

La calidad como estrategia de salud

Necesidades y expectativas

Introducción

La salud es el bien máspreciado para todo ser humano y se supone que debe tener una relación directa con la calidad de vida del mismo. La salud hace posible que podamos realizar todas las actividades que den sentido a nuestra vida, sin que se quiera decir que una persona enferma no pueda llegar a realizarse como tal.

En la intención de conservar, en la medida de lo posible, un estado de salud aceptable, es que los seres humanos buscan satisfactores que provean dichas necesidades, de igual modo, las autoridades gubernamentales buscan e idean las formas más idóneas para proveer los medios necesarios y suficientes para lograr, satisfactoriamente, dar cumplimiento a las necesidades y expectativas de salud de la población.

Sin embargo, más allá de los que esfuerzos que las autoridades y los profesionales de la salud realizan, verdaderamente vayan en el mismo sentido que las necesidades y expectativas de salud de los usuarios, estos últimos en muchos casos aún no reciben una atención de calidad.

Y es que no basta con brindar los mejores recursos físicos, científicos, tecnológicos y humanos, para lograr un servicio de calidad. Hace falta una verdadera cultura de la calidad que posibilite la humanización del prestador del servicio. Hace falta ver en el paciente un aliado, un ser humano que siente, ama y desea; dejar de tornarlo en un expediente más, un objetivo o un medio más.

Si bien el abordaje de la problemática de salud de la población tiene que hacerse necesariamente desde la perspectiva multidisciplinaria, si dicho abordaje no se realiza sustentado en la filosofía de la calidad, apegado al marco ético y moral actual; no importará qué profesional es el que brinde el servicio de salud: el médico, el odontólogo, el psicólogo, la enfermera, o cualquiera que este sea; el resultado será el mismo, un servicio de mala calidad que no incida sustancialmente, como hasta ahora, en la salud de la población.

El Dr. Enrique Ruelas menciona que el 75% de los resultados de la mala calidad en los servicios de salud, es consecuencia de los procesos (mal diseño, mala aplicación, inexistencia de los mismos, entre otras causas), y el 25% restante tiene que ver con fallas personales.

C.D. Willebaldo Moreno Méndez, C.D. Carmen Lilia Sánchez González, C.D. Leticia Orozco Cuanalo, C.D. Francisco Álvarez Herrera

Profesores de tiempo completo, Carrera de Cirujano dentista, FES Zaragoza, UNAM.

Por otra parte, el Dr. Avedis Donavedian menciona que la calidad en los servicios de atención a la salud está determinada por dos dimensiones: una es la dimensión técnica, la cual tiene relación con todos los aspectos tecnológicos, físicos y científicos que confluyen en un proceso determinado para brindar un servicio; y por otro lado, una dimensión interpersonal, que está determinada por todas aquellas relaciones (dentro de la ética y la legalidad) que se establecen entre el prestador del servicio y el usuario. Si se falla en alguno de los aspectos que conforman dichas dimensiones, el resultado por necesidad será de mala calidad.

Es en el ámbito personal, por lo tanto, en dónde queremos enfocar el presente escrito. Pues es sabido que existen instituciones educativas y hospitalarias que tienen un alto grado de exigencia en la formación de sus recursos humanos, sustentados por planes, programas y medios de calidad. Sin embargo, el aspecto de la calidad como cultura y filosofía, como guía de acción cotidiana, no se encuentra explícita en ningún plan de estudio.

Carencia que se manifiesta, en muchos casos, en la falta de satisfacción de los usuarios de servicios de salud. Problema que se agudiza cuando dicha insatisfacción pasa del aspecto meramente perceptivo ("me atendió con muy mala calidad, pero recuperé mi salud"), al ámbito físico de la mala calidad; situación en la que muchas veces el paciente ya no puede decir nada, lo dice el representante legal de los familiares del occiso.

Por otra parte, la calidad no es exclusiva de ninguna de las disciplinas que tienen relación con la formación de los recursos humanos en el área de la salud (física, química, anatomía, patología, psicología, administración, ética, moral, entre otras). La calidad es y debe ser abordada desde diferentes campos del conocimiento, de modo que estos aporten lo mejor de su cuerpo teórico para formar recursos humanos integrales e íntegros. La calidad, por tanto, es multidisciplinaria; se fortalece en la multidisciplinaria y da sentido y sustento a la multidisciplinaria.

La reflexión

El presente escrito, pretende ofrecer la posibilidad de una reflexión individual y profunda que sirva de plataforma para plantear las carencias individuales que poseemos y que pueden repercutir negativamente en el buen hacer diario de los profesionales de la salud. En los tiempos actuales en los que se invierten cantidades exageradas en nuestras mejores armas, que son los recursos humanos, debemos tener presente que resulta imprescindible formar en el individuo una actitud de autoformación hacia una cultura de la calidad. El aspecto medular sobre el que se quiere reflexionar, sin excluir la educación y formación disciplinar formal sino complementándola, es el de dotar al individuo de los medios suficientes para que pueda ir esculpiendo a lo largo de toda su vida su propio yo, de tal forma que sus aptitudes y actitudes se potencialicen, se magnifiquen, desarrollen más, contribuyendo a una mayor seguridad para desempeñar las tareas, posibilitando la promoción y permitiendo obtener mayor satisfacción personal. Posibilitar el resurgimiento, como el ave fénix, del ser humano.

El capital humano interviene significativamente en el desarrollo de cualquier proceso y, si se quiere trasladar su valor a la población receptora del servicio, podemos afirmar que el nivel de formación del recurso humano en una cultura de la calidad es el mayor bien que pueden poseer.

La persona

El ser humano, como ya se mencionó, es la parte medular de que exista calidad o no en el servicio que se brinda.

Por lo tanto, pretenderemos conceptualizar al ser humano desde la perspectiva de la calidad, a partir de las siguientes preguntas.

¿Qué es la persona?

¿Quién es la persona?

¿Qué hace la persona?

¿Qué tiene la persona?

¿Quién hizo a la persona?

¿De qué está hecha la persona?

¿De dónde viene la persona?

¿A dónde va la persona?

¿Qué busca la persona?

¿Por qué es la persona?

¿Para qué es la persona?

¿Qué hubiera sin la persona?

¿Cuál es la razón de la persona?

¿Qué anima a la persona?

¿Qué motivos impulsan el ser de la persona?

Mucho se aprendería y se entendería sobre la naturaleza del concepto de la calidad, si la respuesta, la buscamos en el interior de las personas, en este caso en los prestadores del servicio. La calidad por ningún motivo es un sistema, norma o herramienta por sí misma, por más antigua o novedosa que sea. Simplemente es el resultado del accionar del prestador del servicio. Son consecuencias de su forma de hacer y de ser. Está en él, pero definitivamente no es la persona misma. Son proyecciones de la persona. La calidad es el origen de la persona. La persona únicamente expresa una cualidad relativa del valor absoluto que es la calidad. La persona fue hecha con calidad, pero todo su accionar, su actuar, es una expresión de la calidad. Esa es la cualidad de la persona. Esa cualidad es lo que define y diferencia a la persona de otras personas. Todas las personas son diferentes en su accionar, pero iguales en su valor que es la calidad. Si la calidad es un valor absoluto, lo es igual para todo y para todas las personas. Cada persona en sí misma expresará su condición natural en la forma que más le parezca, convenga, pueda, quiera, entienda. Cada cabeza es un mundo. Toda persona es igual en esencia, pero en su actuar u obrar está la diferencia. La esencia es la calidad, la diferencia es la cualidad. La cualidad expresada está directamente relacionada con la condición de la persona. Aunque todas las personas son iguales, son diferentes por su condición. Esto nos sirve para establecer que lo que la persona haga externamente (sistema, norma, herramienta) simplemente es una determinada condición. Aun cuando el sistema, la norma, la herramienta, sea igual para todos. No se manejan, usan, se sirven, se aplican, se consideran, se evalúan, de forma igual para todas las personas. Porque la condición de cada persona es diferente, entonces habrá condiciones que determinen los resultados según haya personas. Sin embargo, no se debe considerar a la calidad como un concepto relativo, que cambia según sea la persona, ya que, la calidad es un principio filosófico, por lo tanto es un principio que define la causa, el origen. Es una causa absoluta, es decir, válido para todos, sin excepción. Sin embargo, las personas de alguna manera u otra, han buscado superarse a sí mismas externamente, dejando todo lo interno en el olvido. Ignorando que todo aquello que parte del error, tarde que temprano llegará a lo erróneo, con su respectiva factura.

Calidad en el servicio

Calidad: es saber ser para hacer bien las cosas y así tener calidad.

Cualidad: es la capacidad de ofrecer un servicio con un sentido definido.

La calidad es la causa que tiene como efecto un servicio llamado cualidad. La cualidad es el servicio resultante por el uso del valor de la calidad. La calidad al ejercerse, hace uso de su valor, y al usarse da la oportunidad del servicio. Ese servicio es la cualidad. La calidad es causa y la cualidad es efecto, la calidad se usa (ejerce) para dar un servicio que es la cualidad. Cualidad es algo que está calificado como bueno. Lo contrario sería defecto. Si la calidad es el Bien, la cualidad es el servicio del Bien y es lo Bueno. Un acto de calidad es un acto bueno, relativo al bien. Calidad y cualidad son de la misma naturaleza. Son del ámbito de la mente. Uso y servicio son iguales y de la misma naturaleza y de la fuente misma. Simplemente son oportunidad. El servicio no abandona la fuente del uso, y la cualidad del servicio no abandona a la fuente del uso del valor de la calidad.

La fuente es la mente de la persona misma. En ella se recibe la calidad y se da como servicio a través de una cualidad, también en ella misma. Un acto de calidad es un acto de recibir primero para luego dar. Nadie da lo que no tiene o ha recibido previamente. Un acto de calidad es un acto de compartir una misma idea, a través de la cualidad.

La calidad es un valor absoluto porque parte de lo abstracto (Bien Saber, Bien Ser, Bien Hacer, Bien Tener) y la cualidad es un valor relativo que se dirige hacia lo concreto (lo Bueno de Saber, lo Bueno de Ser, lo Bueno de Hacer, lo Bueno de Tener). He aquí en forma resumida la Teoría de la Calidad. Es decir, el uso es general pero el servicio es particular. El contenido es igual, mas no la forma, ya que la forma de cada Ser es diferente. Pasa de la observación (contenido) que es totalidad, a la percepción (forma) que es parcialidad. El bien de la belleza (objetivo) es bueno para quien la aprecia (subjetivo). El uso siempre será primero y el servicio último. Si no hay uso de la oportunidad, tampoco haya oportunidad del servicio.

En forma práctica esto quiere decir: un servicio de salud por más completo (objeto) que sea si no se usa, de nada sirve. Su valor de oportunidad como servicio (objetivo) no es igual a su valor de costo en la compra. Así pues lo que determina el valor de la oportunidad, es el servicio que se da (ofrezca) por el uso de la oportunidad. Es necesario atender el uso del servicio, para darle así la oportunidad del servicio. A que nos lleva todo lo anterior, a que para que se reciba un servicio, es menester dar una atención previa. Si no hay una atención no habrá un servicio. Atender

es servir. Atender es el inicio del servicio. Atender es la pregunta y el servir es la respuesta. No hay pregunta sin respuesta, tampoco hay atención sin servicio. Atender es el punto de partida y el servicio el punto de llegada. Si no se sabe a dónde ir, no se sabrá a donde llegar. En cualquier parte donde se desee un servicio, habrá la necesidad de atender primero la intención del servicio. Aquí nos encontramos con otra analogía, usar es atender, atender es intención. Por otro lado, servir es desear, desear es requerir, requerir es la capacidad de ofrecer un servicio, con un sentido definido. Hasta en los cajeros automáticos que son impersonales, esto se da. Con mayor razón en las instituciones, cualquiera que esta sea, que son totalmente personales. Si no se sabe lo que se requiere, como se puede ofrecer algo como servicio. Así pues, Saber es atender y Hacer es servir. El Ser que sabe lo que es atender, sabe lo que tiene que hacer para dar un servicio. Saber es recibir la información, y hacer es dar lo requerido en la información. Dar y recibir, preguntar y responder, buscar y hallar, intención y deseo, significado y propósito, todo eso es el proceso de atender y recibir.

Según sea la capacidad de atender, será el sentido definido del servicio.

Dimensiones de la calidad del servicio

A partir del modelo de Parasuraman, 7 Dimensiones de la Calidad del Servicio, se pueden tamizar los procesos que realizamos para brindar servicios de salud, para determinar si son de calidad o no; en el entendido que se valorará sólo la calidad personal.

1. Respuesta

La capacidad de respuesta manifiesta el grado de preparación que tenemos para entrar en acción. La lentitud del servicio, es algo que difícilmente agregue valor para el usuario. Y tratándose de servicios de salud, la falta de capacidad de respuesta puede ser trágica.

2. Atención

Todo lo que implica ser bien atendido, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser ayudado y además, invitado a regresar. No debemos dar lugar a la apatía, la indiferencia o el desprecio y debemos despojarnos de nuestros prejuicios motivados por la impresión o apariencia que muestra el usuario.

3. Comunicación

Establecer claramente que estamos entendiendo a nuestro usuario y que también nosotros estamos siendo entendidos. No debemos dejarnos seducir por la jerga que su utiliza en nuestra especialidad, podemos estar en presencia de alguien que no entienda nada acerca de lo que le estamos hablando. Es espantoso esperar para que luego alguien nos comunique que está en el lugar equivocado o a la hora equivocada, por ejemplo.

4. Accesibilidad

¿Dónde estoy cuando me necesitan?; ¿Cuántas veces suena mi teléfono antes que alguien lo atienda?; ¿Cuántas personas han querido mis servicios y no lograron encontrarme o comunicarse conmigo a tiempo?; ¿Cuánto tiempo los hago esperar antes de que los atienda?

No se gana nada por ser muy bueno en algo que es inalcanzable para los usuarios.

5. Amabilidad

Debemos generar capacidad para mostrar afecto por el usuario. Se debe respetar la sensibilidad de la gente, porque muchas veces es altamente vulnerable a nuestro trato. Cuando se trata de atender reclamos, quejas y usuarios irritables, no hay nada peor que una actitud simétrica ó de mala voluntad. Debemos ser amables, especialmente cuando nos cuesta, porque después de todo, somos siempre la misma clase de personas sin importar a quien estamos atendiendo.

6. Credibilidad

Nunca se debe mentir al usuario, porque después de una mentira, el usuario solo puede esperar nuevas mentiras y violaciones a su dignidad. No debemos jamás prometer algo en falso, porque una promesa incumplida es un atentado a nuestra credibilidad. Crear expectativas exageradas es falta de compromiso con el usuario y desprecio por la verdad.

7. Comprensión

Debemos esforzarnos por entender que es lo que nuestro servicio significa para el usuario. La sala de recepción de un hospital y también las salas de espera de los consultorios ¿comprenderán lo que sus servicios significan para sus usuarios?; ¿Podemos creer que somos tan importantes e imprescindibles que nuestros usuarios soportarán pacientemente nuestros desplantes? Los profesionales narcisistas dan un servicio abominable.

Corolario

Por último, quisiéramos terminar con lo que menciona el Sr. Miguel A. Cornejo: "La calidad no se espera, se busca. No es un problema, es la solución a nuestros problemas. Debe ser una mística, un inconsciente colectivo, se debe desarrollar calidad humana. Primero hay que producir manos de calidad y como consecuencia tendremos productos y servicios de calidad".

La calidad personal es la base de todas las calidades, es el potencial humano que tiene cada persona. Lo único estable es el cambio, se requieren personas creando, aportando ideas para seguir resolviendo los problemas de salud de nuestra población, desde un abordaje multidisciplinario, sustentadas en la cultura de la calidad. 📍

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Albrecht, Karl. (1994). *La misión de la empresa*. Editorial Paidós. Barcelona. España.
2. Butera, F. (1987). *El cambio organizativo en la gran empresa*. Madrid. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
3. Cornejo, M. (2004). *Excelencia la nueva competitividad*. Miguel Ángel Cornejo Editores. México.
4. Davis, K, Newstron, J,K (1991). *Comportamiento humano en el trabajo. Comportamiento Organizacional*. Ciudad México. Mc Graw Hill. Interamericana de México SA De CV.
5. Donabedian, A. (2000) "Garantía y monitoria de la calidad de la atención médica: un texto introductorio." *En Perspectivas en Salud Pública*, N° 10. *Revista del Instituto Nacional de Salud Pública*, México, D.F.
6. García, Salvador y Dolan, Shimon L. (1997). *Dirección por Valores*. McGraw Hill/Interamericana de España. S.A.
7. *International Society for Quality in Health Care (ISQua)*.
8. John A. Goodman, Scott M. Broetzmann and Colin Adamson, "Ineffective:That's the Problem with Customer Satisfaction Surveys", *Quality Progress*, May 1992, pg. 35-38.
9. *Joint Commision Accreditation*
10. Larrea, P. (1994). *Calidad de Servicio*. Edit. Diaz de Santos S.A. Madrid.
11. Passos Nogueira, R.: "Perspectivas de la calidad total en los servicios de salud". *OPS*. 1997
12. Schein, E.H. (1973). *Consultoría de procesos. Su papel en el desarrollo organizacional. México*. Editorial Fondo Educativo Interamericano. S.A.
13. Valerie A. Zeithalm, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, (1990). "Delivering Quality Service", *The Free Press* .
14. Varo, J. (1994). *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios*. Edit. Diaz de Santos S.A. Madrid.
15. William H. Davidow and Paul Brouttal, (1989). "Total Customer Service: The Ultimate Weapon", *Harper Perennial*.