





**MEJORA DE LA ATENCIÓN  
DE QUEJAS Y RECLAMACIONES  
EN EL ÁMBITO SANITARIO (SANT089PO)**

Hispanamérica

 **Hispanamérica**  
BOOKS

**Mejora de la atención de quejas y reclamaciones en el ámbito sanitario (SANT089PO)**

© Desarrollos didácticos S.A de C.V.

© HISPAMERICA BOOKS, S.L. (2023)

Telef. (00 34) 91 028 28 51

Madrid, España

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, grabación o cualquier otro medio sea cual fuere sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (artículo 270 y siguientes del Código Penal).

**ISBN 978-84-17958-76-3**

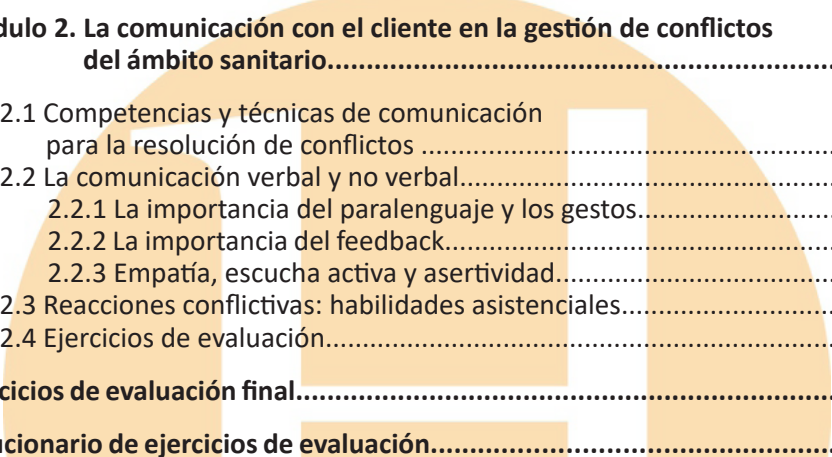
Impreso en Madrid (España) – Printed in Madrid (Spain)





# ÍNDICE

<b>Módulo 1. La atención al cliente y la gestión eficaz de quejas, reclamaciones y objeciones del ámbito sanitario.....</b>	<b>11</b>
1.1 La atención al cliente.....	13
1.1.1 La satisfacción del cliente.....	15
1.1.2 Tipos de clientes.....	17
1.1.3 ¿Por qué se quejan los clientes?.....	23
1.1.4 Medición de la satisfacción del cliente y tipos de encuestas de satisfacción.....	25
1.2 El tratamiento de las quejas y reclamaciones.....	29
1.2.1 Quejas y reclamaciones: definición y elementos diferenciadores.....	29
1.2.2 Cómo comportarse ante una queja y reclamación.....	31
1.2.3 Actitudes recomendadas.....	33
1.2.4 Tipos de quejas y reclamaciones.....	35
1.2.5 Cómo gestionar eficazmente una queja y reclamación.....	38
1.3 El tratamiento de objeciones.....	40
1.3.1 Las objeciones: definición del concepto.....	41
1.3.2 Las objeciones son una oportunidad.....	43
1.3.3 Las objeciones más frecuentes.....	44
1.3.4 Técnicas específicas para el tratamiento de objeciones.....	46
1.4 La atención al cliente en situaciones de conflicto.....	48
1.4.1 Inventario de escenarios y situaciones de conflicto en el centro sanitario.....	50
1.5 Ejercicios de evaluación.....	53



<b>Módulo 2. La comunicación con el cliente en la gestión de conflictos del ámbito sanitario.....</b>	<b>57</b>
2.1 Competencias y técnicas de comunicación para la resolución de conflictos .....	59
2.2 La comunicación verbal y no verbal.....	63
2.2.1 La importancia del paralenguaje y los gestos.....	67
2.2.2 La importancia del feedback.....	70
2.2.3 Empatía, escucha activa y asertividad.....	73
2.3 Reacciones conflictivas: habilidades asistenciales.....	78
2.4 Ejercicios de evaluación.....	86
<b>Ejercicios de evaluación final.....</b>	<b>88</b>
<b>Solucionario de ejercicios de evaluación.....</b>	<b>91</b>









# Módulo 1

La atención al cliente  
y la gestión eficaz de quejas,  
reclamaciones y objeciones  
del ámbito sanitario



# 1. La atención al cliente y la gestión eficaz de quejas, reclamaciones y objeciones del ámbito sanitario

## 1.1 La atención al cliente



La **atención al cliente** se puede definir como una herramienta utilizada para destacar los productos o servicios y alcanzar el éxito, gracias al buen trato a los consumidores y usuarios.

Los consumidores, usuarios y clientes, a la hora de obtener productos y servicios tienen en cuenta algunos factores como el precio o la calidad, pero también la atención prestada por los responsables de venta. Una buena atención puede hacer que el cliente vuelva al negocio y que lo recomiende entre sus conocidos.

Los responsables de las organizaciones deben tener en cuenta que el “boca a boca” puede ser una herramienta muy útil en los procesos comerciales, siempre y cuando esta sea positiva.

Es necesario que las empresas cuenten con políticas de atención al cliente y que tengan profesionales adecuados que deben ser formados, motivados y con objetivos orientados al cliente.

Las empresas deben contar con canales de formación para actualizar los conocimientos de los vendedores y de las personas que se dedican a la atención al público, así como para dotarlos de estrategias o técnicas de atención al cliente.

Los profesionales que trabajan en la atención al cliente deben tener en cuenta algunos factores como, por ejemplo:

1. **El recibimiento de los clientes y usuarios:** este debe realizarse de manera agradable, sin que se sientan atosigados. Es muy importante en este punto la comunicación verbal y no verbal.
2. **La amabilidad en el proceso de venta y postventa:** esencial para que los clientes se sientan cómodos. Además, se debe dar a los demandantes información real y veraz. El engaño nunca llevará por buen camino.
3. **Una atención rápida y personalizada:** haciendo que el cliente no pierda el tiempo y que se sienta especial, ya que, cada vez que visita un establecimiento sabe que darán solución a sus demandas.
4. **El cuidado del entorno:** los locales en los que se prestan servicios o se venden productos deben ser cómodos y cálidos, de manera que quienes lo visiten estén a gusto y quieran volver. Además, es importante cuidar la higiene. El local debe estar limpio, recogido y oler bien. En definitiva, debe ser positivo para los cinco sentidos.
5. **No presionar a los clientes:** si la venta no se realiza un día, con un buen asesoramiento es probable que se lleve a cabo en otro momento. Si se presiona a los clientes o usuarios, estos pueden sentirse amenazados y no volver al local. Además, puede dar pie a malentendidos y a posibles discusiones, que siempre serán negativas para la imagen de la organización.

También cabe estudiar las principales características de la atención al cliente para obtener resultados positivos para un negocio. Por lo tanto, se debe tener en cuenta:

- El **conocimiento de las necesidades y expectativas** de los clientes.
- La **flexibilidad** a la hora de adaptarse a las necesidades.
- La **búsqueda de la fidelización** de los clientes.
- La **necesidad de tener una buena atención al cliente.**
- La **formulación de estrategias** para alcanzar nuevos objetivos.

La atención al cliente va ligada a la **fidelización**. Los clientes fieles son los que no quieren cambiar un producto o servicio por otro, ya que está a gusto con los que usan actualmente y supondría un trastorno buscar nuevos establecimientos. Pero debemos tener claro que la fidelidad no se liga únicamente a la atracción emocional de los clientes, por ejemplo, al ser tratados bien. Existen otros factores que hay que tener en cuenta en el proceso de fidelización, tales como la calidad, el precio, la cercanía del establecimiento, la comodidad, etc.

La atención al cliente contempla multitud de posibilidades y de variantes, ya que, dependiendo del tipo de empresa, se debe aplicar de una manera u otra. En el **ámbito sanitario**, se debe emplear la atención al cliente como podría hacerlo una empresa de servicios, aplicando ciertos matices.

### 1.1.1 La satisfacción del cliente

La **satisfacción del cliente** es la medición de la respuesta que los usuarios tienen con respecto a la atención que reciben por parte del equipo sanitario. Las calificaciones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y, además, para conocer al detalle lo que necesitan.



En el ámbito sanitario, debemos hablar de **satisfacción del paciente**. Se trata de un indicador importante y comúnmente utilizado para medir la calidad de la atención sanitaria. Esta influye en los resultados clínicos, en la retención de los pacientes y en las reclamaciones por negligencia médica. Además, afecta a la prestación oportuna, eficiente y centrada en el paciente.

Por lo tanto, podemos afirmar que la satisfacción de los pacientes es un indicador indirecto muy eficaz a la hora de medir el buen hacer del personal y los hospitales.

El análisis en profundidad del sector y de la demografía conduce a una mejor comprensión de los pacientes, de sus necesidades de atención sanitaria y de sus expectativas.

Los datos que se recolectan pueden utilizarse para crear estrategias eficaces que den lugar a servicios de mayor calidad en el sector de la sanidad.

Una **encuesta de satisfacción** puede ser una opción de gran utilidad a la hora de recopilar información como:

- Preguntas relacionadas con la demografía.
- Seguimiento del tratamiento que está llevando a cabo un paciente concreto.
- Cuestionario de historial médico.
- Procedimientos a los que se ha sometido un paciente en el pasado.
- Evaluación del estado de salud.

Algunos beneficios de prestar atención a la satisfacción del paciente pueden ser:

- Fidelidad.
- Retención de pacientes.
- Posibilidad de aumentar el precio en el caso de los hospitales privados.
- Aumento de la satisfacción del personal.
- Disminución de rotación de personal.
- Disminución riesgo de demanda por parte de los pacientes.



### 1.1.2 Tipos de clientes

En el día a día de un centro sanitario es posible tratar con diferentes tipos de pacientes. De hecho, es sumamente complejo definir cada tipología de paciente, ya que, cada persona es una entidad única por definición.



Sin embargo, necesitamos generalizar para poder comprender a la amplia gama de posibles perfiles y brindarles el trato que necesitan cada uno de ellos.

Por lo tanto, debemos asumir dos premisas:

1. No existe una tipología que nos permita evitar ciertos errores a la hora de evaluar a nuestros pacientes, pero es posible reducir el margen de error.
2. La personalidad no es estática. Un paciente comportarse de diferente forma dependiendo de ciertos acontecimientos, por lo que no debemos etiquetar.

A la hora de tratar con el paciente, existen ciertas prácticas genéricas que pueden ser de utilidad:

- Mostrar empatía.
- Expresión facial sonriente y natural.
- Recordar el nombre del paciente.

- Escucha activa.
- Sinceridad ante todo.
- Evitar una posible discusión.
- Mostrar respeto por las opiniones ajenas.
- Dejar hablar al paciente.

A continuación, agruparemos a los pacientes en función a su actitud directa:

### **1. El paciente agresivo:**

Con este tipo de paciente es imprescindible mantener la calma. Esto implica que la comunicación no verbal se base en la serenidad, es decir, mostrar un rostro calmado, una mirada firme, una postura relajada y una gestualidad marcada por la suavidad.

Es imprescindible guardar silencio, ya que, de esta forma le estaremos mostrando al paciente que tenemos un buen nivel de escucha que no nos dejamos amedrentar por esa agresividad externa.

Además, es interesante realizar preguntas abiertas y de control. Al plantear preguntas abiertas descubrimos o ratificamos la causa o el origen de ese malestar y, posteriormente, a través de preguntas de control podremos ratificar que hemos entendido correctamente la causa o el origen de dicho malestar.

Entendemos por preguntas abiertas ¿cómo?, ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿cuánto? y por preguntas de control ¿verdad?, ¿es así?, entre otras.

Cuando el paciente se tranquilice, debemos proporcionar soluciones desde la serenidad.

### **2. El paciente discutiador:**

Se trata de un perfil diferente, pero la forma de atenderle guarda muchas similitudes con la del cliente agresivo. Es imprescindible averiguar por qué muestra esa actitud, es decir, si discute porque desconfía o si discute porque sencillamente esa es su personalidad.

Es importante mostrar seguridad y no transmitir tintes sumisos, ya que, por el contrario, estaríamos dando al paciente toda la iniciativa y todo el poder, reafirmando lo que el ya cree y siente por el mero hecho de mostrar una actitud agresiva.

Como conclusión, es imprescindible emplear frases muy seguras y contundentes.

### **3. El paciente silencioso:**

Este tipo de paciente requiere una comunicación no verbal alegre, risueña, cálida y confiable, es decir, una actitud que invite al paciente a romper su silencio.

Se deben evitar las respuestas con monosílabos, ya que estas no generan un clima correcto para que tenga lugar una retroalimentación óptima.

También es posible que exista desconfianza, indecisión, inseguridad, e incluso, cierto sentimiento de inferioridad por parte del paciente. Por ello, es de vital importancia observar la comunicación verbal y no verbal.

### **4. El paciente desconfiado:**

El paciente desconfiado, por norma general, solo confía en su opinión. Se toma el tiempo que considera necesario para examinar nuestras palabras y propuestas.

Este tipo de paciente se muestra susceptible e intransigente, no muestra capacidad de reflexión y pone inconvenientes a todo.

Para darle la vuelta a la situación y que el cliente lleve a cabo la transición de desconfiado a mostrar confianza, es imprescindible transmitir respeto, comunicación confiable y admiración.

Como conclusión podemos afirmar que es imprescindible prestar atención, respetar las ideas del paciente, conservar la calma y el buen humor, sonreír, presentar pruebas, no afirmar nada que no podamos demostrar y aprovechar la mínima oportunidad para contar alguna anécdota personal relacionada con su caso para encontrar puntos en común.

## **5. El paciente indeciso:**

Muy similar al paciente desconfiado. Es habitual que vaya acompañado de algún familiar que le aporte cierto criterio y le ayude a tomar decisiones, ya que él no es capaz de hacerlo por su cuenta. Suele tratarse de una persona tímida e insegura que muestra una actitud defensiva con frecuencia. Además, se resiste a cualquier cambio y solicitará nuestra opinión para, posteriormente, pedir un tiempo para reflexionar.

Para tratar con este paciente, es imprescindible orientarle de forma concreta sobre cuál es la mejor elección en su caso y explicarle los perjuicios que le acarrearán aplazar su decisión.

Una vez que el paciente indeciso se sienta cómodo con nosotros, debemos animarle a que exponga sus necesidades y problemas. Para ello, es imprescindible plantearle preguntas abiertas que le permitan explicarse.

## **6. El paciente experto:**

Se trata del típico paciente que cree saber de la materia que el profesional que le está atendiendo. Es posible que se muestre soberbio y exigente, y es una persona instructora que indica todo el tiempo como deben hacerse las cosas.

Una técnica muy interesante a la hora de tratar con este paciente es la de mostrar entusiasmo ante todo su conocimiento empleando expresiones como: “Como tú muy bien sabes...”, “yo nunca lo habría dicho mejor” o “estoy de acuerdo contigo en eso”.

Es imprescindible que, a la hora de emplear las frases que se mencionan en el párrafo anterior, mostremos sinceridad, evitando parecer irónicos o sarcásticos, ya que, de lo contrario, provocaremos su enfado inmediato.

Si su actitud persiste, será necesario mostrar los límites e indicarle que se ha puesto en nuestras manos por nuestros conocimientos y experiencia, y que es imprescindible que nos permita realizar el trabajo en un clima de confianza.