

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE MEDICINA, NUTRICIÓN,  
ENFERMERÍA Y TECNOLOGÍA MÉDICA**

**UNIDAD DE POSTGRADO**



**NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS QUE ACUDEN  
AL SERVICIO DE ODONTOLOGÍA DEL CENTRO DE SALUD  
INTEGRAL “NUEVOS HORIZONTES” DEL MUNICIPIO DE EL  
ALTO EN EL CUARTO TRIMESTRE DE LA GESTIÓN 2017**

**POSTULANTE:** Dra. Miriam Eugenia Flores Copa

**TUTOR:** M Sc. Dr. Wilfredo Tancara Cuentas

Tesis de Grado presentada para optar al título de Magister Scientiarum en  
Salud Pública mención Gerencia en Salud

La Paz – Bolivia

2018

## **DEDICATORIA**

Dedico a Dios por permitirme alcanzar esta meta en mi vida y concederme la oportunidad de crecer como persona a nivel profesional.

A mi familia por su constante motivación, animo, comprensión y paciencia a lo largo de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco:

A Dios por darme la vida diaria y permitirme ayudar a través del don que me otorgo.

A quienes me brindaron durante este tiempo sus conocimientos, experiencias, asesoría y amistad para guiarme por el camino del éxito.

Al Dr. Wilfredo Tancara por su gran colaboración y apoyo incondicional en la elaboración de este trabajo.

A los pacientes del C.S. Integral Nuevos Horizontes por su apoyo en la realización de este trabajo.

A mi familia por ser el aliciente y la parte fundamental en el apoyo para la realización del trabajo.

## ÍNDICE

	Pág.
<b>CAPÍTULO I</b>	
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	3
2.1 Antecedentes.....	3
2.2 Justificación.....	3
<b>CAPÍTULO II</b>	
3. MARCO TEÓRICO.....	6
3.1 Marco Situacional.....	6
3.2 Marco Conceptual.....	7
3.2.1 Actual Sistema Boliviano de Salud.....	8
3.2.1.1 Establecimiento de Salud.....	9
3.2.1.2 Niveles de Atención en Salud.....	10
3.2.1.2.1 Primer Nivel de Atención en Salud.....	10
3.2.1.3 Centro de Salud Integral.....	12
3.2.1.4 Los Servicios de Atención Integral.....	12
3.2.1.5 El Equipo de Salud .....	13
3.2.2 Concepto de Satisfacción.....	15
3.2.2.1 Dimensiones del Concepto Satisfacción.....	17
3.2.2.2 Componentes de la Satisfacción.....	18
3.2.2.3 Los Actores en la Evaluación de Satisfacción.....	19
3.2.2.4 Principales Perspectivas en Cuanto a la Satisfacción como Resultado o Estado Final .....	20
3.2.3 Métodos Empleados y que se Emplean para Conocer la Satisfacción de los Clientes.....	21
3.2.4 Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente.....	22
3.2.5 Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente.....	23
3.2.6 Medición del Nivel de Satisfacción.....	25

3.2.7	Características del Cliente.....	27
3.2.8	Necesidades y Expectativas del Cliente.....	29
3.2.9	El Cliente y sus Percepciones del Servicio.....	30
3.2.10	Definición de los Clientes Internos y Externos.....	30
3.2.11	Naturaleza de los Servicios.....	32
3.2.12	Características de los Servicios.....	33
3.2.13	Triángulo de Servicio .....	35
3.2.14	Servicio como Factor Clave.....	37
3.2.15	Calidad Orientada al Cliente .....	39
3.2.16	Instrumentos para Evaluar la Satisfacción del usuario.....	42
3.2.17	Escala de LIKERT .....	45
3.2.18	Áreas de Trabajo .....	46
3.2.19	Distribución del Recurso Humano de Salud .....	48
3.3	Marco Histórico.....	50
3.4	Marco Jurídico.....	50
3.4.1	Derechos Fundamentales del Usuario.....	51
3.4.2	Deberes del Paciente.....	54
3.5	Marco Institucional.....	55
3.5.1	Misión Institucional.....	55
3.5.2	Visión Institucional.....	55
3.5.3	Estructura Organizacional.....	56
3.5.4	Servicios con los que Cuenta el Centro de Salud.....	56
3.5.5	Lineamientos y Objetivos Estratégicos.....	57
3.5.5.1	Lineamiento Obvios (corto plazo).....	57
3.5.5.2	Lineamiento Posible (mediano y largo plazo).....	57
3.5.5.3	Valores.....	58
4.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	60
4.1	Pregunta de Investigación .....	61
5.	OBJETIVOS .....	61
5.1	Objetivo General.....	61

5.2 Objetivos Específicos.....	62
<b>CAPITULO III</b>	
6. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	63
6.1 Metodología.....	63
6.2 Tipo de Estudio .....	63
6.3 Técnica.....	63
6.4 Instrumento para la Recolección de la Información.....	64
6.5 Población.....	64
6.6 Lugar.....	64
6.7 Muestra.....	64
6.8 Guía de Procedimiento .....	65
6.9 Definición de Variables.....	65
6.9.1 Infraestructura.....	65
6.9.2 Accesibilidad.....	66
6.9.3 Trato Personal.....	66
6.9.4 Tiempo de Espera .....	66
6.9.5 Tiempo de Consulta .....	66
6.9.6 Satisfacción del Usuario.....	66
6.10 Aspectos Éticos.....	66
6.11 Intervención de la Metodología.....	67
6.11.1 Criterios de Inclusión.....	67
6.11.2 Criterios de Exclusión.....	67
6.12 Procesamiento de Datos.....	67
6.13 Análisis Estadísticos.....	68
<b>CAPÍTULO IV</b>	
7. RESULTADOS .....	69
7.1 Satisfacción del Usuario Respecto a la Infraestructura del Servicio de Odontología en el Centro de Salud. ....	69

7.2 Satisfacción del Usuario en Relación al Tiempo de Espera para la Atención en el Servicio de Odontología.....	74
7.3 Satisfacción del Usuario en Relación al Trato Recibido por Personal de Salud para la Atención en el Servicio de Odontología.....	78
7.4 Satisfacción del Usuario en Relación a la Resolución de la Patología por el Servicio de Odontología.....	84
8 DISCUSIÓN.....	85
 <b>CAPÍTULO V</b>	
9. CONCLUSIONES.....	87
9.1 Satisfacción del Usuario Respecto a la Infraestructura del Servicio de Odontología en el Centro de Salud .....	87
9.2 Satisfacción del Usuario en Relación al Tiempo de Espera para la Atención en el Servicio de Odontología.....	88
9.3 Satisfacción del Usuario en Relación al Trato Recibido por Personal de Salud para la Atención en el Servicio de Odontología .....	88
9.4 Satisfacción del Usuario en Relación a la Resolución de la Patología por el Servicio de Odontología.....	88
10 RECOMENDACIONES.....	89
10.1 Satisfacción del Usuario Respecto a la Infraestructura del Servicio de Odontología en el Centro de Salud .....	89
10.2 Satisfacción del Usuario en Relación al Tiempo de Espera para la Atención en el Servicio de Odontología .....	89
10.3 Satisfacción del Usuario en Relación al Trato Recibido por Personal de Salud para la Atención en el Servicio de Odontología.....	90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	92
ANEXOS.....	95

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 – Caracterización de los Establecimientos de Primer Nivel de Atención, 2014.....	11
---	----

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 – Relación de Atención Odontológica en el Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes” durante el cuarto Trimestre gestión 2016 – 2017.....	7
---	---

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 – Triángulo de los Servicios.....	36
Gráfico N° 2 – Estructura Organizacional.....	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Relación Porcentual sobre la Percepción del Estado del Mobiliario de la Sala de espera del Servicio de Odontología...	69
Figura 2 – Relación Porcentual sobre la Percepción de la Limpieza en la Sala de Espera del Servicio de Odontología .....	70
Figura 3 – Relación Porcentual sobre la Percepción de la Iluminación de la Sala de Espera en el Servicio de Odontología .....	71
Figura 4 – Percepción de la Temperatura en la Sala de Espera del Servicio de Odontología.....	72
Figura 5 – Percepciones sobre la Comodidad en el Consultorio del Servicio de Odontología .....	73
Figura 6 – Percepción de la Limpieza en el Consultorio del Servicio Odontología.....	74
Figura 7 – Tiempo de Espera desde la Llegada al Establecimiento de Salud hasta la Asignación de una Ficha .....	75
Figura 8 – Tiempo de espera desde la asignación de la ficha de Atención Odontológica hasta su Atención por Enfermería .....	76



Figura 9 – Tiempo de Espera desde la Atención de Enfermería hasta la Atención por el Odontólogo.....	77
Figura 10 – Percepción del Trato en el Área de Admisión.....	78
Figura 11 – Percepción del Trato en el Área de Enfermería.....	79
Figura 12 – Percepción del Trato por el Profesional de Odontología en el Servicio de Odontología .....	80
Figura 13 – Percepción del Interés del Personal de Salud al Expresar el Problema Dental de la Persona .....	81
Figura 14 – Percepciones de la explicación brindada por el Odontólogo sobre el Estado de la Cavidad oral y Tratamiento a Seguir .....	82
Figura 15 – Percepción sobre una Explicación Comprensible del Resultado de los Exámenes Complementarios (Rayos X).....	83
Figura 16 – Percepción sobre la Claridad en la Escritura del Recibo Recetario.....	84
Figura 17 – Relación de Satisfacción del Paciente sobre la Resolución de la Patología Odontológica.....	85

## RESUMEN

La satisfacción es un aspecto que a la fecha va cobrando mayor importancia, debido a que esta, se transforma en una de las bases principales para realizar distintas evaluaciones, en este sentido, en el área de la salud, el paciente se convierte en el principal actor, como un elemento clave para mejorar la organización y tomar decisiones para precautelar la provisión en los servicios de salud.

La premisa de salud en la prestación de servicios, es pretender alcanzar la calidad de atención, intervenir de manera oportuna, pero también, cumplir con los objetivos de rehabilitación de forma eficiente, en busca de la satisfacción del paciente. Por tanto; la satisfacción del usuario es muy importante debido a que, es más probable que los pacientes satisfechos cumplan con el tratamiento y continúen utilizando los servicios de salud públicos.

Una de las principales fuentes de información para la investigación sobre la satisfacción, es acudir a la opinión de los usuarios que concurren a los centros, donde se atienden las diferentes necesidades de la población en servicios de salud.

Actualmente, el Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes” ubicado en municipio la ciudad de El Alto, cuenta con el Servicio de Odontología, una infraestructura que reúne las condiciones de trabajo y permite brindar una buena prestación de servicio odontológico.

El estudio realizado, como resultado de una encuesta, muestra que existe una insatisfacción del usuario en el servicio de Odontología, hecho que involucra las áreas de administración y de enfermería.

Palabra Clave: Satisfacción, Transforma, Elemento, Eficiente, Servicio, Usuario

## **ABSTRACT**

Satisfaction is an aspect that to date is becoming more important, because it is transformed into one of the main bases to perform different evaluations, in this sense, in the area of health, the patient becomes the principal actor, as a key element to improve the organization and make decisions to protect the provision in health services.

The premise of health in the provision of services, is to seek to achieve quality of care, intervene in a timely manner, but also, meet the rehabilitation objectives in an efficient way, in search of patient satisfaction. So; user satisfaction is very important because satisfied patients are more likely to comply with the treatment and continue to use public health services.

One of the main sources of information for research on satisfaction, is to go to the opinion of users who attend the centers, where the different needs of the population in health services are met.

Currently, the Comprehensive Health Center "Nuevos Horizontes" located in the city of El Alto, has the Dental Service, an infrastructure that meets the working conditions and provides a good service of dental service.

The study carried out, as a result of a survey, shows that there is user dissatisfaction in the dentistry service, a fact that involves the administration and nursing areas.

Keyword: satisfaction, transform, element, efficient, service, user

# **CAPÍTULO I**

## **1. INTRODUCCIÓN**

En nuestro país, uno de los principales rectores de la política sectorial es la calidad de la atención en salud, como un derecho ciudadano en donde el eje central de la atención es la satisfacción de los usuarios.

El usuario es el personaje principal en los escenarios de la prestación de servicios, a quien se debe atender con calidad, oportunidad y eficiencia, para satisfacer sus expectativas y necesidades; este es quien determina el nivel de excelencia de una organización.

Para el paciente, los aspectos tales como la amabilidad y disponibilidad de tiempo del prestador de servicios, las características físicas del sitio donde recibe la atención, el tiempo en que transcurre entre el momento en que solicita el servicio, los resultados, las complicaciones del proceso, son características que se pueden evaluar fácilmente y determinar su valoración en la satisfacción.

Otro punto, la idoneidad del prestador de servicios y el nivel de actualización de la tecnología empleada durante su atención, son aspectos que también se deben valorar y evaluar porque son parte de las satisfacciones en la atención de salud.

Por lo tanto: la percepción del usuario es muy importante, porque es más probable que los pacientes satisfechos cumplan con el tratamiento y continúen utilizando los servicios de salud. Es por este motivo que con respecto a todas las demás dimensiones de calidad, la satisfacción del usuario afecta la salud y el bienestar de la sociedad.

La evaluación de la satisfacción de los usuarios debe casi considerarse como una forma de participación activa de los mismos en el sistema de prestación de servicios de salud, por lo que no debe desperdiciarse ni desaprovechar la posibilidad de recoger información valiosa. De esta manera es que una de las principales fuentes de información para la investigación de la satisfacción, es solicitar la opinión de usuarios de los servicios.

Los centros de salud deben tener en cuenta que el principal objetivo de los programas es brindar una atención, completa y eficiente, orientada a mejorar la calidad de vida de los pacientes que se atienden.

Se deben conocer lo mejor posible las necesidades y dificultades de todos los pacientes que asisten al Centro de Salud, para orientar los esfuerzos en una sola dirección, de tal manera que se logre la meta propuesta, que es el bienestar del usuario.

Actualmente, el Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes” del municipio de El Alto, cuenta con el Servicio de Odontología, el cual tiene una infraestructura que reúne las condiciones de trabajo, con el que se debería estar brindando un mejor servicio.

Sin embargo, de acuerdo a las observaciones realizadas por el investigador, existe una insatisfacción del usuario, especialmente en el servicio de Odontología y administrativos (Admisión y fichaje), los mismos que se esfuerzan día a día por brindar una mejor atención, pero la demanda excesiva de usuarios que acuden al Centro de Salud, imposibilitan brindar una atención de calidad en este servicio.

En el Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes” del Distrito 2 del municipio de El Alto, no se han realizado estudios para determinar el nivel de satisfacción de los usuarios que acuden al servicio de Odontología, por lo que es necesario obtener

información sobre este tema y de esta manera contribuir a mejorar la atención al usuario que asiste a este Centro de Salud.

## **2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

### **2.1 Antecedentes**

La satisfacción de los usuarios con los servicios médicos que recibe en el Centro de Salud y en especial la atención en Odontología, son objetivos de un Sistema de Salud, que buscan mediante la información obtenida, mejorar la atención en los servicios para cumplir las expectativas del usuario y con el fin de ofrecer nuevos enfoques y soluciones a los entornos sociales.

La mayoría de los estudios encontrados en la literatura hacen referencia a la satisfacción del usuario en los servicios de atención médica, de enfermería y de establecimientos de salud de mediana a mayor complejidad.

No encontrándose estudios sobre satisfacción del usuario en servicios de Odontología, tampoco en la Red de Servicios de la Red Corea a donde pertenece el Centro de Salud Integral Nuevos Horizontes.

### **2.2 Justificación**

La satisfacción de atención en los servicios de salud se ha transformado en uno de los aspectos fundamentales de la medicina actual. Los innumerables problemas surgidos durante las últimas décadas, derivados de la creciente complejidad de los sistemas de salud, aunados a las mayores exigencias por parte de los enfermos y sus familiares, así como los incrementos en los costos de atención, exigen soluciones efectivas que garanticen que los pacientes reciban los tratamientos adecuados, en el momento oportuno y dentro de un marco de equidad, respeto a sus valores y derechos.

Existen documentos donde se indican los factores que afectan en la calidad percibida y el nivel de satisfacción del usuario: el tiempo excesivo de espera, trato del personal, deficiente información, etc.

Otros factores que afectan podrían ser: la atención de varios servicios por el mismo personal (Enfermería y Administración), del Centro de Salud y los largos tiempos de espera.

Esta situación deriva, que ante una urgencia, exista la posibilidad de utilizar remedios caseros para calmar el dolor o atenderse en otro centro odontológico privado ocasionando de esta manera, gastos que afectan a la economía del paciente y su familia.

Al existir una baja cobertura de atención odontológica, en comparación a los años anteriores, presentado en los reportes del SNIS (Sistema Nacional de información en Salud) mensual del servicio de odontología, es oportuno establecer la percepción de los pacientes sobre los probables factores que influyen en ello.

El presente trabajo está relacionado con un problema práctico procedimental en el área administrativa y de atención a las personas en el Servicio de Odontología.

El estudio sobre el nivel de satisfacción del usuario en el Servicio de Odontología se hace importante, debido a que la población afectada y de escasos recursos económicos, acuden a estos Centros en busca de una buena atención médica, además se trata de encontrar las causas que influyen en la disminución de la asistencia de la población al Servicio de Odontología.

Es aquella población que no cuenta con ningún tipo de Seguro de Salud. Además está relacionado a la problemática latente donde se aprecia que, en

muchos centros asistenciales no exista una buena atención a los pacientes, originando de esta manera insatisfacción y rechazo de la población a los Centros Asistenciales de Servicio Público.

Esta situación limita la ejecución de políticas gubernamentales que tratan de disminuir las enfermedades prevalentes, que son la principal causa de epidemias o endemias que se presentan en el país.

En un nivel singular, esto conlleva a baja de coberturas y limitada atención en salud en el área pública, que se refleja en las tasas altas de prevalencia de enfermedades.

El tener conocimiento sobre la percepción del nivel de satisfacción del usuario del Servicio de Odontología, facilitará a los profesionales y a los gestores y administradores del sistema de salud, en la toma de decisiones y mejoras en la atención de los pacientes.



## **CAPÍTULO II**

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1 Marco Situacional**

La zona Nuevos Horizontes del Distrito 2 de la ciudad de El Alto, fue creada el 16 de Julio de 1981, actualmente esta zona cuenta con 3.733 habitantes, el 95% de ellos cuentan con todos los servicios básicos, asimismo, la mayoría de sus calles y avenidas se encuentran asfaltadas y adoquinadas además de contar con varias Unidades Educativas, lo que demuestra el avance progresivo en el sector.

El Centro de Salud Integral Nuevos Horizontes, es un Centro de Primer Nivel de Atención en salud, cuenta con una población objetivo de 20.902 habitantes, presta servicios en Medicina General, Odontología, Enfermería, Farmacia y Admisión /Recaudaciones.

El Centro de Salud cuenta con dos personas en el área de admisión, una para el turno de la mañana y otra para el turno de la tarde, este personal cumple con una doble función: de admisión y de información.

Existen cuatro consultorios: dos para Medicina General, un consultorio de Apoyo de atención para los médicos del Bono Juana Azurduy de Padilla y un Consultorio de Odontología.

Respecto al personal de Odontología, se cuenta con dos odontólogos, que realizan turnos de 6 horas mañana y 6 horas tarde de lunes a viernes, aparte de la atención odontológica con 12 fichas (Cuaderno 4 Consultas y Tratamientos Odontológicos 2016 y 2017), efectúan interacción con la comunidad para realizar la Promoción de Salud. (Cuaderno Nº 6 Actividades del establecimiento y con la comunidad).

**Cuadro N° 1**  
**Relación de Atención Odontológica en el**  
**Centro de Salud Integral Nuevos Horizontes**  
**Durante el cuarto Trimestre gestión 2016 – 2017**

<b>AÑO</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>
<b>2016</b>	332	229	174
<b>2017</b>	209	190	169

Fuente: datos SNIS 2016 - 2017

En el cuarto trimestre de la gestión 2016, la atención odontológica fue realizada por un odontólogo que tenía una carga horaria de 6 horas y en la gestión 2017 la atención fue realizada por dos odontólogos con carga horaria de 6 horas cada profesional.

### **3.2 Marco Conceptual**

Se evidencia en nuestro medio un importante atraso en la capacidad instalada, falta de recursos humanos, accesibilidad limitada y un equipamiento inadecuado en los servicios de salud institucionales, con los cuales se atienden a un sector importante de la población.

Esta situación anómala, ocasiona una insuficiente calidad de los servicios, generando insatisfacción en el Usuario. Por tanto se determina que es una de las principales razones del porque la gente prefiere acudir a los servicios Odontológicos privados en lugar de utilizar los servicios de salud públicos.

No se debe olvidar la definición de calidad de servicio y la atención al usuario, las que juntos forman un sistema complejo y a veces difícil de cumplir. Pues las necesidades de los servicios asociados a las vicisitudes personales de cada usuario y su patología, en sí lo hacen ser un reto, dejando entender que el trabajo debe ser en equipo, multidisciplinario y la forma más fácil de evaluar si se está o no logrando cumplir la meta planteada y planificada, es saber el nivel de

satisfacción que ellos como usuarios perciben del Servicio de Odontología.

### **3.2.1 Actual Sistema Boliviano de Salud**

El Sistema Nacional de Salud, es el “conjunto de entidades, instituciones y organizaciones públicas y privada que prestan servicios de salud bajo la regulación del Ministerio de Salud”, su organización de acuerdo a la capacidad resolutive de los establecimientos.

Además los establecimientos de salud conforman tres tipos de Redes de Salud:

- 1. La Red de Salud Municipal**, conformada por los establecimientos de primer y segundo nivel de atención, que funcionan bajo la responsabilidad del Director Municipal de Salud.

A partir del año 2013, el Gobierno Autónomo Municipal, es corresponsable de la provisión y administración de la infraestructura, equipamiento, suministros e insumos médicos del primer y del segundo nivel de atención.

- 2. La Red de Salud Departamental**, conformada por las redes de salud municipales y los establecimientos de tercer nivel de atención del departamento.

La responsabilidad técnica de esta Red recae sobre el Servicio Departamental de Salud (SEDES) y la responsabilidad administrativa sobre el Gobierno Autónomo de La Paz (Gobernación), quienes asumen la gestión de los recursos humanos. A partir del año 2013 la Gobernación es responsable de la provisión y administración de la: infraestructura, equipamiento, suministros e insumos médicos del tercer nivel de atención.

**3.** La **Red Nacional** de establecimientos de salud está conformada en total por 3.553 establecimientos de salud diseminados en todo el territorio boliviano, que están estructurados en cinco subsectores: Público, Seguridad Social, Instituciones privadas, Iglesia y Organizaciones No Gubernamentales (ONG).

De estos, el 92% corresponde al primer nivel de atención (puestos de salud y centros de Salud), el 6,5% al segundo nivel (hospitales básicos) y el 1,5% al tercer nivel (Hospitales Generales e Institutos Especializados). (1)

### **3.2.1.1 Establecimiento de Salud**

Es la unidad estructural operativa responsable de realizar los procesos de gestión adecuados para el cuidado y atención en salud de las personas, familias y comunidades, de manera integral, intercultural con equidad de género y generacional, a través de actividades integrales de atención en salud intercultural de promoción en salud; prevención, diagnóstico tratamiento y rehabilitación de las enfermedades. (2)

Para ello se cuenta con documentación y normativas necesarias para su organización y funcionamiento, personal de salud, infraestructura física, mobiliario, equipamiento, instrumental, insumos y medicamentos, de acuerdo a la caracterización correspondiente a su nivel de atención y capacidad instalada. Informa de todas sus actividades al Sistema Nacional de Información en Salud (SNIS), según normativas específicas.

Los establecimientos de Salud de los Subsectores Públicos, de la Seguridad Social a corto plazo y algunos del Subsector Público con o sin fines de lucro, desarrollan también acciones y actividades de investigación y docencia para la formación de profesionales y técnicos de salud tanto al nivel de pregrado y postgrado.

Así mismo, se articula y complementan con la medicina tradicional, funcionan en Red con establecimientos de su mismo nivel y de mayor capacidad resolutive como el segundo y tercer nivel. (3)

### **3.2.1.2 Niveles de Atención en Salud**

Los niveles de atención se definen por su capacidad técnica e instalada, son responsables de la resolución de problemas de salud y deben trabajar de modo coordinado, complementario y corresponsable. Se reconocen tres niveles de atención según su capacidad resolutive, descritas en la Norma Nacional de caracterización de establecimientos de Salud.

Los niveles de Atención son un conjunto de establecimientos de Salud de acuerdo a su capacidad resolutive, se clasifican en Primer Nivel, Segundo Nivel y Tercer Nivel.

#### **3.2.1.2.1 Primer Nivel de Atención en Salud**

Se constituye en la puerta de entrada al sistema de salud familiar comunitaria intercultural. El personal de salud de los establecimientos de primer nivel de atención, como parte principal de la Red Funcional de Salud tiene la tarea de desarrollar procesos de educación y promoción de la salud, prevención y tratamiento de enfermedades.

Realiza prestaciones de servicio integrales e interculturales (en la familia, en la comunidad y en el establecimiento), de tipo ambulatorio, internación de tránsito, servicios complementarios de diagnóstico básicos.

Las actividades están articuladas con la medicina tradicional, además de tener relación con la referencia y contra referencia en casos necesarios.

Así mismo, tiene carácter resolutivo o de estabilización para referencia con el segundo nivel de atención y las segundas atenciones que realice, pueden contar con servicios básicos complementarios de diagnóstico tratamiento, para contribuir a mantener y mejorar la salud de la población, enmarcándose en el cuidado de su salud física, mental, social, espiritual, cultural y ambiental.

**Tabla Nº 1**

**Caracterización de los Establecimientos de  
Primer Nivel de Atención, 2014**

<b>GRUPOS</b>	<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>SUBSECTOR</b>
<b>GRUPO 1</b>	Puestos de Salud Sanidades Operativas de las Fuerzas Armadas Puesto de Salud en recintos Penitenciarios Otros establecimientos que cuentan solamente con Técnicos Medios de Enfermería	Publico FFAA
<b>GRUPO 2</b>	Centros de Salud Ambulatorios Sanidades Operativas de las Fuerzas Armadas Recintos Penitenciarios Consultorios Privados Consultorios de: Campamentos Establecimientos Educativos	Publico FFAA Privado con y sin fines de lucro
<b>GRUPO 3</b>	Centros de Salud con Internación Centros de Salud Integral	Publico
<b>GRUPO 4</b>	Policlínicos de la seguridad Social Poli consultorios Privados	Seguridad Social Privado con y sin fines de lucro
<b>GRUPO 5</b>	Equipos Móviles de Salud	Publico

FUENTE: Ministerio de Salud, Manual y reglamento de acreditación de Establecimientos y Servicios de Salud de primer, segundo y tercer nivel de atención. Documento Técnico Normativo; La Paz-Bolivia; 2014.

### **3.2.1.3 Centro de Salud Integral**

Es el establecimiento de mayor capacidad resolutive de primer nivel, se ubica en la cabecera de los municipios o las redes, es el eje principal de la Red, atiende a una población aproximada de 10.000 a 30.000 habitantes en áreas rurales y de 20.000 a 50.00 habitantes en áreas urbanas.

Presenta un equipo de salud que presta atención integral, ambulatoria, de emergencia y de internación a personas, familias y comunidades con enfoque intercultural.

Con pleno desarrollo de la gestión participativa y control social en salud. Sus funciones están orientadas a la promoción de la salud, prevención, diagnóstico y tratamiento de la enfermedad y rehabilitación de las personas, familias y comunidades.

Se encuentra articulado y complementado con establecimientos de mayor capacidad resolutive de su red funcional aplicando la norma de referencia y retorno.

### **3.2.1.4 Los Servicios de Atención Integral**

Tienen servicios Ambulatorios, Servicios de Internación y Servicios Complementarios de Diagnóstico y Tratamiento. Los Servicios Ambulatorios están conformados por un área médica, un área odontológica y un área de medicina tradicional.

Los servicios Complementarios de Diagnóstico y Tratamiento, tienen un Área de Laboratorio, un Área de Imagenología, un área de Enfermería y un Área de Farmacia.

Los servicios técnico-administrativos tienen un Área de Admisión y Estadística, un Área de Caja y un Área de Servicio Social y Movilización.

Por último, los Servicios Generales tienen un Área de Cocina/Lavandería, un Conductor y personal Polivalente. (4)

### **3.2.1.5 El Equipo de Salud**

Está constituido por el/la directora, Médico General, Técnico en Vectores, Odontólogo, Licenciada en Enfermería, Técnico medio en Enfermería, Laboratorista, Farmacéutico, profesional del Área Social, Comunicación Social, Psicología u otra del Área Social (Licenciado en Trabajo Social, Comunicación Social, Psicología u otra del Área Social), Médico Ecografista, Técnico en Radiología, responsable de Caja (Licenciado/a en Ciencias Económicas, Técnico Contable o estudios de dos años en Auditoría o ramas afines).

Los Centros de Salud Integrales forman parte de una Red Funcional de Servicios de Salud y proporcionan atención intercultural integral de promoción de la salud, prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de las enfermedades, articulada y complementada con la medicina tradicional, en forma ambulatoria y de internación de tránsito de las personas, familias y comunidades, implementando y aplicando la gestión participativa y control social en salud en el marco de la Salud Familiar Comunitaria Intercultural (SAFCI).

En Odontología, la calidad del servicio depende de 4 factores:

- a) Infraestructura: Consultorio Odontológico por Nivel de Atención.
- b) Equipamiento e Instrumental: Por Especialidad.
- c) Insumos y materiales odontológicos, materiales de bioseguridad y



Reactivos.

- d) Recursos Humanos: profesionales odontólogos generales, especialistas y Enfermera(o) auxiliar con mención en Asistente Dental.

### **a) Infraestructura**

La Infraestructura de los establecimientos de salud, deben estar compuestos por elementos básicos de toda construcción sanitaria y ajuste cultural, estructura y acabados cuya extensión varía de acuerdo a su ubicación y las funciones que realiza, de acuerdo a las actividades y objetivos, especificados en las Normas Nacionales de Caracterización. (2)

### **b) Equipamiento e Instrumental**

La clasificación y las características del equipamiento basado en su localización y movilidad son, equipos fijos, equipos móviles y equipos portátiles.

En relación con los muebles, éstos se agrupan según la clase de material con que fueron fabricados.

Por tanto, el mismo para poder brindar servicios que cubran estándares de calidad en salud oral, deben contar con los siguientes equipos y aparatos:

- **Equipo Dental Completo**

El cual debe estar conformado por la unidad dental, el módulo dental, el hemosuctor y el eyector de saliva.

- **Compresora Dental**

La compresora dental debe ser silenciosa, debe estar cubierta por una caja protectora de ruido y una rejilla de ventilación hacia el exterior, Ubicado en

área externa del consultorio odontológico.

- **Esterilizador**

Según las normas internacionales de calidad, se recomienda el uso de autoclave para la esterilización continua de los instrumentales metálicos.

- **Lámpara de Fotocurado**

Estos aparatos, emiten una luz 30% más blanca y brillante empleando menos potencia en Watts, al igual que ocurre con las lámparas incandescentes comunes, las halógenas consumen más energía disipando calor al medio ambiente que emitiendo luz, aunque su rendimiento es más económico.

- **Unidad Radiógena Dental Completa**

Por protocolos de bioseguridad, el manejo de Rayos X debe ser racional y su protección mediante medios físicos como: la reducción del tiempo de exposición, el aumento de la distancia foco – piel, el uso del chaleco de plomo por el paciente y el profesional, y/o la utilización de la mampara rodante de plomo; todo esto permite al profesional odontólogo actuar dentro de límites prácticamente inocuos, lo adecuado es que la unidad Radiógena este en otro ambiente para el uso apropiado del equipo de Rayos X.

### **3.2.2 Concepto de Satisfacción**

La satisfacción (5) puede definirse como "la medida en que la atención sanitaria y el estado de salud resultante cumplen con las expectativas del usuario."

Como se aprecia en la definición, la satisfacción es el resultado como respuesta a un estado de una necesidad emergente en salud, por lo que, la satisfacción representa la vivencia subjetiva derivada del cumplimiento o incumplimiento de las expectativas que tiene un sujeto con respecto a algo (6), que está dado posteriormente al acto del consumo o uso de un bien o servicio.

La satisfacción está influenciada significativamente por la evaluación que hace el cliente sobre las características del servicio.

El concepto de satisfacción, se ha ido transformando a lo largo del tiempo, según han ido avanzando sus investigaciones, enfatizado distintos aspectos y variando su concepción.

En los años setenta, el interés por el estudio de la satisfacción o insatisfacción del consumidor se incrementó hasta el punto de publicarse más de 1,500 estudios en esta área de investigación.

Pero en las últimas décadas, el objeto de la investigación del constructo de satisfacción ha variado. Así, mientras en la década de los setenta el interés se centraba fundamentalmente en determinar las variables que intervienen en el proceso de su formación, en la década de los ochenta se analizan además las consecuencias de su procesamiento. (7)

A pesar de que el estudio de la satisfacción del consumidor ha sido uno de los temas estrella en los últimos 20 años, generando numerosas publicaciones, los propios expertos no dudan en reconocer que se trata de un concepto escurridizo a la hora de ser delimitado de manera clara (Marzo, Martínez, Ramos y Peiró, 2002) (8). Se ha conceptualizado como un resultado y como un proceso, como una respuesta tanto cognitiva como emocional.

Al mismo tiempo, los autores diferencian calidad y satisfacción argumentando

que la calidad es más bien una actitud duradera a lo largo del tiempo, frente a un juicio transitorio ante un servicio específico, que sería la satisfacción. Otra solución que parece agradar a todos es la proporcionada por Oliver (1993) (9), quien la define como una respuesta o evaluación post-consumo fundada por factores tanto afectivos como cognitivos.

### **3.2.2.1 Dimensiones del Concepto Satisfacción**

La identificación de los factores (dimensiones y atributos) relevantes para un grupo de consumidores y que constituyen sus ideas sobre que es sentirse satisfecho, está referido a lo que se denomina foco de la satisfacción (está relacionado con el objeto –tangible o intangible– sobre el que recae la satisfacción), y que puede ser una expectativa sobre un producto o una experiencia de consumo determinado.

Es una respuesta a un hecho ocurrido en un tiempo determinado, es decir después del consumo de un bien o servicio, o después de haber efectuado una selección determinada, o basado en la experiencia acumulada acerca del comportamiento de un producto.

La satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas."

Satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio respondiera a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción.

Los primeros estudios sobre satisfacción del consumidor se basa en la valoración de aspectos tales como atributos de los productos, la confirmación

de las expectativas y los juicios de inquietud entre la satisfacción y las emociones generadas por el producto, solapando los procesos que subyacen del consumo y la satisfacción. Por ello se ha considerado importante realizar una revisión de su conceptualización, observando una elevada variabilidad.

Hoy se acepta que no existe una definición única de satisfacción que llegue a satisfacer a la totalidad de los interesados en el tema, ya que la misma representa un concepto multifacético que debe ser definido en cada caso en particular en términos de: “satisfacción para quien, definida por quien, para que y que aspecto de satisfacción”, de manera que hagan operativo el concepto.

### **3.2.2.2 Componentes de la Satisfacción**

La investigación y las actividades de evaluación relacionadas con la calidad de la asistencia sanitaria pueden o deben basarse en las siguientes variables: (5)

- **Efectividad:** El grado en que se alcanza las mejoras del proceso de atención, en relación con el actual desarrollo de la tecnología.
- **Eficiencia:** Relación entre el impacto real de un servicio o programa y su costo de producción.
- **Adecuación:** Relación entre la disponibilidad de los servicios y las necesidades de la población. Esto tiene un componente numérico (cantidad de servicios en relación con las necesidades) y un componente de distribución (disponibilidad de servicios en cada zona y por subgrupos poblacionales)
- **Accesibilidad:** es la posibilidad de que un usuario obtenga los servicios que necesita, en el momento y lugar que los necesita, en suficiente cantidad y a un costo razonable. Este componente está estrechamente ligado al de distribución y puede conceptualmente ser incluido en ella.
- **Calidad científico técnica:** Este es el objetivo más común de los

programas de control de calidad y se refiere al nivel de aplicación de los conocimientos y tecnología médicos disponibles actualmente. El término de calidad cuando es utilizado solo, se refiere casi siempre a estos componentes.

- **Continuidad:** Se refiere a la atención del usuario como un todo, en un sistema de atención jerarquizado e integrado de manera que acceda al nivel de atención adecuado para la satisfacción de su necesidad. Este componente puede incluirse en la calidad científica-técnica.
- **Satisfacción del usuario y del prestador:** Se refiere a la satisfacción del usuario con los servicios recibidos, con los profesionales y con los resultados de la atención. La satisfacción del profesional se refiere a la satisfacción con las condiciones de trabajo y el resultado de la atención.

En general estos componentes o variables adquieren diferente importancia según el actor que los analice: el personal de salud, los usuarios de los servicios, los administradores o los empresarios, pues cada grupo puede tener diferentes objetivos.

Los profesionales ponen mayor énfasis en la evaluación de la calidad científico técnica, los usuarios en los aspectos psicosociales y los administradores y empresarios del sector salud, en la eficiencia. Estas generalizaciones pueden variar, para los mismos actores: en circunstancias diferentes.

### **3.2.2.3 Los Actores en la Evaluación de Satisfacción**

En la atención de salud podemos distinguir, según las características del sistema de salud, cuatro tipos de actores interesados en el control de satisfacción: los usuarios, el personal de salud, los administradores y los empresarios.

En algunos casos pueden coincidir los intereses de los profesionales y de los administradores, en otros pueden unirse los intereses de los administradores y de los empresarios. También en algunos casos pueden estos intereses estar en conflicto o bien los requerimientos variar según el servicio o la institución de que se trate (público, privado, seguridad social).

Este juego de intereses puede resultar claro si se analizan las expectativas de los actores frente a algunos de los componentes

#### **3.2.2.4 Principales Perspectivas en Cuanto a la Satisfacción como Resultado o Estado Final**

- El concepto está relacionado con un sentimiento de “estar saciado”, asociado a una baja activación, a una “sensación de contento”, donde se asume que el producto o servicio posee un rendimiento continuo y satisfactorio.
- En segundo lugar, la satisfacción incluye un rango de respuesta más amplio que la mera sensación de contento. En muchos casos, la satisfacción supone una alta activación, por lo que se podría hablar de una “satisfacción como sorpresa”. Esta sorpresa puede ser positiva o negativa.

Como se puede observar, por un lado, la satisfacción está asociada a la sensación de contento que se corresponde con una visión utilitarista del comportamiento de consumo, ya que la reacción del sujeto, es consecuencia de un procesamiento de información y de la valoración del cumplimiento de las funciones que tiene asignadas un determinado bien de consumo o servicio. Por otro lado, la satisfacción como sorpresa supone la existencia de un ser humano que busca un placer, difícil de anticipar y valorar a priori.

Con respecto a la satisfacción como “proceso”, está también condicionada su definición por esa doble visión del ser humano (acciones/bienestar). En 1980 se publicaron dos trabajos de investigación que respondían a esas dos visiones. La satisfacción se considera como una evaluación emocional post-compra o post-uso que es consecuencia de un procesamiento de la información relevante. Éste puede consistir en una comparación entre las expectativas de los sujetos y el rendimiento que perciben en la comparación social de costos-beneficios, así como en los procesos de atribución que realizan los sujetos. (10)

Por todo ello se puede considerar que la satisfacción es considerada como una evaluación susceptible de ser cambiada en cada transacción. Los consumidores y usuarios en una transacción específica, observan el rendimiento del bien o servicio que compran o usan y observan si se ajusta a la actitud que ya tenían.

### **3.2.3 Métodos Empleados y que se Emplean para Conocer la Satisfacción de los Clientes**

Los requerimientos empresariales han hecho que surjan diversos tipos de métodos y procedimientos para efectuar la medición de la satisfacción.

Entre los métodos y técnicas empleadas por las empresas para conocer la satisfacción de sus clientes están el sistema de quejas y sugerencias, las encuestas de satisfacción de los clientes, los compradores fantasma y el análisis de clientes perdidos.

- **Sistemas de quejas y sugerencias:** Muchas entidades emplean diferentes medios para conocer las quejas y las sugerencias de sus clientes, como buzones, números de teléfonos especiales, tarjetas o formularios para llenar con sugerencias o quejas, entre otros.
- **Encuestas de satisfacción de los clientes:** las encuestas constituyen un



método directo empleado, en forma sistemática o no, para conocer el nivel de satisfacción de los clientes, y constituyen una fuente de inestimable valor para estos fines.

- Compradores fantasmas: Forma que consiste en emplear personas que se hagan pasar por clientes y conozcan bajo esta simulación diferentes aspectos de la atención.
- Análisis de clientes perdidos: es una forma también para medir la satisfacción mediante el conocimiento de los problemas confrontados por aquellas personas que han decidido cambiar de establecimiento, marca o producto.

El empleo de diversas escalas, el uso de cuestionarios estructurados y el análisis estadístico forman parte del instrumental técnico aplicado independientemente de la perspectiva teórica desde la que se estudia la satisfacción del cliente.

Se han hecho además estudios con vistas a mostrar las interrelaciones entre la satisfacción y la conducta de recompra. Aunque está bastante extendida la medición de la satisfacción de los clientes mediante encuestas y diversos tipos de escala.

### **3.2.4 Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente**

Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente: (11)

- **Primer Beneficio:** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la

posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

- **Segundo Beneficio:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que, el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.
- **Tercer Beneficio:** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

### 3.2.5 Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente

#### 1) El Rendimiento Percibido

Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "*resultado*" que el cliente "*percibe*" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.

- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

## 2) Las Expectativas

Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (por Ej. artistas).
- Promesas que ofrecen los competidores.

## 3) Los Niveles de Satisfacción

Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

### **3.2.6 Medición del Nivel de Satisfacción**

Durante la década de los ochenta, alcanzar un alto nivel de satisfacción en los clientes era considerado una de las metas de las empresas. Solo durante el siguiente decenio se amplió esta concepción al considerar la satisfacción un medio para fines estratégicos, como la retención de los clientes y su lealtad a una marca; sin embargo cuando haya cambiado la perspectiva con que se estudia la satisfacción y se hacen programas para lograr la satisfacción óptima.

#### **1) Niveles de Expectativas vs. Niveles de Satisfacción.**

Si las expectativas de un cliente coinciden con los niveles de satisfacción, se ha llegado al Umbral de Satisfacción. Si las expectativas están por encima de los niveles de satisfacción se ha generado un efecto de disonancia negativo, el cual deja un sinsabor en el cliente, caso contrario ocurre cuando logramos que los niveles de satisfacción estén por encima de las expectativas pues hemos generado un efecto de disonancia positivo que equivale al deleite en el cliente.

La satisfacción a partir de calidad según la define el Cliente es lo que permite comprender perfectamente las dimensiones de la calidad: la calidad del producto y la calidad del servicio.

Si la calidad del producto es tangible (lo que recibe), la calidad del servicio puede describirse como intangible (se refiere al modo de recibirlo). Por eso, a menudo ésta última es más difícil de medir que la calidad del producto, pero en conclusión la calidad en sus diferentes enfoques es fundamental para crear satisfacción.

**2) Aspectos esenciales que pueden caracterizar el concepto de cliente son:**

- Son las personas más importantes para cualquier organización
- Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad del mismo.
- No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.
- Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos
- Merecen el trato más amable y cortés
- Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

El cliente es quién tiene el poder de cambiar las cifras de los estados anuales de pérdidas y ganancias. Sólo escuchando al cliente se puede esperar un cambio rentable, sólido y perdurable en las empresas.

Al enfocarse en el cliente, uno se concentra verdaderamente en servir y satisfacer las necesidades del mismo. Al satisfacer al cliente se logra conservarlo, lo cual significa rentabilidad.

Un solo modo de definir el propósito de la empresa: "crear un cliente". La importancia del enfoque en el cliente se indica en este párrafo:

"El cliente es quien determina la naturaleza de la empresa. Solo el cliente, con su disposición a pagar por un artículo o un servicio, convierte a los recursos económicos en riquezas y a las cosas en artículos. Lo que la empresa cree producir no tiene particular importancia, sobre todo no la tiene para el futuro de la empresa y su éxito. Lo que el cliente cree comprar, lo que considera valioso es decisivo para determinar qué es una empresa, qué produce y cómo

prosperará. Y lo que el cliente compra y considera valioso, nunca es un producto”.

"El cliente es el cimiento de la empresa y el factor que le permite perdurar. Solo el origina empleo. Para atender los deseos y las necesidades de un consumidor, la sociedad confía a la empresa recursos productores de riqueza”.

El cliente define el negocio. El negocio no se determina por sus productos, sus activos, su personal o su localización. El negocio es definido por las necesidades de los clientes que se van a satisfacer a través de la venta del producto – servicio. La satisfacción del cliente es el verdadero propósito de la empresa para cumplir las dos fases de crear y retener clientes.

Entre algunas definiciones se puede citar: “Es el que utiliza un producto o servicio”. Es un aparte esencial del negocio. Es un ser humano con sentimientos y emociones y merece un trato respetuoso. (12)

### **3.2.7 Características del Cliente**

Los clientes o potenciales clientes de los productos o servicios de la empresa tienen una serie de características que es necesario tener en cuenta sin hacer juicios de valor sobre ellas. Estas características hacen del cliente un ser bastante imprevisible, si bien no se debe olvidar que la razón de ser de la empresa es la satisfacer sus necesidades.

#### **1) El cliente; elemento vital de cualquier organización**

El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la

retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente.

El cliente a cualquier persona que recibe el producto o proceso o es afectado por él, es la fuente principal de información que permite a la empresa corregir o mejorar el producto que entrega, a fin de satisfacer sus necesidades y expectativas. Un cliente es alguien cuyas necesidades y deseos deben ser satisfechos por el negocio que la empresa administra.

Tener un cuadro claro de quienes son los clientes y del orden en que sus necesidades y deseos deben satisfacerse, es un paso crítico para determinar cómo debe proyectarse el negocio.

Los clientes pueden ser externos o internos, la caracterización de los mismos será explicada posteriormente.

## **2) El perfil de un cliente puede describirse como:**

- Normalmente no expresa sus deseos, salvo cuando no está satisfecho.
- El cliente no siempre sabe lo que quiere, pero adquiere lo que le gusta.
- El cliente es exigente y está dispuesto a cambiar a mínimo fallo.
- El cliente se considera único y quiere ser tratado diferente a los demás.
- Cuando no se siente satisfecho lo proclama y perjudica a la empresa.

Sin embargo, el cliente es el centro de la actividad de la empresa y es el patrón que da lugar al beneficio empresarial y se deberán tener en cuenta sus características.

### **3.2.8 Necesidades y Expectativas del cliente**

Todos los clientes tienen necesidades que han de ser satisfechas y las características del producto o servicio han de ser satisfacerlas. Esto se aplica tanto a los clientes internos como a los externos. En el caso de los clientes externos, la respuesta determina la satisfacción del producto o servicio. En el caso de los clientes internos, la respuesta determina la competitividad de la empresa en cuanto a productividad, calidad, etc.; así como elevar el nivel moral que reflejan los distintos departamentos internos.

Las necesidades expresadas son las que se conocen y se recogen en el contrato para su control durante el proceso de producción y entrega.

Las necesidades implícitas son aquellas que muchas veces no están muy bien definidas en la mente del cliente, pero que de cumplirse le producen gran satisfacción y una mejor apreciación de la calidad del producto o servicio que recibe.

Los tipos de necesidades del cliente se corresponden con tres expectativas de calidad:

- 1) **La calidad percibida:** Corresponde a los atributos indispensables que el cliente pide al expresar sus necesidades y que la empresa puede conocer en todos sus términos para satisfacerlos.
- 2) **La calidad esperada:** Se refiere a aquellos atributos del bien que complementan los atributos indispensables no siempre explícitos, pero que el cliente desea y que suelen tener un fuerte componente subjetivo.



Se denominan expectativas. (13)

- 3) **La calidad latente:** Son las posibles características del bien que desconoce el cliente, pero que, si se las ofrece, valora positivamente.

### 3.2.9 El cliente y sus Percepciones del Servicio

Todo el análisis que gira en torno a la calidad y la satisfacción se basa en las percepciones del cliente acerca del servicio. El concepto básico es el de "servicio percibido", tal como se analiza en el modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio.

En el cual se señalan 4 brechas fundamentales del servicio:

- No saber lo que el cliente espera.
- No seleccionar el diseño ni los estándares del servicio correctos,
- No entregar el servicio, son los estándares del servicio correctos.
- adecuar lo prometido con lo ofrecido y entregado.

#### Brecha del cliente

Expectativas del servicio

#### Brecha del cliente

Percepción del cliente

### 3.2.10 Definición de los Clientes Internos y Externos

- **Clientes Internos:** Por mucho tiempo se le ha dado una mayor importancia al cliente externo, que al cliente interno, pero sin un cliente interno

satisfecho y motivado difícilmente lograremos un cliente externo satisfecho. Los clientes internos tienen un interés vital, casi siempre financiero, dentro de la empresa, los clientes no tienen que ser intermediarios, pero deben tener un interés en la empresa. (14)

Los inversionistas, los médicos de un hospital, los bancos en las empresas donde realizan los préstamos, los proveedores de bienes o productos para la empresa son clientes secundarios, ya que dependen de la empresa para sus empresas.

En toda empresa hay departamentos y personas que suministran productos a otros. Los que lo reciben se llaman ``clientes`` a pesar del hecho de que ellos no son clientes en el sentido habitual, es decir aunque no compren el producto.

Los clientes internos son aquellas personas dentro de la Empresa, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativas, administrativas o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.

- **Cientes Externos:** El cliente externo es todo consumidor o empresa con potencial para comprar o contratar productos y servicios, constituye no solo la fuente de ingresos y por tanto la estabilidad económica, sino el eje mismo de trabajo, desarrollo y avance de la organización y todos sus empleados.

Es decir, son aquellos que no pertenecen a la Empresa u Organización y van a solicitar un servicio o a comprar un producto.

Los clientes externos son las personas por las que la empresa tiene razón de ser. Por lo general, compran los productos y los servicios a la misma.

Conseguir los mejores clientes es uno de los pasos importantes para hacer crecer una empresa. El camino para llegar a ese punto es contratar y conservar a los mejores empleados. Cuando un trabajador se siente satisfecho está en mejores condiciones de prestar un servicio de calidad, brinda un mejor trato y amabilidad, es más ágil y diligente, y por sobre todas las cosas, no se deja condicionar por la falta de recursos y fallas tecnológicas u organizativas, por lo que mantendrán el negocio atractivo para los dueños, los inversionistas y los proveedores. (15)

De todo lo antes expuesto se concluye que los clientes / consumidores contribuyen uno de los principales activos de la empresa (conjuntamente con su fuerza laboral y capacidad de dirección).

### **3.2.11 Naturaleza de los Servicios**

El creciente interés en el sector de los servicios se ha acompañado por un desacuerdo considerable y una polémica de lo que constituye un servicio y si la mercadotecnia de servicios es un área distintiva. Muchos autores han intentado interpretar descripciones definitivas de un servicio y sin embargo, no ha surgido una definición adecuada en la que todos coincidan.

Un servicio es una actividad con cierta intangibilidad asociada, lo cual implica alguna interacción con clientes o con propiedad de su posesión, y que no resulta en una transferencia de propiedad.

Puede ocurrir un cambio en las condiciones; la producción de un servicio puede estar o no íntimamente asociado con un producto físico.

Los servicios varían de manera considerable por un espectro de factores,

incluso si están dirigidos a negocios o consumidores individuales; si requieren la presencia física del cliente; o si se enfocan al equipo o al personal (por ejemplo, una lavandería en comparación con un masajista).

- **Intangibilidad:** los servicios son en gran medida abstractos e intangibles.
- **Heterogeneidad:** los servicios no están estandarizados y tienen alta variabilidad.
- **Inseparabilidad:** los servicios por lo general se producen y consumen al mismo tiempo, con participación del cliente en el proceso.
- **Caducidad:** no es posible almacenar servicios en un inventario.

#### 2.2.12 Características de los Servicios

El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado el cual satisfaga sus necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa. Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra.

Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su prestación no tiene por qué ligarse necesariamente a un producto físico.

Entre sus características más importantes se pueden mencionar:

- a) Intangibilidad:** Significa que no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido.
- b) Inseparabilidad:** Esta característica está asociada a la inseparabilidad

de los servicios de la persona del vendedor, que es quien lo produce. Significa que la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume.

**c) Heterogeneidad o inconsistencia:** Que los servicios sean heterogéneos significa que es difícil de estandarizarlos. Un mismo servicio puede variar según quien lo proporcione.

**d) Perecedero:** No se puede almacenar

Un buen servicio al cliente es una herramienta potente y muy importante del marketing actual. Su correcto desempeño permite al oferente vender con beneficio. Brindar un buen servicio al cliente posibilita difundir la imagen de cualquier empresa y la suya propia, obtener información adecuada del mercado y apoyar la publicidad y/o promociones de ventas que su empresa realiza. Es bueno recordar que captar a un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener a uno.

Ejemplos de algunos de los principales atractivos de los servicios que una empresa puede ofrecer y que posibilitan una mejor satisfacción al cliente y su fidelización:

- 1. Servicios para acrecentar el rendimiento al cliente:** La empresa desea que su producto le proporcione un adecuado rendimiento al cliente y que éste a su vez, perciba la máxima satisfacción de sus necesidades y expectativas, con el fin de que el cliente vuelva a comprar.
- 2. Servicio de prolongación de la vida útil:** Son los destinados a mantener las prestaciones del producto en condiciones satisfactorias de operación durante toda su vida útil.

- 3. Servicio de reducción de riesgos:** Proporcionar las vías más sencillas que permitan al cliente la devolución de los productos defectuosos y las garantías sobre los mismos, constituyen los principales atractivos que el cliente apreciará en este aspecto.
  
- 4. Servicios de disminución de trabajo:** Tiende a facilitar la compra del cliente haciéndola más cómoda y fácil. Ejemplo: Dar información al cliente potencial, facilidades en el servicio de entrega a domicilio etc. forman parte de esto.
  
- 5. Servicio de financiamiento:** Los créditos son ejemplos claros de servicios brindados al cliente. Es necesario brindar la mayor información sobre sus límites, tipos de interés, plazos de amortización etc. que posibiliten al cliente tomar las decisiones necesarias en cada caso.
  
- 6. Servicio de atención al cliente:** Es la herramienta más importante de cualquier empresa, ya que los entornos comerciales actuales se perfilan cada vez más uniformes en cuanto al uso de tecnologías avanzadas de la información y comercialización de productos, pero se diferencian notablemente en el trato ofrecido a sus clientes (cortesía, atención rápida, confiabilidad, atención personalizada, personal bien informado, simpatía etc.), lo cual es un factor determinante para lograr la fidelización de los mismos al oferente.

### **3.2.13 Triángulo de Servicio**

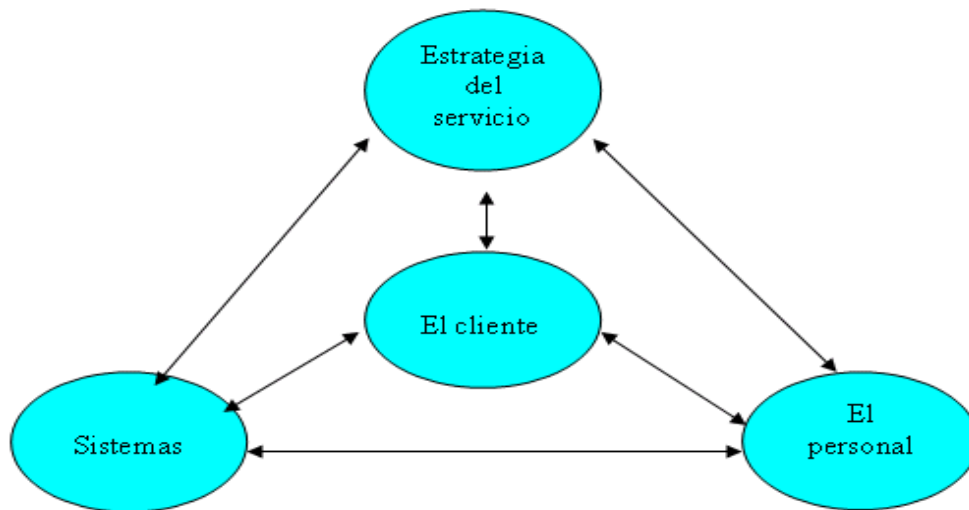
Tiene un papel fundamental en el análisis de los factores de éxito que ayudan a poner en práctica una iniciativa de servicio en cualquier tipo de organización.

El triángulo de servicio es una forma de diagramar la interacción existente entre

tres elementos básicos: estrategia de servicio, sistemas y el personal, los cuales deben interactuar adecuadamente entre sí para mantener un servicio con un alto nivel de calidad.

El cliente, es centro del modelo que obliga a que tanto los demás componentes del triángulo, como de la organización misma, se orienten hacia él.

**Gráfico Nº 1**  
**Triángulo de Servicios**



Fuente: Kart Albrecht, Service América, 1985

- a) **Estrategia del servicio:** Es la visión o filosofía que se utilice para guiar todos los aspectos de la prestación del servicio. Dicha estrategia tiene que ser capaz de crear las condiciones que propicien que el cliente colabore y sea una fuente de incremento de la eficiencia.
- b) **Cliente:** El servicio debe estar en función del cliente para satisfacer sus necesidades reales y expectativas.
- c) **Sistemas:** Engranaje de mecanismos comunes que componen el todo y que lo hacen flexible ante la dinámica del entorno, por lo que deben ser diseñados de manera simple, rápida y a prueba de contingencias.

- d) **Personas:** Es el elemento más importante en el suministro del servicio por ser portadores vivos de la imagen de la organización, lo que requiere el diseño de políticas específicas para su administración.

### **3.2.14 Servicio como Factor Clave**

Vivimos actualmente en una sociedad de servicios, toda empresa provee por sobre todas las cosas servicios, sea esta productora de tangibles o intangibles.

El fabricante de autos provee el servicio de locomoción para el cliente, el fabricante de fármacos el servicio de recuperar o proteger la salud del usuario y de igual forma podemos continuar. Por otra parte, toda empresa provee de un porcentaje de tangibles y otro de intangibles.

#### **a) Definición de Servicio al Cliente**

El servicio al cliente es una filosofía que va más allá de la "capacidad de respuesta a las necesidades del cliente" y el "enfoque del cliente". El enfoque del cliente a menudo se incorpora solamente a los servicios de consejería y de tipo clínico.

El servicio al cliente amplía dicho enfoque del cliente para que se incluya lugar dentro de la clínica y en los alrededores de la misma, desde la forma en que el personal saluda hasta el ambiente reinante en la sala de espera y la forma en la que se manejan las quejas de los clientes.

Se utiliza para ayudar a cada persona a beneficiarse, no solamente de los servicios inmediatos que vino a buscar, sino a nivel de toda la gama de servicios que ofrece la clínica.



Aún puede llevar a la introducción de nuevos servicios para cubrir las necesidades expresadas por los clientes.

La Federación Latinoamericana de Marketing, define:

## **b) Servicios al cliente**

Como los beneficios sumados en el conjunto de acciones y procesos que se ofrecen en venta o que se proporcionan como valores agregados junto a la venta de productos.

Servicio es el conjunto de prestaciones y facilidades que el cliente espera recibir y también aquellas que no espera, además del producto o del servicio centro de atracción.

Servicio al cliente significa proporcionar asistencia de tal forma que esto redunde en un mayor nivel de satisfacción con la atención brindada. Se basa en la preocupación constante por las preferencias de los clientes, tanto en el ámbito de la interacción con el personal como del diseño de servicios. Sostiene que el personal, es responsable ante los clientes, por las decisiones que toma y que los clientes tienen derechos que se deben respetar.

El objetivo de cualquier organización con fines lucrativos es la obtención de ganancias, también lo es el hecho de que la vía para lograr la misma y mantenerla en el futuro, es mediante la satisfacción de los clientes externos. Sin embargo no goza de igual aceptación la idea de que todo trabajador dentro de una entidad es un cliente a satisfacer y que ambos tipos de cliente se encuentran unidos de forma indisoluble.

Estos se encuentran vinculados por al menos dos elementos fundamentales:

- Si bien los trabajadores constituyen la fuente de generación de la ganancia de las entidades, esta no se materializa sino es a través del intercambio con los clientes externos.
- Al tiempo que el mantenimiento e incremento de la adquisición de los productos o servicios de las entidades por parte de los clientes externos depende de su satisfacción, esta se encuentra directamente vinculada a la satisfacción del cliente interno (trabajador).

En el sentido más amplio, el servicio al cliente es cualquier cosa que aumente su nivel de satisfacción. La satisfacción o la falta de ella, es la diferencia entre cómo espera el cliente que le traten y cómo percibe que le están tratando.

Tanto las expectativas como las percepciones se ven agudizadas por factores que son difíciles de controlar, desde los precios que se anuncian, hasta el diseño del producto o el comportamiento de los empleados. De modo que las fuentes de satisfacción son diversos y algunas veces sutiles o sorprendentes.

### **3.2.15 Calidad Orientada al Cliente**

El cliente es quien juzga la calidad. Todos los atributos de productos y servicios que aporten valor al cliente y contribuyan a su satisfacción y preferencia han de ser incorporados de manera adecuada en los sistemas de calidad. El valor, la satisfacción y la preferencia pueden estar influidos por muchos factores del conjunto de las compras que realiza el cliente, de la propiedad de los bienes y de las experiencias de servicios.

Todo ello implica una relación entre la empresa y el cliente –la confianza entre los productos y servicios– que lleva a la lealtad y la preferencia. (16)

Este concepto de calidad incluye no solo atributos del producto o servicio que cumplen con los requisitos básicos, sino que incluye también aquellos atributos que les dan realce y los diferencian de las ofertas de la competencia.

La calidad orientada al cliente es, por tanto, un concepto estratégico. Está dirigida a ganar cuota de mercado y a retener al cliente. La calidad demanda una sensibilidad constante respecto a los requisitos del cliente y del mercado emergente, así como la medición de los factores que redundan en la satisfacción del cliente. Demanda también conciencia de los desarrollos en tecnología y una respuesta rápida y flexible al cliente y a los requerimientos del mercado. (17)

Estos requerimientos van mucho más allá de una mera disminución del defecto y del error, de un simple cumplimiento de las especificaciones o de una reducción de las quejas. Sin embargo, la disminución de defectos y errores y la eliminación de las causas de insatisfacción contribuyen significativamente a la percepción de la calidad que tienen los clientes y, por tanto, son también elementos importantes de la calidad orientada al cliente. Además, el enfoque de la empresa para reponerse de los defectos y errores es crucial para que puedan mejorar, tanto la calidad, como las relaciones con sus clientes.

Desde la perspectiva del cliente, la verdadera dimensión de la calidad es la **subjetiva**. Los clientes se forjan una expectativa de calidad que procede de tres fuentes.

1. **Necesidades personales:** Esperan encontrar un producto que las satisfaga.
2. **Expectativas:** Las características y experiencias de los servicios que transmiten terceras personas crean expectativas de calidad de los

servicios, en restaurantes, hoteles compañías aéreas, peluquerías, entidades financieras, servicios profesionales. Los consumidores emplean esta información como punto de referencia para hacer comparaciones entre lo esperado y lo recibido.

- 3. Experiencia:** Los compradores de servicios podrán tener experiencias como tales. Las adquisiciones continuadas les habrán permitido fijarse un nivel de calidad que emplean como punto de referencia. En cuanto el servicio se aleje de ese nivel de calidad habitual, se apreciarán diferencias de calidad.

La satisfacción del usuario es la complacencia que éste manifiesta con respecto a la atención recibida en sus diversos aspectos. La satisfacción de los usuarios es utilizada como un indicador para evaluar las intervenciones de los servicios sanitarios pues nos proporciona información sobre la calidad percibida en los aspectos de estructura, procesos y resultados.

Referirse a la satisfacción del usuario es hablar de una apreciación binaria, no es posible medirla en niveles sino determinar su existencia o no. Según lo expuesto, la calidad de la atención médica se determina como aquella clase de atención que se espera pueda proporcionar al paciente, el máximo y más completo bienestar, después de haber tomado en cuenta el balance de las ganancias y pérdidas esperadas que acompañan el proceso de la atención en todas sus partes.

El análisis de satisfacción del usuario, vista como un indicador de la dimensión del resultado, a partir del cual se puede obtener la opinión acerca de los aspectos de la: estructura (comodidades, instalaciones físicas y organización), el proceso (procedimientos y acciones realizadas en la consulta) y el resultado (cambio en el estado de salud y la percepción general de la atención recibida),

se puede obtener de aquellas características de los servicios que facilitan u obstaculizan los esfuerzos del usuario para obtener atención.

La satisfacción del usuario de los servicios de salud tendría cinco ejes:

- Personal médico - odontólogo: Que incluye aspectos tales como disponibilidad, desempeño profesional, estilo personal, estilo de comunicación.
- Personal no médico (Enfermeras, Auxiliares): Los aspectos incluidos son disponibilidad, actitud y desempeño.
- Atributos del Servicio: Aquí se consideran la gama de servicios, la percepción de la calidad, el tiempo de espera no médico, los exámenes diagnósticos y el costo del servicio.
- Servicios Relacionados. Se incluye farmacia y alimentación;
- Institución: Se consideran características generales y específicas. Dentro de las primeras se incluyen aspectos tales como localización, apariencia, parqueo; y en las segundas se incluye limpieza, confort. (2)

### **3.2.16 Instrumentos para Evaluar la Satisfacción del Usuario**

El objetivo de los servicios de salud es satisfacer las necesidades de sus usuarios; consecuentemente, el análisis de la satisfacción de los mismos, aunque difícil de realizar, es un instrumento de medida de la calidad de la atención médica.

Hay dos criterios comúnmente esgrimidos, que suponen un obstáculo a la orientación de los servicios de salud al usuario y la satisfacción de sus necesidades y preferencias.

El primero de ellos es pensar que el servicio de salud se debe dirigir a satisfacer

las necesidades de salud, definida como el nivel de atención médica que los expertos consideren preciso y dejar las demandas y preferencias del usuario a un segundo plano.

El segundo es creer que los consumidores no pueden evaluar correctamente la calidad técnica de la atención médica, con lo cual se contrapone a la satisfacción del usuario.

En el ámbito hospitalario, se han utilizado diversas técnicas, desde buzón de sugerencias o análisis de reclamaciones hasta técnicas cualitativas más complejas como estudios de análogos.

No obstante, el método que sigue siendo más frecuente, son las encuestas de satisfacción, especialmente en el estudio de pacientes hospitalizados. Los cuestionarios administrados directamente a pacientes, han demostrado ser una herramienta útil para valorar la satisfacción del usuario, que tiene en cuenta sus expectativas de atención y el grado en que su propia experiencia hospitalaria las cubre.

La mayoría de los cuestionarios se basan en una estructura de respuesta tipo Likert que permite ordenar los sujetos en base a sus respuestas a lo largo del continuo "favorable/desfavorable". Esta es la técnica que se ha utilizado para medir la satisfacción en los hospitales públicos de países europeos. Hasta la fecha, cada hospital realizaba su propia encuesta, con diferencias tanto en las preguntas del cuestionario como en la escala empleada y el método de entrevista.

Esta situación permitía conocer la satisfacción de cada hospital aunque impedía una comparación clara de los resultados obtenidos, lo que imposibilitaba extraer conclusiones e identificar las mejores prácticas. En este sentido, centros

asistenciales mostraron la necesidad de realizar un estudio de satisfacción que permitiese, además de conocer el nivel de satisfacción, la comparación entre centros.

El recurso humano en salud está conformado por el conjunto de profesionales, técnicos y personal sin instrucción específica que está vinculado a la gestión del sector salud, es decir Médicos, Licenciada de Enfermería, Auxiliar de enfermería, radiólogos, camilleros, trabajadores manuales, choferes, etc..

El recurso humano juega un papel estratégico en todo proceso de cambio, ya que es el responsable de implementar las propuestas diseñadas por el Ministerio cabeza de sector. Por lo tanto, es necesario generar condiciones favorables y estables para contar con la participación del personal en las iniciativas desarrolladas.

En Bolivia, a nivel nacional, la información sobre este recurso humano no está actualizada, se desconoce el lugar de trabajo (municipio y nivel de atención) y cargo del personal disponible en el subsector público de salud.

En los últimos años se llevaron a cabo algunas auditorías especiales que encontraron distorsiones en la gestión de recursos humanos de los establecimientos de salud.

Desde el año 2004, el Ministerio de Salud y Deportes viene desarrollando actividades dirigidas a la construcción de la Política Nacional de Recursos Humanos en Salud.

Como parte de este proceso se viene realizando el inventario de recursos humanos, con la finalidad de cubrir la falta de información existente y elaborar una propuesta que mejore las condiciones de trabajo del personal de salud; sin

embargo, esta actividad se desarrolla lentamente desde el año 2005. Hasta el mes de enero de 2006 sólo los departamentos de Pando y Tarija habían concluido con el inventario.

### **3.2.17 Escala de LIKERT**

La escala de Likert es una de las herramientas más utilizadas por los investigadores de mercado cuando desean evaluar las opiniones y actitudes de una persona. Existen varios tipos de escalas de medición enfocadas directamente a medir las actitudes de las personas.

Una encuesta de satisfacción de usuarios es una herramienta cualitativa que nos da con números qué grado de satisfacción tienen nuestros usuarios con el producto.

En el caso de la experiencia de usuario se usan estas encuestas para saber el grado de satisfacción desde el que se parte con un producto. Para posteriormente tener una base con la que comparar si las acciones de diseño que realizamos mejoran o empeoran la visión del producto que tienen nuestros usuarios.

Las escalas de Likert se usan para medir actitudes y opiniones que un nivel más cercano que un cercano que una pregunta binaria de sí/no. La escalas de Likert normalmente usan tres o cinco elementos de opinión.

Las de tres elementos usan un máximo, un mínimo y un punto medio o neutral.

Las de cinco elementos suelen ser las más usadas en nuestra disciplina tienen:



- Muy satisfecho
- Parcialmente satisfecho
- Normal
- Parcialmente insatisfecho
- Muy insatisfecho

Una escala de Likert se puede usar para ver:

- cómo reacciona la gente ante un nuevo producto
- qué es lo que el equipo piensa sobre un proyecto reciente
- qué es lo que piensan tus clientes sobre el servicio de tu empresa
- cómo de exitoso ha sido un evento entre sus participantes

Las escalas de Likert se pueden usar para cualquier medición cualitativa sobre la opinión de los usuarios y clientes sobre un asunto concreto o un servicio específico. (18)

### **3.2.18 Áreas de Trabajo**

En el año 2005 el subsector público de salud contaba con 17.779 Ítems, de los cuales el 87% fueron financiados con recursos Tesoro General de la Nación TGN y el 13% era financiado con los recursos del programa ampliado de alivio a la deuda, HIPC II. Respecto a las áreas de trabajo, el 43% eran técnicos de salud, el 35% profesional en salud y el restante 22% pertenecían al área de apoyo. (Ministerio de Salud y Deportes).

Los profesionales en salud son: Médicos generales, Médicos especialistas Odontólogos, Bioquímicos- Farmacéuticos, Lic. Enfermería, Lic. Nutrición y Lic. Trabajadora Social.

En cambio los técnicos en salud son: Enfermeras, Auxiliares de Enfermería, Radiólogos, Auxiliar de Laboratorio, etc. En el área de apoyo administrativo se encuentra el personal administrativo que coadyuva al funcionamiento de los servicios de salud, desde directores departamentales de salud hasta trabajadores manuales.

El eje troncal concentra el 61% de los recursos humanos del subsector público, siendo el departamento de La Paz el que cuenta con la mayor participación (24%), seguido de los departamentos de Santa Cruz (23%) y Cochabamba (14%).

Los departamentos de Beni y Tarija tienen la mayor cantidad de personal financiado con recursos TGN, 95% y 92% respectivamente, mientras que en Cochabamba sólo el 82% es financiado por esta fuente.

De la misma manera, de los 4.303 cargos de médicos generales y especialistas existentes en el subsector público del país, 39% son de medio tiempo. El eje troncal concentra el 62% de médicos de tiempo completo y el 74% de los médicos de medio tiempo. Sin embargo, cuando el análisis se lo realiza por habitante, los departamentos con menor asignación de médicos por habitante son los departamentos de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.

Es importante hacer notar que el costo de dos odontólogos de medio tiempo es mayor que el costo de un odontólogo de tiempo completo; de acuerdo a la escala salarial del año 2005, un odontólogo de tiempo completo percibe un haber básico de Bs. 3.213 mensual y un odontólogo de medio tiempo recibe Bs. 1.614 al mes.

A esto se le debe sumar los beneficios de estos cargos sobre el haber básico como la categoría profesional, escalafón médico y bono de frontera. (Ministerio de Salud y Deportes).

### **3.2.19 Distribución del Recurso Humano de Salud**

Los recursos humanos y los establecimientos en el sistema público de Bolivia son asignados de acuerdo a la cantidad de población y al perfil epidemiológico, es decir que el recurso humano es asignado de acuerdo al nivel de complejidad del establecimiento de salud y a la población asignada.

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta es, la calidad del servicio desde la percepción de la comunidad, la cual está relacionada con la capacidad resolutive del personal de salud, por lo tanto existirán personas que preferirán asistir a un hospital donde encontrarán un odontólogo en lugar de asistir a un puesto de salud donde serán atendidos por un(a) auxiliar de enfermería.

De acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Satisfacción de Usuarios del Sistema Nacional de Salud realizada en el año 2005, la resolución de los problemas por parte de los odontólogos fue calificada como buena, en cambio la atención brindada por las enfermeras fue calificada como mala.

La distribución de los recursos humanos en salud por departamento es desigual. De acuerdo a los cargos registrados en la escala salarial del año 2005, el departamento de Pando tendría el mayor número de personal por cada 3.000 habitantes, sin embargo, el presupuesto destinado a recursos humanos es el más bajo de los nueve departamentos (1.5 millones de dólares). En cambio, los departamentos de La Paz y Santa Cruz, si bien tienen menor cantidad de recursos humanos por 3.000 habitantes, registran mayor participación en el presupuesto total de recursos destinados al pago del personal de salud.

Esta diferencia esta explicada por la alta frecuencia de personal técnico (54%)

en el departamento de Pando, mientras que en los departamentos de La Paz y Santa Cruz, existe mayor cantidad de funcionarios del área profesional, 39% y 36 % respectivamente.

El crecimiento anual de los recursos humanos entre el 2001 y 2005 ha sido en promedio 5.2%, donde los profesionales en salud tuvieron una tasa de crecimiento mayor al resto de las áreas. Sin embargo, tomando en cuenta el crecimiento de la oferta de servicios de salud, como las atenciones otorgadas por el Seguro Universal Materno Infantil (SUMI) que entre el año 2004 y 2005 registraron un crecimiento del 15.3%, la ampliación de coberturas del SUMI dirigidas a las mujeres en edad fértil y la atención del Seguro de Salud del Adulto Mayor para ciudadanos mayores de 60 años de edad.

El Sistema Nacional de Salud requerirá mayores recursos humanos y una metodología para asignar eficientemente los recursos humanos existentes y garantizar la adecuada implementación de estas iniciativas. De la misma manera, la propuesta del Gobierno sobre la implementación de nuevos seguros públicos dirigidos a la población de 5 a 60 años de edad, debe ser considerada en el requerimiento de personal de salud.

Los avances de la Política Nacional de Recursos Humanos en Salud constituyen un importante avance, sin embargo para iniciar un cambio en la gestión de los recursos humanos en salud, orientado a promover la equidad en el acceso a los servicios de salud de calidad, es necesario determinar la situación del mercado de trabajo en salud (informalidad, demanda por personal calificado, diferencias salariales, la flexibilidad laboral sin protección y la regulación del mercado de trabajo). Un insumo importante para esta labor es el inventario de recursos humanos en el subsector público de salud. (21)

### **3.3 Marco Histórico**

En los años setenta, el interés por el estudio de la satisfacción se incrementó hasta el punto de publicarse más de 1,500 investigaciones sobre la satisfacción o insatisfacción del consumidor.

Pero en las últimas décadas el objeto de la investigación del constructo de satisfacción ha variado. Así, mientras en la década de los setenta el interés se centraba fundamentalmente en determinar las variables que intervienen en el proceso de su formación, en la década de los ochenta se analizan además las consecuencias de su procesamiento. (19)

La satisfacción del usuario en los servicios de salud con la atención recibida ha sido estudiada extensivamente en los últimos años. El nivel de insatisfacción ha sido asociado a adherencia al tratamiento, la búsqueda de nuevos médicos tratantes y al impacto del tratamiento; también ha sido estudiada como una medida intrínseca del resultado de una terapia.

La literatura sostiene que la satisfacción está en relación con la dirección de la no-confirmación de las expectativas iniciales con respecto a la experiencia con un producto o servicio.

### **3.4 Marco Jurídico**

En la administración financiera, referente a la Gestión de Recursos Humanos, los procesos que se incorporan son: los de Recursos humanos, nivelación funcional y reordenamiento de Ítems. Todos ellos son insumos que determinan la organización, administrativa, la nacionalización salarial, la reestructuración organizacional y funcional del Ministerio de Salud y Deportes.

La creciente insatisfacción de los usuarios del Sistema de Salud, expresada en desconfianza y peligroso incremento de los reclamos y demandas. Considerando que la calidad es el principio doctrinal a estar inmerso en toda la actividad del Sector de Salud. Proyecto Nacional de Calidad en Salud (PRONACS Bolivia 2008).

Existe una influencia de la implementación de Software de Atención Primaria en Salud (SOAP), en la satisfacción del usuario al igual como el cumplimiento de la Resolución 327, (donde refiere que todo paciente antes de ingresar al Servicio de Odontología deberá pasar por Enfermería para la toma de los signos vitales, peso y talla) en la satisfacción del usuario.

Con la implementación de Software de Atención Primaria en Salud, se notó mayor tiempo de estancia en el Área de Admisión por razones de registro. Además se observó que existía preferencia en el registro para el área de medicina que para el área de odontología.

En fecha 03 de octubre de 2018 Se emitió la resolución 327, donde refiere que todo paciente antes de ingresar al Servicio de Odontología deberá pasar por Enfermería para la toma de los signos vitales, peso y talla, esta resolución es implementado en el servicio de enfermería en el mes de febrero del 2017 el cumplimiento del mismo operativamente con llevo un mayor tiempo para la atención odontológica del paciente. En gestiones anteriores a la misma el paciente ingresaba directamente al servicio de odontología para su atención sin pasar por enfermería. (20)

### **3.4.1 Derechos Fundamentales del Usuario**

Los usuarios del sector salud, público y privado gozaran de los siguientes derechos:

- Acceso a los servicios de salud garantizándolos conforme a la ley.
- Trato equitativo en las prestaciones y en especial la gratuidad de los servicios de salud públicos a la población vulnerable y son vulnerables todas aquellas personas que no dispone de recursos para satisfacer las necesidades mínimas para su desarrollo humano, y se incluyen los grupos especiales entre ellos el binomio madre – niño, personas de la tercera edad y discapacitados.
- Gratuidad de los servicios en el sector público, cuando el usuario forma parte de la población vulnerable, con prioridad en el área materno infantil.
- A ser informada de manera completa y continua, en términos razonables de comprensión y considerando el estado psíquico incluyendo el nombre facultativo, diagnóstico, pronóstico, y alternativa de tratamiento y a recibir consejería por personal capacitado.
- Confidencialidad y sigilo de toda la información, su expediente y su instancia en la unidad de salud salvo en casos legales.
- Respeto a su persona, dignidad humana e intimidad sin que pueda ser discriminado por razones de raza, de tipo social, del sexo, moral, económico, ideológico, político o sindical.
- A no ser objeto de experimentación para la aplicación de medicamentos o procedimientos diagnóstico, terapéutica y pronóstico.
- El usuario tiene derecho, frente a la obligación correspondiente del médico de asignar, que se le comunique todo aquello que sea necesario para el debido consentimiento.
- A efectuar reclamos y hacer sugerencias en los plazos previstos.
- A exigir que los servicios que se les prestan para la atención cumplan con los estándares de calidad tanto en los procedimientos como en la práctica.

- Derecho a recibir un trato respetuoso en todo momento y bajo toda circunstancia como reconocimiento de su dignidad personal.
- Derecho a saber la identidad y calificación personal de los individuos que les están ofreciendo servicios.
- Derecho a esperar una seguridad razonable en las medidas que las intervenciones preventivas, curativas, de rehabilitación y las instalaciones del servicio lo permitan.
- Derecho a que la comunicación en salud se realice en el idioma predominante de la comunidad.
- Derecho a obtener información completa y actualizada de las actividades de atención, promoción y prevención para así poder decidir sobre la participación voluntaria.
- Derecho a participar razonablemente informado en las decisiones relacionadas al cuidado de la salud
- Derecho a rehusarse a hablar o a ver a alguien que no esté oficialmente relacionado con la atención, aun personas que podrían estar oficialmente relacionadas con la institución, pero no involucradas directamente en su examen y tratamiento, por ejemplo estudiantes de medicina.
- Derecho a esperar que toda atención o mención de su caso se realice discretamente, que sin su consentimiento no haya gente presente sino está directamente involucrada en su atención.
- Derecho a usar el vestido personal apropiado, objetos religiosos y simbólicos, sino interfieren con los procedimientos, pruebas diagnósticas o el tratamiento.
- Derecho a ser examinado en instalaciones diseñadas para asegurar el aislamiento visual y auditivo razonable. Incluye el derecho a pedir la presencia de una persona del mismo sexo, durante el examen,



tratamiento o el procedimiento efectuado por un profesional del sexo opuesto; así como el derecho a permanecer desnudo solo el tiempo necesario para llevar a cabo el procedimiento.

- Derecho a que su expediente sea leído solo por aquellos directamente involucrados en su atención, o de supervisar la calidad de ésta. Otras personas podrán utilizarlo solo con su autorización por escrito, o la de su representante legal autorizado.
- Derecho a que toda comunicación y registros pertenecientes a su tratamiento, incluyendo facturas de pago, sean tratados confidencialmente.
- Derecho al acceso imparcial al tratamiento, sin considerar su edad, raza, creencia, sexo o identidad sexual y nacional. (20)

#### **3.4.2 Deberes del Paciente**

- El usuario tiene el deber de colaborar en el cumplimiento de las normas e instrucciones establecidas en las Instituciones Sanitarias.
- El usuario tiene el deber de tratar con el máximo respeto al personal de las Instituciones Sanitarias, los otros enfermos y acompañantes.
- El usuario tiene el deber de solicitar información sobre las normas de funcionamiento de la Institución y los canales de comunicación (quejas, sugerencias, reclamaciones y preguntas). Debe conocer el nombre del médico.
- El usuario tiene el deber de cuidar las instalaciones y de colaborar en el mantenimiento de la habitabilidad de las Instituciones Sanitarias.
- El usuario tiene el deber de firmar el documento de Alta Voluntaria, en los casos de no aceptación de los métodos de tratamiento.

- El usuario tiene el deber de responsabilizarse del uso adecuado de las prestaciones ofrecidas por el sistema sanitario, fundamentalmente en lo que se refiere a la utilización de servicios, procedimientos de baja laboral o incapacidad permanente y prestaciones farmacéuticas y sociales.

### **3.5 Marco Institucional**

#### **3.5.1 Misión Institucional**

Somos un Centro de Salud Público Integral de atención continua con calidad y enfoque intercultural que brinda promoción, prevención, diagnóstico y tratamiento de las enfermedades en general.

Esta misión está relacionada con la presente investigación por que señala que la atención debe ser con calidad hacia el individuo, misión que debería cumplirse pero por varios factores se ve limitada la satisfacción del usuario.

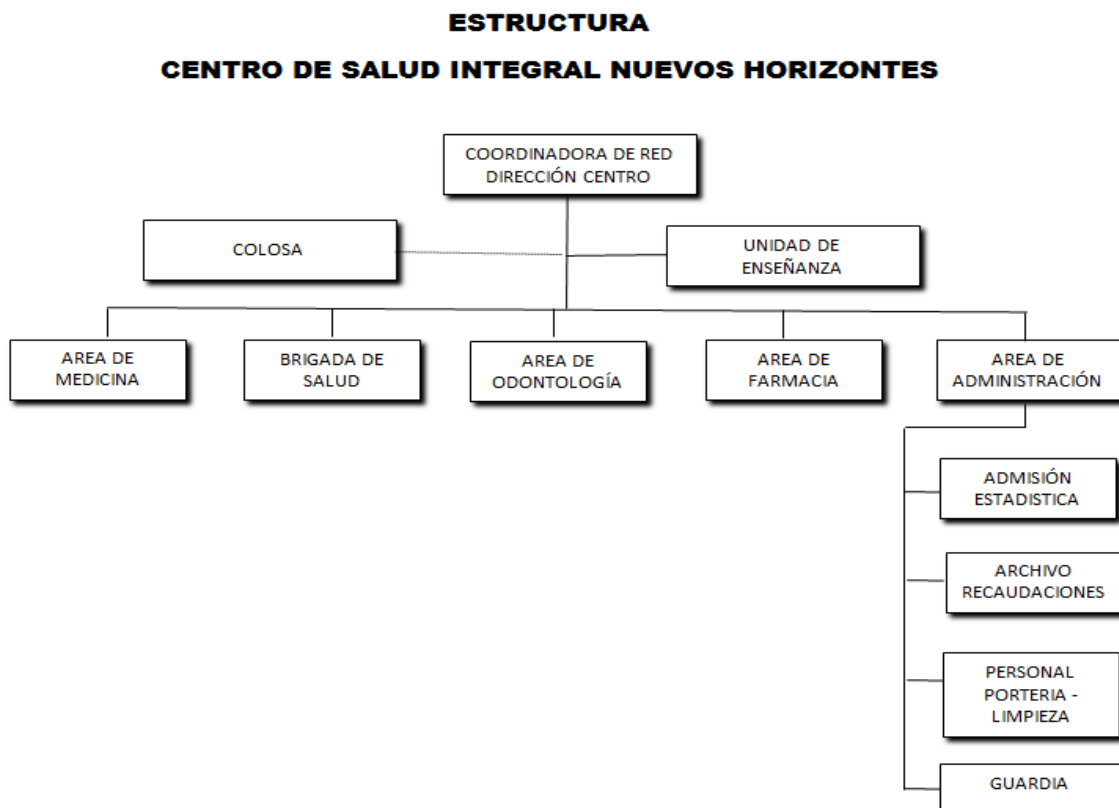
#### **3.5.2 Visión Institucional**

Es un Centro Integral de atención continua dentro de las políticas de salud, implementando atención oportuna eficaz y binomio madre-niño contando con ambientes adecuados y los servicios de laboratorio y ecografía prestando el servicio de forma organizada con calidez, respeto y participación social.

Se tiene la visión institucional de ofrecer atención continua y con ambientes adecuados que brinden una atención con calidez comprometida con la población.

### 3.5.3 Estructura Organizacional

**Gráfico N° 2**  
**Estructura Organizacional**



### 3.5.4 Servicios con los que Cuenta el Centro de Salud

#### **Medico**

Consulta externa  
Bono Juana Azurduy  
Odontología  
Enfermería  
Farmacia

#### **Socio-Ocupacional**

Recaudaciones y Estadística

Portería y Limpieza

### **3.5.5 Lineamientos y Objetivos Estratégicos**

#### **3.5.5.1 Lineamiento Obvios (corto plazo)**

- Acreditación y certificación Centro de Salud Integral Nuevos Horizontes
- Ampliación de la Construcción Centro de Salud.
- Elaboración de Manual de Organización y Funciones
- Elaboración de Manual de Procesos Centro de Salud
- Aplicación de Normas para evaluar desempeño individual
- Encuestas de Satisfacción del Cliente Externo
- Conformación de las Redes Sociales.
- Coordinación y activación de las COLOSAS

#### **3.5.5.2 Lineamiento Posible (mediano y largo plazo)**

- Aprobar el ISO 9000:2000 del Centro de Salud.
- Convertirse en II nivel de atención.
- Contar con las cuatro especialidades básicas.
- Saneamiento total de las cuentas SUMI y Fondo Propios.
- Adecuar e implementar nuevas políticas de salud con enfoque SAFCI.
- Elaboración de Línea base poblacional con el uso de carpetas familiares
- Convenios para capacitación continua del personal.
- Comunicación y Marketing en Salud continuo
- Auditoria externa por la Contraloría General de La República

Fuente: Plan Estratégico Institucional 2010-2015 C.S. Nuevos Horizontes.

En los objetivos estratégicos a corto plazo se menciona las encuestas de

satisfacción del cliente externo no obstante es el método que sigue siendo más frecuente especialmente en el estudio de pacientes.

Los cuestionarios administrados directamente a pacientes han demostrado ser una herramienta útil para valorar la satisfacción del usuario, que tiene en cuenta sus expectativas de atención y el grado en que su propia experiencia las cubre.

### 3.5.3.3 Valores

El Centro está regido por los siguientes valores:

- Transparencia
- Igualdad
- Eficiencia
- Calidad
- Calidez
- Honestidad
- Responsabilidad

Fuente: Plan Estratégico Institucional 2010-2015 C.S. Nuevos Horizontes.

- a) Transparencia:** Desempeño visible y abierto de toda la población con acceso a la información, útil, pertinente, confiable y verificable y participación ciudadana a través de la rendición pública de cuentas realizada ante el control social.
- b) Igualdad:** Trato equitativo a toda la población, sin distinción de ninguna naturaleza y reconocimiento pleno del derecho.
- c) Eficiencia:** Cumplimiento de los objetivos y de las metas trazadas, optimizando los recursos disponibles oportunamente.

- d) **Calidad:** Satisfacción óptima de las necesidades de la población en la presentación de servicios u otro tipo de relacionamiento con la Administración Pública.
- e) **Calidez:** Trato amable, cortés, cordial, respetuoso y con amplio sentido de cooperación entre servidores públicos, en general, y con la población que acude a la Administración Pública en particular.
- f) **Honestidad:** Actuación correcta en el ejercicio de las funciones públicas, con base en la verdad, transparencia y justicia.
- g) **Responsabilidad:** Ejercicio de las funciones públicas con capacidad, ética, eficiencia, calidad y honestidad, asumiendo las consecuencias de las acciones y misiones el desempeño de las mismas; ejercen la función pública, sin ningún tipo de discriminación.

Fuente: Anteproyecto de Ley de la Servidora y Servidor Público.

Como se puede observar, la mayor parte de los valores en los que se rige el establecimiento están relacionados cuyo objetivo es brindar una atención con basado en los niveles de calidad para satisfacer las necesidades e inquietudes de la población usuaria.

Para que los establecimientos de Primer Nivel el que asume la función del Comité de Gestión de Calidad y Auditoría de la Red, conformado también por representantes de cada uno de sus establecimientos. Estos a su vez son responsables de velar por la calidad en sus respectivos establecimientos, en correspondencia y coordinación con la Autoridad Local de salud de la comunidad, que se señala en la estructura social del componente de Gestión del Modelo de Salud Familiar Comunitaria Intercultural.

Por otra parte, otro actor fundamental para que la calidad sea sustentable y continua en los tres niveles, es el Municipio, con el que de por sí están dadas estrechas relaciones funcionales de acuerdo a los alcances de la ley de Participación Popular. (PRONACS La Paz- Bolivia 2008)

#### **4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La percepción sobre las atenciones de salud que brinda una institución tiende a ser subjetiva y depende de las necesidades y aspiraciones que tiene cada usuario.

En algunos casos, la satisfacción es valorada por el trato que se ha recibido, los costos, el tiempo, la limpieza, la atención de médicos y el personal involucrado de la institución, o el grado de salud que se le ha devuelto después de su paso por el Centro de Salud y en otros casos, la opinión es influenciada por algunos comentarios de amigos, vecinos, pacientes u otros.

Es por ello que, los enfoques para asegurar la satisfacción difícilmente puedan cumplir con las expectativas de cada usuario.

En medios de comunicación y hasta en la opinión propia de quienes asisten a un establecimiento de salud, se escucha con alguna frecuencia de un trato en la atención recibida, calificada como mala, expresiones que solo reflejan la insatisfacción del servicio solicitado.

El servicio de odontología es parte de los servicios de salud, que por haber presentado algunos problemas en este aspecto, es motivo de atención para el presente estudio.

En los Comités de Análisis de la Información (CAI) mensuales de la gestión

2017, se observó la reducción del número de consultas odontológicas en una quinta parte (23%), pese a que se contaba con un profesional odontólogo más de tiempo completo, respecto a la gestión anterior.

La información escrita recogida mediante un buzón de sugerencias, reflejaban quejas por demoras en el proceso de atención del servicio de odontología, que no se tenían antes del 2016, generando un malestar e insatisfacción por la falta de voluntad de atención, observándose que la molestia estaba dirigida al personal administrativo y específicamente al de enfermería en su mayoría.. Esta situación preocupó al personal y a la representación de la comunidad que participa de los Comités de Análisis de la Información.

A partir de la gestión 2017, se notó una disminución de la población que acudía al servicio de odontología (01/Octubre/2017), debido a que no recibían una adecuada atención, en opinión de varias personas involucradas, hechos que generan el planteamiento para la pregunta de investigación.

#### **4.1 Pregunta de Investigacion**

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios que acuden al Servicio de Odontología del Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes” del municipio de El Alto en el cuarto trimestre de la gestión 2017?

### **5. OBJETIVOS**

#### **5.1 Objetivo General**

Establecer el nivel de satisfacción del usuario que acude al servicio de Odontología del Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes” del municipio de El Alto en el cuarto trimestre de la gestión 2017.



## **5.2 Objetivos Específicos**

- 1) Establecer la satisfacción del usuario respecto a la infraestructura del Servicio de Odontología en el Centro de Salud.
- 2) Determinar la satisfacción del usuario en relación al tiempo de espera para la atención en el servicio de odontología.
- 3) Establecer la satisfacción del usuario en relación al trato recibido por el personal de salud para la atención en el servicio de odontología.
- 4) Establecer la satisfacción del usuario en relación a la resolución de la patología por el servicio de odontología.

## **CAPITULO III**

### **6. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

#### **6.1 Metodología**

El tipo de investigación que es de tipo cualitativo, transversal, descriptivo, ya que se buscará conocer el nivel de satisfacción del usuario de consulta odontología en el periodo de estudio, se aplicará una encuesta modificada de SERVQUAL (service quality) y escalas nominales diferentes para clasificar la satisfacción del usuario de consulta odontológica de 17 ítems al momento de salir del Servicio de Odontología.

#### **6.2 Tipo de Estudio**

Es cualitativo de carácter descriptivo, prospectivo, transversal, porque es una metodología de investigación que requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y que busca como fin explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento.

#### **6.3 Técnica**

La Encuesta, porque utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. En el ámbito sanitario son muy numerosas las investigaciones realizadas utilizando esta técnica

Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrando (21), como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”.

#### **6.4 Instrumento para la Recolección de la Información**

Para la realización del presente trabajo de investigación se aplicará una Guía de Encuesta, adecuada en la escala de Likert escalas nominales.

Se medirá por medio de encuestas con preguntas dirigidas a obtener la opinión de los pacientes sobre la atención que brindan en el establecimiento del Centro de Salud en el Servicio de Odontología.

#### **6.5 Población**

En este estudio, no se realizará muestreo, se tomará en cuenta a todos los usuarios que asistan al Servicio de Odontología del Centro de Salud Integral Nuevos Horizontes en el cuarto trimestre del año 2017.

#### **6.6 Lugar**

Servicio de odontología del Centro de Salud “Nuevos Horizontes”, Distrito 2, Red Corea, de la Ciudad de El Alto.

#### **6.7 Muestra**

El total de las 220 personas atendidas en el cuarto trimestre (octubre, noviembre y diciembre) de la Gestión 2017.

## **6.8 Guía de Procedimiento**

Se realizó un ejercicio previo para la validación del instrumento de encuesta, actividad realizada con 10 personas que acudían a consulta odontológica, un mes antes de la aplicación de la encuesta.

Las preguntas fueron adecuadas y ajustadas al contexto y circunstancias, hubo sugerencias realizadas y orientadas a dar respuesta a los objetivos específicos, mismas que fueron consideradas para su aplicación.

Se aplicaron la encuesta a todas las personas que acudían por atención en servicio de odontología en el cuarto trimestre de la gestión 2017.

Se solicitó el permiso correspondiente a objeto de desarrollar la investigación, en la institución e instancias correspondientes (Dirección del establecimiento de salud, a pacientes y en caso de los niños; la encuesta se la aplico a los padres), así también se explicó el objetivo y se solicitó la cooperación correspondiente a los encuestados, considerando sus actividades. Se realizó el registro de los datos en el sistema estadístico SPSS

El cuestionario se estructuró considerando la escala le Likert, que es la que permite medir actitudes, comportamientos y percepciones, con alternativas de respuesta. Se realizaron las figuras correspondientes, para luego realizar su interpretación y análisis.

## **6.9 Definición de Variables**

### **6.9.1 Infraestructura**

Se denomina al conjunto de áreas, locales y materiales interrelacionados con los servicios e instalaciones de cualquier índole, indispensables para la

prestación de la atención Odontológica.

### **6.9.2 Accesibilidad**

Es la facilidad que tiene el usuario para acceder al Servicio Odontológico.

### **6.9.3 Trato Personal**

Es la percepción del usuario, es el grado de conexión, correspondencia, trato, comunicación del personal percibido por el usuario derivado del contacto con el Personal del Centro de Salud.

### **6.9.4 Tiempo de Espera**

Es el tiempo que el usuario percibe y que esperó en la sala antes de ser atendido por el Odontólogo.

### **6.9.5 Tiempo de Consulta**

Es el tiempo que el usuario percibe de la duración de la consulta Odontológica.

### **6.9.6 Satisfacción del Usuario**

Es el grado de cumplimiento de sus expectativas en cuanto a la atención Odontológica recibida.

## **6.10 Aspectos Éticos**

Durante la aplicación de la encuesta, a todos los pacientes encuestados en la consulta odontológica se les explicará las razones y motivos del estudio.

- Se garantizará una total confidencialidad de la información y de la identidad de los participantes.
- La información será manejada de manera muy confidencial, además que el acceso a estos datos será solo por el investigador siendo restringido para terceras personas.

## **6.11 Intervención de la Metodología**

### **6.11.1 Criterios de Inclusión**

- Usuarios externos a encuestar: ambos sexos, que acuden a una atención Odontológica al Centro de Salud.
- Familiar u otra persona que acompaña al usuario externo que acude a una atención Odontológica al Centro de Salud.
- Usuario externo que brinde su aprobación para encuestarle.

### **6.11.2 Criterios de Exclusión**

- Acompañante de usuarios menores de 10 años y de aquellos que presenten algún tipo de discapacidad por y que no puedan expresar su opinión.
- Usuarios o familiar que no desee participar en el estudio.
- Usuarios con trastornos mentales que no estén acompañados por sus familiares.

## **6.12 Procesamiento de Datos**

En el procesamiento de los datos, se utilizó el programa estadístico SPSS, se agruparon las variables según su distribución y frecuencia absoluta y relativa.

### **6.13 Análisis Estadísticos**

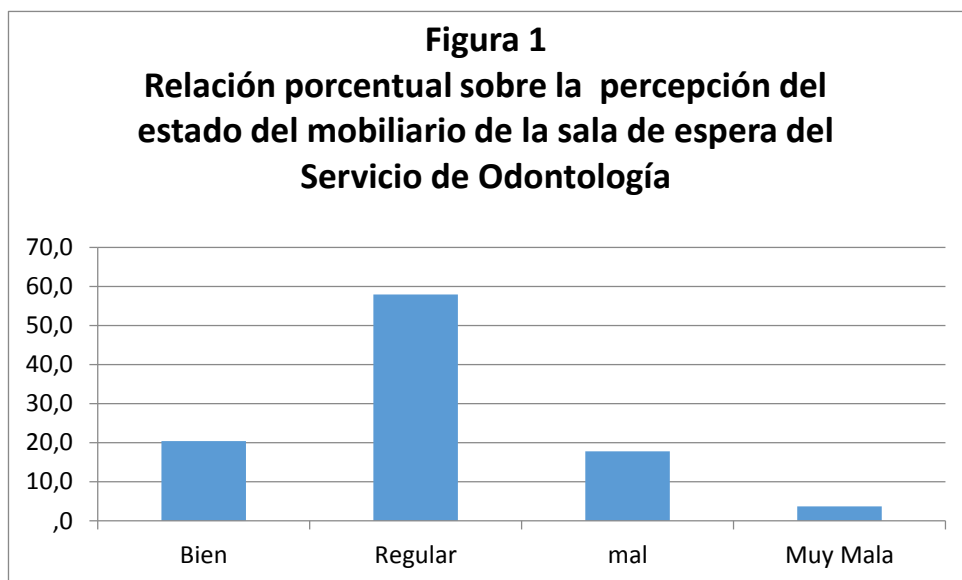
Una vez obtenidas las encuestas, los datos fueron vaciados en el paquete informático SPSS, de donde se obtuvieron las frecuencias en forma absoluta y relativa.

## CAPÍTULO IV

### 7. RESULTADOS

#### 7.1 Satisfacción del Usuario Respecto a la Infraestructura del Servicio de Odontología en el Centro de Salud.

Los resultados siguientes reflejan la satisfacción del usuario en el servicio de odontología Centro de Salud Nuevos Horizontes.



Porcentaje	20,5	58	17,8	3,7	100%
Frecuencia	45	128	39	8	220
Cualidad	Bien	Regular	Mal	Muy mal	<b>Total</b>

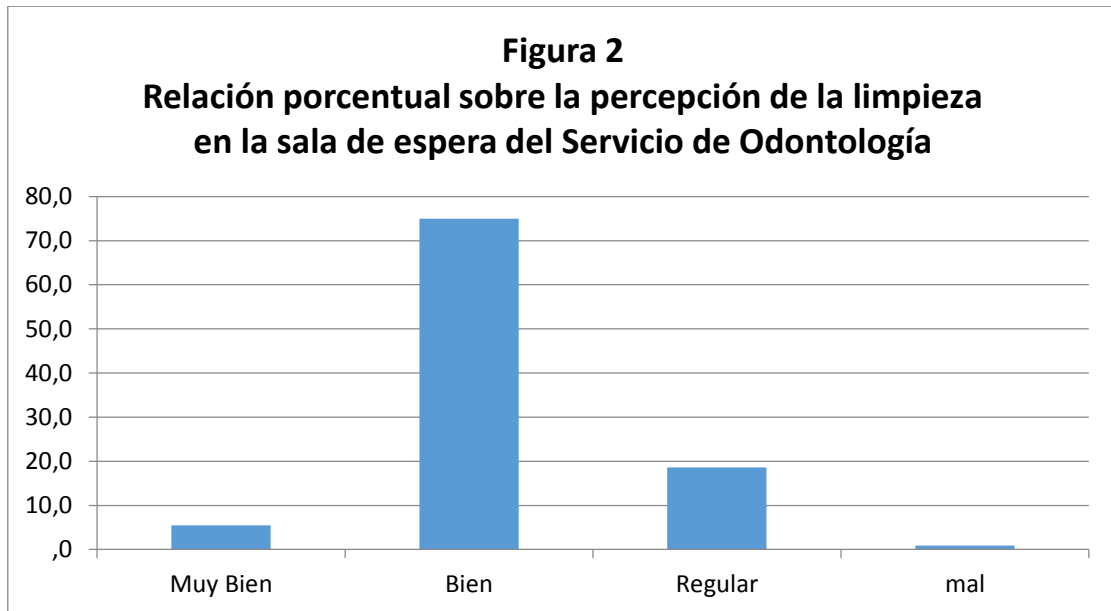
Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

El 58% de los encuestados consideran que, el mobiliario de la sala de espera se encuentra en regular estado.

Un 20,5% consideran que está en buen estado.



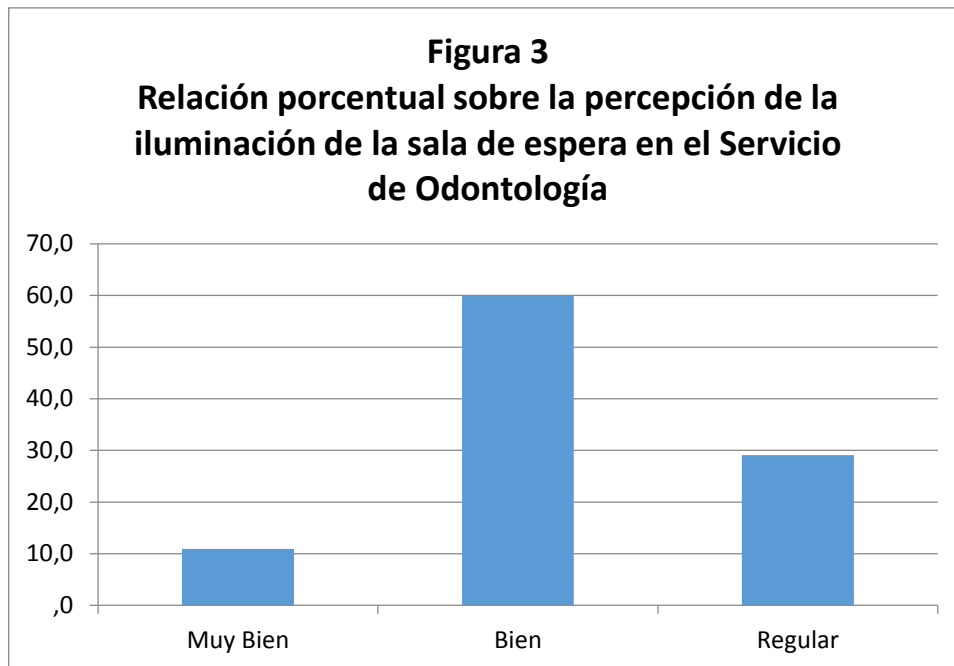
La figura refleja también que 1 de cada 5 personas consideran al mobiliario como malo o muy malo.



Porcentaje	5,5	75	18,6	0,9	100%
Frecuencia	12	165	41	2	100
cualidad	Muy bien	Bien	Regular	Mal	<b>Total</b>

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

El 75% de las personas perciben que existe una buena limpieza en la sala de espera del servicio de odontología, un 5,5% refieren muy buena la limpieza. Por otro lado un 18,6% califican que la limpieza es regular y el 0,9% dicen que la limpieza es mala. Prácticamente en 4 de cada 5 personas existe satisfacción por la limpieza del servicio odontológico.



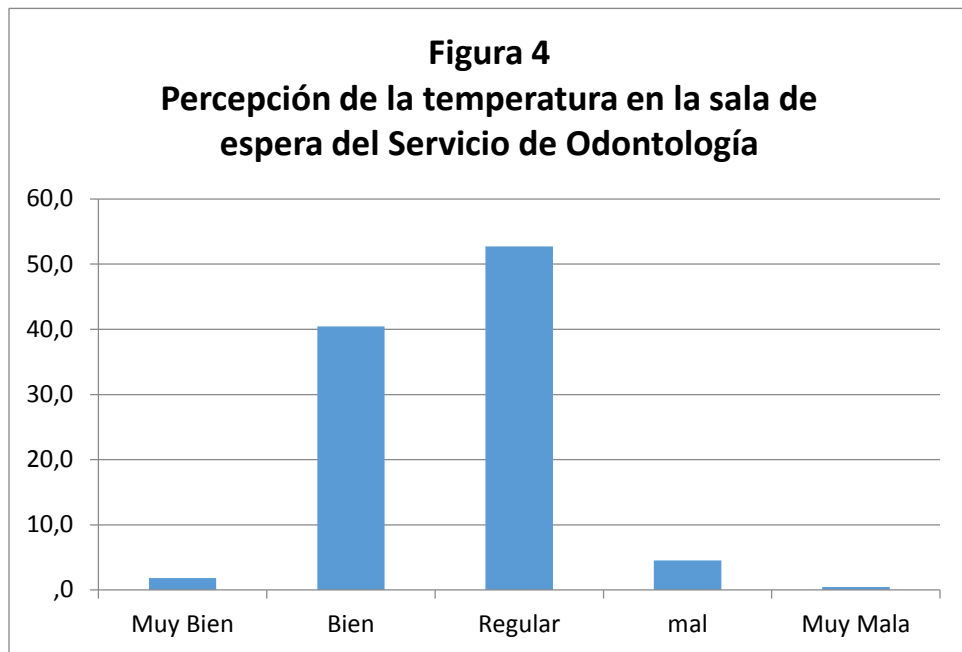
Porcentaje	10,9	60	29,1	100%
Frecuencia	24	132	64	220
cualidad	Muy bien	Bien	Regular	<b>Total</b>

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

El 60 % de los encuestados refieren que la iluminación en la sala de espera es buena, un 29,1% refieren que el estado de la iluminación es regular.

Un 10,9 % percibe como muy buena la iluminación.

En siete de cada diez pacientes se percibe satisfacción respecto de la iluminación en la sala de espera del servicio de odontología.



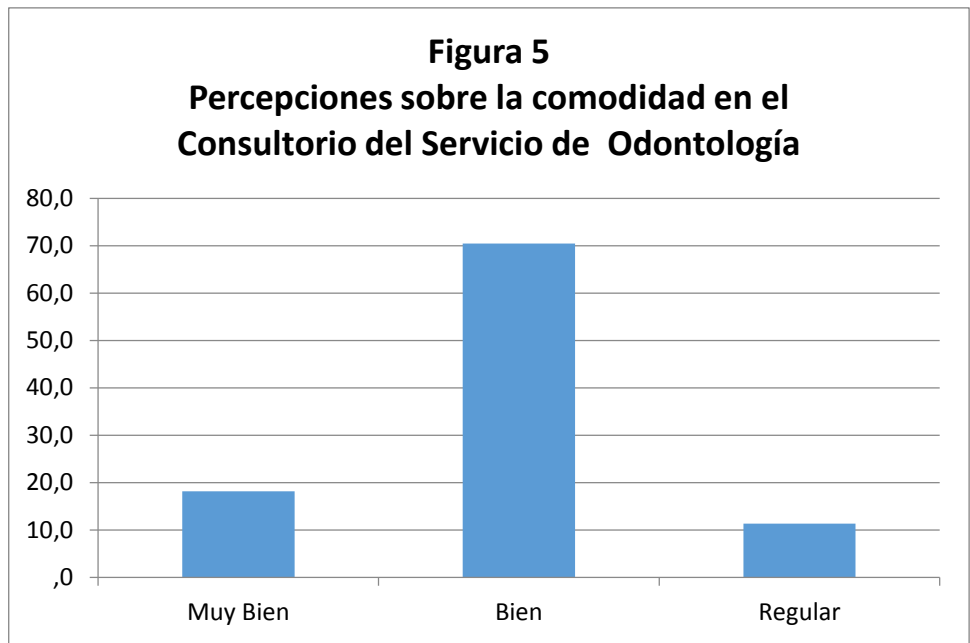
Porcentaje	1,8	40,5	52,7	4,5	0,5	100%
Frecuencia	4	89	116	10	1	220
cualidad	Muy bien	Bien	Regular	Mal	Muy mal	<b>Total</b>

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

En relación a la temperatura en la sala de espera, el 52,7% de los encuestados califica como regular la misma, un 5% entre mala y muy mala.

Mientras que un 40,5% indica que es buena y solo un 1,8% indican que es muy buena.

Así se tiene que el 57,7% percibe que la temperatura en la sala de espera se encuentra entre regular, mala y muy mala; reflejando que casi 3 de cada 5 pacientes no se encuentra del todo satisfecho respecto de la temperatura ambiental en sala de espera..

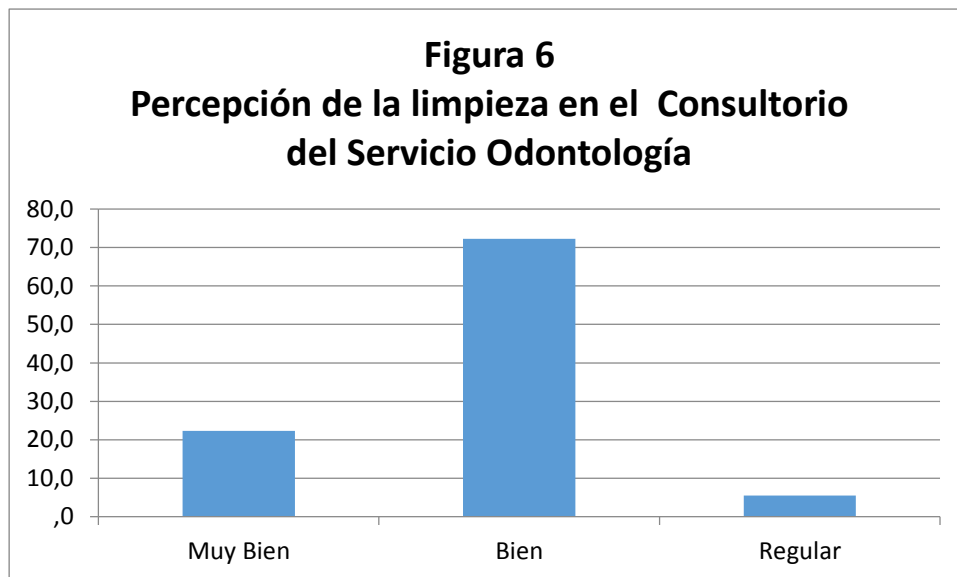


Porcentaje	18,2	70,5	11,4	100%
Frecuencia	40	155	25	220
calidad	Muy bien	Bien	Regular	<b>Total</b>

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

Aproximadamente el 89% de los encuestados calificaron como cómoda el consultorio del Servicio de Odontología, frente a un 11% que lo calificaba como regular.

Esto da a entender que prácticamente 9 de cada 10 pacientes, perciben comodidad al encontrarse al interior del consultorio de odontología.



Porcentaje	22,3	72,3	5,4	100%
Frecuencia	49	159	12	220
calidad	Muy bien	Bien	Regular	<b>Total</b>

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

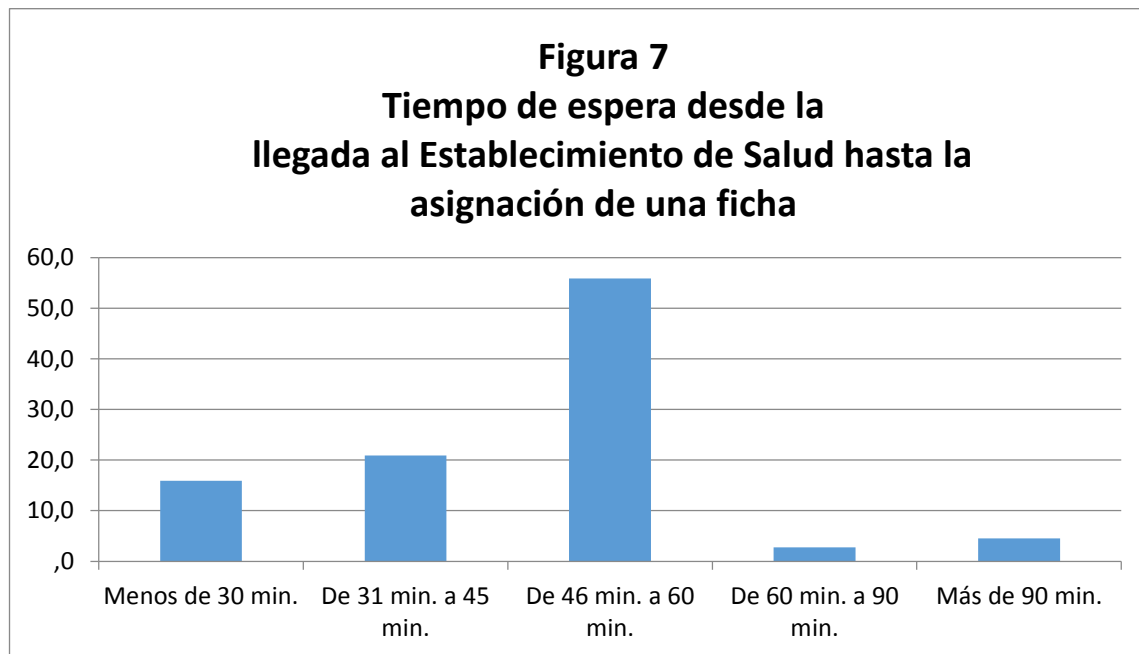
El 72,3 % de los encuestados perciben como buena y 22,3% como muy buena la limpieza del consultorio en el Servicio de Odontología, solo un 5,4 % indica que es regular la limpieza del consultorio mencionado.

Así 9 de cada 10 encuestados, califican la limpieza del consultorio odontológico como buena y muy buena.

## **7.2 SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN RELACIÓN AL TIEMPO DE ESPERA PARA LA ATENCIÓN EN EL SERVICIO DE ODONTOLOGÍA**

El tiempo de espera es importante en la satisfacción del usuario, se considera desde que la persona llega al establecimiento de salud hasta el momento en que es atendido por el profesional en Odontología.

El tiempo que transcurre desde que se encuentra en el centro de salud hasta que obtiene una número de ficha, luego hasta que recibe la atención por enfermería y el tiempo luego de la atención por enfermería hasta el momento de recibir la atención por el/la odontólogo/a.

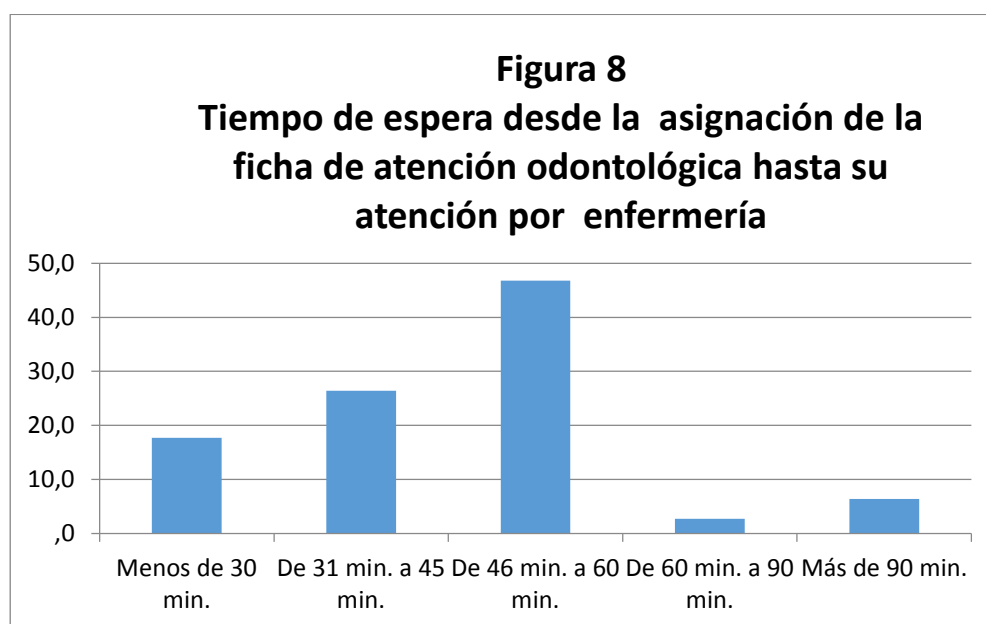


Porcentaje	15.9	20.9	55.9	2.7	4.5	100%
Frecuencia	35	46	123	6	10	220
Cualidad	Menor a 30 min	De 31 a 45 min.	De 46 a 60 min.	De 60 a 90 min.	Mayor a 90 min.	<b>Total</b>

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

Aproximadamente el 56 % de los encuestados, refieren que tuvieron que esperar más de 45 minutos para obtener una ficha de atención odontológica desde su llegada al establecimiento de salud, un 20,9% tuvieron que esperar entre 31 a 45 minutos aproximadamente para obtener la ficha indicada.

Aquí se debe considerar que el tiempo de espera en el área de admisión fue influida también por la implementación del Software de Atención Primaria en Salud - SOAP, donde el registro en el sistema demora entre 5 a 10 minutos, pudiendo extenderse dependiendo si es paciente nuevo o antiguo y además dependiendo del grado de instrucción y el aspecto cultural de la persona que acude al centro de salud.



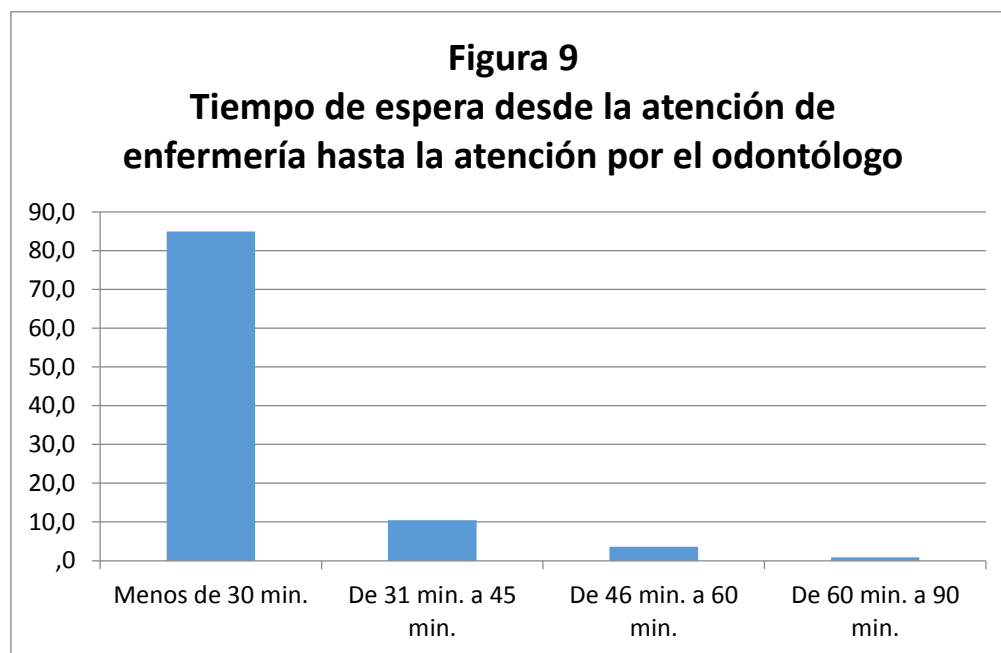
Porcentaje	17,7	26,4	46,8	2,7	6,4	100%
Frecuencia	39	58	103	6	14	220
Cualidad	Menor a 30 min	De 31 a 45 min.	De 46 a 60 min.	De 60 a 90 min.	Mayor a 90 min.	<b>Total</b>

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

El 46,8 % de los pacientes esperaron más de 46 minutos para recibir atención por enfermería, un 26,4 % esperaron entre 31 a 45 minutos para su atención por enfermería. En el otro extremo el 6,4 % tuvo que esperar más de 90 minutos para su atención por enfermería.

La insatisfacción por el tiempo de espera en enfermería es influida por la atención preferente por la atención de consulta médica en desmedro en el área del servicio de odontología.

Además este tiempo para la atención en enfermería, en función a la resolución 327 implementada en la gestión 2017, coadyuvó a la insatisfacción del usuario, pues la población estaba habituada que una vez recibida la atención en admisión se constituía directamente a recibir la atención `por el servicio de odontología sin pasar por el servicio de enfermería. (20)



Porcentaje	85	10,5	3,6	0.9	100%
Frecuencia	187	23	8	2	220
Cualidad	Menor a 30 min	De 31 a 45 min.	De 46 a 60 min.	De 60 a 90 min.	<b>Total</b>

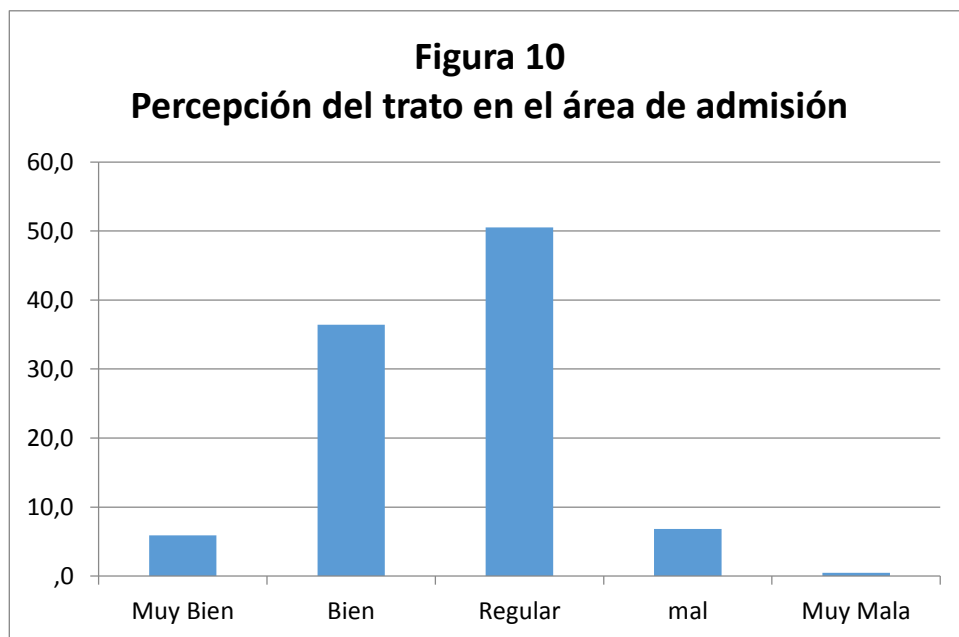
Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes



El 85 % de los pacientes esperaron atención por odontología menos de 30 minutos tras la atención por enfermería, un 10,5 % de los encuestados tuvieron que esperar entre 31 a 45 minutos aproximadamente.

### 7.3 Satisfacción del Usuario en Relación al Trato Recibido por Personal de Salud para la Atención en el Servicio de Odontología

La percepción del trato recibido del personal de salud, desde la llegada al establecimiento hasta la conclusión por la atención recibida marca también la satisfacción del usuario.

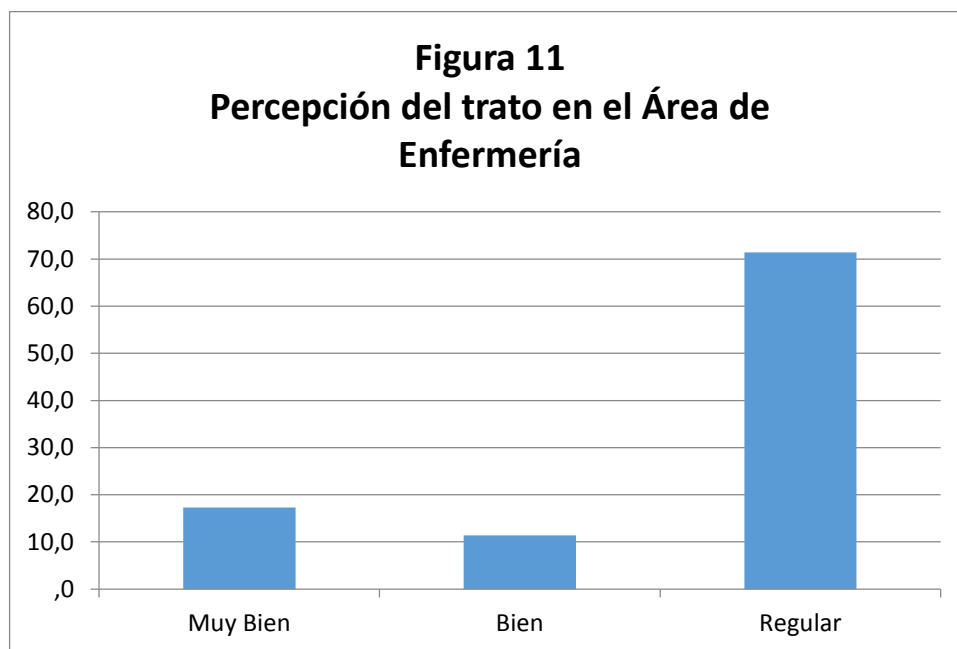


Porcentaje	5,9	36,4	50,5	6,8	0,5	100%
Frecuencia	13	80	111	15	1	220
cualidad	Muy bien	Bien	Regular	Mal	Muy mal	<b>Total</b>

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

En relación al trato en el área de admisión, el 50,5 % de los encuestados percibieron un trato regular, un 6,8 % como malo y un 0,5 % como muy malo. Un buen trato es percibido por el 36,4 % y un muy buen trato por el 5,9 % de los pacientes.

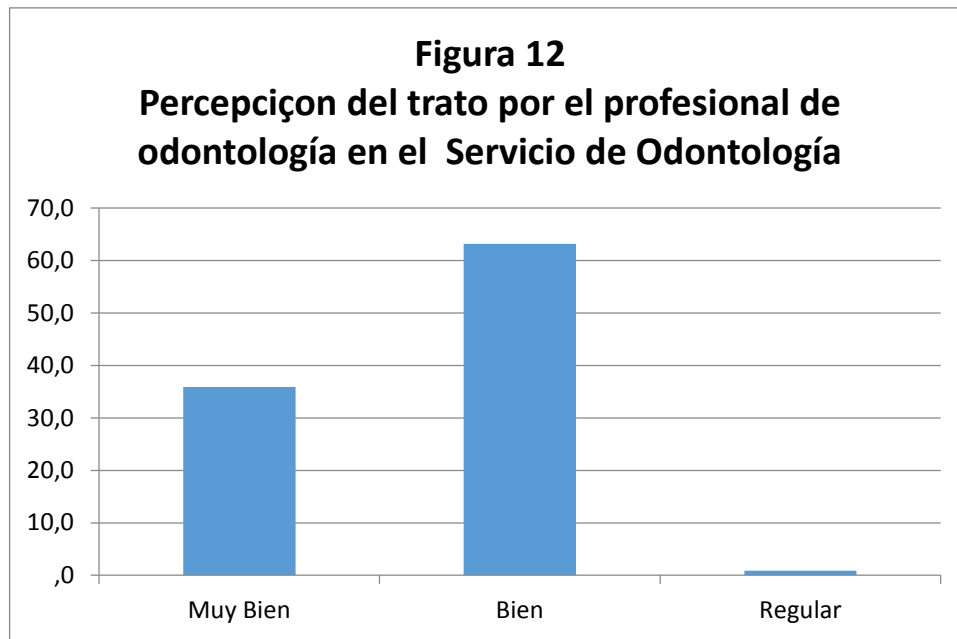
En el área de admisión se refleja que existe una insatisfacción por más del 50% de los pacientes.



Porcentaje	17,2	11,4	71,4	100%
Frecuencia	38	25	157	220
cualidad	Muy bien	Bien	Regular	Total

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

En el área de enfermería el 71,4 % de los encuestados indican haber recibido un regular trato, muy buen trato en un 17,2 %. Un buen trato en un 11,4 %. La figura en general refleja que 7 de cada 10 pacientes no se encuentra satisfecho en el área de enfermería.

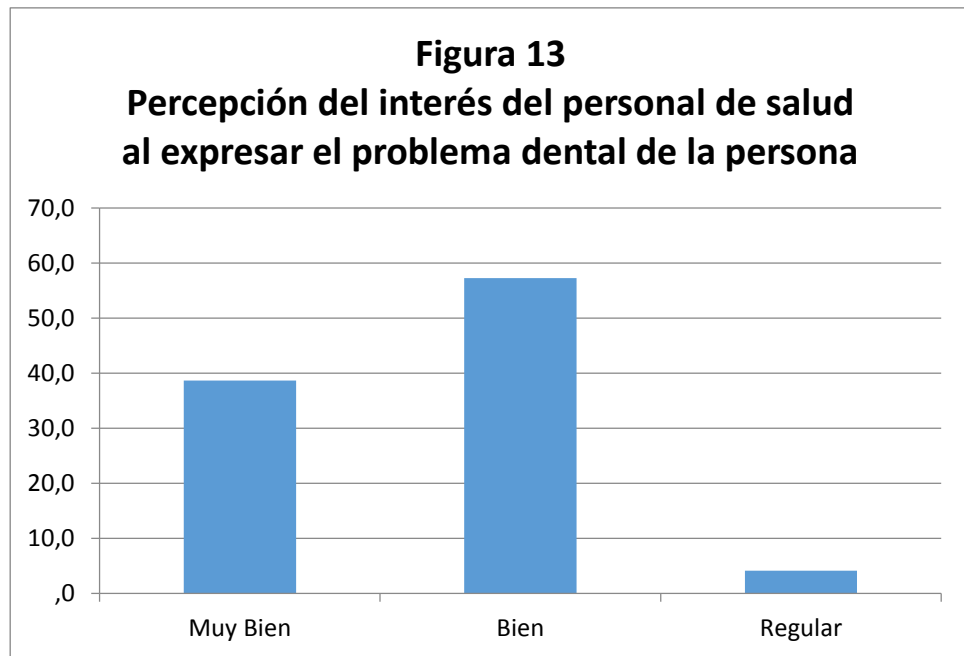


Porcentaje	35,9	63,2	0.9	100%
Frecuencia	79	139	2	220
cualidad	Muy bien	Bien	Regular	Total

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes.

La figura refleja que el 63,2 % de las personas atendidas consideran como bien el trato del profesional en odontología, y muy bien en el 35,9 % de los casos.

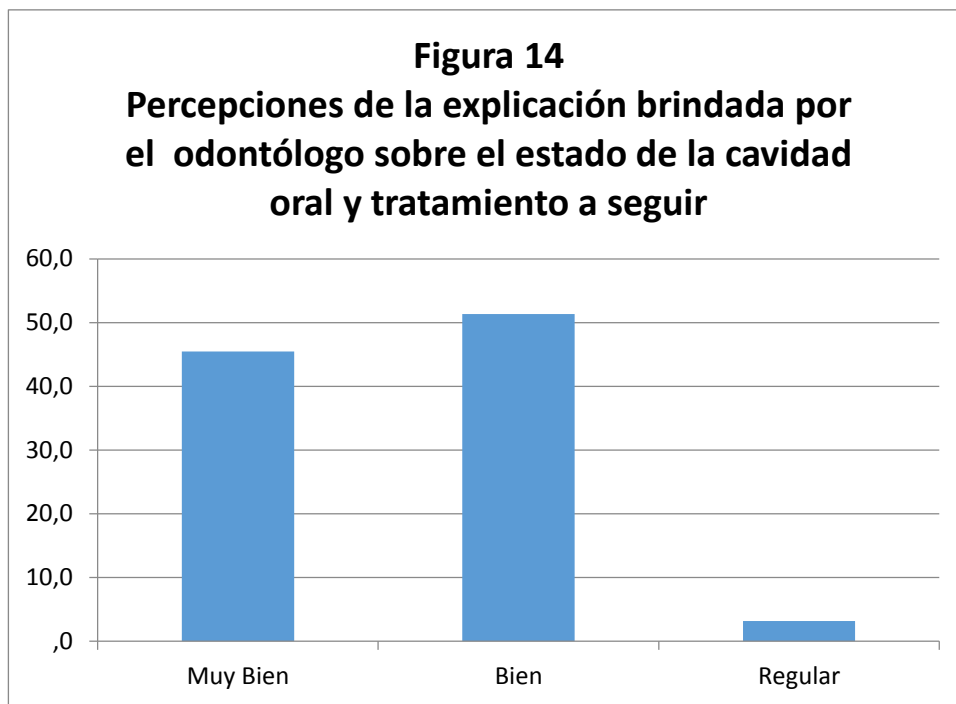
Así se muestra que la mayoría de los pacientes manifestaron su satisfacción por la trato recibido por el profesional odontólogo.



Porcentaje	38,6	57,3	4,1	100%
Frecuencia	85	126	9	220
cualidad	Muy bien	Bien	Regular	Total

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

El 57,3 % de los pacientes perciben que el personal de salud tiene interés sobre el problema por el que necesita ser atendido en el servicio de odontología, el 38,6 % lo califica como muy bien al interés del personal de salud sobre al problema odontológico que lo aqueja. Se refleja que la mayoría de los pacientes sienten satisfacción por que el personal de salud se preocupa y le interesa al momento de tener una dolencia odontológica.



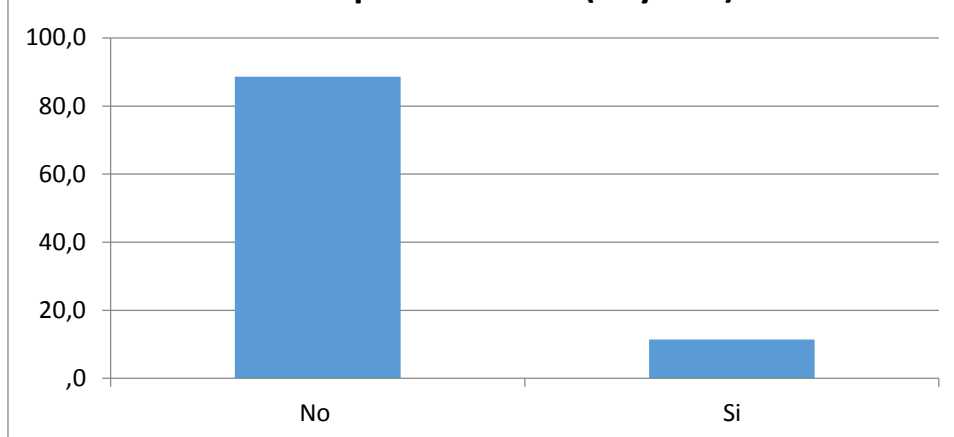
Porcentaje	45,5	51,4	3,2	100%
Frecuencia	100	113	7	220
cualidad	Muy bien	Bien	Regular	Total

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

Un 51,4 % de las personas atendidas, refieren que el profesional en odontología brindo una buena explicación sobre el estado de la cavidad oral y los tratamiento que debe realizar, el 45,5 % de los encuestados lo califico como muy buena la explicación brindada al respecto; solo el 3,2 % la calificaron como regular.

Existiendo así una satisfacción de la mayoría de los pacientes por la explicación del estado de su cavidad oral y el tratamiento que debe seguir al respecto.

**Figura 15**  
**Percepción sobre una explicación comprensible del resultado de los exámenes complementarios (Rayos X)**

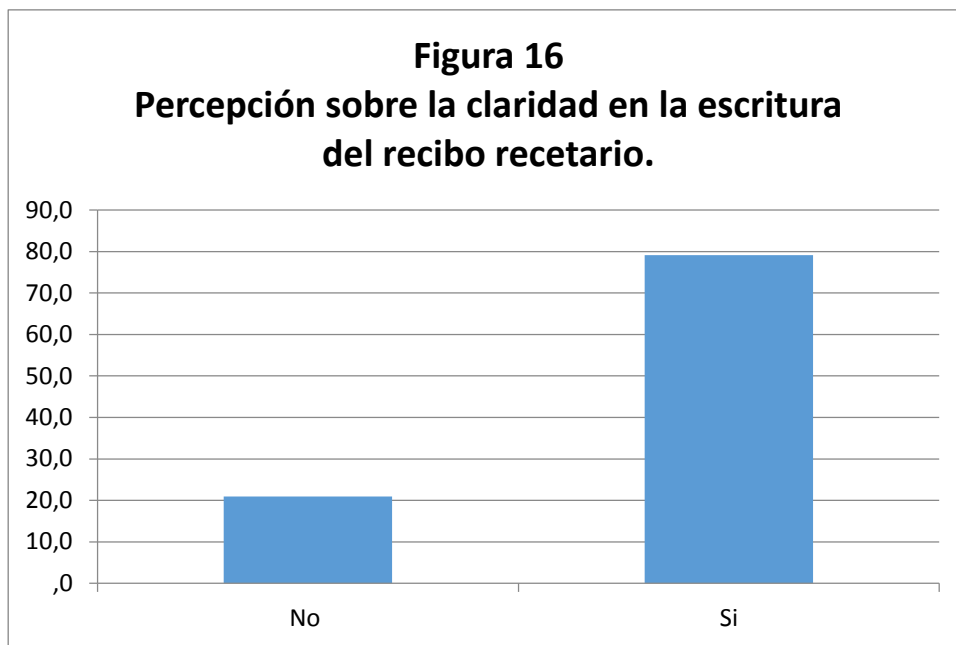


Porcentaje	88,6	11,4	100%
Frecuencia	195	25	220
cualidad	No	Si	Total

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

En el 88,6 % de los casos el profesional en odontología no explico de manera clara y comprensible sobre los resultados de la placa de rayos X. siendo solo el 11,4 % de los pacientes que aparentemente recibió una explicación comprensible al respecto.

Se percibe una insatisfacción de los pacientes en el servicio de odontología por no haber una explicación clara y comprensible sobre lo que reflejo la placa de rayos X.



Porcentaje	20,9	79,1	100%
Frecuencia	46	174	220
cualidad	No	Si	Total

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

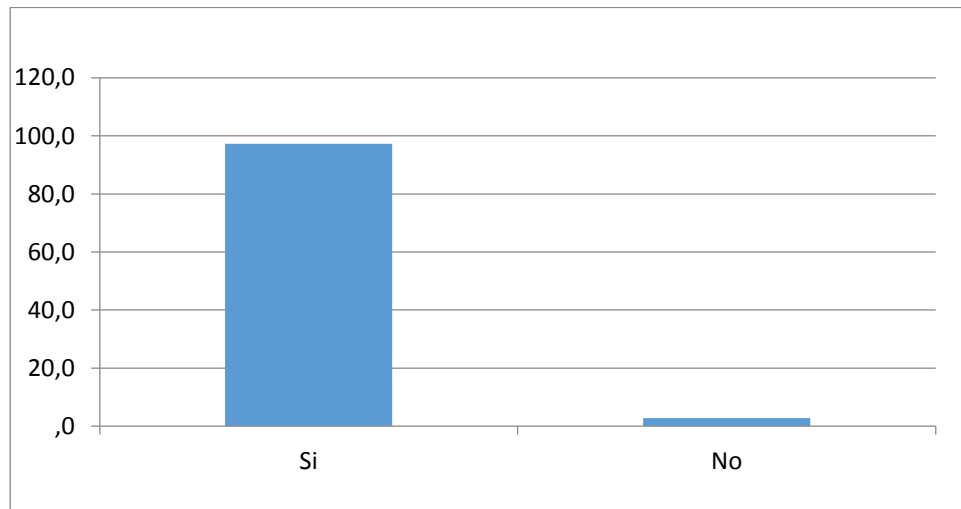
En el 79,1 % de las personas refieren que existe claridad en la escritura en los recibo/recetarios, solo el 20,9 % de los pacientes refiere que no había claridad en los recibo/recetarios. Así 1 de cada 5 pacientes no percibe claridad en la escritura del odontólogo en el recibo recetario.

#### **7.4 Satisfacción del Usuario en Relación a la Resolución de la Patología por el Servicio de Odontología**

La resolución de la patología por el servicio de odontología referente a que si le solucionaron el problema motivo por el cual acudió al servicio de odontología, marca también la satisfacción del usuario.

**Figura 17**

**Relación de satisfacción del paciente sobre la Resolución de la patología odontológica.**



Porcentaje	97,3	2,7	100%
Frecuencia	214	6	220
Cualidad	Si	No	Total

Fuente: Datos obtenidos en encuesta aplicada en el Centro de Salud Nuevos Horizontes

En relación a la resolución del problema motivo de la consulta odontológica, el 97,3 % de las personas refieren que si se resolvió su problema, un 2,7 % de los encuestados refieren que no se resolvieron su problema. Ello refleja que la mayoría de los pacientes perciben satisfacción pues se resolvieron su problema odontológico.

## **8. DISCUSIÓN**

Al no haber estudios o investigación sobre satisfacción del usuario en servicios de odontología en otros lugares, que hubiera permitido comparar con



documentaciones similares, se remite solo al presente documento.

Los resultados se centran en la descripción de los resultados, como el mobiliario de la sala de espera que se encuentran en diferentes condiciones físicas, también la temperatura ambiente en la sala de espera muestra parte de la insatisfacción de los pacientes. Lo indicado dio razón por la cual no se obtuvo una buena valoración del mismo, siendo además que el mismo está bajo responsabilidad del municipio.

El área de admisión es el primer encuentro con los pacientes, donde se encuentra un primer problema seguido del área de Enfermería, donde los tiempos de espera son los más observados además del trato a las personas.

Al anterior se debe complementar que la implementación del Software de Atención Primaria en Salud (SOAPS) y el cumplimiento de resolución 327 (que indica que, todo paciente que requiera atención de por odontología debe pasar por el servicio de enfermería), influyen también en la insatisfacción del paciente por los tiempos de espera que se fueron extendiendo, situación que antes de ello no ocurría.

## **CAPÍTULO V**

### **9 CONCLUSIONES**

#### **9.1 Satisfacción del Usuario Respecto a la Infraestructura del Servicio de Odontología en el Centro de Salud**

Las personas que acuden al servicio de odontología en su mayoría expresan su satisfacción en cuanto a limpieza e iluminación en la sala de espera. Se puede afirmar que tres de cada cinco personas que indican que hay una buena limpieza e iluminación en la sala de espera, en esa misma relación encuentran en regular estado el mobiliario de la sala de espera.

Se observa que cinco de cada diez califican como regular la temperatura en la sala de espera y solo cuatro de cada diez la califican como buena.

Respecto al consultorio de odontología 9 de cada 10 encuentran comodidad y casi el 95 % de los encuestados perciben como buena y muy buena la limpieza en este consultorio.

#### **9.2 Satisfacción del Usuario en Relación al Tiempo de Espera para la Atención en el Servicio de Odontología**

Prácticamente ocho de cada 10 pacientes, esperan menos de 30 minutos para recibir atención odontológica luego de ser atendidos en enfermería.

El tiempo de mayor espera se encuentra en el área de admisión y de enfermería.

### **9.3 Satisfacción del Usuario en Relación al Trato Recibido por Personal de Salud para la Atención en el Servicio de Odontología**

La población atendida por el profesional en odontología percibe entre un buen y muy buen trato en el 99 % de la atención, también una adecuada explicación de la situación de la cavidad oral y tratamiento a seguir.

Siete de cada diez personas refieren un regular trato por enfermería.

En el área de admisión solo tres de cada diez perciben buen trato.

Cerca del 90 % de las personas indican no recibir explicación clara sobre la placa de rayos X. A su vez cerca del 80 % refieren falta de claridad en la escritura por el profesional en los recibo/recetarios.

### **9.4 Satisfacción del Usuario en Relación a la Resolución de la Patología por el Servicio de Odontología**

El 97 % de las personas atendidas en el servicio de odontología refieren que se resolvió problema, motivo de su consulta.

En conclusión general, la satisfacción del usuario que acude servicio de Odontología del Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes, pasa fundamentalmente por la atención del área de admisión y enfermería.

Siendo que la acogida en el área de admisión es donde se observó mayor insatisfacción del paciente seguida del área de enfermería, a ello se suma cierta insatisfacción por la temperatura ambiental en la sala de espera del servicio de odontología.

Recordar que la implementación del SOAP y el cumplimiento de resolución 327

(que indica que, todo paciente que requiera atención de por odontología debe pasar por el servicio de enfermería), influyo también en la insatisfacción del paciente por los tiempos de espera que se fueron extendiéndose.

Por lo tanto el Nivel de satisfacción del usuario es de buena a regular, atribuido sobre todo a los tiempos de espera en el área de admisión y enfermería y al trato percibido por los pacientes.

## **10. RECOMENDACIONES**

### **10.1 Satisfacción del Usuario Respecto a la Infraestructura del Servicio de Odontología en el Centro de Salud**

En la sala de espera, se recomienda mejorar la limpieza y la iluminación, mantenimiento y/o cambios en el mobiliario, así como gestionar un sistema de calefacción para mejorar la temperatura.

### **10.2 Satisfacción del Usuario en Relación al tiempo de Espera para la Atención en el Servicio de Odontología**

Se recomienda elaborar una estrategia conjunta del personal de salud para reducir los tiempos de espera relacionados al área de admisión y Enfermería.

Debido a la distribución preferente hacia el área médica se sugiere intercalar alternativamente para el área de odontología y en el servicio médico en el área de enfermería. Además se sugiere contar con un personal de enfermería auxiliar específicamente para el área de odontalgiá.

Se recomienda comunicar a la población que asiste al establecimiento de salud que el registro en el sistema SOAP requiere de determinados minutos para el registro de pacientes en el sistema.

### **10.3 Satisfacción del Usuario en Relación al Trato Recibido por Personal de Salud para la Atención en el Servicio de Odontología**

Se recomienda trabajar y mejorar el trato en el área de admisión.

Sugerir al profesional en odontología explicar de manera más clara sobre la placa de Rayos X.

De manera general de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas en cumplimiento a los objetivos planteados en la presente investigación, se recomienda la práctica de valores de relaciones humanas hacia nuestros semejantes y en particular a las personas que llegan a este Centro de Salud en busca de alivio a sus necesidades de salud, práctica que es una de las grandes falencias percibidas y encontradas en este Centro no solo por el personal administrativo, también están involucrados quienes tienen relación con la parte de enfermería.

Realizar estudios de investigación de forma semestral sobre la calidad de servicio en el Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes”, para que, con los resultados obtenidos se incremente los niveles de calidad y satisfacción del usuario, retroalimentado con acciones que permitan estos objetivos.

Adecuar las instalaciones de espera con mobiliario que permita a los usuarios, estar por lo menos sentados cómodamente mientras, espera su atención para el respectivo servicio solicitado.

Recomendar que, la distribución para la atención médico odontológico por la parte administrativa sea de forma equitativa, en todos los servicios, y sepan priorizar los casos de emergencia para cualquier servicio.

Hacer un análisis detallado de las oportunidades, amenazas, fortalezas, debilidades del Centro de Salud, así como un análisis interno de su infraestructura, equipamiento y de los servicios que se brinda a la población, y un análisis externo: económico, político, social y tecnológico, para poder plantear alternativas estratégicas que permitan un eficiente funcionamiento y una adecuada relación con el entorno donde funciona el Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes”.

Por tanto, para el cumplimiento de las recomendaciones, será necesario llevar adelante capacitaciones en temas específicos para el personal involucrado tanto administrativos y médicos que permitan de alguna manera garantizar la atención médico odontológica con calidad y calidez, y así cumplir con un nivel de satisfacción alto, esperado por los que acuden al Centro de Salud, objetivo que debe ser encomendado a seguir por parte de la Dirección del Centro de Salud Integral “Nuevos Horizontes”.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

1. Salud Familiar Comunitaria Intercultural. Ministerio de Salud y Deportes. 2009. Bolivia.
2. Norma Nacional de Caracterización de Establecimientos de Salud de Primer Nivel. Ministerio de Salud y Deportes. 2013. Bolivia.
3. Ley de Medicina Tradicional Ancestral Boliviana. Ley N°459, Ley de 19 de noviembre de 2013. Bolivia.
4. La Ley N° 475 de Prestaciones de Servicios de Salud Integral. Ley de 30 de diciembre de 2013. Bolivia.
5. Jiménez Caugas L, Báez Dueñas RM, Pérez Maza B, Reyes Álvarez I. Metodología para la evaluación de la calidad en instituciones de la atención primaria de salud. Rev Cubana Salud Pública. 1996;22 (1):37-43. Citado en el documento: "La evaluación de la satisfacción en salud: un reto a la calidad". [http://bvs.sld.cu/revistas/spu/vol34\\_4\\_08/spu13408.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/spu/vol34_4_08/spu13408.htm)
6. Mira J, Aranaz J. La satisfacción del paciente como una medida de resultado de la atención sanitaria. Med Clin (Barc). 2000; 114(supl 3):26-33.
7. Introducción al Concepto y Dimensiones de la Calidad Asistencial: Cómo Empezar. Madrid: Instituto Nacional de Salud, Secretaría General; 1992.
8. Marzo, J.C., Martínez-Tur, V., Ramos, J. y Peiró, J. (2002). La satisfacción del usuario desde el modelo de la confirmación de expectativas. Respuestas a algunos interrogantes. Psicothema, 14, 765-770.

9. Oliver, R.L. (1993). A conceptual model of service quality and service satisfaction: compatible goals, different concepts. *Advances in Services Marketing and Management*, 2, 65-85.
10. Morales V, Hernández A. Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización. Buenos Aires: *Revista Digital* 2004; 10 (73). Disponible en <http://www.efdeportes.com/> Consultado el 13 de octubre de 2018.
11. Kotler y Armstrong, *Fundamentos de Marketing*. 6ta Edición, Págs. 10, 11. 8va Edición, Págs. 40, 41.
12. Horovitz, J. ***La Calidad del Servicio. A la Conquista del Cliente***, México, Mc Graw Hill, 1997.
13. Ministerio de Salud Pública (MINSAP). Anuario Estadístico. Cuba, 2004. La Habana: MINSAP 2005.
14. Cliente interno y externo. Diferencias y Semejanzas. Disponible en: [www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/mar/difsemclie.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/mar/difsemclie.htm)
15. Idalberto, Chiavenato. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Doc. de hacienda.go.cr [www.degerencia.com/articulos/cliente interno y externo](http://www.degerencia.com/articulos/cliente_interno_y_externo).
16. Leppar, John y Molyneux, Liz. (1998). *Cómo Mejorar su Servicio a cliente* . Editorial Gestión 2000, S.A. España.
17. Charles W. Hill y Gareth R. Jones. *Administración Estratégica. Un enfoque integrado*. Sexta edición. Editorial Mc. Graw Hill. México, 2005. Pp. 924.
18. Consultado en páginas digitales en octubre 08, 2018. Hrs.: 22:23 pm. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como->



utilizarla/

**19.** Kotler, Philip; Gary Armstrong: "Como satisfacer a los clientes con calidad, valor y servicio", Mercadotecnia, Prentice Hall, México, 1996

**20.** Villca. Normas de Salud Oral, La Paz – Dirección General de Salud Unidad de Servicios de Salud y la Unidad Programa Nal. De Salud Oral – Ministerio de Salud, La Paz Bolivia, 2017

**21.** En: Garcia M, Ibañez J, Alvira F. La encuesta. El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1993; p. 141-70.

## ANEXOS

### FORMULARIO DE ENCUESTA

CENTRO DE SALUD INTEGRAL "NUEVOS HORIZONTES" EL ALTO	Nº Encuesta.....
<b>ENCUESTA PARA EVALUAR LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL SERVICIO DE ODONTOLOGIA</b>	
Estimado usuario (a), estamos interesados en conocer su opinión sobre la calidad de atención que recibió en el Servicio de Odontología del Centro de Salud. Sus respuestas son totalmente confidenciales. Agradeceremos su participación.	

#### DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

- Sexo:

a) Masculino       b) Femenino

- Edad del encuestado:

a) 11 a 20 años       b) 21 a 30 años   
c) 31 a 40 años       d) 41 a 50 años       e) 51 a más años

- Nivel de Estudio:

a) Primario       b) Secundario       c) Técnico       d) Universitario

#### ENCUESTA SOBRE SATISFACCIÓN DEL USUARIO.

1. El mobiliario de la sala de espera, le pareció.

1) Muy bien       2) Bien       3) Regular       4) Mal       5) Muy mal

2. La limpieza de la sala de espera, le pareció

1) Muy bien       2) Bien       3) Regular       4) Mal       5) Muy mal

3. La iluminación de la sala de espera, le pareció

1) Muy bien       2) Bien       3) Regular       4) Mal       5) Muy mal

4. La temperatura de la sala de espera, le pareció

1) Muy bien       2) Bien       3) Regular       4) Mal       5) Muy mal

5. Como califica el consultorio del Servicio de Odontología para su comodidad.

1) Muy bien       2) Bien       3) Regular       4) Mal       5) Muy mal

6. Como califica el consultorio del Servicio de Odontología con relación a la limpieza.

1) Menos de 30 min.  2) De 31 a 45 min.  3) De 46 min. a 1 hora

4) De 60 a 90 min  5) Más de 90 min

7. Cuanto tiempo tuvo que esperar desde que llego al Establecimiento de Salud hasta que le asignaran una ficha.

1) Menos de 30 min.  2) De 31 a 45 min.  3) De 46 min. a 1 hora

4) De 60 a 90 min  5) Mas de 90 min

8. Cuanto tiempo tuvo que esperar desde que le dieron la ficha odontológica hasta que le atendieran en enfermería.

1) Muy bien  2) Bien  3) Regular  4) Mal  5) Muy mal

9. Cuanto tiempo tuvo que esperar desde que le atendieron en enfermería hasta que le atendieran en el Servicio de Odontología.

1) Menos de 30 min.  2) De 31 a 45 min.  3) De 46 min. a 1 hora

4) De 60 a 90 min  5) Mas de 90 min

10. El trato en el área de admisión, le pareció.

1) Muy bien  2) Bien  3) Regular  4) Mal  5) Muy mal

11. El trato en el área de enfermería, le pareció.

1) Muy bien  2) Bien  3) Regular  4) Mal  5) Muy mal

12. El trato que recibió del personal del Servicio de Odontología fue con amabilidad.

1) Muy bien  2) Bien  3) Regular  4) Mal  5) Muy mal

13. Como califica el interés del personal de salud al expresar su problema.

1) Muy bien  2) Bien  3) Regular

14. El profesional que lo atendió le explicó sobre el estado de su boca y el tratamiento que debe seguir:

1) Si  2) No

15. Si le solicitaron exámenes complementarios (Rayos X) el Odontólogo le explico el resultado de los mismos en términos comprensibles para usted.

1) Si  2) No

16. Si le dieron una receta, las indicaciones estaban escritas en forma clara para usted.

1) Si  2) No

17. La atención que recibió en el Servicio de odontología resolvió el motivo de su consulta.

1) Muy bien  2) Bien  3) Regular  4) Mal  5) Muy mal

## IMÁGENES

### FRONTIS DEL CENTRO DE SALUD INTEGRAL NUEVOS HORIZONTES



### SALA DE ESPERA

