

“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE UN CENTRO DE SALUD PÚBLICA EN LA PROVINCIA DE MISIONES”

Cohen, Saúl, Puente, María de los Ángeles, Clauser, Nicolás, Klusener, Andrea, Espíndola, Maura.

*Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Misiones
Juan Manuel de Rosas 325, Oberá - Misiones*

saulcohen@fio.unam.edu.ar, mariangelpuente@gmail.com, nicolas.clauser@gmail.com,
andreklusener08@gmail.com, mauraespindola@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo pertenece al área de gestión de la calidad y se ha desarrollado en un Centro de Salud Pública, ubicado en la zona centro de la provincia de Misiones. Tiene como objetivo evaluar la calidad percibida por los pacientes del sector de atención ambulatoria, con el fin de identificar oportunidades de mejora del servicio.

El estudio realizado es de carácter descriptivo y se han utilizado para el relevamiento de las actividades del proceso de atención ambulatoria los métodos de entrevista y observación. Para la evaluación de la percepción de los pacientes se aplicó el cuestionario Service Performance (ServPerf) que tiene su origen en el modelo de calidad de servicio, denominado Modelo de las Deficiencias.

Con la finalidad de adaptar el cuestionario al estudio de caso, previamente se determinó el ciclo de servicio y se identificaron los momentos críticos de verdad lo que permitió definir los cinco atributos que se utilizaron para medir la percepción de los usuarios del servicio.

Los resultados de la medición muestran una valoración satisfactoria para los atributos percepción física y seguridad, indiferente en el caso de la empatía y la prestación del servicio e insatisfactoria la velocidad de respuesta.

El valor del trabajo radica en la posibilidad de implementar mejoras en un sector crítico del Centro de Salud y en la experiencia innovadora que ha significado para el personal involucrado en las diferentes etapas.

Palabras Claves: Gestión de la calidad, Atención pública de salud, ServPerf.

ABSTRACT

This work belongs to the area of quality management and has been developed in a public health center, located in the central area of the province of Misiones. The main objective of this study is to evaluate the quality perceived by patients in the ambulatory care area, in order to identify opportunities for service improvements. The work done is descriptive in nature and interview and observation techniques were used to collect data. To assess the perception of patients the instrument Service Performance (ServPerf) was used. This conceptualization is the starting point for the proposed model called Model of Deficiencies. The service cycle was determined and the critical moments of truth were established in order to adapt a questionnaire to the current case study to define the attributes of the studied area. Results showed that within the established scale for measuring attributes, the values of physical perception and of safety were Satisfactory; the values of empathy and service offering were Undecided; and the value of rate of response was Unsatisfactory. The importance of the research lies in the possibility of implementing improvements in a critical area in a health care center, and in providing an innovative experience to the staff involved in the different activities.

Keywords: Quality Management; Public Health Care; ServPerf.

1. Introducción

En los últimos años, los países han sufrido importantes transformaciones en la organización de sus Sistemas Nacionales de Salud, que han involucrado a la calidad de la atención como uno de los pilares fundamentales de la prestación de los servicios de salud, orientada a otorgar seguridad a los usuarios, a satisfacer sus expectativas y a minimizar los riesgos en la prestación de servicios.

En el caso de los servicios públicos se pretende conseguir la consistencia, esto significa que se deberá ofrecer el mismo nivel de servicio de forma constante y continua a lo largo del tiempo, así como se deberá suministrar información para que los usuarios dispongan de la misma en el momento que la necesitan en forma clara y precisa, prestando la atención con la celeridad requerida, ya que cada usuario necesita una atención eficiente acorde a sus necesidades y demandas.

El debate que genera la evaluación de la calidad de los servicios de la salud gira principalmente alrededor de dos cuestiones: quién evalúa la calidad y bajo qué criterios se realiza este proceso. La dificultad de medir la calidad de los servicios, se afianza debido a su intangibilidad, heterogeneidad, percibibilidad e inseparabilidad, características típicas que explican la complejidad de su estudio [1].

El presente trabajo es un estudio de caso descriptivo y tiene como objetivo principal evaluar la calidad en la prestación del servicio de atención ambulatoria en un Centro de Salud Pública, en la zona centro de la provincia de Misiones a través del relevamiento de las principales actividades desarrolladas en el sector y de la evaluación de la calidad percibida por los pacientes, con el fin de detectar áreas de oportunidad que permitan incrementar el desempeño organizacional.

La Organización Mundial de la Salud define a los centros de salud públicos como: “Una parte integrante de la organización médica social, cuya función es la de proporcionar a la población atención médica completa, tanto preventiva como curativa” [2]. También se los denomina como centro para la preparación y adiestramiento del personal que trabaja en salud.

Para identificar las actividades del área, se realizaron entrevistas al personal del sector de prácticas ambulatorias con observación del proceso que permitió definir el ciclo del servicio, utilizando para la evaluación de la percepción de los pacientes el cuestionario ServPerf, por sus siglas en inglés Service Performance [3].

El cuestionario señalado es un modelo basado en el desempeño, que examina las relaciones entre calidad del servicio, satisfacción del consumidor e intenciones de compra [4].

2. Presentación del caso

El trabajo ha sido realizado sobre el servicio ambulatorio de un Centro de Salud Pública en la Provincia de Misiones, en el marco de una práctica profesional supervisada (PPS) de la carrera de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ingeniería de Oberá (UNaM).

La inquietud surgió al observar la importancia de evaluar el grado de satisfacción de los usuarios del servicio citado, considerando que sus resultados pudieran ser utilizados para la implementación de futuras mejoras, lo que resultó afianzado en el reconocimiento creciente de la salud pública como servicio esencial para los ciudadanos de una comunidad.

La medición de la calidad de los servicios se constituye en una herramienta que posibilita mejorar el funcionamiento de las organizaciones al avanzar de una actitud reactiva a una proactiva, lográndose así una mejor satisfacción de los usuarios y que las interacciones de quien brinda el servicio con sus receptores se conviertan en situaciones agradables [1].

El Centro de Salud brinda asistencia a una vasta región, contando con un plantel integrado por un significativo número de médicos, enfermeros y personal no médico, que atienden diversas especialidades, lo que permite prestar el servicio de atención ambulatoria a una cantidad entre ocho mil y nueve mil personas por mes.

Con relación a la gestión de la calidad, se pudo observar la organización no contaba con un sistema de gestión formal que permitiera el control, el seguimiento y la mejora de los procesos de manera objetiva, relevándose que el personal no poseía formación específica en el área.

3. Marco Teórico

El término servicios proviene del latín *servitium*, que define la acción y efecto de servir. En la actualidad es abordado y debatido en diversas áreas y por diferentes autores [5].

Se utiliza para referir a la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales, de esta forma, el servicio podría definirse como un bien inmaterial.

Algunos autores han señalado que la importancia de las actividades de servicios en nuestra sociedad puede ser demostrada por un lado, por la posición que ocupan en la economía, a través de su participación del Producto Interno Bruto y en la generación de empleos, y por otro, por el análisis de las tendencias y transformaciones que la economía mundial está experimentando [6, 7].

El aumento del nivel de vida ha provocado un cambio en las pautas de consumo, en detrimento de la fabricación y a favor de los servicios [8]. Del mismo modo, debido, entre otras causas, al crecimiento de este último sector y al incremento de utilización de las nuevas tecnologías, que llevan a una fabricación cada vez menos intensiva en mano de obra, el mercado de trabajo ha experimentado un claro sesgo hacia los servicios [9].

El concepto de servicio es definido como una contribución al bienestar de los demás y mano de obra útil que nos proporciona un bien tangible [10]. Por otro lado, una organización de servicios, se puede entender como aquella que dentro de los resultados con la interacción de sus clientes se caracteriza por desarrollar transacciones en beneficio de éstos que proporcionan conocimientos o información a sus clientes [11]. Otros autores, se refieren a los servicios como una secuencia de actividades entre clientes y proveedores [12, 13].

La necesidad de los individuos de garantizar su salud, y en general, la necesidad de los países de contar con individuos sanos figuran como factor determinante de un desarrollo progresivo, obligan al sector salud y específicamente a los centros de salud pública, a trabajar dentro del contexto de la calidad y el uso eficiente de los recursos, con el objetivo de brindar un servicio confiable y capaz de responder a las crecientes expectativas de la población [2].

La calidad de la atención se ha convertido en un requisito fundamental de la prestación de los servicios de salud, lo cual conlleva la necesidad de implantar un sistema de garantía de calidad en todas las instituciones prestadoras de estos servicios [1]. Por lo que mejorar la calidad del servicio representa una de las prioridades del sector público de la salud.

Entre las características más relevantes de los servicios, que influyen en las acciones del marketing de la actividad se mencionan: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y transitoriedad [14]. Estas últimas nos permiten visualizar la diferencia entre productos y servicios, observando que los primeros pueden ser producidos para almacenarlos y tienen la disponibilidad de exhibirlos en la estantería, en cuanto que los servicios tienen disponibilidad de tener un contacto, manteniendo el sistema productivo abierto para prestar el servicio, siendo percibida al momento de recibirlos. El proceso de la percepción se define como la secuencia mediante la cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo [15, 16].

Para evaluar los servicios se utilizan actualmente los denominados momentos de verdad. Un momento de verdad se define como un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una impresión sobre la calidad de su servicio [17].

Se puede hacer un inventario de los momentos de verdad que experimentan nuestros clientes cuando la línea de contacto con el público le entrega a éste el servicio. Una vez identificados se los evalúa uno a uno desde el punto de vista de la calidad para proponer mejoras a aquellos que requieren cambio, buscando la manera de agregar valor a todos ellos.

El conjunto de los momentos de verdad constituye un ciclo de servicio. "Un ciclo es una cadena continua de acontecimientos que debe atravesar un cliente cuando experimenta nuestro servicio" [17].

No todos los momentos de la verdad son iguales. Por lo general sólo algunos de ellos tendrán un impacto crítico sobre las percepciones de los usuarios y por esta razón se convierten en momentos críticos que requieren un análisis más profundo.

A pesar de que existen ciertas diferencias más o menos relevantes al definir la calidad en los servicios, hay un elevado consenso al considerar que este concepto debe tener como punto de referencia clave la calidad percibida por el consumidor. En este sentido, la calidad en los servicios se define a partir del juicio del usuario sobre el grado de excelencia del producto, más específicamente, la percepción de la calidad del servicio se establece en función de cómo el proveedor realiza la prestación, evaluada en contraste con las expectativas que tenía el cliente respecto de lo que esperaba que realizara el proveedor [17].

La calidad en servicios puede ser definida como: "el grado en que las expectativas del cliente son atendidas/excedidas por su percepción del servicio prestado" [6,18]. Es así que, el resultado de un servicio puede ser evaluado por un cliente de tres formas diferentes: servicio con calidad ideal como aquel que excede las expectativas del cliente; servicio con calidad satisfactoria como el servicio que atiende las expectativas del cliente y servicio con calidad inaceptable cuando las expectativas del cliente no son atendidas [5, 6].

Para medir la calidad de los servicios en estos términos ha sido necesario desarrollar modelos como el ServQual. Según este modelo, la calidad del servicio se define por "la diferencia o la discrepancia existente entre las expectativas y las percepciones de los usuarios", y para medirla hay que tener en cuenta dos cuestiones fundamentales. Por un lado, identificar los factores clave que condicionan las expectativas de los consumidores: comunicación de boca en

boca, necesidades personales, experiencias y comunicaciones externas. Por otro lado, delimitar los criterios de evaluación que utilizan los consumidores para valorar la calidad de un servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía [18, 19]. Actualmente, se utiliza el modelo Service Performance (ServPerf), cuyo desarrollo parte de estudiar varios aspectos relativos a la medición de la calidad de servicio y define un cuestionario con una escala basada exclusivamente en el resultado de la percepción del cliente [20]. Los autores del modelo sostienen que medir la calidad del servicio fundamentado en las percepciones, ofrece una mejor alternativa para evaluar dicho concepto y provee información referente al orden causal de las relaciones entre la calidad de servicio o satisfacción del consumidor, además de medir el impacto de la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor sobre las intenciones de compra [3].

4. Desarrollo

4.1 Determinación de los atributos

El trabajo consistió fundamentalmente en aplicar el cuestionario ServPerf adaptado al servicio del Centro de Salud para conocer la percepción de los usuarios del área ambulatoria. La metodología utilizada consistió en identificar en una primera etapa los momentos de verdad que integran el ciclo de servicio. Durante su relación con la institución, el usuario tiene puntos de contacto personal con colaboradores de la entidad, que dependiendo de la subjetividad del trato y de la calidad de la atención, podrían permitir que se genere una percepción positiva del servicio. El ciclo del servicio de atención ambulatoria para el presente caso (visto desde la perspectiva del paciente) se encuentra representado en la Figura 1, en la que se identifican los principales momentos de verdad que los usuarios experimentan, y a partir de los cuales se evalúa la calidad de la prestación.

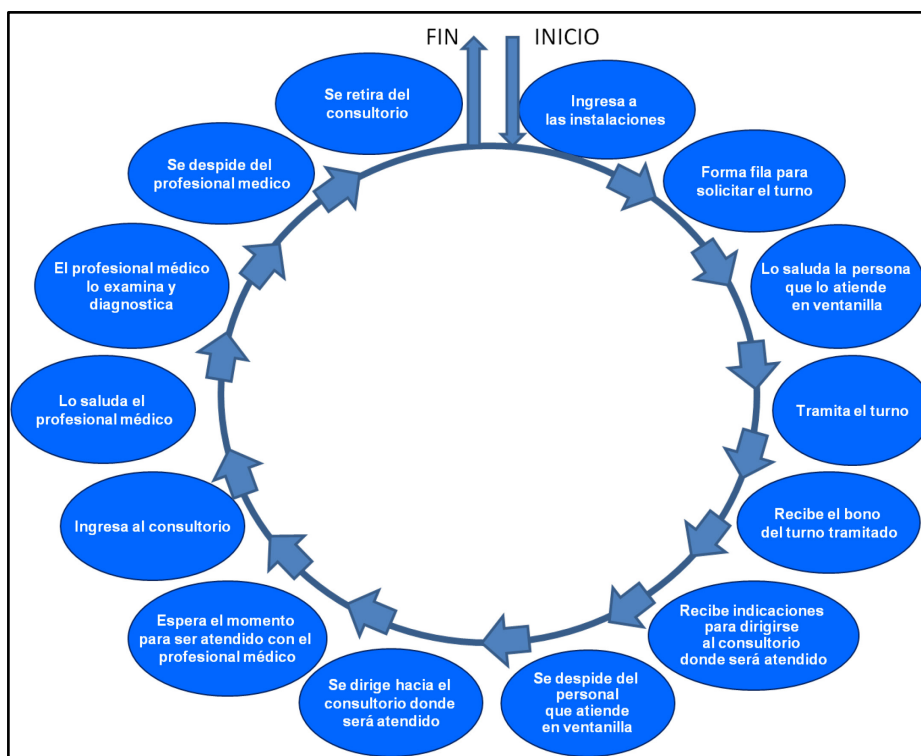


Figura 1: Ciclo del servicio.
Fuente: Elaboración propia.

La segunda parte de la metodología consistió en realizar una entrevista abierta considerando los momentos de verdad del ciclo, de manera de relevar las experiencias positivas o negativas, sobre aspectos que le hayan generado satisfacción e insatisfacción en el ciclo del servicio. Para la entrevista se ha escogido una pequeña muestra de veinte personas, la razón estriba en que si a un cliente se le pide que enuncie aspectos positivos y negativos del servicio, instantáneamente hará énfasis en los mayores problemas que ha detectado y por otra parte, resaltará sus mejores experiencias con el servicio. Parte de la base que ningún cliente es igual, sin embargo, de una forma u otra, sus criterios coincidirán en la evaluación del servicio [5].

Con la información obtenida se identificaron los momentos críticos, considerados como aquellos que requieren un mayor análisis debido a las situaciones de disconformidad que manifestaron los individuos entrevistados: ingreso a las instalaciones, espera en la fila, trámite del turno, espera para ser atendido y atención con el profesional médico.

Posteriormente, se procedió a realizar un proceso de categorización de las características descritas con mayor frecuencia por los individuos, en cada uno de los momentos críticos, con la finalidad de seleccionar los atributos del cuestionario ServPerf, para adaptarlo al servicio ambulatorio. A continuación se describen las características de los cinco atributos que se utilizarán para el estudio:

Percepción física: Incluye la apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales utilizados. Comprende productos tangibles como los medios físicos, equipos y aspecto físico del personal [21]. Este atributo considera el lenguaje no verbal de las personas que es detectado en primera instancia por el cliente respecto a las personas que lo atienden: gestos, actitudes físicas, expresividad, etc.

Entre otros aspectos, la percepción física comprende: objetos, folletos, letreros y materiales, con los cuales las personas tienen contacto. El hecho de que sean prácticos, limpios y atractivos son cualidades que se deben de considerar.

Prestación del servicio:

Este atributo evalúa factores como:

Eficiencia: que se define como el aprovechamiento justo de tiempo y materiales.

Eficacia: que permite evaluar el grado de cumplimiento del servicio requerido por el cliente, sin importar los procesos o recursos utilizados.

Efectividad: es el óptimo empleo y uso racional de los recursos disponibles (materiales, dinero, personas), en la consecución de los resultados esperados.

Repetición: cuando un servicio no se realiza bien, se tiene que repetir algunas veces. Esto implica tiempo y esfuerzo tanto para el cliente como para el sistema, por lo que cobra vital importancia en la medición de la calidad en el servicio. Si un servicio no se tiene que repetir (hacerlo bien a la primera), el usuario estará satisfecho.

Resolución de problemas: considerado en términos de la capacidad para hacer frente a las posibles dificultades de quienes prestan el servicio.

Velocidad de respuesta

Si el servicio que el cliente requiere de un tiempo de realización, la velocidad de respuesta implica la disponibilidad para realizarlo conforme a un horario y a la duración establecida.

Seguridad

Este factor pretende medir la seguridad que le producen al cliente las actitudes del personal que realiza el servicio: sus conocimientos, su cortesía y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza.

Empatía

Mide la capacidad de proveer cuidados y atención individualizada a los clientes y las buenas relaciones a mantener con los clientes.

La tercera parte consistió en la elaboración del cuestionario adaptado, la determinación de la escala de categorización de las respuestas y la definición del tamaño muestral.

4.2 Elaboración del cuestionario y criterios de valoración

Para la elaboración del cuestionario, se clasificaron las preguntas (ítems) descritas en el modelo ServPerf considerando los cinco atributos definidos en el punto anterior.

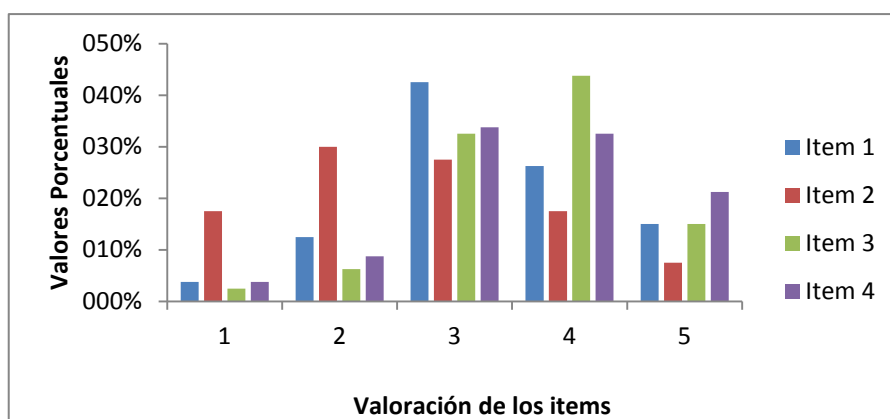
Debido a las características de la población encuestada, se utiliza el método de la pesquisa de mercado del tipo exploratorio, con comunicación y entrevistas con presencia del entrevistador, del tipo individual. Para la valoración de la percepción se ha utilizado una clasificación que incluye cinco categorías: muy satisfecho, satisfecho, indiferente, insatisfecho y muy insatisfecho, representadas respectivamente mediante una escala del 1 al 5.

La determinación del tamaño muestral, se define según la Ecuación (1).

Determinación de la muestra

Debido a que la cantidad de pacientes en el mes varía, dependiendo de las estaciones del año, se adoptó un valor promedio mensual y el tamaño de la muestra se determinó mediante la Ecuación (1).

Donde:
n = el tamaño de la muestra.
N = tamaño de la población (8800 personas al mes, aproximadamente).



Prestación del servicio

P5. Cuando el servicio promete hacer algo en cierto tiempo, realmente lo hace.

Esta pregunta presentó resultados ambiguos considerando que los usuarios manifestaron conformidad con la información que se brinda en ventanilla, sin embargo se observó marcada disconformidad vinculada a las diferencias que presenta el horario de atención respecto al horario indicado en el bono que registra el turno.

P6. El personal del centro de salud muestra sincero interés en atender los deseos y necesidades de los pacientes.

Los encuestados respondieron casi de manera unánime que esto dependía de la persona a quien se le planteaba la necesidad. Algunos señalaron que determinados empleados presentaban cierto desinterés o reacciones inapropiadas ante algún requerimiento del paciente.

P7. El servicio se presta de la manera correcta desde la primera vez.

La mayoría expresó que no habían experimentado episodios relacionados con errores administrativos.

P8. El servicio concluye la atención en el tiempo prometido.

Se observó disconformidad por parte de los usuarios, indicando que existían importantes demoras entre el horario de atención que figura en el bono y el horario en que realmente el paciente es atendido por el profesional.

P9. El servicio se presta sin cometer errores en registros, extractos, anotaciones.

La mayoría de las personas, que se atendieron más de una vez, expresaron que nunca habían experimentado errores en registros, anotaciones, etc. Sin embargo, se dieron casos particulares como por ejemplo, bonos con información incorrecta.

P10. Los empleados del centro de salud informarán el momento en el que serán brindados los servicios.

En general mostraron conformidad, pero señalaron la necesidad de una información más específica, por ejemplo indicaciones precisas del consultorio donde serán atendidos.

En la Figura 3, se muestran los resultados correspondientes a la Prestación del servicio.

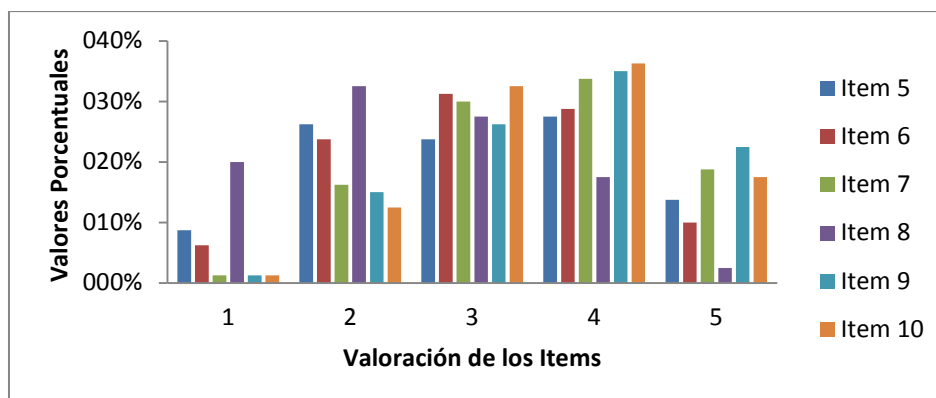


Figura 3: Prestación del servicio

Fuente: Elaboración propia

Velocidad de respuesta

P11. El servicio brindado será rápido.

Los encuestados manifestaron en general que la atención médica con el profesional (dentro del consultorio) se presta de manera rápida, pero observaron que el tiempo de espera para acceder al mismo es prolongado.

P12. El personal del centro de salud está siempre dispuesto a ayudar a los pacientes.

De manera casi generalizada los encuestados vincularon este factor del servicio con las características personales de los empleados a quienes se les solicita ayuda.

En la Figura 4, se muestran los resultados correspondientes a la Velocidad de Respuesta.

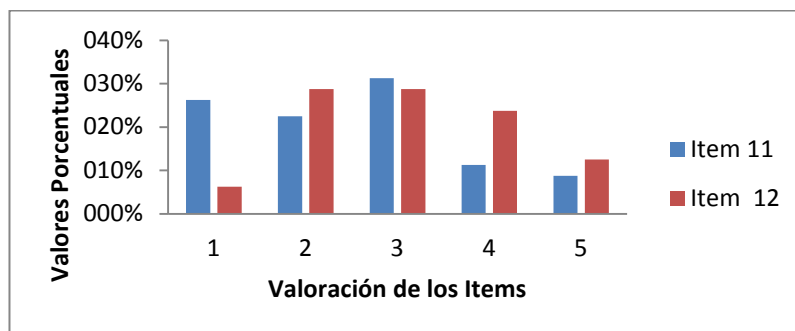


Figura 4: Velocidad de Respuesta
Fuente: Elaboración propia

Seguridad

13. Cuando el paciente plantee una necesidad, el personal del centro de salud siempre está disponible (no ocupado) para atender.

A raíz de ésta pregunta, se generaron comentarios como por ejemplo, que en algunos casos empleados posponen el contacto y atención del paciente de manera inmediata, priorizando sus actividades personales.

P14. El comportamiento de los empleados del centro de salud infunde confianza.

Los encuestados se limitaron a evaluar conforme a la categoría correspondiente, sin dar mayores aclaraciones.

P15. Los pacientes se sienten seguros en sus trámites con el centro de salud.

Los encuestados se limitaron a evaluar conforme a la categoría correspondiente, sin dar mayores aclaraciones, al ser un tema que indicaron desconocer.

P16. Los empleados del centro de salud se comportan de manera cortés y amable.

Al igual que en casos anteriores, las personas hacían referencia a la vinculación con la personalidad de los empleados, pero en general, estaban conformes con el trato que reciben en el centro de salud.

P17. Los empleados del centro de salud tienen conocimiento para responder a las preguntas a sus pacientes.

Los individuos que manifestaron haber pedido algún tipo de información, afirmaron haber tenido respuesta a sus inquietudes, en mayor o menor medida en cuanto a los detalles que se les brindó. En la Figura 5, se muestran los resultados correspondientes a la Seguridad.

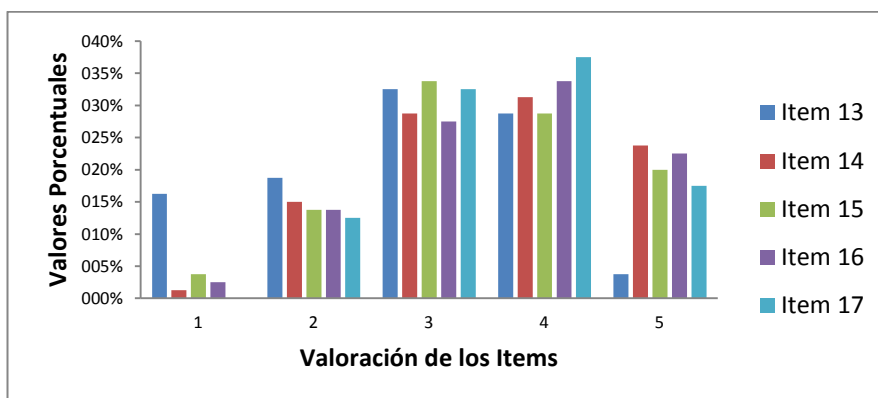


Figura 5: Seguridad
Fuente: Elaboración propia

Empatía

P18. El centro de salud brindará a sus pacientes una atención individualizada.

En este ítem fue necesario dar detalles y ejemplos para que los encuestados comprendan el concepto de "atención individualizada". Debido a la cantidad de personas que se atienden en el centro de salud, no es sencillo brindar una atención personalizada, sin embargo, muchos de los encuestados manifestaron que se sienten muy contenidos en cuanto a la atención que reciben en la organización.

P19. Los horarios de atención del centro de salud resultan convenientes para todos los pacientes.

La mayoría señaló disconformidad, indicando que la mayoría de los profesionales y especialmente los especialistas, brindan sus servicios generalmente por la mañana y únicamente en determinados días. Este problema se agudiza en aquellas personas que viven en zonas rurales.

P20. Los empleados del centro de salud brindan atención personal (asesoramiento) a sus pacientes.

En la mayoría de los casos manifestaron que el personal les brindó asesoramiento, salvando aquellos casos particulares que tienen que ver con actitudes personales de cada empleado.

P21. El centro de salud tiene su principal interés en los pacientes.

La mayoría considera que el centro de salud tiene su principal interés en los pacientes y en tratar de satisfacer sus necesidades.

P22. Los empleados del centro de salud comprenden las necesidades específicas de los pacientes.

No hubo observaciones con respecto a ésta pregunta, salvo peculiaridades individuales que surgían a partir de conversaciones informales con los encuestados, por ejemplo, casos puntuales vividos por algunos de ellos. En éste caso también fue necesario ejemplificar cuales serían las necesidades específicas que pudieran presentar.

En la Figura 6, se muestran los resultados correspondientes a la Empatía.

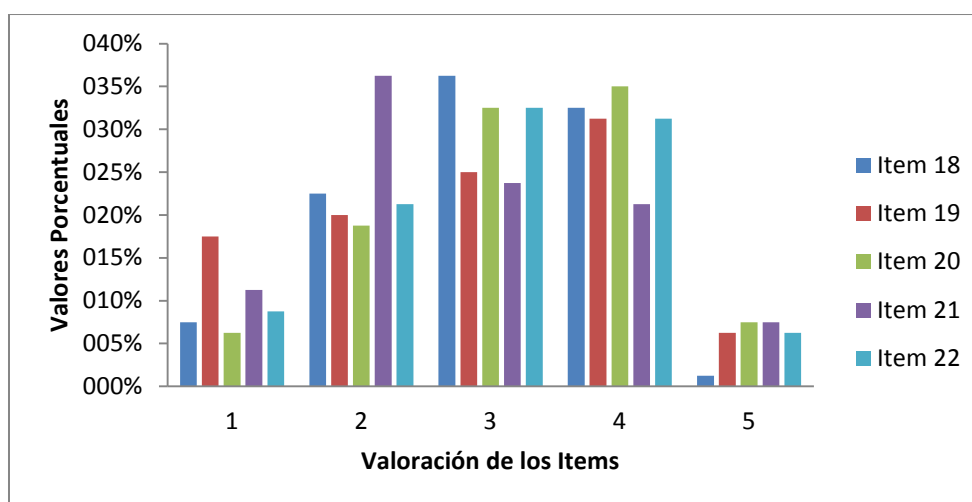


Figura 6: Empatía
Fuente:Elaboración propia

Análisis del grado de satisfacción de los pacientes

Con los resultados obtenidos se confecciona la tabla 1, en base a la cantidad de ochenta individuos que respondieron con consistencia el cuestionario ServPerf, indicando la media de cada uno de los ítems (preguntas) y la media de los atributos (características) del servicio considerado. [21].

Tabla 1: Cálculo de la media de los resultados obtenidos
Fuente: Elaboración propia

		1	2	3	4	5	Media por pregunta	Media por característica
Percepción física	1	3	10	34	21	12	3,36	3,61
	2	14	24	22	14	6	2,68	
	3	2	5	26	35	12	3,63	
	4	3	7	27	26	17	3,59	
Prestación del servicio	5	7	21	19	22	11	3,11	3,24
	6	5	19	25	23	8	3,13	
	7	1	13	24	27	15	3,53	
	8	16	26	22	14	2	2,50	
	9	1	12	21	28	18	3,63	
	10	1	10	26	29	14	3,56	
Velocidad de respuesta	11	21	18	25	9	7	2,54	2,57
	12	5	23	23	19	10	3,08	
Seguridad	13	13	15	26	23	3	2,85	3,43
	14	1	12	23	25	19	3,61	
	15	3	11	27	23	16	3,48	
	16	2	11	22	27	18	3,60	
	17	0	10	26	30	14	3,60	
Empatía	18	6	18	29	26	1	2,98	2,98
	19	14	16	20	25	5	2,89	
	20	5	15	26	28	6	3,19	
	21	9	29	19	17	6	2,78	
	22	7	17	26	25	5	3,05	

Para clasificar los resultados de las medias obtenidas de los atributos, se presentan en la Tabla 2 los rangos que servirán de escala para la valoración definitiva de cada atributo.

Tabla 2: Rango para la clasificación de la satisfacción
Fuente: Elaboración propia

Calificación	De	Hasta
Muy insatisfecho	1	1,8
Insatisfecho	1,8	2,6
Indiferente	2,6	3,4
Satisfecho	3,4	4,2
Muy satisfecho	4,2	5

6. Discusión de los resultados

De acuerdo con los valores medios por atributo, se señala que tanto la Percepción Física (Figura 2) como la Seguridad (Figura 5) ubican sus resultados en la categoría “satisfecho”, aunque se detectaron disconformidades en las respuestas de algunos individuos respecto de la observación de la limpieza y el orden relacionadas con el primero, y referidas a la seguridad los individuos manifestaron que los empleados no estaban siempre disponibles para la atención de manera inmediata.

Los atributos Empatía (Figura 6) y Prestación del Servicio (Figura 3) se clasificaron en la categoría de “indiferente”. Con relación al primer atributo, se observa de manera positiva que a pesar de la significativa afluencia de pacientes, los empleados brindan asesoramiento y comprenden las necesidades de los mismos, según lo que indica las preguntas veinte y veintidós de la Tabla 1. Para el caso de la Prestación de Servicio, prácticamente todas las preguntas arrojaron resultados satisfactorios, manifestando una disconformidad significativa cuando los individuos fueron consultados acerca del cumplimiento del tiempo prometido de atención.

Finalmente, la Velocidad de Respuesta (Figura 4) se ubica en la categoría “insatisfecho”, situación que se observa especialmente en la pregunta once, que refiere a la rapidez del servicio.

Por otra parte, en la entrevista los individuos mostraron disconformidad en la espera para acceder a la atención médica.

Con respecto a la relación entre los momentos críticos identificados en la primer entrevista abierta y las respuestas de los atributos del cuestionario ServPerf, se puede indicar que existe coincidencia entre ambos métodos, especialmente al observar los momentos críticos asociados al tiempo de espera y a la insatisfacción revelada por los individuos en las diferentes preguntas del cuestionario ServPerf vinculadas este factor. En el mismo sentido, se puede señalar coincidencia en la información obtenida entre ambos métodos, en lo que respecta a la limpieza y el orden.

Si se analizan los resultados de manera global, se señala la necesidad de implementar acciones de mejora en varios aspectos, entendiendo que su implementación promovería un mayor grado de satisfacción en el primer contacto que establecen los pacientes con el centro de atención.

7. Conclusiones

Para concluir se destaca la identificación de los momentos críticos a partir de la opinión de los usuarios del servicio, lo que permitió una base confiable con relación a la percepción de quienes utilizan el Centro de Salud.

En segundo término, se señala con relación a la medición del grado de satisfacción de los usuarios, la aplicación del método ServPerf para obtener resultados medibles que permitirán tomar acciones concretas a partir de apreciaciones subjetivas de quienes reciben el servicio de una organización. Por ello, es imprescindible tomar en consideración que para que los atributos de la calidad del método sean fiables deben adecuarse al servicio referido.

Por lo que se puede decir que la metodología de trabajo, permitió estudiar el escenario de los Servicios del Centro de Salud Pública de forma metódica, analizando los datos, sin perder el foco en el cliente.

El análisis de la calidad de servicio percibida es muy importante para establecer información objetiva que sirva a la gestión de la organización, permitiendo planificar las acciones de mejora tendientes a lograr la satisfacción de los usuarios del servicio de manera sistemática.

En función de los resultados obtenidos, se destaca que es factible utilizar el estudio de la satisfacción del paciente como un indicador de la calidad de la atención del centro de salud. Las organizaciones de salud que apuesten a la subsistencia y al crecimiento necesitan apoyarse cada vez más en herramientas y técnicas de gestión de la calidad y deben desarrollar nuevos climas organizativos y valores corporativos que comprometan, muy especialmente, a los médicos en la gestión del cambio.

8. REFERENCIAS

- [1] Kowalski, Víctor Andrés. Cohen, Rodolfo Saúl. (2008). Medición de la Calidad de Servicios de Mantenimiento de Equipos de Aire Acondicionado utilizando Servqual. Anales I Encuentro Regional Argentino Brasileño de Investigación Operativa (I ERABIO) – XXI Encuentro Nacional de Docentes de Investigación Operativa (XXI ENDIO) – XIX Escuela de Perfeccionamiento en Investigación Operativa (XIX EPIO). Centro de Convenciones, Posadas, Misiones, Argentina. 1 CD-ROM. ISBN: 978-987-24267-0-5.
- [2] González Saldivar. Adinda Guadalupe. (2010). Estrategias de administración del capital de trabajo y La Percepción de la calidad de los Servicios en Instituciones Hospitalarias del Sector Público. Caso: Hospital Infantil de Tamaulipas. Disertación en Dirección Empresarial con énfasis en Finanzas. Universidad Autónoma de Tamaulipas. México.
- [3] Cronin J., Taylor S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*. Vol 56. 55-68.
- [4] Zárate M., M. (2007). Desarrollo de un instrumento de medición que evalué la calidad en el servicio, que presta el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Puebla. Universidad de las Américas Puebla. Cholula, Puebla, México.
- [5] Betancourt Y., Mayo J. (2010). La Evaluación De La Calidad De Servicio. Contribuciones a la Economía. Universidad de las Tunas. Cuba Betancourt Agüero, Yosleidy. MSc. Prof. Instructora. La Evaluación De La Calidad Del Servicio. Universidad de Las Tunas. Cuba.
- [6] Contador, José Celso. (1996). Gestión de operaciones. La Ingeniería de producción al servicio de la modernización de la empresa. Fundación Vanzolini. Editorial Edgard Blucher Ltd. Brasil
- [7] Giansi, I. G. N; Corrêa, H. L. (1996). Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente. São Paulo: Atlas. Brasil.
- [8] Dominguez Machuca, José Antonio. (1995). Dirección de Operaciones: Aspectos estratégicos en la Producción y los Servicios. Editorial Mc Graw Hill. España
- [9] Kowalski, Víctor Andrés. Cohen, Rodolfo Saúl. (2007). Aplicación del Servqual y del QFD en una empresa prestadora de servicios de mantenimiento de equipos de aire acondicionado. 1° Congreso de Ingeniería Industrial. COINI 2007 – UNLaM / UTN-FR Avellaneda. 1 y 2 de Noviembre. UNLaM, San Justo, Provincia de Buenos Aires. Argentina.
- [10] Fontalvo Herrera, Tomás José. Vergara Schmalbach, Juan Carlos. (2010). La Gestión de la Calidad En Los Servicios ISO 9001:2008.
- [11] Berry, Leonard; Bennett, David. Brown, Carter. (1989). Calidad en el Servicio. Editorial Díaz de Santos S.A. España.
- [12] Valeriano, L. Dalton. (1998). Gerencia en Proyectos. Pesquisa, Desarrollo e Ingeniería. Editorial Markom Brooks. San Pablo, Brasil.
- [13] Rivera J.; L.M. Huete. (1997). Empresas de Servicios: un mundo de Posibilidades. Editorial Folio. España.
- [14] Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (1994). Mercadotecnia. Sexta Edición. Editorial Prentice Hall. México.
- [15] Kotler, Philip. (1999). El Marketing según Kotler. Cómo crear, ganar y dominar los Mercados. Editorial Paidós. Méjico.
- [16] Trujillo Parra, Belky Mireya. (2006). Diseño de una prueba para determinar la Calidad del Servicio desde la percepción de los usuarios del Hospital San Juan De Dios, Pamplona. Universidad de Pamplona Facultad de Salud Departamento de Psicología y Filosofía Programa de Psicología. Pamplona, España.
- [17] Albrach Kalt. (1998). La Revolución del Servicio. Lo único que cuenta es un cliente Satisfecho. Editorial 3R. Bogotá, Colombia.
- [18] Zeithaml, V. A.. Parasuraman, A.; Berry, L. L. (1998). Calidad total en la gestión de servicios. Ediciones Díaz de Santos. Madrid, España.
- [19] Schiffman, Leon G.. Lazar Kanuk Leslie. (2010). Comportamiento del consumidor. Décima Edición. Prentice Hall. México.
- [20] González Bolea, Lorenzo. Carmona Calvo, Miguel Ángel. Rivas, Miguel Ángel. (2008). Método práctico para la medición directa de la satisfacción de los clientes. CEX. Centros de Excelencia. Club Astoriano de Calidad. Parte teórica: IAT (Instituto Andaluz De Tecnología), Cuadernillo. España.
- [21] Malavé, Ninoska Maneiro. Mejías, Agustín. Romero, María Laura. Zerpa, José Daniel. 2008. Evaluación de la calidad de los servicios, una experiencia en la educación superior venezolana. EDUCERE. Investigación arbitrada. Universidad de Carabobo. Valencia, Edo. Carabobo. Venezuela. ISSN: 1316 - 4910 • Año 12, N° 43.