

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y BIOQUÍMICAS
CARRERA BIOQUÍMICA
MENCION EN BIOQUÍMICA CLÍNICA Y HEMATOLOGÍA



**MEDICION DEL GRADO DE SATISFACCION DEL CLIENTE
EXTERNO: PACIENTE Y MEDICO DEL INSTITUTO DE
SERVICIOS DE LABORATORIO DE DIAGNOSTICO E
INVESTIGACION EN SALUD**

ELABORADO POR:

Univ. Andrés Horacio Salinas García

ASESOR INSTITUCIONAL:

Dra. Sara Pérez Lara

ASESOR ACADÉMICO:

Dra. Giovanna Dorigo Vargas

La Paz – Bolivia
2007

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y BIOQUÍMICAS
CARRERA BIOQUÍMICA
MENCIÓN EN BIOQUÍMICA CLÍNICA Y HEMATOLOGÍA



**MEDICIÓN DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
EXTERNO: PACIENTE Y MEDICO DEL INSTITUTO DE
SERVICIOS DE LABORATORIO DE DIAGNOSTICO E
INVESTIGACION EN SALUD**

ELABORADO POR:

Univ. Andrés Horacio Salinas García

TRABAJO DIRIGIDO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIATURA EN BIOQUÍMICA

La Paz – Bolivia
2007

A mi amada Madre y

A mí adorada Abuelita

AGRACEDIMIENTOS

A la Dra. Giovanna Dorigo Vargas por su constante apoyo, cariño, amistad y todos los conocimientos de ella recibidos.

A la Dra. Sara Pérez Lara por su colaboración en la realización del presente trabajo.

A la Dra. Wilma Téllez y la Dra. Nancy Domic por su colaboración en mi formación académica, pero por sobre todo, su amistad y apoyo.

A mi más sincero amigo el Dr. Jorge Elvió Rendón Pérez por su ayuda en mi formación académica, pero más aun por haber colaborado en mi crecimiento como ser humano.

A Carla Luna Montañó por entenderme, comprenderme y siempre estar presente en todos los momentos de mi vida.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCION	1
ANTECEDENTES	3
UBICACIÓN DE LA EMPRESA	3
SELADIS, UN PROYECTO ACADEMICO	3
LA CONCRECION DEL PROYECTO	7
FECHAS Y HECHOS IMPORTANTES	7
PERFIL ADMINISTRATIVO(ESTRUCTURA ORGANICA)	9
JUSTIFICACION	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
OBJETIVOS	13
A. OBJETIVO GENERAL	13
B. OBJETIVOS ESPECIFICOS	13
MATERIALES Y METODOS	14
A. MATERIALES	14
1. PARA FORMULARIOS DE ENCUESTA DE OPINION	14
2. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	14
3. DOCUMENTO FINAL	15
B. UNIDAD DE ANALISIS	15
C. LA ENCUESTA	15
1. VARIABLES DE EVALUACION	16
2. DISEÑO DE LA ENCUESTA	16
3. ELABORACION DE LAS PREGUNTAS	16
D. MUESTRA	16
1. MUESTRA PARA LOS CLIENTES EXTERNOS PACIENTES	18
a) CALCULO DEL NUMERO DE PACIENTES MENSUALES	18
b) CALCULO DEL NUMERO DE PACIENTES	

SEMANALES	18
c) CALCULO DEL NUMERO DE PACIENTES	
DIARIO	19
d) CALCULO DEL NUMERO DE PACIENTES	
EN 20 DIAS HABILES	19
1. MUESTRA PARA LOS CLIENTES EXTERNOS	
PACIENTES	19
2. MUESTRA PARA LOS CLIENTES EXTERNOS	
MEDICOS	20
E. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	20
RESULTADOS	21
A. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES	
EXTERNOS (PACIENTES) DEL INSTITUTO SELADIS	21
1. EDAD	21
2. SEXO	22
3. ESTADO CIVIL	22
4. CALIFICACION DEL PERSONAL DE	
RECEPCION	23
5. CALIFICACION DEL PERSONAL DE	
SERVICIO SOCIAL	25
6. CALIFICACION DEL PERSONAL DE	
CAJA	26
7. CALIFICACION DEL PERSONAL DE	
TOMA DE MUESTRA	28
8. ATENCION	32
9. CALIFICACION GENERAL	36
10. CALIFICACION ATENCION DE RECEPCION	36
11. CALIFICACION ATENCION DE SERVICIO SOCIAL	37
12. CALIFICACION ATENCION DE CAJA	38
13. CALIFICACION ATENCION TOMA DE MUESTRA	38
14. RESULTADOS	39

B. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES	
EXTERNOS (MEDICOS) DEL INSTITUTO SELADIS _____	40
1. ¿CONOCE Ud. EL INSTITUTO SELADIS? _____	40
2. FORMACION ACADEMICA _____	41
3. LUGAR DE TRABAJO _____	42
4. ¿CÓMO CALIFICARIA Ud. NUESTRO SERVICIO? _____	43
5. ¿EL REPORTE DE RESULTADOS QUE ENTREGA EL INSTITUTO CUMPLE CON SUS EXPECTATIVAS PARA UN ADECUADO SEGUIMIENTO DEL PACIENTE? _____	43
6. ¿POR QUÉ UTILIZA LOS SERVICIOS DEL INSTITUTO SELADIS? _____	46
CONCLUSIONES _____	47
A. CONCLUSIONES CLIENTE EXTERNO (PACIENTE) _____	49
B. CONCLUSIONES CLIENTE EXTERNO (MEDICO) _____	52
C. SUGERENCIAS _____	53
1. EVALUACION DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE EXTERNO PACIENTE _____	54
2. EVALUACION DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE EXTERNO MEDICO _____	54
BIBLIOGRAFIA _____	55
ANEXOS _____	57

I. INTRODUCCIÓN

Vivimos en un entorno altamente competitivo, imprevisible y variable que ha convertido la **satisfacción del cliente** en el objetivo principal de cualquier empresa, que desee acceder y sobrevivir en el mercado actual.

El ofrecer atención de buena calidad es una meta de los programas de planificación empresarial: siguiendo varias tendencias que convergen en asignar una alta prioridad al cliente.

Estos programas de planificación empresarial-administrativos ideados en la industria, no han sido la excepción en el campo de la salud, puesto que en el contexto internacional son los que mayor innovación han sufrido, procurando ofrecer una mejor atención a más personas, estableciendo estrategias con las que puedan atraer a nuevos clientes, aplicando nuevas teorías de administración y aplicando métodos, para asegurar una alta calidad al cliente, enmarcado en un Proceso de Mejoramiento Continuo de la Calidad (PMC)¹...

Por ello, la **calidad** se alza cada vez más, como **objetivo estratégico** para lograr la **fidelidad del cliente** y ampliar la **cuota de mercado** sobre la base de la satisfacción de éste. Y esto se logra a través de las mejoras en la organización y por ende en el resultado final de nuestro producto o servicio.

Toda organización en el campo de la salud prestataria de servicios, debe tener la capacidad en sí misma de ofrecer buenas condiciones competitivas, puesto que una atención, información y apoyo emocional de buena calidad atrae, satisface y retiene a los clientes, en cambio, una atención deficiente puede producir lo contrario.

¹HOPKINS J., El Mejoramiento de la Calidad. University School of Public Health. Maryland USA. Vol. XXVI. N° 3. 1999.

Podríamos enumerar varias herramientas que una empresa prestataria de servicios en salud puede utilizar para acceder al mercado y competir, pero, siguiendo las corrientes actuales, hay un pilar que resulta estratégico: **la medición de la percepción y satisfacción del cliente.**²

En la época previa a la revolución industrial, los prestadores de servicios tenían un contacto directo con el cliente. El cliente de manera natural podía retroalimentar a la organización y expresarle su sentir sobre el servicio que había adquirido. Así mismo, la organización por la dinámica que generaba la interacción con el usuario de sus servicios, podía fácilmente, recopilar información sobre los deseos, frustraciones y preferencias de sus clientes. La retroalimentación entre los clientes y la organización debe ser continua. Cada vez la organización puede lograr acercarse más una mayor satisfacción de sus clientes.

Recién en las cuatro últimas décadas, es que se ha empezado a prestar una seria atención a la satisfacción del cliente. Una de las disciplinas que inicialmente empezó a tocar el tema, fue el área de investigación de mercados abanderada por el Dr. Kotler. Posteriormente el área de mercadeo se centro en temas como psicología del consumidor y estrategias servicio – mercado. En occidente la mayor influencia para hacer reflexionar a las empresas sobre la importancia de las necesidades de los clientes ha sido a partir de los años setenta con el movimiento de calidad total. Todos los gurús tales como: Deming,

² WELLINGTON P. Como brindar un servicio integral al cliente, Ed.McGraw Hill. Trad. Esp.: Garcia A. Ed. Impreandes Presencia. S.A. Colombia. 1998.

Juran Crosby, Conway y Tanenbaun han sido enfáticos en hacer mucho hincapié en la importancia del tema de la satisfacción del cliente.

Las organizaciones de hoy en día, amenazadas por la competencia y la nuevas reglas de juego que ha generado en el comercio exterior la globalización, tienen que vender sus servicios, más que nunca, que satisfagan los requerimientos de sus clientes para así poder mantenerlos y hacerse, como consecuencia, más competitivas y ser eficaces y eficientes en su funcionamiento.

Muchas veces en las empresas, se cae en la falacia de creer que se conocen los requerimientos de los clientes, al efectuar las encuestas que en esencia solo miden que tan bien opera su sistema de venta de servicios. Este enfoque es sumamente miope ya que la esencia es averiguar que es lo que desea el cliente de la organización y no que tan eficientemente es el sistema de venta de servicios de la organización.

¿Qué es lo que se debería hacer? Las organizaciones deberían invertir el tiempo y esfuerzo en efectuar “mediciones de la satisfacción de sus clientes”, analizar e interpretar adecuadamente la información recolectada y tomar acciones pertinentes para acentuar lo que se está haciendo bien y corregir lo que está generando insatisfacción en el cliente.

La “Medición de la satisfacción de los clientes”, conlleva a utilizar un enfoque metodológico para no caer en subjetividades y tomar acciones no adecuadas. La organización para Implantar e implementar las mediciones, debería seguir los siguientes pasos metodológicos: **(1) Identificación de sus clientes (pacientes, médicos y clientes internos)**. Aquí se deben ubicar los clientes actuales y es

recomendable también incluir a los desertores (pueden proporcionar información valiosa). **(2) Establecimiento del método de muestreo a utilizar.** Se debe tener una muestra estadísticamente representativa de la población a investigar. **(3) Elaboración del cuestionario.** Los “requerimientos de los clientes “, una vez analizados y categorizados, se convierten en las variables a medir en un cuestionario que se debe confeccionar. Aquí se debe tener cuidado con la escala a utilizar, la cual debe ser sencilla y muy fácil de entender. **(4) Implantación del pretest.** El cuestionario elaborado es mejor administrarlo en pequeña escala a una muestra de los clientes. **(5) Administración del cuestionario.** La prueba confeccionada debe ser administrada por personal debidamente entrenado. La receptividad del cliente es importante para asegurar objetividad en la información a recolectar. **(6) Análisis e interpretación de los datos.** Una vez captada la información se debe proceder a analizarla gráficamente para facilitar su comunicación en la organización. Este análisis debe llevar a identificar las dimensiones sujetas a mejorar y las que deben acentuarse por estar causando satisfacción. **(7) Acción Correctiva.** La investigación realizada no debe quedar en un simple ejercicio académico de buenas intenciones. La organización debe iniciar acciones concretas como consecuencia de de la medición de la satisfacción de los clientes.

En este entendido el presente trabajo va dirigido a analizar y verificar los programas de atención al cliente externo (pacientes y médicos), que se ha desarrollado en el Instituto de Servicios de Laboratorio y Diagnostico en Salud

(de aquí en adelante SELADIS) dependiente de la Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímicas de la Universidad Mayor de San Andrés.

Para medir esa percepción del servicio y satisfacción de las necesidades requeridas de los clientes (pacientes y médicos) se propone desarrollar herramientas que permitan identificar y seleccionar los problemas, analizar causas, proponer acciones de mejora para un mejoramiento continuo de la calidad en el servicio, a ser presentadas para su consideración por la alta Gerencia.

II. ANTECEDENTES

A. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

El Instituto de Servicios de Laboratorio de Diagnostico e Investigación en Salud, se encuentra ubicado en la Avenida Saavedra # 2224 de la Zona de Miraflores (Ver anexo 1).

B. SELADIS, UN PROYECTO ACADÉMICO

El Instituto de Servicios de Laboratorio de Diagnostico e Investigación en Salud, SELADIS, se genera en la Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímicas de la Universidad Mayor de San Andrés como parte de una propuesta académica alternativa a fines de la década de los ochenta, cuando un contingente de docentes y estudiantes ofrece su reflexión crítica y acción creativa para llevar adelante un proyecto que logre y construya un espacio y un tiempo universitarios reales para dar la posibilidad al inicio del anhelado proceso de transformación de la practica facultativa en el ámbito de su función fundamental, cual es la de formar recursos humanos idóneos en lo científico y técnico, con perspectiva académica y comprometidos en la

respuesta a las problemáticas actuales y futuras que atingen y que afectaran a las mayorías nacionales.

SELADIS se inscribe dentro de la propuesta académica general que, por un lado, integra en un mismo proceso el Servicio, la Investigación y la Enseñanza y, por otro, se vincula con la realidad en la que identifica problemas en torno a los cuales, genera, aplica y transmite conocimientos, participando en la respuesta que la sociedad demanda para resolverlos. Por tanto, la propuesta nace de un principio integrador convergente de dos nexos en un mismo proceso. El primero que rompe la artificial triada del quehacer formativo convencional de recursos humanos a nivel superior, mediante la cual las facultades enseñan, los institutos investigan y otras instituciones dan servicios; separación que no asume que los tres elementos – transmisión, generación y aplicación de conocimiento – deben ser momentos de un mismo proceso formativo y que no hay mejor conocimiento que el obtenido cuando se “actúa sobre el objeto, cuando se lo modifica y transforma y, sobre todo, cuando se entiende el proceso de su transformación y al forma en que el objeto es construido”, es decir, cuando se integran la teoría con la práctica. El segundo nexo – y requisito – es la relación de esta integración académica con la compleja y concreta realidad del entorno, en la misión de participar científicamente en respuestas concretas a problemáticas definidas, reformulando de esta manera, la relación Universidad-Sociedad. En este sentido, la relación con la realidad permite identificar, con rigurosa objetividad, los problemas y demandas concretos que ameritan respuestas

estructuradas sobre la base de lineamientos de servicio, investigación y enseñanza a nivel institucional, en un definido modelo académico de Interacción Social, científico y comprometido.

Esta dinámica integradora de las funciones universitarias con la realidad, permite desarrollar, a su vez, un proceso de retroalimentación de las funciones mismas, orientando la práctica universitaria hacia una alternativa coherente con la realidad del contexto. La misma se evidencia en los requerimientos que las necesidades sociales exigen para su satisfacción.

Esta retroalimentación tendrá, obviamente, también que incidir en la reformulación de la currícula facultativa, en torno a problemas y al desarrollo científico y tecnológico actual y futuro.

SELADIS, por lo expuesto aquí sintéticamente e *in extenso* en su Proyecto Original, tiene claramente definidos sus elementos estructurales y el proceso de desenvolvimiento, por lo menos inicial, de sus funciones. Es la Interacción Social en su sentido más amplio y objetivo, el eje de relacionamiento con la realidad a través de la dialéctica: demanda social por necesidades – respuesta institucional universitaria.

Una respuesta institucional universitaria, que pretenda ser comprometida con la sociedad tiene que estar orientada a responder a sus necesidades y tiene que estructurarse sobre la base de las funciones sustantivas de la Universidad, esto es: aplicando socialmente conocimiento científico – técnico, produciendo conocimiento en torno a problemas, y transmitiendo conocimiento en confrontación práctica con la realidad misma.

Es decir que, servir, investigar y enseñar a nivel de un instituto universitario harían posible la construcción de un modelo académico fundamentalmente de servicio, porque responde a necesidades socialmente definidas y concretas en el ámbito específico de la práctica profesional y, como objetivo universitario propiamente dicho, posibilita la formación de recursos humanos capacitados para ejercer con bases científicas y compromiso social su papel y no, como ocurre tradicionalmente, que esta formación responde solo a expectativas individuales ajenas a toda connotación de servicio.

Sobre estos lineamientos conceptuales emerge SELADIS, como un proyecto de Instituto Universitario de servicio, pero en los términos académicos expuestos, de ninguna manera para consumirse en una labor de corte asistenciales y menos restringida a reproducir la práctica convencional del diagnóstico de laboratorio.

Todo esto en base al hecho de que posee una clara proyección académica en lo investigativo y en la enseñanza. Por lo mismo, la producción de un Instituto de estas características está claramente definida y no puede ser otra que la que se expresa en servicios a la comunidad, en investigación y en la formación de recursos humanos capacitados para ambas tareas.

C. LA CONCRECIÓN DEL PROYECTO

Una vez realizado el diagnóstico, definida “la idea” y construida la propuesta, emerge el proyecto SELADIS como posibilidad de concreción. Para tal intento, y en el contexto de la crisis financiera de la Universidad, que imposibilitaba afrontar por sí sola la realización del mismo, tuvieron que

confluir diversos factores para hacerlo realidad, entre los cuales destaca de manera importante el relacionamiento con el Organismo de Cooperación Internacional Italiano, COSV (Comitato delle Organizzazioni per il Servizio Volontario), de características sustancialmente diferentes a la mayoría de las ONGs que operan en el país. El COSV desarrollaba, por ese entonces, década de los ochenta, una protagónica y trascendente cooperación en países en los que se daban procesos de transformación social, como Nicaragua, Mozambique, Angola y otros, hecho que evidenciaba un claro y definido compromiso social por parte de esta organización.

Es así, que desde un comienzo el COSV comprometió todo su apoyo para que junto a la Universidad, se logre hacer realidad el Proyecto, en la comprensión de su relevancia y pertinencia para cubrir una necesidad en el campo de la salud y la formación de recursos humanos.

D. FECHAS Y HECHOS IMPORTANTES

Mayo a Julio de 1987 – Elaboración del Proyecto SELADIS por los doctores Javier Claros Bustillo y Roger Carvajal Saravia, docentes de la Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímicas de la UMSA.

Julio 1987 – Presentación del Proyecto SELADIS a las autoridades de la Facultad.

Agosto 18 de 1987 – Presentación del Proyecto SELADIS al COSV por el Decano de la Facultad, Dr. Jaime Moyano.

Septiembre 10 de 1987 – Firma del Convenio entre la Universidad Mayor de San Andrés, la Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímicas y el COSV, para la ejecución del Proyecto SELADIS.

Abril 22 de 1988 – Aprobación del Proyecto SELADIS por el Departamento para la Cooperación al Desarrollo del Ministerio de Relaciones Exteriores de Italia.

Junio de 1988 – Coordinación con la misión técnica enviada por el COSV para definir términos específicos de la Cooperación.

Marzo 9 de 1989 – El Honorable Consejo Universitario declara al Proyecto SELADIS como Prioridad Universitaria según Res. HCU 36/89.

Enero de 1992 – Se inician los trabajos de construcción del edificio SELADIS.

Octubre 22 de 1992 – Inauguración oficial del Instituto de Servicios de Laboratorio de Diagnóstico e Investigación en Salud, SELADIS, por el señor Rector Ing. Antonio Saavedra y el Decano de la Facultad, Dr. Enrique Udaeta.

Mayo 24 de 1995 – El Honorable Consejo Universitario, mediante Res. HCU 055/95, aprueba el Reglamento de SELADIS en sus III Títulos, XII capítulos, 73 artículos y 193 incisos.

Junio 12 de 1996 – El Honorable Consejo Universitario, mediante Res. HCU 071/96, aprueba el Programa de Estudios de Posgrado (Actualización, Especialidad y Maestría) propuesto por SELADIS.

Noviembre 30 de 1997 – Entrega el edificio SELADIS por el Rector Lic. Pablo Ramos.

E. PERFIL ADMINISTRATIVO (ESTRUCTURA ORGANICA)

El Instituto de Servicios de Laboratorio de Diagnostico e Investigación en Salud, SELADIS, es parte constitutiva de la Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímicas de la UMSA y su estructura orgánica esta conformada por las siguientes instancias y elementos:

1. Órganos Generales de Decisión

- Directorio y Consejo Facultativo
- Comité Ejecutivo de SELADIS

2. Órganos de Dirección y Ejecución

- Dirección
- Coordinación Académica
- Coordinación Técnica

3. Órgano de Asesoramiento y Fiscalización

- Consejo Técnico Académico

4. Unidades Operativas

- Unidad de Inmunología
- Unidad de Hematología
- Unidad de Bioquímica
- Unidad de Microbiología
- Unidad de Parasitología
- Unidad de Biología Molecular
- Unidad de Virología
- Unidad de Bromatología

- Unidad de Toxicología
- Análisis Químicos Especiales
- Microbiología de Alimentos
- Inmunogenética

5. Servicios de apoyo

- Administración
- Trabajo Social
- Caja
- Administración del Sistema en Red
- Secretariado
- Almacén de Reactivos y Materiales
- Bioterio
- Mensajería
- Limpieza

Como establece el Reglamento de SELADIS aprobado por el Honorable Consejo Universitario (Res. HCU 055/95), la conformación de las instancias referidas y otras características son las que siguen:

El Directorio esta constituido por el Rector, el Decano de la Facultad, el Representante del Organismo de Cooperación, los Autores del Proyecto en calidad de asesores y el Director de SELADIS en calidad de secretario.

El Comité Ejecutivo de SELADIS esta conformado paritariamente a nivel facultativo por, el Decano, el Vicedecano en representación de DIPGIS, el Director y los Coordinadores Académico y Técnico de SELADIS,

representantes docente estudiantil del DIPGIS, el Secretario Ejecutivo del Centro de Estudiantes y delegados de estudiantes egresados y de postgrado que desarrollan actividades en SELADIS.

La elección del Director y los Coordinadores Académico y Técnico siguen los lineamientos reglamentarios estipulados en el Reglamento General de Institutos de la UMSA y el Reglamento de SELADIS.

El Consejo Técnico Académico de SELADIS esta integrado paritariamente por el Director, el Coordinador Académico, el Coordinador Técnico, los Jefes de cada Unidad, representantes de estudiantes que realizan internado o tesis, y delegados estudiantiles de pre y post grado.

Las Unidades son los elementos estructurales básicos de operación del Instituto y están constituidas por un Jefe con la especialidad correspondiente, profesionales de planta, estudiantes de postgrado a nivel maestría y de especialidad a dedicación exclusiva, egresados internos y tesisistas.³

III. JUSTIFICACIÓN

Muchas instituciones laborales, prestatarias de servicios en el campo de la salud, así como muchas empresas privadas, ven al cliente (paciente) como un destinatario pasivo de los servicios laborales, contrastando con los escasos centros de servicios de salud centrados en el cliente, que lo catalogan como el “eje troncal” o “puntal” primordial en el momento de la planeación, implantación, implementación y evaluación de la prestación de sus servicios, enmarcados en la misión y visión institucional. En ese contexto el cliente es el “experto” con respecto a sus propias circunstancias y necesidades, siendo necesario el crear un nexo de comunicación con este, estableciendo herramientas de gestión que permitan el levantamiento de información, para la toma de acciones que creen y ofrezcan servicios adecuados, basados en las preferencias y percepciones del

³ CLAROS B. J., CARVAJAL S. R., Memoria 1992 – 1997, Cinco años de una nueva experiencia académica. Editorial Punto Cero. 1998.

cliente, que guíen todo el accionar dentro de la prestación de servicios laboratoriales.

La aplicación de estas herramientas dentro de los procesos de medición de **la satisfacción del cliente** ha permitido establecer que el cliente tiene una perspectiva valiosa sobre la calidad de atención, definiendo si los servicios laboratoriales han satisfecho sus deseos y expectativas, repercutiendo en la fidelidad de este, para con el servicio. Para medir la satisfacción de las necesidades requeridas de los clientes (pacientes y médicos), que utilizan los servicios del Instituto de Servicios de Laboratorio y Diagnostico en Salud (SELADIS) dependiente de la Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímicas de la Universidad Mayor de San Andrés, se pretende aplicar **“HERRAMIENTAS EMPRESARIALES DE GESTIÓN”**, tales como las **“ENCUESTAS DE OPINIÓN”** (encuestas de satisfacción que permitan medir la percepción del cliente Paciente y Médico⁴) dirigidas a los pacientes y a los facultativos médicos que solicitan los servicios de la Institución, **que permitan identificar y seleccionar problemas, para proponer acciones de mejora continua de la calidad en el servicio laboratorial**, a ser presentadas para su consideración por la alta Gerencia.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Si las empresas no miden como se siente el cliente con relación a su desempeño como proveedores de servicios, nunca podrán iniciar acciones concretas para aumentar su eficacia y eficiencia, mantener a sus actuales clientes contentos y captar nuevos. Es vital acentuar lo que se está haciendo bien y corregir lo que está desarrollando insatisfacción en el cliente.

El Instituto de Servicios de Laboratorio y Diagnostico en Salud (SELADIS) dependiente de la Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Bioquímicas de la Universidad Mayor de San Andrés, no cuenta con un Proceso Sistemático que permita medir la percepción del servicio y la satisfacción del cliente (paciente y médico).

En este entendido el presente trabajo pretende Implantar e Implementar un “Proceso de Medición de la Satisfacción del Cliente Paciente y el Cliente Médico” ya que no hay manera de aumentar la eficacia y eficiencia de las empresas si no se brindan servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.

Para lograr una eficacia y una eficiencia organizacional se tiene que orientar todo el esfuerzo de la organización a satisfacer la plenitud de las necesidades de los clientes. Esto sólo podrá hacerse en la medida que la organización, de una manera seria y organizada, mida la satisfacción de sus clientes, de manera periódica y tome las acciones pertinentes. Toda esta actividad debe ser un esfuerzo constante de nunca acabar.

⁴ CHARLES P. S., Lineamientos para la Encuesta de Satisfacción del Cliente. Universidad de Carnegie Mellon. Vol VIII. Nº 2. 2000.

IV. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Medir el grado de satisfacción del cliente externo (paciente y médico), que solicita servicios de laboratorio del Instituto SELADIS, en un periodo de 20 días hábiles (1 mes).

B. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Diseñar el modelo de encuestas dirigidas a: Clientes externos médicos y pacientes.
2. Medir el grado de satisfacción de los clientes externos médicos que requieren del servicio del SELADIS mediante encuestas.
3. Medir el grado de satisfacción de los clientes externos (pacientes) que acuden al laboratorio SELADIS mediante encuestas.
4. Sistematizar, compilar, procesar mediante métodos automatizados, y analizar los datos obtenidos para elevar información de las encuestas.
5. Proponer acciones correctivas sujetas a consideración de la Alta Gerencia del Instituto SELADIS.

V. MATERIALES Y MÉTODOS

A. MATERIALES Y MÉTODOS

1. PARA LOS FORMULARIOS DE ENCUESTA DE OPINIÓN

- Papel bond, color blanco, de un gramaje de 75 gr/m.².
- Tinta a color (HP 49A) y Tinta negra (HP 29A)

- Bolígrafos
- Computadora

El formato de los formularios de las encuestas de opinión a ser utilizadas se exponen en el anexo N° 2 y 3.

2. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LOS DATOS

- Papel bond, color blanco, de un gramaje de 75 gr/m².
- Tinta a color (HP 49A) y Tinta negra (HP 29A)
- Paquete estadístico SPSS 12.0 español, para procesamiento de datos estadísticos y levantamiento de datos.
- Computadora

3. DOCUMENTO FINAL

- Papel bond, color blanco, de un gramaje de 75 gr/m².
- Tinta a color (HP 49A) y Tinta negra (HP 29A)
- Computadora

B. UNIDAD DE ANÁLISIS

Las personas que participaran en este proyecto son los clientes externos (pacientes y médicos) que requieren los servicios del laboratorio SELADIS.

C. LA ENCUESTA

Iniciando la década de los 50, la encuesta de opinión ha asumido un rol muy importante dentro de las empresas industriales, como herramienta de recolección y análisis de datos para evaluar los servicios prestados a los usuarios, como medio para identificar y seleccionar problemas concretos, y

para establecer acciones correctivas a los mismos, tras proponer acciones de mejora continua.

Su aplicación para conocer la opinión de los usuarios de Instituciones en salud, ha logrado una mayor importancia como medio de análisis para el proceso de mejora continúa de la calidad, puesto que la calidad del servicio en los usuarios tiene un alto grado de objetividad y de subjetividad ligada a las condiciones del servicio prestado.

Es importante señalar que la encuesta de opinión es una excelente herramienta, utilizada en su mayoría para recoger información de los clientes o usuarios que se benefician de los servicios en salud.⁵

1. VARIABLES DE EVALUACIÓN

Las encuestas de opinión permiten el análisis de aquellos procesos del Instituto SELADIS, implicados en el servicio prestado a los clientes, tales como la información, el trato, la accesibilidad y la agilidad (rapidez en la atención).

2. DISEÑO DE LA ENCUESTA

El diseño de la encuesta, esta basada fundamentalmente en los parámetros definidos que se desea evaluar, la satisfacción y percepción del cliente externo (paciente y medico).

3. ELABORACIÓN DE LAS PREGUNTAS

Al formular las preguntas se ha aplicado y seguido en forma estricta las reglas de Bowley:

⁵ **RENDON P.J.**, Vigilancia del Sistema de Calidad: Evaluación del Grado de Satisfacción del Cliente del Banco de Sangre de Referencia Departamental de La Paz. UMSA. 2003. Pp. 13, 14.

- Deben exigir respuestas numéricas, afirmaciones o negaciones o elección entre distintas propuestas.
- Ser sencillas y fáciles de responder.
- No deben inducir a prejuicios.
- No deben ser indiscretas sin necesidad.
- Deben ser factibles a ser contestadas de forma directa.

D. MUESTRA

Clientes externos (médicos) que utilizan los servicios del Instituto SELADIS.

Clientes externos (pacientes) que concurren al Instituto SELADIS.

Para definir el grupo objetivo de estudio se utilizara la formula propuesta por Münch y Ángeles para él calculo de la muestra, considerando un nivel de confianza del 90%, obteniendo en tablas un valor de 1.645 y un error del 10% (en tablas 0.1255).⁶

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{Z^2 \times P \times Q + N \times E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

N = Tamaño de la población

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

⁶ MUNCH L., ANGELES E: Métodos y técnicas de Investigación para administración e ingeniería. 2ª ed. Editorial. TRILLAS. México.1990. pp. 102.

E = Nivel de error

1. MUESTRA PARA LOS CLIENTES EXTERNOS (PACIENTES)

De acuerdo con la información que se obtuvo en la Dirección del Instituto SELADIS, los pacientes que acudieron al Instituto SELADIS, hasta el mes de Diciembre 2006 fueron de 6600 personas.

A partir de esa cifra se puede calcular el número de donantes mensuales, semanales y diarios.

a) CÁLCULO DEL NÚMERO DE PACIENTES MENSUALES

$$\text{Nº de Pacientes mensuales} = \frac{\text{Pacientes hasta el mes de Diciembre}}{11 \text{ meses}}$$

$$\text{Nº de Pacientes mensuales} = \frac{6600}{11} = 600$$

Nº de pacientes mensuales = **600**

b) CÁLCULO DEL NÚMERO DE PACIENTES SEMANALES

$$\text{Nº de Pacientes semanales} = \frac{\text{Nº de Pacientes mensuales}}{4 \text{ semanas}}$$

$$\text{Nº de Pacientes mensuales} = \frac{600}{4} = 150$$

Nº de pacientes semanales = **150**

c) CÁLCULO DEL NÚMERO DE PACIENTES DIARIO

$$\text{Nº de Pacientes diarios} = \frac{\text{Nº de Pacientes semanales}}{5 \text{ días}}$$

$$\text{N}^\circ \text{ de Pacientes diarios} = \frac{150}{5} = 30$$

Nº de pacientes diarios = 30

d) CÁLCULO DEL NÚMERO DE PACIENTES EN 20 DIAS HABILES

Nº de pacientes en 20 días hábiles = Nº de pacientes diarios x 20 días

Nº de pacientes en 20 días hábiles = 30 x 20 días

Nº de pacientes en 20 días hábiles = 600

1. MUESTRA PARA LOS CLIENTES EXTERNOS PACIENTES

Utilizando la formula propuesta de Munch y Ángeles:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{Z^2 \times P \times Q + N \times E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

N = Tamaño de la población

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Nivel de error

Reemplazando valores tenemos:

$$n = \frac{(1,645)^2 \times 600 \times 0,5 \times 0,5}{(1,645)^2 \times 0,5 \times 0,5 + [600 \times (0,1255)^2]}$$

$$n = \frac{404,42}{10,12} = 39,96$$

n = 40 Pacientes externos

2. MUESTRA PARA LOS CLIENTES EXTERNOS MEDICOS

Para la muestra dirigida a los Facultativos Médicos se vio por conveniente realizar una encuesta a los 40 galenos, que según registros y estadísticas del Instituto SELADIS, requieren los servicios laboratoriales.

La muestra para este grupo es 40.

E. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Los datos obtenidos fueron sistematizados, procesados y tabulados en forma automatizada y computarizada en el paquete estadístico [SPSS versión 12.0](#) en español para PC, construcción de gráficas, tablas, análisis de resultados, para posterior elaboración de propuestas y sugerencias conclusivas.

VI. RESULTADOS

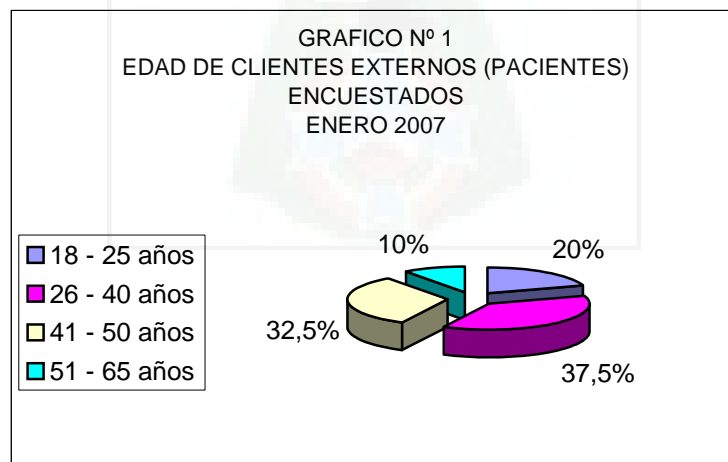
A. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES EXTERNOS (PACIENTES) DEL INSTITUTO SELADIS

1. EDAD

A través de la encuesta dirigida a los clientes externos (pacientes) del Instituto SELADIS se pudo determinar que:

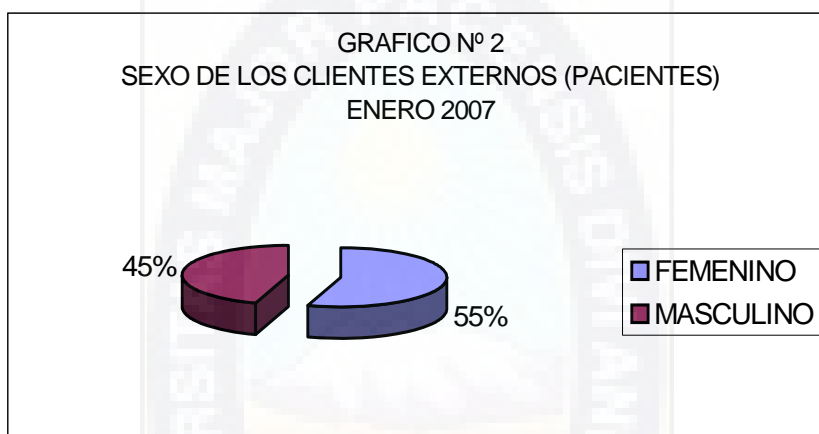
- El 20% de los pacientes encuestados que acudieron al Instituto SELADIS esta comprendida entre los 18 – 25 años.
- El 37,5% de los pacientes encuestados que acudieron al Instituto SELADIS esta comprendida entre los 25 – 40 años.
- El 32,5% de los pacientes encuestados que acudieron al Instituto SELADIS esta comprendida entre los 41 – 50 años.
- El 10% de los pacientes encuestados que acudieron al Instituto SELADIS esta comprendida entre los 51 – 65 años (**GRAFICO N° 1**).

2.



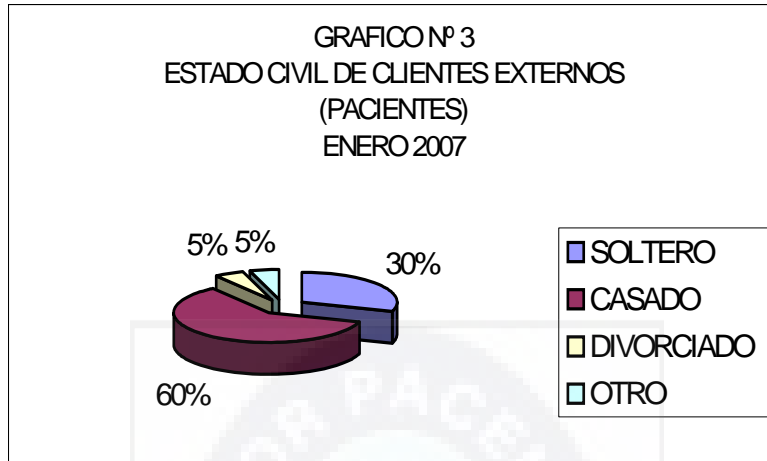
SEXO

El 55% de los encuestados esta representado por el sexo femenino y el 45% por el sexo masculino, evidenciándose, que la mayoría de pacientes que acuden al Instituto SELADIS esta constituido por mujeres (**GRAFICO Nº 2**).



3. ESTADO CIVIL

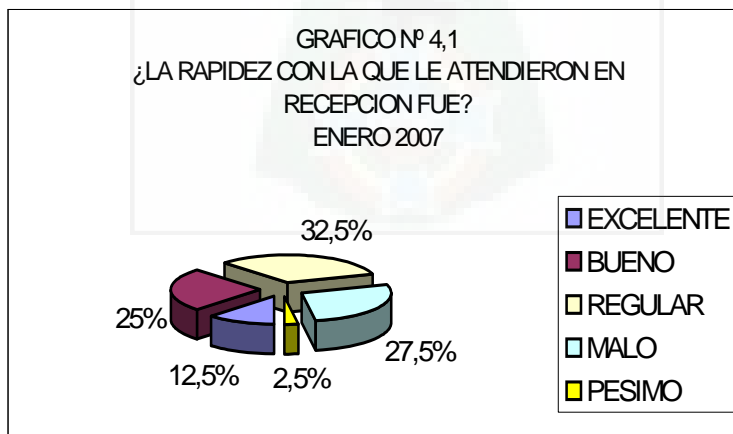
En la encuesta dirigida a los clientes externos (pacientes) el 30% esta constituido por personas solteras, el 60% de estos esta constituida por personas casadas, el 5% esta constituida por personas divorciadas y el 5% por personas que contestaron que poseen otro estado civil (**GRAFICO Nº 3**).



4. CALIFICACIÓN DEL PERSONAL DE RECEPCIÓN

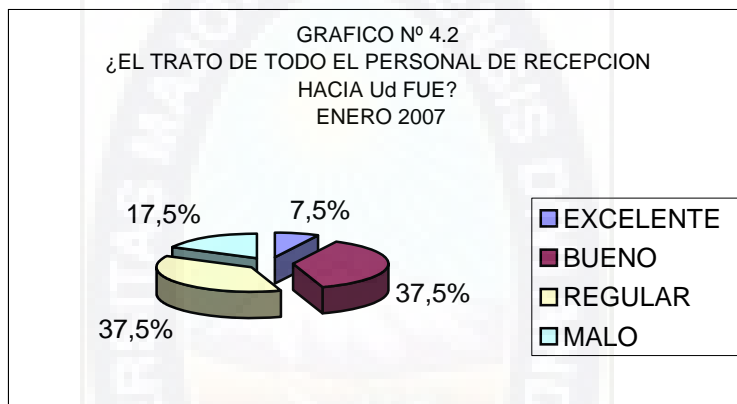
4.1 ¿ LA RÁPIDEZ CON LA QUE LE ATENDIERON EN RECEPCIÓN FUE?

Respecto a la rapidez de la atención en recepción del Instituto SELADIS, el 12,5% de los encuestados opino que fue excelente, el 25% que fue buena, el 32,5% que fue regular; el 27,5% que fue mala y el 2,5% respondió que fue pésima (GRAFICO Nº 4.1).



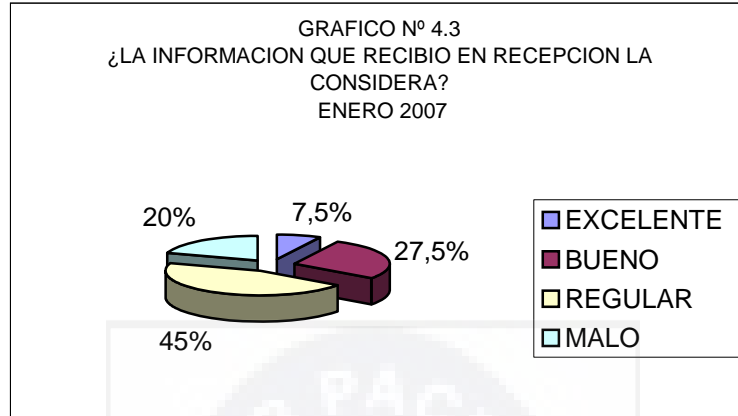
4.2 ¿EL TRATO DEL PERSONAL DE RECEPCIÓN HACIA Ud. FUE?

En cuanto al trato en recepción del instituto SELADIS; el 7,5% de pacientes encuestados respondió que fue excelente, el 37,5% indicó que fue bueno, el 37,5% que fue regular y el 17,5% que el trato fue malo (GRAFICO Nº 4.2).



4.3 ¿LA INFORMACIÓN QUE RECIBIO EN RECEPCIÓN LA CONSIDERA?

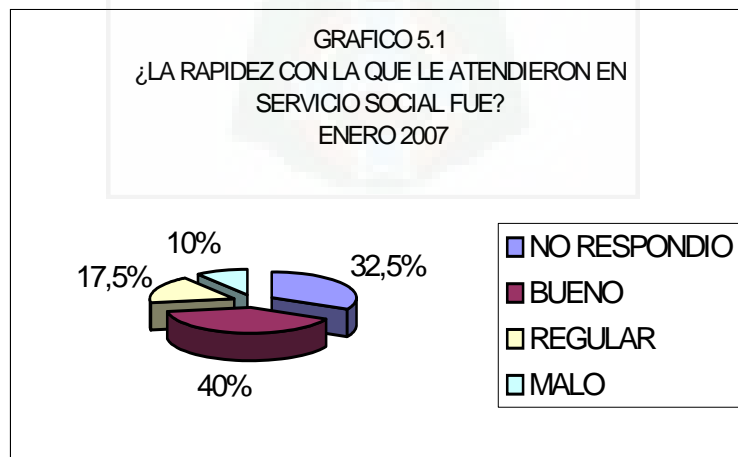
En cuanto a la percepción de la información recibida por los pacientes que acudieron al Instituto SELADIS; el 7,5% de los encuestados respondió que fue excelente, el 27,5% indicó que fue buena, el 45% que fue regular y el 20% que fue mala (GRAFICO Nº 4.3).



5. CALIFICACIÓN DEL PERSONAL DE SERVICIO SOCIAL

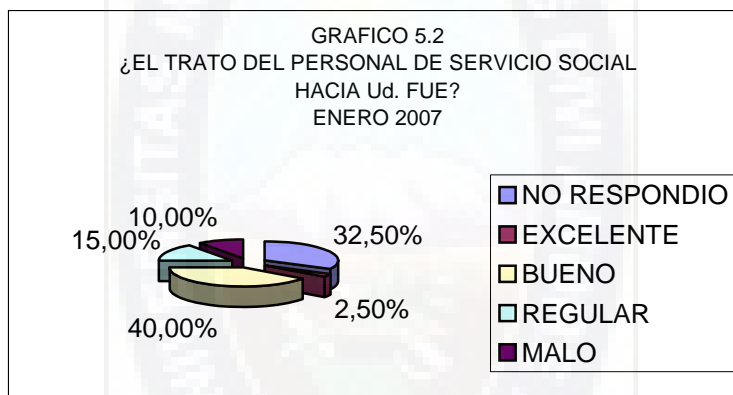
5.1 ¿LA RÁPIDEZ CON LA QUE LE ATENDIERON EN SERVICIO SOCIAL FUE?

El 32,5% de los pacientes encuestados que acudieron al Instituto SELADIS no respondió, porcentaje que coincide con las personas que no requirieron de Servicio Social; el 40% indicó que fue bueno, el 17,5% que fue regular y el 10% que fue malo (**GRAFICO Nº 5.1**).



5.2 ¿EL TRATO DEL PERSONAL DE SERVICIO SOCIAL HACIA Ud. FUE?

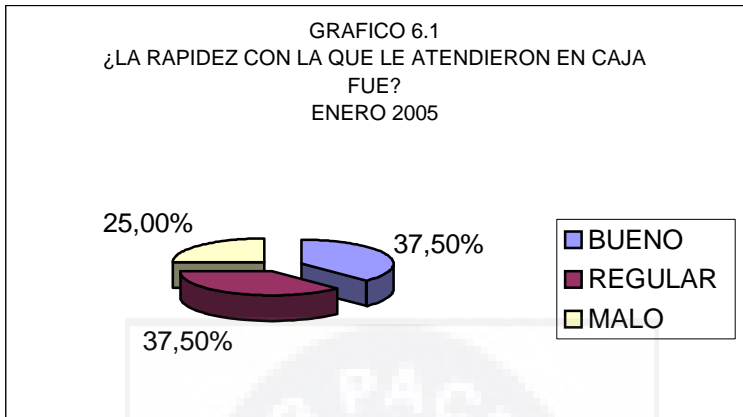
El 32,5% de los pacientes encuestados que acudieron al Instituto SELADIS no respondió, porcentaje que coincide con las personas que no requirieron de Servicio Social; el 2,5% indicó que fue excelente, el 40% que fue bueno, el 15% que fue regular y el 10% que fue malo (**GRAFICO Nº 5.2**).



6. CALIFICACIÓN DEL PERSONAL DE CAJA

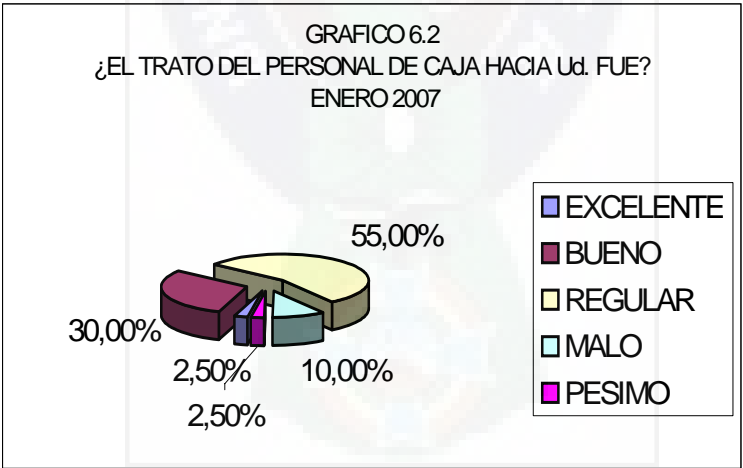
6.1 ¿LA RÁPIDEZ CON LA QUE LE ATENDIERON EN CAJA FUE?

De los encuestados que acudieron al Instituto SELADIS, el 37,5% respondió que fue bueno, el 37,5% indicó que fue regular y el 25% que fue malo (**GRAFICO Nº 6.1**).



6.2 ¿EL TRATO DEL PERSONAL DE CAJA HACIA Ud. FUE?

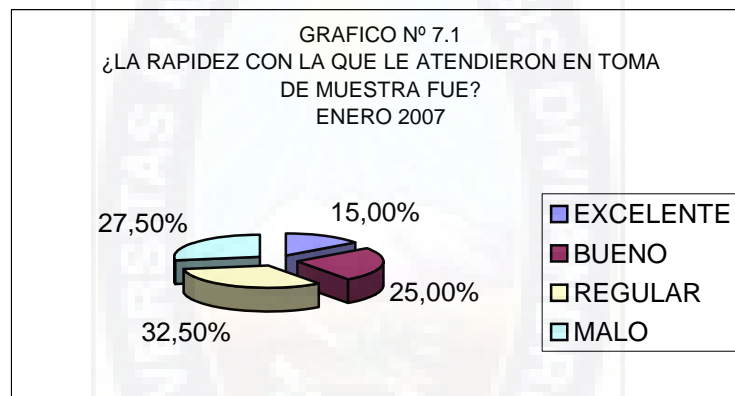
De los pacientes que fueron encuestados en el Instituto SELADIS, el 2,5% indico que fue excelente, el 30% respondió que fue bueno, el 55% que fue regular, el 10% que fue malo y el 2,5% que fue pésimo (GRAFICO Nº 6.2).



7. CALIFICACIÓN DEL PERSONAL DE TOMA DE MUESTRA

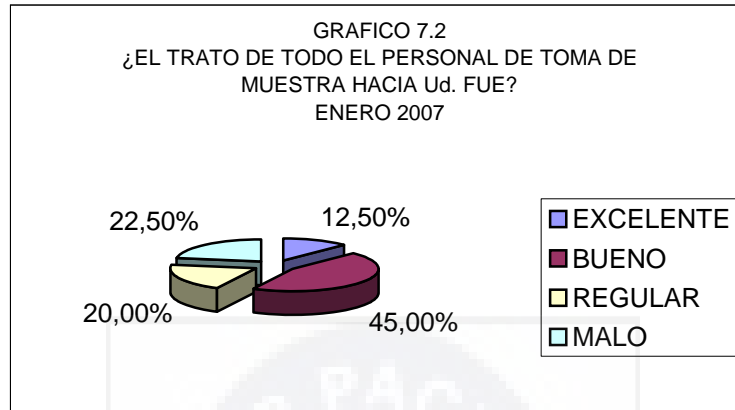
7.1 ¿LA RÁPIDEZ CON LA QUE LE ATENDIERON EN TOMA DE MUESTRA FUE?

El 15% de los pacientes encuestados en el SELADIS, respondió que la rapidez fue excelente, el 25% indicó que fue bueno, el 32,5% que fue regular y el 27,5% que fue malo (**GRAFICO Nº 7.1**).



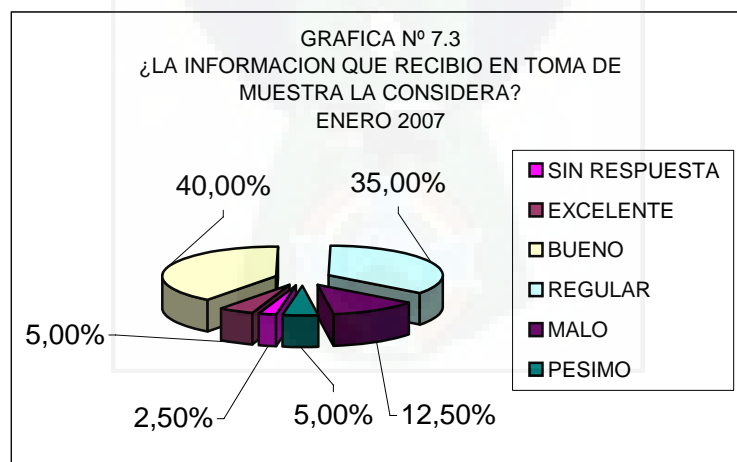
7.2 ¿EL TRATO DE TODO EL PERSONAL DE TOMA DE MUESTRA HACIA Ud. FUE?

Respecto a la percepción de los pacientes sobre el trato que recibieron por parte del personal de toma de muestra del Instituto SELADIS, el 12,5% afirma que es excelente; el 45% cree que es bueno, el 20% afirma que es regular, y el 22,5% que fue malo (**GRAFICO Nº 7.2**).



7.3 ¿LA INFORMACIÓN QUE RECIBIO EN TOMA DE MUESTRA LA CONSIDERA?

Con relación a la información ofrecida en el Instituto SELADIS, el 2,5% de los encuestados no respondió, el 5% cree que fue excelente, el 40% indica que fue bueno, el 35% afirma que fue regular, el 12,5% que fue malo y el 5% que fue pésimo (**GRAFICO Nº 7.3**).



7.4 ¿QUE OPINA RESPECTO A LA LIMPIEZA DE TOMA DE MUESTRA?

Con respecto a la limpieza de toma de muestra del Instituto SELADIS, el 12,5% de pacientes encuestados respondió que es excelente, el 50% opina que es buena, el 30% que es regular y el 7,5% cree que es mala (**GRAFICA N° 7.4**).



¿SUGERENCIAS PARA MEJORAR?

A continuación exponemos en la **TABLA N° 1**, las sugerencias de los clientes (pacientes) encuestados.

TABLA N° 1

SUGERENCIAS	Frecuencia	Porcentaje
SIN RESPUESTA	13	32,5
AMPLIAR A OTRO TIPO DE ANALISIS QUE ACTUALMENTE NO REALIZAN	1	2,5
CAMBIAR EL PERSONAL DE RECEPCION, PUESTO QUE TRATAN PESIMAMENTE A LAS PERSONAS Y NO TIENEN BUEN HUMOR	1	2,5

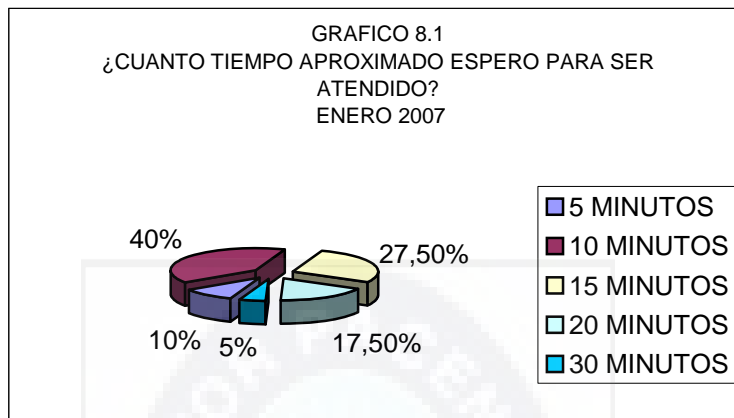
CAMBIAR LAS PERSONAS QUE ATIENDEN LA RECEPCION, PUESTO QUE NO SABEN TRATAR A LAS PERSONAS TIENEN MAL HUMOR	1	2,5
CONTRATAR PERSONAL QUE SEPA SALUDAR Y TRATE BIEN A LOS PACIENTES	1	2,5
EL COSTO DEL INSTITUTO DE LABORATORIO (UMSA) QUE TENGA DESCUENTO PARA LOS UNIVERSITARIOS	1	2,5
EVITAR EL OLOR A LAVANDINA, MEJORAR LA VENTILACION EN RECEPCION	1	2,5
FALTA DE EXPERIENCIA EN LA TOMA DE MUESTRA	1	2,5
LOS GUARDAPOLVOS DE LOS TRABAJADORES NO ESTAN NITIDOS NI LIMPIOS, POR LO CUAL SE DEBERIA MEJORAR LA LIMPIEZA	1	2,5
LOS MANDILES DE LOS QUE TOMAN MUESTRAS DEBERIAN ESTAR LIMPIOS	1	2,5
MAYOR COMUNICACION CON EL PACIENTE	1	2,5
MEJORAR LA ATENCION Y QUE SEA MAS RAPIDA	1	2,5
MEJORAR LA PRESENCIA DEL PERSONAL DE RECEPCION PUESTO QUE NO TRATAN BIEN A LAS PERSONAS Y MUCHOS DEJAN DE SALUDAR O ESTAN DE MAL HUMOR	1	2,5
NO DEJAR QUE LOS INTERNOS TOMEN MUESTRAS, A MÍ ME PINCHARON 3 VECES	1	2,5
NO PRIORIZAN A LA GENTE DE EDAD	1	2,5
NO TODO ESTA MUY BIEN	1	2,5
PONGAN ORDEN EN LA ENTREGA DE RESULTADOS	1	2,5
QUE CONTRATEN PERSONAL COMPETENTE YA QUE ME PINCHARON 2 VECES	1	2,5
QUE MAS PERSONAS ATIENDAN EN CAJA Y RECEPCION, PARA UNA MEJOR ATENCION	1	2,5
QUE SE DE MAS INFORMACION SOBRE LOS ANALISIS DE CUALQUIER MUESTRA QUE FUERA, PARA CONOCIMIENTO EL PACIENTE	1	2,5

QUE SE MEJORE EN TODOS LOS ASPECTOS	1	2,5
QUE TENGAN UN MEJOR TRATO DE PARTE DEL CAJERO POR LOS CAMBIOS EN MONEDA NACIONAL	1	2,5
SE NECESITA MAS PERSONAL PARA LA ATENCION EN RECEPCION	1	2,5
SER MAS AMABLES CON LOS PACIENTES QUE VIENEN A UN EXAMEN O PREGUNTAN LOS PRECIOS	1	2,5
TARDAN DEMASIADO EN ENTREGAR LOS RESULTADOS	1	2,5
TARDAN DEMASIADO TIEMPO EN ATENDER EN LA CAJA Y TOMA DE MUESTRA	1	2,5
TOMAR EN CUENTA UNA SALA ACONDICIONADA PARA LA ATENCION DE MUESTRAS A BEBES Y NIÑOS	1	2,5
UNA MAYOR ATENCION A LAS FAMILIAS DE BAJOS RECURSOS O A LOS QUE VIENEN DE BARRIOS PERIFERICOS	1	2,5
Total	40	100

8. ATENCIÓN

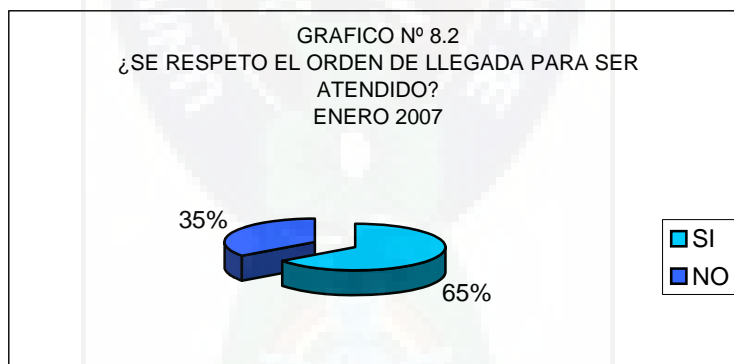
8.1 ¿CUANTO TIEMPO ESPERO APROXIMADAMENTE PARA SER ATENDIDO?

Con relación al tiempo de espera de los pacientes que acudieron al Instituto SELADIS, el 10% afirma que espero 5 minutos, el 40% indica que espero 10 minutos, el 27,5% que espero 15 minutos, el 17,5% espero 20 minutos y el 5% espero 30 minutos (**GRAFICO N° 8.1**).



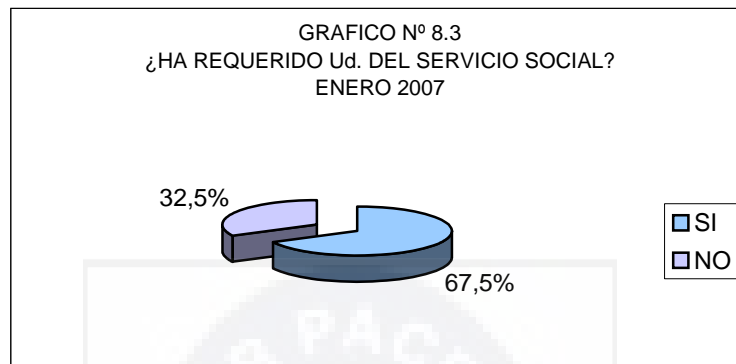
8.2 ¿SE RESPETO EL ORDEN DE LLEGADA PARA SER ATENDIDO?

El 65% de los encuestados en el Instituto SELADIS, afirma que SI se respeto el orden de llegada y el 35% indica que NO (**GRAFICO N° 8.2**).



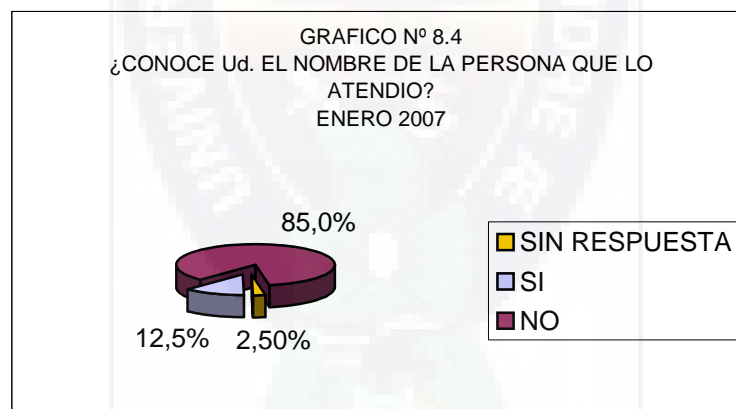
8.3 ¿HA REQUERIDO Ud. DEL SERVICIO SOCIAL?

El 67,5% de los pacientes que acudieron al Instituto SELADIS, respondió que SI y el 32,5% indica que NO (**GRAFICO N° 8.3**).



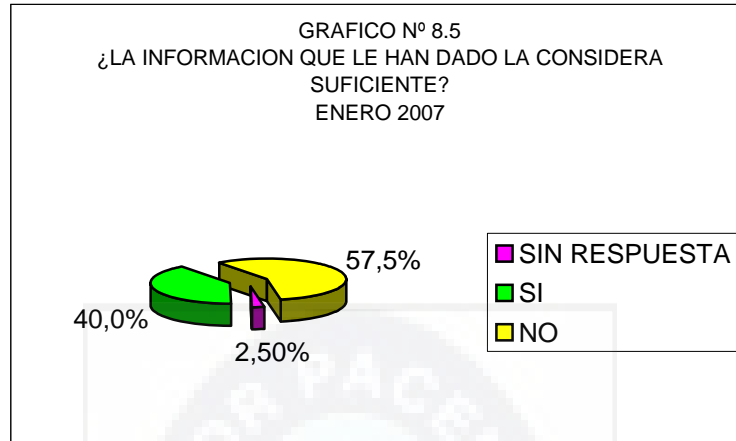
8.4 ¿CONOCE Ud. EL NOMBRE DE LA PERSONA QUE LE ATENDIO?

El 2,5% de los encuestados en el Instituto SELADIS, no respondió, el 12,5% que SI conoce el nombre de la persona que lo atendió y el 85% que NO (GRAFICO Nº 8.4).



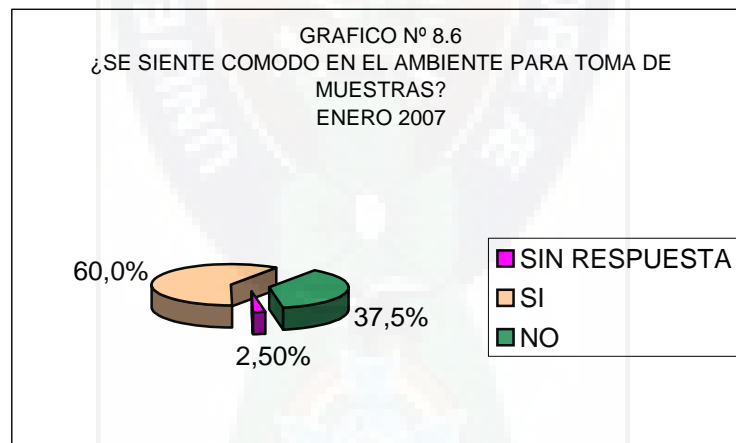
8.5 ¿LA INFORMACIÓN QUE RECIBIO LA CONSIDERA SUFICIENTE?

Respecto a la información el 2,5% de los encuestados no respondió, el 40% indico que SI y el 57,5% refirió que NO (GRAFICO Nº 8.5).



8.6 ¿SE SIENTE COMODO EN EL AMBIENTE PARA TOMA DE MUESTRAS?

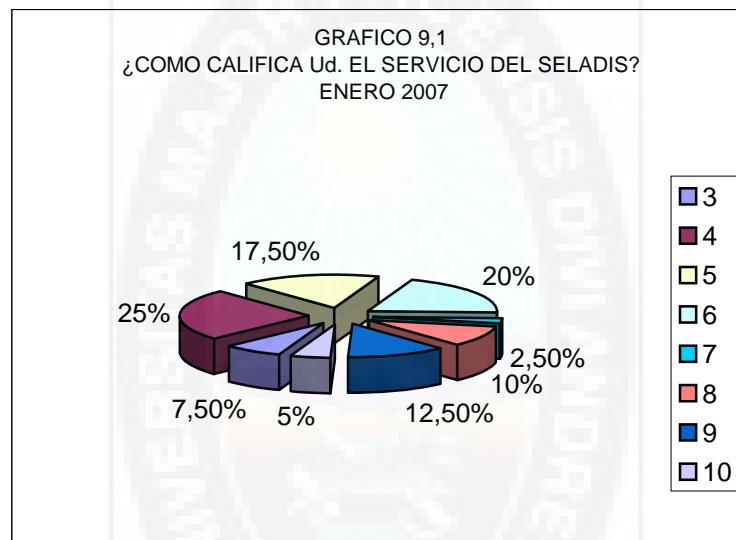
El 2,5% de los encuestados no respondió, el 60% opino que SI se siente cómodo y el 37,5% que NO (**GRAFICO Nº 8.6**).



9. CALIFICACIÓN GENERAL

9.1 ¿CÓMO CALIFICA Ud. EL SERVICIO DEL SELADIS?

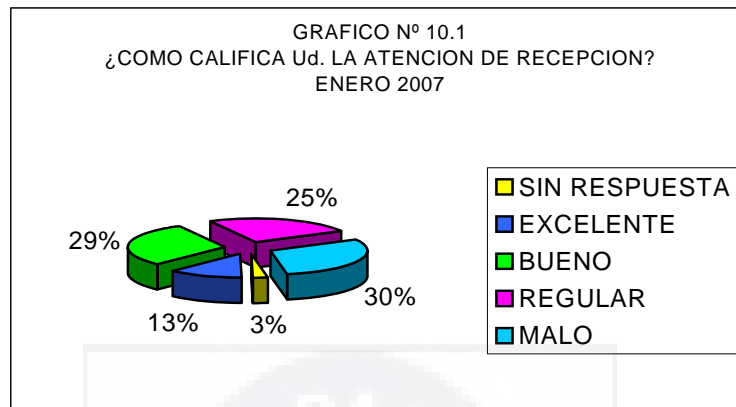
El 7,5% de los pacientes le dieron una calificación de 3, el 25% una calificación de 4, el 17,5% una calificación de 5, el 20% de 6, el 2,5% de 7, el 10% de 8, el 12,5% de 9 y el 5% de 10 **(GRAFICO Nº 9.1)**.



10. CALIFICACIÓN ATENCIÓN DE RECEPCIÓN

10.1 ¿CÓMO CALIFICA Ud. LA ATENCIÓN DE RECEPCIÓN?

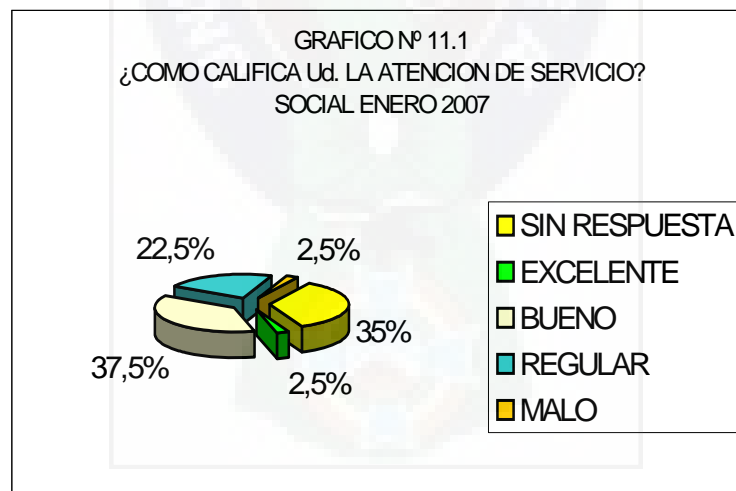
El 2,5% de los pacientes encuestados no respondió, el 12,5% indicó que la atención es excelente, el 30% que es buena, el 25% afirma que es regular y el 30% cree que la atención es mala **(GRAFICO Nº 10.1)**.



11. CALIFICACIÓN ATENCIÓN SERVICIO SOCIAL

11.1 ¿CÓMO CALIFICA Ud. LA ATENCIÓN DE SERVICIO SOCIAL?

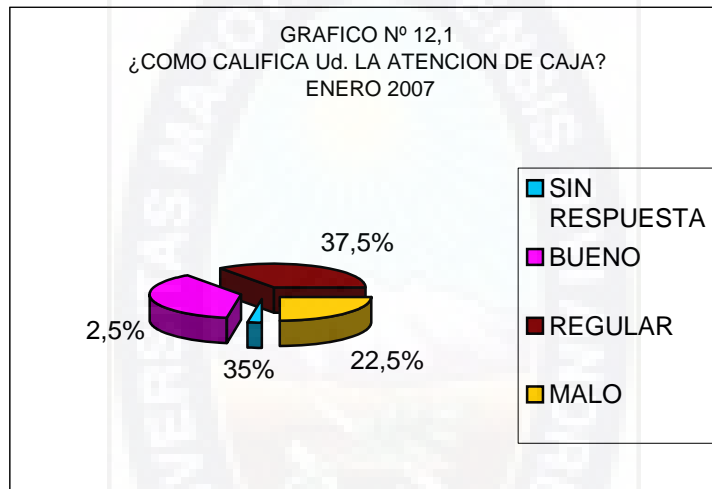
Respecto a la atención de Servicio Social, el 35% de los encuestados no respondió, el 2,5% afirmó que fue excelente, el 37,5% cree que es bueno, el 22,5% que es regular y el 2,5% que es malo (**GRAFICO Nº 11.1**).



12. CALIFICACIÓN ATENCIÓN CAJA

12.1 ¿CÓMO CALIFICA Ud. LA ATENCIÓN DE CAJA?

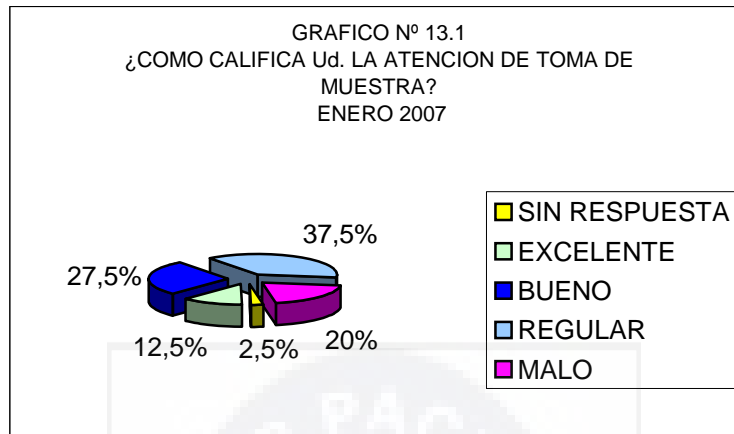
El 2,5% de los pacientes encuestados no respondió, el 37,5% afirma que la atención es buena, el 35% cree que es regular y el 25% que es mala **(GRAFICO Nº 12.1)**.



13. CALIFICACIÓN ATENCIÓN TOMA DE MUESTRA

13.1 ¿CÓMO CALIFICA Ud. LA ATENCIÓN DE TOMA DE MUESTRA?

Un 2,5% de los pacientes no respondió, el 12,5 cree que la atención es excelente, el 27,5% afirma que es buena, el 37,5% indica que es regular y el 20% que es mala **(GRAFICO Nº 13.1)**.



14. RESULTADOS

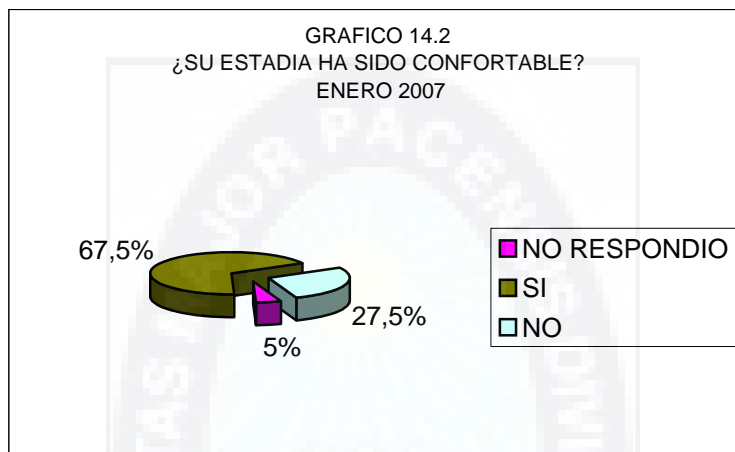
14.1 ¿LE ENTREGARON PUNTUALMENTE SUS RESULTADOS?

El 5% de los pacientes encuestados que acudieron al Instituto SELADIS, no respondió, el 60% afirmó que SI y el 35% indicó que NO (GRAFICO Nº 14.1).



14.2 ¿SU ESTADÍA HA SIDO CONFORTABLE?

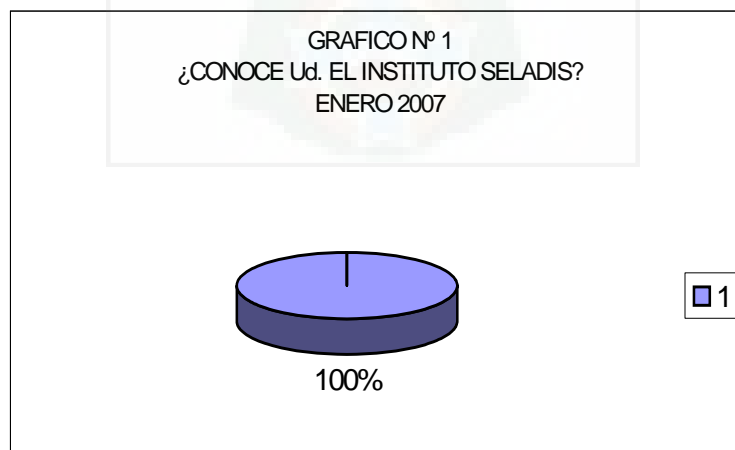
El 5% de los encuestados no respondió, el 67,5% afirmó que SI se siente cómodo y el 27,5% opino que NO (**GRAFICO Nº 14.2**).



B. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES EXTERNOS (MÉDICOS) DEL INSTITUTO SELADIS

1. ¿CONOCE Ud. EL INSTITUTO SELADIS?

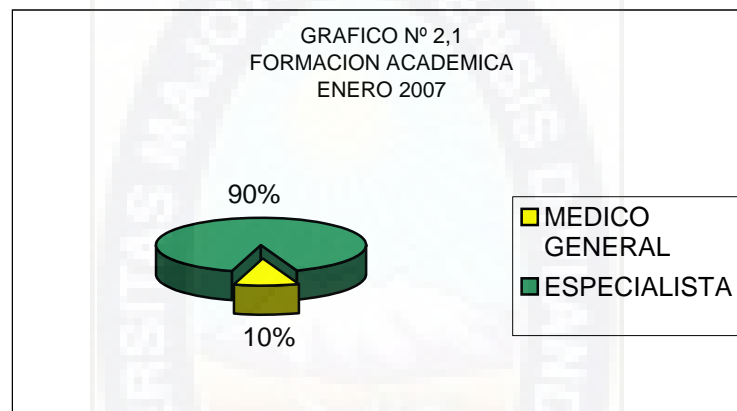
El 100% de los médicos encuestados afirmó que SI conoce el Instituto SELADIS (**GRAFICO Nº 1**).



2. ¿FORMACIÓN ACADÉMICA?

2.1 FORMACIÓN ACADÉMICA (MÉDICO GENERAL – ESPECIALISTA)

El 10% de los médicos que requieren los servicios del Instituto SELADIS, tienen una formación de Médico General y el 90% una Especialidad (**GRAFICO Nº 2.1**).



2.2 FORMACIÓN ACADÉMICA (MÉDICO GENERAL – ESPECIALIDAD)

A continuación se expone en la **TABLA Nº 2**, la formación académica y/o especialidad de los médicos encuestados que requieren los servicios del Instituto SELADIS.

TABLA Nº 2

	Frecuencia	Porcentaje
CARDIOLOGIA	3	7,5
CIRUGIA	5	12,5
CIRUJANO PEDIATRA	2	5,0
ENDOCRINOLOGIA	1	2,5
GINECOLOGIA	5	12,5
GINECOOBSTETRICIA	1	2,5
MEDICINA INTERNA	4	10,0
MEDICO GENERAL	4	10,0
NEFROLOGIA	1	2,5
NEUMOLOGIA	3	7,5

NEUROCIRUGIA	1	2,5
ONCOLOGIA	1	2,5
OTORRINOLARINGOLOGIA	1	2,5
PEDIATRIA	7	17,5
TRAUMATOLOGIA	1	2,5
Total	40	100,0

3. LUGAR DE TRABAJO

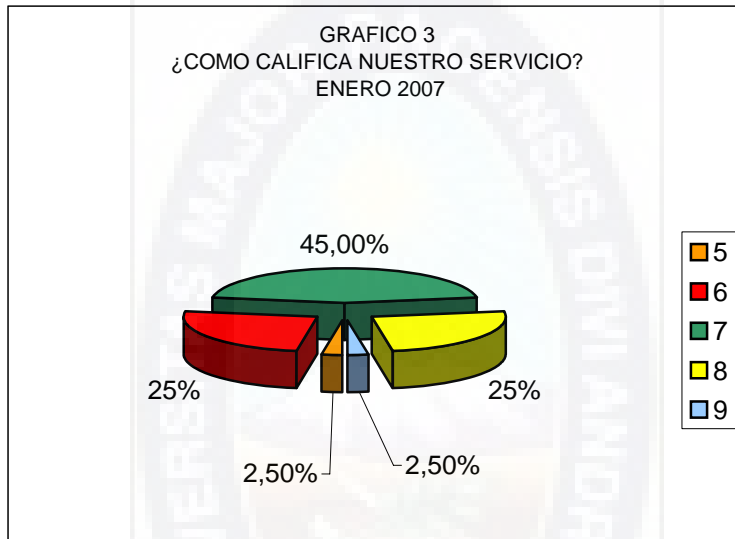
A continuación exponemos en la **TABLA Nº 3**, el lugar de trabajo de los médicos encuestados que utilizan los servicios del Instituto SELADIS.

TABLA Nº 3

	Frecuencia	Porcentaje
HOSPITAL DE CLINICAS	13	32,5
HOSPITAL DE LA MUJER	5	12,5
HOSPITAL DEL NIÑO	5	12,5
HOSPITAL DEL TORAX	4	10,0
HOSPITAL MATERNO INFANTIL	4	10,0
HOSPITAL OBRERO	4	10,0
IGBJ	2	5,0
PARTICULAR	1	2,5
POLICLINICO 9 DE ABRIL	1	2,5
SEGURO SOCIAL UNIVERSITARIO	1	2,5
Total	40	100,0

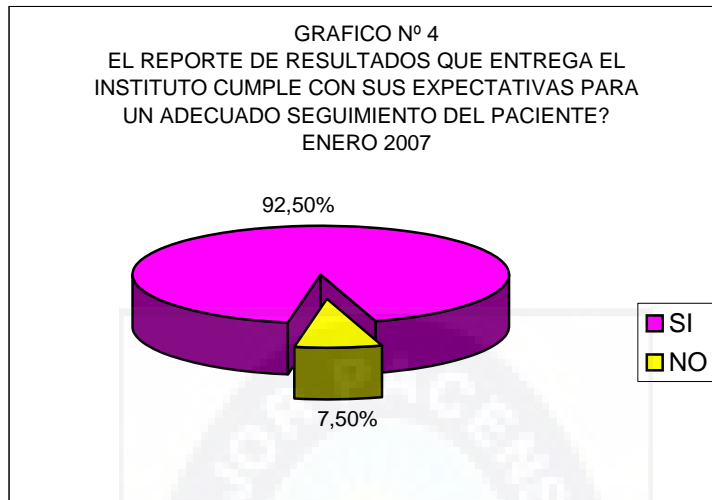
4. ¿CÓMO CALIFICARIA Ud. NUESTRO SERVICIO?

Un 2,5% de los médicos encuestados calificaron con 5 al servicio del Instituto SELADIS, el 25% evaluaron con 6, el 45% con 7, el 25% con 8 y el 2,5% con 9 (**GRAFICO N° 3**).



5. ¿EL REPORTE DE RESULTADOS QUE ENTREGA EL INSTITUTO CUMPLE CON SUS EXPECTATIVAS PARA UN ADECUADO SEGUIMIENTO AL PACIENTE?

El 92,5% de los médicos que utilizan los servicios del Instituto SELADIS, opina que los resultados SI cumplen con sus expectativas y el 7,5% afirma que NO (**GRAFICO N° 4**).



¿POR QUÉ?

A continuación exponemos en la **TABLA Nº 4**, el porque los resultados que entrega el Instituto SELADIS, cumple con las expectativas de los facultativos médicos para un adecuado seguimiento de los pacientes.

TABLA Nº 4

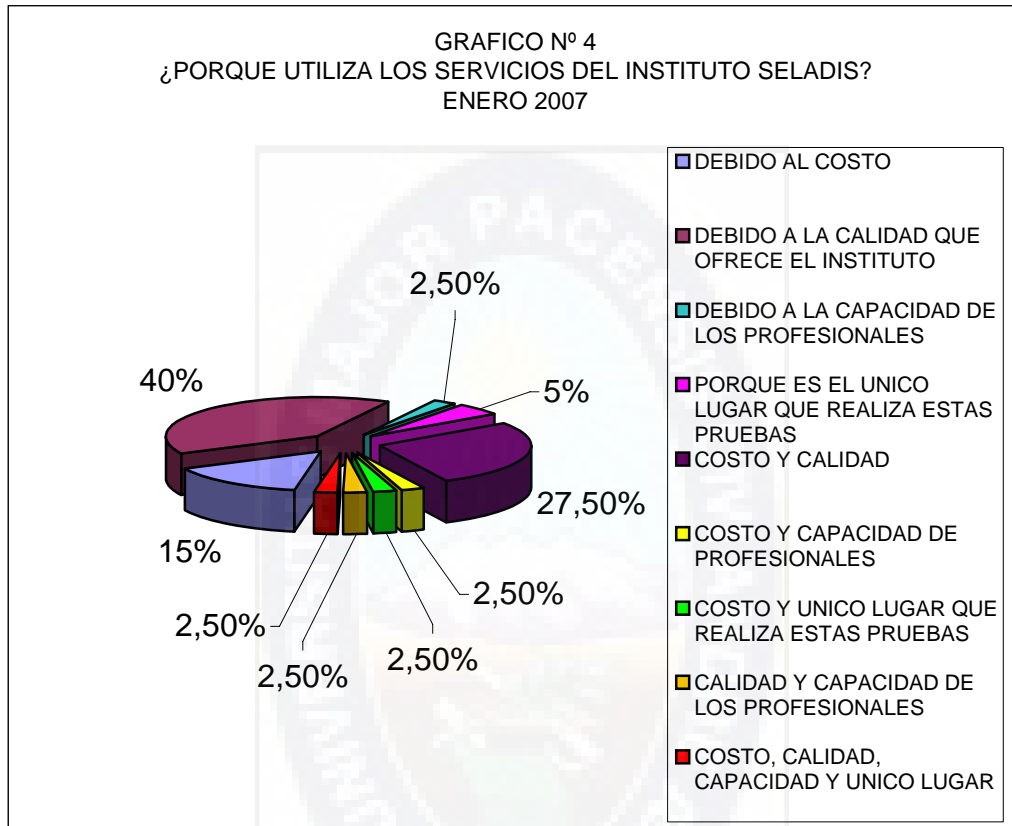
	Frecuencia	Porcentaje
SIN RESPUESTA	2	5,0
BUENA RELACION ENTRE LA CLINICA Y LOS RESULTADOS	1	2,5
CALIDAD	1	2,5
CALIDAD E INTERPRETACION DE RESULTADOS	1	2,5
CONCORDANCIA	2	5,0
CONCORDANCIA DE CLINICA Y LABORATORIO	1	2,5
CONCORDANCIA DE LA CLINICA Y EL LABORATORIO	1	2,5
CONCUERDA CON LA CLINICA DEL PACIENTE	1	2,5
CONFIABILIDAD	1	2,5
CONFIABILIDAD Y CONCORDANCIA	1	2,5
CONFIABLES	2	5,0
CONFIRMADOS Y CONFIABLES	1	2,5
EL REPORTE ES COMPLETO	1	2,5
ES CONFIABLE	2	5,0
ES CONFIABLE PERO TARDAN EN ENTREGAR EL RESULTADO	1	2,5
HAY ORGANIZACION	1	2,5
HAY RELACION CLINICO LABORATORIAL	1	2,5

HAY UN BUEN INFORME DETALLADO EN EL REPORTE	1	2,5
INFORMACION CORRECTA	1	2,5
INTERPRETACION	1	2,5
LAS PRUEBAS C3 Y C4 TARDAN MUCHO	1	2,5
LAS PRUEBAS INMUNOLOGICAS TARDAN DEMASIADO	1	2,5
NO SON RESULTADOS ESTANDARIZADOS E INTERPRETACION	1	2,5
PARECE SER CONFIABLE	1	2,5
PLAUSABILIDAD	1	2,5
POR LA CONCORDANCIA	1	2,5
POR QUE SON CONFIABLES	1	2,5
PORQUE LA ENTREGA DE LOS REPORTES DEMORA	1	2,5
RESULTADOS ACORDES A LA CLINICA DEL PACIENTE	1	2,5
RESULTADOS CON INTERRELACION CLINICA	1	2,5
RESULTADOS CONFIABLES	1	2,5
SON COHERENTES CON LA CLINICA DEL PACIENTE	1	2,5
SON CONCORDANTES	1	2,5
SON CONFIABLES	1	2,5
SON CONFIABLES Y TIENEN UN BUEN REPORTE	1	2,5
TARDAN EN ENTREGAR LOS RESULTADOS	1	2,5
Total	40	100,0

6. ¿POR QUÉ UTILIZA LOS SERVICIOS DEL INSTITUTO SELADIS?

Con relación a porque los médicos utilizan los servicios del Instituto SELADIS, el 15% opino que se debe al costo, el 40% por la calidad que ofrece el instituto, el 2,5% debido a la capacidad de los profesionales, el 5% por que es el único lugar que realiza estas pruebas, el 27,5% debido al costo y la calidad, el 2,5% afirmo que se debe al costo y la capacidad de los profesionales, el 2,5% debido al costo y porque es el único lugar que realiza estas pruebas, el 2,5% debido a la calidad y capacidad de los profesionales y el 2,5% debido al costo, la calidad, la capacidad de los

profesionales y porque es el único lugar que realiza estas pruebas
(GRAFICO Nº 4).



VII. CONCLUSIONES

A. CONCLUSIONES CLIENTE EXTERNO (PACIENTE)

De acuerdo al análisis realizado, para medir el grado de satisfacción de los clientes externos (pacientes), podemos colegir lo siguiente:

- En lo concerniente a los clientes externos (pacientes) se observa que un 37,5% esta comprendido entre las edades de 26 a 40 años, un 32,5% de 41 a 50 años, un 20% de 18 a 25 años y un 10% de 51 a 60 años.
- En lo referente a la variable sexo un 55% de los pacientes son mujeres y un 45% varones.
- En cuanto al estado civil el 60% son personas casadas, el 30% solteros, el 5% divorciados y el 5% poseen otro estado civil.
- Con relación a la rapidez en la atención en recepción, el 32,5% opino que es regular, el 27,5% malo, el 25% bueno, el 12,5% excelente y 2,5% pésimo; lo que significa que el 62,5% de los pacientes no están satisfechos con la rapidez de la atención de recepción.
- Acerca del trato recibido en recepción, el 37,5% afirma que es bueno, el 37,5% que es regular, el 17,5% que es malo y el 7,5% que es excelente; lo cual indica que el 55% de los pacientes no recibieron un trato adecuado y acorde a sus necesidades.
- En lo referente a la información recibida en recepción, el 45% indica que es regular, el 27,5% que es buena, el 20% que es mala y el 7,5% que es

excelente; lo cual nos refiere que el 65% de los pacientes encuestados desearían una información más amplia.

- Con relación a la rapidez de la atención en Servicio Social, el 40% de los encuestados opina que es buena, el 17,5% que es regular y el 10% que es mala; lo que significa que los pacientes se encuentran relativamente satisfechos con la rapidez de la atención en Servicio Social.
- En lo concerniente acerca del trato en Servicio Social, el 40% afirma que es bueno, el 15% regular, 10% malo y 2,5% excelente; lo cual nos indica que los pacientes reciben un buen trato en Servicio Social.
- Acerca de la rapidez en la atención de Caja, el 37,5% de los encuestados indica que es regular, el 37,5% que es bueno y el 25% malo; lo que significa que el 62,5% de los pacientes no se encuentran contentos con la rapidez en la atención.
- En cuanto al trato del personal de caja, el 55% de los pacientes opina que es regular, el 30% bueno, el 10% malo, 2,5% pésimo y el 2,5% excelente; lo que nos indica que el 67,5% de los encuestados no recibieron un trato adecuado que este acorde con sus expectativas.
- En lo referente a la rapidez de la atención en Toma de Muestra, el 32,5% de los encuestados indico que es regular, el 27,5% malo, el 25% bueno y el 15% excelente; lo que significa que el 60% de los pacientes no fueron atendidos con la rapidez que esperaban.
- En lo concerniente al trato del personal en Toma de muestra, el 45% afirma que es bueno, el 22,5% que es malo, el 20% que es regular y el

12,5% que es excelente, lo que indica que el 57.5% de los pacientes se encuentra satisfecho.

- Acerca de la información recibida en Toma de Muestra, el 40% de los encuestados opina que es buena, el 35% regular, el 12,5% malo, el 5% pésimo y el 2,5% excelente; lo que significa que el 52,5% prefería una información más explícita.
- En relación con la limpieza de Toma de Muestra, el 50% de los pacientes afirma que es buena, el 30% regular, el 12,5% excelente y el 7,5% malo; lo que nos refiere que el 62,5% de los encuestados encuentra satisfactoria la limpieza.
- De las sugerencias expresadas por los pacientes se debe mencionar: Cambiar el personal de recepción puesto que tratan pésimamente a las personas y no tienen buen humor, Contratar personal que sepa saludar y trate bien a los pacientes, El costo del instituto de laboratorio (UMSA) debería tener descuento para los universitarios, Los mandiles de las personas que toman muestras deberían estar limpios, Mayor comunicación con el paciente, Mejorar la atención y que sea mas rápida, No priorizan a la gente de edad, Pongan orden en la entrega de resultados, Que mas personas atiendan en caja y recepción para una mejor atención, Que se de mas información sobre los análisis de cualquier muestra que fuera para conocimiento del paciente, Ser mas amables con los pacientes que vienen a un examen o preguntan los precios, Se necesita mas personal para la atención en recepción, Tardan demasiado

en entregar los resultados, Tardan demasiado tiempo en atender en la caja y toma de muestra, Tomar en cuenta una sala acondicionada para la atención de muestras a bebés y niños, Una mayor atención a las familias de bajos recursos o a los que vienen de barrios periféricos.

- En referencia al tiempo de espera para ser atendido, el 40% de los encuestados indica que espero 10 minutos, el 27,5% 15 minutos, el 17,5% 20 minutos, el 10% 5 minutos y el 5% 30 minutos; lo que nos indica que un 50% espero entre 5 a 10 minutos y el otro 50% espero entre 15 y 30 minutos.
- Con relación a sí se respeto o no el orden de llegada, el 65% opino que sí y el 35% que no.
- Respecto a sí los pacientes requirieron de Servicio Social, el 67,5% afirmo que sí y el 32,5% que no.
- En lo referente a sí los pacientes conocían el nombre de la persona que los atendió, el 85% indico que no y el 12,5% que si, por lo cual se observa la no utilización de una identificación del personal.
- En lo concerniente a sí la información recibida es suficiente, el 57,5% opina que no y el 40% afirma que si, lo que indica que los pacientes consideran insuficiente la información recibida.
- En referencia a sí los pacientes se sienten cómodos en el ambiente para toma de muestra, el 60% afirmo que si y el 37,5% indico que no.
- Es un hecho sobresaliente que el 25% de los encuestados le dan una calificación general al Instituto SELADIS de cuatro dentro de la escala del

1 al 10, el 20% le da una calificación de seis, el 17,5% de cinco, el 12,5% de nueve, el 10% de ocho, el 7,5% de tres, el 5% de diez y el 2,5% de siete, lo que significa que el 50% de los pacientes se encuentra satisfecho con el servicio brindado y el otro 50% que no está conforme con el servicio.

- La calificación de la atención en recepción indica que, el 30% de los encuestados opina que es buena, el 30% que es mala, el 25% que es regular y el 12,5% que es excelente, por lo que inferimos que el 55% de los pacientes no está satisfecho con la atención.
- La calificación sobre la atención en Servicio social indica que, el 37,5% de los pacientes afirma que es buena, el 22,5% regular, el 2,5% que es excelente y el 2,5% que es mala, lo que significa que el 40% de los encuestados están satisfechos con la atención recibida.
- La calificación de la atención de caja refiere que, el 37,5% de los encuestados opina que es buena, el 35% que es regular y el 25% que es mala, lo que nos indica que el 60% de los pacientes no fueron atendidos acorde con sus expectativas.
- La calificación de la atención de Toma de Muestra indica que, el 37,5% de los pacientes encuestados afirma que es regular, el 27,5% que es buena, el 20% que es mala y el 12,5% que es excelente, lo que significa que el 57,5% de los pacientes no están satisfechos con dicha atención.
- En relación con la entrega de resultados, el 60% de los pacientes afirma que se les entregó los resultados puntualmente y el 35% que no.

- Respecto a si la estadía de los pacientes ha sido confortable, el 67,5% indica que si y el 27,5% opina que no.

B. CONCLUSIONES CLIENTE EXTERNO (MÉDICO)

De acuerdo al análisis realizado, para medir el grado de satisfacción de los clientes externos (médicos), podemos colegir lo siguiente:

- Con relación a si los profesionales médicos conocían el Instituto SELADIS, el 100% respondió que sí.
- Con respecto a la formación académica, el 90% de los galenos indico que son especialistas y el 10% son médicos generales.
- En cuanto a la calificación del servicio por parte de los clientes médicos, el 45% le da una calificación de siete dentro de la escala del 1 al 10, el 25% le da una calificación de seis, el 25% una calificación de ocho, el 2,5% una calificación de cinco y el 2,5% una calificación de nueve; lo que significa que un 97,5% de los médicos encuestados se encuentra satisfecho con el servicio recibido.
- Con relación a si el reporte de resultados que entrega el Instituto cumple con las expectativas de los facultativos médicos para un adecuado seguimiento del paciente, el 92,5% afirma que si y el 7,5% indica que no; por lo que podemos inferir que los resultados cumplen con las expectativas del cliente médico.
- En relación con él porque los resultados cumplen con las expectativas de los encuestados podemos mencionar los mas sobresalientes:
 1. Buena relación entre la clínica y los resultados.

2. Calidad e interpretación de resultados.
 3. Confiabilidad y concordancia.
 4. Informe detallado en el reporte.
 5. Concordancia con la clínica del paciente.
- En relación con él porque los resultados no cumplen con las expectativas de los encuestados podemos mencionar:
 - 2) Las pruebas inmunológicas tardan mucho.
 - 3) Tardanza en la entrega de resultados.
 - Acerca de porque el cliente medico utiliza los servicios del Instituto SELADIS, el 40% respondió que es debido a la calidad, el 27,5% debido al costo y a la calidad, el 15% debido al costo, el 5% porque es el único lugar que realiza estas pruebas, el 2,5% debido a la capacidad de los profesionales, el 2,5% por el costo y capacidad de los profesionales, el 2,5% por el costo y porque es el único lugar que realiza estas pruebas, el 2,5% debido a la calidad y capacidad de los profesionales y el 2,5% debido al costo, calidad, capacidad de los profesionales y porque es el único lugar que realiza estas pruebas; lo que significa que el 67,5% utiliza los servicios del SELADIS debido al costo y a la calidad que ofrece el Instituto.

C. SUGERENCIAS

Las siguientes sugerencias permitirán contar con una herramienta de mejora continua de calidad, estando sujetas a consideración de las autoridades del SELADIS.

Después del análisis y conclusiones establecidas se sugiere:

1. EVALUACION DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE EXTERNO PACIENTE

- La elaboración de un manual de atención al cliente.
- Instituir e implementar un sistema de análisis de datos obtenidos de forma sistemática de las encuestas de opinión, quejas y sugerencias de los clientes.
- Implementar y controlar el uso de la identificación de todo el personal que desempeña funciones en el Instituto SELADIS.
- Implantar e implementar un proceso normalizado para la atención correlativa del cliente.
- Diseñar e instaurar un proceso sistematizado para la entrega de resultados.
- La construcción de una infraestructura física adecuada para la toma de muestras a neonatos y niños.

2. EVALUACION DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE EXTERNO MÉDICO

- Implementar un sistema organizativo para la realización de pruebas inmunológicas.

- Realizar o elaborar un plan de mercadeo dirigido al profesional médico con el fin de captar un mayor numero de galenos que se beneficien de las pruebas realizadas por el Instituto SELADIS.
- Realizar campañas publicitarias en los diferentes centros hospitalarios de nuestro medio con el fin de demostrar la calidad, tipo de trabajo realizado por el Instituto y promocionar las diferentes pruebas ofertadas por este.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

1. **CLAROS B. J., CARVAJAL S. R.**, Memoria 1992 – 1997, Cinco años de una nueva experiencia académica. Editorial Punto Cero. 1998.
2. **HOPKINS J.**, El Mejoramiento de la Calidad. University School of Public Health. Maryland USA. Vol. XXVI. N° 3. 1999.
3. **CHARLES P. S.**, Lineamientos para la Encuesta de Satisfacción del Cliente. Universidad de Carnegie Mellon. Vol VIII. N° 2. 2000.
4. **GILMORE C.M.**, De Moraes Novaes H. Manual de Gerencia de Calidad. Serie HSP-UNI/Manuales Operativos. OPS. Washington DC. Paltex. Vol. III. N° 9. 1996.
5. **LLEDO R.**, et al. Importancia de las encuestas de opinión a los usuarios del hospital sobre la calidad asistencial. Todo Hospital 87 de junio 1992. pp.9-11.
6. **MUNCH L., ANGELES E.** Métodos y técnicas de Investigación para administración e ingeniería. 2ª ed. Editorial. TRILLAS. México.1990. pp. 102.
7. **WELLINGTON P.** Como brindar un servicio integral al cliente, Ed.McGraw Hill. Trad. Esp.: Garcia A. Ed. Impreandes Presencia. S.A. Colombia. 1998.

8. **RENDON P.J.**, Vigilancia del Sistema de Calidad: Evaluación del Grado de Satisfacción del Cliente del Banco de Sangre de Referencia Departamental de La Paz. UMSA. 2003. Pp. 13, 14.
9. OMACHONU V., Principios de Calidad Total. Mexico. Editorial Diana. 1998.
10. HAIS B., Como Medir La Satisfacción del Cliente. Ediciones 2002.
11. STONER F., Administración. Mexico. Editorial Prentise Hall.1999.
12. AENOR, Gestión de la Satisfacción del Cliente. UNE – EN ISO 9001: 2000 España.



ANEXOS



ANEXO 1

EDIFICIO DEL INSTITUTO DE SERVICIOS DE LABORATORIO DE DIAGNOSTICO E INVESTIGACION EN SALUD

