

## Satisfacción del Cliente del Centenario Hospital Miguel Hidalgo

Investigación

Ing. Arturo Onix Andraca Herrera

M.C. Ofelia Rosales Hernández, M. C. Ramiro Ibarra Garza, M. C. José Armando Rodríguez Romo.

Departamento de Ingeniería Industrial, Instituto Tecnológico de Aguascalientes

Av. A. López Mateos 1801 Ote. Fracc. Bona Gens, Aguascalientes, Ags. C.P 20256,

Tel: 01(449)9105002, Fax: 01(449)9700423

### Resumen

En la presente investigación se pretende conocer la medida en que las demoras y la complejidad de los procesos de admisión impactan sobre el tiempo de espera para el cliente del Centenario Hospital Miguel Hidalgo.

La investigación se desarrolla en dos etapas: una primera etapa cualitativa en donde se hizo uso del método de incidentes críticos para obtener los puntos focales de la satisfacción del cliente del Centenario Hospital Miguel Hidalgo en los procesos de admisión, resultando como factores críticos las demoras y la complejidad de los mismos procesos; una segunda etapa cuantitativa donde las variables demoras y complejidad de los procesos fueron utilizadas para elaborar un instrumento para obtener datos sobre la satisfacción del cliente en los procesos de admisión. La encuesta está basada en una escala de Likert con cinco puntos, la cual se aplicó a una muestra de 585 clientes en la admisión del Centenario Hospital Miguel Hidalgo.

El diseño utilizado para la segunda parte de la investigación es un diseño no experimental con tipo de investigación descriptiva y correlacional ya que la pregunta de investigación se plantea como sigue: ¿Cuáles son las variables que tienen relación significativa con la variable satisfacción del cliente en el servicio de admisión del Centenario Hospital Miguel Hidalgo?

### Palabras clave

Satisfacción del cliente, Calidad en los servicios, Calidad de servicios hospitalarios.

### Abstract

In the present research we are intends to know the measurement in which the delays and the complexity of the admission processes to influence on the time of wait for the client of the Centenary Hospital Miguel Hidalgo.

The investigation is developed in two stages: one first qualitative stage in where use was made of the method of *critical incidents* to obtain the focal

points of the satisfaction of the client of the Centenary Hospital Miguel Hidalgo in the admission processes, being as critical factors the delays and the complexity from such processes and one second quantitative stage where the variable delays and complexity of the processes were used to elaborate an instrument to collect data on the satisfaction of the client in the admission processes. The survey is based on a scale of Likert with five points, which was applied to a sample of 585 clients in the admission of the Centenary Hospital Miguel Hidalgo.

The design used for the second part of the investigation is a non-experimental design with type of descriptive and correlational investigation. The investigation question considers as it follows: Which are the variables that have significant relation with the variable satisfaction of the client in the service of admission of the Centenary Hospital Miguel Hidalgo?

**Key words:** Satisfaction of the client, Quality in the services, Quality of hospital services.

### Introducción

La cada vez más intensa competencia comercial ha llevado a las compañías de todos los ramos a buscar la máxima calidad en sus productos y servicios, para obtener de sus clientes una satisfacción total, y así llegar hasta los primeros lugares del mercado [1] (Lomelí, 1999).

Debido principalmente a esta razón, muchos de los conceptos relacionados con la calidad, ya sea en el sector industrial o en el de servicios han cambiado. Los conceptos y principios en que se basa la calidad han evolucionado y se han adaptado cada vez más a las condiciones existentes.

La calidad, y más concretamente la calidad del servicio, se está convirtiendo en nuestros días en un requisito imprescindible para competir en las organizaciones industriales y comerciales de todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas

envueltas en este tipo de procesos. De esta forma, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla [2] (Ruiz, 2002).

La función de los hospitales tanto en las zonas rurales como urbanas tiene un impacto trascendental para el crecimiento, formación y salud pública. Conocer las causas de las deficiencias en la atención a los usuarios es actualmente, para los directivos de estas instituciones, un asunto prioritario si es que sus metas tienen como eje el servicio al cliente.

En el Centenario Hospital Miguel Hidalgo se tiene la urgente necesidad de implementar un mejoramiento continuo en los procesos y subprocesos mejorando la calidad de atención y disminuyendo las demoras en puntos críticos.

Una de las prioridades en esta institución es crear sensibilidad hacia el cliente debido a que es la única manera de mantener la relación a largo plazo y añadir valor a la lealtad de éste en la organización. Para lograr lo anterior es necesario efectuar revisiones continuas que den a conocer las necesidades de los clientes y de esta manera cumplir con las expectativas de los mismos aplicando herramientas que permitan el mejoramiento continuo en todos los procesos.

La mejora continua de la función de la calidad se relaciona con asuntos simples, como la práctica de operaciones dirigidas a un buen servicio al paciente, el enlace de los procesos para diferentes áreas clave y el buen manejo de las variaciones que se presentan día a día y que afectan a la calidad del servicio. Sin embargo, con el fin de reducir las variaciones, la dirección debe establecer estándares y desarrollar autodisciplina entre empleados para asegurarse que no se cometan errores.

Por tal razón, se ha considerado necesario realizar esta investigación con el propósito de evaluar la calidad de atención al cliente reflejada en la opinión de satisfacción que el mismo cliente tiene de los servicios debido a la importancia que tiene dicha satisfacción para el porvenir de la organización. Los resultados obtenidos a través de esta investigación permitirán mejorar las políticas referentes al servicio que la institución ofrece a sus clientes, pilares fundamentales para lograr los objetivos y metas de la organización contribuyendo de esta manera al logro efectivo de la calidad de atención a usuarios.

En función de lo anterior se plantearon como objetivos de este proyecto de investigación los siguientes:

- Conocer las variables que afectan más significativamente a la satisfacción del cliente en

los servicios de admisión del Centenario Hospital Miguel Hidalgo.

- Conocer la medida en que las demoras y la complejidad de los procesos de admisión impactan sobre el tiempo de respuesta y espera para el cliente en el Centenario Hospital Miguel Hidalgo.

- Diseñar procesos en respuesta a las necesidades de los usuarios y bajo los lineamientos de la norma ISO 9000- 2001.

- Diseñar un sistema de mejora en el área de admisión para reducir el tiempo de atención y procesos que incorporen las exigencias del usuario en la atención médica.

La investigación se desarrolló dentro del Centenario Hospital Miguel Hidalgo en el área de admisión puesto que en los procesos de admisión se han detectado varias fallas y quejas de los usuarios. Se tomaron como sujetos de estudio los usuarios de los procesos de admisión recopilando datos sobre su percepción de la calidad con la que se les proporciona este servicio.

### Fundamentos teóricos

Los diferentes conceptos involucrados en el área del conocimiento del servicio al cliente, toman diversos enfoques los cuales son tratados por los autores del área según la importancia que tengan para el negocio o empresa de servicio.

Harrington habla de los clientes con las siguientes expresiones [3]:

- Los clientes son las personas más importantes para cualquier negocio

- Los clientes no son una interrupción en nuestro trabajo, son un funcionamiento.

- Los clientes son personas que llegan a nosotros con sus necesidades y deseos y nuestro trabajo consiste en satisfacerlos.

- Los clientes merecen que les demos el trato más atento y cortés que podamos.

- Los clientes representan el fluido vital para este negocio o cualquier otro, sin ellos nos veríamos forzados a cerrar.

Por su parte Desatrick [4] afirma que las características más importantes que deben tener la atención al cliente son las que se enumeran enseguida:

- La labor de atención al cliente debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía.

- El empleado debe ser accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita.

- El público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene frente a él no habla con

claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas.

- Se debe procurar adecuar el tiempo de servir no a su propio tiempo, sino al tiempo que dispone el cliente, es decir, tener rapidez.

- Es muy recomendable concentrarse en lo que pide el cliente, si hay algo imperfecto, pedir rectificación sin reserva. El cliente agradecerá el que quiera ser amable con él.

- La empresa debe gestionar las expectativas de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.

Por otra parte el servicio es conceptualizado por Horovitz [5] como “el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”.

Fischer y Navarro [6] aportan la idea de que los servicios son “Un tipo de bien económico, constituyen lo que se denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios”.

Albrecht [7] define las características de los servicios de la siguiente manera:

- Un servicio no se puede conducir, inspeccionar, apilar o almacenar centralmente. Generalmente lo presta, donde quiera que esté el cliente, gente que está más allá de la influencia inmediata a la gerencia.

- La persona que recibe el servicio no tiene nada tangible, el valor del servicio depende de su experiencia personal.

- Si se prestó inadecuadamente, un servicio no se puede revocar, si no se puede repetir, entonces las reparaciones son el único medio recursivo para la satisfacción del cliente.

- La prestación del servicio generalmente requiere interacción humana en algún grado; comprador y vendedor se ponen en contacto en una forma relativamente personal para crear el servicio.

La calidad de excelencia centrada en el usuario, es otro de los conceptos que han tomado una gran relevancia dentro del área de la calidad en los servicios. Por otra parte, según la literatura del área, el tema de la calidad se ha convertido en un asunto recurrente en los servicios de salud actuales, dentro de un esquema de consecución de los mejores resultados, al menor coste y, sobre todo, con la mayor satisfacción de usuarios y trabajadores. Las organizaciones que prestan servicios de salud han emprendido en los últimos años un movimiento hacia la calidad, demandada cada vez con mayor fuerza tanto por los usuarios como por los profesionales, siguiendo el ejemplo de otras empresas productoras de bienes o

servicios que han situado la calidad como uno de sus objetivos de mayor alcance para lo que se han diseñado diversos sistemas de control, mejora y garantía, siendo en los últimos tiempos la gestión total de la calidad una de las estrategias más utilizadas. Entendemos la Gestión de la Calidad como un proceso de cambio de cultura a largo plazo y para toda la empresa situando al usuario-paciente en el centro de toda la empresa y guiándonos en todas nuestras acciones, como compromiso de todos y a la vez pretendemos que sea el hospital que todos queremos.

Masaaki [8] señala que la calidad se refiere no sólo a la calidad de productos o de servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos y servicios.

Stoner [9] aporta que la calidad, en el lugar de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto entraña hacer las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos. Así la calidad en los servicios puede ser entendida en la siguiente forma:

- Conjunto de propiedades o atributos que posee objetivamente un producto o servicio.
- Conjunto de propiedades y características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer necesidades establecidas o implícitas. (AECC)
- Totalidad de partes y características de un producto o servicio que incluyen en su habilidad de satisfacer las necesidades declaradas o implícitas.

Algunos obstáculos a los que se enfrenta la implantación de cualquier sistema de calidad pueden ser:

- Falta de apoyo de la gerencia en la implementación de la calidad.
- Falta de apoyo por parte de los trabajadores para realizar el proceso.
- Mala dirección en los líderes.
- falta de compromiso con la calidad.
- Falta de un programa de educación continua.
- Rechazo al cambio.

Las diferentes visiones del concepto de la calidad al implantar un sistema de calidad deben ser las siguientes o al menos algunas de ellas:

- Análisis trascendental: la calidad como una característica, constatación práctica.
- Análisis focalizado en el producto: las variables están dadas por la diversidad de atributos del producto.
- Análisis focalizado en el valor: sus especificaciones atienden a un costo aceptable.
- Análisis focalizado en la fabricación: máximo esfuerzo a nivel de fabricación.
- Análisis focalizado en el usuario consumidor: el usuario es el evaluador de la calidad del producto

### **Materiales y métodos**

La investigación se desarrolló en dos etapas, en la primera etapa cualitativa se elaboró una entrevista con preguntas a expresar elementos positivos y elementos negativos del proceso; mediante el Método de incidentes críticos [13]. Para la segunda etapa cuantitativa se elaboró un instrumento el cual tiene su origen en la operacionalización de las variables y en la teoría consultada, la encuesta está basada en la escala de Likert con cinco puntos (1976<sup>a</sup> 1979b; Padua 1979), la cual se aplicó a una muestra de 585 clientes y 23 prestadores del servicio de admisión del Centenario Hospital Miguel Hidalgo; el instrumento consta de 10 preguntas de acuerdo a la escala de Likert. El diseño utilizado para la segunda parte de la investigación es no experimental ya que no se construye ninguna situación sino que se observan situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente por el investigador.

En esta investigación las demoras y la complejidad del proceso de admisión ya han ocurrido y no es posible manipularlas. Además se utiliza una estrategia de investigación descriptiva y correlacional, ya que con los datos se busca describir en qué medida se dan este tipo de prácticas en las empresas y su correlación con la variable tiempo de espera.

### **Resultados y discusión**

Con los datos de las encuestas aplicadas a usuarios del Centenario Hospital Miguel Hidalgo para analizar el grado en que impacta significativamente en el tiempo de espera del cliente en el proceso de admisión contra las

demoras en el proceso de admisión y la complejidad del proceso de admisión, se logró probar que estas influyen significativamente sobre el tiempo de espera del cliente en el proceso de admisión, mediante el análisis de regresión múltiple, Dado que el p-valor en la tabla ANOVA es inferior a 0.01 (para un nivel de confianza del 99%) lo cual, significa que los indicadores que mas impactan como demora son: La distribución estratégica del área de admisión, la rapidez de atención del prestador de servicio en la admisión y los pasos de gestión en el proceso de admisión, el indicador de demora que no tuvo correlación fue la puntualidad del médico a sus citas programadas, de acuerdo al modelo.

Para la variable complejidad del proceso de admisión sólo un indicador tuvo correlación o impacto sobre el tiempo de espera de los clientes en el proceso de admisión siendo el proceso de admisión dirigido a una rápida atención a los clientes. De acuerdo con el modelo, los indicadores que no tuvieron correlación fueron: El seguimiento claro de los pasos en el proceso de admisión, Tiempo de espera para una cita al cliente y Tiempo que espera el cliente en las filas del proceso de admisión.

Por lo anterior, el planteamiento del problema descrito, ¿Cómo impactan las demoras y la complejidad de los procesos de admisión sobre el tiempo de espera para el cliente en el Centenario Hospital Miguel Hidalgo?, se considera que tal efecto es estadísticamente significativo.

### **Conclusiones**

Se logró probar que las demoras y la complejidad de los procesos de admisión sobre el tiempo de espera influyen significativamente sobre el tiempo de espera del cliente en el proceso de admisión, mediante el análisis de regresión múltiple. La distribución estratégica del área de admisión, la rapidez de atención del prestador de servicio en la admisión y los pasos de gestión en el proceso de admisión, el indicador de demora que no tuvo correlación fue la puntualidad del médico a sus citas programadas; para la variable complejidad del proceso de admisión sólo un indicador tuvo correlación o impacto sobre el tiempo de espera de los clientes en el proceso de admisión, siendo el proceso de admisión dirigido a una rápida atención a los clientes. Los indicadores que no tuvieron correlación fueron: El seguimiento claro de los pasos en el proceso de admisión, Tiempo de espera para una cita al cliente y Tiempo que espera el cliente en las filas del proceso de admisión.

Por otro lado, también se logró cumplir el objetivo planteado consistente en identificar los indicadores más significativos para diseñar procesos en respuesta a las necesidades de los usuarios y bajo los lineamientos de la norma ISO 9000- 2001. Además de validar un sistema de mejora en el área de admisión para reducir el tiempo de atención y procesos que incorporen las exigencias del usuario en la atención médica, obteniendo como instrumento la encuesta utilizada en esta investigación, misma que fue validada mediante el método alfa de Cronbach.

Como se pudo observar, fueron más los indicadores de demora que los de complejidad en el proceso de admisión debido a que el cliente pierde más tiempo por una mala distribución de la admisión, a que el médico no se presenta a tiempo a sus citas, porque siendo un hospital realiza labores administrativas o se haya en cirugía, a que el proceso tiene demasiados pasos (ocasionado por la primera demora) y a que el proceso de admisión no está dirigido a una rápida atención; sin embargo esta correlación sólo representa el 15.58 % de la variabilidad en el tiempo de espera para el cliente en el proceso de admisión. Este último resultado puede deberse a que las encuestas fueron aplicadas a clientes de toda la región, procedentes de los estados de Jalisco, San Luis Potosí, y Zacatecas, y no de una sola localidad y con diferentes padecimientos médicos.

Por esta razón se recomienda llevar a cabo la investigación con clientes de localidades similares, además que tengan padecimientos o cuadros clínicos similares; porque esto también pudo haber influido en los resultados puesto que requieren atención de emergencia o procedimientos de atención normal.

La redistribución de la admisión se realizó notificando a la institución de los resultados de la investigación al Director general del Hospital cumpliendo con parte de las exigencias del cliente respecto a una adecuada distribución de la admisión y la reducción de pasos en el proceso de admisión.

## Referencias

- [1] Ruiz-Olalla, C. (2001): "*Gestión de la calidad del servicio*", [en línea] 5campus.com, Control de Gestión.  
<<http://www.5campus.com/leccion/calidadserv>> [citado 1 Noviembre 2002]
- [2] Berry, L. L. and Parasuraman A. (1993). "Building a new academic field. The case of services marketing". *Journal of Retailing*. 69(1):13-60.
- [3] Harrington, J. (1998). *Cómo Incrementar la Calidad Productiva*. Editorial McGraw Hill. Caracas.
- [4] Desatruck, R. (1990). *Cómo conservar su Clientela. El Secreto del Servicio*. Editorial Legis IESA. Caracas.
- [5] Horovitz, J. (1997). *La Calidad del Servicio. A la Conquista del Cliente*. Editorial Mc Graw Hill. Madrid.
- [6] Fisher, L. y Navarro V. (1994). *Introducción a la Investigación de Mercado*. México. Tercera Edición., Mc Graw Hill.
- [7] Albrecht, Karl (1998). *La Revolución del Servicio*. Colombia: 3R Editores Ltda.
- [8] Masaaki, I. (1998). *Cómo Implementar el Kaizen en el Sitio de Trabajo (Gemba)*. Editorial Mc Graw Hill. Santa Fe de Bogotá.
- [9] Stoner, J. (1996). *Administración*. Sexta Edición. Prentice Hall Hispanoamericana", S.A.
- [10] Druker, P. (1990). *El Ejecutivo Eficaz*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires
- [12] Instituto Mexicano de Normalización y Certificación. *Sistemas de Gestión de ISO 9001:2000. La calidad*. México.
- [13] Flanagan, J. C. (1954). "The critical incident technique". *Psychological Bulletin*, 51, 4, 327-359.

**Artículo recibido:** 28 de marzo de 2007

**Aceptado para publicación:** 12 de junio de 2007