



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS DE LA SALUD
ESCUELA DE SALUD PÚBLICA DE NICARAGUA**



MAESTRIA EN SALUD PÚBLICA

2013 - 2015

**Informe final de tesis para optar al título de
Master en Salud Pública**

**OPINIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE
BRINDA EL LABORATORIO CLÍNICO DEL CENTRO DE SALUD SÓCRATES FLORES
VÍVAS. MAYO - JUNIO DEL AÑO 2015.**

MANAGUA, NICARAGUA

Autor:

Lic. Heiry Roa Solis

Bioanalista Clínico

Tutor:

PhD. Sergio Gutiérrez

Docente Investigador

Managua, Nicaragua 2015.

ÍNDICE

i.	AGRADECIMIENTOS	
ii.	DEDICATORIA	
iii.	RESUMEN	
I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	ANTECEDENTES.....	2
III.	JUSTIFICACIÓN.....	4
IV.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
V.	OBJETIVOS.....	6
VI.	MARCO TEÓRICO.....	7
VII.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	18
VIII.	RESULTADOS.....	22
IX.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	25
X.	CONCLUSIONES.....	28
XI.	RECOMENDACIONES.....	29
XII.	BIBLIOGRAFÍA.....	30
	ANEXOS.....	32

i. AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios sobre todas las cosas por haberme permitido iniciar y culminar una vez más un proyecto de vida.

Muy especialmente agradezco a la Lic. Brenda López Mercado quien desarrolló la encuesta en electrónico para los equipos móviles utilizando ODK y fue la administradora de los datos en este estudio.

Agradezco al Dr. Freddy Suarez Zelaya director interino del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas y a la junta directiva del Sindicato Marcos Somarriba por permitirme realizar este estudio en la unidad de salud.

A los estudiantes; Mirna García, Kasandra Calvo, Sharon López, Valeria Morales, Uxmal Caldera y Erwin Picado quienes fueron los encuestadores en el estudio y me apoyaron incondicionalmente.

A mi equipo de trabajo en el laboratorio; Silvia Téllez, Ivania Montalván, Flora Caldera, Dora Martínez, Glenda Altamirano, Moisés Navarro, Franklin Torrez y Héctor Cabeza que sin su paciencia y apoyo no habría logrado concluir esta investigación,

Agradezco a todos los docentes del CIES que me impartieron clases durante la maestría en especial a la MSc. Rosario Hernández por trasmitirme parte de sus conocimientos.

Agradezco a mis compañeros y amigos, Lessly, Antonio y Janize con quienes compartí dos años maravillosos de estudios y experiencia profesional.

Agradezco infinitamente a la Dra. Marcia Ibarra, mi coordinadora de maestría, por motivarme día a día y despertar en mí, la pasión por la investigación.

Agradezco a mi tutor Dr. Sergio Gutiérrez por su paciencia, dedicación y por el apoyo científico-técnico en el desarrollo de mi tesis de grado para optar al título de Master en Salud Pública.

ii. DEDICATORIA

Dedico éste trabajo de Tesis a mis hijos; Heyri Roa, Hendrick Roa y Astrid Roa, por ser mi combustible de vida.

A mi esposa Hailyken Chamorro por el amor y apoyo incondicional en cada reto que hemos tenido juntos.

A mi abuela María de los Santos Martínez; quien fue la figura materna en mi niñez.

A mi padre putativo Erzan Solis Martínez por haberme preparado para la vida.

A mi amigo Denis Núñez quien siempre me alentó a la investigación y estoy seguro que me ve desde el cielo.

iii. RESUMEN

Objetivo. Evaluar la opinión de los usuarios externos sobre la calidad del servicio que brinda el laboratorio clínico del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas

Problema. ¿Cuál es la opinión de los usuarios externos sobre la calidad del servicio recibido del departamento de laboratorio clínico?

Método. Se utilizaron los tres cuestionarios del Servqual adaptado para evaluar la calidad del servicio del laboratorio clínico, para conocer las expectativas, la percepción del servicio y la preponderancia de las dimensiones de la calidad del servicio.

Resultados. Participaron 382 usuarios de los cuales 63% fueron mujeres, 61% fueron menores de 37 años, 69% tenían buen nivel académico, el 69% de los usuarios pertenecían a los programas de medicina general y emergencia. Se encontró que con el 92% de cumplimiento de las expectativas los usuarios estarían totalmente satisfechos. Sin embargo, la percepción en el cumplimiento de la calidad del servicio es 74%, lo que se considera moderadamente satisfecho. El peso atribuido por los usuarios para las dimensiones son Tangible=17, Confiabilidad=21, capacidad de respuesta=21, seguridad=21, empatía=20.

Conclusión. Los resultados indican que existe oportunidad de mejoras en la calidad del servicio en el laboratorio clínico de forma similar entre las cinco dimensiones de Servqual.

I. INTRODUCCIÓN

La importancia de ofrecer servicios de calidad es cada vez más esencial; ha llegado a ser la herramienta competitiva más poderosa que poseen las empresas de servicios (Berry, 2004) [1]. Por tal motivo la evaluación de los servicios de salud se ha venido convirtiendo en una preocupación creciente en las últimas décadas, en el año 2000 el Comité de la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomendó utilizar las Funciones Esenciales en Salud Pública (FESP) como una estrategia para la medición y mejora de la salud de la población, cómo consecuencia ha provocado que los países asuman compromisos reales en el desarrollo de estrategias que mejoren la calidad de los servicios de salud en el mundo. Pero la calidad es difícil de definir porque en diferentes circunstancias significa cosas distintas; puede, por lo tanto, ser vista desde diferentes ángulos. La mayoría de las definiciones de calidad del servicio se centran en alcanzar las necesidades y los requerimientos de los usuarios y en cómo el servicio prestado alcanza las expectativas de los clientes (Bell, 1982) [2]. Pero a pesar de que existen muchos y variados conceptos sobre lo que es y no es la calidad, los diferentes autores coinciden en que el objetivo fundamental de la calidad se encuentra en la satisfacción del cliente. Por satisfacción se entiende “la respuesta de saciedad del cliente”; es como un juicio sobre un rasgo del producto o servicio.

El interés de la investigación que se resume en el presente reporte, es determinar la brecha entre el servicio deseado y el percibido por los usuarios del servicio que brinda el laboratorio clínico del centro de salud Sócrates Flores Vivas; parece una verdad obvia, pero lo primero y fundamental que desean los pacientes que hacen uso de los servicios de salud, es que sean tratados como personas ya que con los altos volúmenes de trabajo, los avances de la automatización y la computación, los profesionales de la salud invierten cada vez menos tiempo escuchando al paciente. En ese sentido para lograr obtener un producto de calidad en un servicio es necesario tener procesos de calidad ya que con las crecientes expectativas del público y exigencias de que los recursos en salud sean utilizados eficientemente es de mucha utilidad determinar las verdaderas necesidades de los usuarios de los servicios de salud, de esa manera se pueden desarrollar estrategias que permitan mejorar los procesos y realizar el trabajo al más alto nivel.

Este trabajo de tesis constituye un requisito para optar al título de Master en Salud Pública del Centro de Investigaciones y Estudios de la Salud de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, CIES - UNAN – MANAGUA.

II. ANTECEDENTES

Se ha investigado para conocer los principales debates y aspectos metodológicos que se han realizado previamente en relación con la valoración de la calidad de la atención en salud desde la óptica de los usuarios utilizando el modelo Servqual para la evaluación de los servicios. A continuación se presentan los estudios más relevantes para ésta investigación y de los cuales se apoya el modelo de análisis para realizar el estudio.

En 1998 se publicó un estudio sobre la percepción de la calidad de atención de los servicios de salud en México; desde la perspectiva de los usuarios, realizado por Ramírez – Sánchez y Najera – Aguilar, el estudio concluyó que los resultados sugieren profundizar en el conocimiento de las perspectivas poblacional y determinar la necesidad de implementar en los servicios de salud acciones para la mejoría continua de la calidad de atención.

En el año 2010 la Fundación para el Desarrollo de la Salud Pública Colombiana (FUNDESALUD), desarrolló un estudio sobre la percepción de los usuarios en torno a la satisfacción de la calidad de la atención en salud prestada en el Hospital Universitario del Valle Evaristo García, en dónde se utilizó la herramienta Servqual evaluando las cinco dimensiones de la calidad del servicio, el estudio determinó que para los usuarios los Aspectos Físicos y Personal, son igualmente significativos porque dimensionan un servicio de atención en salud de calidad.

En el año 2014 se publicó un estudio sobre la calidad en el área de urgencias en los hospitales privados y públicos de Hermosillo, Sonora México; Un estudio comparativo realizado por Luis Ibarra y Belén Espinoza, en donde se utilizó una propuesta metodológica para evaluar la percepción de la calidad con un modelo servqual modificado. El estudio concluyó que los cuestionarios Servqual modificados, para su uso en los servicios de salud, muestran características psicométricas de validez, alta confiabilidad y aplicabilidad que los hacen recomendables para su uso en otras áreas o servicios de salud con características similares y, poder así, monitorear y medir la calidad de los servicios, permite a los administradores o personal directivo identificar las áreas de oportunidad que necesitan mejorar desde la perspectiva de los pacientes.

En Nicaragua el autor no encontró registros de estudios similares en salud donde se realice la evaluación de servicios de salud utilizando el modelo Servqual como herramienta para evaluar la calidad del servicio, evaluando las expectativas y percepciones de los usuarios. Sin embargo en el área de turismo se publicó un estudio realizado en el año 2012 por Oscar Felipe Martínez Salgado

de la facultad de ciencias económicas y empresariales de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN – León). El estudio evaluó la Calidad del Servicio Turístico en las Empresas de Alojamiento del Balneario Las Peñitas en León-Nicaragua utilizando como referencia el modelo Servqual y modelo Hotelqual en donde se determinó que la calidad del servicio prestado es malo y no satisface las necesidades de los clientes.

III. JUSTIFICACIÓN

Como definen B. Zas [3], el proceso de la calidad total llevada a su máxima expresión se convierte en una forma de vida organizacional, hace que cada persona involucrada desempeñe sus tareas completas y cabalmente, en el momento preciso y en el lugar que le corresponde.

Y es que actualmente dentro de los indicadores de calidad en los servicios de salud que miden resultados, y al cual se le otorga cada vez mayor importancia, se incluye la *satisfacción* del paciente con la atención recibida, mediante la prestación de un servicio de mayor calidad, razón por el cual satisfacer las expectativas de los usuarios de los servicios de salud constituye un proceso complejo de ínter subjetividades, el fin último de la prestación de los servicios de salud, por tal razón si se conocen las verdaderas necesidades de los pacientes y no se logra expresarla numéricamente, no se conocerá la realidad de la organización. En conclusión, medir es importante; Sólo midiendo se pueden obtener referencias claras que se logren comunicar sin ambigüedad, midiendo la calidad en el servicio se pueden identificar los puntos fuertes y débiles, el proceso de mejora continua será el primer beneficiado y partiendo de información confiable, las estrategias serán más eficientes.

A pesar del esfuerzo que hacen las instituciones por conocer la opinión de los usuarios externos, no es suficiente para el mejoramiento de la gestión de calidad en los servicios, es necesario ocuparse también de la satisfacción de los usuarios internos, que están relacionados con la calidad funcional y técnica del servicio.

Sin embargo en un enfoque de dar al usuario lo que él necesita, desea, quiere y demanda, éste estudio está dirigido a conocer la brecha que existe entre las expectativas y la percepción que tiene los usuarios externos en el servicio brindado e identificar las debilidades, oportunidad de mejoras y fortalezas reales del servicio, ya que serán de mucha utilidad para crear un plan que permita satisfacer las necesidades de los mismos y lograr una atención con calidad y calidez, entrar en la dinámica de la mejoría continua de la calidad e implementar una herramienta de monitoreo de la calidad de los servicios prestados a la población usuaria en el laboratorio clínico del centro de salud Sócrates Flores Vivas.

IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El usuario de un servicio tiene ciertas necesidades y deseos, de los cuales a veces no está consciente, estas necesidades y deseos deben ser recogidos por la organización para diseñar estrategias en el servicio, que logren la satisfacción de sus usuarios.

De modo que pasando de un esquema filosófico a un esquema práctico y técnico ¿Por qué no contar las fallas? Si sobre ese punto es que se debe mejorar, la mejora continua de la calidad obliga a eliminar las fallas y para eso es necesario hacer una evaluación, razón por el cual se hace la siguiente pregunta:

¿Cuál es la opinión de los usuarios externos sobre la calidad del servicio que brinda el Laboratorio Clínico del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas en el período de mayo - junio del año 2015?

Debido a esto se considera de vital importancia saber:

1. ¿Cuáles son las características socio demográficas de los usuarios del servicio de laboratorio clínico?
2. ¿Qué expectativas del servicio, poseen los usuarios?
3. ¿Qué percepción tienen los usuarios sobre la calidad del servicio?
4. ¿Cómo es la calidad del servicio brindado por el laboratorio clínico?
5. ¿Qué ponderación tienen las dimensiones de calidad del servicio?

V. OBJETIVOS

Objetivo General:

Evaluar la opinión de los usuarios externos sobre la calidad del servicio que brinda el Laboratorio Clínico del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas en el período de mayo – junio del año 2015.

Objetivos específicos:

1. Describir las características socio demográficas de los usuarios del servicio de laboratorio clínico.
2. Identificar las expectativas del servicio, que poseen los usuarios.
3. Conocer la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio.
4. Categorizar la calidad del servicio brindado por el laboratorio clínico.
5. Determinar la preponderancia de las dimensiones de calidad del servicio.

VI. MARCO TEÓRICO

El concepto de calidad no es nuevo en ninguna especialidad del laboratorio clínico, los principios y expectativas con respecto al control de calidad y a la garantía de la calidad han sido claras y repetitivamente establecidos; sin embargo muchos laboratorios no cumplen con los estándares publicados; el control de calidad en el seno del laboratorio clínico debe considerarse como un sistema que asegure la calidad del funcionamiento global del mismo; éste debe evaluar de forma real la capacidad funcional y habitual de un laboratorio; adoptar una filosofía de calidad requiere de un compromiso colectivo y contiene tres elementos importantes:

- La modificación de los sistemas y procesos en los que funcionamos es más efectiva para cambiar nuestro comportamiento que el intento de modificar a las personas.
- La consulta y el apoyo conducen al progreso, mientras que poner reglas y hacer que se cumplan es menos efectivo.
- La identificación y la mejoría de aquellos procesos que influyen significativamente sobre el resultado.

De modo que para estructurar un sistema de gestión de la calidad más allá de las normas ISO con un diseño de los procesos que eviten errores por medio del monitoreo continuo del sistema y de la eliminación de las causas de variación, es necesario un sistema de calidad que funcione adecuadamente, no solamente tomando en cuenta las necesidades y exigencias de la organización y la gerencia, sino también la de los usuarios(pacientes), ya que todos los procesos del servicio que se brindan en salud inician y terminan con los pacientes y como el único que juzga la calidad del servicio es el mismo usuario, a través de la opinión que tienen los pacientes se pueden identificar las principales necesidades de los mismos.

En la actualidad, cuando se habla acerca de calidad no se puede dejar de mencionar la calidad en el servicio, es un tema muy importante y base para cualquier organización, ya que de ésta depende el fracaso o éxito de las mismas, por ende cuando el cliente manifiesta un requerimiento, refiere una necesidad o expectativa de conseguir algo dentro de las expectativas del servicio que se le ha asignado, el usuario podrá manifestar su satisfacción o disconformidad con los servicios que ha recibido, en ese sentido se tiene que considerar que existen un conjunto de procesos que hacen la realidad del servicio, este servicio tiene un conjunto de cualidades las cuales son apreciadas por los usuarios, estas cualidades pueden o no satisfacer al usuario, si satisfacen al usuario entonces se tiene un nivel de calidad estándar, sino satisfacen al usuario el

nivel de calidad será bajo, si superan sus expectativas entonces se tiene un servicio de excelencia.

Toda empresa tiene que tener en cuenta la dinámica del cliente en los procesos de la organización y considerar que todos los procesos están interconectados ya que cada proceso o actividad al final de su realización va a tener un resultado y será el insumo del siguiente proceso, es decir los procesos no actúan de manera individual sino que están en una línea de acción en la cual cada uno ofrece y el otro recibe un producto específico que necesariamente va a tener un atributo de calidad que va a determinar el valor que se puede apreciar (calidad del proceso cliente).

La satisfacción del cliente estará en función de las expectativas que se han definido a través de los requerimientos establecidos y de la percepción, y se puede medir a través de la siguiente ecuación: Satisfacción del cliente = [Percepción – Expectativas definidas en los requerimientos]; es importante definir bien los requerimientos para no crear falsas expectativas; si las expectativas son excesivamente altas, por encima de las “posibilidades” la satisfacción global será pobre, si se definen bien los requerimientos, que son la traducción de las expectativas del cliente, la satisfacción sale reforzada; la imagen juega un papel determinante en la percepción del cliente de la calidad del servicio y es tan importante, tanto para empresas de servicio de salud como para todo tipo de organizaciones

Sin embargo este producto tiende a ser sobrevalorado por muchas empresas que destinan recursos extraordinarios para cubrir este renglón a costa de generar deficiencias en otros aspectos también de gran relevancia. Según Díaz Santos (1992) [4], es necesario realizar una búsqueda más profunda de estas expectativas con el fin de comprenderlas, medirlas y administrarlas mejor; el primer tipo de expectativas se puede definir como el servicio ideal, lo que tiene que ser (cumpliendo con todos los estándares), un segundo tipo de expectativa es denominada servicio esperado; las puede ajustar la organización, se podrá definir como el servicio que el cliente espera obtener; en otras palabras, es una fusión de lo que puede ser y lo que tiene que ser; otro tipo de expectativas se denominará, servicio deseado reflejan las esperanzas y deseos de los clientes, si no se cumplen éstos, quedarían insatisfechos con el servicio y seguramente ya no comprarían el servicio posteriormente.

Servicio es entendido aquí, como el trabajo, actividad y beneficio que produce satisfacción en un consumidor (Duke, 2005: 64) [5].

Los servicios son heterogéneos, es decir, puede haber diferencias en su aplicación, ya que puede haber diferencias entre los proveedores, entre los mismos empleados, de tal forma que los usuarios están conscientes y aceptan éstas diferencias entre sí; a ésta variación se le denomina zona de tolerancia; en otras palabras, cuando el servicio recibido lo clasifican por debajo del servicio adecuado, los usuarios pueden llegar a sentir malestar y su nivel de satisfacción con la organización queda afectado; por otro lado, cuando el servicio recibido supera las expectativas de los usuarios, éstos pueden quedar satisfechos o también asombrados; a la zona de tolerancia se le podría considerar como el intervalo dentro del cual los usuarios pasan por inadvertido el nivel del desempeño del servicio, únicamente cuando el servicio rebasa las expectativas o no las cumple es cuando llama la atención de los clientes, es decir, cada cliente tiene una tolerancia para los distintos tipos de servicios que utiliza, (Parasuraman, 1990) [6]; todos los clientes tienen distinta zona de tolerancia; para unos es más angosta que para otros; es aquí cuando tiene que ser más riguroso el servicio que brindará la empresa, e igualmente algunos clientes tienen más ancha esa zona de tolerancia; en estos tipos de clientes, el servicio otorgado puede ser menos estricto que en la zona de tolerancia disminuida.

Aunque la percepción de un servicio es parcialmente sobre la base de su experiencia real con él, una cantidad significativa de investigaciones sugieren que el punto de vista de un usuario está condicionado por factores tales como: las emociones (positivas o negativas), atribuciones al fracaso o éxito del servicio y percepciones de equidad o de justicia en el servicio; hay algunos servicios, dependiendo del giro de las empresas, que requieren más contacto del empleado con el cliente que otros, y que una mala experiencia en cualquiera de ellos puede dar como resultado una evaluación negativa hacia la calidad del servicio; éste es el caso de las empresas de brindan servicios de salud, que dependen de la relación del empleado con el paciente; según Berry (2004) [7], los primeros contactos son críticos, pero sin quitarle importancia al resto cuando se trata de determinar la satisfacción y la lealtad del cliente; cuando se interactúa por primera vez con la empresa, se crea en él una primera impresión de la organización, ya que el cliente no cuenta con ninguna otra base para juzgar a la organización; por otro lado, a pesar de que el cliente haya tenido muchas interacciones, cada encuentro individual forma parte de una imagen conjunta de la empresa en la memoria del cliente, con el fin de formar una imagen positiva de la empresa deben sumar muchas interacciones de alta calidad (Berry, 2004) [8]; cuando se presentan combinaciones de interacciones positivas junto con negativas, se genera en el cliente sentimientos de inseguridad sobre la calidad del servicio otorgado por la empresa y la hacen vulnerable ante el atractivo de la competencia; hay interacciones clave que tienen un peso mayor

sobre las otras, la dificultad es identificar cuáles son aquellas que tienen peso sobre los clientes (Zeithaml, 2002) [9]. Debido a la importancia de la satisfacción de los usuarios de un servicio para las empresas e instituciones en general, surgieron herramientas para medir la calidad en el servicio y así conocer el nivel de satisfacción de los mismos; tal como la herramienta SERVQUAL (Service of quality); misma que fue desarrollada por Zeithaml, Parasuraman y Berry, con el auspicio del Marketing Science Institute en 1988; ha experimentado mejoras y revisiones y ha sido validada en América Latina por Michelsen Consulting, con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios; el estudio de validación concluyó en Junio de 1992.

Servqual es una herramienta exclusiva para evaluar la calidad de los servicios; en éste modelo se establece que el cliente espera un servicio (expectativa) y supone lo que recibirá, consciente o inconscientemente evalúa ciertas características (dimensiones del servicio), durante la prestación del mismo, lo que le permite tener impresiones al respecto (percepción) y emite un juicio una vez terminado éste; por esto mismo, SERVQUAL, es una de las principales fuentes de información para que las empresas de servicios conozcan el nivel de satisfacción de sus clientes, ubicar áreas de oportunidad y proponer y/o implementar mejoras para tener clientes satisfechos; la satisfacción del cliente es lo más importante para las empresas razón por la cual han empezado a buscar la manera de cómo ir creciendo en ese aspecto, brindando un servicio de calidad para estar a la vanguardia con las demás empresas y conservar a los clientes; éste modelo es muy flexible, altamente adaptable y eficiente.

Conceptos Importantes:

Calidad del servicio: El grado de discrepancia entre las expectativas normativas de los clientes para el servicio y su percepción sobre el servicio prestado. Mano & Oliver [10], señalaron que el instrumento Servqual puede capturar la esencia de qué calidad del servicio puede significar, por ejemplo, una comparación con la excelencia en el servicio percibido por el cliente.

La calidad es considerada como un antecedente de la satisfacción y muestra al desempeño en el servicio como el elemento determinante en la percepción de la calidad que puede ayudar a una organización a diferenciarse de otras organizaciones, tal y como lo explican De Ruyter [11], Bloemer [12] y Peter [13]; Ghobadian, Abby [14] e incluso puede ser un determinante crítico de la diferencia de las percepciones y expectativas del cliente para la competitividad, como lo afirman Zeithaml, Parasuraman & Berry [15].

La calidad de un bien o servicio está constituida por todos los atributos o propiedades que lo conforman y que le otorgan valor. La calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad.

Satisfacción del Cliente: Autores como Zeithaml & Bitner [16] afirman que la satisfacción es “la evaluación que realiza el cliente o usuario respecto de un producto, en términos de que si ese bien o servicio ha respondido a sus necesidades y expectativas”.

Expectativas: Las expectativas del cliente definen lo que espera que sea el servicio que entrega la organización, éstas expectativas se forman básicamente por sus experiencias pasadas, sus necesidades conscientes, comunicación de boca a boca e información externa, a partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el cliente emite un juicio.

Parusaraman, Zethaml & Berry, [17] mencionan que “las expectativas del cliente representan un papel central para juzgar el servicio que presta un establecimiento, en éste los clientes evalúan el servicio de acuerdo con lo que ellos esperan que se les brinde, con lo que ellos perciben que reciben”.

Percepción del Cliente: La percepción del cliente o usuario se refiere a como éste estima que la organización está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como él valora lo que recibe.

En términos simples, la literatura expone que la satisfacción se puede considerar como una evaluación susceptible a ser cambiada, mientras que la calidad percibida supone una evaluación más estable en el tiempo.

En este contexto, las corrientes teóricas más citadas se orientan a:

- i. La teoría de la Acción Razonada, expuesta por Ajzen y Fishbein [18], relaciona las creencias, actitudes, intenciones y conductas; asume que la conducta de las personas está condicionada por su intención; establece que la intención de realizar o no una conducta se traduce en un balance de lo que la persona cree que debe hacer y la percepción de lo que los otros creen que ella debe hacer. En este sentido, la satisfacción del paciente depende, por un lado de la percepción de cómo ha sido tratado y por otro, de la importancia que otorga el usuario a cada una de las dimensiones de la atención.

- ii. La teoría de la Confirmación de Expectativas, la cual explica qué es y cómo se produce la satisfacción y una de la teoría más extendida en torno a esta materia. Según la cual el usuario estará satisfecho en función del grado de disonancia entre lo que espera y recibe.

MODELO SERVQUAL

Éste modelo establece la medición de la calidad, cómo las necesidades son dinámicas y dependen de un conjunto de factores internos y externos, ésta medición expone el déficit de calidad del servicio, indicando ciertas dimensiones en las cuales la organización debe trabajar.

Como ésta herramienta considera también las opiniones de los clientes respecto de la importancia relativa de las cualidades del servicio, Servqual resulta útil para conocer:

- Una calificación global de la calidad del establecimiento.
- Lo que desean los clientes de la organización (Beneficios Ideales).
- Lo que perciben encontrar los clientes (Beneficios Descriptivos).
- Las brechas de insatisfacción específicas.
- El orden de los vacíos de calidad, desde el más grave y urgente hasta el menos grave.

Dimensiones de Servqual: En la actualidad, la escala consta de cinco dimensiones que se utilizan para juzgar la calidad de los servicios de una organización:

- I. Elementos tangibles: Relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación; son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización, cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos.
- II. Confiabilidad: Entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.
- III. Capacidad de Respuesta: La buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido.
- IV. Seguridad: como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza.
- V. Empatía: La capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes.

Cuestionario Servqual: Mide la importancia relativa de las dimensiones de la calidad y mide las intenciones de comportamiento para evaluar el impacto de la calidad del servicio; por tanto la

calidad del servicio que el cliente recibe respecto a las expectativas le condicionará su comportamiento para:

- Recomendar o no recomendar a la empresa.
- Considerar o no considerar usar el servicio la próxima vez.
- Repetir o no repetir.
- Hacer o no hacer mayor uso del servicio.

Cada una de las dimensiones y las preguntas asociadas van dirigidas a:

Dimensión I: Elementos Tangibles

- i. La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna.
- ii. Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas
- iii. Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra.
- iv. Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.

Dimensión II: Confiabilidad

- i. Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.
- ii. Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo
- iii. La empresa realiza bien el servicio la primera vez
- iv. La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido
- v. La empresa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores

Dimensión III: Capacidad de Respuesta

- i. Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.
- ii. Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes.
- iii. Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes
- iv. Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes

Dimensión IV: Seguridad

- i. El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios transmite confianza a sus clientes
- ii. Los clientes se sienten seguro en sus transacciones con la empresa de servicios.
- iii. Los empleados de la empresa de servicios son siempre amables con los clientes.
- iv. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes

Dimensión V: Empatía

- i. La empresa de servicios da a sus clientes una atención individualizada.
- ii. La empresa de servicios tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.
- iii. La empresa de servicios tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.
- iv. La empresa de servicios se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.
- v. La empresa de servicios comprende las necesidades específicas de sus clientes.

El cuestionario Serviquial se inicia con la descripción de los servicios que brinda y da una breve explicación al usuario para que puntué en una escala la expectativa y/o la percepción que ha tenido del servicio, la escala va del 1 a 7, y es la conocida como escala Likert, usada para medir actitudes, sobre los enunciados el entrevistado mostrará su nivel de acuerdo o desacuerdo.

Escala de Likert para Medir la Satisfacción del Usuario

Escala de Likert	Significado	Rango de porcentaje de satisfacción del cliente
1	Totalmente Insatisfecho	0 - 15
2	Moderadamente Insatisfecho	15 - 30
3	Ligeramente Insatisfecho	30 - 45
4	Ni insatisfecho ni Satisfecho	45 - 55
5	Ligeramente Satisfecho	55 - 70
6	Moderadamente Satisfecho	70 - 85
7	Totalmente Satisfecho	85 - 100

Fuente: Adaptado de Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P.

La escala de medición Likert es un método de pregunta bipolar que mide tanto lo positivo como lo negativo de cada enunciado y posee ventajas y desventajas en el análisis:

Ventajas: permite medir el sentido e intensidad de las actitudes, es fácil de administrar.

Desventajas: Necesita de la ponderación de las respuestas.

La Preponderancia: Para ponderar las dimensiones pueden elegirse tres caminos y la elección de la técnica depende del investigador.

- i. Lo podemos hacer de forma subjetiva,
- ii. Lo podemos preguntar a los clientes en una pregunta adicional al cuestionario.

iii. O bien que sea el propio cliente quien directamente establezca las prioridades.

El modelo de las brechas de la calidad de servicio: La escala multidimensional Servqual se asocia al "Modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio", desarrollado por Valerie A. Zeithaml y Mary Jo Bitner [19].

La idea central de este modelo es que las organizaciones que satisfacen a sus clientes y establecen relaciones de largo plazo con ellos, son capaces de cerrar la brecha que existe entre lo que espera el cliente y lo que recibe; se conoce también como el modelo de las cinco brechas ya que contempla la posible existencia de cinco tipos de discrepancias o "brechas" en la cadena de servicio de una organización, mediante la identificación de estas brechas, se pueden localizar áreas de oportunidad en el servicio al cliente.

Con ello se refieren a no saber lo que el cliente (usuario) espera, no seleccionar el diseño ni los estándares del servicio correctos, no entregar el servicio con los estándares adecuados, no igualar el desempeño con las promesas.

Tratamiento estadístico de datos de Servqual: Una vez tabulada la información de los cuestionarios, se calculan las respectivas medias para cada afirmación y dimensión; se procede a calcular la brecha absoluta, la que se obtiene de restar el valor medio respectivo correspondiente a expectativas de la afirmación o dimensión, según sea el caso, del valor medio respectivo correspondiente a percepciones. ($P - E$). Si dicho valor es positivo ($P > E$), significa que la percepción supera a la expectativa y por lo tanto existe satisfacción en ese ítem, por el contrario, si dicho valor es negativo ($P < E$), significa que no se cumple con la expectativa y por lo tanto existe insatisfacción, si el resultado es igual a cero indica que se cumplen con las expectativas de los clientes. Si bien la brecha absoluta indica si se está cumpliendo con las expectativas o si no se logra satisfacción, ésta medición no ayuda a priorizar los aspectos que requieren más atención, ni a aplicar los recursos a los aspectos puntuales que son prioritarios para el cliente, para solucionar ese impasse, se calcula lo que se denomina brechas relativas, éstas se calculan multiplicando los resultados de ($P - E$) de cada dimensión y factores que la componen, por su respectiva preponderancia (porcentaje asignado para cada afirmación en el cuestionario respectivo), de ésta forma, la brecha correspondiente se relativiza en importancia y se obtienen indicadores que permiten asignar recursos y esfuerzos prioritariamente.

Cálculo del Índice de Calidad del Servicio:

Una vez obtenidas las brechas entre las percepciones y las expectativas del servicio brindado, por cada una de las dimensiones; se procede a realizar el cálculo del Índice de Calidad en el Servicio de Servqual (ICS), a partir de la diferencia de los promedios de cada dimensión, para lo cual se utilizara la siguiente formula: $ICS = Percepciones - Expectativas$

Una vez que se obtienen las diferencias de las expectativas y las percepciones de los usuarios por cada dimensión, se realiza un análisis aplicando la metodología utilizada por Parasuraman, Zeithaml y Berry. [20]

Puntuación de Servqual: Percepciones del Servicio – Expectativas del Servicio		
Puntuación de Servqual	=0	Existe Calidad en el Servicio
	>0	Existe un excelente o extraordinario nivel de Calidad
	<0	Existe un déficit o falta de calidad (calidad deficiente)
<i>Fuente: A partir de Parasuraman, Zeithaml & Berry</i>		

En la actualidad SERVQUAL es el modelo de investigación más usado para medir la calidad de servicios, sin embargo, esta metodología no está exenta de críticas, las cuales son resumidas por BUTTLE (1996) [21].

El Servqual fue diseñado como un instrumento para medir la calidad en el servicio mediante la aplicación del cuestionario a los clientes de cada organización; sin embargo, puede tener otras aplicaciones:

- i. Comparar las expectativas y percepciones de los clientes a través del tiempo.
- ii. Comparar los resultados del SERVQUAL de una compañía, con los resultados de la competencia.
- iii. Examinar segmentos de clientes con diferentes percepciones de Calidad.
- iv. Medir las percepciones de Calidad de clientes internos.
- v. Determinar si los esfuerzos de la compañía están enfocados correctamente.
- vi. Complementar la metodología de la casa de la calidad (QFD, Quality Function Deployment). La metodología QFD tiene utilidad para la planificación y diseño de Productos y/o procesos.
- vii. Construir la función de bienestar. Manzanera, 1993 [22]. Esta función semeja a la función de pérdida de Taguchi

En los viejos tiempo el desafío pasaba por encontrar un modelo que permitiera medir el nivel de satisfacción de los usuarios, que diera como resultado un valor numérico que permitiera establecer objetivos y hacer un seguimiento en el tiempo, a la vez que diera elementos para guiar las acciones a implementar en búsqueda de mejorar la experiencia del cliente en relación al servicio prestado. Sin embargo en la actualidad el Modelo Servqual y el modelo de las Brechas de Calidad de servicio, provee sustento metodológico, y la hace un instrumento de gran utilidad y uso para medir calidad de servicio y satisfacción de clientes (usuarios), temas cada vez más sensibles para las organizaciones privadas y públicas, dada la realidad cambiante.

VII. DISEÑO METODOLÓGICO

- a. **Tipo de Estudio:** Es un estudio observacional de tipo descriptivo, transversal.
- b. **Área de Estudio:** El estudio se realizó en el centro de salud Sócrates Flores Vivas en los pacientes usuarios del servicio que brindó el laboratorio clínico en el período de mayo - junio del año 2015.
- c. **Universo:** El universo lo conformaron 61,000 habitantes distribuidos en 17 barrios del distrito dos de Managua en el área de cobertura del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas.
- d. **Marco Muestral:** Para el cálculo del tamaño de la muestra se consideró un error del 5%, con un intervalo de confianza del 95% y, un nivel de heterogeneidad (p y q) de atributo del 50% (0.5), para una muestra final de 382 entrevistas realizadas entre los pacientes que hicieron uso del servicio de laboratorio; el cálculo de la muestra se realizó según consideraciones de poblaciones finitas en población mayor de 10,000 habitantes y son las siguientes:

$$n = z^2pq/d^2 \text{ en donde:}$$

$$n = (1.96)^2 (0.5) (0.05)^2$$

n = Tamaño de la población;

z = Nivel de confianza;

p = Probabilidad de éxito;

q = Probabilidad de fracaso;

d = Error máximo permisible

- e. **Muestras:** n = 382 entrevistas, quienes fueron seleccionadas por conveniencia, realizadas a los pacientes que asistieron a consulta en la unidad de salud.
- f. **Consideraciones éticas:** Por las características del estudio a los pacientes entrevistados no se le realizó carta de consentimiento informado sin embargo el objetivo del estudio fue explicado a los pacientes, y se aseguró la privacidad y confidencialidad de la información proporcionada.

g. Criterios de Inclusión y Exclusión:

Criterios de inclusión:

Para que los individuos ingresaran al estudio debieron ser usuarios externos (pacientes) y haber utilizado el servicio de laboratorio clínico del centro de salud Sócrates Flores Vivas al menos en una ocasión por cualquiera de los programas que brinda la unidad, ser mayor o igual a 18 años, vivir en el área de cobertura de la unidad de salud y aceptar completar la entrevista (asentimiento).

Criterios de Exclusión:

Para ser excluido en esta investigación los pacientes debieron ser menores de 18 años, ser usuarios internos o no haber aceptado la entrevista y vivir fuera del sector del área de cobertura de la unidad de salud.

h. Instrumento de Recolección y procesamiento de la Información:

Se utilizó el método de Escala Multidimensional Servqual aplicando los cuestionarios definidos por la herramienta y adaptados al laboratorio clínico del centro de salud Sócrates Flores Vivas, en donde se recopiló en un inicio los datos sociodemográficos de los entrevistados tales como, edad, sexo, escolaridad, programa de atención, luego se aplicó la herramienta servqual la cual está estructurada por 44 ítems divididos en dos cuestionarios iniciales de 22 ítems cada uno; un primer cuestionario destinado a recolectar las expectativas de los usuarios según su experiencia y conocimiento de lo que debería ser un laboratorio excelente o un servicio ideal, un segundo cuestionario fue utilizado para conocer las percepciones de los pacientes que hicieron uso del servicio del laboratorio (valoración del servicio brindado), se realizó un tercer cuestionario adicional para conocer la preponderancia (peso que atribuye el usuario) de las dimensiones de calidad del servicio que brinda el laboratorio; inicialmente se realizó un piloto en 30 pacientes para validar la comprensión y el contenido de los cuestionarios por parte de los usuarios, se utilizó la entrevista para la recolección de la información para el estudio, esta fue realizada por seis personas que no laboran dentro del laboratorio los cuales fueron capacitados y dotados con un dispositivo electrónico (Tablet y/o Celular) en el momento de la entrevista, a estos se le conoce como tecnología informática en comunicación (TIC), la administración de los datos se realizó con la herramienta conocida como ODK (Open Data Kit) como plataforma de almacenamiento.

Open Data Kit (ODK): es un conjunto de herramientas que permiten recopilar datos a través de dispositivos móviles Android y enviar datos a un servidor online aunque no se disponga de conexión a Internet o de acceso a una red móvil en el momento de recopilar los datos. Optimiza el proceso de recopilación de datos con [ODK Collect](#) sustituyendo los formularios en papel tradicionales por formularios electrónicos que permiten subir texto, datos numéricos, GPS, fotos, vídeos, códigos de barras y audio a un servidor online. Se puede alojar los datos online a través de App Engine, la potente plataforma de alojamiento de Google, [administrarlos a través de ODK Aggregate](#) y [verlos como un mapa con Google Fusion Tables y Google Earth](#) en resumen ODK es un proyecto de software libre disponible para el público en general.

- i. **Análisis de la Información:** Las cinco dimensiones de la calidad del servicio que fueron evaluadas son: Elementos Tangibles (4 ítems), confiabilidad (5 ítems), capacidad de respuestas (4 ítems), seguridad (4 ítems) y empatía (5 ítems), los cuestionarios fueron dimensionados, usando la escala de Likert de 7 puntos, tecnicada y codificada desde totalmente satisfecho (7) hasta totalmente insatisfecho (1), se calculó las brechas absolutas en cada una de los ítems con su desviación estándar respectiva para asegurar que los valores obtenidos fueran representativos, luego se determinó el Índice de Calidad en el Servicio (ICS), a partir de la diferencia de los promedios (media aritmética) de cada dimensión igual a la percepción menos las expectativas para categorizar la calidad del servicio; en donde si el resultado es igual a cero existe calidad modesta en el servicio cuando la calidad es excelente o de extraordinario nivel de calidad es mayor a cero y déficit o falta de calidad cuando el resultado es menor que cero. Posteriormente se calculó la preponderancia de las dimensiones de la herramienta Servqual calculando el promedio del puntaje brindado por los entrevistados (peso), y por último se calcula las brechas relativas en cada una de las dimensiones ponderando los puntajes y brechas obtenidas. El análisis estadístico de los datos se realizó utilizando el software *Epi Info 7.1.0.6* para el cálculo de las frecuencias, porcentajes, porcentaje acumulado, media y desviación estándar obtenidos en las entrevistas realizadas.
- j. **Trabajo de Campo:** El trabajo de campo inicio el día cuatro de mayo y culminó el veintiséis de junio del año dos mil quince, la entrevistas fueron realizadas por tres estudiantes de medicina de la Unan-Managua y tres estudiantes de Bioanálisis clínico del POLISAL, de lunes a viernes de las siete de la mañana a las cinco de la tarde y los fines de semana de

once de la mañana a siete de la noche, no se realizó entrevistas los días feriados, los pacientes fueron captados en el laboratorio clínico del centro de salud Sócrates Flores Vivas y en los diferentes programas de atención de la unidad de salud, los dispositivos utilizados fueron; cinco celulares Samsung Galaxy S4 mini GT – I9192, con Android 4.4.2, y una Tablet Nexus 7 con Android 4.4.2 respectivamente, las preguntas fueron realizadas y digitalizadas por los encuestadores en el formulario electrónico realizado en ODK, una vez terminada la entrevista los digitadores enviaban los formularios completados al servidor vía conexión internet, los mismos eran revisados y descargados por la administradora de los datos en Excel para luego ser exportados y analizados en Epi Info.

- k. **Limitante del Estudio:** No hubo participación del programa de VPCD (valoración del peso, crecimiento y desarrollo), por ninguno de los tutores mayores de 18 años en el estudio (VPCD=0), sin embargo se realizó invitación a aproximadamente a 30 tutores los cuales rechazaron su participación, el rechazo fue documentado en papel.

VIII. RESULTADOS

Datos Demográficos de los pacientes entrevistados

Se puede observar en la tabla #1 ver anexos 2, los resultados obtenidos en lo concerniente a la variable sexo los resultados son los siguientes; de los 382 pacientes entrevistados 143 (37%), son hombres y 239 (63%), son mujeres; en relación a la distribución de las edades de los pacientes entrevistados, se observa la estratificación de las mismas igual a; pacientes entre las edades de 18 – 22 años 63 (17%), de 23 – 27 años 74(19%), de 28 – 32 años 43(11%), de 33 – 37 años 55(14%), de 38 – 42 años 29 (8%), de 43 – 47 años 26 (7%), de 48 – 52 años 28 (8%), de 53 – 57 años 20 (5%), de 58 – 62 años 13 (3%), de 63 – 67 años 23 (6%) y de 68 años a más 8 (2%). En la variable escolaridad, los resultados obtenidos fueron los siguientes; ninguna 8 (2.09%), primaria 110 (28.80%), secundaria 167 (43.72%), universidad 95 (24.87%), post grado 2 (0.52%); en la variable programa de atención los resultados son los siguientes; emergencia 97 (25%), medicina general 166 (43%), CPN 48 (13%), crónico 71 (19%), VPCD 0 (0%).

Expectativas del Servicio

Dimensión Tangibles: Ver tabla#2.1 en anexos 2

En lo que respecta a las Expectativas de la dimensión de los elementos Tangibles; para los atributos de E1 a E4 con una N= 382 los puntajes promedios son los siguientes; E1= 6.41, E2= 6.44, E3=6.47, E4= 6.17.

Dimensión Confiabilidad: Ver tabla #2.2 en anexos 2

La dimensión de confiabilidad está representada desde el atributo E5 al E9 con los siguientes puntajes promedios; E= 6.49, E6= 6.49, E7= 6.51, E8= 6.48, E9= 6.43.

Dimensión Responsabilidad: Ver tabla#2.3 en anexos 2

La dimensión de Responsabilidad va del atributo E10 al E13 con los siguientes puntajes promedios, E10= 6.38, E11= 6.47, E12= 6.48, E13= 6.40.

Dimensión Seguridad: Ver tabla#2.4 en anexos 2

La dimensión de Seguridad está distribuida desde los atributos E14 a E17 con los siguientes resultados en los puntajes promedios; E14= 6.44, E15= 6.51, E16= 6.44, E17= 6.39.

Dimensión Empatía: Ver tabla#2.5 en anexos 2

Esta dimensión está distribuida desde los atributos E18 al E22, con los siguientes resultados en los puntajes promedios E18= 6.43, E19=6.45, E20= 6.46, E21= 6.49, E22= 6.42.

La valoración para las Expectativas en la escala de Likert es igual a 92%

Percepción del Servicio

Dimensión Tangible: Ver tabla #2.1 en anexos 2

La dimensión tangible está distribuida desde los atributos P1 a P4 con los siguientes resultados obtenidos en los promedio con una N=382 en donde P1= 5.11, P2= 5.08, P3= 5.43, P4= 4.84.

Dimensión Confiabilidad: ver tabla #2.2 en anexos 2

La dimensión confiabilidad está distribuida desde los atributos P5 a P9 con los puntajes promedios obtenidos de la siguiente manera, P5= 5.23, P6= 5.19, P7= 5.36, P8= 6.16, P9= 5.23.

Dimensión Responsabilidad: Ver tabla #2.3 en anexos 2

La dimensión de responsabilidad va del atributo P10 a P13, los puntajes promedios obtenidos son P10= 5.09, P11= 5.13, P12= 5.10, P13= 5.06.

Dimensión Seguridad: Ver tabla#2.4 en anexos 2

Esta dimensión va del atributo P14 a P17 y los resultados de los puntajes promedios obtenidos son P14= 5.16, P15= 5.36, P16= 5.01, P17= 5.07.

Dimensión Empatía: Ver tabla#9 en anexos 2

Esta dimensión está distribuida desde los atributos P18 a P22, los puntajes promedios obtenidos son: P18= 5.28, P19= 5.34, P20= 5.34, P21= 5.16, P22= 5.11.

La valoración para la Percepción en la escala de Likert es igual a 74%

Categorización de la Calidad del Servicio/cálculo del Índice de Calidad del Servicio (ICS)

Ver tabla#3.0 en anexos 2

Para conocer el ICS se calculó el promedio (media aritmética) global de las expectativas y la percepción en las cinco dimensiones con los siguientes resultados; Expectativas para tangibles = 5.37, Confiabilidad= 6.48, Responsabilidad= 6.43, Seguridad= 6.45 y Empatía= 6.45 para un promedio general= 6.44, los resultados para la Percepción son los siguientes; dimensión tangible= 5.12, confiabilidad= 5.23, Responsabilidad= 5.10, Seguridad= 5.15 y empatía= 5.22, con un

promedio general de 5.16, para el cálculo del Índice de calidad del servicio (ICS), se aplicó la fórmula siguiente:

ICS= Percepción (P) – Expectativas (E)

Donde ICS= 5.16 – 6.44 **ICS= -1.28**

Preponderancia de las dimensiones del Servicio.

Ver tabla#4.0 en anexos 2

El cálculo de las preponderancia se obtuvo de la importancia que los usuarios del servicio otorgó según sus necesidades a cada una de las dimensiones con un puntaje de 0 – 100 en el cuestionario realizado, los puntajes obtenidos fueron los siguientes. Tangible= 17, Confiabilidad= 21, Responsabilidad= 21, Seguridad= 21 y Empatía= 20.

IX. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este estudio es el primero que se realiza en el departamento del Laboratorio Clínico dónde se recolecta información específica sobre las características socio demográficas de los usuarios del servicio (ver tabla#1 en anexos 2), así como la utilización de una herramienta específica para medir la calidad de un servicio en salud, en contraste con otros estudios que utilizan encuestas más dirigidas o empíricas como buzón de quejas y sugerencias, el estudio recolectó información en 382 pacientes usuarios del servicio del laboratorio clínico, donde se logró determinar que el 63% (239) fueron mayoritariamente mujeres, y la estratificación de las edades entre 18 a más de 68 años el 61% son pacientes menores de 37 años, población relativamente joven y presuntamente activa laboralmente, en lo concerniente al nivel escolar aprobado se identificó que 167 pacientes aprobaron secundaria, 95 culminaron sus estudios universitarios y 2 poseen estudios de post grados, asumiendo la teoría de que una población mejor educada tiene un nivel de exigencia más elevado que una población menos educada se puede decir que el 69% de la población que participó en el estudio tiene conocimientos de lo que es un servicio de excelencia, en lo concerniente al programa de atención donde los pacientes asisten en la unidad de salud se identificó que 166 pacientes provenían de medicina general, 97 de emergencia siendo estos dos programas el equivalente al 69% de la población que participó en el estudio.

Continuando con el análisis de los datos concernientes a las expectativas (ver tabla#3 en anexos 2); Partiendo de la teoría que la cúspide en la excelencia de la calidad ideal o idónea (lo que debe ser) es aquel que cubre todos requerimientos o atributos en un producto o servicio que el cliente puede o no puede percibir y/o la empresa aspira alcanzar sin fisuras (perfección), se solicitó en el cuestionario a los usuarios que de acuerdo a sus experiencias y/o conocimientos de lo que debe ser un laboratorio excelente (7 en la escala de Likert) calificara sus expectativas en el servicio que brinda un laboratorio excelente del 1 – 7, con el objetivo de identificar las expectativas deseadas por los usuarios, entiéndase esta como el reflejo de la esperanza y deseos que los usuarios poseen antes de recibir el servicio ofertado por la organización. Los resultados obtenidos describen que con el cumplimiento de un 92% del servicio brindado por el laboratorio respecto al índice ideal de 7 según el grado de porcentaje de 0-100, los usuarios estarían totalmente satisfecho con la organización, este dato es muy importante para que la organización asigne requerimiento a los atributos de calidad en el servicio que ofrece y poder establecer las Expectativas Esperada por la empresa, entiéndase esta como lo que puede ser y lo que tiene que ser según lo que espera obtener el usuario y la organización, así como también determinar

posteriormente la zona de tolerancia del usuario el cual es importante para medir el desempeño del servicio donde este pasa inadvertido.

En lo que respecta a la percepción (ver tabla #3 en anexos 2), la calificación dada por los usuarios entrevistados es que están moderadamente satisfechos con el servicio brindado por el laboratorio en un 74% según el grado de porcentaje de 0-100 respecto a lo que ellos esperaban recibir en un laboratorio excelente, es evidente que con estos dos primeros datos se puede afirmar que con el servicio que se está brindando actualmente en el laboratorio no se alcanzan a cubrir las expectativas que tienen los usuarios antes de recibir el servicio.

Una vez calculadas las brechas absolutas por cada una de las dimensiones y la media (promedio) de la Percepción y Expectativas, con la diferencia de estas (P-E), se realizó el cálculo del Índice de calidad del Servicio (ICS) y se posicionó en la escala de puntuación de Servqual, es así como se determinó el nivel de calidad en el servicio que brinda actualmente el laboratorio clínico según la opinión de los usuarios externos que participaron en el estudio, el resultado obtenido (ver tabla #3) es, $ICS = -1.28$, este dato indica que existe un déficit de calidad en el servicio, es decir el laboratorio clínico no está satisfaciendo las necesidades de los pacientes usuarios, por ende se puede afirmar que existe disconformidad con el servicio brindado.

Si bien con el cálculo de las brechas absolutas y el Índice de Calidad del Servicio se puede conocer si se están cumpliendo con las expectativas, o si no se están satisfaciendo a los usuarios en todas las dimensiones de calidad en el servicio, estos datos, no ayudan a priorizar los aspectos que requieren más atención, ni aplicar los recursos a los aspectos puntuales que son primordial para los usuarios, se solucionó este impase calculando la preponderancia de las dimensiones (peso asignado por los usuarios) de esta forma las brechas correspondientes se relativizan en importancia y se obtienen indicadores que permiten asignar recursos y esfuerzos con el fin de mejorar la satisfacción de los usuarios, los datos obtenidos en este estudio respecto a la preponderancia se realizó con un cuestionario adicional donde se le pidió a los entrevistados que distribuyeran 100 puntos entre las dimensiones según el nivel de importancia que tenían para ellos cada una de las dimensiones en cuestión, los resultados indican que para los participantes del estudio todas las dimensiones tienen casi el mismo nivel de importancia; tangibles 17, confiabilidad 21, capacidad de respuesta 21, seguridad 21 y empatía 20, este dato es relevante porque refleja el conocimiento que tienen los usuarios de los servicios de calidad y podría estar asociados al nivel educativo de los participantes del estudio.

Para profundizar en el análisis se ponderaron los promedios obtenidos por cada una de las dimensiones así como las respectivas brechas(brechas relativas), con el propósito de identificar las oportunidades de mejoras en cada una de las dimensiones de calidad, se puede observar que de acuerdo al peso que los usuarios refieren, las brechas más cortas están en Tangibles -21.5 y Empatía -24.6 lo que indica que están más cerca de llegar a las expectativas de los pacientes de acuerdo a la importancia que los usuarios le atribuyen, no obstante en las dimensiones de Capacidad de Respuesta – 27.93 y Seguridad – 27.3, las brechas son más largas respectivamente lo que indica que están más lejos de alcanzar cumplir con las expectativas de los usuarios.

X. CONCLUSIONES

1. Las principales características sociodemográficas de la población en estudio son; población mayoritariamente femenina, joven (menor de 37 años), con buen nivel académico y pertenecientes en su mayoría a los programas de medicina general y emergencia respectivamente, estas características pueden estar asociadas a las expectativas que poseen los usuarios a la calidad del servicio.
2. Se logró identificar una calificación de satisfacción real de las expectativas deseadas por los usuarios del servicio del laboratorio donde ellos estarían totalmente satisfecho con el servicio ofrecido por la organización. La misma que puede ser utilizada para definir los requerimientos para las expectativas esperadas del servicio.
3. La percepción real del servicio que brinda el laboratorio por parte de los participantes del estudio es que ésta, no cumple con sus expectativas razón por él cual están moderadamente satisfecho con el servicio recibido.
4. Existe un déficit en la calidad del servicio brindado por el laboratorio, motivo por el cual hay disconformidad en los usuarios.
5. Los participantes del estudio atribuyen básicamente el mismo peso (importancia) a todas las dimensiones de calidad del servicio, y hay oportunidad de mejoras en cada una de ellas.

XI. RECOMENDACIONES

1. A las Autoridades del Ministerio de Salud de Nicaragua (MINSAL):

- a. Con el fin de mejorar la atención sanitaria y empoderar a los usuarios, como parte de este proceso, es importante utilizar modelos de medición como SERVQUAL, una herramienta que permite evaluaciones estandarizadas y sistemáticas que contribuirían con la satisfacción de los usuarios y el mejoramiento continuo de la calidad de atención en los diferentes servicios de salud del país, tal como mandata la ley general de salud y su reglamento, en cuanto a la implementación de sistemas de gestión de calidad y siguiendo las sugerencia de la OMS en cuanto a la garantía de la calidad según la novena Función Esencial en Salud Publica.

2. A las Autoridades del Centro de Salud Sócrates Flores Vivas:

- a. No promover el servicio que brinda el laboratorio clínico por encima de sus posibilidades ya que ésta práctica aumentará la insatisfacción global y afectará la imagen de la organización.
- b. Realizar monitoreo sistemático a la percepción de calidad de los usuarios en todos los programas de atención de la unidad de salud con el fin de mantener la confianza de los mismos.

3. A la Gerencia del Laboratorio Clínico:

- a. Establecer y comunicar a los usuarios las capacidades de los procesos en el servicio que ofrece el laboratorio para no crear falsas expectativas.
- b. Iniciar las mejoras del servicio en la dimensión de Seguridad. Considerando que los problemas de la seguridad de los pacientes es un aspecto de la atención de carácter obligatorio.
- c. Realizar estudios complementarios de la calidad del servicio que brinda el laboratorio clínico a los usuarios internos con el objetivo de incorporar el punto de vista de estos en el diseño de los procesos.

XII. BIBLIOGRAFÍA

- [1] Berry, Leonard L., (2004). ¡Un buen servicio ya no basta!, Deusto, Bogotá, 2004.
- [2] Bell, L. Martin, (1982). Mercadotecnia, conceptos y estrategia, Continental, México:
- [3] Zas Ros B, Grau Abalo JA, Hernández Meléndez E. Psicología de la salud y gestión Institucional. En: Psicología de la Salud. Fundamentos y aplicaciones. México: Universidad de Guadalajara; 2005.
- [4] Díaz Santos (1992). Calidad Total en la Gestión de los Servicios. España
- [5] Duke Oliva, Edison Jair, (2005). "Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición", Innovar, Revista de Ciencias Sociales y Administrativas, 025, Universidad Nacional de Colombia, pp. 64 -80.
- [6] Parasuraman, A., Valerie A. Zaithaml, & Leonard L. Berry. Delivering Quality Service. Ed. The free press, EEUU, 1990
- [7] Berry, Leonard L., (2004). ¡Un buen servicio ya no basta!, Deusto, Bogotá, 2004
- [8] Berry, Leonard L., (2004). ¡Un buen servicio ya no basta!, Deusto, Bogotá, 2004
- [9] Zeithaml, Valarie A. et al, (2002). Marketing de Servicios, Mc Graw Hill, México
- [10] Mano, H. & Oliver, R., "Assessing the dimensionality and structure of the consumption experience: Evaluation, Feeling, and Satisfaction," Journal of Consumer Research, vol. 20(3), pp. 451-466, 1993.
- [11] De Ruyter, K., Wetzels, M., Lemmink, J., Mattsson, J., "The dynamics of the service delivery process. A value-based approach", International Journal of Research in Marketing, vol. 14(3), pp. 231-243, 1997.
- [12] Bloemer, J.M.M., De Ruyter, K., "Customer loyalty in high and low involvement service settings: The moderating impact of positive emotions", Journal of Marketing Management, vol. 15(4), pp. 315-330, 1999.
- [13] Peter, J.P., "Construct validity: A review of basic issues and marketing practices", Journal of Marketing Research, vol. 18, pp. 133-145, 1981.

- [14] Ghobadian, A., Speller, S., Matthew, J., "Service quality: Concepts and models", International Journal of Quality & Reliability Management, vol. 11(9), pp. 43 – 66, 1994.
- [15] Zeithaml, V., Parasuraman, A., Berry, L. "Delivering quality service. Balancing customer perceptions and expectations", New York: The Free Press
- [16] Zeithaml, VA., Bitner, MJ., "Services marketing. Integrating costumers focus across the firm", 2nd ed., USA: McGraw-Hill, 2000.
- [17] Parasuraman A, Zeithaml, VA, Berry, LL., "SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Marketing, vol. 64, pp.12-40, 1988.
- [18] Ajzen, I. and Fishbein, M., "Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliff: Prentice-Hall, 1980.
- [19] Valarie a. Zeithaml a. Parasuraman Leonard I. Berry (ed. díaz de santos - 2003) calidad total en la gestión de los servicios.
- [20] Parasuraman, a., Zeithaml, v. a. y Berry, l. l. (1988). "servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", journal of retailing, vol 64 (nº 1), pp. 12-40.
- [21] BUTTLE, F. (1996): "SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda", European Journal of Marketing, vol. 30, núm. 1, pp. 8-32.
- [22] Manzanera, Javier. Certificación de proveedores de servicio. Tesis: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 1993.

ANEXOS

Anexo 1

Operacionalización de Variables:

Objetivo #1: Describir las características socio demográficas de los usuarios del servicio de laboratorio clínico.

Variable	Indicador	Definición Operacional	Valores	Escala de Medición
Sexo	% de los pacientes entrevistados según sexo	Condición Biológica con la que se nace	Hombre Mujer	Nominal
Edad	% de los pacientes entrevistados por grupos de edad	Años cumplidos	18 – 22 23 – 27 28 – 32 33 – 37 38 – 42 43 – 47 48 – 52 53 – 57 58 – 62 63 – 67 68 a mas	Continua
Escolaridad	% de los pacientes entrevistados según escolaridad alcanzado	Nivel de educación alcanzado	Ninguna Primaria Secundaria Universidad Post grado	Ordinal
Programa de Atención	% de los pacientes entrevistados según programa de atención	Programa de atención que brinda la unidad de salud	Emergencia Medicina General CPN (control prenatal) VPCD (Vigilancia del Peso, crecimiento y desarrollo)	Ordinal

Objetivo #2: Identificar las expectativas de los usuarios del servicio.

Variable	Indicador	Definición Operacional	Valores	Escala de Medición
Tangibles	Rango de % de satisfacción del usuario a la Expectativas del servicio en el elemento tangible	Son los aspectos físicos que el usuario percibe en el laboratorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica
Confiabilidad	Rango de % de satisfacción del usuario a la Expectativa del servicio en la confiabilidad	Es la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó por el laboratorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica
Capacidad de Respuesta	Rango de % de satisfacción del usuario a la Expectativa del servicio en la capacidad de respuesta	Es la buena voluntad de ayudar a los usuarios y brindar un servicio rápido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica
Seguridad	Rango de % de satisfacción del usuario a la Expectativa del servicio en seguridad	Es el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y capacidad de brindar confianza a los usuarios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica
Empatía	Rango de % de satisfacción del usuario a la Expectativa del servicio en empatía	Es la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los usuarios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica

Objetivo #3: Conocer la percepción de calidad del servicio.

Variable	Indicador	Definición Operacional	Valores	Escala de Medición
Tangibles	Rango de % de satisfacción del usuario a la percepción del servicio en el elemento tangible	Son los aspectos físicos que el usuario percibe en el laboratorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica
Confiabilidad	Rango de % de satisfacción del usuario a la percepción del servicio en la confiabilidad	Es la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó por el laboratorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica
Capacidad de Respuesta	Rango de % de satisfacción del usuario a la percepción del servicio en la capacidad de respuesta	Es la buena voluntad de ayudar a los usuarios y brindar un servicio rápido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica
Seguridad	Rango de % de satisfacción del usuario a la percepción del servicio en seguridad	Es el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y capacidad de brindar confianza a los usuarios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica
Empatía	Rango de % de satisfacción del usuario a la percepción del servicio en empatía	Es la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los usuarios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente insatisfecho. 2. Moderadamente satisfecho. 3. Ligeramente insatisfecho. 4. Ni insatisfecho ni satisfecho. 5. Ligeramente satisfecho. 6. Moderadamente satisfecho. 7. Totalmente satisfecho. 	Numérica

Objetivo #4: Categorizar la calidad del servicio brindado por el laboratorio clínico

Variable	Indicador	Definición Operacional	Valores	Escala de Medición
Índice de Calidad del Servicio (ICS)	Resultado de la Brecha absoluta igual a (P-E)	Es el grado de discrepancia entre las expectativas de los usuarios antes de usar el servicio y su percepción sobre el servicio recibido	a) = existe calidad moderada en el servicio. b) >0 existe una excelencia en la calidad del servicio c) < 0 existe un déficit o falta de calidad en el servicio (calidad deficiente).	Numérica

Objetivo #5: Determinar la preponderancia de las dimensiones de la calidad.

Variable	Indicador	Definición Operacional	Valores	Escala de Medición
Tangibles	Nivel de importancia que atribuyen los usuarios a los elementos tangibles.	Son los aspectos físicos que el usuario percibe en el laboratorio	De 0 a 100 puntos	Numérica
Confiabilidad	Nivel de importancia que atribuyen los usuarios a la confiabilidad.	Es la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó por el laboratorio	De 0 a 100 puntos	Numérica
Capacidad de Respuesta	Nivel de importancia que atribuyen los usuarios a la capacidad de respuesta.	Es la buena voluntad de ayudar a los usuarios y brindar un servicio rápido	De 0 a 100 puntos	Numérica
Seguridad	Nivel de importancia que atribuyen los usuarios a la seguridad.	Es el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y capacidad de brindar confianza a los usuarios	De 0 a 100 puntos	Numérica
Empatía	Nivel de importancia que atribuyen los usuarios a la empatía.	Es la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los usuarios	De 0 a 100 puntos	Numérica

Anexo 2 TABLAS DE RESULTADOS

Datos Socio demográficos de los Pacientes Entrevistados

Tabla#1

Datos Socio Demográficos		frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Sexo	Hombre	143	37%	37%
	Mujer	239	63%	100.00%
Edad	18 – 22	63	17%	17%
	23 – 27	74	19%	36%
	28 – 32	43	11%	47%
	33 – 37	55	14%	61%
	38 – 42	29	8%	69%
	43 – 47	26	7%	76%
	48 – 52	28	8%	84%
	53 – 57	20	5%	89%
	58 – 62	13	3%	92%
	63 – 67	23	6%	98%
	68 a mas	8	2%	100%
Escolaridad	Ninguna	8	2.09%	2.09%
	Primaria	110	28.80%	30.89%
	Secundaria	167	43.72%	74.61%
	Universidad	95	24.87%	99.48%
	Post grado	2	0.52%	100.00%
Programa de Atención	Emergencia	97	25%	25%
	Medicina General	166	43%	69%
	CPN	48	13%	81%
	Crónico	71	19%	100.00%
	VPCD	0	0.00%	100.00%

Fuente: Cuestionario Servqual

N= 382

Procesamiento de datos, cálculo de las brechas relativas.

Tabla #2.1

Expectativas	Puntaje	Std Dev	Percepciones	Puntaje	Std Dev	Brecha
Dimensión Tangibles			Dimensión Tangible			
E1. Un laboratorio excelente cuenta con equipamiento de aspecto moderno.	6.41	0.91	P1. El laboratorio cuenta con equipamiento de aspecto moderno.	5.11	1.38	-1.30
E2. Las instalaciones físicas de un laboratorio excelente son visualmente atractivas.	6.44	0.90	P2. Las instalaciones físicas del laboratorio son visualmente atractivas.	5.08	1.37	-1.36
E3. Los empleados de un laboratorio excelente tienen buena presencia.	6.47	0.84	P3. Los empleados del laboratorio tienen buena presencia.	5.43	1.30	-1.04
E4. En un laboratorio excelente, el material asociado con el servicio (como los folletos o los comunicados) es visualmente atractivos.	6.17	1.14	P4. En el laboratorio, el material asociado con el servicio (como los folletos o los comunicados) es visualmente atractivos.	4.84	1.40	-1.30

Fuente: Cuestionario Servqual

Tabla#2.2

Expectativas	Puntaje	Std Dev	Percepciones	Puntaje	Std Dev	Brecha
Dimensión de Confiabilidad			Dimensión de Confiabilidad			
E5. Un laboratorio excelente cuando promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.	6.49	0.83	P5. El laboratorio cuando promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.	5.23	1.37	-1.26
E6. Cuando tiene un problema, un laboratorio excelente muestra un interés sincero por solucionarlo.	6.49	0.81	P6. Cuando tiene un problema, el laboratorio muestra un interés sincero por solucionarlo.	5.19	1.46	-1.30
E7. Un laboratorio excelente lleva a cabo el servicio bien a la primera.	6.51	0.77	P7. El laboratorio lleva a cabo el servicio bien a la primera.	5.36	1.36	-1.15
E8. Un laboratorio excelente lleva a cabo sus servicios en el momento que promete que va a hacerlo.	6.48	0.77	P8. El laboratorio lleva a cabo sus servicios en el momento que promete que va a hacerlo.	5.16	1.41	-1.32
E9. Un laboratorio excelente pone énfasis en unos registros exentos de errores.	6.43	0.88	P9. El laboratorio pone énfasis en unos registros exentos de errores	5.23	1.43	-1.15

Fuente: Cuestionario Servqual

Tabla#2.3

Expectativas	Puntaje	Std Dev	Percepciones	Puntaje	Std Dev	Brecha
Dimensión de Capacidad de Respuesta			Dimensión de Capacidad de Respuesta			
E10. Los empleados de un laboratorio excelente le explican con exactitud cuándo se llevaran a cabo los servicios.	6.38	0.91	P10. Los empleados del laboratorio le explican con exactitud cuándo se llevaran a cabo los servicios.	5.09	1.47	-1.29
E11. Los empleados de un laboratorio excelente le proporcionan un servicio rápido.	6.47	0.81	P11. Los empleados del laboratorio le proporcionan un servicio rápido.	5.13	1.44	-1.34
E12. Los empleados de un laboratorio excelente siempre están dispuestos a ayudarles.	6.48	0.82	P12. Los empleados del laboratorio siempre están dispuestos a ayudarles.	5.10	1.46	-1.38
E13. Los empleados de un laboratorio excelente nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	6.40	0.83	P13. Los empleados del laboratorio nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas	5.06	1.46	-1.34

Fuente: Cuestionario Servqual

Tabla#2.4

Expectativas	Puntaje	Std Dev	Percepciones	Puntaje	Std Dev	Brecha
Dimensión Seguridad			Dimensión Seguridad			
E14. El comportamiento de los empleados de un laboratorio excelente le inspira confianza.	6.44	0.85	P14. El comportamiento de los empleados del laboratorio le inspira confianza.	5.16	1.42	-1.28
E15. Se siente seguro en sus transacciones con un laboratorio excelente.	6.51	0.77	P15. Se siente seguro en sus transacciones con el laboratorio.	5.36	0.77	-1.15
E16. Los empleados de un laboratorio excelente suele ser corteses con usted.	6.44	0.82	P16. Los empleados del laboratorio suele ser corteses con usted.	5.01	1.56	-1.43
E17. Los empleados de un laboratorio excelente poseen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.	6.39	0.87	P17. Los empleados del laboratorio poseen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.	5.07	1.42	-1.32

Fuente: Cuestionario Servqual

Tabla #2.5

Expectativas	Puntaje	Std Dev	Percepciones	Puntaje	Std Dev	Brecha
Dimensión Empatía			Dimensión Empatía			
E18. Un laboratorio excelente le proporciona atención individualizada.	6.43	0.83	P18. El laboratorio le proporciona atención individualizada.	5.28	1.38	-1.15
E19. Un laboratorio excelente tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios.	6.45	0.81	P19. El laboratorio tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios.	5.34	1.42	-1.11
E20. Un laboratorio excelente cuenta con unos empleados que le proporcionan una atención personalizada.	6.46	0.75	P20. El laboratorio cuenta con unos empleados que le proporcionan una atención personalizada.	5.19	1.42	-1.27
E21. Un laboratorio excelente se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.	6.49	0.73	P21. El laboratorio se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.	5.16	1.48	-1.33
E22. Los empleados de un laboratorio excelente comprenden sus necesidades específicas.	6.42	0.83	P22. Los empleados del laboratorio comprenden sus necesidades específicas.	5.11	1.43	-1.31

Fuente: Cuestionario Servqual

Promedio General de las Dimensiones de Calidad, Brechas Absolutas e Índice General de Satisfacción del Servicio Brindado por el Laboratorio Clínico

Tabla#3.0

Calidad del Servicio	Tangibles	Confiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía	Puntaje Promedio	Valoración en la escala de Likert	Rango de % de satisfacción del usuario
Expectativas	6.37	6.48	6.43	6.45	6.45	6.44	92%	Totalmente satisfecho (85 – 100 %)
Percepciones	5.12	5.23	5.10	5.15	5.22	5.16	74%	Moderadamente Satisfecho (70 - 85%)
Brechas Absolutas	-1.25	-1.25	-1.33	-1.3	-1.23	-1.28	-18.29%	-
ICS General P-E	ICS= -1.28 (<0) Existe un déficit o falta de calidad en el Servicio (calidad deficiente)							

Fuente: Cuestionario Servqual

Cálculo de la Preponderancia de las Dimensiones del Servicio.

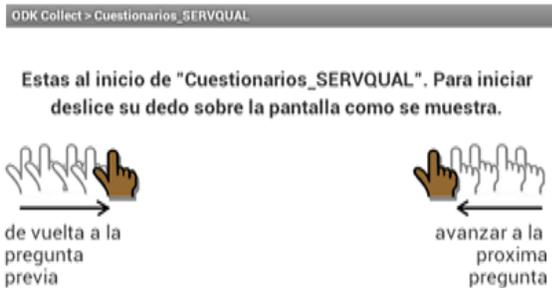
Tabla#4.0

Ponderación		Puntajes Ponderados		
Dimensiones	Peso	Expectativas	Percepción	Brecha
Tangibles	17	108	87	-21.5
Confiabilidad	21	136	110	-26.5
Capacidad de Respuesta	21	135	107	-27.93
Seguridad	21	135	108	-27.3
Empatía	20	129	104	-24.6
Total	100	ICS Ponderado= -25.47		

Fuente: Cuestionario Servqual

Anexo 3

Pantallas de capturas del cuestionario Servqual en la aplicación ODK



ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL_v2

DATOS SOCIODEMOGRAFICOS DE LOS USUARIOS

Fecha

15 Jun 2015

Hora

10 25 AM

Edad

Entre 18 a mas

Sexo

Hombre

Mujer

Precedencia

Emergencia

Medicina General

CPN

Cronico

VPCD

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

INSTRUCCIONES:

Basado en su experiencia como paciente en un laboratorio que brindaría una excelente calidad en el servicio en una unidad de atención primaria (Centro de Salud). Piense en el laboratorio con la que usted estaría complacido al ser atendido.

a) Por favor, indique el grado que usted piensa que un laboratorio excelente debe tener respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados.

b) Si usted siente que la característica no es totalmente esencial, encierre el número 1.

c) Si cree que la característica es absolutamente esencial para un laboratorio excelente, encierre el número 7.

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de bienes tangibles

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

1. Un laboratorio excelente cuenta con equipamiento de aspecto moderno.

1. Totalmente Insatisfecho

2. Moderadamente Insatisfecho

3. Ligeramente Insatisfecho

4. Ni Insastifecho ni Satisfecho

5. Ligeramente Satisfecho

6. Moderadamente Satisfecho

7. Totalmente Satisfecho

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

Declaraciones sobre percepción de la dimensión de bienes tangibles

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

1. El laboratorio cuenta con equipamiento de aspecto moderno.

1. Totalmente Insatisfecho

2. Moderadamente Insatisfecho

3. Ligeramente Insatisfecho

4. Ni Insastifecho ni Satisfecho

5. Ligeramente Satisfecho

6. Moderadamente Satisfecho

7. Totalmente Satisfecho

Pantallas de capturas del cuestionario Servqual en la aplicación ODK

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

INSTRUCCIONES:

A continuación se listan cinco características del servicio que ofrece el laboratorio.

Deseamos conocer que tan importante es cada una de esas características si usted está evaluando a un laboratorio excelente.

Por favor, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características de acuerdo con la importancia que para usted tenga cada una de ellas: entre más importante sea una característica, más puntos se le asignarán. No olvide asegurarse que la suma de todos los puntos debe ser 100.

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

Preponderancia de las dimensiones de calidad del Laboratorio Clínico del CSSFV

1. La apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales de comunicación en el laboratorio.
Recuerde distribuir un total de 100 puntos entre las 5 características

2. La habilidad del laboratorio clínico para desempeñar el servicio prometido confiable y correctamente

3. La disponibilidad del laboratorio para ayudar a los pacientes y proveer un pronto servicio

4. El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar confianza.

5. El cuidado y la atención personalizada que el laboratorio brinda a sus pacientes.

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

Ha terminado el Cuestionario sobre la Preponderancia de las dimensiones de calidad del Laboratorio Clínico del CSSFV

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

Ha terminado de responder todas las preguntas, Gracias por su aporte!!

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

Encuestador

ODK Collect > Cuestionarios_SERVQUAL

Esta al final de "Cuestionarios_SERVQUAL".

Dele un nombre a este formulario:

Marcar el formulario como finalizado

Guardar Formulario y Salir

ODK Collect > Menu Principal

ODK Collect 1.2.1(1014)

Recolección de Datos hecha mas fácil...

Llenar el Formulario en Blanco

Editar Formulario Guardado

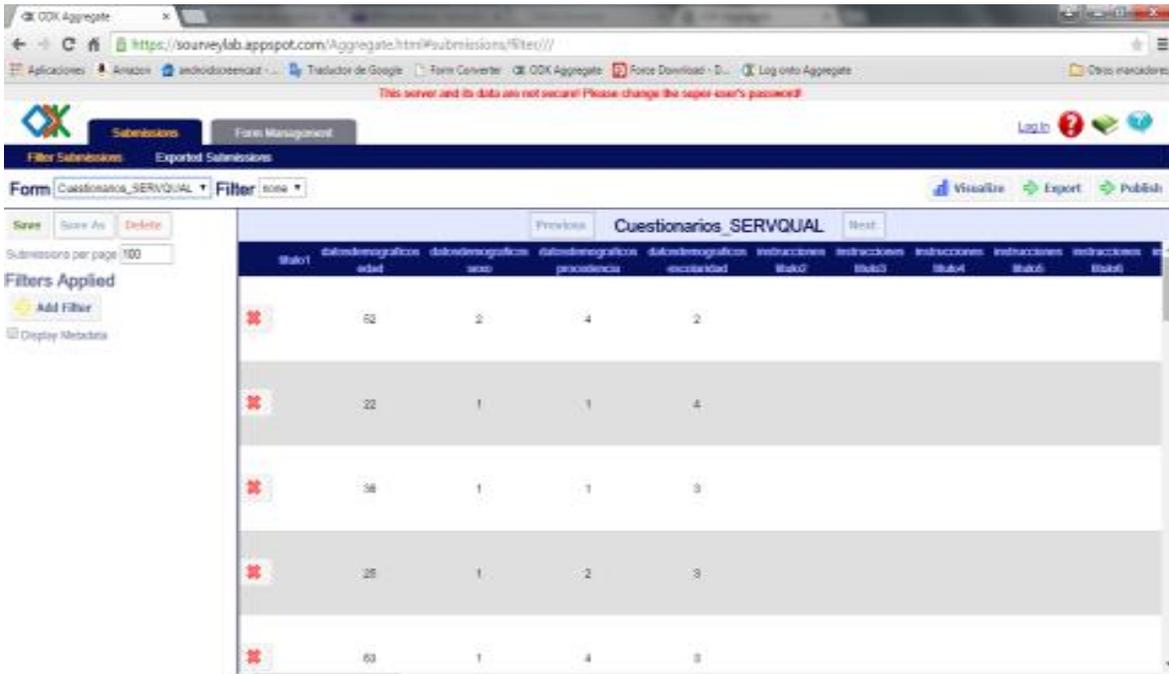
 Enviar Formulario Finalizado

Obtener el Formulario en Blanco

Borrar el Formulario Guardado

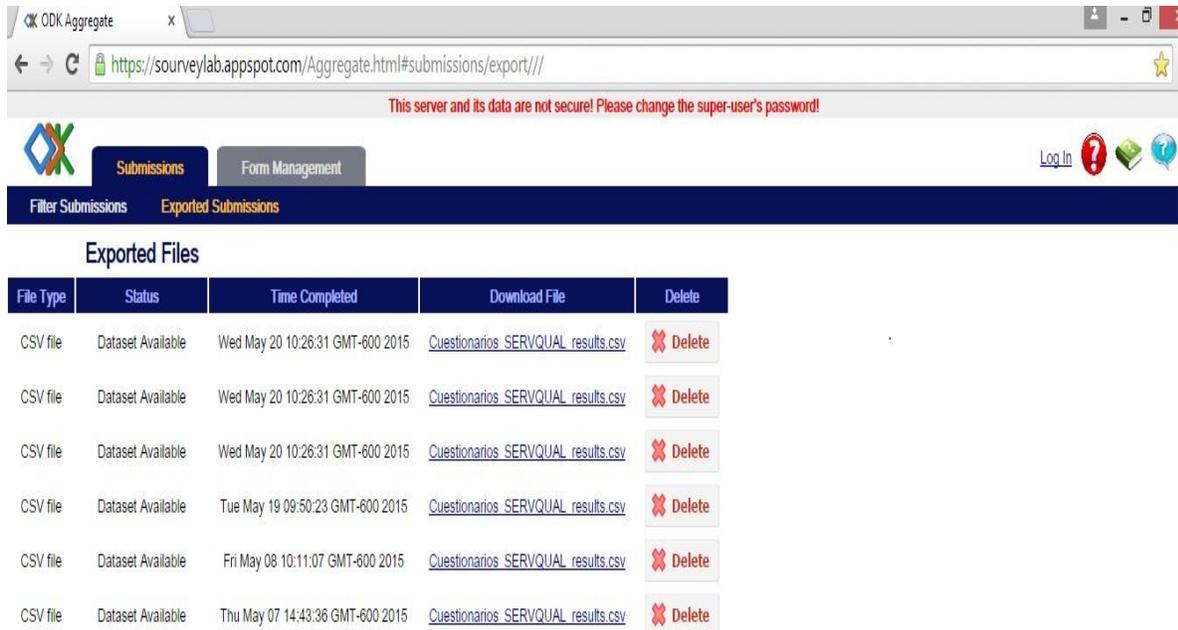
Link y Servidor ODK de base de Datos.

<https://surveylab.appspot.com/Aggregate.html#submissions/export//>



The screenshot shows the ODK Aggregate web interface. At the top, there is a warning: "This server and its data are not secure! Please change the super-user's password!". Below this, the interface is divided into "Submissions" and "Form Management" tabs. The "Submissions" tab is active, showing a table of survey results for the form "Cuestionarios_SERVQUAL". The table has columns for "id", "edad", "sexo", "prevalencia", and "incubated". There are also buttons for "Visualize", "Export", and "Publish".

id	edad	sexo	prevalencia	incubated
62	2	4	2	
22	1	1	4	
38	1	1	3	
25	1	2	3	
63	1	4	3	



The screenshot shows the "Exported Files" section of the ODK Aggregate interface. It displays a table with columns for "File Type", "Status", "Time Completed", "Download File", and "Delete". There are six rows, each representing a CSV file export of the "Cuestionarios_SERVQUAL" results. Each row has a "Delete" button next to it.

File Type	Status	Time Completed	Download File	Delete
CSV file	Dataset Available	Wed May 20 10:26:31 GMT-600 2015	Cuestionarios_SERVQUAL_results.csv	Delete
CSV file	Dataset Available	Wed May 20 10:26:31 GMT-600 2015	Cuestionarios_SERVQUAL_results.csv	Delete
CSV file	Dataset Available	Wed May 20 10:26:31 GMT-600 2015	Cuestionarios_SERVQUAL_results.csv	Delete
CSV file	Dataset Available	Tue May 19 09:50:23 GMT-600 2015	Cuestionarios_SERVQUAL_results.csv	Delete
CSV file	Dataset Available	Fri May 08 10:11:07 GMT-600 2015	Cuestionarios_SERVQUAL_results.csv	Delete
CSV file	Dataset Available	Thu May 07 14:43:36 GMT-600 2015	Cuestionarios_SERVQUAL_results.csv	Delete

Anexos 4

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

CUESTIONARIO PARA LA EVALUACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL LABORATORIO CLINICO DEL C/SFV

N° _____

Fecha _____

Datos sociodemográficos de los usuario

Edad: _____

Sexo: Hombre Mujer

Programa de atención: Emergencia Medicina General CPN Crónico VPCD

Escolaridad: Ninguna Primaria Secundaria Universidad Post grado

CUESTIONARIO DE EXPECTATIVAS DE UN SERVICIO DE CALIDAD EN UN LABORATORIO CLINICO EXCELENTE

Instrucciones

Basado en su experiencia como paciente piense en un laboratorio que brindaría una excelente calidad en el servicio en una unidad de atención primaria (Centro de Salud). Piense en el laboratorio con la que usted estaría complacido al ser atendido.

- Por favor, indique el grado que usted piensa que un laboratorio excelente debe tener respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados.
- Si usted siente que la característica no es totalmente esencial, encierre el número 1.
- Si cree que la característica es absolutamente esencial para un laboratorio excelente, encierre el número 7.
- Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios.

No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a la calidad del servicio que brinda el laboratorio clínico.

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de bienes tangibles		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	Un laboratorio excelente cuenta con equipamiento de aspecto moderno.							
2	Las instalaciones físicas de un laboratorio excelente son visualmente atractivas.							
3	Los empleados de un laboratorio excelente tienen buena presencia.							
4	En un laboratorio excelente, el material asociado con el servicio (como los folletos o los comunicados) es visualmente atractivo							
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de Confiabilidad		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
5	Un laboratorio excelente cuando promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.							
6	Cuando tiene un problema, un laboratorio excelente muestra un interés sincero por solucionarlo.							
7	Un laboratorio excelente lleva a cabo el servicio bien a la primera.							
8	Un laboratorio excelente lleva a cabo sus servicios en el momento que promete que va a hacerlo							
9	Un laboratorio excelente pone énfasis en unos registros exentos de errores.							
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de Responsabilidad		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7

		1	2	3	4	5	6	7	
10	Los empleados de un laboratorio excelente le explican con exactitud cuándo se llevaran a cabo los servicios.								
11	Los empleados de un laboratorio excelente le proporcionan un servicio rápido.								
12	Los empleados de un laboratorio excelente siempre están dispuestos a ayudarles.								
13	Los empleados de un laboratorio excelente nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.								
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de Seguridad		Total desacuerdo				Total acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7	
14	El comportamiento de los empleados de un laboratorio excelente le inspira confianza.								
15	Se siente seguro en sus transacciones con un laboratorio excelente.								
16	Los empleados de un laboratorio excelente suele ser corteses con usted.								
17	Los empleados de un laboratorio excelente poseen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas								
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de Empatía		Total desacuerdo				Total acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7	
18	Un laboratorio excelente le proporciona atención individualizada.								
19	Un laboratorio excelente tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios.								
20	Un laboratorio excelente cuenta con unos empleados que le proporcionan una atención personalizada.								
21	Un laboratorio excelente se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.								
22	Los empleados de un laboratorio excelente comprenden sus necesidades específicas.								

CUESTIONARIO DE LA PERCEPCION DEL SERVICIO QUE BRINDA EL LABORATORIO CLINICO DEL C/S SFV

Instrucciones

Indique su percepción en cada pregunta del cuestionario pensando en cómo el laboratorio clínico en estudio brinda sus servicios a los pacientes de la Unidad de salud y tome en cuenta sus experiencias en el uso del servicio.

- a) Por favor, indique el grado que usted piensa que el laboratorio clínico tiene respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados.
- b) Si usted siente que la característica no es totalmente satisfecha, encierre el número 1.
- c) Si cree que la característica es absolutamente satisfecha por el laboratorio, encierre el número 7.
- d) Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios.

No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a la calidad del servicio que brinda el laboratorio clínico.

Declaraciones sobre la percepción de la dimensión de bienes tangibles		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	El laboratorio cuenta con equipamiento de aspecto moderno.							
2	Las instalaciones físicas del laboratorio son visualmente atractivas.							
3	Los empleados del laboratorio tienen buena presencia.							
4	En el laboratorio, el material asociado con el servicio (como los folletos o los comunicados) es visualmente atractivo.							
Declaraciones sobre la percepción de la dimensión de Confiabilidad		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
5	El laboratorio cuando promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.							
6	Cuando tiene un problema, el laboratorio muestra un interés sincero por solucionarlo.							
7	El laboratorio lleva a cabo el servicio bien a la primera.							
8	El laboratorio lleva a cabo sus servicios en el momento que promete que va a hacerlo							
9	El laboratorio pone énfasis en unos registros exentos de errores.							
Declaraciones sobre la percepción de la dimensión de Responsabilidad		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
10	Los empleados del laboratorio le explican con exactitud cuándo se llevaran a cabo los servicios.							
11	Los empleados del laboratorio le proporcionan un servicio rápido.							
12	Los empleados del laboratorio siempre están dispuestos a ayudarles.							
13	Los empleados del laboratorio nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.							
Declaraciones sobre la percepción de la dimensión de Seguridad		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
14	El comportamiento de los empleados de un laboratorio le inspira confianza.							
15	Se siente seguro en sus transacciones con el laboratorio							
16	Los empleados del laboratorio suele ser corteses con usted.							
17	Los empleados del laboratorio poseen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.							
Declaraciones sobre la percepción de la dimensión de Empatía		Total desacuerdo				Total acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
18	El laboratorio le proporciona atención individualizada.							
19	El laboratorio tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios.							
20	El laboratorio cuenta con unos empleados que le proporcionan una atención personalizada.							
21	El laboratorio se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.							
22	Los empleados del laboratorio comprenden sus necesidades específicas.							

**CUESTIONARIO SOBRE LA PREPONDERANCIA DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD DEL LABORATORIO CLINICO
DEL C/S SFV**

Instrucciones

A continuación se listan cinco características del servicio que ofrece el laboratorio.

Deseamos conocer que tan importante es cada una de esas características si usted está evaluando a un laboratorio excelente.

Por favor, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características de acuerdo con la importancia que para usted tenga cada una de ellas: entre más importante sea una característica, más puntos se le asignarán. No olvide asegurarse que la suma de todos los puntos debe ser 100

Concepto		Puntaje
1	La apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales de comunicación en el laboratorio.	
2	La habilidad del laboratorio clínico para desempeñar el servicio prometido confiable y correctamente	
3	La disponibilidad del laboratorio para ayudar a los pacientes y proveer un pronto servicio	
4	El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar confianza.	
5	El cuidado y la atención personalizada que el laboratorio brinda a sus pacientes.	
		100

Carta de Solicitud para realizar el estudio en la unidad de Salud



Gobierno de Reconciliación
y Unidad Nacional

El Pueblo, Presidente!

MINISTERIO DE SALUD
SILAIS MANAGUA
C/S SOCRATES FLORES VIVAS

2015
Vamos Adelante!

Managua 20/05/2015

Dr. Freddy Suarez Zelaya

Director Interino

Centro de Salud Sócrates Flores Vivas

Sus Manos.

Estimado Dr. Suarez

Deseándole siempre el mejor éxito en el desempeño de sus funciones, me dirijo a usted por este medio para solicitar su autorización para iniciar con la encuesta que haremos a los pacientes sobre la calidad del servicio que brinda el laboratorio clínico de esta unidad de salud. Como le había mencionado antes de manera verbal este estudio es un apéndice del proyecto que estoy desarrollando en el laboratorio clínico el cual consiste en un sistema de gestión de calidad para el laboratorio y que ya está casi completo, tenemos el sistema estructurado según los requerimientos del ministerio de salud del país (normas y protocolos actualizados), según las necesidades de gerencia y nos falta adaptar esta estructura según las necesidades de los usuarios del servicio

Como parte de la restitución de los derechos que el gobierno está impulsando en el país en el laboratorio estamos comprometidos con brindar un servicio de calidad y con calidez a nuestros pacientes al más alto nivel razón por el cual necesitamos conocer la percepción que tienen los pacientes del servicio que brindamos, con esta encuesta no buscamos culpables si determinamos que estamos dando un mal servicio sino conocer las debilidades y fortalezas para de esta manera crear estrategias que nos permitan disminuir las brechas de insatisfacción que tengan los pacientes.

Esta encuesta será realizada con una herramienta llamada Servqual el cual se utiliza para evaluar servicios y el cuestionario se realizara de manera electrónica (celular y/o Tablet) por los estudiantes de Bioanálisis clínicos del POLISAL en 291 pacientes (muestras), mi compromiso con la institución es retroalimentar la información recolectada a la brevedad posible y con las autoridades necesarias, también queda a la disposición la herramienta para ser utilizada en cualquier programa o servicio que brinde la unidad de salud.

Agradeciéndole de ante mano todo el apoyo que usted pueda brindarme, me despido con las muestras de mi más sincero aprecio.

Atentamente

Cc. Sindicato Marcos Somarriba

Archivo



Lic. Heiry Guillermo Roa Solis

Resp. Laboratorio Clínico C/S SFV



recibo



**FE,
FAMILIA
Y COMUNIDAD!
EN VICTORIAS!**

CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA

C/S SOCRATES FLORES VIVAS

Bo. Santa Ana Sur, Cementerio General 2o norte 100m este

22660842-22660843

EMAIL: dc35-mca@minsa.gob.ni