BRIEF
Canales Afectivos

Introducción

El afecto es una necesidad que ha creado el ser humano pues las experiencias cotidianas le han enseñado a ser un hombre dependiente; dependiente tanto de sí mismo como del entorno que lo rodea, de las otras personas y hasta de lo material. Todo ser humano busca de una u otra forma, en las diferentes circustancias, momentos y espacios (lugares físicos) de su vida el afecto que es sentirse bien, protegido, cuidado, querido e importante.
Del mismo modo, hablando de necesidades, el cuidado de la salud es indispensable en todo ser humano por que tiene el derecho a sentirse y estar bien. La salud es una "obligación" proclamada en los derechos humanos, y por tanto existen entidades que se encargan de brindar servicios en pro de esta, como la **e.p.s** (empresas prestradoras de salud).

La **e.p.s** es la encargada de brindar el servicio completo de salud a los colombianos, tanto de urgencias como de citas con médicos generales, especialistas, exámenes y medicamentos. En el caso de estudio asignado, se investigó, observó y analizó la experiencia de los usuarios de estas empresas prestadoras de salud, en las citas con médicos especialistas. En esto se identificó todo el proceso por el que tenían que pasar para conseguir la cita, desde la llamada hasta que finalmente son atendidos.
Un factor muy importante en éste proceso son los **canales** que son los medios y herramientas que las e.p.s tienen para brindarle información a los usuarios y que el servicio se pueda desarrollar de la mejor forma, tales como: el call center (intangible), las páginas de internet (digital), avisos informativos (físicos) y documentos (carnés, vales y recibos (físicos)). Esto para crear un vínculo comunicativo y **afectivo** con el usuario, con el fin de facilitar y mejorar su experiencia.

Desarrollo

Teniendo en cuenta que el afecto es una de las necesidades que tiene el hombre hoy en día y que es lo que lo hace sentirse importante, especial y único, se identificó este detalle del afecto como problema en el factor de los canales en el proceso de la cita. El ser humano, además de necesitar el servicio de la salud, necesita sentirse querido, cuidado y que hace parte de "algo" (en este caso de una empresa específica), tener una interacción afectiva con su entorno y sentirse correspondido

BRIEF
Canales Afectivos

por el mismo.
Si bien estos canales son funcionales, en la medida que hacen que el servicio cumpla los protocolos establecidos para el proceso de las citas, pero no crean un lazo afectivo con el paciente, pues están diseñados para cumplir tal función sin tener en cuenta la experiencia y el lado emocional de los u-suarios. Los aspectos que muestran claramente esta falta de apropiación de los usuarios en los canales son:
- La falta de comprensión en el momento de la espera de la llamada.
- La sobriedad de las páginas de internet, que simplemente exponen la información y no generan una conexión con el usuario.
- Los avisos informativos, que por el hecho de ser tan “clínicos” son ignorados por los usuarios, y no generan una comunicación efectiva con ellos.
- Los carnés de usuario, que son los que hacen sentir parte de una entidad al usuario no cumplen esta función al ser tan homogéneos y “aburridos”. No hay algo que le haga dar un sentido de per-tenencia al usuario ni que le genere un sentimiento afectivo por parte de la e.p.s.

Con este brief se buscará transformar estos canales que simplemente cumplen un proceso, en canales afectivos, que hagan sentir al usuario especial, querido, importante y como parte de una entidad que lo cuida y se asegura de que tenga una vida saludable.

Entregables

* **Manual**: Estado del arte + Proceso (Bitácora: Investigación, Observación, Bocetación, Prototipos, Pruebas, Resultados, Análisis), Producto, Usuario, Conceptos y Conclusiones.

*__Prototipo de alta resolución__ (en caso de hacer un objeto, requiere manual de uso)

* **Infografía** (que explique cómo llegaron a eso).

* **Archivo Digital** (PDF)

BRIEF
Canales Afectivos

Bibliografía

* http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs323/es/index.html

* http://www.biopsychology.org/biopsicologia/articulos/afecto_necesidad_primaria.htm

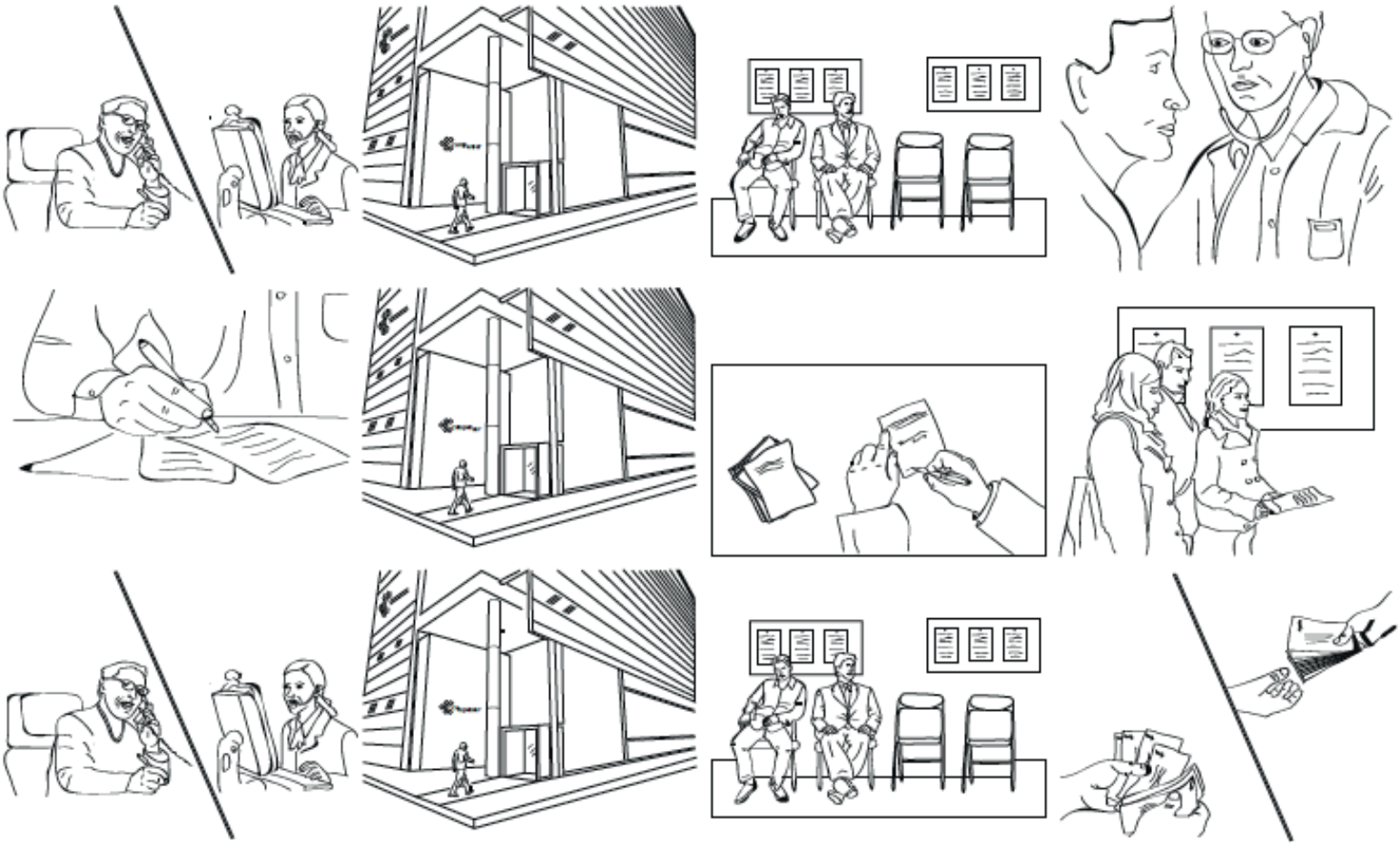
* Manual Bottom UP de la Experiencia de Salud en Cita con Médicos Especialistas.

BRIEF
Dignidad como Paciente

Introducción

Al referirnos al servicio que presta una Empresa Promotora de Salud (EPS), nos estamos refiriendo a un servicio de carácter **masivo**. El servicio dentro de las EPS está planteado de manera que en el menor tiempo posible se logre atender la mayor cantidad de casos, logrando así abarcar la mayor cantidad de usuarios y así suplir sus necesidades más básicas en cuanto a su salud. Este servicio está diseñado de tal manera que funcione para un grandísimo número de personas. Estas personas o usuarios deben pasar por un proceso de afiliación, y ya una vez afiliados deben pasar por diferentes procesos o pasos para acceder al servicio de salud como tal (la cita).

[**Proceso de cita**]
Solicitud telefónica de la cita – Pago de la cita – Sala de espera – Chequeo básico con medico general – Autorización para pedir cita con especialista – Llamada al call center para pedir cita – Pago de la cita – Sala de espera – Cita con especialista- El especialista remite medicamentos o controles



Desarollo

Lastimosamente la experiencia de este servicio, y más específicamente, a la hora de pedir una cita a un especialista, es bastante frustrante en la mayoría de los casos. El gran problema de las E.P.S radica en la conformación del servicio como tal y en la cantidad de pasos a seguir para llegar al momento de la cita con el especialista. Este problema de servicio afecta de manera directa al usuario. El servicio, con sus innumerables pasos y con su variedad de vueltas innecesarias, no se puede intervenir ya que este es un campo que depende de un sistema estatal mucho más complejo.
La experiencia de tener una cita con un especialista es bastante tediosa debido a todos los trámites y pasos que se deben seguir y si juntamos eso con la impersonalidad y falta de calidez encontrada en el servicio, tenemos un servicio que no está entendiendo a los usuarios como personas. Cuando se trata de la salud, las personas, éstas buscan un poco de calidez mientras tienen la experiencia del servicio. El sentirse protegido y querido se convierte en un factor que un paciente busca al pertenecer a un sistema de salud. El usuario dentro de este servicio, que muy a menudo resulta bastante impersonal, llega a sentirse insignificante y tratado como un número dentro de una base de datos. Es de vital importancia a la hora de proveer el servicio de salud, tener en cuenta a las personas como seres humanos.
Es un hecho que el proceso no se puede intervenir, sin embargo existe la posibilidad de mejorar la experiencia desde el trato al usuario, buscando que este cree una conexión afectiva con el servicio.

Entregables.

Manual de Experiencia que especifique como se logró crear una conexión afectiva entre la empresa prestadora del servicio y el usuario.

Si se realizó un producto, se debe presentar un prototipo de media o alta resolución con sus debidas especificaciones y un manual de uso. Junto con esto se deberá prototipar la experiencia, buscando probar el producto y su función dentro del servicio.

Si se realizó un diseño de experiencia, se debe hacer un prototipado de experiencia que muestre detalladamente el proceso. Junto a esto se deberá presentar la documentación de la experiencia. (storyboard, fotos, etc.)

Si se realizó una pieza comunicativa, se debe hacer un prototipo de alta resolución. Junto con esto se deberá hacer un prototipado de la experiencia, buscando probar la pieza y su función dentro del servicio.

BRIEF
Pequeños Impacientes

Introducción:

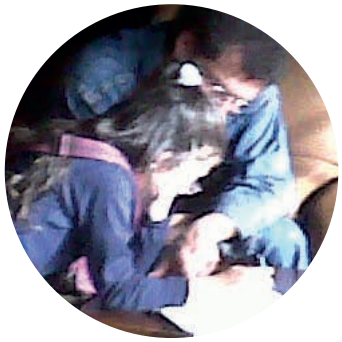
Uno de los temas que se repetían con frecuencia durante todo el proceso de la cita para el especialista y en general a todo lo que concierne a los doctores, es la paciencia. Entendiéndola como la capacidad de soportar algo sin alterarse o la facultad de saber esperar, nos hace pensar en las largas horas que los pacientes deben soportar, esperando una llamada, una autorización y hasta la cita. Ahora bien teniendo en cuenta la gran variedad de usuarios que visitan los consultorios es importante resaltar la diferencia entre los usuarios adultos y los niños que deben esperar el mismo tiempo, un niño actúa de acuerdo a sus impulsos y deseos inmediatos, es por esto que no sabe esperar y no entiende lo que es tener paciencia. Los niños están acostumbrados a ser complacidos inmediatamente y la espera es un termino que a su temprana edad no han interiorizado.
Los adultos aprenden a autocontrolarse, a regular su conducta y con el tiempo todos aprendemos a tener paciencia, pero este proceso es largo ,el aprendizaje es paulatino y no tiene retribución inmediata. Es por esto que en las salas de espera se pueden encontrar niños impacientes de diferentes edades realizando cualquier tipo de actividad que los haga olvidar las largas esperas y de la misma forma sus padres intentan distraerlos para que no incomoden a las de mas personas. La impaciencia trae consigo muchos otros sentimientos negativos que convierten la situación de la espera en un espacio incomodo para todos sus actores.

Desarrollo:

Es un hecho que uno de los problemas más evidentes en los protocolos de las EPS es el factor tiempo, y relacionado con ello los espacios de espera en las citas al especialista. Sin embargo, existen pacientes para los cuales es más díficil esperar, entre ellos los más destacados son los niños; pues o logran aburrirse fácilmente o molestan a quienes estan cerca de ellos cuando son demasiado inquietos. Existen varios detonantes que pueden llevar al niño a la impaciencia: En las horas de la tarde la mayoría vienen del colegio (aspecto que condiciona mucho su estado de ánimo y su nivel de energía); la presión que ejercen los padres de familia sobre ellos pueden evocar actitudes rebeldes, drama o tensión; los pequeños no comprenden la complejidad de estos lugares, ni que deben guardan compostura porque además de ser un espacio reducido, seguramente hay personas enfermas allí.

Brief:

Diseñar un producto que funcione como elemento distractor en la sala de espera de un consultorio médico para niños de 4 a 8 años, para ello es importante comprender que el espacio de espera para los adultos funciona diferente al de los infantes. Además la dinámica de interacción con el producto necesariamente debe estar sujeta a un promedio de tiempo que deben aguardar los pacientes antes de ingresar a la cita, es decir debe conseguir la atención del niño pero también que logre abandonarlo sin que ésto se convierta en un nuevo problema.



Entregables:

* Manual: Estado del Arte + Proceso.
Bitácora: Documentación de la investigación, bocetación, prototipos, pruebas, etc.
Producto.
Usuario.
Conceptos.
Conclusiones.

* Prototipo Funcional y manual de uso.

* Inforgrafía que explique cómo se llego a la propuesta.

* Archivo Digital.

Bibliografía:

Manual Botton Up de la experiencia de salud en cita con médico especialista.
Manual Top Down de la experiencia de salud en cita con médico especialista.
http://www.waece.org/webpaz/bloques/paciencia.htm.