

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL ACCESO Y CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE SALUD

ESTRATEGIA “EL VALOR DEL UNO” OFICINA DE PARTICIPACIÓN COMUNITARIA Y SERVICIO AL CIUDADANO

INTRODUCCIÓN

El diseño de estrategias que impacten positivamente en el servicio a la ciudadanía se convierte en un reto diario para los equipos de trabajo de las diferentes entidades, y con mayor razón si la entidad tiene en su misión prestar servicios. La palabra “prestar” involucra una acción con vocación y entrega: Seres Humanos brindando lo mejor de si para otros. Pero nos hemos preguntado cómo puede llegar a sentirse la persona que siempre sirve y de una u otra manera no conoce el impacto que su actuación puede generar en la vida de otras las personas.

De esta inquietud surge la estrategia denominada “el valor del uno”, que se fundamenta en reconocer la importancia de cada persona que integra un equipo de trabajo en el logro de objetivos comunes, esto bajo un concepto positivista cuyas bases son la motivación, el reconocimiento del quehacer cotidiano, la entrega de herramientas claras para la labor entre otras.

El nombre de la estrategia lo complementa un eslogan “Cuando UNO brilla todos brillamos”, este busca explicar que el valor que cada uno le coloque a su labor no solo beneficia al que la realiza (Visión de Empresa – Cliente interno), sino que impacta en el colectivo que representa (Área, Dependencia, Entidad) además de favorecer o no la Imagen Institucional. Así mismo pretende hacer entender que todos en un equipo tienen el momento de brillar por el aporte que realiza, cada labor cuenta y por esta razón al delimitar los roles, apoyar el desarrollo de acciones de formación, aporta en el resultado y en la fidelización del cliente interno a su entidad. (Dar valor al quehacer)

Reconocer la labor involucra para este caso las formas e instancias de participación como actor representativo de los usuarios, con ellos se trabaja articuladamente para mejorar la calidad en los servicios, el reconocimiento para este grupo se focaliza en tomar en cuenta sus necesidades como organizaciones autónomas y apoyar el diseño de piezas comunicativas que faciliten el ejercicio diario, que a diferencia del grupo de colaboradores no cuenta con retribución monetaria. También se establecen acciones de formación y comunicación para este actor.

El comité de ética como instancia de participación acompaña la línea de reconocimiento a la labor con el análisis y validación de las felicitaciones escritas depositadas en el buzón, de esta manera se articula el usuario a la labor de dar valor.

Se generara una manera de dar valor es apoyar los procesos de capacitación y formación que para este caso se plantea realizarlo con para el equipo de servicio a la ciudadanía, esto permite generar seguridad en el desempeño diario y por lo tanto entregar la mejor imagen y servicio a los usuarios.

Se define metodología estandarizada para la entrega de elementos distintivos o piezas comunicativas acorde a las necesidades del proceso.

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la cultura de servicio a través de acciones ejemplarizantes de motivación, reconocimiento del quehacer, fortalecimiento de competencias que aporten al desempeño en los diferentes actores (equipo de salud, usuarios y formas de participación), interiorizando el concepto de la estrategia el valor del UNO “Cuando UNO brilla todos BRILLAMOS”.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Reconocer de manera trimestral a través de la entrega de un certificado, los colaboradores que cuenten con felicitaciones escritas y cumplan con los criterios establecidos por el comité de ética.

Diseño de piezas comunicativas que permitan el desarrollo de la estrategia en los diferentes actores y generen recordación del concepto “EL VALOR DEL UNO – Cuando UNO Brilla todos Brillamos”.

Desarrollo de acciones de información, comunicación y formación a los diferentes actores que hacen parte de la dependencia de Participación comunitaria y Servicio a la Ciudadanía.

Diseño de piezas comunicativas de reconocimiento el trabajo realizado con las formas de participación y que facilite su labor.

DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

Campaña de expectativa

Se cuenta con un perfil de comunicaciones el cual establece los elementos básicos para la campaña de expectativa de la estrategia, esto a fin de cumplir con el impacto esperado, el propósito inicial de este ejercicio es llamar la atención, para llegar a un punto de pre-aceptación y conocimiento de esta.

Para esto se propone que de manera articulada la oficina de participación con comunicaciones establezca los aspectos de la campaña inicial, la cual debe contar con mensajes llamativos, claros y efectivos para transmitir el mensaje. Esto se traduce en generar las piezas audiovisuales, activaciones y eventos adecuados para atraer la atención.

Es necesario tener en cuenta una serie de factores como el tiempo que durará la campaña, los personajes que comunicarán adecuadamente la idea, los medios y canales por los que se difundirá la campaña.

La concepción de “menos es más” también es valedera aquí. La creatividad no entra en conflicto con la duración o la calidad del mensaje, por lo que en este aspecto diseñar una campaña simple es equivalente a comunicar un mensaje claro.

La comunicación de la campaña de expectativa debe estar alineada con la política de comunicaciones de la Subred Integrada de Servicios de Salud con el fin de dar unidad en el producto. Esto es fundamental para afianzar a los receptores un concepto claro que los lleve a convertirse en sujetos que se fidelicen a la idea.

El concepto EL VALOR DEL UNO – Cuando UNO Brilla todos Brillamos” es fundamental para darle una base sólida a la comunicación de la campaña. Es la idea que englobará todos los aspectos de la estrategia publicitaria y desde la que se ejecutarán las piezas gráficas, audiovisuales, todas las acciones incluidas en el plan de desarrollo de la campaña.

PRODUCTO: Plan de desarrollo de la campaña y piezas comunicativas diseñadas.



ACTORES A QUIEN VA DIRIGIDA LA ESTRATEGIA

DIRECTOS:

Las acciones directas esta dirigidas a los actores que hacen parte de la dependencia de Participación Comunitaria y Servicio a la Ciudadanía, esto incluye equipo de primer contacto informadores, trabajadores sociales, formas e instancias de participación y usuarios prioritarios (identificación salas de espera)

INDIRECTOS

Las acciones de impacto indirecto, es decir, el despliegue del concepto de la estrategia está encaminado a todos los colaboradores de la Subred Integrada de Servicios de salud, ya que la idea es que al realizarse ejercicios ejemplarizantes impacten de manera positiva en la cultura de servicio.

LINEAS DE ACCIÓN

1. Fidelización: reconocimiento al merito

El “Uno” desde la visión de aporte como individuo, grupo o servicio – satisfacción y reconocimiento cuando uno más uno puede ser mil (Línea ejemplarizante).

En esta línea de acción denominada Reconocimiento al Mérito, la cual tiene como propósito certificar la buena labor desde la satisfacción de los usuarios, como herramienta de análisis se toma las FELICITACIONES del Sistema Distrital Bogotá te Escucha generadas para los colaboradores de la Subred Integrada de Servicios de Salud Sur en un periodo de tres meses.

El trabajo de análisis de el comportamiento de las felicitaciones se realiza de manera articulada con el comité de ética de la institución, dado que en este hay representantes tanto de los colaboradores como de la comunidad organizada lo que hace que el ejercicio tome un valor adicional.

Fidelizar al usuario interno parte de métodos que motiven y resalten el quehacer cotidiano, sin embargo, también debe claro que lograr este merito el funcionario debe cumplir con comportamientos que puedan ser ejemplares, llevando a otros a esforzarse para lograrlo.

Si bien uno de los indicadores de la Dependencia de Participación Comunitaria y Servicio al Ciudadano es disminuir las quejas y para esto constantemente se realizan acciones de mejora por parte de las áreas, esta iniciativa de la estrategia el VALOR DEL UNO, centra sus acciones en INCENTIVAR AL PROFESIONAL A REALIZAR LAS COSAS BIEN Y LOGRAR UN RECONOCIMIENTO ESCRITO POR PARTE DE LOS USUARIOS.

Al contar con mas felicitaciones el peso de la queja tiende a disminuir y la visión de cara a lo negativo se espera cambiar hacia lo positivo.

Los reconocimientos que incluye la estrategia son los siguientes:

Reconocimiento al mérito de manera individual: Persona que durante el trimestre haya recibido mas de tres felicitaciones, no presente quejas y además estas cuenten con validación a través de llamado telefónico del 100% de las felicitaciones, acción que es realizada por los integrantes del comité. Se solicita que el certificado cuente con aparte de los mencionados en la felicitación para que sea un ejercicio de mayor impacto.

Reconocimiento al mérito de manera grupal o por servicio, esta se determina con el total de felicitaciones y se reconocerá al servicio que ocupe primer puesto según el porcentaje de presentación de las mismas en el trimestre, importante mencionar que si el área repite para el siguiente trimestre se toma el segundo puesto. La fuente es el informe de PQRS trimestral.

Este nivel de reconocimiento resalta a un grupo o persona que ejemplariza el **VALOR DEL UNO** se propone la entrega de elementos como: elementos de premiación PIN de solapa, MUG publicitario de la estrategia, marco fotográfico y diploma. Así mismo la entrega de estos elementos va a acompañada de la presencia de la defensora del usuario y de un representante de comunidad quienes personalmente entregaran los incentivos a fin de generar mayor apropiación.

Reconociendo al mérito Formas e Instancias de Participación: Evento de reconocimiento anual, el cual debe ser concertado con los integrantes de las formas, en

esta misma línea se incluye a partir de las necesidades identificadas apoyar el diseño de piezas comunicativas para cada forma e instancia de la Subred Sur.

PRODUCTOS

Evento de Reconocimiento

Piezas comunicativas diseñadas y entregadas a las formas e instancias de participación.

Entrega de certificados y detalle individuales de reconocimiento al mérito según análisis trimestral.

Entrega de certificados y detalles grupales - servicio al reconocimiento al mérito según análisis trimestral.

2. Generando valor - La acción de “uno” afecta a mil

El “uno” visto desde el quehacer de cada actor en el sistema de salud (Usuario, Colaborador, asegurador)- Mi rol, importancia de lo que hago. (Capacitación, trabajo con comunidad).

Esta línea tiene como propósito acompañar en la generación de valor al quehacer, por lo tanto, en esta línea se encuentra los procesos de fortalecimiento de competencias, la entrega de herramientas para mejorar el trabajo, la estandarización de lenguaje entre otras cosas, para los actores antes descritos.

Actividades de Información, Comunicación y Formación (Fortalecimiento de competencias)

Talleres de fortalecimiento a colaboradores de primera línea: Desde la oficina de comunicaciones y con liderazgo del comunicador social del convenio realizara capacitaciones al personal de primera línea con el fin de afianzar las competencias comunicativas y de lenguaje claro, el cual contara con el diseño y reproducción de piezas comunicativas para realización de talleres, juegos y material didáctico.

Proceso de formación en articulación con IDEPAC a las formas e instancias de participación En el ejercicio de generar valor y entregar herramientas se propone realizar capacitación en articulación con el IDEPAC a los integrantes de las formas e instancias de participación, esto con el fin de apoyar la toma de decisiones en el ejercicio de seguimiento y control a los servicios de salud que realizan estas organizaciones.

PRODUCTOS

Actas de los espacios de información, comunicación y formación.

Registro fotográfico

Pruebas de conocimiento.

Entrega de herramientas para mejorar el trabajo

Guía del usuario:

Actualización, diseño e impresión de la guía del usuario teniendo en cuenta que esta herramienta facilita la comunicación con los usuarios, en esta se proyecta presentar información relevante para que el usuario la tenga disponible, como lo es los derechos y deberes, portafolio de servicios con énfasis en información relacionada el acceso a los servicios de los CAPS y en la organización de los servicios de acuerdo al nuevo modelo de atención Con direcciones y teléfonos de contacto entre otros.

Libreto para colaboradores de primera línea:

Desde el área de comunicaciones se realizará un libreto introductorio para que los informadores lo utilicen en el momento de realizar las charlas en salas de espera que permita brindar confianza en la información a recibir los ciudadanos. Libreto que junto con los espacios de fortalecimiento de competencias mejorará la comunicación con los usuarios, aportando a la satisfacción

Usuarios VIP:

En la subred integrada de servicios de salud sur. Se brinda una atención centrada en el usuario, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas, así como una atención humanizada y de calidad, es por esto que desde la oficina de servicio al ciudadano se crea la estrategia de ventanillas para la atención preferencial, es decir, punto especial denominado VIP (persona importante) en donde se le da prioridad a niños, niñas, adolescentes, adultos mayores, gestantes, personas con algún tipo de discapacidad, víctimas de la violencia, desplazados y del conflicto armado, como también personas que sufren de enfermedades huérfanas y pacientes de alto costo, enfermedades catastróficas o ruinosas. Con esta estrategia buscamos proteger los derechos de nuestros usuarios permitiendo la accesibilidad a los servicios eliminando las barreras que les impiden a las personas anteriormente mencionadas acceder en condiciones, de igualdad y al goce efectivo de sus derechos, promover practicas de inclusión social. Los cuales contarán con las ventanillas de atención preferencial y el sticker que lo identifique de manera visual como persona VIP.

Discapacidad Visual : La Subred Integrada de Servicios de Salud Sur, Pensando en la inclusión de las personas con discapacidad visual, diseñara una pieza comunicativa la Carta de trato digno en braille.la cual se va a distribuir una por sede para ser entregada a esta población y poder dar a conocer los derechos y deberes, mecanismos de escucha.

PRODUCTOS

Guía del Usuario

Libreto primero línea

Carta del trato digno en Braille

Identificadores población prioritaria.

- 3. Metodología estandarizada para la organización de soportes y diligenciamiento de formatos para la entrega de elementos distintivos y/o piezas comunicativas tanto de cliente interno como externo.**

Esta línea tiene como propósito organizar desde la definición de la necesidad de piezas comunicativas y/o elementos distintivos, incluido la entrega formas hasta el despliegue de las mismas de acuerdo a la presente metodología.

Definición de la Necesidad: De acuerdo al desarrollo de los procedimientos de Servicio al Ciudadano y Participación Comunitaria ya sea por la prestación del servicio o la interacción con la comunidad integrantes de las Formas de Participación Comunitaria, la necesidad de generar se evidencia la necesidad de construir o diseñar diferentes piezas comunicativas o elementos distintivos que respondan a diferentes estrategias de comunicación y reconocimiento a la labor tanto de los líderes comunitarios como de colaboradores.

Diseño de Piezas comunicativas o elementos distintivos: Se da a conocer la necesidad a la oficina de comunicaciones de la Subred Sur para la construcción de diseños de piezas, quienes se encargan del acompañamiento del proceso para el diseño de las piezas y relación directa con proveedor con el fin de ofrecer la asistencia técnica de acuerdo a los criterios definidos.



SUBRED INTEGRADA DE SERVICIOS
DE SALUD SUR E.S.E

Contracción de elementos Distintivos: Luego de lograr el diseño, se realiza a través del convenio la solicitud de contratación de un proveedor con seguimiento técnico de la oficina de comunicaciones.

Entrega formal de piezas comunicativas o elementos distintivos: La oficina de comunicaciones recibe al proveedor con el ingreso a entrada a almacén y posteriormente la oficina de Participación Comunitaria y Servicio al Ciudadano realiza la organización de reuniones o estrategias para la entrega de los elementos tanto a comunidad como a colaboradores.

Se realiza diseño de formato para la entrega de elementos tanto a cliente interno como externo el cual se normaliza a través del procedimiento de acceso del proceso de Participación Comunitaria y Servicio al Ciudadano.

Despliegue de las piezas comunicativas o elementos distintivos: Se realiza las reuniones o estrategias de entrega tanto cliente interno como externo donde se realiza firma del recibido en el formato establecido en relación de las piezas o elementos que hacen parte de la estrategia.

PRODUCTOS

Contratos de piezas comunicativas o elementos distintivos
Formato firmado de recibido

