un organigrama y una distribución de áreas, está se compone de: Atención al cliente, archivo clínico, caja, financiera, secretaria académica pregrado y posgrado, coordinación de clínicas, central de clínicas, radiología, investigación, despacho material, servicios generales y la dirección de la escuela.

Tabla N°11. Área de Atención al cliente

ATENCION AL CLIENTE	
OBJETIVO DEL ÁREA	✓ Direccionar y atender oportunamente a las necesidades de los usuarios ✓ Recepción de pacientes de pregrado y posgrado
• META	✓ Lograr la satisfacción del cliente a partir de una atención oportuna y eficaz

RESPONSABILIDADES DEL ÁREA	✓ Responder las llamadas para agendar citas ✓ Agendar pacientes a los odontólogos asistenciales ✓ Registrar pacientes por primera vez ✓ Direccionar y atender las PQRSF de los pacientes
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°12. Área de Archivo clínico

ARCHIVO CLINICO	
OBJETIVO DEL ÁREA	✓ Custodiar las historias clínicas de los pacientes, para que los estudiantes cuando lo soliciten hagan

	uso de ellas para realizar su práctica estudiantil
• META	✓ Llevar a cabo todos los procesos relacionados con el manejo de las historias clínicas y así corroborar junto con los pacientes y estudiantes que los tratamientos se están cumpliendo a cabalidad
• RESPONSABILIDADES DEL ÁREA	✓ Apertura de historias clínicas ✓ Archivar historias clínicas ✓ Asentamiento de recibos en las historias ✓ Registro de pacientes ✓ Estadísticas de pacientes ✓ Cartera morosa de estudiantes ✓ Revisión de historias clínicas atendidas en el día ✓ Dejar historias clínicas en las

	respectivas clínicas ✓ Atención a pacientes y estudiantes
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°13 Área de. Caja

CAJA	
• OBJETIVOS DEL ÁREA	✓ Efectuar actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo, es decir recaudar ingresos para la institución
• META DEL AREA	✓ Garantizar el movimiento y control de dinero
	✓ Recibir y entregar dinero a

RESPONSABILIDADES DEL ÁREA	los usuarios ✓ Hacer el cierre de la caja ✓ Liquidar la caja y salvaguardarla ✓ Realizar informes sobre los movimientos de la caja
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°14. Área Financiera

FINANCIERA	
OBJETIVOS DEL ÁREA	✓ Tramitar pagos por interfinanzas a proveedores, y contratistas de prestación de servicios.
METAS DEL AREA	✓ Coordinar los procesos académicos en la escuela de odontología que involucran a los estudiantes y docentes ✓ Alcanzar procesos de calidad

	académica
• RESPONSABILIDADES	✓ Realizar ordenes contractuales a proveedores de productos dentales , odontólogos asistenciales y prestación de servicios ✓ Hacer seguimiento a los odontólogos asistenciales sobre el número de pacientes atendidos cumpla la meta propuesta ✓ Realizar los pagos y revisar los papeles de entrega de los proveedores ✓ Digitalizarlos en interfinanzas

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°15. Área Secretaria académica posgrado y pregrado

SECRETARIA PREGRADO Y POSGRADOS	
• OBJETIVOS DEL ÁREA	✓ Gestionar con el área de registro académico de la universidad todos los procesos académicos del programa ✓ Coordinar el avance y el desarrollo de la reforma curricular del plan de estudios de odontología
• METAS DEL AREA	✓ Presentar servicios profesionales de apoyo a los procesos académicos en el programa de odontología
• RESPONSABILIDADES	✓ Preparar respuesta de correspondencia ✓ Mantener actualizadas las bases de datos y listados de estudiantes ✓ Efectuar la citación a

	reuniones ✓ Manejo del sistema SABS (sistemas de administración de bienes y servicios) gestión documental ✓ Revisar las fichas académicas ✓ Seguimiento de procesos académicos ✓ Elaborar contenidos programáticos
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°16. Área Coordinación de clínicas

COORDINACIÓN DE CLINICAS	
• OBJETIVOS DEL ÁREA	✓ Lograr el engranaje clínico ✓ Validación y cumplimiento de las normas de calidad

• METAS DEL AREA	✓ Generar procesos articulados en la Escuela de Odontología, que vayan en pro del cumplimiento de la misión y visión de la misma
• RESPONSABILIDADES	✓ Realizar comités de seguimiento ✓ Cumplimiento de condiciones clínicas ✓ Responder las PQRSF ✓ Manejo del riesgo biológico ✓ Cumplimientos de horarios en clínica

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°17. Área Central clínicas

CENTRAL CLINICAS	
• OBJETIVOS DEL ÁREA	✓ Velar por el buen funcionamiento del área clínica ✓ Cumplir con el uso de medios de protección personal ✓ Seguir las directrices de la Escuela para el manejo que hacen los estudiantes con respecto al material odontológico
• METAS DEL AREA	✓ Lograr un trabajo multidisciplinario a partir de la atención al cliente (estudiante, odontólogo, usuario, paciente), es decir ofrecer solución a la necesidad del usuario-cliente

• RESPONSABILIDADES	✓ Orientar en el servicio a los pacientes ✓ Preparar materiales e insumos ✓ Suministrar materiales odontológicos ✓ Solicitar abastecimiento de materiales odontológicos para la clínica ✓ Reportar daños y pérdidas en equipos y planta física de la clínica ✓ Rotular los materiales de suministros ✓ Elaborar materiales de uso y de consumo odontológico ✓ Entrega de historias clínicas a estudiantes para realizar la atención en la clínica ✓ Supervisar el buen uso del material y de los equipos
---	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°18. Área Radiología

RADIOLOGIA	
OBJETIVOS DEL ÁREA	✓ Es el área responsable del procedimiento diagnóstico, realización, procesamiento e interpretación de las imágenes.
METAS DEL AREA	✓ Realizar todos los exámenes solicitados, tanto de los pacientes ingresados, como los de la consulta externa y urgencias
• RESPONSABILIDADES	✓ Proporcionar ayudas al diagnóstico a través de los resultados de estudios radiológicos ✓ Realizar exámenes radiográficos (panorámicas, periapicales parciales, periapical total), tomografías

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°19. Área de Investigación

INVESTIGACIÓN	
• OBJETIVOS DEL ÁREA	✓ Custodiar documentos ✓ Atender la agenda ✓ Saber utilizar los recursos de la oficina ✓ Atender visitas ✓ Recibir documentos
• METAS DEL AREA	✓ Coordinar los procesos relacionados con la investigación de la Escuela de odontología y con los el aval de comités

• RESPONSABILIDADES	✓ Monitorear, responder y reenviar correos entrantes de manera constante ✓ Redactar, archivar y revisar documentos, tales como recibos, reportes, memos, hojas de cálculos y otros ✓ Archivar y organizar documentos, tanto físicos como digitales, incluyendo correos electrónicos, recibos, reportes y otros documentos administrativos ✓ Coordinar y agendar reuniones de negocios, entrevistas, citas, eventos corporativos y otras actividades afines ✓ Agendar fechas, hora y lugar para reservar los salones de para realización de sustentaciones de tesis ✓ Confirmar la reserva de
---	---

	salones o locales y coordinar las actividades como las sustentaciones de tesis ✓ Elaboración cartas aval de ética para presentarlas ante el comité ✓ Encargarse de la coordinación general de la oficina y resolver cualquier problema o requerimiento administrativo ✓ Solicitar y acordar la reparación y mantenimiento de los equipos de oficina. ✓ Solicitar nuevos suministros y hacerse cargo del inventario
--	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°20. Área Despacho de material

DESPACHO DE MATERIAL	
• OBJETIVOS DEL´ÁREA	✓ Tener el material disponible es decir al día ✓ Manejar los mejores estándares de calidad en cuanto al material que se compra para el uso de las clínicas
• METAS DEL AREA	✓ Coordinar los procesos relacionados con la entrega y compra de insumos para poder dotar a las clínicas de la Escuela con el material necesario y de calidad
	✓ Compra y Almacenamiento

RESPONSABILIDADES	de Insumos ✓ Entrega y control de Insumos ✓ Planes de Mejoramiento Continuo y Apoyo a la Dirección de Escuela
---	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°21. Área Servicios generales

SERVICIOS GENERALES	
OBJETIVOS DEL ÁREA	✓ Mantener una buena limpieza utilizando elementos de protección personal y así cuidar a las personas que hacen parte de la Escuela, protegiéndolas de cualquier accidente relacionado con el aseo de las instalaciones
METAS DEL AREA	✓ Velar por que la escuela este limpia y desinfectada, logrando un buen ambiente para quienes conforman la

	Escuela, estudiantes, docentes, colaboradores y usuarios
RESPONSABILIDADES	✓ Barrer ✓ Trapear ✓ Lavar ✓ Desinfectar las clínicas ✓ Aspirar los alrededores de la Escuela

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°22. Área Dirección de la Escuela

DIRECCIÓN DE LA ESCUELA	
OBJETIVO DEL ÁREA	✓ Garantizar la excelencia profesional dentro de una perspectiva de formación integral

• METAS DEL AREA	✓ Procurar un bienestar integral para estudiantes, personal, profesores que prestan servicio a la Escuela
• RESPONSABILIDADES	✓ Coordinar acciones necesarias para dar cumplimiento a las disposiciones curriculares ✓ Suministrar información y colaborar en la elaboración y actualización de los programas de las asignaturas ofrecidas ✓ Coordinar y supervisar la programación académica y el desarrollo de las actividades curriculares ✓ Proceso de vinculación laboral ✓ Atender los requerimientos y solicitudes interinstitucionales

Fuente: Elaboración Propia

2.7.3 INGRESOS AÑO 2018 MES A MES DE LA ESCUELA DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE

Tabla N°23. Ingresos mes a mes año 2018 de la Escuela de Odontología de Univalle

MES	INGRESOS MES	ACUMULADO
Enero	\$33.174.000	\$33.174.000
Febrero	\$109.856.050	\$143.030.050
Marzo	\$62.700.250	\$205.730.300
Abril	\$78.398.000	\$284.128.300
Mayo	\$103.273.000	\$387.401.300
Junio	\$81.648.544	\$469.049.844
Julio	\$25.683.000	\$494.732.844
Agosto	\$117.960.807	\$612.693.651
Septiembre	\$86.426.350	\$699.120.001
Octubre	\$84.540.550	\$783.660.551
Noviembre	\$95.102.850	\$878.763.401
Diciembre	\$73.264.500	\$952.027.901
TOTAL INGRESOS	\$952.027.901	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se pueden observar los ingresos mes a mes del año 2018; de La Escuela de Odontología de La Universidad del Valle, identificando que a pesar de ser una entidad del estado que presta servicios odontológicos a precios asequibles los montos de cada mes solventan necesidades inmediatas a nivel administrativo, infraestructura, etc.

2.7.4 DIAGRAMA DE PROCESOS DE LA ESCUELA DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE

Grafica N°12. Diagrama de procesos de la Escuela de Odontología de Univalle



Fuente: Elaboración propia

2.7.5 ANALISIS COMPARATIVO ENTRE LOS PRECIOS EN LOS TRATAMIENTOS ODONTOLOGICOS QUE OFRECEN LA UNIVERSIDAD DEL VALLE, COLEGIO ODONTOLOGICO Y LA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI

Tabla N°24. Análisis Comparativo-Univalle

ESCUELA ODONTOLOGÍA UNIVALLE	
PROCEDIMIENTO	PRECIO
VALORACIÓN	\$ 6.000
APERTURA HISTORIA CLINICA	\$6.000-\$10.000
RESINAS	\$5.000-\$50.000
PROFILAXIS	\$20.000-\$50.000
EXODONCIAS	\$6.000-\$150.000
PROTESIS TOTAL	\$200000-\$400000
PROTESIS REMOVIBLE	\$250000-\$600000
PROTESIS PARCIAL FIJA	\$300000-\$750000

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°25. Análisis Comparativo-Colegio Odontológico

COLEGIO ODONTOLÓGICO	
PROCEDIMIENTO	PRECIO
VALORACIÓN	\$ 21.000
APERTURA HISTORIA CLINICA	\$20.000-\$25.000
RESINAS	\$60.000-\$150.000
PROFILAXIS	\$20.000-\$50.000
EXODONCIAS	\$60.000-\$70.000
PROTESIS TOTAL	\$200.000-\$1.000.000
PROTESIS REMOVIBLE	\$800.000-\$900.000
PROTESIS PARCIAL FIJA	\$300.000-\$900.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°26. Análisis Comparativo-Universidad Santiago De Cali

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI	
PROCEDIMIENTO	PRECIO
VALORACIÓN	\$5.000-\$10.000
APERTURA HISTORIA CLINICA	\$5.000-\$10.000
RESINAS	\$50.000-\$100.000
PROFILAXIS	\$20.000-\$50.000
EXODONCIAS	\$20.000-\$70.000
PROTESIS TOTAL	\$35.000-\$100.000
PROTESIS REMOVIBLE	\$40.000-\$100.000
PROTESIS PARCIAL FIJA	\$50.000-\$100.000

Fuente: Elaboración propia

2.7.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS EN LOS TRATAMIENTOS ODONTOLÓGICOS DE LAS 3 ORGANIZACIONES

Tabla N°27. Ventajas y desventajas en los tratamientos Odontológicos de las 3 organizaciones

INSTITUCIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
ESCUELA DE ODONTOLOGÍA UNIVERSIDAD DEL VALLE	• Materiales de buena calidad para realizar los procedimientos. • Se definen tarifas para los procedimientos. • procedimientos más económicos. • Los pacientes son quienes cancelan los procedimientos.	• Infraestructura por remodelar. • Poca publicidad. • Requisitos predominan en la atención de un paciente.
UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI	• Infraestructura moderna. • Prótesis mas económicas por que cuentan con un laboratorio de mecánica dental. • Buena publicidad. • Se atiende cualquier paciente y se tiene en cuenta como requisito.	• Los estudiantes corren con los gastos de los pacientes. • Se cobra por consulta, para el uso de la unidad.
COLEGIO ODONTOLÓGICO	• Infraestructura moderna. • Buena publicidad. • Se atiende cualquier paciente y se tiene en cuenta como requisito.	• Los estudiantes corren con los gastos de los pacientes. • Procedimientos más costosos. • Se cobra por consulta, para el uso de la unidad.

Fuente: Elaboración propia

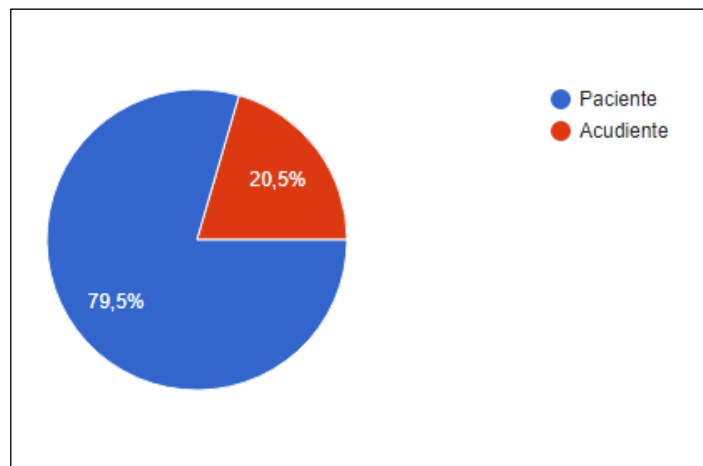
CAPITULO 3. TABULACION ENCUESTAS, MATRICES, ESTRATEGIAS Y MODELO SUGERIDO PARA LA ESCUELA DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE

3.1CLIENTE EXTERNO

En este caso se utilizaron como objeto de estudio los usuarios que hacen uso de los servicios que presta la Escuela de Odontología de la Universidad del Valle en las diferentes especialidades, conformando una muestra de 337 personas a encuestar.

a. ¿Usted es?

Grafica N°13. Es paciente o acudiente

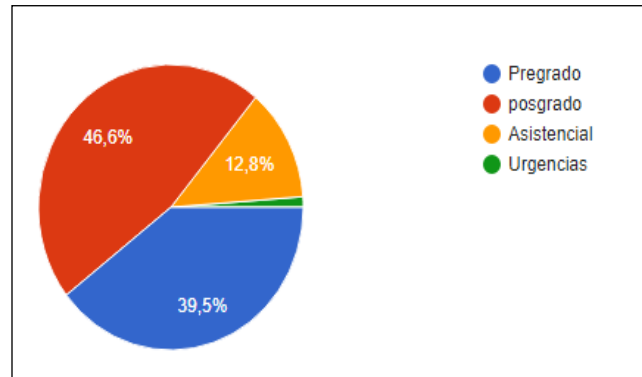


Fuente: Elaboración propia

- De los participantes en la encuesta de cliente externo de la Escuela de Odontología de Univalle, Se determinó que el 79,5% de los encuestados son pacientes y el 20,5% acudientes.

b. ¿Cuál es su área de atención?

Grafica N°14. Área de atención a la que pertenecen los pacientes

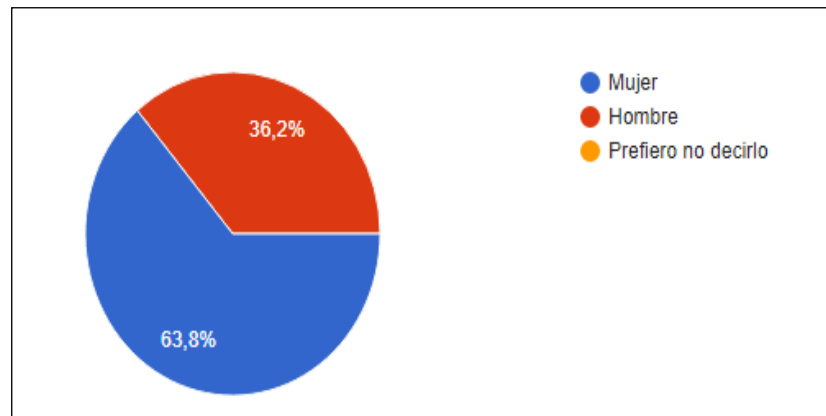


Fuente: Elaboración propia

- De los encuestados un 39,5% son atendidos en pregrado, el 46,6% es atendido en la clínica de posgrado, un 12,8% son atendidos por asistenciales y un 1,2% pertenecen a urgencias.

c. Genero

Grafica N°15. Genero de los participantes

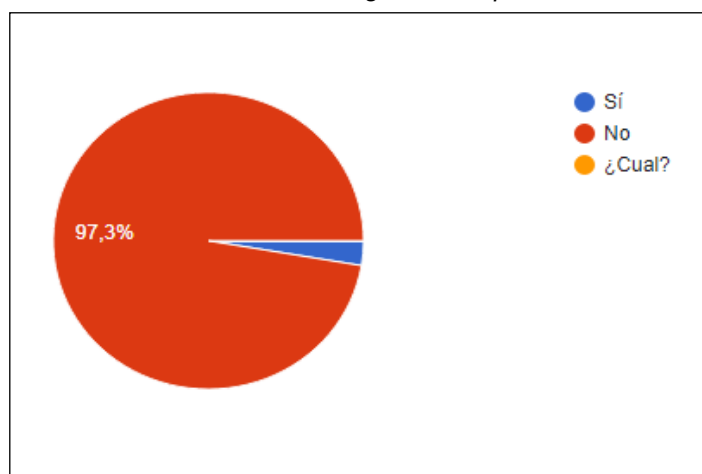


Fuente: Elaboración propia

- De los participantes en la encuesta de cliente externo de la Escuela de Odontología de Univalle, Se determinó que el 63,8% de los encuestados fueron mujeres y el 36,2% hombres.

d. ¿Presenta alguna discapacidad física?

Grafica N°16. Presenta alguna discapacidad física

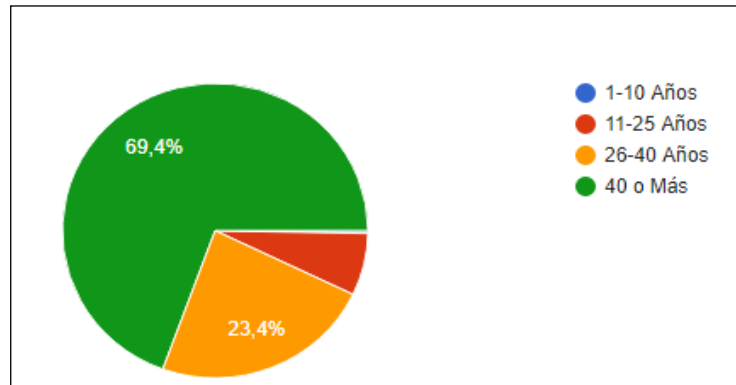


Fuente: Elaboración propia

- De los participantes en la encuesta de cliente externo de la Escuela de Odontología de Univalle, Se determinó que el 97,3% de los encuestados no presenta discapacidad y el 2,7% sí.

e. SU EDAD ESTA ENTRE

Grafica N°17. Edad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

- De los encuestados un 6,8% estuvo entre 11-25, otro 23,4% estuvo entre 26-40 años y un 69,4 entre 40 o más, para obtener como resultado un 100% equivalente a las 337 encuestas realizadas.

En las preguntas, que se analizan a continuación se utilizó la escala de Likert. Su interpretación se realiza con las siguientes series

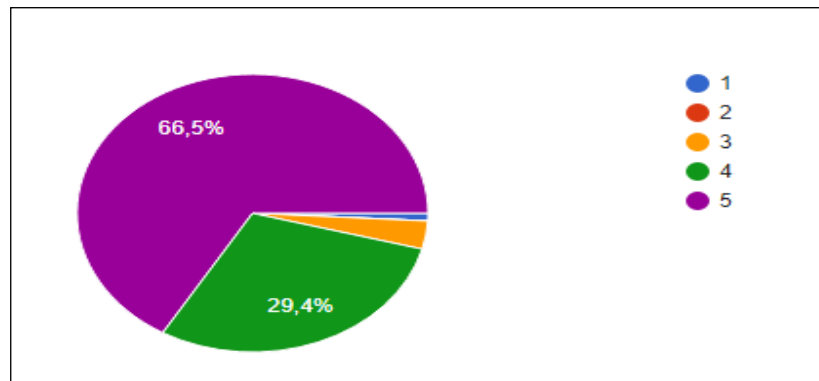
1	2	3	4	5
Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno

SERVICIOS

✓ Servicios administrativos

1. Hay Claridad en la información recibida sobre el servicio que ofrece La Escuela de Odontología de Univalle

Grafica N°18. Claridad en la información

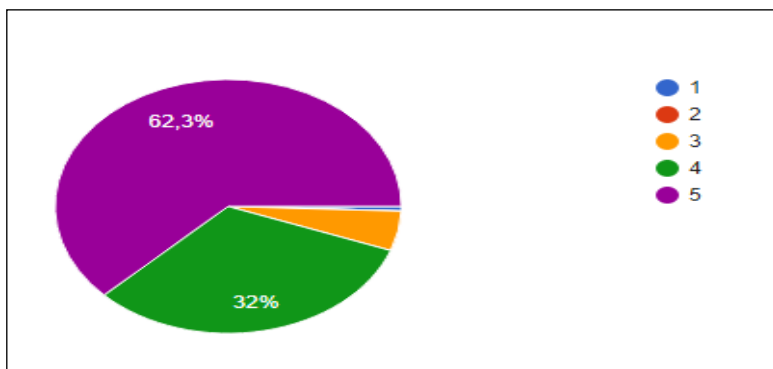


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la claridad en la información el 0,9 considera que es muy mala, un 3,3% considera que es regular, un 29,4% considera que es buena y para el 66,5% es excelente.

2. Hay Claridad en los pasos sobre el servicio que ofrece La Escuela de Odontología de Univalle

Grafica N°19. Claridad en los pasos sobre el servicio

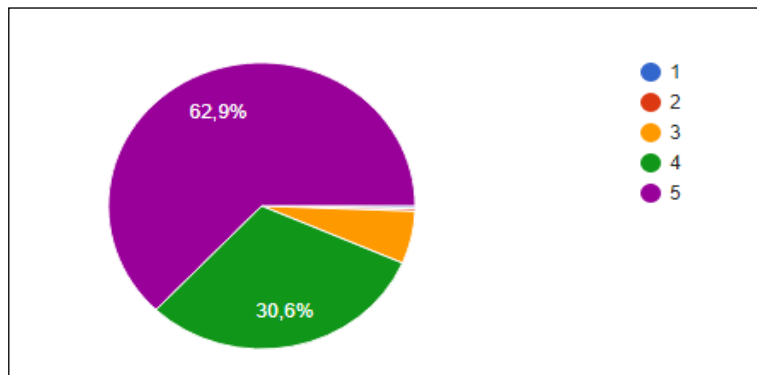


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la claridad en los pasos para obtener el servicio que ofrece la Escuela el 0,6 considera que es muy mala, un 5% considera que es regular, un 32% considera que es buena y para el 62,3% es excelente.

3. Orientación durante la permanencia en La Escuela de Odontología de Univalle.

Grafica N°20. Orientación

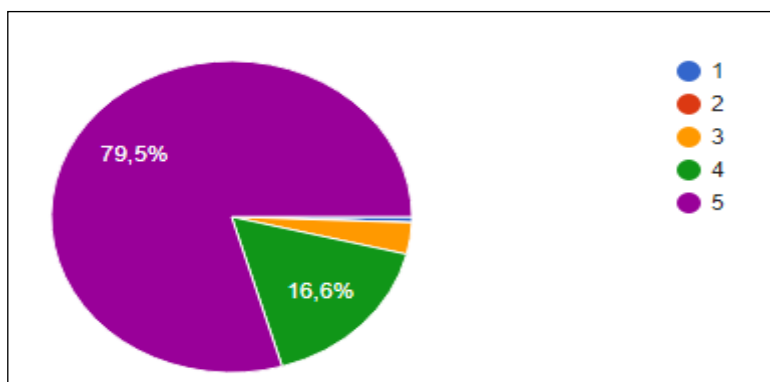


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 0,3 considera que la orientación dentro de la Escuela es muy mala, un 0,3% considera que es mala, un 5,9% considera que es regular, para el 30,4% es buena y un 62,9 % considera que es excelente.

4. Amabilidad del personal

Grafica N°21. Amabilidad del personal al momento de atender al usuario

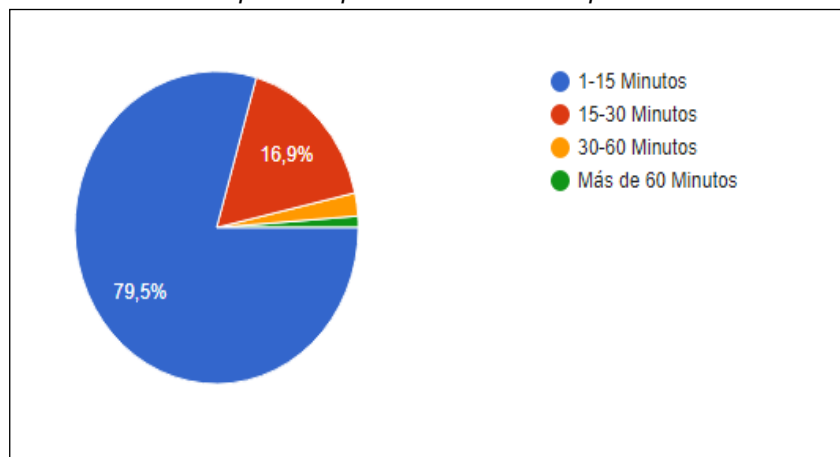


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la amabilidad del personal al momento de prestar el servicio el 0,6 considera que es muy malo, un 3,3% considera que es regular, un 16,6% considera que es bueno y para el 79,5% es excelente.

5. Cuanto tiempo tuvo que esperar para acceder al servicio

Grafica N°22. Tiempo de espera de los usuarios para obtener el servicio

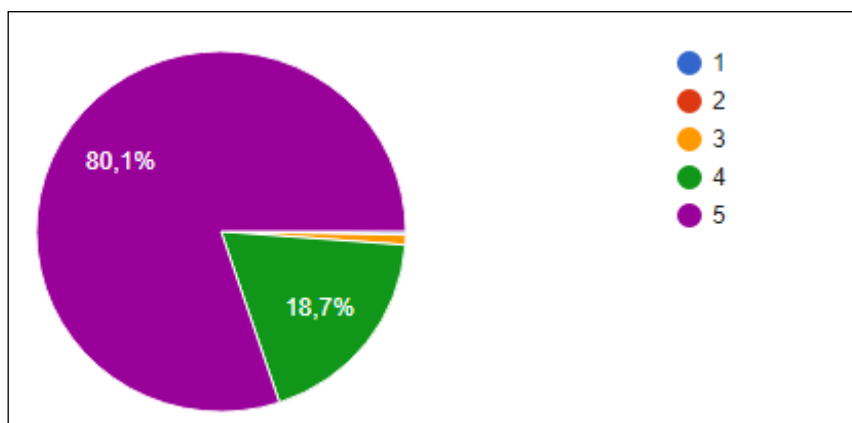


Fuente: Elaboración propia

- De los encuestados un 79,5% tuvo que esperar entre 1-15 minutos, el 16,9% tuvo que esperar entre 15-30 minutos, un 2,4% esperó entre 30-60 minutos y el 1,2% esperó más de 60 minutos.

6. Presentación personal de los funcionarios.

Grafica N°23. Presentación de los funcionarios



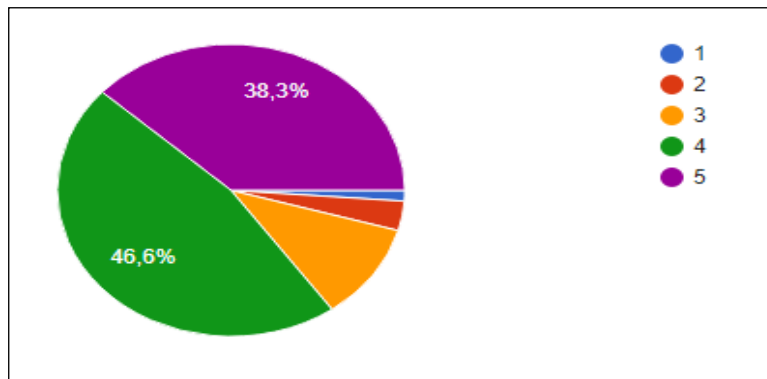
Fuente: Elaboración propia.

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la presentación personal de los funcionarios el 0,3 considera que la presentación es muy mala, un 0,9% considera que es regular, un 18,7% considera que es buena y para el 80,1% es excelente.

✓ Infraestructuras

7. El acceso a La Escuela de Odontología

Grafica N°24. Acceso a la Escuela

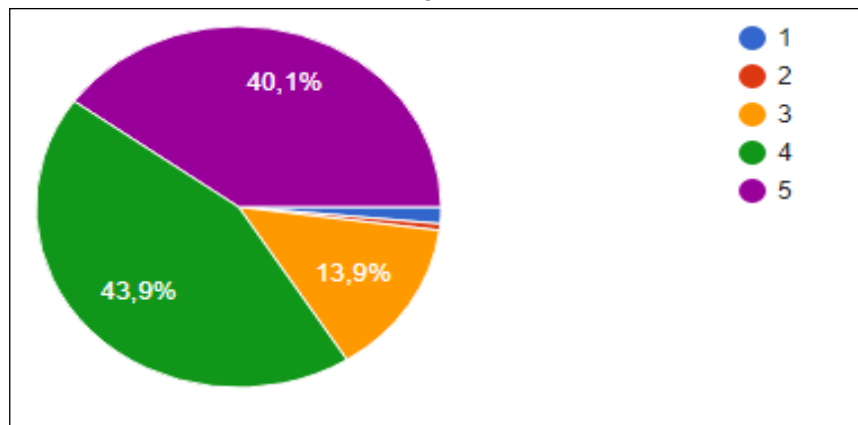


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen el acceso a la Escuela un 1,2 considera que es muy malo, un 3,3% considera que es malo, un 10,7% considera que es regular, para el 46,6% es bueno y un 38,3 % considera que es excelente.

8. Mantenimiento e imagen de las instalaciones

Grafica N°25. Mantenimiento e imagen de las instalaciones de la Escuela

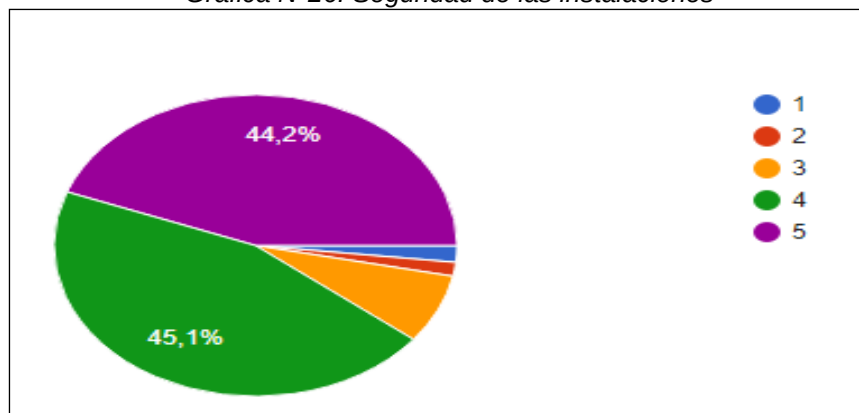


Fuente: Elaboración propia.

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen el mantenimiento e imagen de la Escuela el 1,5% considera que son muy malos, un 0,6% considera que son malos, un 13,9% considera que son regulares, para el 43,9% son buenos y un 40,1% considera que son excelentes.

9. Seguridad de las instalaciones

Grafica N°26. Seguridad de las instalaciones

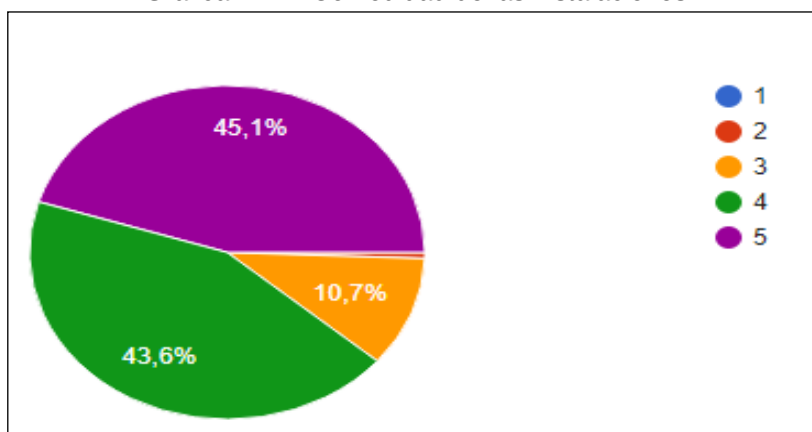


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 1,8% considera que la seguridad de las instalaciones es muy mala, un 1,5% considera que es mala, un 7,4% considera que es regular, para el 45,1% es buena y un 44,2 % considera que es excelente.

10. Comodidad de las instalaciones

Grafica N°27. Comodidad de las instalaciones

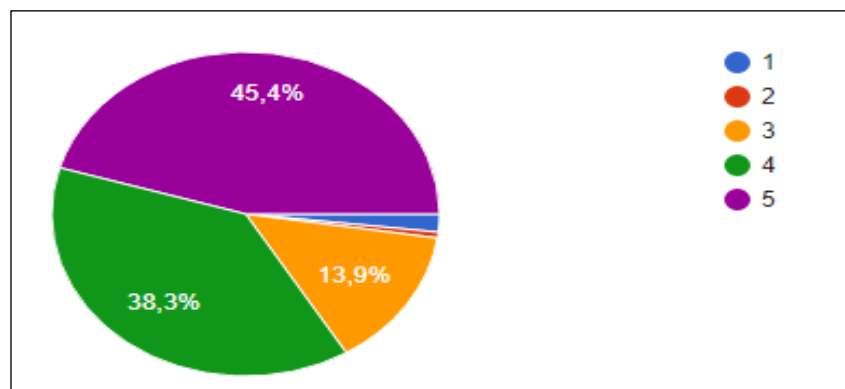


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 0,6% considera que la comodidad de las instalaciones es mala, un 10,7 % considera es regular, para 43,6% es buenas y un 6,7% considera que es excelente.

11. Aseo general

Grafica N°28. Aseo general

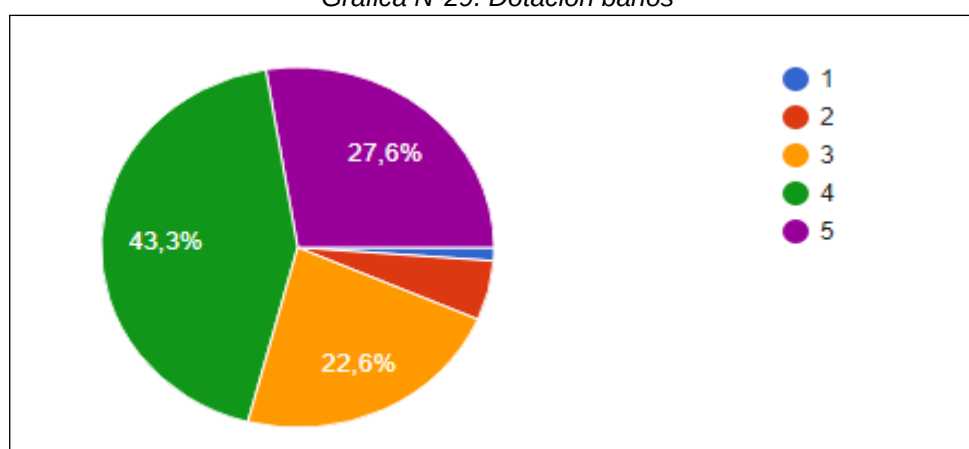


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen el aseo el 1,8% considera que es muy malo, un 0,6% considera que es malo, un 13,9% considera que es regular, para el 38,3% es bueno y un 45,4 % considera que es excelente.

12. Dotación de baños

Grafica N°29. Dotación baños

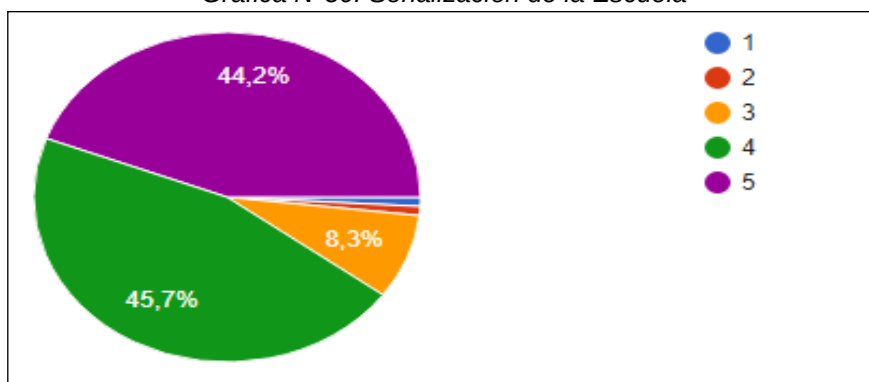


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la dotación de los baños el 1,2% considera que es muy mala, un 5,3% considera que es mala, un 22,6% considera que es regular, para el 43,3% es buena y un 27,6 % considera que es excelente.

13. Señalización

Grafica N°30. Señalización de la Escuela

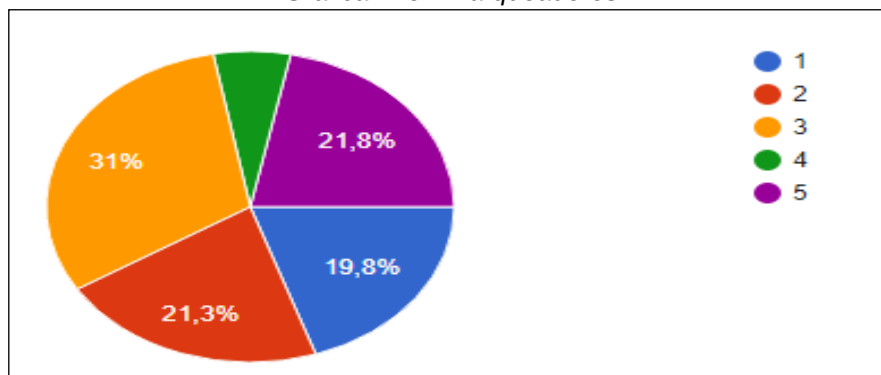


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 0,9% considera que la señalización de la Escuela es muy mala, para el 0,9% es mala, un 8,3% considera es regular, el 45,7% responde que es buena y un 44,2% considera que es excelente.

14. Disponibilidad de parqueaderos

Grafica N°31. Parqueaderos



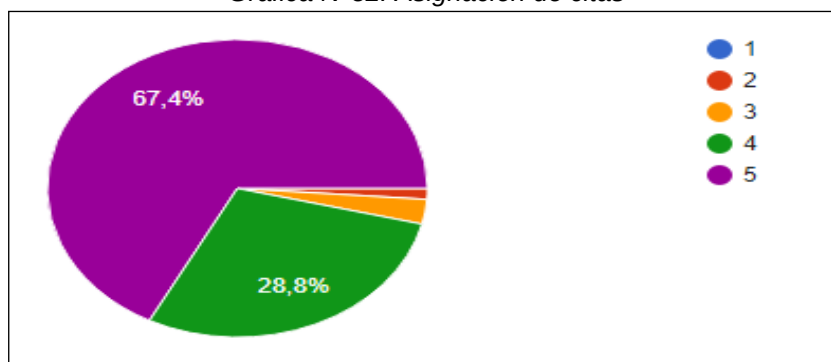
Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 19,8% considera que los parqueaderos de la Escuela son muy malos, para el 21,3% son malos, un 31% considera son regulares, el 6,1% responde que son buenos y un 21,8% considera que es excelente.

✓ Atención odontológica

15. Oportunidad en asignación de citas (tiempos de asignación de nueva cita).

Grafica N°32. Asignación de citas

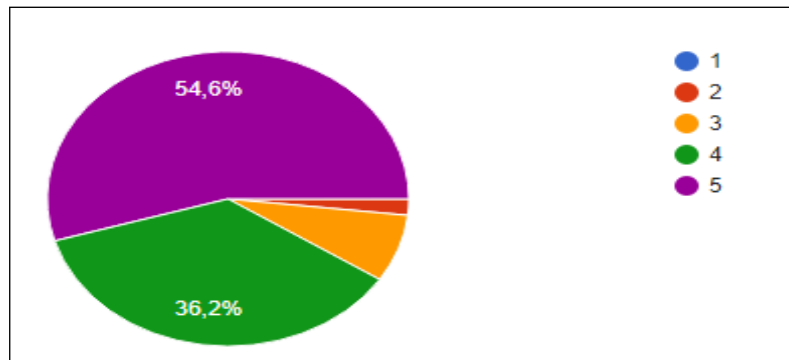


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la asignación de citas el 1,2% considera que es mala, un 2,7% considera que es regular, para el 28,8% es buena y un 67,4 considera que es excelente.

16. Oportunidad en la atención (posibilidad de la prestación del servicio sin retraso).

Grafica N°33. Prestación del servicio sin retraso

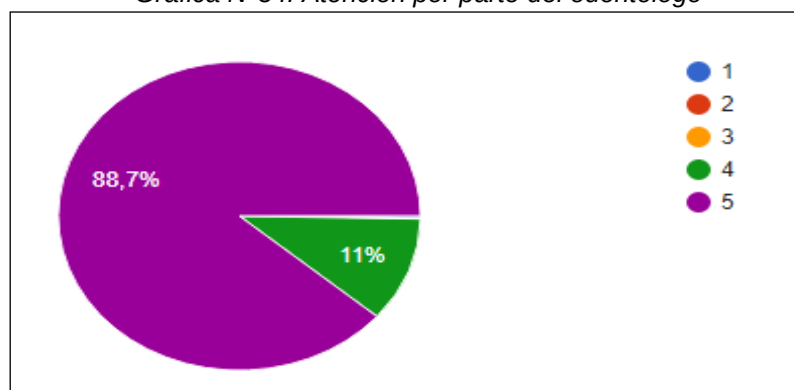


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la prestación del servicio sin retrasos el 1,8% considera que es mala, un 7,4% considera que es regular, para el 36,2% es buena y un 54,6 considera que es excelente.

17. Atención por parte del profesional de la salud que lo valoro

Grafica N°34. Atención por parte del odontólogo

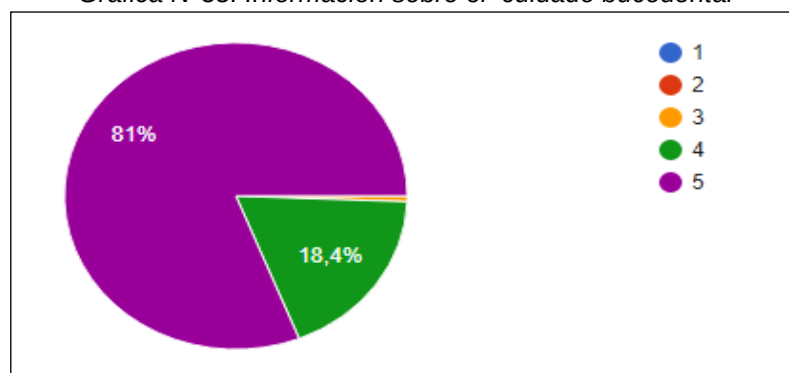


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la prestación del servicio por parte del odontólogo el 11% considera bueno y un 88,7% considera que es excelente.

18. Claridad sobre la importancia del cuidado bucodental

Grafica N°35. Información sobre el cuidado bucodental

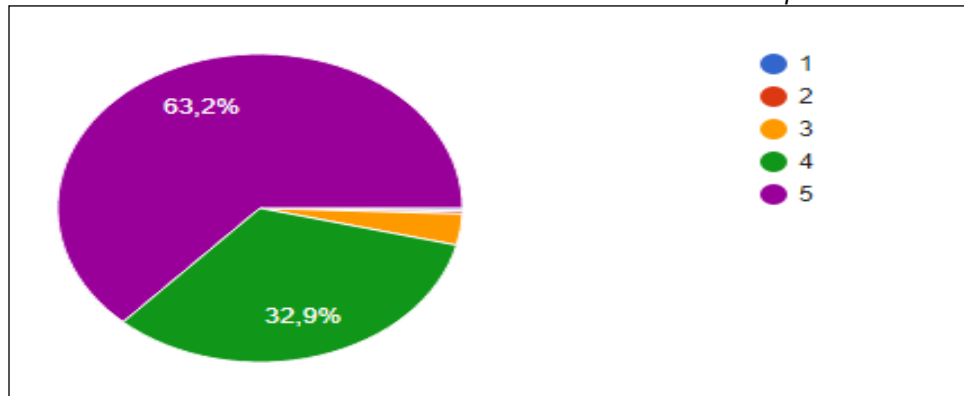


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen la claridad en la información sobre el cuidado bucodental, el 0,6% considera que es regular, un 18,4% considera que es buena y un 81% considera que es excelente.

19. Información sobre los presupuestos, procedimientos y formas de pago

Grafica N°36. Como reciben los usuarios la Información sobre la parte económica

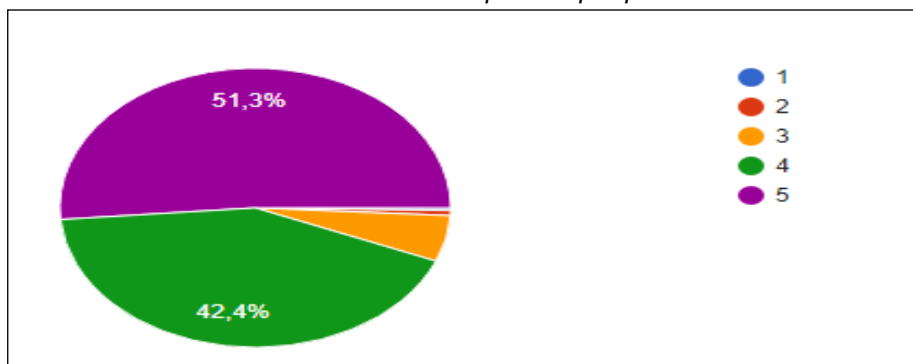


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta la información que reciben los usuarios sobre la parte económica de los procedimientos el 0,3% considera que es muy mala, un 0,3% considera que es mala, un 3,3% considera que es regular, para el 32,9% es buena y un 63,2% considera que es excelente.

20. Usted considera que los precios de la Escuela de Odontología de Univalle son

Grafica N°37. Consideración de los precios por parte de los usuarios

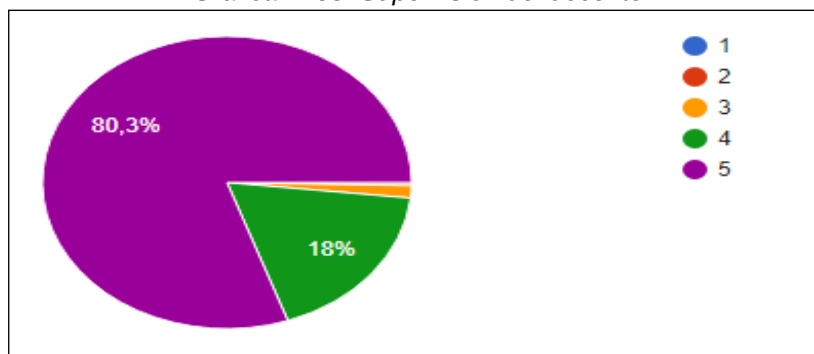


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados en cuanto a los precios que maneja la Escuela el 0,3% considera que son malos, un 0,6% considera que son muy malos, un 5,3% considera son regulares, para el 42,4% son buenos y un 51,3% considera que son excelentes.

21. Dentro de la atención prestada por parte del odontólogo, la supervisión del docente fue

Grafica N°38. Supervisión del docente

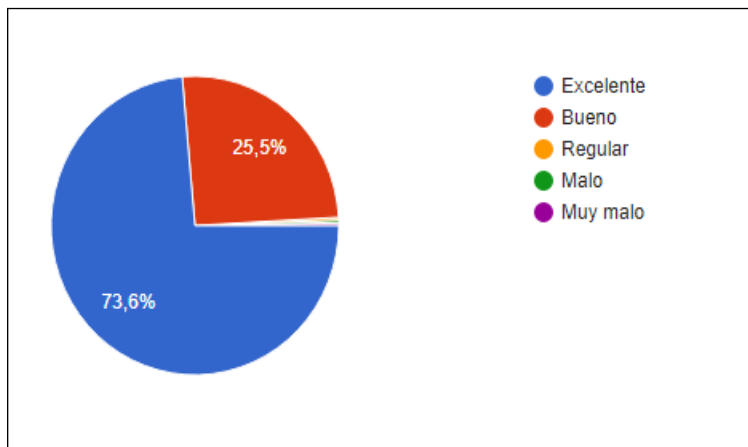


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta la supervisión del docente con los odontólogos el 0,83 considera que es mala, un 1,4% considera que es regular, para el 18% es buena y un 80,3 considera que es excelente.

22. En general, ¿Cómo califica el servicio que recibió en La Escuela de Odontología?

Grafica N°39. Calificación del servicio por parte de los usuarios

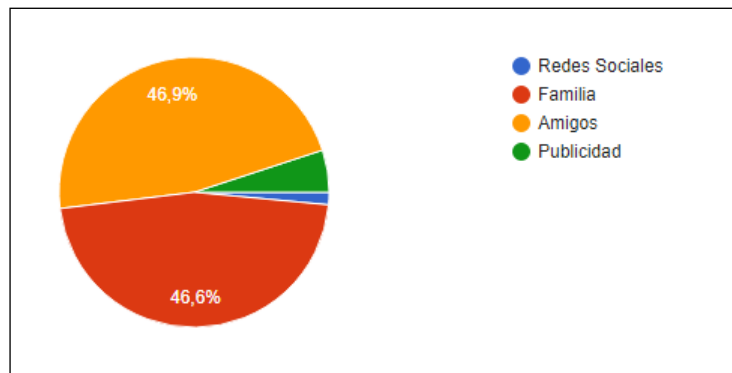


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen el servicio que presta la Escuela el 0,3% considera que es muy malo, un 0,3% considera que es malo, un 0,3% considera que es regular, para el 25,5% son buenos y un 73,6 % considera que es excelente.

23. ¿Cómo se enteró de los servicios que presta La Escuela de Odontología?

Grafica N°40. Como se enteraron los usuarios de los servicios

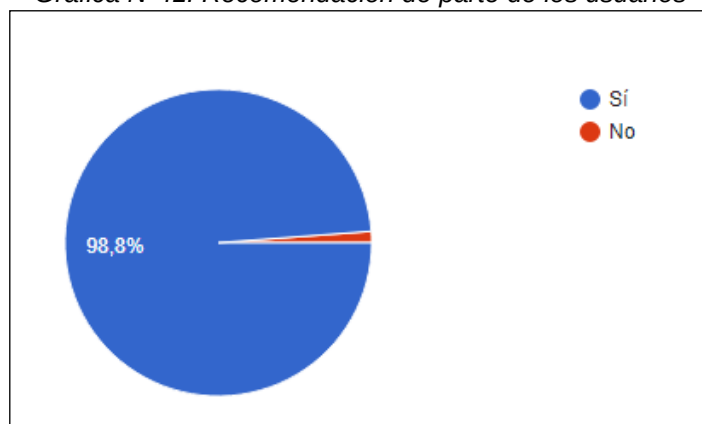


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados la manera como se enteraron de los servicios de la Escuela el 1,5% se enteró por redes sociales, un 46,6% por su familia, el 46,9% por amigos y el 5% por medio de la publicidad.

24. ¿Recomendaría a sus familiares y amigos los servicios de La Escuela de Odontología de Univalle?

Grafica N°41. Recomendación de parte de los usuarios



Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 98,8% recomendaría los servicios de La Escuela de Odontología, por otra parte el 1,2% no los recomendaría.

25. Teniendo en cuenta la pregunta anterior por que sí o por qué no recomendaría los servicios de La Escuela de Odontología de Univalle.

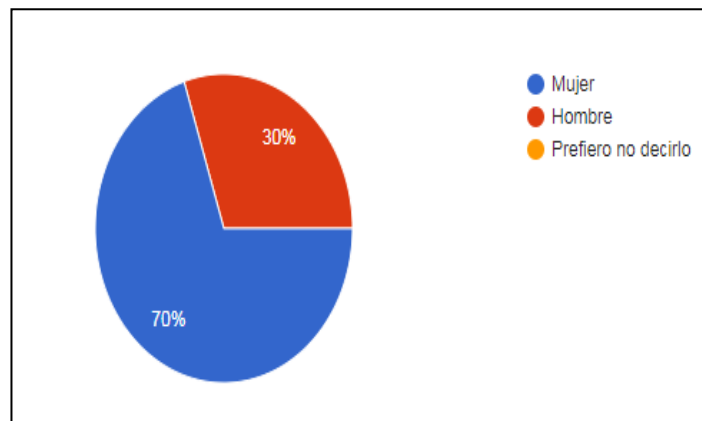
- Gran parte de los encuestados recomendaría la Escuela por su servicio, sus precios y la calidad académica.

3.2 CLIENTE INTERNO

En este caso se utilizaron como objeto de estudio los empleados de la Escuela de Odontología de la Universidad del Valle de las diferentes áreas conformando una población de 30 personas a encuestar.

a. GENERO

Grafica N°42. Genero de los participantes

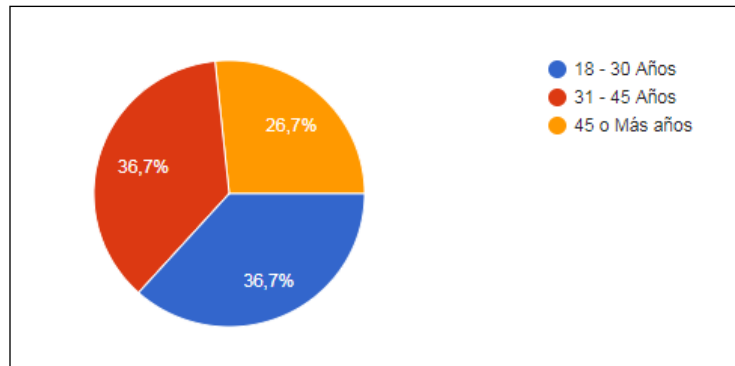


Fuente: Elaboración propia

- De los participantes en la encuesta de cliente interno de la Escuela de Odontología de Univalle, Se determinó que el 70% de los encuestados fueron mujeres y el 30% hombres.

b. SU EDAD ESTA ENTRE

Grafica N°43. Edad de los encuestados

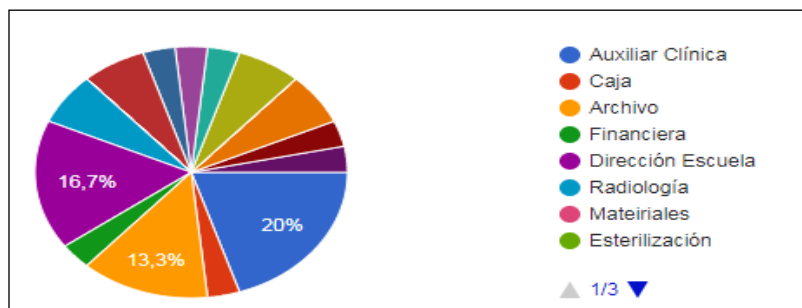


Fuente: Elaboración propia

- De los encuestados un 73,4% está entre 18 y 45 años, un 26,7% entre 45 o más, para obtener como resultado un 100% equivalente a las 30 encuestas realizadas.

c. AREA A LA QUE PERTENECE

Grafica N°44. Área a la que pertenecen los encuestados



Fuente: Elaboración propia

- De las 30 encuestas el 50% corresponde áreas como auxiliares de clínica, archivo clínico, la dirección de la escuela, el 23,1% corresponde a áreas como caja, financiera, coordinación de clínicas, secretaria académica, portero, docencia, secretaria posgrados y un 26,8% corresponde a radiología, servicios generales, atención al cliente, odontología asistencial.

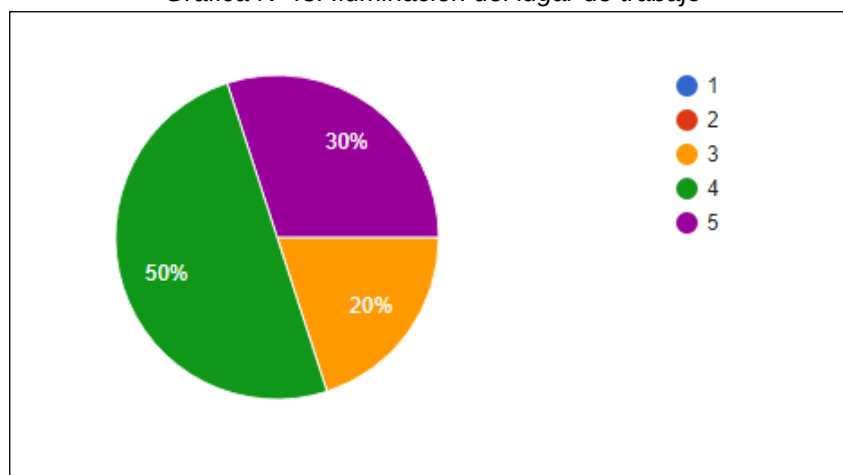
En las preguntas que se analizan a continuación se utilizó la escala de Likert. En las gráficas el análisis según los resultados se interpreta con la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno

1. Adecuación del lugar de trabajo

✓ Iluminación

Grafica N°45. Iluminación del lugar de trabajo

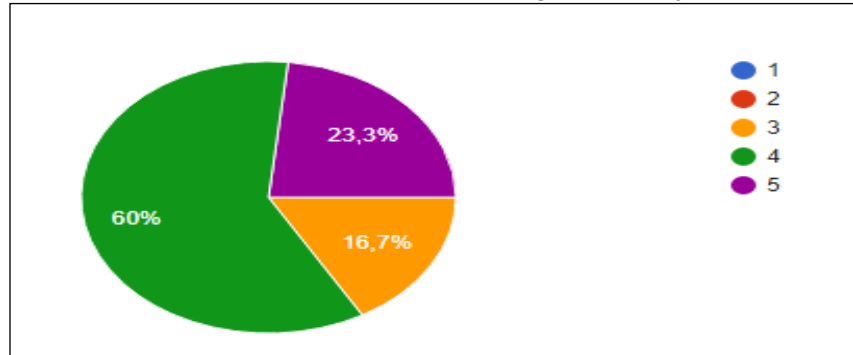


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 20% considera que la iluminación es regular, un 50% considera que es buena y un 30% muy buena.

✓ Ventilación

Grafica N°46. Ventilación del lugar de trabajo

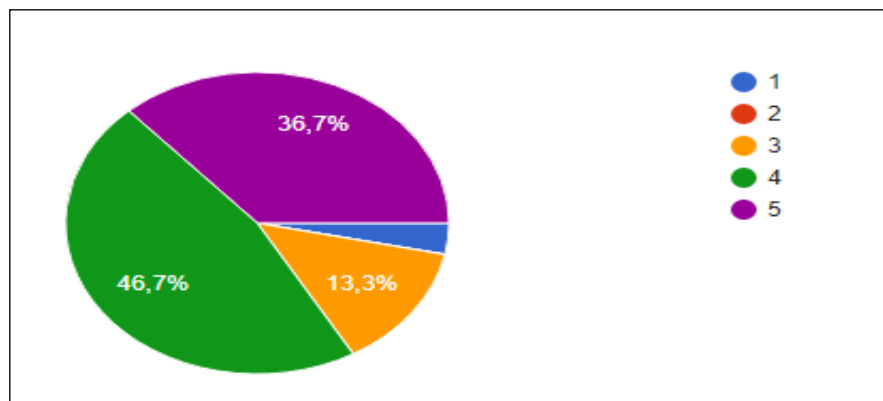


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 16,7% considera que la ventilación es regular, un 60% considera que es buena y un 23,3% muy buena.

✓ Temperatura

Grafica N°47. Temperatura del lugar de trabajo

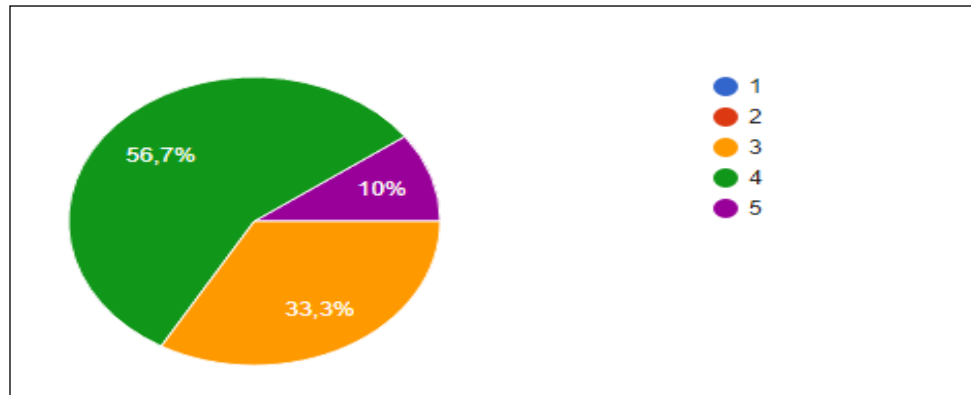


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 3,3% considera que la temperatura es muy mala, un 13,3 % considera que es regular, un 36,7% que es buena y un 46,7% muy buena.

✓ Orden del lugar de trabajo

Grafica N°48. Orden del lugar de trabajo

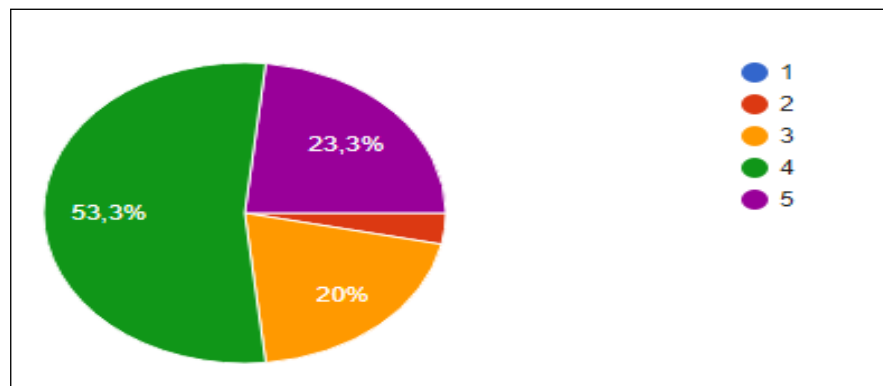


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 33,3% considera que el orden de su lugar de trabajo es regular, un 56,7 % considera que es bueno y un 10% muy bueno.

✓ Lugar de trabajo

Grafica N°49. Lugar de trabajo en general



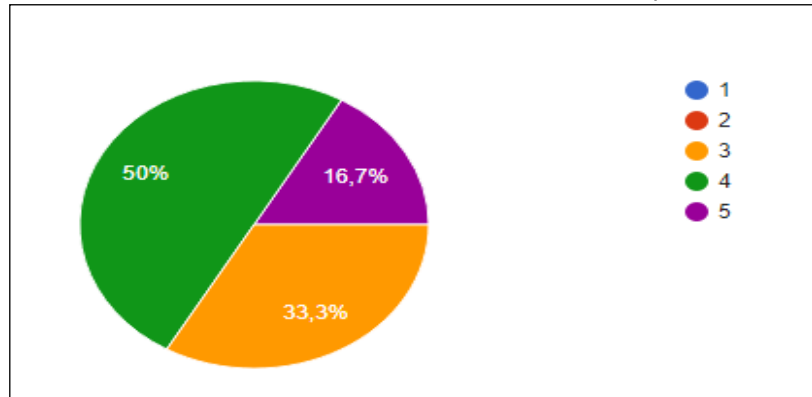
Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen su lugar de trabajo el 3,3% considera que es malo, un 20% considera que es regular, para el 53,3% es bueno y el 23,3% considera que es muy bueno.

2. Infraestructuras

✓ Baños

Grafica N°50. Baños tanto administrativos como públicos

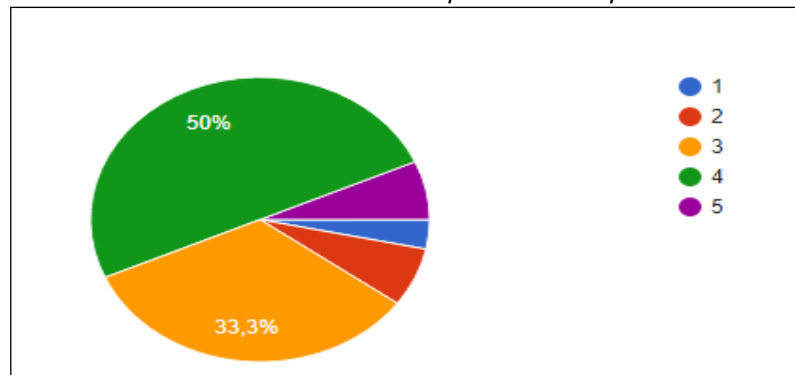


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 33,3% considera que los baños tanto administrativos como públicos son regulares, un 50% considera que son buenos y un 16,7% que son muy buenos.

✓ Salas de espera

Grafica N°51. Salas de espera de los 3 pisos



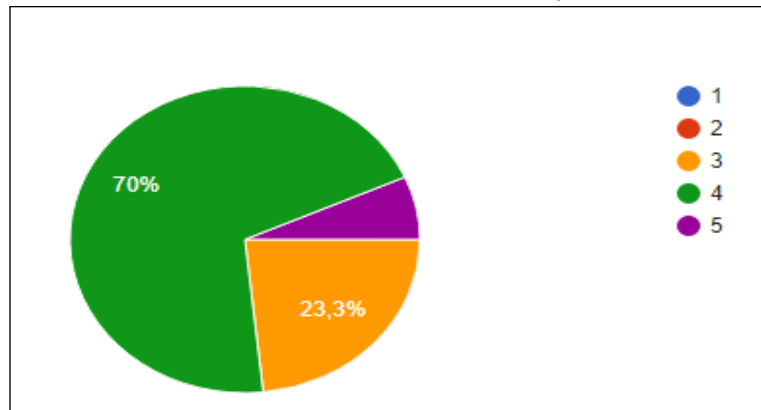
Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen las salas de espera el 3,3 considera que son muy malas, un 6,7% considera que son malas, un 33,3% considera que son

regulares, para el 50% son buenas y un 6,7 % considera que son muy buenas.

✓ Oficinas

Grafica N°53. Oficinas de los 3 pisos

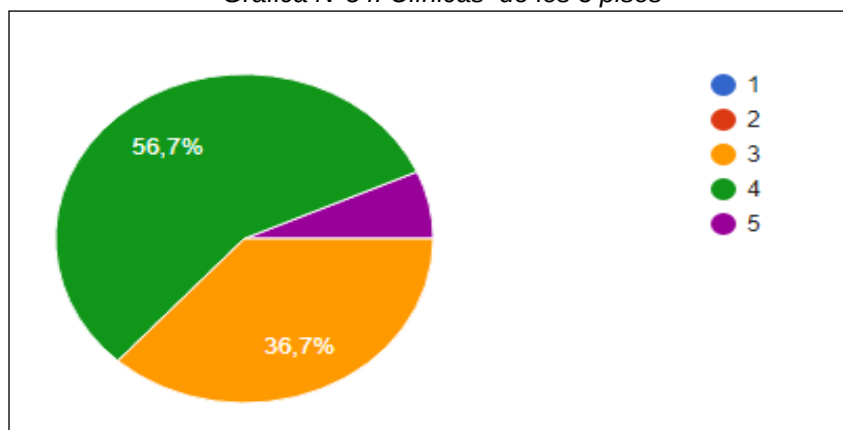


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 23,3% considera que las oficinas son regulares, un 70% considera que son buenas y un 6,7% que son muy buenos.

✓ Clínicas

Grafica N°54. Clínicas de los 3 pisos

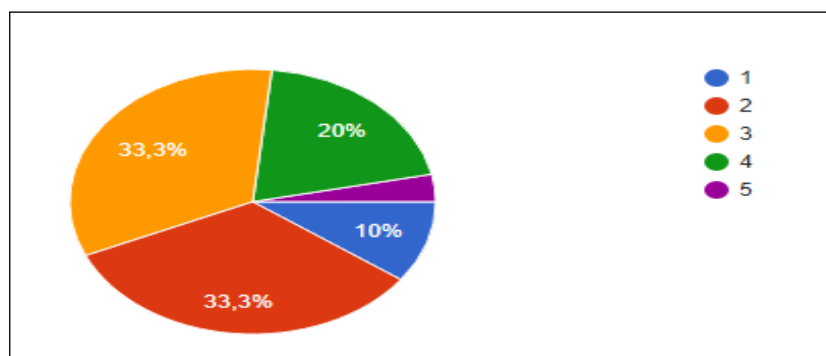


Fuente: Elaboración Propia

- De acuerdo a los encuestados el 36,7% considera que las clínicas son regulares, un 56,7% considera que son buenas y un 6,7% que son muy buenos.

✓ Parqueaderos

Grafica N°55. Parqueaderos Escuela



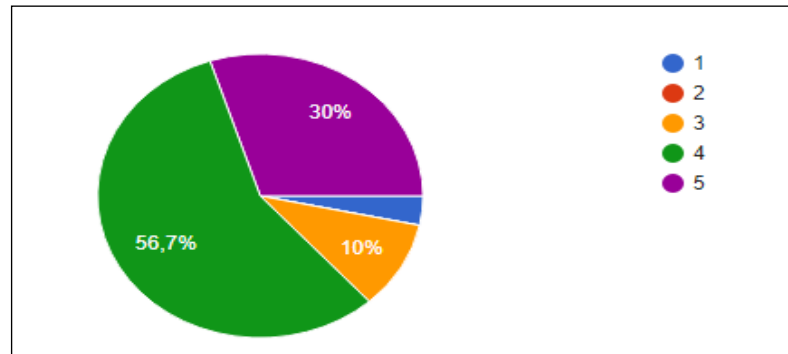
Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen los parqueaderos el 10% considera que son muy malas, un 33,3% considera que son malas, un 33,3% considera que son

regulares, para el 20% son buenas y un 3,3 % considera que son muy buenas.

✓ Bibliotecas

Grafica N°56. Bibliotecas

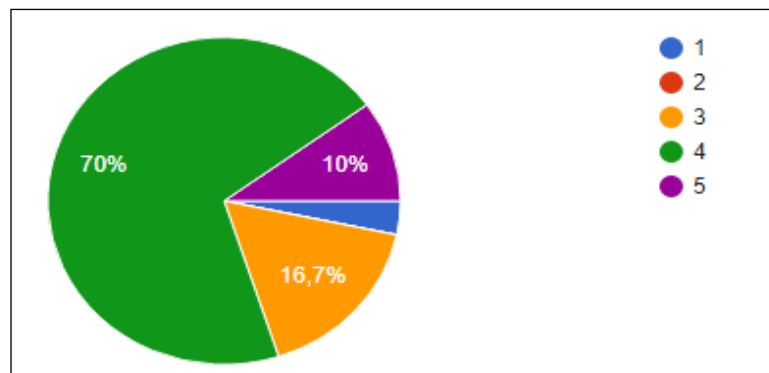


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen las bibliotecas el 3,3% considera que son muy malas, un 10% considera que son regulares, para el 56,7% son buenas y un 30% considera que son muy buenas.

✓ Laboratorios

Grafica N°57. Laboratorios

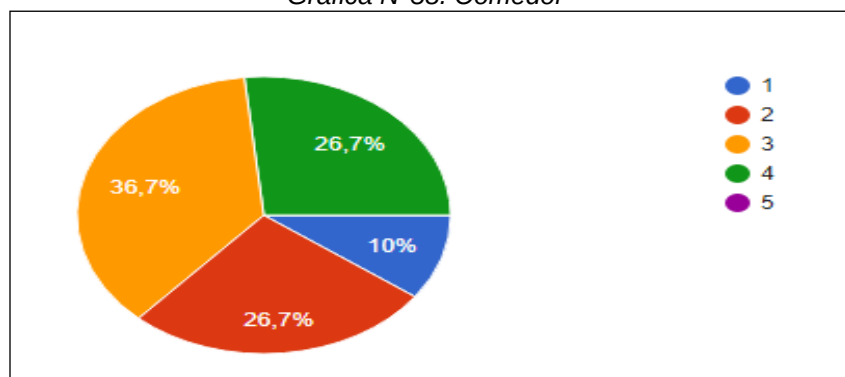


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen los laboratorios el 3,3% considera que son muy malos, un 16,7% considera que son regulares, para el 70% son buenos y un 10% considera que son muy buenos.

✓ Comedor

Grafica N°58. Comedor

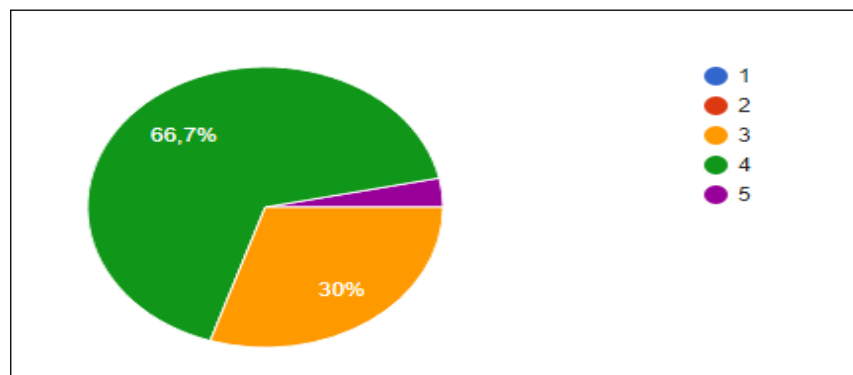


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen el comedor un 10% considera que son es muy malo, un 26,7% considera que es malo, para el 36,7% es regular y un 26,7% considera que es bueno.

✓ Aulas de clase

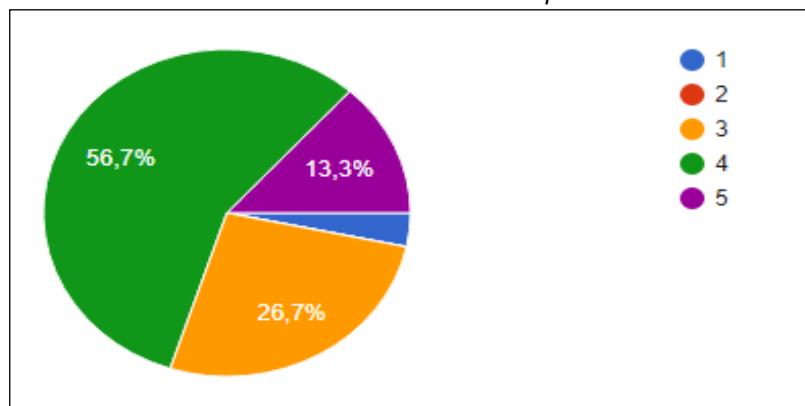
Grafica N°59. Aulas de clase



Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 30% considera que las aulas de clase son regulares, un 66,7% considera que son buenas y un 3,3% que son muy buenas.
3. Como califica usted la parte de servicios generales de la Escuela de odontología de Univalle

Grafica N°60. Aseo de los espacios

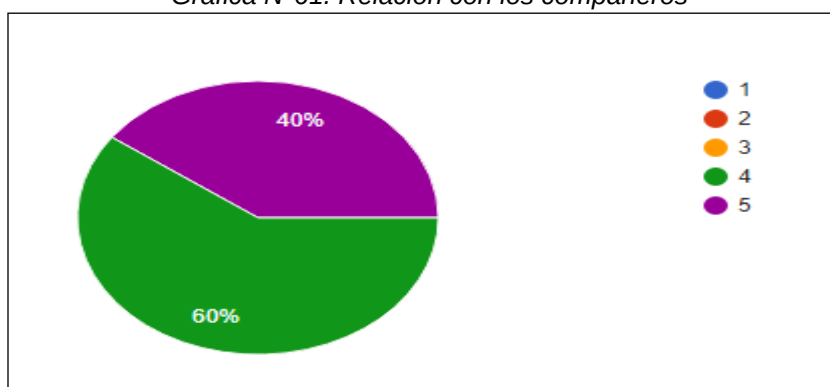


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta todos los elementos que componen los servicios generales el 3,3% considera que son muy malos, un 26,7% considera que son regulares, para el 56,7% son buenos y un 13,3% considera que son muy buenos.

4. ¿Cómo calificaría usted las relaciones con sus compañeros de trabajo?

Grafica N°61. Relación con los compañeros

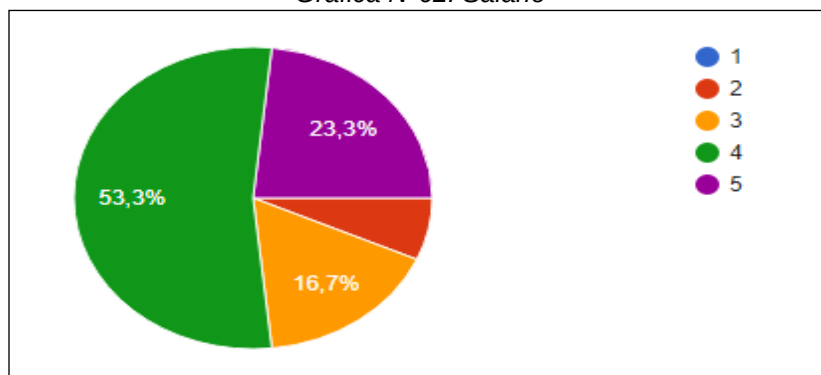


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados se considera que las relaciones entre los compañeros para el 60% son buenas y un 40% considera que son muy buenas.

5. ¿Cómo considera su salario?

Grafica N°62. Salario

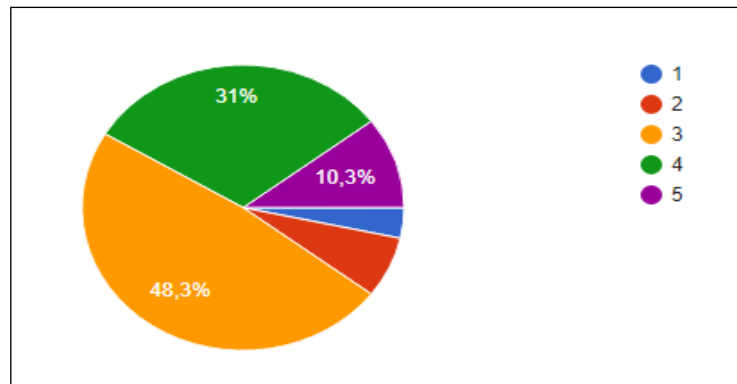


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta el salario que reciben por sus servicios el 6,7% considera que es malo, un 16,7% considera que es regular, para el 53,3% es bueno y un 23,3 % considera que es muy bueno.

6. Como califica usted el software que utiliza

Grafica N°63. Software

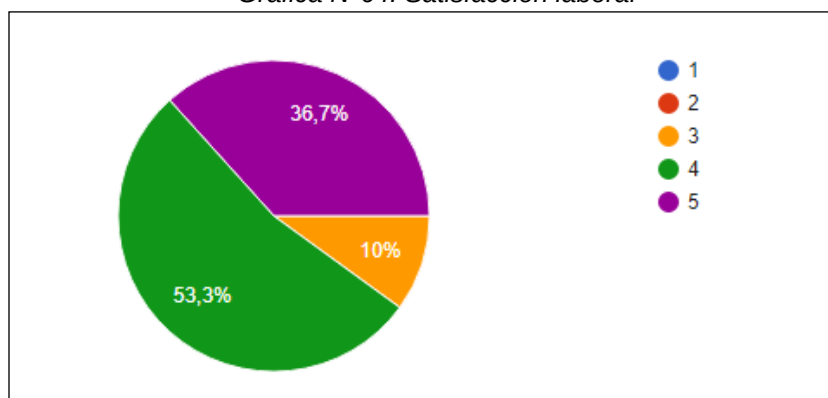


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta el software que utiliza la escuela el 3,4% considera que es muy malo, un 6,49% considera que es malo, un 48,3% considera que es regular, para el 31% es bueno y un 10,3 % considera que es muy bueno.

7. En general, se siente usted satisfecho con su trabajo

Grafica N°64. Satisfacción laboral

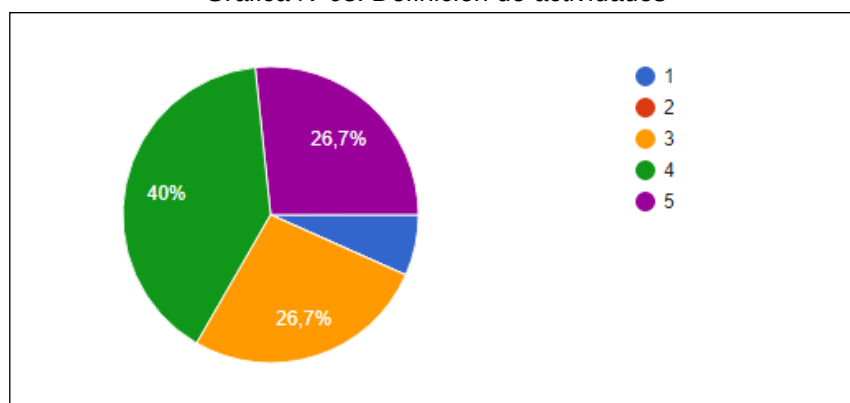


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta la satisfacción laboral de los colaboradores el 10% considera que es regular, un 53,3% considera que es buena y un 36,7% considera que es muy buena.

8. ¿Considera usted que las actividades que se desarrollan en su área están bien definidas?

Grafica N°65. Definición de actividades

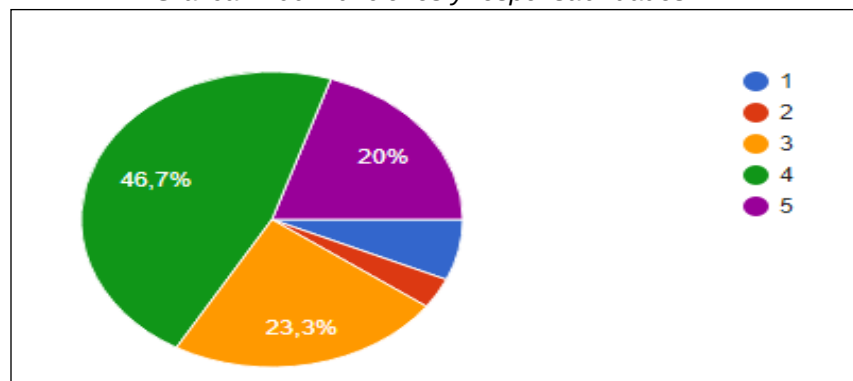


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta la definición de las actividades el 6,7% considera que no están bien definidas, un 26,7% duda que están bien definidas, el 40% considera que más bien si están definidas y un 26,7 c considera que si están bien definidas.

9. ¿Las funciones y responsabilidades están claramente definidas?

Grafica N°66. Funciones y responsabilidades

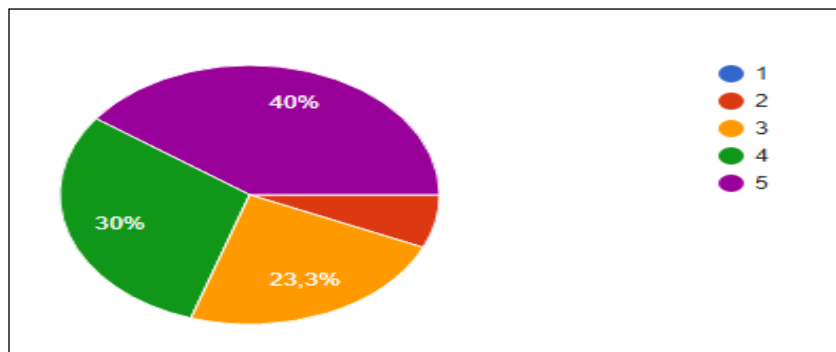


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta la definición de funciones y responsabilidades un 6,7% considera que no están definidas, el 3,3% considera que más bien no están definidas, para el 23,3% es dudoso que esto se dé, por otra parte el 46,7% considera que más bien si se han definido funciones y responsabilidades y el 20% considera que si se han definido.

10. ¿Conoce usted claramente los objetivos de la Organización?

Grafica N°67. Conocimiento de los objetivos de la Escuela

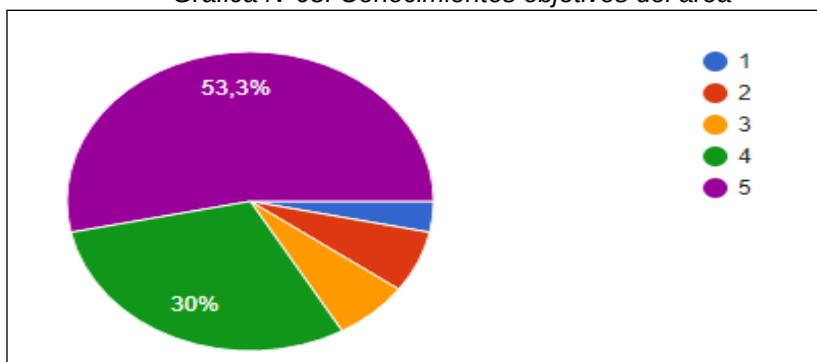


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados un 6,7% mas bien no conoce los objetivos de la Escuela, para el 23,3% es dudoso su conocimiento, por otra parte el 30% considera que más bien si tiene conocimiento y un 40% si conoce los objetivos de la Escuela.

11. ¿Conoce usted claramente los objetivos de su área?

Grafica N°68. Conocimientos objetivos del área

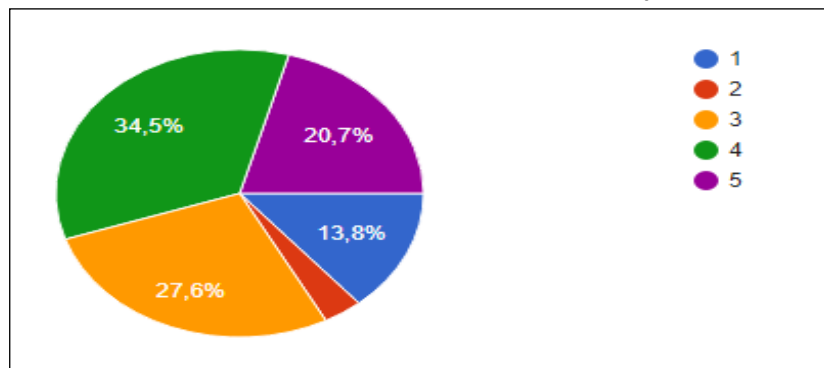


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados teniendo en cuenta el conocimiento sobre los objetivos del área a la que pertenecen un 3,3% considera que no tiene conocimiento, el 6,7% considera que más bien no tiene conocimiento, para el 6,7% duda del conocimiento que tiene sobre los objetivos de su área, por otra parte el 30% considera que más bien si conoce los objetivos y el 53,3% considera que si tiene conocimiento de los objetivos.

12. ¿Considera usted que se le reconoce el trabajo que realiza a diario?

Grafica N°69. Reconocimiento del trabajo

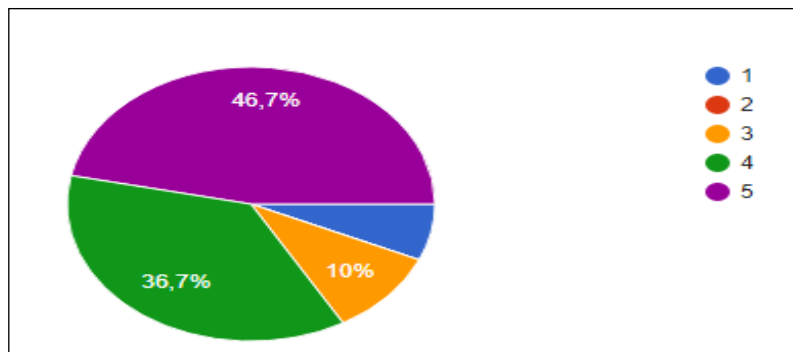


Fuente: Elaboración propia

- Teniendo en cuenta el reconocimiento sobre su trabajo un 13,8% de los encuestados considera que no se reconoce, el 3,4% considera que más bien no se reconoce su trabajo, para el 27,6% es dudoso que se reconozca su trabajo, por otra parte el 34,5% considera que más bien si se reconoce su trabajo y el 20,7% considera que si se reconoce su trabajo.

13. ¿Sus conocimientos y habilidades se adecuan al trabajo que desempeña?

Grafica N°70. Conocimientos y habilidades para desempeñar el trabajo

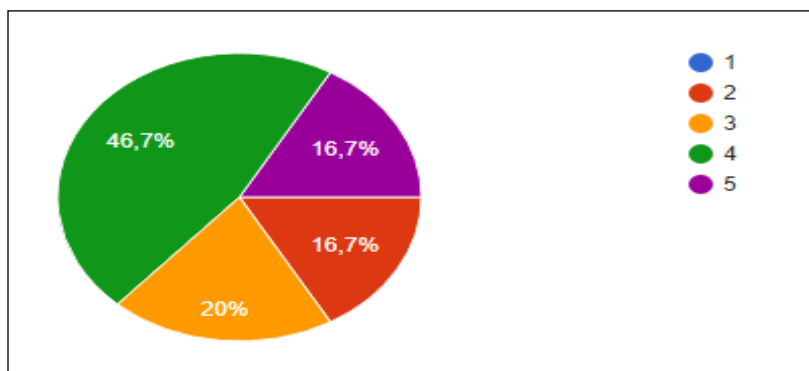


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados un 6,7% considera que sus conocimientos y habilidades no se adecuan a su trabajo, para el 10% es dudoso que su conocimiento y habilidades se adecuen, por otra parte el 36,7% considera que más bien si su conocimiento y habilidades se adecuan al desempeño de su trabajo y un 46,7% se adecua junto con sus habilidades y conocimientos al desempeño de su trabajo.

14. ¿la colaboración entre compañeros se da de manera habitual?

Grafica N°71. Colaboración entre compañeros

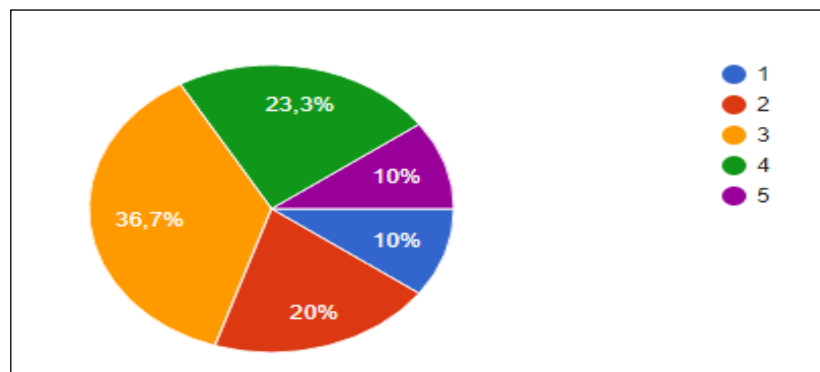


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados un 6,7% considera que algunas veces se da la colaboración entre compañeros, para el 20% con cierta frecuencia se da, por otra parte el 46,7% considera que con cierta frecuencia se da y un 16,7% considera que siempre se da la colaboración entre compañeros.

15. ¿Considera usted que dentro de su área se presentan mejoras continuas que afectan su proceso?

Grafica N°72. Mejoras continuas en el área



Fuente: Elaboración propia

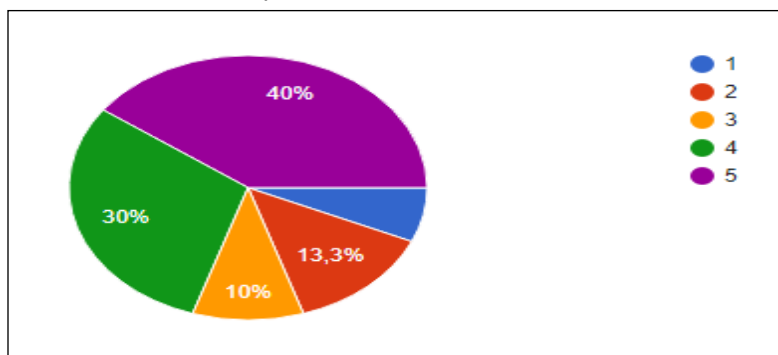
- De acuerdo a los encuestados el 10% considera que nunca se presentan mejoras continuas dentro de su área, para el 20% algunas veces se presentan mejoras, un 36,7% asume que con cierta frecuencia se dan mejoras, el 23,3% considera que con frecuencia se dan mejoras y el 10% considera que siempre se dan mejoras continuas en el área.

16. ¿Qué mejoras plantearía usted para mejorar el trabajo que desempeña en su área?

Dentro de los aspectos que plasmaron los colaboradores los más representativos son: la comunicación, contratación, capacitación, tecnología, manual de cargos y definir un cronograma de actividades.

17. ¿Considera usted que la organización le proporciona oportunidades para seguirse cualificando en su proceso de formación?

Grafica N°73. Oportunidades de cualificación

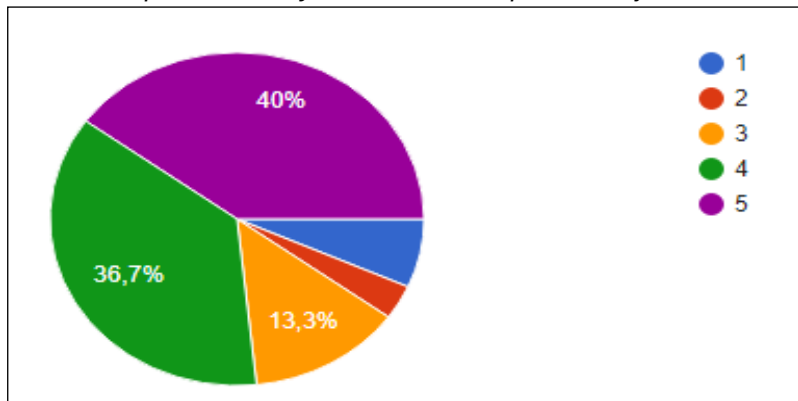


Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 6,7% considera que nunca se proporcionan oportunidades para seguirse cualificando, para el 13,3% algunas veces se proporcionan, un 10% asume que con cierta frecuencia se proporcionan, el 30% considera que con frecuencia se proporcionan y el 40% considera que siempre se proporcionan oportunidades para cualificarse.

18. ¿Las capacitaciones y actualizaciones que ha realizado en algún momento le han servido para mejorar las tareas de su puesto de trabajo?

Grafica N°74. Capacitaciones y actualizaciones para la mejora del desempeño



Fuente: Elaboración propia

- De acuerdo a los encuestados el 6,7% considera que nunca le han servido las capacitaciones y actualizaciones para mejorar las tareas que desempeña en su área, para el 3,3% algunas veces han servido, un 13,3% asume que con cierta frecuencia han servido, el 36,7% considera que con frecuencia han servido y el 40% considera que siempre han servido las capacitaciones y actualizaciones para mejorar las tareas que desempeña en su área.

3.3 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS – MEFE

En la siguiente tabla se aprecia la matriz de factores de evaluación externos, en la que se evaluarán oportunidades - amenazas y se establece una calificación según la importancia y su peso en el sector competitivo de la siguiente manera:

- Amenaza Mayor: 1
- Amenaza Menor: 2
- Oportunidad Menor: 3
- Oportunidad Mayor: 4

Tabla N°28. Matriz de evaluación de factores externos-oportunidades

FACTORES EXTERNOS CLAVES		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES PONDERADAS
OPORTUNIDADES				
1	Aumento de la demanda anual en servicios estéticos odontológicos	0.09	3	0.27
2	Aumento Inmigración de	0.07	4	0.28

	personas que buscan servicios odontológicos			
3	La innovación en tecnología disminuye tiempo y costo en los tratamientos	0.06	2	0.12
4	La innovación en tecnología aumenta la calidad en el servicio prestado	0.06	2	0.12
5	Acceder a comunidades de diferentes estratos	0.04	4	0.16
6	El costo del servicio odontológico que ofrece la escuela es menor al que ofrecen las	0.05	4	0.20

	entidades privadas			
7	Aumento en la demanda de servicios especializados	0.07	4	0.28

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°29. Matriz de evaluación de factores externos-Amenazas

FACTORES EXTERNOS CLAVES		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES PONDERADAS
AMENAZAS				
1	El mercado exige calidad en la preparación de los odontólogos , y el hecho de que sean estudiantes genera preocupación	0.08	3	0.24

2	Crecimiento en entidades que prestan los mismos servicios odontológicos	0.07	3	0.21
3	Aparatos tecnológicos a grandes costos	0.09	1	0.09
4	Crecimiento de la publicidad de la competencia directa	0.07	2	0.14
5	Innovación tecnológica de la competencia directa	0.08	1	0.08
6	Aumento de costos en los materiales	0.08	3	0.24

	que se utilizan en servicios odontológicos			
7	Disminución en la financiación por parte del Estado	0.09	2	0.18
TOTAL		1.00		2.61

Interpretación: observando los resultados de la matriz EFE, se encuentran los factores externos que alcanzaron una calificación de 2.61, permitiendo concluir que el ambiente externo de la escuela odontológica de la Universidad del Valle tiene oportunidades trabajables que pueden llegar a contribuir en el logro de las metas y objetivos, sin obviar el trabajo en las amenazas que atentan en contra del buen funcionamiento de la escuela.

3.4 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (BENCHMARKING)

Tabla N°30. Matriz de perfil competitivo

		ESCUELA DE ODONTOLOGÍA UNIVALLE		COLEGIO ODONTOLÓGICO		ODONTOLOGÍA UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI	
FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	PON	C	P	C	P	C	P
Publicidad	0.15	2	0.30	3	0.45	2	0.30
Calidad del servicio	0.20	4	0.60	4	0.80	4	0.80
Competitividad de los precios	0.15	3	0.30	3	0.45	2	0.30
Preparación de los estudiantes	0.20	4	0.80	4	0.80	3	0.60
Posición financiera	0.15	1	0.15	4	0.60	4	0.60
Participación del mercado	0.15	2	0.30	3	0.45	2	0.30
TOTAL	1.00		2.45		4.35		2.90

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACION: En comparación con las otras organizaciones La Escuela de Odontología de la Universidad del Valle está muy por debajo en la parte competitiva y todo se debe a los pocos recursos con los que cuenta, debido a esto no se ha podido mejorar la infraestructura de la manera deseada, por otra parte la innovación en equipos y en procesos no se ha podido lograr a los niveles deseados, todo esto influye en el logro del objetivo de la organización que es la fidelización de los clientes.

3.5 MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS – MEFI

A través de la matriz EFI, será posible identificar las fortalezas y debilidades dentro de cada área funcional, y al mismo tiempo implementar estrategias para corregirlas.

Para calificar las distintas fortalezas o debilidades se usó una escala así:

- Fortaleza Mayor: 4
- Fortaleza Menor: 3
- Debilidad Menor: 2
- Debilidad mayor: 1

Tabla N°31. Matriz de evaluación de factores internos-Fortalezas

FACTORES INTERNOS CLAVES		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES PONDERADAS
FORTALEZAS				
1	Ubicación de la escuela de odontología en un sector donde predomina el mercado de la salud (clínicas, hospitales etc.)	0,07	4	0.28
2	Buena formación por parte de la escuela de odontología hacia los	0,08	4	0.32

	estudiantes			
3	La escuela de odontología ofrece garantía en los procedimientos para que el usuario se sienta confiado	0,07	3	0.21
4	Hay comunicación entre las áreas claves de la organización	0,09	4	0.28
5	Se tienen en cuenta todos los mecanismos de bioseguridad	0,09	4	0.28

	d			
6	Al ser una organización pública presta servicio a usuarios de todos los estratos	0,07	3	0.21
7	Articulación con empresas como Oral-B y Colgate	0,06	4	0.24

Tabla N°32. Matriz de evaluación de factores internos-Debilidades

FACTORES INTERNOS CLAVES		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES PONDERADAS
DEBILIDADES				
1	Pocas actividades de	0.07	1	0.07

	promoción y publicidad			
2	Por el hecho de ser una entidad pública la escuela depende de los recursos del estado	0.06	1	0.06
3	Falta de más alianzas con empresas que puedan proveer ingresos a la escuela	0.06	1	0.06
4	Poca innovación tecnológica	0.09	1	0.09
5	Los colaboradores no son capacitados de manera constante	0.05	1	0.10
6	Infraestructura muy vieja, lo	0.05	2	0.10

	cual no es atractivo para algunos usuarios			
7	Pocos recursos económicos	0.09	1	0.09
TOTAL		1.00		2.39

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: la matriz EFI, en cuanto a los factores internos arroja una calificación de 2,39 a lo que se concluye que la escuela de odontología de la Universidad del Valle cuenta con una posición interna estable, ya que las fortalezas con que cuenta permiten contrarrestar las debilidades. Por otro lado, no es de bajar la guardia y seguir trabajando para convertir esas debilidades en fortalezas.

3.6 MATRIZ DOFA

La matriz DOFA cruzada que se presenta a continuación, permite identificar y aplicar estrategias que son el resultado de analizar fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades, por lo tanto, se obtendrán aspectos externos e internos de la escuela de odontología.

Tabla N°33. Matriz DOFA Escuela de Odontología Univalle

DOFA ESCUELA DE ODONTOLOGIA UNIVALLE	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	F1. Ubicación estratégica del edificio de la escuela de odontología	D1. Pocas actividades de promoción y publicidad.
	F2. Disponibilidad de equipos odontológicos y materiales de calidad	D2. Poca innovación tecnológica
	F3. Buena formación y experiencia de los odontólogos por parte de la universidad	D3. Pocos recursos económicos
	F4. Concentración en la comunidad universitaria	D4. Poca capacitación a los colaboradores
		D5. Poca inversión en mejoras de infraestructura

OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1. El poder acreditarse a través de servicio comunitario en las escuelas públicas. O2. Acceder a clientes con pocos recursos. O3. Competir en precios (tarifas asequibles) con respecto al mercado.	1.Aprovechar la ubicación estratégica de la escuela odontológica y la concentración de la comunidad universitaria (F1) 2.Entrar en un mercado potencial como los colegios y contar con elementos de calidad.(O1,O2,O3,F2) 3. Incentivar a los estudiantes para que a través de su excelente formación hagan la prestación de la labor social (O1,O2,F3)	1.Desarrollar actividades de marketing para acceder a mercados potenciales (O1,O2,O3,D1) 2.Mejorar en el proceso de innovación de la escuela a través de la obtención de recursos y prestar un mejor servicio (O1,O2,D2,D3) 3.Crear alianzas con empresas que pueden contribuir al crecimiento de la escuela de odontología y así invertir en la prestación de un mejor servicio (O1,O2,D2,D3)

AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1. Crecimiento de la competencia: consultorios y clínicas privadas A2. Aumento de la cobertura del sistema de Salud. (E.P.S y SISBEN) A3. Innovación tecnológica por parte de la competencia (equipos, procesos)	1. Educar a los clientes para que accedan a la clínica y no a la competencia (F1,F2,F3,A1,A2) 2. desarrollar jornadas de promoción y prevención en el cuidado de la salud bucodental en la Escuela de Odontología Univalle (F1,F3,A1) 3. Competir con la buena formación impartida a sus estudiantes. (F3,A1) 4. Realizar visitas a comunidades vulnerables donde se necesite un mejor cuidado de la salud bucodental. (F2, F3, A2, A3)	1. Diseñar programas de atención y pago que le den cobertura a quienes no tienen como pagar un tratamiento. (D1,D3, A1,A2) 2. Desarrollar un plan de atención a pacientes que permita mostrar ante el sistema de salud el beneficio que trae el servicio que presta la Escuela de Odontología y así obtener más recursos del estado. (D1,D3, A1,A2,A3)

Fuente: Elaboración propia.

3.7 ESTRATEGIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA ESCUELA DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE APLICANDO LOS PRINCIPIOS DEL MÉTODO KAIZEN

Tabla N°34. Primer principio KAIZEN

PRINCIPIO 1	ENFOQUE EN EL CLIENTE				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FECHA DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Buscar la satisfacción y percepción del cliente, con respecto al servicio que presta la Escuela de Odontología de Univalle	Establecer un nuevo proceso en el área de atención al cliente donde el enfoque sea el direccionamiento del paciente	FEBRERO DE 2020	\$ 0	Atención al usuario	Nuevo proceso
	Designar un monitor para que se encargue del direccionamiento del paciente que ingresa a La Escuela	FEBRERO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De quejas durante el periodo / #De pacientes atendidos
	Diseñar carteleras que den a conocer los pasos que se siguen para ser atendidos en la Escuela	MARZO DE 2020	\$ 200.000	Atención al usuario	Las carteleras creadas

	Utilizar el televisor de la sala de espera para reproducir un video donde se muestren los pasos que se deben seguir para ser atendido en la Escuela	FEBRERO DE 2020 A DICIEMBRE DE 2020	\$ 0	Atención al usuario	#De usuarios que conocen los pasos / #De pacientes atendidos
	crear un buzón de sugerencias para atender las PQRSF	MARZO DE 2020	\$ 100.000	Atención al usuario	Buzón de sugerencias
	Examinar las PQRSF para identificar oportunidades de mejora en los procesos y servicios de la Escuela, de forma que satisfaga a los clientes.	FEBRERO DE 2020 A DICIEMBRE DE 2020	\$ 0	Atención al usuario	# De quejas durante el periodo / #De pacientes atendidos

	Crear una encuesta de satisfacción en la línea telefónica para conocer la percepción que tiene el cliente del servicio que ofrece La Escuela	MARZO DE 2020	\$ 100.000	Coordinación de clínicas	La encuesta
	Diseñar folletos donde se dé información sobre los pasos y servicios ofrecidos por La Escuela	FEBRERO DE 2020	\$ 150.000	Coordinación de clínicas	#De folletos diseñados / #De pacientes atendidos
	Entregar folletos a los usuarios para que conozcan los pasos y servicios que ofrece La Escuela	MARZO DE 2020	\$ 0	Atención al usuario	#De folletos entregados / #De pacientes atendidos
	Dictar charlas a los usuarios sobre los servicios que ofrece La Escuela	MARZO DE 2020	\$ 0	coordinación de clínicas	# De asistentes a las charlas / #De pacientes atendidos
	Crear planilla de revisión en los baños de los elementos de aseo	FEBRERO DE 2020	\$ 0	coordinación de clínicas, Servicios	La planilla

				generales	
	Diseñar señalización para dar una mejor orientación al usuario sobre la ubicación de las clínicas y de los espacios en general	FEB DE 2020	\$ 200.000	coordinación de clínicas	Señalización diseñada

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°35. Segundo principio KAIZEN

PRINCIPIO 2	REALIZAR MEJORAS CONTINUAMENTE				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FECHA DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Optimizar los procesos que están involucrados dentro del servicio que se presta en la Escuela de Odontología de La Universidad Del Valle	Revisar los procesos que requieren atención para lograr la mejora continua dentro de La Escuela	FEB DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De procesos revisados / #Total procesos

	Organizar los procesos que son propuestos desde cada una de las áreas y que requieren atención	MARZO DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De procesos organizados desde las diferentes áreas
	Sensibilizar sobre los procesos a quienes conforman la Escuela para que se empapen de todos los elementos que comprometen el servicio	ABRIL DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De Personas sensibilizadas/ #De empleados de la Escuela
	Evaluar la sensibilización sobre los procesos, por medio de una encuesta	ABRIL DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De personas evaluadas con calificación aceptable en adelante / #De empleados sensibilizados

	Revisar que los procesos tengan un indicador en la ruta de verificación	ABRIL DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De procesos revisados / #Total procesos
	Elaborar un proceso para el manejo de cartera y que no se acumulen las deudas de los estudiantes	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas, Archivo de historias clínicas	Proceso de manejo de cartera elaborado
	Elaborar un proceso de manejo de historias clínicas	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas, Archivo de historias clínicas	Proceso de manejo de historias clínicas elaborado
	Reunir la información necesaria para llevar a cabo el proceso de digitalización de historia clínica	FEBRERO DE 2020	\$ 1.000.000	Coordinación de clínicas, Archivo de historias clínicas	Total de información recolectada
	Diseñar el proceso de digitalización en las historias clínicas	ABRIL DE 2020	\$ 2.500.000	Coordinación de clínicas, Archivo de historias clínicas	Proceso de digitalización de historias clínicas

Diseñar un cronograma de actividades en el cual cada responsable de un área conozca lo que debe hacer y así mejorar la capacidad de respuesta de la Escuela	FEBRERO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas, Área administrativa	Cronograma de actividades elaborado
Diseñar un manual de funciones que permita mejorar los procesos dentro de las áreas que componen La Escuela	ABRIL DE 2020	\$ 1.000.000	Coordinación de clínicas	Manual de funciones elaborado

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°36. Tercer principio KAIZEN

PRINCIPIO 3	RECONOCER ABIERTAMENTE LOS PROBLEMAS				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FECHA DE EJECUCION	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Socializar los problemas con quienes integran la organización y buscar alternativas para solucionarlos	Identificar que problemas están afectando la Escuela en el momento y cuales podrían traer situaciones difíciles en el futuro	FEBRERO DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De situaciones problemáticas encontradas / #De situaciones problemáticas planteada
	Verificar que indicadores están presentando comportamientos diferentes a los habituales	FEBRERO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De indicadores por debajo del promedio de aceptación

	Sensibilizar sobre los problemas a quienes conforman la Escuela para que se empapen de todas las situaciones que están comprometiendo el funcionamiento de la Escuela	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De Personas sensibilizada s/ #De empleados de la Escuela
	Crear un comité donde el enfoque sea la atención al cliente, procesos administrativos en general, para identificar los problemas internos y externos que están ocurriendo	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	El comité creado

	Dinamizar el comité para darle manejo a los problemas internos y externos que están ocurriendo	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De reuniones realizadas/ #De reuniones planeadas
	llevar a cabo el comité con las personas interesadas en aspectos como la atención al cliente, procesos administrativos en general e identificar los problemas que están ocurriendo	MAYO DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De situaciones que se analizan en el comité / #De Soluciones planteadas
	Presentar alternativas que partan de los participantes de los comités	MAYO DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De situaciones planteadas / #De situaciones problemáticas planteada

	Evaluar qué alternativas son las más convenientes para solución de los problemas identificados	MAYO DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De situaciones problemicas analizadas/ #De situaciones problemicas planteada
	Realizar control a la solución de cada problema para garantizar que se cumplan en los tiempos establecidos y así lograr los objetivos de la Escuela	JUNIO DE 2020	\$ 0	Área administrativa	#De situaciones que se le hacen seguimiento / #De situaciones solucionadas
	Crear encuestas de satisfacción en las que el cliente calificará su nivel de satisfacción respecto a los servicios además de indicar algunas sugerencias para mejorarlo y de esta manera reconocer algunos problemas	FEB DE 2020	\$ 100.000	Coordinación de clínicas	La encuesta

	Hacer monitoreo en redes sociales, ya que estas se han convertido en una plataforma donde los clientes pueden expresar sus opiniones y de esta manera reconocer los problemas.	MARZO DE 2020	\$ 500.000	Coordinación de clínicas	#De comentarios / #De situaciones problemitas
	Realizar entrevistas telefónicas a pacientes cuyo tratamiento sea mayor a dos salarios mínimos, para ratificar el servicio	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De entrevistas / #De pacientes atendidos

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°37. Cuarto principio KAIZEN

PRINCIPIO 4	PROMOVER LA APERTURA				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Determinar elementos que permitan promover la apertura de la Escuela de Odontología de La Universidad del Valle, a partir de aspectos como la comunicación interfuncional y el liderazgo	Revisar en los procesos de comunicación los factores que impactan significativamente en los resultados	FEB DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#Procesos revisados/ #Total procesos
	Realizar reuniones donde se debata sobre los patrones que están ocasionando problemas en los procesos de comunicación para encontrarles solución	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De reuniones realizadas/ #total reuniones planeadas

	Recolectar las soluciones planteadas y como resultado de las reuniones controlar los mecanismos propuestos.	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De soluciones aplicadas / #Total de soluciones propuestas
	Crear un taller de liderazgo el cual permita a los colaboradores desarrollar sus potencialidades	MARZO DE 2020	\$ 100.000	Coordinación de clínicas	Taller de liderazgo elaborado
	Crear un taller de liderazgo que estará dirigido para los colaboradores	ABRIL DE 2020	\$ 300.000	Coordinación de clínicas	Taller de liderazgo
	Verificar que el taller de liderazgo este cumpliendo con su objetivo	MAYO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De personas evaluadas con calificación aceptable en adelante / #De empleados que asistieron al taller

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°38. Quinto principio KAIZEN

PRINCIPIO 5					
CREAR EQUIPOS DE TRABAJO					
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Desarrollar el sentido de pertenencia de los colaboradores hacia la organización, basándose en la importancia que tiene la creación de equipos de trabajo y el alcance que estos pueden tener para el logro de los objetivos en común desde cada área	Revisar los procesos con cada equipo de trabajo	FEB DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#Procesos revisados/ #Total procesos
	Crear normas que permitan mejorar la convivencia	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	Normas creadas
	Realizar una campaña para el conocimiento de la norma	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#de asistentes a la campaña/#total asistentes a la campaña

	Realizar un taller con un facilitador para vencer las barreras que se presenten	FEB DE 2020	\$ 150.000	Coordinación de clínicas	#de asistentes al taller/ #total asistentes al taller
	Revisar qué mecanismos de comunicación se están utilizando	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#de mecanismos de comunicación revisados/ #total de mecanismos de comunicación
	verificar la utilización de los mecanismos de comunicación, para conocer su efectividad	MAYO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De personas evaluadas con calificación aceptable en adelante / #De colaboradores que asistieron a la evaluación

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°39. Sexto principio KAIZEN

PRINCIPIO 6	MANEJAR PROYECTOS A TRAVES DE EQUIPOS INTERFUNCIONALES				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Unir a toda la gente implicada en un proceso, teniendo en cuenta la relevancia que tienen los equipos interfuncionales y así encontrar que debilidades presenta la organización y que variedad de ideas se pueden plantear para contrarrestarlas	Crear equipos interfuncionales	FEB DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	Equipos interfuncionales
	Sensibilizar a los colaboradores sobre el objetivo de la creación de los equipos interfunciones	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De Personas sensibilizadas/ #De colaboradores de la Escuela
	Evaluar la sensibilización sobre la creación de los equipos interfuncionales	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De personas evaluadas con calificación aceptable en adelante / #De empleados sensibilizados

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°40. Séptimo principio KAIZEN

PRINCIPIO 7	ALENTAR LOS PROCESOS APROPIADOS DE RELACIONES				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Desarrollar componentes que permitan animar a los colaboradores a mejorar sus habilidades interpersonales en la Escuela de Odontología de La Universidad Del	Crear programas de entrenamiento	FEB DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	Programas de entrenamiento

Valle, como resultado de esto alcanzar procesos sólidos y el logro de metas	Sensibilizar a los colaboradores sobre el objetivo de la creación de los equipos interfunciones	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De Personas sensibilizadas/ #De colaboradores de la Escuela
	Evaluar el alcance que están teniendo los programas de entrenamiento	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De personas evaluadas con calificación aceptable en adelante / #De empleados sensibilizados

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°41. Octavo principio KAIZEN

PRINCIPIO 8	DESARROLLAR LA AUTODISCIPLINA				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Construir la autodisciplina en los colaboradores, de manera que esto les permita adaptarse a situaciones que se presenten dentro de la organización y que requieren de su apoyo	Revisar en los procesos de comunicación los factores que impactan la adaptación de los colaboradores con su área de trabajo	FEBRERO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#Procesos revisados/ #Total procesos
	Realizar reuniones donde se debata sobre los patrones que están ocasionando problemas con respecto a la autodisciplina y encontrarles solución	MARZO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De reuniones realizadas/ #total reuniones planeadas
	Desarrollar las soluciones planteadas y como resultado de las reuniones controlar los mecanismos que permitan generar autodisciplina	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De soluciones aplicadas / #Total de soluciones propuestas

	Crear un taller basado en la autodisciplina el cual permita a los colaboradores desarrollar nuevas potencialidades	ABRIL DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	Taller de autodisciplina elaborado
	Verificar que el taller de autodisciplina este cumpliendo con su objetivo	JUNIO DE 2020	\$ 0	Coordinación de clínicas	#De personas evaluadas con calificación aceptable en adelante / #De empleados que asistieron al taller

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°42. Noveno principio KAIZEN

PRINCIPIO 9	INFORMACION CONSTANTE A LOS EMPLEADOS				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Describir los medios de comunicación necesarios de manera que todos los colaboradores estén al día de la información sobre el pasado, presente y futuro de la organización	Sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia que tienen los mecanismos de comunicación	FEBRERO DE 2020	\$0	Coordinación de clínicas	#De Personas sensibilizadas/ #De colaboradores de la Escuela
	Evaluar la sensibilización sobre la creación de los equipos interfuncionales	MARZO DE 2020	\$0	Coordinación de clínicas	#De personas evaluadas con calificación aceptable en adelante / #De empleados que componen los equipos interfuncionales
	Crear un plan de manejo de medios de comunicación	FEBRERO DE 2020	\$0	Coordinación de clínicas	Plan de manejo para medios de comunicación

	Diseñar el manejo de los medios de comunicación a partir del uso del correo electrónico, grupos de WhatsApp, cartelera, teléfono, celular	MARZO DE 2020	\$500.000	Coordinación de clínicas	#De medios de comunicación implementados/ #Total medios de comunicación
	Realizar la medición de los mecanismos de comunicación	ABRIL DE 2020	\$0	Coordinación de clínicas	#De servicios publicados en los medios/ #Total medios

Tabla N°43. Decimo principio KAIZEN

PRINCIPIO 10	FOMENTAR EL DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS				
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	INDICADOR
Buscar el crecimiento de los colaboradores a partir de la capacitación y las diferentes formas de incentivos, para que el desarrollo de las actividades dentro de su área se desarrollen de forma eficiente	Realizar un diagnóstico de las necesidades en capacitación de los empleados	FEBRERO DE 2020	\$0	Coordinación de clínicas	#Necesidades de capacitación/ #Total empleados
	Ejecutar la rotación de cargos, para que de esta manera todos los colaboradores conozcan sobre las otras áreas	MARZO DE 2020	\$1.000.000	Coordinación de clínicas	#De cargos/ #Total empleados
	Realizar un diagnóstico para conocer que motiva a los colaboradores y qué tipo de incentivos les gustaría recibir	FEBRERO DE 2020	\$0	Coordinación de clínicas	#Necesidades en incentivos/ #Total de empleados
	Crear un programa de incentivos (Dinero, tiempo entre otros) para los colaboradores	MARZO DE 2020	\$2.000.000	Coordinación de clínicas	Creación del programa de incentivos

Fuente: Elaboración propia

3.8 PRESUPUESTO TOTAL E IMPORTANCIA DE LOS PRINCIPIOS DEL MÉTODO KAIZEN

Tabla N°44. Presupuesto total e importancia de los principios del métodoKAIZEN

PRINCIPIOS	IMPORTANCIA	PRESUPUESTO
1. ENFOQUE EN EL CLIENTE	Abarcar la percepción del cliente siempre debe estar en un primer plano para la organización, ya que de este depende el buen funcionamiento y crecimiento a corto, mediano, largo plazo.	\$750.000
2. REALIZAR MEJORAS CONTINUAMENTE	La optimización de los procesos permite que estos se logren estandarizar para que los colaboradores estén encaminados hacia el logro de la mejora continua de la organización.	\$4.500.000
3. RECONOCER ABIERTAMENTE LOS PROBLEMAS	Cuando se socializan los problemas y se reconocen abiertamente, se traza un camino que permite evitar la subestimación del impacto que estos pueden tener en la organización.	\$600.000
4. PROMOVER LA APERTURA	La comunicación es un elemento fundamental dentro de la organización, por	\$400.000

	esto es que se debe procurar que esta se refleje en todas las áreas para que se lleven a cabo procesos de liderazgo y de un excelente clima organizacional	
5. CREAR EQUIPOS DE TRABAJO	Los equipos de trabajo están permeados por la cohesión, teniendo en cuenta esta premisa se puede decir que los equipos de trabajo influyen en el logro de objetivos por las intereses que los componen, por esto es importante que la organización opte por implementarlos dentro de sus estrategias, así llevar a los colaboradores a encontrar armonía, camaradería y buen clima organizacional.	\$150.000
6. MANEJAR PROYECTOS A TRAVÉS DE EQUIPOS INTERFUNCIONALES	si se crean equipos de trabajo es importante tener la facultad para asignarles proyectos que permitan poner en práctica su potencial, claro está que esto se debe monitorear para verificar que si se está logrando el objetivo por el cual se crearon, dando así un voto de confianza a quienes lideran y componen estas iniciativas.	\$0

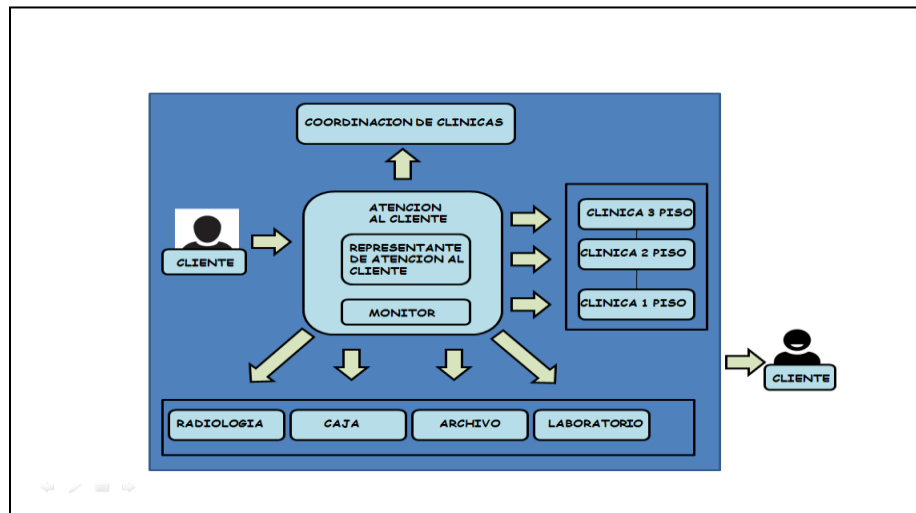
7. ALENTAR LOS PROCESOS APROPIADOS DE RELACIONES	Las actitudes y aptitudes de los colaboradores deben ser siempre uno de los focos importantes de la organización, ya que de estas depende el desarrollo de las labores y por ende la prestación del servicio, es por eso que se debe propender buscar el desarrollo de las potencialidades de los colaboradores y así mejorar su estado emocional con la organización, obteniendo así mejores relaciones interpersonales.	\$0
8. DESARROLLAR LA AUTODISCIPLINA	La autodisciplina es un elemento que los colaboradores deben desarrollar en su camino dentro de la organización, ya que siempre se van a ver enfrentados a retos los cuales tienen que encontrar los mecanismos para superar y para lograr esto se debe trabajar en fomentar este elemento de manera que se vuelva algo del ser, que así vez motive sus ganas por el logro de objetivos.	\$0

9. INFORMACION CONSTANTE A LOS EMPLEADOS	Conocer la situación de la organización en su día a día se presenta como un factor importante dentro de los colaboradores, debido a que si no se tiene un buen manejo de la información esta se puede convertir en un problema, por el contrario si se lleva un buen manejo de los elementos que permite la buena comunicación, se lograra una sinergia positiva.	\$500.000
10. FOMENTAR EL DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS	Los colaboradores constantemente deben identificar que la organización procura su crecimiento en las diferentes esferas que componen su entorno, ya que si logran una estabilidad en esto podrán encontrar su realización personal y a su vez incrementar su desempeño laboral	\$3.000.000
TOTAL PRESUPUESTO		\$9.900.000

Fuente: Elaboración propia.

3.9 DISEÑO DEL MODELO DE ATENCION AL CLIENTE SUGERIDO

Grafica N°75. Modelo de atención al cliente sugerido



Fuente: Elaboración propia.

Descripción: El diseño del modelo de atención al cliente que se sugiere para la Escuela está basado en la aplicación de los 10 principios de la filosofía Kaizen, ya que permite abarcar procesos de mejora continua, en la gráfica anterior se muestra la ruta adecuada que debe seguir el paciente para hacer uso de los servicios y se reflejan mejoras a partir del método Kaizen, estos aspectos se presentan en el modelo de la siguiente manera: El paciente al ingresar a la Escuela se dirige al área de atención al cliente donde es abordado por el representante de atención al cliente o el monitor quien se encarga de direccionarlo con respecto al servicio, ya sea que el paciente requiera radiología para exámenes radiológicos, caja para cancelar alguna deuda de un tratamiento o para ser valorado, archivo si necesita una copia de historia clínica o cualquier documento que contiene la historia, laboratorio si necesita información sobre el diseño de una prótesis ya sea total o removible, por otra parte si ya tiene una cita agendada hacer uso de las clínicas y si tiene alguna petición, queja o reclamo se dirigirá a coordinación de clínicas donde se le dará respuesta a su solicitud, como resultado final tenemos al cliente quien hizo uso de los servicios que ofrece la Escuela, y así llevar a cabo uno de los aspectos que comprende el modelo que es satisfacer la necesidades y expectativas de los clientes para obtener un servicio de calidad.

4. CONCLUSIONES

En la Escuela de Odontología de La Universidad del Valle se ha manejado un modelo de atención al cliente de manera empírica, que aunque ha funcionado bien, se buscaba que este abarcara la mejora continua a nivel de procesos que involucraran tanto al usuario como a los colaboradores, se trata de entender que son un engranaje y si alguno de los dos elementos tiene una falla afectara al otro de manera negativa o positiva, desde la lógica anterior en la organización se evidencio la necesidad de diseñar un modelo que permita recoger los requerimientos, expectativas tanto de los clientes y colaboradores; se realizó un análisis a nivel de entornos macro y micro que permitiera conocer que variables están presentando cambios y que efecto tienen con respecto a los procesos de mejora continua. Las estrategias que se plantearon permitirán dar continuidad a la calidad del servicio que se ha prestado hasta el momento, ya que según los resultados arrojados por la encuesta un 73,6% de los usuarios consideran que el servicio es excelente, sin embargo también se expone la necesidad de mejorar elementos (infraestructura, aseo en los baños, entre otros) que afectan la atención de parte de quienes conforman la Escuela.

El modelo de atención al cliente que se diseño está basado en la filosofía Kaizen, a partir de este se desarrollaron los 10 principios que lo componen y se plantearon estrategias que permitan llevar a cabo actividades para mejorar los procesos de la organización, obteniendo como resultado la mejora continua y por ende la satisfacción total del cliente, cabe resaltar que para obtener los resultados esperados se tienen en cuenta los indicadores como forma de medir el alcance y la efectividad de las actividades.

Se logra evidenciar el alcance de los objetivos de la investigación, los cuales eran conocer si se estaban cumpliendo las expectativas y necesidades de los

usuarios desde el servicio y como a partir de un modelo de atención al cliente se pueden brindar las herramientas necesarias para mitigar y tratar las posibles fallas en la atención y a su vez potencializar las fortalezas que posee la Escuela, los resultados mostraron que aunque el servicio es bueno siempre hay que encaminarse hacia la mejora continua y así lograr los objetivos que se plantean desde el inicio, un ejemplo de ellos es ampliar el área de prestación y aun mayor número de pacientes desde los escenarios de calidad en atención de salud y lograr la satisfacción total de los usuarios. Dentro de la investigación se involucró a los colaboradores, ya que son quienes prestan el servicio y así conocer su percepción sobre los procesos, encaminados a la percepción final del usuario en cuanto al servicio.

La Escuela de Odontología de La Universidad del Valle si logra la puesta en marcha de un modelo como el propuesto que cuente con todos los elementos necesarios para mejorar el servicio y llegar a un nivel altamente competitivo en el ámbito del mercadeo, lograra posicionarse no solo como lo ha hecho hasta el momento a nivel académico, si no con una práctica estudiantil odontológica de calidad a la cual todo tipo de población quiera acceder, rompiendo el paradigma de que solo se necesitan pacientes para cumplir un requisito, por el contrario que el usuario sienta que la continuidad en los tratamientos y cuidado bucodental son los principales pilares a satisfacer, es decir hacerlo sentir parte de la Escuela desde que ingresa hasta que se va.

5. RECOMENDACIONES

Es importante que la Escuela tenga en cuenta los resultados que arrojaron las encuestas, ya que mostraron elementos que se deben evaluar y tratar para alcanzar la satisfacción total del cliente, de la mano del método Kaizen que está basado en la mejora continua se pueden optimizar los diferentes procesos que comprometen a todas las áreas que componen la Escuela, gracias a los 10 principios que se desarrollaron, a las estrategias y actividades que se proponen en estos, se pueden llevar a cabo grandes cambios como por ejemplo: la implementación de un sistema para el manejo de las PQRSF que dé respuesta a las necesidades de los usuarios y así darles a conocer que su opinión es importante para la Escuela. Se debe pensar en mejorar de manera inmediata el uso de los parqueaderos, baños, salas de espera e infraestructura en general, ya que según los resultados de la investigación son elementos que están causando inconformidad en los usuarios.

Actualmente es importante estar a la vanguardia, ya que los usuarios demandan equipos y sistemas que permitan hacer su vida más sencilla, para la Escuela de odontología debe ser predominante el hecho de no quedarse detrás de su competencia directa como lo son la Universidad Santiago De Cali y El Colegio Odontológico quienes cuentan con más recursos tecnológicos, para contrarrestar este efecto la Escuela debe darse a la tarea de mejorar este aspecto, una manera de realizar esto es hacer uso de las plataformas web subiendo contenido sobre los tratamientos que se están realizando y contar experiencias de usuarios que hayan quedado satisfechos con lo que se les realizó, obteniendo como resultado un posicionamiento en los medios digitales que son tan importantes hoy en día para las cuestiones de marketing y satisfacción total de los clientes. La digitalización de las historias clínicas hace parte de los requerimientos que hacen los estudiantes para dar una mejor prestación del servicio, ya que en

muchas ocasiones pierden tiempo ellos y el paciente realizando los diferentes procesos para iniciar tratamientos como por ejemplo el diligenciamiento del formulario, a apertura de la historia clínica, solicitando anexos, citando las historias clínicas y por supuesto la evolución de los tratamientos realizados en el día, sin embargo el trabajo que se realiza de parte del archivo de historias clínicas es de gran importancia porque se lleva la parte estadística, cartera de estudiantes y pacientes, almacenamiento físico de historias clínicas, pero aun así hay procesos que se podrían digitalizar obteniendo un mayor resultado en la atención prestada y por ende el servicio en general.

El usuario al ingresar a la escuela requiere direccionamiento por este motivo se recomienda asignar a una persona que esté en la entrada de la Escuela y se encargue de brindar la orientación correspondiente para que los usuarios conozcan de principio a fin los pasos para obtener el servicio y así se sientan bien atendidos, es decir que más que una simple visita a la escuela, su tiempo dentro de esta sea una buena experiencia para comentar con otros, por otra parte los colaboradores expresaron en la encuesta la necesidad de mejorar aspectos como: la comunicación, contratación, capacitación, tecnología, manual de cargos y el cronograma de actividades, para lograr que su labor dentro de la Escuela sea la mejor, se recomienda a la Escuela prestar atención a estos aspectos, ya que si los colaboradores están dando a conocer su punto de vista sobre que mejorar, es importante encontrar las maneras para resolver esas situaciones y que no se conviertan en problemas que no tengan solución, para mitigar esto dentro del modelo planteado se proponen estrategias y actividades que permitirán mejorar la percepción que tienen los colaboradores con respecto a lo mencionado anteriormente.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ALBRECHT, Karl; ZEMKE, Ron. Gerencia del Servicio. Cómo hacer Negocios en la Nueva Economía. Bogotá: 3R Editores. 2000, p44, 54.
- Avendaño MAA, Hernández LMYM. Calidad en el Servicio. Revista Panorama Administrativo Año. 2012; 6(11).
- BARQUERO, José. Marketing de clientes. España: McGraw-Hill Interamericana, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestión Del Talento Humano. En: Mc Graw Hill. México, 2008.P.8.
- Fendall N. Declaration of Alma-Ata. TheLancet. 1978; 312(8103):1308.
- Galvis MCR. La formación integral del odontólogo de la universidad del bosque en el enfoque del modelo biopsicosocial; una mirada desde la bioética [Doctorado en bioética]: Universidad del Bosque; 2013.
- HAROVITZ, J. La calidad del servicio. A la conquista del cliente. Madrid: Editorial Mac Graw Hill. 1997, p, 6.
- Hernández, R. Metodología de la investigación. McGraw-Hill. México, 2014.
- Hoffman KD, Bateson JE. Marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos: CengageLearning; 2012.

- Horovitz, J. Los siete secretos del servicio al cliente. Madrid: Prentice Hall, 2000.
- IMAI, Masaaki. KAIZEN: la clave de la ventaja competitiva japonesa. México: Compañía editorial continental, S.A., 1996.
- IMAI, Masaaki. Como implementar el Kaizen en el sitio de trabajo (Gemba): un sistema gerencial efectivo, a bajo costo y de sentido común. Colombia: McGraw-Hill.1998.
- INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. Enero a Junio de 2005.
- Irwin A, Scali E. Acción sobre los factores sociales determinantes de la salud: aprender de las experiencias anteriores. Acción sobre los factores sociales determinantes de la salud: aprender de las experiencias anteriores: OMS; 2005.
- LARSON, William. Mejorar la atención al cliente. En: Pearson education. España, 2002.P.3.
- Nacional MdE. Ley 30 de Diciembre 28 de 1992 por el cual se organiza el servicio público de la Educación Superior. 1992.
- RENGIFO, Socorro. (2013). Percepción de los pacientes respecto a la calidad del servicio al usuario entregado por la Clínica Integral del Adulto

de Pregrado, adscrita a la Escuela de Odontología de la Universidad del Valle. Universidad Del Valle, Cali.

- ROBBINS, STEPHEN P, DECENZO, DAVID A, COULTER, MARY. Fundamentos de administración. décima edición. Pearson education de México, S.A de C.V., 2017.
- Schwartzmann L. Calidad de vida relacionada con la salud: aspectos conceptuales. Ciencia y enfermería. 2003; 9(2):09-21.
- Serna Gómez, H. (2006), Servicio al cliente: una nueva visión clientes para siempre, 3ed., Bogotá, Panamericana Editorial.
- Solórzano, M. (2018). Diseño una estrategia de mercadeo de servicio para la unidad de prácticas clínicas odontológicas de la escuela de odontología de la facultad de salud de la universidad del valle (Tesis maestría) Universidad del Valle, Cali, Colombia.
- Vallejo CB, Palomar LCL. Clínica odontológica universitaria Icesi 2012.
- Wellington, Patricia. Como brindar un servicio integral al cliente. Bogotá Colombia: McGraw-Hill 1997.

7. CIBERGRAFIA

Alcaldia de Cali. (s.f.). *Economía de Cali*. Obtenido de

http://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/106110/economia_de_cali/

Alcaldia de Cali. (s.f.). *Política de Cali*. Obtenido de

<http://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/105679/politica/>

Cali Como Vamos. (s.f.). *Como Vamos en Educación*. Obtenido de

<https://www.calicomovamos.org.co/educacin>

Duque, E. (Enero de 2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Obtenido de

<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>

ESPECTADOR, E. (15 de Septiembre de 2019). *Cali, ejemplo de salud en Colombia*. Obtenido de

<https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/cali-ejemplo-de-salud-en-colombia-articulo-880967>

GOOGLE. (s.f.). *Teorías aplicables en las empresas*. Obtenido de Google sites:

<https://sites.google.com/site/teoriasaplicablesenlasempresas/metodologia-para-el-desarrollo-del-kaizen/los-diez-principios-del-kaizen>

Lesmes, M. (s.f.). *Situación de salud en Santiago de Cali*. Obtenido de Icesi repository:

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/3758/1/_03.pdf

Mosquera, J. (s.f.). *RELACIONES LABORALES EN EL SECTOR SALUD*. Obtenido de Uv salud:

http://uvsalud.univalle.edu.co/pdf/plan_desarrollo/relaciones_laborales_en_el_sector_salud.pdf

PORTAFOLIO. (3 de ABRIL de 2018). *El sector odontológico necesita agremiarse*.

Obtenido de PORTAFOLIO: <https://www.portafolio.co/economia/el-sector-odontologico-necesita-agremiarse-515797>

RAE. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de

<https://dle.rae.es/cliente?m=form>

RAE. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de

<https://dle.rae.es/usuario?m=form>

Universidad del Valle. (s.f.). *Aspectos Tributarios de la Universidad del Valle*.

Obtenido de Universidad del valle:

<http://divisionfinanciera.univalle.edu.co/gestion-financiera/informacion-contable/aspectos-tributarios-de-la-universidad-del-valle>

8. ANEXOS

Formatos de encuesta

A continuación se presentan los formatos utilizados para la aplicación de las encuestas al cliente interno y externo, aplicadas en la Escuela de Odontología de la Universidad del Valle, las cuales permitieron recoger información relevante para el diseño del modelo de atención al cliente:

ENCUESTA DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA ESCUELA DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE

*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico



Fecha de la encuesta *

Hora

__ : __

a. ¿Usted es? *

☐ Paciente

☐ Académico

b. ¿Cuál es su área de atención? *

☐ Pregrado

☐ posgrado

☐ Asistencial

☐ Urgencias

c. Género *

☐ Mujer

☐ Hombre

☐ Prefiero no decirlo

☐ Otro:

d. ¿Presenta alguna discapacidad física? *

☐ Sí

☐ No

☐ ¿Cuál?

e. Su edad esta entre: *

☐ 1-10 Años

☐ 11-25 Años

☐ 26-40 Años

☐ 40 o Más

Califique los servicios de acuerdo con la siguiente escala de uno (1) a cinco (5), donde cinco (5) ES EXCELENTE y uno (1) ES MUY MALO.

1- SERVICIO ADMINISTRATIVO

* Hay Claridad en la información recibida sobre el servicio que ofrece La Escuela De Odontología De Univalle. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

* Hay Claridad en los pasos sobre el servicio que ofrece La Escuela De Odontología De Univalle. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

* Orientación durante la permanencia en La Escuela De Odontología De Univalle. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

* Amabilidad del personal. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

* Cuanto tiempo tuvo que esperar para acceder al servicio: *

☐ 1-15 Minutos

☐ 15-30 Minutos

☐ 30-60 Minutos

☐ Más de 60 Minutos

* Presentación personal de los funcionarios. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2- INSTALACIONES

* El acceso a La Escuela De Odontología es: *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

* Mantenimiento e imagen de las instalaciones. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

* Seguridad de las instalaciones. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

• Comodidad de las instalaciones. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Aseo general. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Dotación de baños. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Señalización. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Disponibilidad de parqueaderos.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

3- ATENCIÓN ODONTOLÓGICA

• Oportunidad en asignación de citas (tiempos de asignación de nueva cita). *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Oportunidad en la atención (posibilidad de la prestación del servicio sin retraso). *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Atención por parte del profesional de la salud que lo valoro. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Claridad sobre la importancia del cuidado bucodental. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Información sobre los presupuestos, procedimientos y formas de pago. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Usted considera que los precios de la Escuela De Odontología De Univalle son: *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Dentro de la atención prestada por parte del odontólogo, la supervisión del docente fue:

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

4. En general, ¿Como califica el servicio que recibió en La Escuela De Odontología? *

☐ Excelente

☐ Bueno

☐ Regular

☐ Malo

☐ Muy malo

5. ¿Como se entero de los servicios que presta La Escuela De Odontología? *

☐ Redes Sociales

☐ Familia

☐ Amigos

☐ Publicidad

6. ¿Recomendaría a sus familiares y amigos los servicios de La Escuela De Odontología De Univalle? *

☐ Si

☐ No

7. Teniendo en cuenta la pregunta anterior por que sí o por que no recomendaría los servicios de La Escuela De Odontología De Univalle. *

Tu respuesta

ENCUESTA PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA ESCUELA DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE

*Obligatorio



Fecha de la encuesta *

Hora : ____

a. Genero *

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ Prefiero no decirlo
- ☐ Otro:

b. Su edad esta entre: *

- ☐ 18 - 30 Años
- ☐ 31 - 45 Años
- ☐ 45 o Más años

d. El área a la que pertenece es: *

- ☐ Auxiliar Clínica
- ☐ Caja
- ☐ Archivo
- ☐ Financiera
- ☐ Dirección Escuela
- ☐ Radiología
- ☐ Materiales
- ☐ Esterilización
- ☐ Servicios Generales
- ☐ Coordinación de Clínicas
- ☐ Secretaría Académica
- ☐ Portero
- ☐ Servicio al Cliente
- ☐ Investigación
- ☐ Odontología Asistencial
- ☐ Docencia
- ☐ Secretaría Posgrados

Califique los siguientes puntos de acuerdo con la siguiente escala de uno (1) a cinco (5), a continuación se presentan las opciones de calificación

1	2	3	4	5
Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno

1. Adecuación del lugar de trabajo

• Iluminación *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Ventilación *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Temperatura *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Equipos de oficina (pc, impresora, fotocopidora entre otros). *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• El orden del lugar de trabajo *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Lugar de trabajo *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

2. Como considera las siguientes infraestructuras:

• Baños

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Salas de espera

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Oficinas

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Clínicas

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Parquaderos

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Bibliotecas

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Laboratorios

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Comedor

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

• Aulas de clase

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

3. Como califica usted la parte de servicios generales de la Escuela De odontología De Univalle *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

4. ¿Como calificaría usted las relaciones con sus compañeros de trabajo? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

5. ¿Como considera su salario? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

6. Como califica usted el software que utiliza

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

7. En general, se siente usted satisfecho con su trabajo *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Califique los siguientes puntos de acuerdo con la siguiente escala de uno (1) a cinco (5), a continuación se presentan las opciones de calificación

1	2	3	4	5
No	Más bien no	Dudoso	Más bien sí	Sí

8. ¿Considera usted que las actividades que se desarrollan en su área están bien definidas? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

9. ¿Las funciones y responsabilidades están claramente definidas? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

10. ¿Conoce usted claramente los objetivos de la Organización? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

11. ¿Conoce usted claramente los objetivos de su área? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

12. ¿Considera usted que se le reconoce el trabajo que realiza a diario?

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

13. ¿Sus conocimientos y habilidades se adecuan al trabajo que desempeña? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Califique los siguientes puntos de acuerdo con la siguiente escala de uno (1) a cinco (5), a continuación se presentan las opciones de calificación

1	2	3	4	5
Nunca	Alguna vez	Con cierta frecuencia	Con frecuencia	Siempre

14. ¿la colaboración entre compañeros se da de manera habitual? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

15. ¿Considera usted que dentro de su área se presentan mejoras continuas que afectan su proceso? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

16. ¿Que mejoras plantearía usted para mejorar el trabajo que desempeña en su área? *

Tu respuesta

17. ¿Considera usted que la organización le proporciona oportunidades para seguirse cualificando en su proceso de formación? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

18. ¿Las capacitaciones y actualizaciones que ha realizado en algún momento le han servido para mejorar las tareas de su puesto de trabajo? *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!