



# FICHA RETO FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA



## RETO

¿Cómo + acción + situación problema + objetivo?

**¿Cómo orientar efectivamente a los visitantes (pacientes, proveedores, colaboradores, familiares) por medio de herramientas tecnológicas, novedosas, visualmente atractivas y de fácil uso que permitan que se acceda de manera rápida y autónoma a los servicios prestados en la institución, generando la mejor experiencia en su visita?**

### OBJETIVO ESTRATÉGICO

¿Cuál es el objetivo estratégico que enmarca el reto? Ejemplo: Mejorar la calidad de sus bienes y servicios; Reducir los tiempos de respuesta a las necesidades del cliente y proveedor; Incrementar o mantener su participación de mercado y Aumentar la capacidad y/o flexibilidad para la producción de bienes y servicios.

Generar la mejor experiencia en la atención del cliente, logrando su fidelización, y disminuir la carga operativa del personal de front y de los colaboradores al reducir el numero de consultas relacionadas con ubicación

<p><b>ANTECEDENTES</b> ¿Qué está generando un problema? ¿Cómo se ha intentado solucionar el reto hasta ahora? Detalla las iniciativas ya realizadas que dan información de éxitos y fracasos.</p> <p>Causas: No se cuenta con la información de ubicación y función de cada área, así como se desconoce en dónde encontrarla . La señalización y señalética usada no es suficiente, clara y universal. Baja capacidad de comunicar efectivamente según el tipo de usuario objetivo. Falta de sensibilización de servicio al cliente por parte de los colaboradores para orientar a los visitantes según el tipo de población</p> <p>Condiciones del usuario: Se debe tener presente que las personas que asisten a la sede necesitan una atención médica, por lo que pueden estar emocionalmente inestables.</p> <p>Se ha intentado: Aumentar el personal de experiencia del paciente Capacitación del personal de front Señalización de las áreas Smart gate: Reconocimiento facial que debía informar dónde se tiene la cita, pero el sistema no se enlaza y los requerimientos no se cumplieron</p>	<p><b>DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD</b> Explicar claramente el dolor actual, esa situación problemática que no se ha podido solucionar y que genera unos efectos negativos o también la oportunidad que la empresa desea aprovechar. "Deseado: Datos que midan la magnitud del problema . El costo operacional, financiero, reputacional o de oportunidad que paga la empresa por no solucionar la necesidad o</p> <p>Los visitantes (pacientes, proveedores, colaboradores, familiares) cuando llegan a nuestras sedes, no se ubican fácilmente o desconocen específicamente dónde pueden atenderlo para solucionar el requerimiento que tienen, debido a la complejidad de nuestra infraestructura (grande, dinámica, especializada). Adicionalmente, dado que un porcentaje alto de circulación de visitantes son personas adultos mayores, o con bajos niveles académicos es difícil para ellos atender instrucciones, orientarse espacialmente o ubicar el lugar donde puede ser atendido. Esto genera continuamente que el paciente llegue tarde, se fustre, pierda la cita, pierda tiempo, se disguste, lo cual no contribuye a nuestro objetivo estratégico de generar la mejor experiencia. Por otra parte, cuando los visitantes están continuamente preguntando dónde ubicarse ya sea en recepción o al personal de la clínica que esta circulando, genera un problema de eficiencia operativa, aún más cuando en muchas ocasiones ni los mismos colaboradores saben dónde pueden atender al paciente. Se necesita tener un mecanismo eficiente donde el visitante pueda autogestionar la información de la ubicación y el servicio para llegar fácilmente a dicho lugar. Este mecanismo debe permitir a la organización gestionar cambios que se generen tanto de infraestructura física como de nuevos servicios de manera fácil y dinámica.</p>	<p><b>POBLACIÓN AFECTADA</b> ¿Quiénes son las personas que actualmente perciben la necesidad y se ven afectadas por no tener una solución? Aquí pueden estar involucrados: Proveedores, distribuidores, clientes, roles o áreas internas de la compañía</p> <p>Visitantes, pacientes, proveedores, colaboradores, familiares. Afecta al personal de front, a los colaboradores de experiencia del paciente y al personal de vigilancia</p> <p>Áreas como: experiencia del usuario, IT, sistemas de información, innovación, vicepresidencia comercial</p>
<p><b>¿QUÉ RESULTADOS ESPERA OBTENER?</b> Objetivos a cumplir, beneficios para el público objetivo. Deseado: Datos, cifras, porcentajes que permitan medir la solución . El valor monetario que podrían obtener si solucionan la necesidad.</p> <p>Buscamos un efecto "WOW" en el usuario Disminuir el tiempo de atención de atención por usuario en el front Incrementar el número de personas que se atienden desde el front en un tiempo específico por agente. Buena percepción de orientación en el HIC (Hospital Internacional de Colombia), logrando que el 80% de asistente o más, tenga una buena percepción La solución que se genere pueda ser escalable a otras instituciones constituyendose en un modelo de negocio.</p>	<p><b>REQUISITOS</b> ¿Cuál es el alcance de la solución? Listar los aspectos mínimos a tener en cuenta en la solución: Técnicos, económicos, de uso, normativos, tiempo de ejecución, entre otros</p> <p>La solución debe permitir de forma novedosa, utilizando tecnologías exponenciales que el visitante de manera autónoma pueda orientarse en el Hospital Internacional generado en el visitante una experiencia tecnológica y sorprendente. La solución debe ser configurable y dinámica. Que sea escalable a bajo costo y a cualquier infraestructura.</p> <p>La solución debe ser intuitiva y de fácil uso para no nativos digitales, adultos mayores, persona de bajo nivel de escolaridad</p> <p>Desable: Que se pueda adaptar a personas con algún tipo discapacidad</p>	<p><b>TIPO DE INNOVACIÓN</b> Mejora proceso, innovación continua, innovación disruptiva</p> <p>Mejora proceso</p>
<p><b>TIPO DE SOLUCIONADORA DESEADA</b> Startup, empresa desarrolladora de producto o servicio, grupo de investigación, consultora.</p> <p>Startup, empresa desarrolladora: con experiencia en desarrollo de software, user experience.</p>	<p><b>RANGO DE PRESUPUESTO</b> Permite saber el nivel de detalle y complejidad que se ofrece en la solución</p> <p>Maximo 32 millones el desarrollo y que la implementación no incurra en costos elevados para la empresa o el usuario</p>	<p><b>RANGO DE TIEMPO</b> Rango de tiempo en el cual la empresa espera tener una solución</p> <p>3 meses</p>