

RESUMEN

El Hospital General de las Fuerzas Armadas es uno de los referentes a nivel nacional, constituyéndose en uno de los mejores centros de atención de tercer nivel. El HG.1 actualmente tiene una congestión del servicio de consulta externa, la misma que se produce especialmente debido a que existe una sobredemanda generada por la falta de un sistema que organice las citas médicas y suministre la suficiente información a los usuarios a fin de mejorar el servicio al cliente.

Con la finalidad de mejorar la atención a los pacientes, actualmente, la Dirección de Sanidad de las Fuerzas Armadas, se encuentra ejecutando el proyecto de “Racionalización de la atención ambulatoria en los servicios de salud de las Fuerzas Armadas, en el área de influencia del Hospital General de las Fuerzas Armadas”, para apoyar a la ejecución de este proyecto se requiere la implementación de un Call Center para organizar las citas y el funcionamiento de la Consulta Externa.

El proyecto de Implementación del Call Center para el HG.1 está constituido por dos fases. En la primera se realizó el análisis situacional y la investigación de mercado correspondiente. En la segunda fase se analizó la viabilidad técnica y financiera, tanto al hospital, así como a los clientes internos y a los externos.

El Objetivo de la investigación de mercado para el Sistema de Sanidad Militar, fue identificar los factores que producen la congestión del servicio de Consulta Externa y la mejora del servicio que se produciría con la implementación de un Call Center que ayude a optimizar los recursos. Además se pretende determinar las necesidades que tienen los pacientes para la obtención, confirmación y reasignación de citas, así como del estado, nivel de atención y equipamiento de los consultorios del servicio de consulta externa para alcanzar su mejora y obtener un servicio integral. Con esta investigación se recomendará a la alta dirección del HG.1 la adopción de las medidas

necesarias para mejorar el bienestar de los pacientes. Este estudio pretende optimizar la capacidad instalada, reducir el ausentismo, la congestión del servicio de consulta externa y mejorar el servicio al cliente, en este caso los pacientes.

Para el desarrollo se ha propuesto ocho capítulos. En el primero se describe el giro del negocio, los objetivos del estudio, los antecedentes y la problemática. En el segundo capítulo se realiza un análisis situacional del HG.1, respecto al macroambiente, microambiente, el ámbito interno, la capacidad del talento humano y la capacidad financiera, concluyendo con el diagnóstico basado en la matriz FODA. En el tercer capítulo se realiza la investigación de mercado en base a una encuesta, cuyos resultados son tabulados y analizados, para determinar los hallazgos del estudio y llegar a obtener, en el cuarto capítulo, las conclusiones y recomendaciones del estudio de mercado.

En el quinto capítulo, se fundamenta el estudio de factibilidad, describiéndose la metodología de investigación y los objetivos a alcanzar. El sexto capítulo, se refiere a la Ingeniería del Proyecto donde se describe lo que es un servicio y el Call Center, se describe la distribución estadística de las llamadas entrantes y la probabilidad de su duración, información necesaria para en relación a los estándares internacionales establecidos, proceder al dimensionamiento del servicio, llegando hasta la organización y requerimientos de personal

En el séptimo capítulo se realiza el análisis financiero del proyecto, para lo cual se establece el monto de la inversión, los ingresos en base a la reducción de costos que se obtendrían con la implementación del proyecto y finalmente los gastos de operación y mantenimiento del proyecto. Con estos datos se determina el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, para posteriormente realizar el análisis de sensibilidad. Finalmente en el octavo capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio de factibilidad.

ABSTRACT

The General Hospital of the Armed Forces is one of the leading nationwide, being it one of the best centers of third level care. The HG.1 currently has congestion in outpatient service, the same that occurs especially because there is excess demand generated by the lack of a system to organize appointments and provide sufficient information to users to improve customer service.

In order to improve patient care, today, the Health Authority of the Armed Forces, is executing the project of "Rationalization of ambulatory care in the health services of the Armed Forces, in the area of influence General Hospital of the Armed Forces", to support this project it be require the implementation of a Call Center to arrange appointments and outpatient operation.

The draft Implementation of Call Center for HG.1 consists of two phases. In the first one, it was performed situation analysis and the corresponding market research. In the second phase was analyzed the technical and financial feasibility, to benefit both to the hospital, as well as internal and external customers.

The objective of market research for the Military Health System, was to identify the factors causing congestion of the outpatient service and service improvement that would occur with the implementation of a call center to help optimize resources. It also aims to determine the needs of the patients for obtaining, confirming and reassignment of appointments; state, level of care and equipping clinics outpatient service to achieve improvement and get a complete service.

This study aims to optimize capacity, reduce absenteeism, reduce congestion outpatient service and improve customer service, in this case patients.

The proposed has eight chapters. The first describes the type of business, the objectives of the study, the background and issues. The second chapter, takes place situational analysis of the HG.1 , regarding the macroenvironment, microenvironment, internally, the ability of human talent and financial capacity, concluding with the diagnosis based on the SWOT matrix.

The third chapter was done the market research, based on a survey, the results was tabulated and analyzed to determine the study's findings and reach a preliminary ruling in the fourth chapter, the conclusions and recommendations of the market study.

The fifth chapter was the feasibility study, describing the research methodology and the objectives to be achieved. The sixth chapter, is regarding to Engineering Project, which describes the service and call center, we describe the statistical distribution of incoming calls and the probability of its duration, relative information to the international standards established proceed to service size, reaching the organization and staffing requirements

In the seventh chapter presents the financial analysis of the project, which is set to the amount of investment income based on the cost savings that would result with project implementation and finally the costs of operation and maintenance of the project . With these data, determines the Net Present Value and Internal Rate of Return, and later perform sensitivity analysis. Finally in the eighth chapter presents the conclusions and recommendations of the feasibility study.