

ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ENFERMERIA



MSC: LUZ LALON R.

LA ENFERMERIA DEL SIGLO XXI

COEXISTE EN UN AMBIENTE
LABORAL CON PROFESIONALES
CON DOCTORADO Y
ENFERMERAS ESPECIALISTA,
PRACTICANTES E
INVESTIGADORAS



ORIENTADA:

Identificación de necesidades de
atención



EMPRESA DE SERVICIOS



Atención de enfermería que tiene como base el análisis de las necesidades que manifiesta el paciente y que precisan el servicio de enfermería.

El diagnóstico y el tratamiento de enfermería se orientan al establecimiento y detección de necesidades no satisfechas y a las acciones para satisfacerlas.

SECTORES ECONOMICOS:

1. SECTOR AGRICOLA

- PRIMARIO



2. SECTOR INDUSTRIAL

- SECUNDARIO (alimentos y materias primas)



3. SECTOR DE SERVICIOS

- TERCIARIO (trabajo humano y equipo especializado)



**Mayor
crecimiento**

ESTAS EMPRESAS DE SERVICIOS INCREMENTAN LOS EMPLEOS

EMPRESA ES UNA UNIDAD ECONOMICA SOCIAL, INTEGRADA POR ELEMENTOS HUMANOS, RECURSOS MATERIALES, TECNICOS Y FINANCIEROS CUYO OBJETIVO ES OBTENER UTILIDADES A TRAVES DE SU PARTICIPACION EN EL MERCADO DE BIENES Y SERVICIOS



CONCEPTO DE SERVICIOS



ACTIVIDADES ECONOMICAS
QUE CREAN VALOR Y
PROPORCIONAN
BENEFICIOS A LOS CLIENTES
EN TIEMPO Y LUGAR
ESPECIFICOS

▶ **ACTO O DESEMPEÑO QUE**
OFRECE UNA EMPRESA A
UN CLIENTE DETERMINADO

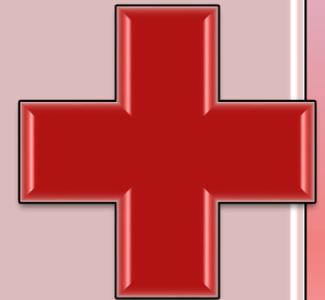


EXISTE UNA GRAN DIFERENCIA

**EMPRESAS QUE
PRODUCEN
BIENES**



**EMPRESAS QUE
PROPORCIONAN
SERVICIOS**



CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS:

1. LOS CLIENTES NO SON PROPIETARIOS DE LOS SERVICIOS

2. LOS SERVICIOS SON INTANGIBLES

- EL DESEMPEÑO ES INTANGIBLE

3. PARTICIPACION DEL CLIENTE EN EL PROCESO DE PRODUCCION

- DIFICILES DE IMAGINAR , DEBEN SER EXPERIMENTADOS

CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS:

**4. EL TIEMPO
COMO
FACTOR
IMPORTANTE**

REDUCIRLOS



**5. SISTEMA
DE ENTREGA**

PERSONAL
ENCARGADO



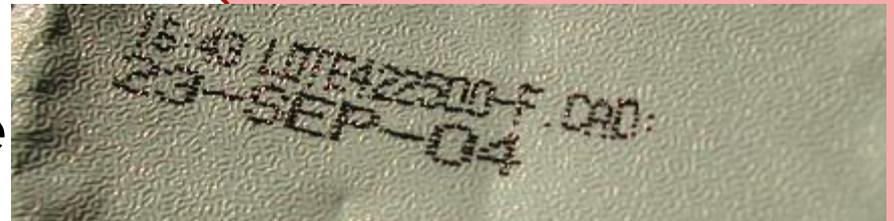
**6. LOS
SERVICIOS NO
SE
ALMACENAN**

PERECEDERO



7. CADUCIDAD:

**Los servicios se consume
conforme se producen**



ELEMENTOS PARA CLASIFICAR SERVICIOS



**CALIDAD
TANGIBLE**



CLIENTE



**PERSONALIZACION
VS
ESTANDARIZACION**



**RELACION CON
LOS CLIENTES**



**LUGAR Y MOMENTO DE
LA ENTREGA DEL
SERVICIO**



**NIVEL DE
EQUILIBRIO ENTRE
LA OFERTA Y LA
DEMANDA**

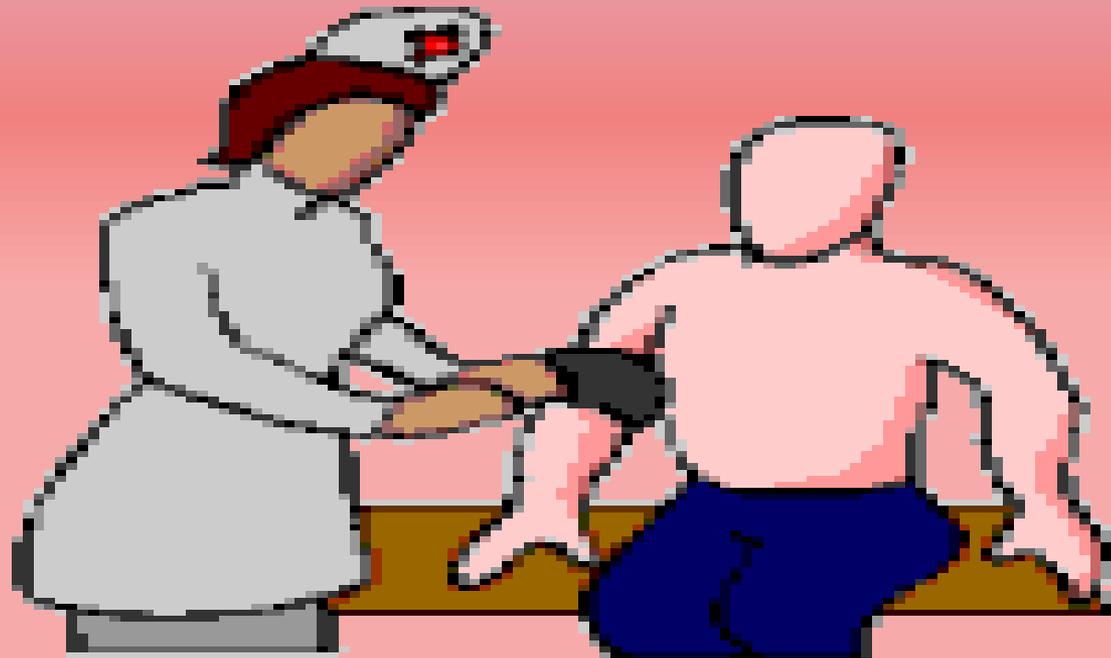
**EXPERIENCIA
DE SERVICIO**

ADMINISTRACION INTEGRAL DE SERVICIOS





SERVICIOS DE ENFERMERÍA



CAMPOS DE ACCIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ENFERMERÍA



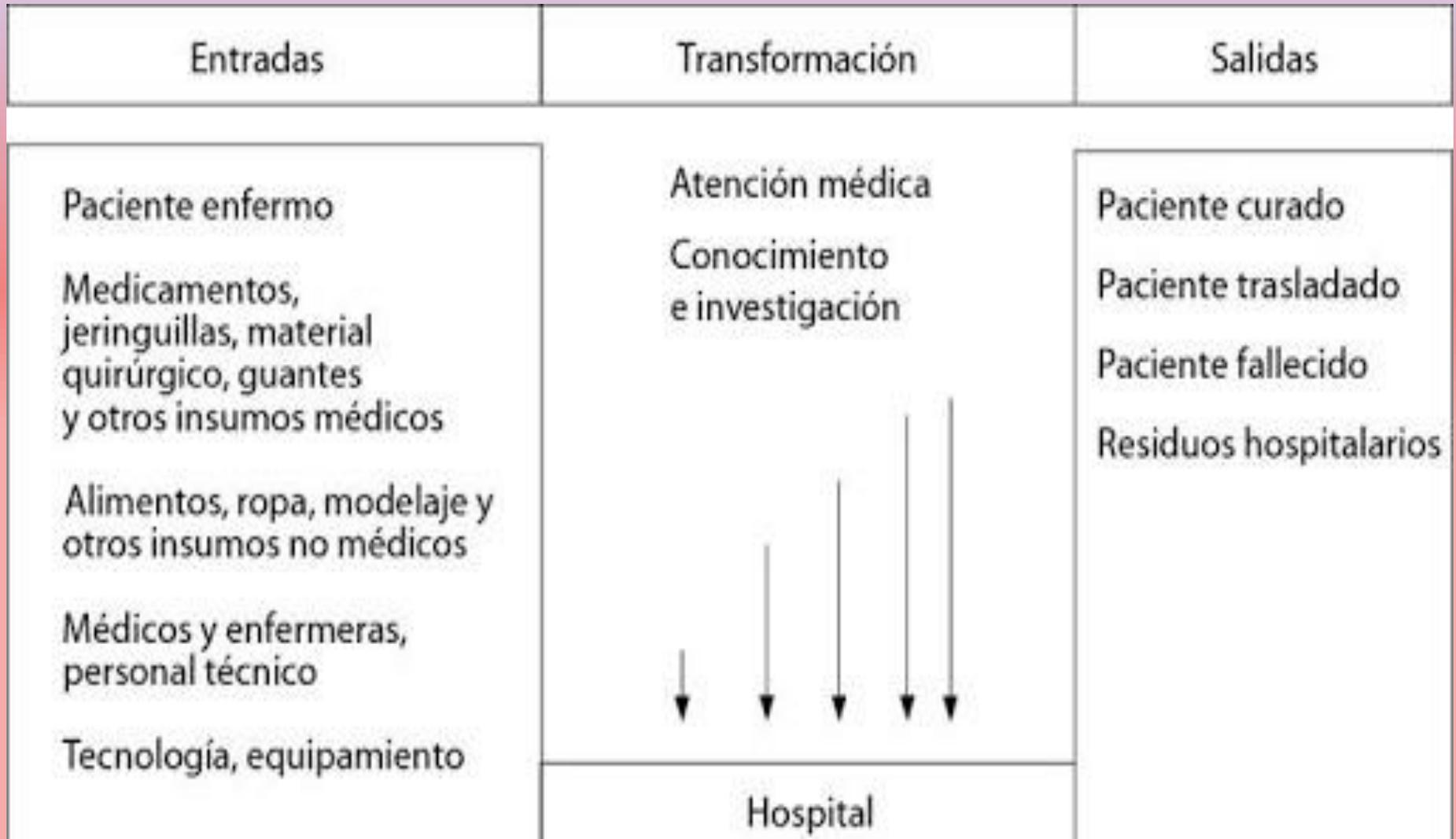
LOS SERVICIOS DE ENFERMERIA SUPONEN:



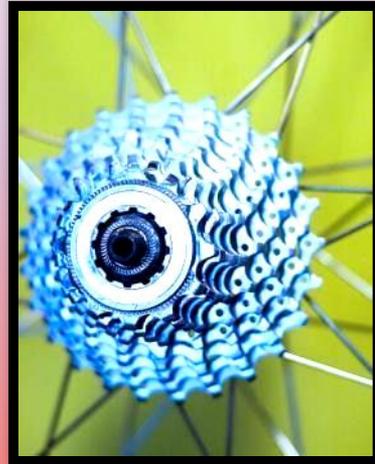
**TODAS AQUELLAS ACCIONES
ORIENTADAS A PROPORCIONAR
ATENCIÓN DE ENFERMERÍA AL PACIENTE,
FAMILIA Y COMUNIDAD, Y QUE SE
OFERTAN POR PARTE DE UNA EMPRESA DE
SALUD A PERSONAS SANAS O ENFERMAS
QUE LO NECESITEN**

EJEMPLO

Proceso



FISICO



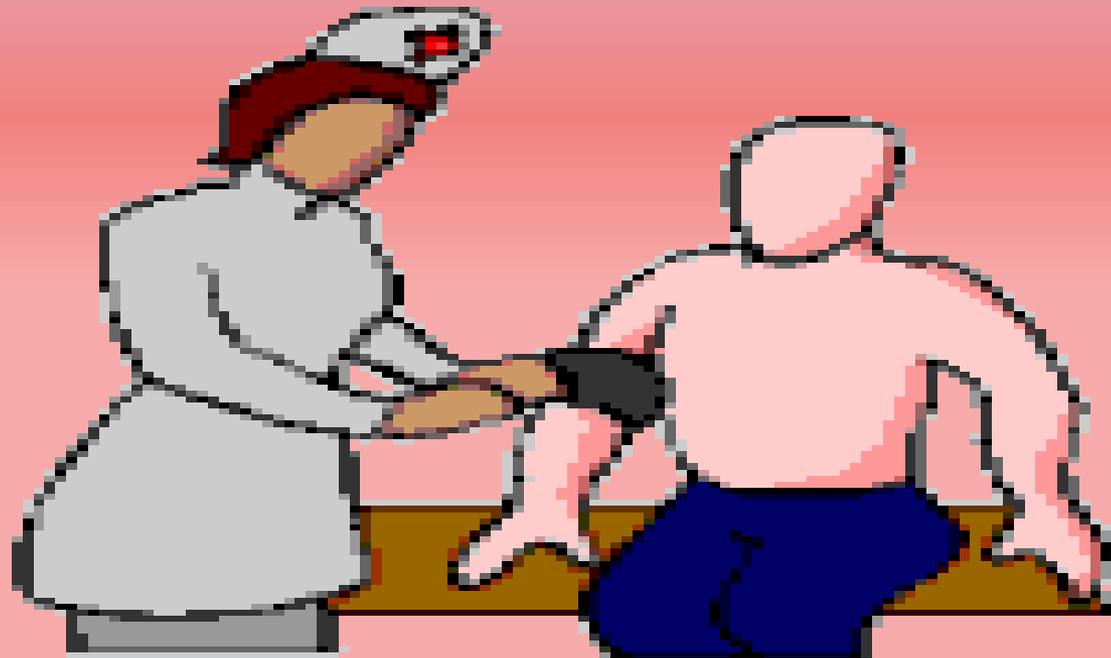
**porque requiere
de recursos materiales**

ABSTRACTO



**porque la atención de enfermería
se produce conforme a los
conceptos teóricos de la profesión**

DEPARTAMENTO DE ENFERMERÍA



- ▶ El enfoque neoclásico reconoce la división del trabajo como la base de la organización, el término “departamento” designa un área, división o segmento de una empresa sobre la cual un administrador tiene autoridad para desempeñar actividades específicas.
- ▶ El departamento de enfermería es una parte de una institución médica que puede ser sanitaria (como un centro de salud) o asistencial (un hospital), se ubica físicamente en los controles de enfermería, estaciones de enfermeras, oficinas administrativas del departamento, consultorios y otras áreas específicas.
- ▶ Este departamento presta servicio de enfermería, pretende ser eficaz y eficiente, lo cual será posible en la medida en que se aplique un modelo de calidad.

Objetivos del departamento de enfermería

- ▶ 1. Proporcionar atención de enfermería, con base en un método propio que permita la toma de decisiones constantes de acuerdo con la valoración diagnóstica y el tratamiento de enfermería.
- ▶ 2. Coordinar las acciones del equipo de salud que demande la atención médica que requiere el paciente.
- ▶ 3. Proporcionar al paciente y familiares educación para el autocuidado responsable de su salud.
- ▶ 4. Prestación de servicios de enfermería de calidad que logren una proyección extramuros de la institución.

- ▶ **5. Mostrar competencias y valores en la práctica profesional, ejerciendo con un alto sentido ético y humano.**
- ▶ **6. Integrarse al equipo multidisciplinario para atender las demandas en materia de la atención médica, con una actitud de respeto hacia el ser humano y una conducta profesional basada en principios éticos.**
- ▶ **7. Satisfacer las expectativas de servicio de los clientes internos y externos.**

Ubicación física

- ▶ Área administrativa.
- ▶ Control de enfermería.
 - ▶ Zona de operación.
 - ▶ Cuarto de medicamentos.
 - ▶ Cuarto de tratamientos especiales.
 - ▶ Zona de almacén.
 - ▶ Sala de estudio.

Funciones de las jefas de enfermería

- ▶ Jefa de enfermeras.
- ▶ Subjefe de enfermeras.
- ▶ Supervisor en enfermería.
- ▶ Funciones del supervisor de enfermería.



Proceso de Planificación Estratégica



Planeación estratégica

La planificación estratégica es el proceso de crear un plan para alcanzar tus objetivos estratégicos. El proceso de planificación estratégica tiene varias partes: implica recopilar información, desarrollar la estrategia y gestionar el desempeño una vez que el plan está en marcha.

La planificación estratégica es una herramienta que puede ayudarte a definir y compartir la dirección que tomará tu empresa en los próximos tres a cinco años

De esta manera puedes definir grandes apuestas e inversiones, describir cómo estas grandes iniciativas te ayudarán a lograr la **misión y visión de tu empresa**, y crear un plan sobre la manera en que tus proyectos diarios se conectan con estas iniciativas comerciales

Fortalezas

- ¿Qué es lo que hacemos bien?
- ¿Qué hace que nuestra empresa sea especial?

Servicio al cliente:

Nuestro servicio al cliente tiene una puntuación NPS de 90, lo que lo convierte en uno de los mejores del mundo en comparación con nuestros competidores.

Debilidades

- ¿Qué se podría mejorar?
- ¿Qué recursos podrían mejorar nuestro desempeño?

Visibilidad del comercio electrónico:

Debido a la falta de presupuesto de marketing, la visibilidad de nuestro sitio web es muy baja, por lo que el número de transacciones sigue disminuyendo.

Oportunidades

- ¿Existen brechas de mercado en nuestros servicios?
- ¿Cuáles son nuestras metas para este año?

Campaña de marketing:

Para mejorar la visibilidad en internet de la empresa, publicaremos anuncios en YouTube, Facebook e Instagram.

Amenazas

- ¿Ha habido cambios en el sector?
- ¿Cuáles son las nuevas tendencias del mercado?

Nuevo competidor:

Se lanzará al mercado un nuevo negocio de comercio electrónico el próximo mes. Debido a este nuevo competidor, podríamos experimentar la pérdida de clientes.

Enfoque Estratégico



- Donde estamos ?
- A donde queremos ir ?
- Como llegar allá ?

El Pensamiento Estratégico

VISIÓN: Una idea clara de la situación futura, deseo de ser de largo aliento.

- **MISIÓN:** La razón de ser de la empresa; el código genético de la organización.
- **POLITICAS:** Principios rectores que orientan a la organización.
- **VALORES:** Los principios y elementos de valor que rigen la operación general y el proceso estratégico.
- **PRINCIPIOS:** Tiene relación con la identidad corporativa, es un estilo de organización. La forma particular, táctica, de adelantar el proceso empresarial, la manera de enfrentar las fuerzas del entorno y de los competidores.



Beneficios de la planificación estratégica

- La planificación estratégica permitir a crear objetivos definidos para explicar cómo tu empresa avanzará hacia sus declaraciones de misión y visión en los próximos tres a cinco años.
- **Alinear a todos en torno a un propósito compartido**
- **Establecer objetivos de manera proactiva que te ayuden a llegar a donde deseas ir**
- **Definir objetivos a largo plazo y luego establecer objetivos a corto plazo para respaldarlos**
- **Evaluar tu situación actual y cualquier oportunidad o amenaza**
- **Ayudar a que tu negocio sea más duradero porque estás pensando a largo plazo**
- **Incrementar la motivación y el compromiso**

Cuáles son las etapas de la planificación estratégica?

El camino hacia la planificación estratégica



Paso 1: Determina cuál es tu posición actual

- ▶ Antes de que puedas preparar tu planificación estratégica y definir **hacia dónde te diriges**, primero debes definir **dónde te encuentras**. Para hacer esto, tu **comité de gerencia debe recopilar una variedad de información de participantes adicionales, como empleados y clientes**. En particular, para realizar este análisis del entorno
- ▶ Datos relevantes de la industria y el mercado para informar sobre cualquier oportunidad de mercado, así como las posibles amenazas que pueden presentarse en el futuro cercano.
- ▶ Comentarios de clientes para comprender lo que tus clientes quieren de tu empresa, como mejoras a los productos o servicios adicionales.
- ▶ Comentarios de los empleados que deben abordarse, ya sea sobre el producto, las prácticas comerciales o la cultura de la empresa.
- ▶ Un análisis FODA que te ayude a evaluar el potencial actual y futuro de tu negocio.

Paso 2: Identifica tus metas y objetivos

Para desarrollar tu estrategia, ten en cuenta tu posición actual, que es donde te encuentras ahora. Luego, usa tus documentos de negocios originales para inspirarte: estos son el destino al que quieres llegar.

- ▶ La declaración de misión, para comprender cómo puedes continuar avanzando hacia el propósito central de tu organización.
- ▶ Tu declaración de visión, para aclarar cómo tu planificación estratégica encaja en tu visión a largo plazo.
- ▶ Los valores de la empresa, para guiar hacia lo que más importa para tu empresa.
- ▶ Tus ventajas competitivas, para comprender qué beneficio único ofreces al mercado.
- ▶ Tus objetivos de la organización a largo plazo, para saber dónde quieres estar en cinco o diez años.
- ▶ Tu pronóstico y proyección financiera, para comprender cuál esperas que sea el estado de tus finanzas en los próximos tres años, cuál es el flujo de efectivo que esperas tener y en qué nuevas oportunidades podrías invertir.

Paso 3: Desarrolla tu plan estratégico

- ▶ Ahora que comprendes dónde te encuentras y adónde quieres ir
- ▶ A medida que realizas tu planificación estratégica, debes definir lo siguiente:
- ▶ Las prioridades de tu empresa para los próximos tres a cinco años, según tu análisis FODA y tu estrategia.
- ▶ Los objetivos anuales para el primer año. A medida que pasan los años, elabora nuevos objetivos anuales que se relacionen con tus objetivos estratégicos generales.
- ▶ Los resultados clave e indicadores clave de rendimiento relacionados para ese primer año. Es el comité de gerencia el que debe establecer algunos de estos, y otros deben ser establecidos por equipos específicos que estén más familiarizados con el trabajo.
- ▶ El presupuesto para el próximo año o para algunos años. Este debe basarse en tu pronóstico financiero.
- ▶ Una hoja de ruta general del proyecto

Paso 4: en marcha el plan estratégico

- ▶ La ejecución de una nueva estrategia implica una comunicación clara en toda la organización para asegurarse de que todos conocen sus responsabilidades y cómo medir el éxito del plan.
- ▶ Alinea las tareas con las descripciones de los puestos de trabajo para asegurarte de que las personas están preparadas para hacer su trabajo.
- ▶ Comunícate claramente con toda la organización a lo largo del proceso de ejecución.
- ▶ Comprometerse plenamente con el plan estratégico.

Paso 5: Revisa y actualiza tu plan

- ▶ El paso final del proceso de planificación estratégica es supervisar y gestionar tu plan.
- ▶ Comparte tu plan estratégico; este no es un documento que debas esconder. Asegúrate de que tu equipo tenga acceso a él para que puedan comprender cómo su trabajo contribuye a las prioridades de la empresa y a tu plan estratégico general.
- ▶ Actualiza tu plan con regularidad (de forma trimestral y anual). Asegúrate de utilizar tu plan estratégico para informar tus objetivos a corto plazo. Tu plan estratégico tampoco es definitivo.
- ▶ Considerar que el plan no durará para siempre, incluso si lo actualizas con frecuencia.
- ▶ Cuando hayas logrado cumplir con la mayoría de tus objetivos estratégicos, o si tu estrategia ha evolucionado significativamente desde la primera vez que la redactaste, podría ser el momento de crear un plan nuevo.

Por ejemplo

Una empresa produce equipo de seguridad para mascotas, a continuación te mostramos cómo podrían ser tu declaración de misión, tu declaración de visión y tu plan estratégico:

- ▶ **Declaración de misión: “Garantizar la seguridad de los animales del mundo”.**
- ▶ **Declaración de visión: “Crear productos de rastreo y seguridad para mascotas que sean fáciles de usar”.**
- ▶ **Tu plan estratégico delinearía los pasos que vas a llevar a cabo en los próximos años para que tu empresa avance hacia tu misión y visión.**
- ▶ **Por ejemplo, desarrollas un nuevo collar inteligente de rastreo de mascotas o mejoras la experiencia de uso de microchips para los dueños de mascotas.**

Dinámica Organizacional





**GRACIAS
POR
SU
ATENCIÓN**