

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**

**FACULTAD DE MEDICINA HUMANA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ODONTOLOGÍA**



**TESIS:**

**“FACTORES QUE INFLUYEN EN EL GRADO DE SATISFACCION Y NIVEL DE EXPECTATIVAS DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE SALUD PUBLICO, UNIVERSITARIO Y PRIVADO, EN EL DISTRITO DE TACNA EN EL AÑO 2010”**

Presentado Por: VELA RIVERA, Rodrigo Daniel

Para Optar El titulo profesional de Cirujano Dentista

Tacna - Perú

2011



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo se lo dedico a mi papa Reynaldo Vela Moscoso y a mi mama Regina Rivera Delgado por su apoyo y estimulación constante para la realización de este trabajo y la culminación de mi carrera profesional y a todos mis amigos y mi enamorada Daniela Saira López que me apoyaron constantemente y brindaron su aliento



## **RESUMEN**

**FUNDAMENTO:** Evaluar la calidad de la atención desde la perspectiva del usuario es cada vez más común. A partir de ello, es posible obtener del entrevistado un conjunto de conceptos y actitudes asociados a la atención recibida, con los cuales se obtiene información que beneficia a la organización otorgante de los servicios de salud.

**OBJETIVO:** ¿Determinar cuáles son los factores asociados y su influencia en el nivel de expectativas y grado de satisfacción de los pacientes que acuden al servicio de odontología de los establecimientos de salud público, universitario y privado?

**POBLACION Y MUESTRA:** Se realizaron 305 encuestas a usuarios seleccionados en el Hospital Hipólito Unanue, C.S La esperanza, C.S Bolognesi, P.S Vista Alegre, Clínica Docente Odontológica de la UPT, Clínica D. Loayza

**METODO:** Observacional, descriptivo transversal y correlacional.

**RESULTADOS:** El nivel de expectativas del paciente en cuanto a la atención y el servicio recibido en los establecimientos privados logro en la UPT (83,84%), Clínica Dr. Loayza (66.80%) para los establecimientos públicos, para el Hospital Hipólito Unanue (97,78%), CS Bolognesi (85,24%), CS La Esperanza (61,48%) y PS Vista Alegre (54,44%). El grado de satisfacción del paciente en cuanto a la atención y el servicio recibido en los establecimientos de privados logro en la Clínica Loayza (93,59%), Clínica de la UPT (58,98%), en los establecimientos públicos en el H. Hipólito Unanue (56.94%), CS Bolognesi (54.13%), CS La Esperanza (57,22%) y PS Vista Alegre (60,67%).

**CONCLUSIONES:** El grado de satisfacción, nivel de expectativas y los factores administrativos o humanos de los pacientes encontrados en la atención odontológica de los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010, tuvieron diferencias con significancia estadística, encontrándose que el establecimiento privado y universitario tuvieron mejor performance que en los establecimientos públicos.



## INDICE

<b>INTRODUCCION</b>	6
<b>CAPITULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1 Fundamentación del Problema	8
1.2 Formulación del Problema	8
1.3 Objetivos de la Investigación	9
1.3.1. Objetivo General	9
1.3.2. Objetivos Específicos	9
1.4 Justificación	10
1.5 Definición de términos	10
<b>CAPITULO II</b>	
<b>REVISIÓN BIBLIOGRAFICA</b>	
2.1 Antecedentes de la investigación	13
2.2 Marco teórico	22
<b>CAPITULO III</b>	
<b>HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES OPERACIONALES</b>	
3.1 Hipótesis	49
3.2 Operacionalización de las variables	49
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
4.1 Diseño (clasificación)	52
4.2 Ámbito de estudio	52
4.3 Población y muestra.	52
4.3.1 Criterios de Inclusión	52
4.3.2 Criterios de Exclusión	53
4.4 Procedimientos de análisis de datos	55
<b>CAPITULO V</b>	



RESULTADOS	57
<b>CAPITULO VI</b>	
DISCUSION	81
<b>CAPITULO VII</b>	
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIONES	86
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	88
<b>ANEXOS</b>	91



## INTRODUCCION

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.

Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente.

El enfoque de tipo gerencial de los sistemas de prestación de salud en el mundo, surge como una exigencia de la globalización y un mercado competitivo que busca mayor productividad y calidad <sup>23</sup>.

El presente trabajo consiste en encontrar el grado de satisfacción y nivel de expectativas de los establecimientos de salud con el fin de encontrar los factores más influyentes en la calidad de atención del servicio de odontología.



# CAPITULO I

# PROBLEMA DE INVESTIGACION



## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Fundamentación del Problema

En la actualidad nuestro país ha vivido una serie de transformaciones sociales y económicas que han influido de manera directa en el entorno en que se desarrolla la oferta y la demanda de los servicios de salud, no siendo la excepción el servicio de odontología. Avances Tecnológicos han contribuido también a la mejora de la calidad en la atención Odontológica, refiriéndonos al equipo, instrumental y materiales de uso común en esta área de trabajo, sin dejar de lado los avances que en la Educación Universitaria de la carrera se han dado. Evaluar la calidad de la atención desde la perspectiva del usuario es cada vez más común. A partir de ello, es posible obtener del entrevistado un conjunto de conceptos y actitudes asociados a la atención recibida, con los cuales se obtiene información que beneficia a la organización otorgante de los servicios de salud, a los prestadores directos y a los usuarios en sus necesidades y expectativas; este método además representa, una de las formas más rápidas para evaluar los aspectos de la calidad de los servicios desde la percepción del usuario y ofrece beneficios a un costo relativamente bajo. Por lo anteriormente expuesto es importante conocer los avances y el alcance que en ésta materia se han dado, por lo cual se pretende en ésta investigación, medir el grado de satisfacción del usuario para determinar los factores que influyen en la calidad de la atención percibida por el paciente que demanda el servicio, o si existen otras variables a considerar que influyan en la decisión de acudir nuevamente a la consulta odontológica<sup>23</sup>

### 1.2 Formulación del Problema

#### 1.2.1. Pregunta General

¿Determinar cuáles son los factores asociados y su influencia en el nivel de expectativas y grado de satisfacción de los pacientes que acuden al servicio de odontología de los establecimientos de salud público, universitario y privado?

#### 1.2.2. Preguntas Específicas

- a. ¿Cuál es el nivel de expectativas del paciente en cuanto a la atención y servicio odontológico recibido en los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010?





- b. ¿Cuál es el grado de satisfacción del paciente en cuanto a la atención y servicio odontológico recibido en los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010?
- c. ¿Cuáles son los factores administrativos o humanos que entorpecen o favorecen la atención odontológica de calidad en los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010?
- d. ¿Cuál es la asociación del grado de satisfacción, nivel de expectativas y factores administrativos o humanos de los pacientes en la atención odontológica en los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010?

### 1.3 Objetivos de la Investigación

#### 1.3.1. Objetivo General

Determinar los factores asociados y su influencia en el grado de satisfacción y nivel de expectativas de los pacientes que acuden al servicio de odontología de los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010

#### 1.3.2. Objetivos Específicos

- e. Identificar el nivel de expectativas del paciente en cuanto a la atención y servicio odontológico recibido en los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010.
- f. Determinar el grado de satisfacción del paciente en cuanto a la atención y servicio odontológico recibido en los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010.
- g. Identificar los factores administrativos o humanos que entorpecen o favorecen la atención odontológica de calidad en los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010.
- h. Asociar grado de satisfacción, nivel de expectativas y factores administrativos o humanos de los pacientes en la atención odontológica en los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010.



#### 1.4 Justificación

El propósito es determinar la satisfacción del paciente con respecto a la calidad en la atención odontológica recibida en los establecimientos de salud público y privado de primer y segundo nivel, así como la eficacia, higiene y costos del tratamiento entre otros aspectos que se les brinda en dichos centros de salud.

Se trata, en primer lugar, de describir un índice cuantitativo general y específico de satisfacción del paciente, fácilmente puntuable y con posibilidad de aplicación colectiva.

Se trata de conocer cuál es el grado de satisfacción si son malas o no las condiciones requeridas por los pacientes en la atención recibida, objetivamente, determinadas por la expectativa y satisfacción.

Esto nos permitirá conocer cada uno de los factores de satisfacción e insatisfacción y expectativas de los pacientes que acuden al servicio de odontología de los diferentes establecimientos de salud público y privadas para identificar aquellos aspectos débiles y nos permitirá replantear nuestra labor profesional con el fin de otorgar un mejor servicio y calidad de atención de salud dental a nuestra comunidad.

#### 1.5 Definición de términos

- Satisfacción: Cumplimiento de una necesidad, deseo, pasión. Es estar satisfecho con algo (o alguien) que tiene que ver, a su vez con algo que se quiere (que se espera, que se desea, etc.) y con lo que se entra en relación a la espera de un cierto efecto. Estado de la mente producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema.
- Expectativa: Es una suposición centrada en el futuro, puede o no ser realista.
- Establecimiento de salud de primer nivel: Cuenta con 4 niveles de complejidad: Puesto de salud I-1, Puesto de salud con Médico I-2, Centro de salud I-3, Centro de salud con internamiento I-4.
- Establecimiento de salud de segundo nivel: Cuenta con 2 niveles de complejidad: Hospital I, Hospital II.
- Hedonismo: es la doctrina filosófica basada en la búsqueda del placer y la supresión del dolor como objetivo o razón de ser de la vida. Es la doctrina que considera el placer como el fin de la vida, por lo que se



deduce que los seres humanos deberíamos dedicarnos exclusivamente a vivir en su eterna búsqueda.

- Constructos: En psicología, cualquier entidad hipotética de difícil definición dentro de una teoría científica. Un constructo es algo de lo que se sabe que existe, pero cuya definición es difícil o controvertida; son ejemplos de constructos la inteligencia, personalidad, la creatividad.
- Calidad: Teoría de la administración empresarial centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente. Herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. Según la Real Academia de la Lengua Española, se refiere a la “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”.
- Paciente: En el lenguaje común Persona enferma que es atendida por un médico; Es alguien que sufre dolor o malestar (muchas enfermedades causan molestias diversas, y un gran número de pacientes también sufren dolor). En términos sociológicos y administrativos, paciente es el sujeto que recibe los servicios de un médico u otro profesional de la salud, sometiéndose a un examen, a un tratamiento o a una intervención en un servicio de salud.



# CAPITULO II

## REVISION BIBLIOGRAFICA



## REVISIÓN BIBLIOGRAFICA

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 INTERNACIONAL

- 1) EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN LA ATENCIÓN ODONTOLÓGICA EN UNA UNIDAD MÉDICA DE PRIMER NIVEL DE ATENCIÓN DE UN SISTEMA LOCAL DE SALUD EN MONTERREY NUEVO LEÓN DE MEXICO <sup>23</sup>

Autores: Francisco Leopoldo Zambrano Villarreal, Rosalva González Meléndez, Teresa Gómez Gómez, Alfia Rodríguez Calvillo, Laura Lorena Garza Macías

Año: 2005

Objetivo: “Determinar el Grado de Satisfacción del Usuario en Unidades Médicas con Recurso Odontológico de Primer Nivel de Atención de un Sistema Local de Salud

Resultados: En cuanto al tiempo de espera para recibir el servicio , al 36.5% le pareció excelente por no esperar más de 20 minutos, bueno al 44.5% , por esperar menos de 40 minutos para su atención; El 91 % de los encuestados registraron que recibieron siempre un trato amable por parte del personal de odontología; El 92% de los encuestados refieren que recibieron la explicación de las alternativas de tratamiento; Al 76.5% le resolvieron su problema, al 81.5%, le explicaron lo que le se le realizaría en la próxima cita. Conclusiones: El grado de satisfacción del usuario gira en función del trato amable que reciba del personal durante la atención, el tiempo que se le dedique para explicarle el procedimiento, así como la ausencia de dolor durante el desarrollo de la consulta y como le quedo el trabajo. En la medición de la satisfacción del usuario, al revisar las tres dimensiones de Estructura, Proceso, y Resultado se determinan momentos de la verdad o puntos críticos, sobre los cuales al trabajar en ellos mejorara la percepción de la calidad y con ello la satisfacción del usuario

- 2) CALIDAD DE ATENCIÓN ODONTOLÓGICA EN LA CLÍNICA ECATEPE DE MEXICO<sup>24</sup>

Autores: De la Rosa Morell Laura Angélica; Galván Gazca Tania Elizabeth; Raos Hernández Julio Cesar; Raymundo Plata Víctor Andrés. Año: 2006



Objetivos: Observar el tipo de servicio que brinda la Clínica Odontológica Ecatepec y conocer el grado de satisfacción del paciente respecto a los servicios ofrecidos, como lo son, los precios del tratamiento, tipo de espera, personal, condiciones de las instalaciones y trámites

Resultados y Análisis de Resultados: En el estudio realizado a 100 pacientes subsecuentes de la Clínica Odontológica Ecatepec se obtuvo:

Que respecto a los trámites de admisión, el 38% de los pacientes tardaron menos de 15min. para ser admitidos, mientras que el 14% esperaron de 15 a 30min. y más de 45min. respectivamente, mientras que el 46% considero adecuado el tiempo de su admisión y creyendo necesarios estos trámites.

En cuanto al estado de las instalaciones consideran adecuadas las condiciones de la sala de espera, tomando en cuenta la limpieza, la ventilación, la iluminación y el mobiliario, a diferencia de la clínica en la cual valoran como excelente la limpieza y la iluminación. Respecto a los baños consideran la limpieza y la ventilación excelente. En tanto al personal más de la mitad de los pacientes califico como excelente su puntualidad, presentación, trato y eficiencia, dejándose ver su satisfacción por el servicio brindado por éstos.

Otra variable a estudiar fue el tiempo de espera para ser atendido por el personal odontológico una vez concluidos los trámites de admisión, de los cuales el 48% tardó menos de 15min., mientras que el 10% tardó de 30 a 45min., el 49% de los pacientes consideran adecuado el tiempo esperado.

El 66% de los pacientes consideran económicos los costos de los tratamientos, mientras que solo el 9% los consideran elevados (véase tabla 8). De los 100 pacientes el 80% está de acuerdo con los costos y el 54% evalúa como adecuado el tratamiento realizado, mientras que el grado de satisfacción del 43 % fue excelente respecto a su tratamiento, mientras el 41% lo considera adecuado, el 7% pésimo, el 6% inadecuado y solo el 3% lo considera como deficiente.

El 93% de los pacientes creen que el personal odontológico cuenta con los instrumentos adecuados y necesarios para llevar a cabo su trabajo.

De los 100 pacientes el 92% recomendaría la clínica a diferencia del 8%, el 46% lo haría por los costos, el 38% por la atención, el 8% por el servicio, el 5 % por eficiencia y el 3 % por sus instalaciones.



En cuanto que 98 pacientes si regresarían a la clínica y solo 2 no regresarían a la misma. El 37% regresaría por sus costos, el 32% por su atención, el 13% por sus instalaciones, el 10% por el servicio y el 8% por su eficiencia.

3) ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE PRIMERAS VISITAS Y DE INTEGRADA DE ADULTOS DE LA CLÍNICA ODONTOLÓGICA UNIVERSITARIA DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA-ESPAÑA

Autores: López López, J.; Terrades Oliver, M.; Rodríguez Poblador, F.J.; [Roselló Llabrés, X.](#); Enric Salas, J.; [Chimenos Küstner, E.](#)

Año: 2000

Objetivo: Describir cual es el grado de satisfacción de los pacientes que acuden al servicio de primeras visitas y al servicio de Integrada de Adultos de la Clínica Odontológica de la Facultad de Odontología de la Universidad de Barcelona.

Método: Se selecciona una muestra aleatoria de pacientes que acuden a dichos servicios durante el curso universitario 1999-2000. Se utiliza una encuesta de satisfacción que contempla varios aspectos de interés para los pacientes y los profesionales.

Resultado: Los 145 pacientes entrevistados presentan un rango de edad de 25 a 75 años. De ellos el 55% habían acudido al servicio de primeras visitas y el resto al de Integrada de adultos. Más de la mitad acudieron para una revisión y "arreglar" la boca y tan sólo el 6% lo hicieron por dolor. El porcentaje de pacientes satisfechos con el trato recibido es superior al 90% y tan solo existe un pequeño porcentaje disconforme con el tiempo esperado o el coste del tratamiento. Discusión: Los diferentes análisis estadísticos realizados agrupando las variables confirman el alto grado de satisfacción y tan solo se puede apreciar una cierta disconformidad en la franja de edad de 51 a 75 años y un cierto incremento a favor de los pacientes varones. Conclusión: El resultado de la encuesta es satisfactorio tanto en el servicio de primeras visitas, primer contacto con la Clínica, como en el de Integrada de adultos, se han producido diferentes contactos.

4) MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS DE SALUD DEL INSTITUTO DE PREVISIÓN DEL PROFESORADO DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA, DURANTE EL ÚLTIMO TRIMESTRE DEL 2004



Autores: Zaida Aranguren Ibarra, Profa. Agregado de la Facultad de Odontología de la U.C.V., Jefe de la Cátedra de Odontología Legal y Forense, Especialista en Administración de Hospitales.

Año: 2004

Método: Se seleccionó una muestra de 260 personas, todas mayores de 18 años, citadas en el último trimestre del 2004. Para la recolección de la información, se aplicó el instrumento a través de entrevistas personales, en la sala de espera del Instituto

Resultados: Descripción simple de las variables del Sistema de citas:

Conveniencia con el horario de atención: 31% califican como malo y 24% regular. Tiempo de espera entre citas: 50% lo califican como malo o deficiente y el 30% regular. Solicitud de las citas: 47% lo califican como malo y el 31% regular. Tiempo de espera para ser atendido: 42% lo califican como malo o deficiente y el 43% regular. Atención por parte del profesional cuando está citado: 87% califican entre bueno y excelente. Atención por parte del profesional cuando va de emergencia: solo el 77% ha consultado por emergencia y de este porcentaje el 27% califican como buena o excelente y 42% regular y el 31% mala. Recomendaciones dadas sobre su tratamiento: 60% califican entre bueno y excelente. Disposición del profesional para escuchar planteamientos o dudas sobre el tratamiento prescrito: 74% califican entre bueno y excelente

- 5) GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO MÉDICO ODONTOLÓGICO DE LA UNIVERESIDAD CENTROCCIDENTAL "LISANDRO ALVARADO". BARQUISIMETO. 2000

Autores: Martínez, Francia; Vergara, Carmen Yajaira ; Pérez, Betsy

Año: 2000

Objetivo: Con la finalidad de determinar el grado de satisfacción de los usuarios que acudieron al Servicio Médico Odontológico (S.M.O.) de los empleados administrativos de la Universidad Centro Occidental "Lisandro Alvarado" (UCLA), en Marzo del año 2000

Método: Se realizó un estudio descriptivo transversal, seleccionándose una muestra no probabilística de 358 usuarios a quienes se les aplicó un cuestionario.





Resultados: Los resultados señalan que 62,8% de la muestra eran titulares, de éstos 61,9% del género femenino, 55% con edades entre 30 y 49 años, con grado de instrucción bachiller o técnico 46,4% y procedían 21,8% del rectorado. En cuanto al grado de satisfacción 43,7% se encontró satisfecho con la atención prestada en el S.M.O. 34% indiferente y 22,3% insatisfecho. Según aspectos evaluados relacionados con características del Servicio 59,5% estuvo satisfecho con infraestructura y 42,4% con la información suministrada. En relación a accesibilidad 55,6% se mostró satisfecho con los trámites, contrariamente 72,3% insatisfecho con el sistema de citas, 64% con la distancia del domicilio al Servicio y 43,9% con el cupo para gastos establecido. En el sistema de citas, 52% presentó satisfacción con la cita previa y 78% insatisfacción con la atención telefónica. Respecto a relaciones interpersonales 55,6%, 83% v 5 1, 1 % se encontraron satisfechos con el trato por equipo de salud, atención en el S.M.O. y tiempo de consulta respectivamente. Filialmente, poder resolutivo causó satisfacción en cuanto a dotación de exámenes de laboratorio 80,7%, referencias a especialistas 76,3% y dotación de equipos médicos 70,9%. Se espera entonces que los resultados obtenidos sirvan para que la Coordinación Médica conjuntamente con el equipo de Salud del S.M.O. y Vicerrectorado administrativo, tomen medidas tendentes al logro del máximo de satisfacción en los usuarios a los que se dirige la atención.

6) EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS ODONTOLÓGICOS Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS INTERNOS Y EXTERNOS DE LA CLÍNICA CES SABANETA (2002).

Autores: Ciceri, Ana Lucía; Espinosa, Andrea; López, Melida; Mejía, Bibiana; Prens, Melisa Del Pilar.

Año: 2002

La finalidad de este estudio fue verificar los estándares de calidad que se dan dentro de la Clínica Odontológica CES Sabaneta, partiendo del sistema de habilitación prescrito en el decreto 2309 del 2002 y las resoluciones 1439 y 1474 del mismo año. Para realizar esta evaluación se empleó un formulario donde se especificó cada uno de los estándares, los cuales fueron: condiciones básicas para una institución prestadora de servicios de salud, consulta externa, métodos de esterilización y técnicas de imagenología. Se realizaron encuestas a 410 usuarios, (335 usuarios externos) y (75 usuarios internos), con el propósito de realizar un análisis del grado de satisfacción de los clientes. El instrumento utilizado para evaluar a los usuarios, tanto internos como externos fue diferente para ambos, valorando aspectos



pertinentes para cada uno. Los usuarios externos evaluaron la ubicación geográfica, amabilidad del personal de la clínica, infraestructura y duración de los tratamientos. En cuantos a los usuarios internos, esto lo hicieron con respecto a su relación con todo el personal que labora en la clínica, tarifas laborales, flujo de pacientes, infraestructura y satisfacción persona en cuanto a su función. El grado de satisfacción obtenido por parte de los usuarios internos y externos es alto, como también lo fueron, las condiciones requeridas por la Clínica Odontológica CES Sabaneta para trabajar como institución prestadora de servicios de salud (AU)

## 2.1.2 NACIONAL

### 7) CALIDAD DE LA ATENCIÓN EN LA CLÍNICA CENTRAL DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS-LIMA-PERU.

Autor: Bernuy Torres, Luis Alexis

Año: 2010

Resultado La Clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos cuenta con una organización formal que la ubica dentro de la Administración de servicio de salud. En este tipo de administración juega un papel preponderante el monitoreo y control de la calidad del servicio ofrecido. En la presente investigación se busca determinar cual es la calidad del servicio percibido, es decir, de la atención odontológica. Par ello se utilizó el cuestionario Servqual. Este cuestionario se basa en que la calidad, desde el punto de vista del paciente, esta determinada por la diferencia entre lo esperado por el paciente y lo efectivamente recibido. Se encontró que los pacientes manifestaron expectativas altas en todas las dimensiones especialmente en las dimensiones de Empatía y Proyección de Seguridad, en cuanto a percepciones solo el 13.33% de los encuestados manifestaron estar Totalmente de Acuerdo con las características interrogadas Finalmente se encontró un promedio Servqual Global de 1,06 en la que el 97% de los pacientes se encuentran insatisfechos, siendo las dimensiones de Confiabilidad y Empatía las que presentan mayores puntajes de insatisfacción.

### 8) SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LOS SERVICIOS ODONTOLOGICOS DE ATENCION PRIMARIA RECIBIDOS Y FACTORES SOCIODEMOGRAFICOS ASOCIADOS.



Autores: García Zavaleta, Carlos; Chenguayen Guevara, Marisol; Mormontoy Laurel, Wilfredo.

Año: 2004

Resumen:

Objetivo: Determinar la percepción de satisfacción de los pobladores del Asentamiento Humano “Keiko Sofía” del distrito Puente Piedra, Lima, Perú, sobre su última experiencia de atención en servicios odontológicos. Diseño: descriptivo y transversal, con base poblacional. Ámbito: Asentamiento Humano “Keiko Sofía” del distrito Puente Piedra, Lima, Perú. Participantes: muestra representativa de personas residentes en el Asentamiento Humano, entrevistadas en una encuesta domiciliaria, durante el mes de noviembre del 2004. Principales mediciones: variables sociodemográficas, tipo de establecimiento, satisfacción con la atención odontológica recibida. Resultados: se encontró una equivalencia en el nivel de uso de los servicios odontológicos del Ministerio de Salud y privados, con menor uso de otros públicos como EsSalud. La satisfacción fue mayor con servicios privados que públicos, y fue menor en pacientes más jóvenes y con mayor grado de instrucción. Conclusiones: Se analizaron algunos factores asociados a la satisfacción con los servicios odontológicos tales como el tipo de servicio, la edad y el nivel de instrucción como indicador de nivel socioeconómico. Esta información puede ser de utilidad para la planificación de servicios odontológicos más adecuados a la población.

- 9) PERCEPCION DE LA CALIDAD DE ATENCION DEL PACIENTE QUE ACUDE A LA CLINICA DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN MARCOS 2007.

Tesis para optar el título profesional.

José Luis Jacinto Núñez

Resumen

El objetivo del estudio fue determinar la percepción de la calidad de atención del paciente que acude a la Clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad Mayor de San Marcos durante el año 2007. Para ello se aplicó un cuestionario a los pacientes, basado en el modelo de Donabedian, el cual se basa en las percepciones de la calidad por el usuario (paciente). En este modelo se consideraron tres dimensiones para determinar la calidad de atención: estructura, proceso y resultado.



En los que a la dimensión de estructura se refiere, los usuarios perciben la estructura del servicio como malo. Por otro lado en la dimensión de los procesos los usuarios perciben el proceso de servicio como bueno. En la dimensión del resultado los usuarios perciben los resultados del servicio como bueno mayoritariamente.

Los estudios revisados concernientes a la calidad de atención bajo el modelo de Donabedian revelan que en cuanto a la dimensión de estructura la calidad no es buena, en cuanto a la dimensión de procesos la calidad se refleja como buena y en la dimensión de los resultados la calidad mejora bastante.

Este estudio permitió obtener información de los usuarios de la clínica de la facultad odontología acerca de sus percepciones con respecto a la atención que brinda la clínica.

10) SATISFACCION DE USUARIOS DE SERVICIOS DE SALUD: FACTORES SOCIODEMOGRAFICOS Y DE ACCESIBILIDAD ASOCIADOS. PERU, 2000.

JUAN SECLÉN PALACIN, CHRISTIAN DARRAS

An. Fac. Med. Lima 2005, 66 (2): 127-141

Resumen:

Objetivos: Determinar el nivel de satisfacción del usuario (SU) en centros de salud (CS) y hospitales del MINSA; analizar la relación entre SU y nivel socioeconómico (NSE); e identificar los factores socio demográficos y de accesibilidad asociados.

Material y métodos: Análisis secundario de los datos de Encuesta Nacional de niveles de vida (ENNIV) 2000. Fueron encuestados 376 y 327 usuarios de los CS y hospitales, respectivamente. Las variables de estudio fueron SU, variables sociodemográficas y accesibilidad para la atención. Se aplicó estadística descriptiva y multivariada.

Resultados: Los usuarios de los establecimientos muestran características diferenciadas. La SU fue 68.1% y 62,1 % para los CS y hospitales respectivamente. Los usuarios de menor NSE presentaron mayor satisfacción. La edad, educación, distancia al establecimiento y el tiempo de espera presentan asociaciones con la SU.



Conclusiones: Existen factores sociodemográficos, económicos y de accesibilidad para la atención, que muestran relación con la satisfacción del usuario; tales factores se comportan de manera particular según el establecimiento de salud (centro de salud, hospital), debido fundamentalmente a que la población usuaria es distinta. Esto relativiza la comparación del nivel de satisfacción y de sus factores asociados entre tales establecimientos.

11) EVALUACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO, DESDE LA PERCEPCION DEL USUARIO EXTERNO CENTRO DE SALUD BOLOGNESI, TACNA – 2002.

Autores: CHAMBILLA AYHUASI, LOURDES.

Año: 2002

De diseño descriptivo, corte transversal, retrospectivo. Uso de SERVQUAL. En 100 usuarios como muestra; encontrando: insatisfacción leve a moderada en 96%, insatisfacción severa en 4%, el usuario de mayor importancia a seguridad y respuesta rápida; mayor nivel de satisfacción se encuentra en respuesta rápida 1.7, luego confiabilidad 1.3; encontrándose oportunidades de mejora en: información al paciente, cumplimiento del horario establecido



## 2.2 MARCO TEÓRICO

### 2.2.1 SATISFACCION

#### 2.2.1.1 Concepto:

El concepto de satisfacción, se ha ido matizando a lo largo del tiempo, según han ido avanzando sus investigaciones, enfatizado distintos aspectos y variando su concepción. En los años setenta el interés por el estudio de la satisfacción se incrementó hasta el punto de publicarse más de 500 estudios en este área de investigación (Hunt, 1982), incluso un estudio de Peterson y Wilson (1992) estiman en más de 15000 las investigaciones sobre satisfacción o insatisfacción del consumidor.<sup>3</sup>

#### 2.2.1.2 Características:

La mayoría de los autores revisados consideran que la satisfacción implica:<sup>3</sup>

- a) La existencia de un objetivo que el consumidor desea alcanzar.
- b) La consecución de este objetivo, sólo puede ser juzgada tomando como referencia un estándar de comparación.
- c) El proceso de evaluación de la satisfacción implica como mínimo la intervención de dos estímulos: un resultado y una referencia o estándar de comparación.

Habitualmente, desde un punto de vista economicista se centra en la medida de la satisfacción, como resultado o estado final, y en las diferencias existentes entre tipos de consumidores y productos, ignorando los procesos psicosociales que llevan al juicio de satisfacción.<sup>3</sup>

En cambio, desde un enfoque más psicológico se centra más en el proceso de evaluación (Johnson y Fornell, 1991, p. 268). No obstante, los dos aspectos son importantes.<sup>3</sup>

#### 2.2.1.3 Perspectivas de la satisfacción

En cuanto a la satisfacción como resultado o estado final, existen principalmente dos perspectivas<sup>3</sup> (Oliver, 1989; Oliver, 1993b; Oliver, Rust y Varki, 1997; Rust y Oliver, 1994):



- a) El concepto está relacionado con un sentimiento de estar saciado, asociado a una baja activación, a una sensación de contento, donde se asume que el producto o servicio posee un rendimiento continuo y satisfactorio.<sup>3</sup>
- b) En segundo lugar, interpretaciones más recientes de la satisfacción incluyen un rango de respuesta más amplio que la mera sensación de contento. En muchos casos, la satisfacción supone una alta activación, por lo que se podría hablar de una satisfacción como sorpresa. Esta sorpresa puede ser positiva o negativa.<sup>3</sup>

Como se puede observar, por un lado, la satisfacción está asociada a la sensación de contento que se corresponde con una visión utilitarista del comportamiento de consumo, ya que la reacción del sujeto es consecuencia de un procesamiento de información y de la valoración del cumplimiento de las funciones que tiene asignadas un determinado bien de consumo o servicio. Por otro lado, la satisfacción como sorpresa supone la existencia de un ser humano que busca un placer, hedonista difícil de anticipar y valorar.<sup>3</sup>

#### 2.2.1.4 Relación entre calidad y satisfacción

Dado que ambos conceptos están interrelacionados, incluso algunos autores consideran ambos constructos como sinónimos (Liljander, 1994), que sugiere que los modelos de satisfacción pueden ser denominados de calidad de servicio percibida ya que lo que se estudia es un servicio y no un bien de consumo; otros autores, destacan que los profesionales centrados en la intervención no tienen que diferenciar entre ambos conceptos (Dabholkar, 1995a).<sup>3</sup>

Pero a pesar que en ambos casos hablamos de evaluaciones subjetivas por parte de los consumidores o usuarios, es importante destacar ciertas diferencias, señalando que las investigaciones realizadas sobre satisfacción se han centrado en las evaluaciones posterior al consumo o compra, mientras que la investigaciones sobre actitudes han enfatizado la atención en evaluaciones anterior a la decisión de consumo o compra.<sup>3</sup>

#### 2.2.1.5 Satisfacción en pacientes de servicio odontológico



Las expectativas del paciente, es, lo que esperan los clientes de su proveedor que seria lo siguiente:

- a) La mejor calidad del producto o del servicio.
- b) Al menor coste.
- c) Acompañado de un buen servicio.
- d) Entregado a tiempo.

Que sea flexible para atender las especiales o urgentes necesidades del paciente. La insatisfacción del cliente existente es en buena parte desconocida y siempre superior a la estimada, lo que dificulta su gestión eficaz.<sup>1,4</sup>

#### 2.2.1.6 Niveles de Satisfacción<sup>1,4</sup>

A) Rendimiento percibido: es el resultado del producto o servicio adquirido por el paciente

Este es determinado por el punto de vista del paciente depende de los resultados obtenidos por lo que ha sido adquirido, depende de las opiniones ajenas de otras personas que influyen con el paciente y de el estado de animo del cliente.<sup>1,4</sup>

Niveles de satisfacción: ocurre cuando un paciente ha adquirido un servicio o producto de un proveedor desde ese momento el cliente experimente 3 niveles de satisfacción los cuales son:

A1. Insatisfacción: Es generada cuando el producto o servicio no cumple con los requerimientos o expectativas del paciente<sup>4</sup>

A2. Satisfacción: ocurre cuando el paciente siente que este producto coincide con sus expectativas.<sup>1,4</sup>

A3. Complacencia: es el nivel que experimenta el paciente mas positivo ya que este servicio o producto fue más allá de sus expectativas.<sup>1,4</sup>

Debido a todo lo referido anteriormente no cabe duda, que el tener pacientes complacidos o plenamente satisfechos es uno de los factores clave para alcanzar el éxito en los negocios. Para ello, una empresa necesita determinar los niveles de





satisfacción de sus pacientes realizando la siguiente operación: <sup>1,4</sup>

Rendimiento percibido - Expectativas = Nivel de satisfacción del cliente <sup>1,4</sup>

#### 2.2.1.7 Beneficios de Lograr la Satisfacción del Paciente:

Si bien, existen diversos beneficios que todo establecimiento u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del paciente: <sup>1,4</sup>

- A) Primer Beneficio: El paciente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, el establecimiento obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro. <sup>1,4</sup>
- B) Segundo Beneficio: El paciente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, el establecimiento obtiene como beneficio una difusión gratuita que el paciente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos. <sup>1,4</sup>
- C) Tercer Beneficio: El paciente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado. <sup>1,4</sup>

En síntesis, todo establecimiento que logre la satisfacción del paciente obtendrá como beneficios: <sup>1,4</sup>

- La lealtad del paciente (que se traduce en futuros servicios)
- Difusión gratuita (que se traduce en nuevos pacientes)
- Una determinada participación en el mercado.

#### 2.2.1.8 Tiempo de espera

Los usuarios activos y los potenciales consideran que las largas esperas constituyen un obstáculo para la obtención de servicios. Aunque es normal algún tiempo de espera, las esperas de más de una o dos horas "son uno de los factores más importantes que explican las tasas de abandono relativamente altas de programas y



de métodos los cuales pueden desalentar a los usuarios potenciales a solicitar los servicios del programa" (Keller 1975).<sup>1,4</sup>

#### 2.2.1.9 Tiempo de atención odontológica:

El tiempo es el factor competitivo de la década de los 90, revistiendo un peso específico tremendo a la hora de tomar la decisión, no obstante haber recibido completamente otros beneficios adicionales, como seguridad, confiabilidad, entre otros. “El Tiempo es Vida”<sup>1,4</sup>

### 2.2.2 EXPECTATIVAS

#### 2.2.2.1 Concepto

Las expectativas son las "esperanzas" que los pacientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los pacientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:<sup>1,4</sup>

- A) Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- B) Experiencias de compras anteriores.
- C) Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
- D) Promesas que ofrecen los competidores.

En la parte que depende del establecimiento de salud, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes pacientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra.

Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del paciente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del paciente situación que es atribuible a las actividades de mercadotecnia (en especial, de la publicidad y las ventas personales). En todo caso, es de vital importancia



monitorear "regularmente" las "expectativas" de los pacientes para determinar lo siguiente: <sup>1,4</sup>

- Si están dentro de lo que el establecimiento de salud puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.

#### 2.2.2.2 Niveles de expectativas

##### A) Tipos de expectativas de servicio <sup>1</sup>

Las expectativas hay que comprenderlas, medirlas y administrarlas ya los pacientes sostiene distintos tipos de expectativas de servicio

##### A1. Servicio esperado

Conocemos dos niveles de expectativas: <sup>1</sup>

1º nivel de expectativa: servicio deseado que es el nivel de servicio que el paciente espera recibir.

Es una combinación entre "lo que puede ser" y lo que se considera que "debe ser".

2º nivel de expectativa: servicio adecuado que es el umbral del servicio aceptable.

Zona de tolerancia: es decir, representa "la expectativa mínimo tolerable

#### 2.2.2.3 Expectativas comparadas con percepciones

La calidad percibida del servicio es el grado y dirección de la discrepancia entre las percepciones y las expectativas de los consumidores, mientras que las percepciones sean mejores que las expectativas, será mas alto el nivel de calidad percibida del servicio; mientras las percepciones sean peores que las expectativas será mas bajo el nivel de calidad percibida del servicio. En literatura sobre satisfacción las expectativas son vistas como predicciones hechas por los consumidores sobre lo



que es probable que ocurra durante una inminente transacción o intercambio, en contraste en la literatura sobre calidad del servicio las expectativas son vistas como deseos de los consumidores.<sup>16</sup>

En la mediciones de la calidad es posible reconocer dos tendencias, una de ellas privilegia métodos, técnicas e instrumentos cuantitativos en el supuesto aseguran mayor objetividad, estos métodos son entrevistas a pacientes, pacientes ficticios o simulados, cuestionarios telefónicos, cuestionarios por correo y entrevistas a pacientes ‘Antes-después’ y la otra tendencia utiliza métodos y técnicas cualitativas que permiten abordajes en profundidad de los problemas de calidad percibidos por los usuarios, así como de sus potenciales soluciones, estos métodos son la entrevista en profundidad, grupos focales, grupos nominales y buzón de reclamos.<sup>16</sup>

Los métodos cualitativos permiten un mayor espacio de expresión por parte de los usuarios: de conocer sus inquietudes, expectativas, dudas, miedos o temores.<sup>16</sup>

La aproximación de la medición de la calidad desde la perspectiva del cliente externo (usuario) se ha realizado a través de diferentes modelos conceptuales, en las últimas dos décadas. Los modelos más aceptados son los que se desarrollan a partir de la comparación de las expectativas del cliente y las cualidades de los servicios, estas últimas desde la percepción del usuario. A continuación mencionare algunos modelos más aceptados.<sup>16</sup>

- A. Modelo Sasser, Olsen y Wyckoff: El consumidor traduce sus expectativas en tributos ligados tanto al servicio base (servicio que es la razón de la existencia de la empresa) como a los servicios periféricos. En tal sentido, para evaluar la calidad del servicio el cliente puede optar por una de las siguientes alternativas:<sup>7</sup>
  - A.1. Seleccionar un único atributo de referencia que se considere más importante
  - A.2. Seleccionar un atributo determinante con la condición de que el resto de atributos alcancen un mínimo de satisfacción



- A.3. Considerar el conjunto de atributos según el modelo compensatorio.
- B. Modelo de Gronross (1984): Propone tres factores que determinan la calidad de un servicio.<sup>17</sup>
  - B.1. Calidad técnica. La apreciación se basa sobre las características inherentes al servicio
  - B.2. Calidad funcional que resulta de la forma en que el servicio es prestado por el cliente
  - B.3. La imagen de la empresa que percibe el cliente, basada en sus anteriores experiencias
- C. Modelo SERVQUAL (1985):

SERVQUAL es un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio, herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A Parasuraman y Leonard L. Berry desarrollado en los Estados Unidos con el auspicio del Marketing Science Institute y validado a 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.

Este instrumento ha sido adaptado y validado para ser utilizado en establecimientos de salud del primer nivel de atención del Perú por Tejeda, Lazo y Macedo.

Para la elaboración del SERVQUAL se definieron cinco dimensiones:

- 1) Elementos tangibles: Apariencias de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación
- 2) Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma confiable y cuidadosa.
- 3) Capacidad de respuesta: Disposición a ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido



- 4) Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- 5) Empatía: Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores.

Los autores proponen la existencia de una calidad esperada (expectativas) y una calidad percibida (percepciones), basados en la presencia de cuatro factores que implican la ausencia de calidad:

- Discrepancias entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.- El primer paso para la prestación de los servicios de calidad es conocer las expectativas de los clientes externos. Este desconocimiento puede estar relacionado a una inexistente cultura orientada a la investigación de mercado, insuficiente investigación de mercado, uso inadecuado de resultados de investigación y escasa comunicación entre los directivos y los usuarios, inadecuada comunicación vertical existente y excesivos niveles jerárquicos de mando.<sup>17</sup>
- Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.- Un segundo reto para los directivos es utilizar la información obtenida para establecer las normas y estándares de la calidad de los servicios, en sus organizaciones. La literatura sugiere una serie de factores que van a estar asociados con esta deficiencia, tales como deficiencias en el compromiso que asume la dirección con la calidad del servicio, percepción de inviabilidad, errores en el establecimiento de las normas estándares para la ejecución de las tareas y la ausencia de objetivos.
- Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.- Esta deficiencia en la realización del servicio se presenta cuando los empleados no tienen la



capacidad y/o la disposición para que la prestación del servicio alcance los niveles de calidad deseados. Los servicios que son altamente interactivos, como los servicios de salud, requieren una alta participación de labor humana siendo vulnerables a esta deficiencia. Se ha observado los siguientes factores causales: ambigüedad de las funciones, conflictos funcionales, desajuste entre los empleados y sus funciones, sistemas inadecuados de supervisión y control, ausencia de control percibido por parte de clientes internos y ausencia de trabajo en equipo.<sup>17</sup>

- Discrepancia entre la prestación de servicios y la comunicación externa.- Esta deficiencia entre lo prometido y lo que se realiza esta asociado a deficiencias en la comunicación horizontal y tendencias a prometer en exceso.

D. Cronin y Taylor, deducen que el modelo SERVQUAL no es el más adecuado para medir la calidad del servicio y proponen un nuevo modelo basado en el desempeño denominado SERVPERF, que plantea examinar las relaciones entre calidad del servicio, satisfacción del usuario e intenciones de compra.

E. Powpaka (1994) hace uso del SERVPERF en una estudio y plantea que la calidad de servicio no se puede medir únicamente por el proceso en la entrega del servicio, y propone analizar la calidad del servicio incluyendo la satisfacción del usuario, el comportamiento de la atención y las intenciones de comportamiento.<sup>17</sup>

Dentro de estas controversias, Bigné y col. Realizaron un estudio comparativo para comprar la fiabilidad de los instrumentos de medición, así como analizar la universalidad de las dimensiones planteadas en el SERVQUAL. Sus conclusiones fueron que las cinco dimensiones analizadas pueden ser universales para medir la calidad de un servicio, y que la escala SERVQUAL es más viable que la escala SERVPERF, por lo menos para establecimientos de salud y universidades.<sup>17</sup> Es por eso



que este estudio tiene como objetivo evaluar la calidad de servicio en términos de la satisfacción de los usuarios externo.

Para este estudio se utilizó el cuestionario SERVQUAL ya que permite evaluar la calidad del servicio de la empresa a lo largo de cada dimensión. En la estructura lógica de este instrumento, la clave para lograr un alto nivel de calidad del servicio está relacionada con la capacidad de la empresa de igualar o superar las expectativas de sus clientes. Por tanto, desde la óptica del usuario, la calidad puede ser definida como la discrepancia existente entre las expectativas o deseos del usuario y sus percepciones. El cuestionario SERVQUAL fue publicado en 1988. Diversas dimensiones han sido escritas relacionadas con la calidad, en el trabajo de diseño y validación del SERVQUAL, los autores definieron diez dimensiones mencionadas anteriormente, y en base a estas dimensiones se generó el cuestionario con 97 ítems formulados en pares para medir tanto las expectativas como las percepciones. Las mediciones de ambas se realizaban usando una escala psicométrica de 7 puntos (7 muy de acuerdo y 1 muy en desacuerdo). La puntuación que muestra la valoración de expectativas – percepciones fluctúa en un rango de +6 a -6 de manera que las puntuaciones positivas más altas representan una mayor calidad percibida del servicio.<sup>17</sup>

### 2.2.3 FACTORES ASOCIADOS A LAS EXPECTATIVAS Y SATISFACCION

#### 2.2.3.1 Factores que influyen en el servicio deseado o percibido<sup>4</sup>

##### A) Promesas explícitas del servicio:

Son las afirmaciones acerca del servicio que una organización hace a sus pacientes.

##### B) Promesas implícitas del servicio:

Son las ideas que se relacionan con el servicio sin llegar a ser explícitas.

##### C) Comunicación boca- oreja:





Se concibe como una fuente de información imparcial por lo que goza de gran credibilidad.

D) Experiencia pasada:

Supone que ya se cuenta con una exposición anterior. Las expectativas suelen ser más realistas debido al conocimiento adquirido

2.2.3.2 Auto percepción del papel del paciente en el servicio

Las percepciones de los pacientes acerca del grado de influencia que ejercen sobre el nivel de servicio que reciben.

Las zonas de tolerancia de los pacientes pueden expandirse cuando sienten que ellos no cumplen con sus papeles.

2.2.3.3 Factores situacionales <sup>4</sup>

Se definen como las condiciones en las que se presta y que el paciente observa que va mas allá del control del proveedor del servicio, es decir, los clientes admiten que la disminución de la calidad del servicio no se debe a errores de la empresa que presta el servicio

2.2.3.4 Factores que influyen las expectativas del cliente en relación con el servicio: <sup>4</sup>

Veamos las múltiples influencias que afectan las expectativas del paciente, ya que las expectativas juegan un importante papel al evaluar los servicios

**Necesidades personales:**  
(Físicas, sociales,  
Psicológicas y funcionales)→

Servicio deseado
Zona de Tolerancia
Servicio adecuado

Son los estados o condiciones esenciales para el bienestar físico o fisiológico del servicio, son factores fundamentales que configuran el nivel del servicio deseado.



## 2.2.4 CALIDAD DE ATENCION DEL PACIENTE

### 2.2.4.1 Concepto

Dado el interés creciente de las empresas por la Calidad, concepto ampliamente utilizado con múltiples definiciones y con un difícil consenso en su conceptualización, nos vemos en la necesidad de señalar una breve revisión de su evolución ligada al desarrollo de diversas técnicas de gestión de calidad, debido a los continuos cambios producidos en este mercado competitivo, donde es necesario estrategias de calidad como herramientas básicas para su orientación en la optimización de los recursos disponibles para el mantenimiento y mejora de sus actividades. Para ello es necesario delimitar el concepto de calidad con el concepto de satisfacción del consumidor dada la relación existente entre ambos constructos, a pesar de sus diferentes evoluciones.<sup>3</sup>

### 2.2.4.2 Clases de calidad

En primer lugar, es importante, antes de comenzar con los distintos modelos, revisar los significados generales que ha ido adquiriendo este término, de acuerdo con Reeves y Bednar (1994, p.419) se podría determinar cuatro perspectivas básicas en el concepto de calidad, coexistiendo en la actualidad, tales como:<sup>3</sup>

#### A) Calidad como excelencia

De acuerdo al término, las organizaciones de servicios deben conseguir el mejor de los resultados, en sentido absoluto. Sin embargo, debido a su subjetividad, es difícil entender qué se considera como excelente, ya que sería necesario marcar unas directrices claras para conseguir ese nivel exigido.<sup>3</sup>

#### B) Calidad como ajuste a las especificaciones

Tras la necesidad de estandarizar y especificar las normas de producción se desarrolló esta nueva perspectiva, que pretendía asegurar una precisión en la fabricación de los productos, esto permitió el desarrollo de una definición de calidad más cuantificable y objetiva. Desde esta perspectiva, se entiende la calidad como medida para la consecución objetivos básicos, tales como, poder evaluar la diferencia existente entre la calidad



obtenida en distintos períodos, para así poder obtener una base de comparación y determinar las posibles causas halladas bajo su diferencia, con la dificultad que esta evaluación es desde el punto de vista de la organización y no del propio usuario o consumidor.<sup>3</sup>

#### C) Calidad como valor

Se hace referencia al hecho de que no existe el mejor bien de consumo o servicio en sentido absoluto, dependiendo de aspectos tales como precio, accesibilidad, etc. Se puede definir como lo mejor para cada tipo de consumidor. En este sentido, las organizaciones consideran una eficiencia interna y una efectividad externa, es decir, deben analizar los costes que supone seguir unos criterios de calidad y, al mismo tiempo, satisfacer las expectativas de los consumidores o usuarios, teniendo en cuenta la dificultad existente en valorar estos elementos, ya que son dinámicos, varían con el tiempo. Es difícil identificar qué características son importantes para cada consumidor.<sup>3</sup>

#### D) Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores

Definir la calidad como el grado en que se atienden o no las expectativas de los consumidores o usuarios supone incluir factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. Es una definición basada en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores. Sin embargo, hay que tener en cuenta que esta medida es la más compleja de todas, ya que las personas pueden dar distinta importancia a diferentes atributos del producto o servicio y es difícil medir las expectativas cuando los propios usuarios y consumidores a veces, no las conocen de antemano, sobre todo cuando están ante un producto o servicio de compra o uso poco frecuente (Martínez-Tur, Peiró y Ramos, 2001).

Podemos apreciar en las tres primeras perspectivas el énfasis en la conceptualización y operacionalización de la calidad, preocupándose en la consecución de unos estándares o criterios



objetivos, aspectos cuantificables con los que poder funcionar internamente en las organizaciones (Qualls y Rosa, 1995). Sin embargo, en la actualidad se le da gran importancia al análisis de las actitudes y del comportamiento de los usuarios, interviniendo factores emocionales y juicios subjetivos, dinámicos, difíciles de encasillar en criterios o especificaciones de calidad fijos.

Por ello se evoluciona hacia una perspectiva más externalista, la perspectiva de los consumidores y usuarios, donde se incorporan variables como las expectativas y las percepciones, esta segunda visión es la que se asocia a la calidad de servicio (Tse, Nicosia & Wilton, 1990). Esto permite abrir nuevos horizontes hacia una investigación psicosocial, dado el interés en el sector terciario de aspectos propios del comportamiento humano, tales como, expectativas, percepciones, interacción, habilidades sociales, etc.<sup>3</sup>

## 2.2.5 UTILIDAD DE LOS ANALISIS SOBRE LOS NIVELES DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES ODONTOLOGICOS

La medida de la satisfacción ha demostrado ser un instrumento útil para evaluar las intervenciones de los servicios de salud porque proporciona información sobre la calidad percibida por los ciudadanos. Utilizado adecuadamente, esta puede ser una buena herramienta para modular y adaptar los servicios a las necesidades expresadas por la población, así como un buen centinela de los cambios culturales y de preferencias de la población. Una razón para introducir la utilización de la opinión de la población en las organizaciones de salud es porque se convierte una manera útil para hacer efectivas las políticas más actuales sobre la calidad del cuidado.<sup>19</sup>

### 2.2.5.1 Rango de edades de los pacientes:<sup>22</sup>

- a) Lactante (bebé), es el primer mes fuera del útero hasta completar el año.
- b) Infancia (infante), edades 1 - 4 años.
- c) Niñez (niño), edad de la escuela primaria (edades 5 - 10 años).
- d) Pre adolescencia (preadolescente), edades 11 - 13 años, aproximadamente.



- e) Adolescencia (adolescente), edades 14 - 19 años.
- f) Adulthood, edades 20 - 38 años (adulto joven) y edades 39 - 59 años (adulto maduro o adulto).
- g) Vejez (anciano o adulto mayor), edades > 60 años <sup>22</sup>

## 2.2.6 INSTALACIONES PARA LA ATENCION ODONTOLOGICA

### 2.2.6.1 Equipamiento e instrumental de los servicios dentales <sup>10</sup>

#### 2.2.6.1.1 Centro de salud de primer nivel

Los centros de salud del primer nivel se clasifican en:

- 1) Puesto de salud
- 2) Puesto de salud con medico
- 3) Centro de salud sin internamiento
- 4) Centro de salud con internamiento

Los establecimientos de salud del primer nivel que cuentan con servicio odontológico son los centros de salud sin internamiento y los centros de salud con internamiento.

- a) El centro de salud sin internamiento del primer nivel debe constar según el ministerio de salud de:

Consulta externa – niño, Consultorio de la mujer, Consultorio de odontología, Laboratorio clínico, Sala de observación, Func. Esterilización, Farmacia botiquín, Salud comunitaria y ambiental, Func. Serv. Generales, Func. Del srer de pacientes, Tópico <sup>10</sup>

El consultorio de odontología debe estar implementado con el siguiente instrumental según las especificaciones del ministerio de salud con:

Consultorio de odontología	Amalgamador
	Destartarizador ultrasónico
	Autoclave eléctrica
	Unidad dental completa
	Equipo de rayos x dental con revelador
	Set instrumental para exodoncia



	Set instrumental de diagnóstico odontológico
	Escritorio con cajones
	Taburete giratorio
	Vitrina para instrumental
	Cubo metálico con tapa
	Silla giratoria
	Negatoscopio de un campo

b) El centro de salud con internamiento del primer nivel debe constar según el ministerio de salud de:

Atención de emergencias (tópico), consultorio externo – niño, consulta externa mujer, consulta externa medicina, consultorio de odontología, sala de preparación, dilatación, atención de parto y atención del recién nacido, sala de operaciones, patología clínica (laboratorio), ambiente de observación /reposo, farmacia / botiquín, cadena de frio, salud de usos múltiples.<sup>10</sup>

El consultorio de odontología debe estar implementado con el siguiente instrumental según las especificaciones del ministerio de salud con:

Consultorio de odontología	Amalgamador
	Destartarizador ultrasónico
	Autoclave eléctrica 15 lt.
	Unidad dental completa
	Equipo de rayos x dental con revelador
	Set instrumental para exodoncia
	Set instrumental de diagnóstico odontológico
	Set instrumental de cirugía dental
	Set instrumental de endodoncia
	Mesa modular
	Escritorio con cajones
	Silla
	Lámpara de luz halógena
	Negatoscopio de un campo
	Vitrina dental para material de dos cuerpos
Taburete giratorio rodable	



### 2.2.6.1.2 Centro de salud del segundo nivel:

Los hospitales deben constar con atención odontológica, estos están implementados según el ministerio de salud de:

Consultorio de odontología	Amalgamador
	Destartarizador ultrasónico
	Lámpara de luz halógena
	Autoclave eléctrica 15 lt.
	Unidad dental completa
	Equipo de rayos x dental con revelador
	Set instrumental para exodoncia
	Set instrumental de diagnóstico odontológico
	Set instrumental de cirugía dental
	Set instrumental de endodoncia
	Silla
	Taburete giratorio rodable
	Mesa modular
Vitrina dental	

### 2.2.6.1.3 Clínica docente odontológica:

La clínica docente odontológica cuenta con alumnos integrantes del 6to, 7mo, y 8vo ciclo, están implementados con un instrumental odontológico según su grado de estudios en el que se encuentre de la carrera de odontología de la facultad de ciencias médicas.

### 2.2.6.1.4 Consultorios privados:

Los consultorios privados tienen libertad en la implementación de su instrumental para la atención odontológica no faltando a las normas mínimas de bioseguridad o este en contra de toda norma que brinde seguridad a la salud del paciente.<sup>10</sup>

## 2.2.7 CATEGORIZACION DEL MINSA

### 2.2.7.1 Cuadro comparativo nacional:

CATEGORIAS	MINSA	EsSALUD	PNP	FAP	NAVAL	PRIVADO
I-1	Puesto de Salud	Posta Médica	Puesto Sanitario	Posta Médica	*Enfermería *Servicios de sanidad	Consultorio



I-2	Puesto de Salud con Médico	Centro Médico	Posta Médica	Departamento Sanitario	*Departamento de Sanidad *Posta Naval	Consultorios Médicos
I-3	Centro de Salud	Policlínico	Policlínico	-.-	Centro Médico	Policlínicos
I-4	Centro de Salud Con Internamiento	Hospital I	Hospital Regional	Hospital Zonal	Policlínico Naval	Centros Médicos
II-1	Hospital I	Hospital II	-.-	Hospital Regional	Clínica Naval	Clínicas
II-2	Hospital II	Hospital III	-.-		-.-	Clínicas
III-1	Hospital III	Hospital Nacional	Hospital Nacional	Hospital Central FAP	Hospital Naval	Clínicas
III-2	Instituto Especializado		-.-	-.-	-.-	Institutos





### 2.2.7.2 Niveles de atención, niveles de complejidad y Categorías de establecimientos del sector salud

NIVELES DE ATENCION	NIVELES DE COMPLEJIDAD	CATEGORIAS DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD
I	1° Nivel de Complejidad	I – 1
	2° Nivel de Complejidad	I – 2
	3° Nivel de Complejidad	I – 3
	4° Nivel de Complejidad	I - 4
II	5° Nivel de Complejidad	II – 1
	6° Nivel de Complejidad	II - 2
III	7° Nivel de Complejidad	III - 1
	8° Nivel de Complejidad	III - 2

### 2.2.8 PUBLICIDAD

#### 2.2.8.1 Establecimientos de primer y segundo nivel de salud

Publicidad esta de acuerdo a los planes de promoción de salud del ministerio de salud

La publicidad que proporciona los establecimientos de salud públicos de primer nivel y segundo nivel no será en ningún caso engañoso ni equivocada

La publicidad de los establecimientos de salud públicos no está permitida de hacer referencias a precios cerrados

La publicidad está encargada al ministerio de salud la cual será brindada mediante los medios de comunicación nacional

La información y la publicidad (exterior o interior) respetara los códigos deontológicos de la profesión y nunca serán contrarias a la promoción de la salud en los pacientes

#### 2.2.8.2 Clínica docente odontológica de la UPT

La publicidad de la clínica docente odontológica de la UPT no será en ningún caso engañoso ni usado con fines de lucro.



Ni la clínica docente odontológica de la UPT, ni los alumnos practicantes pueden publicitar una garantía de obtención de resultados que científicamente no son mantenibles en el tiempo, esto podría crear falsas expectativas en el paciente

La información y la publicidad (exterior o interior) no harán referencia a la buena praxis clínica.

La información y la publicidad (exterior o interior) respetaran los códigos deontológicos de la profesión y nunca serán contrarias a la promoción de la salud en los pacientes

#### 2.2.8.3 Consultorios privados

La publicidad de los consultorios privados no debe ser en ningún caso engañoso ni equivocado y no involucrar ninguna otra entidad ajena a este.

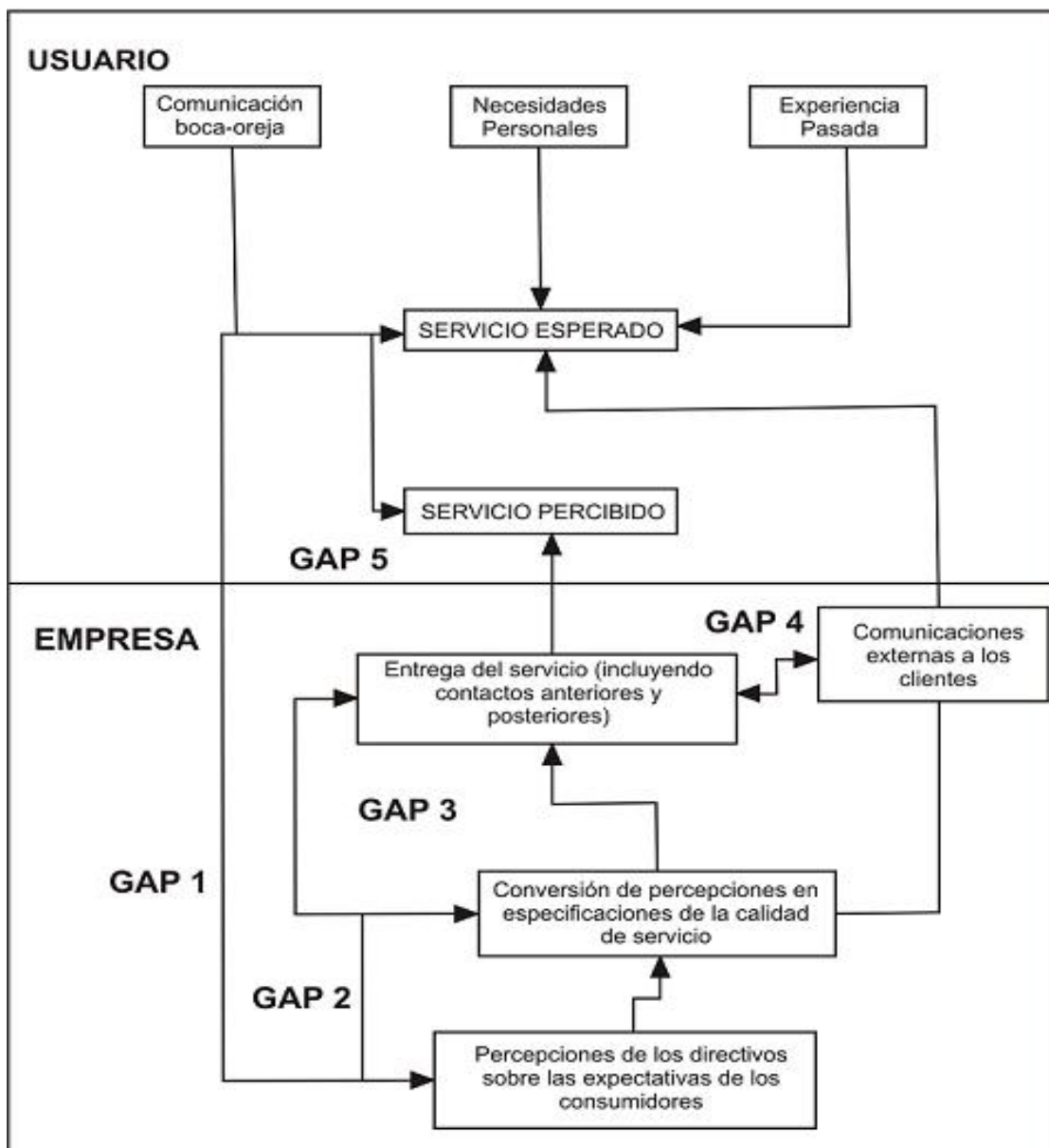
La información y la publicidad (exterior o interior) pueden dar referencia a la buena praxis clínica.

La información y publicidad (exterior o interior) deben respetar los códigos deontológicos de la profesión y nunca deben ser contrarias a la promoción de la salud de los pacientes

## 2.2.9 INSTRUMENTO PARA LA MEDICION DE CALIDAD DE SERVICIOS

### SERVQUAL

GRÁFICO N° 1: MODELO SERVQUAL FACTORES QUE IMPLICAN AUSENCIA DE CALIDAD



En el gráfico se muestra la relación entre el ciclo de producción y el ciclo de consumo de los servicios de salud. Así tenemos que, las expectativas del usuario dependen de los requerimientos de éstos, de otras



experiencias del usuario y de la información promocional recibida. Por otro lado, la provisión del servicio, depende la percepción del prestador sobre los requerimientos del usuario, de la especificación del servicio y la promoción del mismo. Así, la calidad es entendida como la minimización de la brecha existente entre lo esperado y lo percibido, por ello a este método también es llamado análisis de brechas o de las divergencias.<sup>11</sup>

Para cumplir con la condición de calidad en salud es indispensable conocer y ser capaz de definir con exactitud lo que se ha de calificar.

Sin embargo, es importante mencionar que las expectativas de los usuarios van a ser amplias y variadas. Esta variabilidad en las expectativas de los clientes va estar relacionada con una serie de factores externos e inherentes a los mismos. Estos factores son:<sup>11</sup>

- a) El primer factor es la comunicación con terceros (otros usuarios) va influenciar en la determinación de las expectativas.
- b) El segundo factor son las necesidades sentidas del usuario: diversos estudios reportan que la categorización subjetiva del usuario de la complejidad/severidad de las necesidades sentidas y su clasificación de las posibles secuelas (lo que algunos autores llaman "lay epidemiology" epidemiología popular), va a determinar el tipo de servicio de salud que el usuario va solicitar y las expectativas del mismo.<sup>11</sup>
- c) El tercer factor son las experiencias personales van a estar relacionadas a un mayor o menor nivel de expectativas. Otro elemento es la comunicación externa del proveedor, quien usualmente tratará de ofrecer o mostrar las fortalezas o bondades de su servicio y ello influenciará en las expectativas del usuario. Otro factor es el precio de la prestación y la variación cultural<sup>11</sup>

Parasuraman, Zeithaml y Berry, (1984) revelaron que el criterio usado por los consumidores para evaluar la calidad del servicio, se encuadra en diez dimensiones potenciales que se traslapan. A continuación mostramos una lista de estas dimensiones.



Dimensión	Ejemplo de criterios Evaluativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos Tangibles</li> <li>• Confiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Credibilidad</li> <li>• Reserva</li> <li>• Competencia</li> <li>• Cortesía</li> <li>• Entendimiento/</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• Acceso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apariencia de las instalaciones y del personal</li> <li>• El servicio funciona bien la primera vez</li> <li>• Deseo y habilidad de prestar un servicio rápido</li> <li>• Explicar el servicio en un lenguaje claro</li> <li>• Honradez en el trato personal con el cliente</li> <li>• Confidencialidad de las transacciones</li> <li>• Conocimiento y habilidad en el trato del personal</li> <li>• Amabilidad en el trato al cliente</li> <li>• Hacer esfuerzos para determinar los requerimientos de los consumidores específicos de los clientes</li> <li>• Facilidad para contactar a la empresa que brinda el servicio</li> </ul>

Se acepta ampliamente que la calidad del servicio se entiende desde el punto de vista de percepción del cliente sobre el servicio, y no por las características intrínsecas del servicio ofrecido. Por tanto, el punto de partida de toda gestión de calidad, consiste en captar las exigencias de los clientes y analizar las formas de ofrecerles soluciones que responden a sus necesidades.<sup>6</sup>

La medición de la calidad expresada como satisfacción de los usuarios constituye una antigua preocupación tanto de los servicios de salud como de los centros universitarios a nivel internacional; la necesidad de detectar problemas de calidad sobre los cuales intervenir, así como contar con una medida de la calidad previa a cualquier intervención de campo servirá como línea de base para el monitoreo y evaluación de acciones realizadas.<sup>6</sup>



La satisfacción del usuario con la atención recibida ha sido estudiada extensivamente en los últimos años. El grado de insatisfacción ha sido asociado a adherencia al tratamiento, la búsqueda de médicos tratantes y al impacto del tratamiento; también ha sido estudiada como una medida intrínseca del resultado de una terapia. La literatura sostiene que la satisfacción esta en relación con la dirección de la no confirmación de las expectativas iniciales con respecto a la experiencia con un producto o servicio.<sup>6</sup>

El análisis de satisfacción del usuario, vista como un indicador de la dimensión del resultado, a partir del cual se puede obtener la opinión acerca de los aspectos de la estructura (comodidades, instalaciones físicas y organización), el proceso (procedimientos y acciones realizadas) y el resultado (cambio en el estado de salud y la percepción general de la atención recibida); también se puede obtener información sobre aquellas características de los servicios que facilitan u obstaculizan los esfuerzos del usuario para obtener atención.

La calidad del servicio se traduce en un mayor o menor grado de satisfacción del cliente en función de las expectativas previamente generadas. Una vez obtenida la satisfacción del cliente, ésta es normalmente una condición necesaria pero no suficiente para generar la lealtad del cliente.<sup>18</sup>

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

#### 2.2.10 BRECHAS:

Es importante precisar que la calidad la define y valora, en concreto, el usuario del servicio. Es el punto de partida. Sin embargo, en la práctica los directivos en las empresas tienen también sus propias expectativas y percepciones del servicio que la organización irá a brindar. Aquí puede estar la primera brecha en la búsqueda de la calidad: ¿Coinciden o no estas expectativas de la gerencia con las expectativas reales del usuario?

Al plantear la alta dirección la orientación a seguir se tendrá que diseñar y establecer los procesos operativos con las normas y especificaciones sobre la calidad del servicio a ofrecer. Habrá que capacitar al personal de línea para estos fines. ¿Estamos seguros de que



entre lo planeado y lo ejecutado no se dan vacíos? Enfrentamos posiblemente la segunda brecha.

Al brindarse el servicio, evento tras evento, y con el transcurrir del tiempo, las personas que lo prestan deberán mantener y respetar la propuesta original del servicio. Si se da en buena hora; caso contrario implicaría la tercera brecha.

Le toca al área de marketing proponer convenientemente la oferta. Hacer una efectiva comunicación tangibilizando lo intangible del servicio que se va a brindar. Ha de comunicar los atributos esperados del servicio ofrecido para que sean bien entendidos tanto por los que acuden como por los que laboran en la organización que lo brinda. ¿En qué medida el marketing está logrando este propósito de cara al cliente y, también, en relación a su propia gente? Posiblemente, aquí, se presente la cuarta brecha.

El último frente, que representa la brecha más importante a superar, se da en la interacción del usuario con el servicio en sí. Esa delicada comparación entre el servicio percibido y la expectativa que el usuario tenía del mismo. Se trata de una experiencia individual en que la calidad del servicio es verdaderamente puesta a prueba.

La acción de toda organización es acoger satisfactoriamente las expectativas del usuario. Expectativas que se sustentan en sus necesidades personales, en sus experiencias pasadas con este servicio u otros servicios similares, e influenciadas por las opiniones recibidas de otro usuario



## CAPITULO III

# HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES OPERACIONALES





## HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES OPERACIONALES

### 3.1 Hipótesis

El paciente que acude al servicio de odontología tiene un nivel más elevado de expectativas y mayor grado de satisfacción en establecimientos públicos de salud que los privados de salud de primer nivel y segundo nivel, no obteniéndose factores en común que influye en la calidad del servicio.

### 3.2 Operacionalización de las variables

VARIBLE	SUBDIMENSIO N	INDICADOR	CATEGORIA	ESCALA
Satisfacción	Satisfecho	Escala de Likert	Valor (-)*	Ordinal
	Insatisfecho	Escala de Likert	Valor (+) **	Ordinal
Establecimiento de origen	Hospital Hipólito Unanue	Referencia del paciente	II-2	Nominal
	C.S La esperanza	Referencia del paciente	I-3	Nominal
	C.S Bolognesi	Referencia del paciente	I-3	Nominal
	P.S Vista Alegre	Referencia del paciente	I-2	Nominal
	Clínica Docente Odontológica de la UPT	Referencia del paciente	Privado	Nominal
	Clínica D. Loayza	Referencia del paciente	Privado	Nominal
Dimensión	Tangibilidad	Distribución servqual	ítem 1-4	Nominal
	Confiabilidad	Distribución servqual	Ítem 5-9	Nominal
	Respuesta Rápida	Distribución servqual	ítem 10-12	Nominal
	Proyección de seguridad	Distribución servqual	ítem 13-16	Nominal
	Empatía	Distribución servqual	ítem 17-18	Nominal



Edad del paciente	Adolescente	14 – 19 años	Categorización de la edad del ser Humano	Ordinal
	Adulto	20 – 59 años		Ordinal
	Adulto Mayor	60 > años		Ordinal
Genero del paciente	Masculino	Característica física	Masculino	Nominal
	Femenino	Característica física	Femenino	Nominal

\*: Valor negativo, valor asignado según concordancia del paciente con la encuesta (-1 al -5)

\*\* : Valor positivo, valor asignado según concordancia del paciente con la encuesta (+1 al +5)

\*\*\*: C.S. Centro de Salud.

\*\*\*\*: PS. Puesto de Salud.



# CAPITULO IV

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN



## CAPITULO IV METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 Diseño (clasificación)

Este estudio es de tipo observacional, descriptivo transversal y correlacional.

### 4.2 Ámbito de estudio

Este estudio fue realizado en los establecimientos de salud seleccionados, de acuerdo a la existencia de Convenio con la UPT y establecimientos de salud público y privado del primer y segundo nivel de Tacna durante los meses de abril mayo y junio del 2010.

Los establecimientos escogidos fueron:

1. Hospital Hipólito Unanue de Tacna.
2. C.S La esperanza
3. C.S Bolognesi
4. P.S Vista Alegre
5. Clínica Docente Odontológica de la Universidad Privada de Tacna
6. Clínica Dental Loayza

### 4.3 Población y muestra.

Se consideraron a todos los pacientes que acudieron al servicio de odontológica de los establecimientos seleccionados en el periodo de estudio.

Se realizaron 305 encuestas a usuarios seleccionados por muestreo simple, de acuerdo a los criterios de inclusión. Éstos respondieron la encuesta de manera voluntaria, en la que se respetó la identidad del paciente y la del estudiante que prestó el servicio.

#### 4.3.1 Criterios de Inclusión

Usuarios externos de atención odontológica mayores de 13 años

Tener por lo menos una cita cumplida en el momento de la entrevista

El paciente pudo también ser atendido por las diferentes áreas que brindan el establecimiento de salud



#### 4.3.2 Criterios de Exclusión

Todo usuario que se niegue a participar de la encuesta

Paciente que no pudo completar la encuesta

Paciente que posea problemas psicológicos e incapacidad para emitir opinión.

#### 4.4 Instrumentos de Recolección de datos.

Para determinar la calidad de la atención brindada se utilizó el cuestionario Servqual, el cual se basa en las discrepancias entre las expectativas y percepciones de la calidad percibida por el usuario externo (paciente). Para ello se tomaron cinco dimensiones establecidas:

Dimensiones SERVQUAL:

---

1. Tangibilidad:	Instalaciones, equipos y apariencia del personal.
2. Confiabilidad:	Cumplimiento del servicio prometido.
3. Capacidad de respuesta:	Disposición a servir con rapidez y eficacia.
4. Proyección de Seguridad:	Comprende conocimientos, destrezas y cortesía.
5. Empatía:	Servicio esmerado.

---



El instrumento de la recolección de datos constó de 3 partes:

- Datos generales: consignando edad y género del paciente, número de citas al momento de la encuesta.
- Expectativas del usuario externo: Constó de 18 preguntas, divididas en cinco dimensiones, cada pregunta con cinco alternativas de acuerdo a la escala de Likert.

Dimensiones.

---

1)	Tangibilidad	( 1 ° - 4° pregunta)
2)	Confiabilidad	( 5° - 9° pregunta)
3)	Respuesta Pronta	(10° - 12° pregunta)
4)	Proyección de Seguridad	(13° - 16° pregunta)
5)	Empatía	(17° - 18° pregunta)

---

- Percepciones del usuario externo: Constó de 18 preguntas, divididas en cinco dimensiones, cada pregunta con cinco alternativas de acuerdo a la escala de Likert.

Dimensiones.

---

1)	Tangibilidad	( 1 ° - 4° pregunta)
2)	Confiabilidad	( 5° - 9° pregunta)
3)	Respuesta Pronta	(10° - 12° pregunta)
4)	Proyección de Seguridad	(13° - 16° pregunta)
5)	Empatía	(17° - 18° pregunta)

---



Para las alternativas de respuesta tanto en expectativas como en percepciones se utilizó la escala de Likert

Categorías de Likert.

---

(1) En Completo desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Indiferente

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo

---

Se establecieron valores por cada pregunta y su correspondiente en expectativas y percepciones cuya diferencia se encontraron entre +4 a -4. Estos resultados son llamados Brechas o Gaps de acuerdo con la definición operativa del instrumento.

El cálculo de Gaps (brechas o discrepancias) se realizó mediante la diferencia entre lo esperado y lo encontrado por cada pregunta.

#### 4.5 RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de la información se realizó con el cuestionario Servqual (ver anexo: ENCUESTA) mediante la técnica de entrevista, la cual fue ejecutada durante el mes de agosto, setiembre y noviembre del 2010 en los establecimientos correspondientes, durante los turnos de atención de mañana y tarde.

#### 4.6 PROCEDIMIENTO DE ANALISIS DE DATOS

Los datos obtenidos con la aplicación de los instrumentos de estudio (Anexo), fueron introducidos es una base de datos elaborada en el Programa de Excel versión 2007, de donde fueron exportados al programa estadístico SPSS versión 15.0 para Windows, elaborándose posteriormente los cálculos estadísticos, cuadros y gráficos, incluyendo las pruebas estadísticas de chi cuadrado de Pearson, con un grado de confiabilidad del 95% y un nivel de significancia (valor p) <0,5%



# CAPITULO V

# RESULTADOS





TABLA N° 1.

DISTRIBUCION DE PACIENTES ENCUESTADOS POR GRUPO ETARIO Y SEXO

GRUPO ETARIO	SEXO					
	MASCULINO		FEMENINO		TOTAL	
	N	%	N	%	N	%
ADOLESCENTE	22	18,5	53	28,5	75	24,6
ADULTO	90	75,6	122	65,6	212	69,5
ADULTO MAYOR	7	5,9	11	5,9	18	5,9
TOTAL	119	100,0	186	100,0	305	100,0

Se encuestaron 119 hombres (39,02%) y 186 mujeres (60,98%) predominando entre ellos los adultos con el 75,6% y el 65,6% respectivamente.



TABLA N°2.

GRADO DE SATISFACCIÓN POR GRUPO ETARIO

GRUPO ETARIO	GRADO DE SATISFACCION GENERAL							
	Satisfacción Amplia		Insatisfacción leve a moderada		Insatisfacción severa		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Adolescente	10	13,1	65	86,7	0	0,0	75	100,0
Adulto	73	34,4	139	65,6	0	0,0	212	100,0
Adulto mayor	13	72,2	4	22,2	1	5,6	18	100,0
TOTAL	96	31,5	208	68,2	1	0,3	305	100,0

Chi-cuadrado: 43,42                      gl:4                      Sig.:0,000

La mayoría de adolescentes (86,7%) y de adultos (65,6%) manifestó sentirse insatisfecho en grado leve a moderado, en tanto que la mayoría de adultos mayores (72,2%) se mostraron satisfechos ampliamente.



TABLA N°3.

GRADO DE SATISFACCION GENERAL POR SEXO

SEXO	GRADO DE SATISFACCION GENERAL							
	Satisfacción Amplia		Insatisfacción leve a moderada		Insatisfacción severa		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Masculino	39	32,8	80	67,2	0	0,0	119	100
Femenino	57	30,7	128	68,8	1	0,5	186	100
TOTAL	96	31,5	208	68,2	1	0,3	305	100,0

Chi-cuadro: 0,771

gl: 2

Sig.:0,680

La mayoría de hombres y mujeres manifestaron insatisfacción leve a moderada

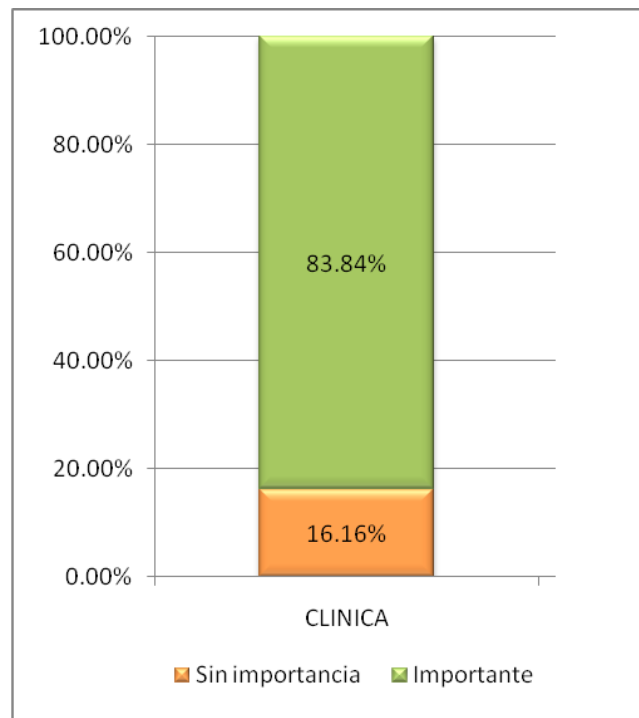


TABLA N°4.

NIVEL DE ESPECTATIVAS DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGICA DEL ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO

Espectativas	ESTABLECIMIENTO	
	CLINICA DE LA UPT	
	Puntaje	%
Sin importancia	412	16.16%
Importante	2,138	83.84%
Total	2,550	100.00%
Chi2 =	66.06	p =0

GRAFICO N°1 NIVEL DE ESPECTATIVAS DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DEL ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO



El nivel de expectativas encontrado en el establecimiento universitario, fue definido mayoritariamente como importante, siendo mayor en la clínica de la UPT (83,84%).

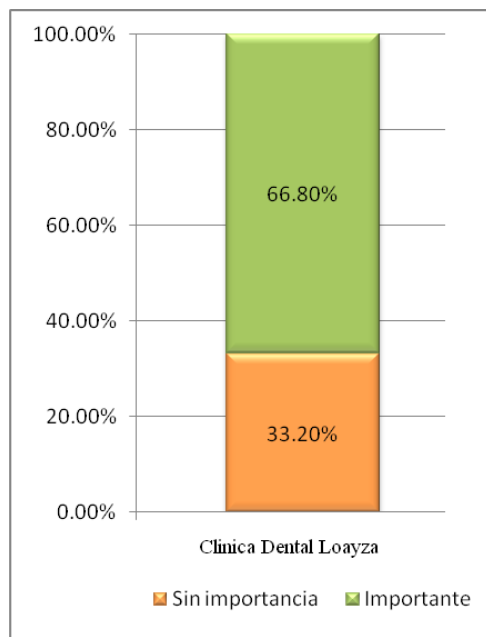


TABLA N°5.

NIVEL DE ESPECTATIVAS DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGICA DEL ESTABLECIMIENTO PRIVADO

Espectativas	ESTABLECIMIENTO	
	CLINICA DR. LOAYZA	
	Puntaje	%
Sin importancia	254	33.20%
Importante	511	66.80%
Total	765	100.00%
Chi2 =	66.06	p =0

GRAFICO N°2 NIVEL DE ESPECTATIVAS DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DEL ESTABLECIMIENTO PRIVADO



El nivel de expectativas encontrado en el establecimiento privado de la Clínica Dental Loayza (66.80%)

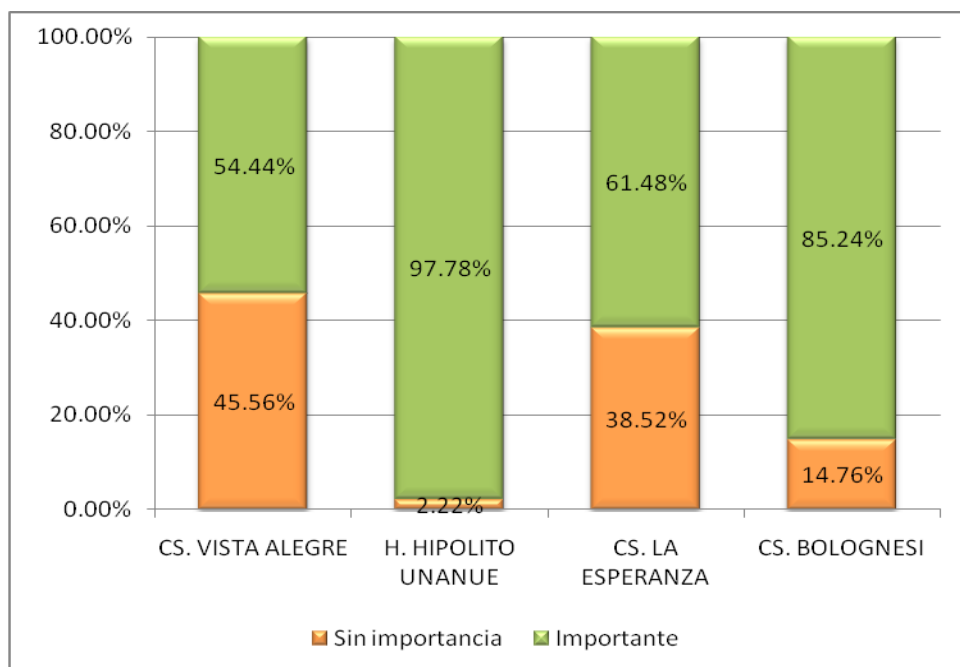


TABLA N°6.

NIVEL DE ESPECTATIVAS DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS

ESPECTATIVAS	ESTABLECIMIENTO							
	PS. VISTA ALEGRE		H. HIPOLITO UNANUE		CS. LA ESPERANZA		CS. BOLOGNESI	
	Puntaje	%	Puntaje	%	Puntaje	%	Puntaje	%
Sin importancia	205	45.56%	8	2.22%	208	38.52%	93	14.76%
Importante	245	54.44%	352	97.78%	332	61.48%	537	85.24%
Total	450	100.00%	360	100.00%	540	100.00%	630	100.00%
Chi2 =	280.85		p =		0.00			

GRAFICO N°3. NIVEL DE ESPECTATIVAS DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS



El nivel de expectativas para los establecimientos públicos, mayoritariamente fue catalogada como importante, siendo mayor para el Hospital HHT (97,78%) y menor para el primer nivel de atención encontrándose diferencias estadísticamente significativas, siendo en orden regresivo para CS Bolognesi (85,24%), CS La Esperanza (61,48%) y PS Vista Alegre (54,44%).

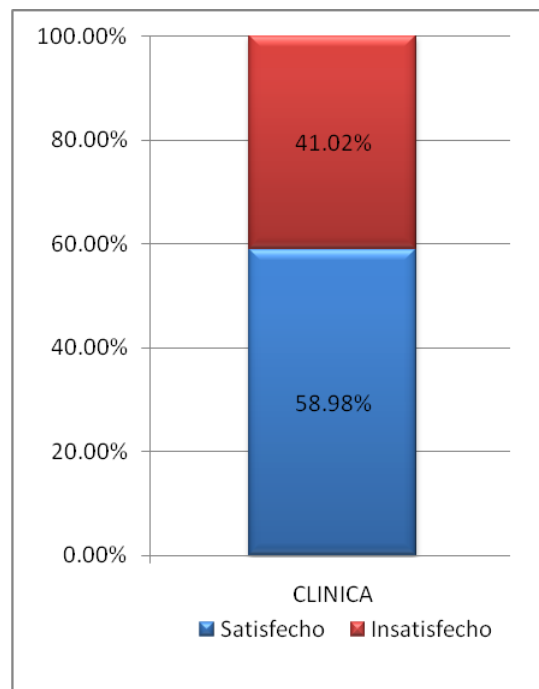


TABLA N°7.

GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO

Satisfacción	ESTABLECIMIENTO	
	CLINICA UPT	
	Puntaje	%
Satisfecho	1,504	58.98%
Insatisfecho	1,046	41.02%
Total	2,550	100.00%
Chi2 =	57.12	p =0

GRAFICO N°4. GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DEL ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO



Los pacientes del establecimiento universitario solo logró una satisfacción en la Clínica Dental de la UPT (58,98%).

Cabe resaltar que la satisfacción fue el resultado de los trabajos en la Clínica dental de la UPT viene a ser realizada por alumnos que están en constante supervisión de docentes y constante aprendizaje lo cual dificultaría la satisfacción de las cinco dimensiones.

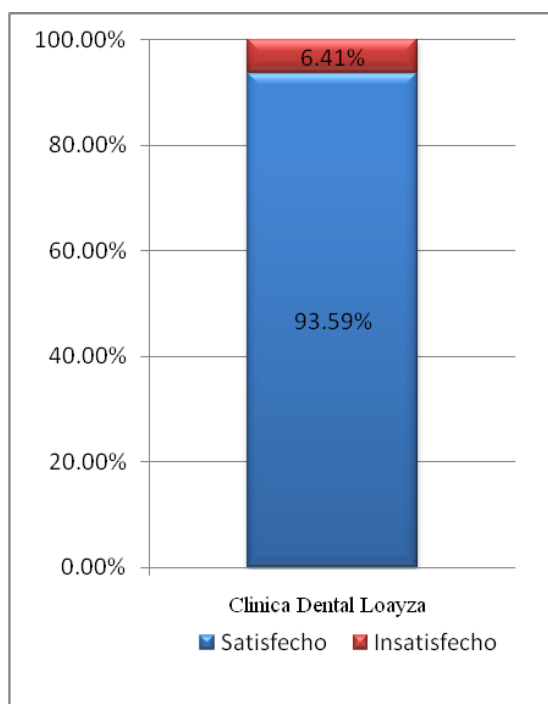


TABLA N°8.

GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DEL ESTABLECIMIENTO PRIVADO

	ESTABLECIMIENTO	
	CLINICA DR. LOAYZA	
Satisfacción	Puntaje	%
Satisfecho	716	93.59%
Insatisfecho	49	6.41%
Total	765	100.00%
Chi2 =	57.12	p =0

GRAFICO N°5. GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DEL ESTABLECIMIENTO PRIVADO



Los pacientes de los establecimientos privados lograron una satisfacción en la atención recibida en la Clínica Dental Loayza (93,59%)

Cabe resaltar que la satisfacción fue el resultado de los trabajos realizados en la Clínica dental Loayza por profesionales.



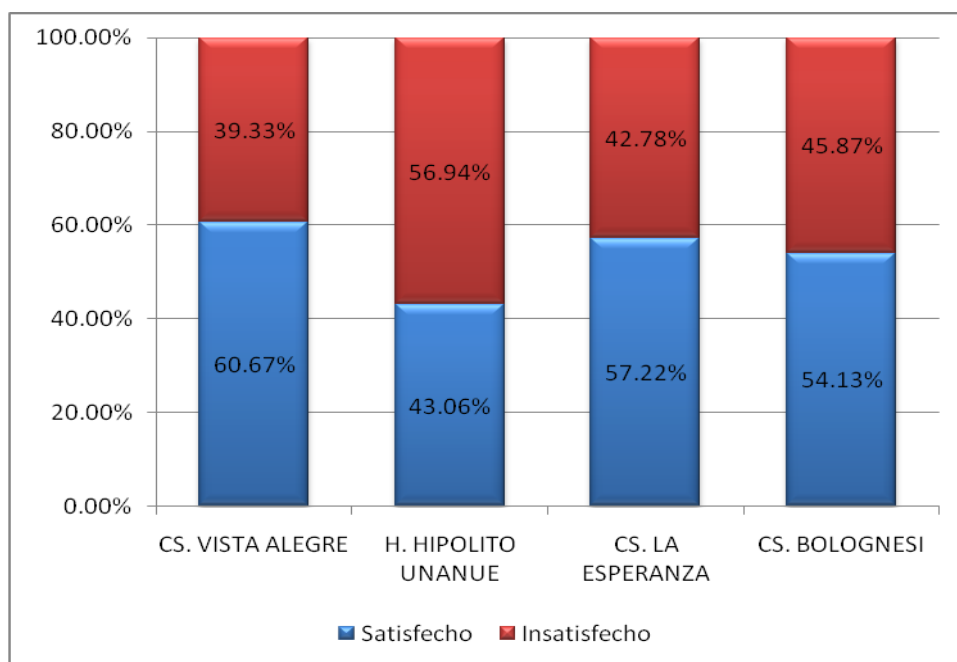


TABLA N°9.

GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS

SATISFACCIÓN	ESTABLECIMIENTO							
	PS. VISTA ALEGRE		H. HIPOLITO UNANUE		CS. LA ESPERANZA		CS. BOLOGNESI	
	Puntaje	%	Puntaje	%	Puntaje	%	Puntaje	%
Satisfecho	273	60.67%	155	43.06%	309	57.22%	341	54.13%
Insatisfecho	177	39.33%	205	56.94%	231	42.78%	289	45.87%
Total	450	100.00%	360	100.00%	540	100.00%	630	100.00%
Chi2 =	27.5565		p = 0.0000					

GRAFICO N°6. GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS



Contrariamente a lo sucedido con las expectativas, el nivel de satisfacción mostrado por los pacientes fue menor en el H. Hipólito Unanue (56.94%), mejorando en los centros de salud, así el CS Bolognesi obtuvo el 54.13%, el CS La Esperanza 57,22% y el PS Vista Alegre logró el 60,67% de pacientes satisfechos.



TABLA N°10.

COMPARACION DE EXPECTATIVAS Y SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DEL ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO SEGÚN DIMENSIONES

		ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO
DIMENSIONES		C. D. UPT
EXPECTATIVAS	TANGIBILIDAD	83.50%
	CONFIABILIDAD	84.85%
	RESPUESTA PRONTA	83.57%
	PROYECCION DE SEGURIDAD	84.53%
	EMPATIA	81.70%

		ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO
DIMENSIONES		C. D. UPT
SATISFACCION	TANGIBILIDAD	65.33%
	CONFIABILIDAD	60.33%
	RESPUESTA PRONTA	56.90%
	PROYECCION DE SEGURIDAD	60.00%
	EMPATIA	44.65%

Se encontraron altas expectativas por encima del 80% para la clínica de la UPT Respecto a la satisfacción opinada por los pacientes, la clínica de la UPT logró cifras menores del 65% y menores a sus expectativas, siendo crítico el valor para la empatía (44.65%)

Cabe resaltar que la satisfacción fue el resultado de los trabajos en la Clínica dental de la UPT viene a ser realizada por alumnos que están en constante supervisión de docentes y constante aprendizaje lo cual dificultaría la satisfacción de las cinco dimensiones.



TABLA N°11.

COMPARACION DE EXPECTATIVAS Y SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DEL ESTABLECIMIENTO PRIVADO SEGÚN DIMENSIONES

		ESTABLECIMIENTO PRIVADO
DIMENSIONES		C. D. LOAYZA
EXPECTATIVAS	TANGIBILIDAD	59.98%
	CONFIABILIDAD	67.20%
	RESPUESTA PRONTA	68.13%
	PROYECCION DE SEGURIDAD	70.03%
	EMPATIA	71.10%

		ESTABLECIMIENTO PRIVADO
DIMENSIONES		C. D. LOAYZA
SATISFACCION	TANGIBILIDAD	92.25%
	CONFIABILIDAD	93.35%
	RESPUESTA PRONTA	92.57%
	PROYECCION DE SEGURIDAD	93.93%
	EMPATIA	97.80%

Las expectativas encontradas para la Clínica Loayza fueron de menor rango, por encima del 60% y menores del 71%.

La clínica Loayza logró satisfacción en todas las dimensiones por encima del 92% de los pacientes, siendo el rubro de la empatía la que mejor resultado obtuvo. (97,8%).

Cabe resaltar que la satisfacción fue el resultado de los trabajos realizados en la Clínica dental Loayza por profesionales.



TABLA N°12.

EXPECTATIVAS Y SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS SEGÚN DIMENSIONES

	DIMENSIONES	ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS			
		PS. VISTA ALEGRE	H. HIPOLITO UNANUE	CS. LA ESPERANZA	CS. BOLOGNESI
EXPECTATIVAS	TANGIBILIDAD	56.00%	97.50%	64.15%	90.00%
	CONFIABILIDAD	60.00%	97.00%	62.00%	85.18%
	RESPUESTA PRONTA	52.00%	100.00%	61.13%	85.73%
	PROYECCION DE SEGURIDAD	55.00%	98.75%	59.18%	85.03%
	EMPATIA	40.00%	95.00%	60.00%	75.70%

	DIMENSIONES	ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS			
		PS. VISTA ALEGRE	H. HIPOLITO UNANUE	CS. LA ESPERANZA	CS. BOLOGNESI
SATISFACCION	TANGIBILIDAD	53.00%	28.75%	55.85%	61.45%
	CONFIABILIDAD	60.80%	49.00%	58.68%	51.42%
	RESPUESTA PRONTA	69.33%	50.00%	63.33%	55.23%
	PROYECCION DE SEGURIDAD	68.00%	47.50%	57.53%	56.43%
	EMPATIA	48.00%	37.50%	46.65%	40.00%

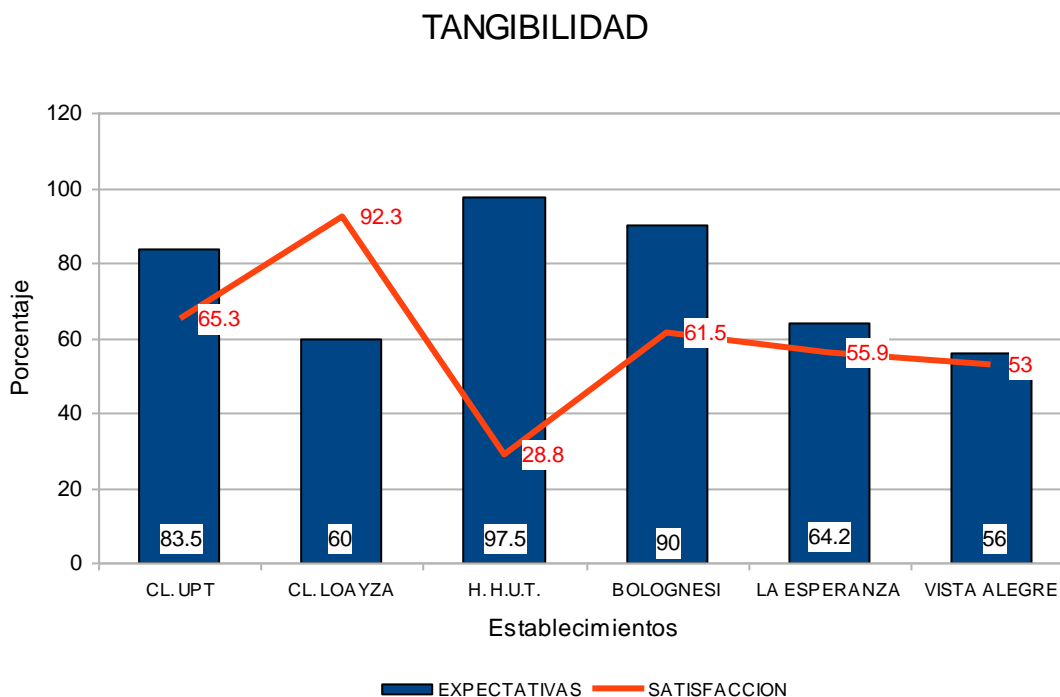
Los establecimientos públicos tienen expectativas relativamente altas de sus pacientes, en particular el Hospital Hipólito Unanue de Tacna que en todas sus dimensiones supera el 95%, los otros centros de salud tienen expectativas variadas pero en cifras menores al hospital, llamando la atención que en empatía la expectativa del PS Vista Alegre sea la más baja, del orden del 40%.

Respecto a la satisfacción, es muy evidente la gran brecha entre expectativas y satisfacción que existe para los usuarios del hospital, diferencias del orden de los 50% en la mayoría de las dimensiones y más todavía en la dimensión de la tangibilidad (69%). Para los centros de salud, las diferencias negativas entre expectativas y satisfacción son menores (<10%) y con algunas diferencias positivas para el PS de Vista Alegre en respuesta pronta, proyección de seguridad y empatía (<13%) y para el CS de La Esperanza en respuesta pronta del orden del 2%, de mínima significancia.



GRAFICO N°7.

NIVEL DE EXPECTATIVAS Y GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS, UNIVERSITARIO Y PRIVADO DE LA DIMENSION TANGIBILIDAD

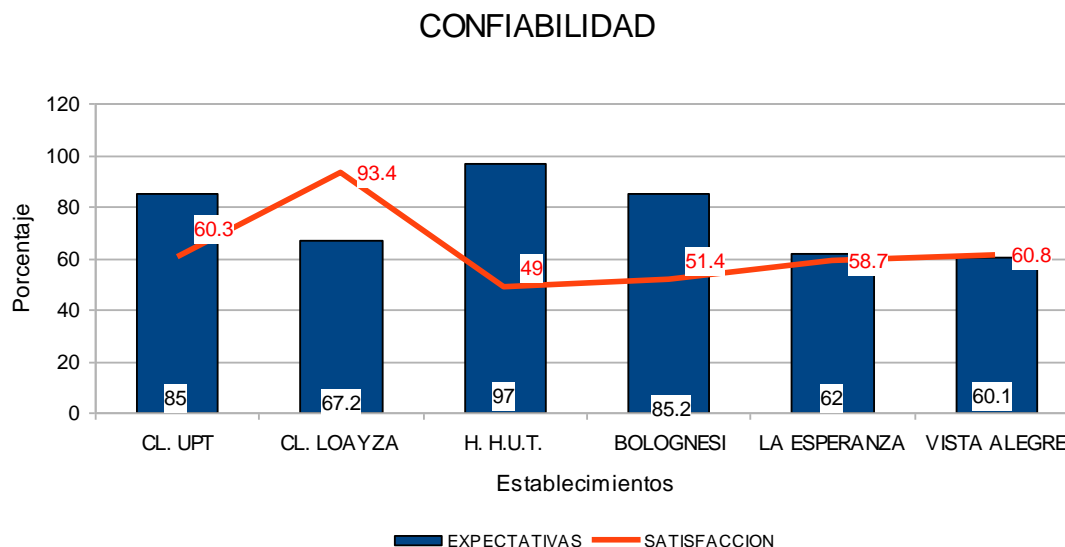


En este grafico se observa fácilmente como las expectativas en la dimensión de la tangibilidad son mayores para la clínica de la UPT, el hospital HUT y el CS Bolognesi, las mismas que son superiores al grado de satisfacción logrado en los pacientes. Excepción de esto se encuentra en la Clínica Loayza establecimiento que logró un 92,3% de satisfacción siendo sus expectativas del 60%. Cabe resaltar la gran brecha encontrada a nivel del Hospital Hipólito Unanue con una satisfacción del 28.8% frente a un 97,5% de expectativas.



GRAFICO N°8.

NIVEL DE EXPECTATIVAS Y GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS, UNIVERSITARIO Y PRIVADO DE LA DIMENSION CONFIABILIDAD

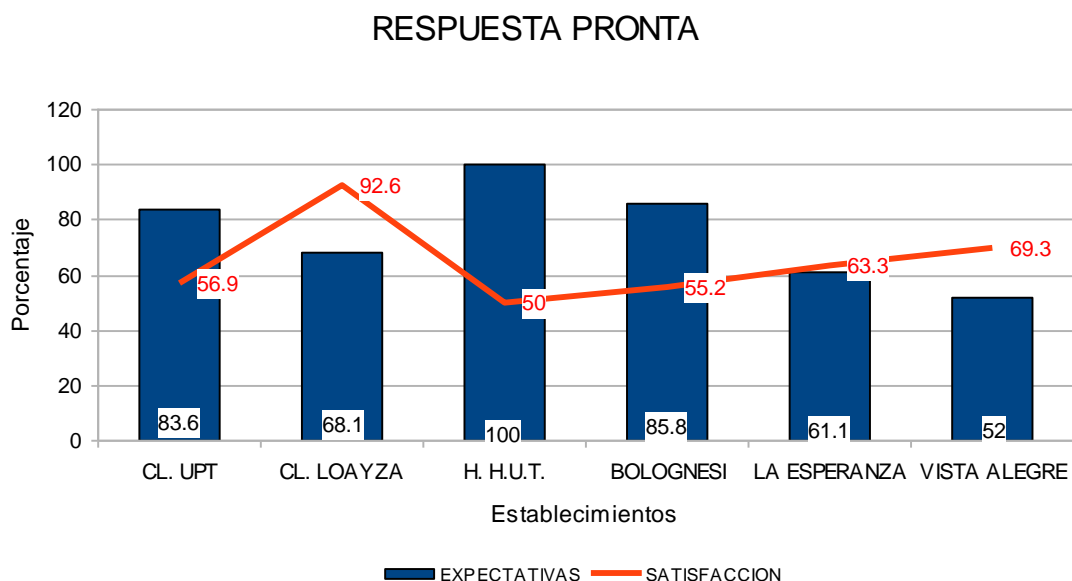


De igual manera en la dimensión de confiabilidad solo la Clínica Loayza superó las expectativas (67.2%) con mayor satisfacción (93.4%) de sus pacientes; en los PS Vista Alegre y La Esperanza prácticamente equipararon satisfacción y expectativas; los otros establecimientos, la clínica de la UPT, el CS Bolognesi y el Hospital Hipólito Unanue no lograron superar las expectativas, en particular el hospital que obtuvo satisfacción (49%) considerablemente baja respecto a las expectativas (97%).



GRAFICO N°9.

NIVEL DE EXPECTATIVAS Y GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO ODONTOLOGICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS, UNIVERSITARIO Y PRIVADO DE LA DIMENSION RESPUESTA PRONTA

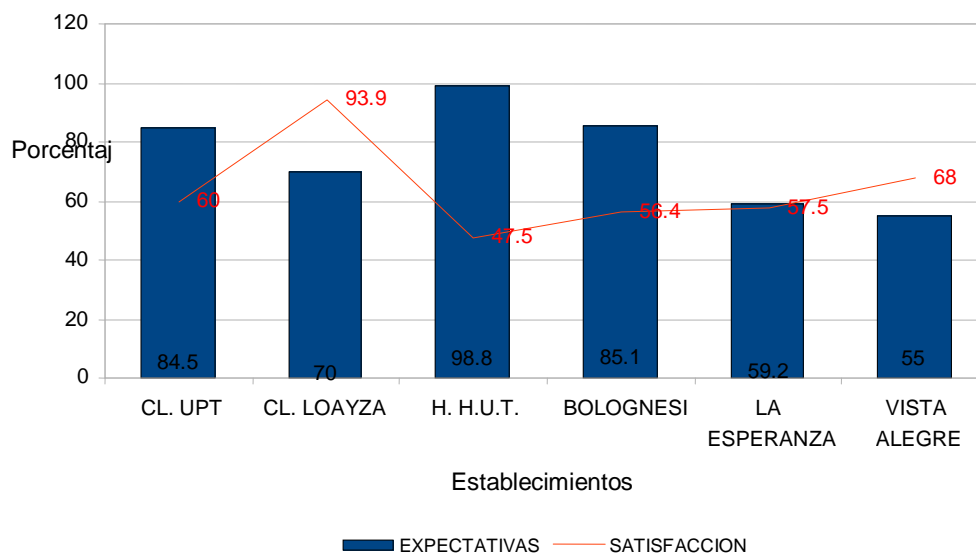


En la dimensión de respuesta pronta, la clínica Loayza superó la satisfacción (92.6%) ante las expectativas (68.1%), de igual manera en el PS Vista Alegre fue superior la satisfacción (69.3%) ante las expectativas (52%); el CS La Esperanza logró una satisfacción aceptable (63.3%) ante las expectativas (61.1%), en tanto que la clínica de la UPT, el CS Bolognesi y el Hospital Hipólito Unanue mantuvieron una distancia negativa respetable entre las expectativas y la satisfacción, siendo nuevamente el hospital el que obtuvo una satisfacción (50%) consideradamente baja respecto a las expectativas (100%).

### GRAFICO N°10.

NIVEL DE EXPECTATIVAS Y GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO ODONTOLOGICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS, UNIVERSITARIO Y PRIVADO DE LA DIMENSION PROYECCION DE SEGURIDAD

#### PROYECCION DE SEGURIDAD



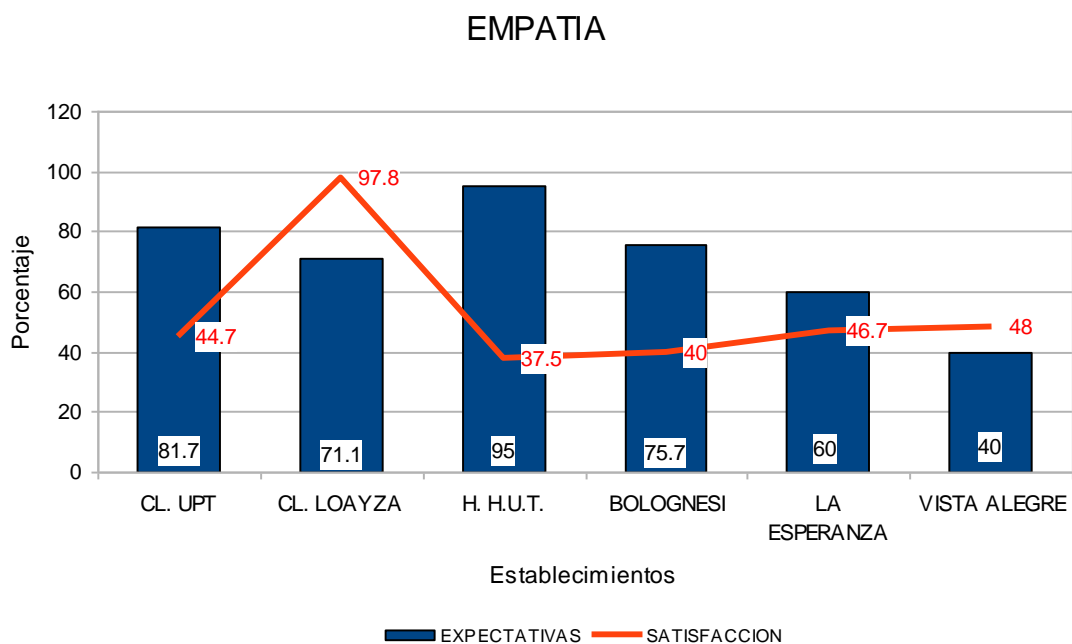
En la dimensión de proyección de seguridad, la clínica Loayza fue superior en satisfacción (93.9%) ante las expectativas (70%), de igual manera en el PS Vista Alegre la satisfacción (68%) fue superior ante las expectativas (55%). El CS La Esperanza logró una satisfacción (57.5%) ligeramente inferior ante las expectativas (59.2%); el Hospital Hipólito Unanue obtuvo satisfacción (47.5%) consideradamente baja respecto a las expectativas (98.8%).





GRAFICO N°11.

NIVEL DE EXPECTATIVAS Y GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS, UNIVERSITARIO Y PRIVADO DE LA DIMENSION EMPATIA



En la dimensión de empatía, con excepción de la clínica Loayza el resto de establecimientos tuvieron satisfacciones inferiores a las expectativas, siendo los valores críticos los del hospital. El PS Vista Alegre obtuvo una satisfacción baja (48%) sin embargo sus expectativas también eran bajas (40%) y menores a la satisfacción. El Hospital Hipolito Unanue logró una satisfacción (37.5%) considerablemente baja respecto a las expectativas (95%).

TABLA N°13.

DIMENSIONES DE LAS EXPECTATIVAS Y EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO

DIMENSIONES	C.D. UPT	
	E	S
<b>TANGIBILIDAD</b>		
Equipamiento	82.7	66.0
Local agradable	86.7	74.0
Personal presentable	85.3	71.3
Señalización	79.3	50.0
PROMEDIO	83.5	65.3
<b>CONFIABILIDAD</b>		
Cumplen lo que ofrecen	86.7	56.7
Cumplen horario	84.4	51.3
Atención oportuna	86.7	59.3
Precios según tarifa	82.0	74.0
Disponibilidad Medicamentos y material	0.0	0.0
PROMEDIO	85.0	60.3
<b>RESPUESTA PRONTA</b>		
Informan horario de atención	80.0	58.0
Responden a pedidos y preocupaciones	84.7	58.7
Disponibilidad para ayudar	86.0	54.0
PROMEDIO	83.6	56.9
<b>PROYECCION DE SEGURIDAD</b>		
Brindan confianza	82.7	55.3
Conocen necesidades de pacientes	84.0	57.3
Amabilidad	86.7	76.7
Trabajo en equipo	84.7	50.7
PROMEDIO	84.5	60.0
<b>EMPATIA</b>		
Atención adecuada	82.7	48.0
Priorizan al paciente	80.7	41.3
PROMEDIO	81.7	44.7

E = EXPECTATIVAS

S = SATISFACCION

Los problemas identificados en las dimensiones se concentran sobre todo en la clínica de la UPT, debiendo destacarse en los aspectos administrativos los defectos de señalización, y en los aspectos humanos la atención adecuada a las necesidades de los pacientes y la priorización de las mismas.



TABLA N°14.

DIMENSIONES DE LAS EXPECTATIVAS Y EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTO PRIVADO

DIMENSIONES	C.D. LOAYZA	
	E	S
<b>TANGIBILIDAD</b>		
Equipamiento	60.0	95.6
Local agradable	62.2	100.0
Personal presentable	64.4	97.8
Señalización	53.3	75.6
PROMEDIO	60.0	92.3
<b>CONFIABILIDAD</b>		
Cumplen lo que ofrecen	64.6	97.8
Cumplen horario	64.4	84.4
Atención oportuna	75.6	95.6
Precios según tarifa	64.0	95.6
Disponibilidad Medicamentos y material	0.0	0.0
PROMEDIO	67.2	93.4
<b>RESPUESTA PRONTA</b>		
Informan horario de atención	57.8	93.3
Responden a pedidos y preocupaciones	73.3	91.1
Disponibilidad para ayudar	73.3	93.3
PROMEDIO	68.1	92.6
<b>PROYECCION DE SEGURIDAD</b>		
Brindan confianza	66.7	97.8
Conocen necesidades de pacientes	77.8	86.7
Amabilidad	68.9	95.6
Trabajo en equipo	66.7	95.6
PROMEDIO	70.0	93.9
<b>EMPATIA</b>		
Atención adecuada	71.1	100.0
Priorizan al paciente	71.1	95.6
PROMEDIO	71.1	97.8

La clínica dental Loayza no presentó mayores problemas, debiendo resaltarse que obtuvo el 100% de satisfacción en la atención adecuada que proporcionó a sus pacientes. La baja empatía puede ser debida el record de atenciones que los alumnos deben terminar obligándolos a elegir y priorizar sus atenciones sobre los pacientes.

TABLA N°15.

DIMENSIONES DE LAS EXPECTATIVAS Y EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS PT. DEL SERV. DE ODONTOLOGIA LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS

DIMENSIONES	HHUT		CS BOLOGNESI		CS LA ESPERANZA		PS VISTA ALEGRE	
	E	S	E	S	E	S	E	S
<b>TANGIBILIDAD</b>								
Equipamiento	90.0	15.0	94.3	48.8	53.3	56.7	52	32.0
Local agradable	100.0	25.0	91.4	62.9	60	46.7	56	32.0
Personal presentable	100.0	60.0	94.3	74.3	80	60.0	56	92.0
Señalización	100.0	15.0	80.0	60.0	63.3	60.0	60	56.0
PROMEDIO	97.5	28.8	90.0	61.5	64.15	55.9	56	53.0
<b>CONFIABILIDAD</b>								
Cumplen lo que ofrecen	100.0	60.0	88.6	62.9	66.7	70.0	64.3	64.0
Cumplen horario	90.0	45.0	82.9	57.1	63.3	56.7	68	56.0
Atención oportuna	100.0	45.0	88.6	45.7	60	66.7	60	68.0
Precios según tarifa	100.0	75.0	82.9	77.1	66.7	73.3	52	84.0
Disponibilidad Medicamentos y material	95.0	20.0	82.9	14.3	53.3	26.7	56.3	32.0
PROMEDIO	97.0	49.0	85.2	51.4	62	58.7	60.12	60.8
<b>RESPUESTA PRONTA</b>								
Informan horario de atención	100.0	30.0	82.9	45.7	46.7	60.0	52	68.0
Responden a pedidos y preocupaciones	100.0	75.0	88.8	57.1	66.7	66.7	48	68.0
Disponibilidad para ayudar	100.0	45.0	85.7	62.9	70	63.3	56	72.0
PROMEDIO	100.0	50.0	85.8	55.2	61.13	63.3	52	69.3
<b>PROYECCION DE SEGURIDAD</b>								
Brindan confianza	100.0	30.0	80.0	65.7	60	50.0	48	48.0
Conocen necesidades de pacientes	95.0	50.0	88.8	57.1	56.7	56.7	52	68.0
Amabilidad	100.0	60.0	88.8	54.3	63.3	66.7	60	80.0
Trabajo en equipo	100.0	50.0	82.9	48.6	56.7	56.7	60	76.0
PROMEDIO	98.8	47.5	85.1	56.4	59.18	57.5	55	68.0
<b>EMPATIA</b>								
Atención adecuada	95.0	35.0	85.7	31.4	66.7	43.3	44	40.0
Priorizan al paciente	95.0	40.0	65.7	48.6	53.3	50.0	36	56.0
PROMEDIO	95.0	37.5	75.7	40.0	60	46.7	40	48.0

E = EXPECTATIVAS

S = SATISFACCION

Los establecimientos públicos demostraron mayores dificultades para superar expectativas, particularmente el hospital HUT cuyas limitaciones se dan tanto a nivel administrativo como humano. El CS Bolognesi tiene dificultad en la atención oportuna, en la disponibilidad de medicamentos y materiales, en el informe de citas de atención y en el trato al paciente. El CS La Esperanza tiene problemas mas humanos que administrativos, en tanto que PS Vista Alegre tiene también dichas dificultades, sin embargo sus pacientes tienen al respecto bajas expectativas. Es común denominador de los establecimientos públicos la deficiencia en la disponibilidad de medicamentos e insumos y la empatía lograda con el paciente.



TABLA N°16.

ASOCIACIÓN DEL NIVEL DE EXPECTATIVAS Y EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO

Evaluación	ESTABLECIMIENTO		
	C. D. UPT		
	Puntaje	%	
Sin importancia	412	16.16%	Expectativas
Importante	2,138	83.84%	
Total	2,550	100.00%	
Chi2 =	66.06	p =	
Satisfecho	1,504	58.98%	Satisfacción
Insatisfecho	1,046	41.02%	
Total	2,550	100.00%	
Chi2 =	57.12	p =	0

Las diferencias identificadas entre las expectativas y satisfacción del establecimiento universitario tuvieron significancia estadística ( $p=00$ ), la UPT no pudo superar sus expectativas.

Cabe resaltar que la satisfacción fue el resultado de los trabajos en la Clínica dental de la UPT viene a ser realizada por alumnos que están en constante supervisión de docentes y constante aprendizaje lo cual dificultaría la satisfacción de las cinco dimensiones.



TABLA N°17.

ASOCIACIÓN DEL NIVEL DE EXPECTATIVAS Y EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTO PRIVADO

Evaluación	ESTABLECIMIENTO		
	C. D. LOAYZA		
	Puntaje	%	
Sin importancia	254	33.20%	Expectativas
Importante	511	66.80%	
Total	765	100.00%	
Chi2 =	<b>0</b>		
Satisfecho	716	93.59%	Satisfacción
Insatisfecho	49	6.41%	
Total	765	100.00%	
Chi2 =	<b>57.12</b>	p =	<b>0</b>

Las diferencias identificadas entre las expectativas y satisfacción de los establecimientos privados tuvieron significancia estadística ( $p=0$ ), debiendo resaltarse una vez mas el mejor performance de la Clínica Loayza cuyas expectativas eran inferiores a la satisfacción de sus pacientes.

Cabe resaltar que la satisfacción fue el resultado de los trabajos realizados en la Clínica dental Loayza por profesionales.

TABLA N°18.

ASOCIACIÓN DEL NIVEL DE EXPECTATIVAS Y EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS

Evaluación	ESTABLECIMIENTO								
	PS. VISTA ALEGRE		H. HIPOLITO UNANUE		CS. LA ESPERANZA		CS. BOLOGNESI		
	Puntaje	%	Puntaje	%	Puntaje	%	Puntaje	%	
Sin importancia	205	45.56%	8	2.22%	208	38.52%	93	14.76%	Expectativas
Importante	245	54.44%	352	97.78%	332	61.48%	537	85.24%	
Total	450	100.00%	360	100.00%	540	100.00%	630	100.00%	
Chi2 =	280.85				P = 00				
Satisfecho	273	60.67%	155	43.06%	309	57.22%	341	54.13%	Satisfacción
Insatisfecho	177	39.33%	205	56.94%	231	42.78%	289	45.87%	
Total	450	100.00%	360	100.00%	540	100.00%	630	100.00%	
Chi2 =	27.5565				P = 00				

Se encontró asociación estadísticamente significativa en las diferencias encontradas en la asociación del nivel de expectativas con el grado de satisfacción en los establecimientos públicos, así el H. Hipólito Unanue tuvo un 97.78% de importancia de las expectativas de los pacientes y una insatisfacción de las mismas en sólo el 56.94%, siendo el establecimiento con mayor porcentaje de insatisfacción (56,94%), mientras que en el PS. Vista alegre se encontró un 54.44% de expectativas importantes y solo obtuvo un 39.33% de pacientes insatisfechos. Viendo la tabla en general se advierte que a menor nivel de expectativas más fácilmente se logrará un grado menor de insatisfacción de los pacientes o lo que es lo mismo lograrán un grado mayor de satisfacción.



# CAPITULO VI

## DISCUSION





## DISCUSION

Siendo la Calidad de atención la diferencia entre las expectativas del paciente con la satisfacción lograda luego de recibir la atención esperada, nuestro estudio se aproxima a la evaluación de la misma, y es así que el producto de nuestras 305 encuestas utilizando el instrumento SERVQUAL, nos han permitido identificar una serie de datos importantes que a continuación señalaremos y comentaremos.

Nuestra muestra estuvo constituida mayoritariamente por mujeres (60,98%).

Los establecimientos públicos por su parte, mostraron niveles de satisfacción inferiores al 61% (p: 0,00), siendo el menos favorecido el H. Hipólito Unanue con un 56.94%, mejorando en los centros de salud, así el CS Bolognesi obtuvo el 54.13%, el CS La Esperanza 57,22% y el PS Vista Alegre logró el 60,67% de pacientes satisfechos. También a nivel local y en el CS Bolognesi, Chambilla Ayhuasi detectó una insatisfacción leve a moderada del orden del 96%, lo que dista de nuestros valores del 54.13%, hecho que podía constituirse en un seguimiento en el tiempo, puesto que el instrumento utilizado también fue el SERVQUAL.

Seclen Palacin, en su estudio de satisfacción de usuarios de centros de salud y hospitales del MINSA, también señala diferencias en la satisfacción de usuarios, 68,1% para los centros de salud y 62,1% para hospitales y atribuye que la diferencia estaría relacionada a que la población usuaria es distinta. También García Zavaleta y col. en su estudio de percepción de satisfacción en el Asentamiento Humano Keiko Sofía de Puente Piedra Lima Perú, 2004, los servicios odontológicos privados lograron mayor satisfacción que los públicos, lo que dependía del tipo de servicio, la edad y nivel de instrucción del usuario.

En la tabla 10, se aprecian pormenorizadas los diferentes aspectos de las dimensiones vistos desde la perspectiva de las expectativas como de las percepciones de satisfacción de los establecimientos privados, la clínica Dental no evidencia mayores problemas, es mas llega a congregar el 100% de satisfacción en cuanto al aspecto agradable limpio y ordenado de sus instalaciones y también en la atención adecuada a cada persona según su situación y características particulares, lo que significa que actúan con mayor profesionalismo. La clínica de la UPT por el contrario, en ninguna dimensión la satisfacción supera las expectativas de sus usuarios, estando los problemas mas acentuados en la dimensión de la empatía porque sólo el 41.3% de los usuarios perciben que allí primero piensan en ellos y el 48% percibe que quienes atienden son capaces de atenderlos según sus necesidades y características particulares, en las otras dimensiones los usuarios en un 50% perciben que los ambientes son fáciles de identificar por la presencia de letreros, está visible la lista de precios y aprecian que los que atienden se ayudan entre sí para dar la mejor atención posible, hechos que consideramos importantes a considerar para planificar un programa de mejora en la clínica de la UPT, en particular porque los hallazgos tienen significancia estadística (p:



0,00). Algo parecido pudo ser observado en otras investigaciones nacionales, así, Jacinto Nuñez en su estudio de percepción de calidad en la clínica de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos del año 2007, utilizando el modelo de Donabedian, encontró que en la dimensión de estructura la calidad no es buena, en la de procesos la calidad se refleja como buena y en la dimensión de resultado la calidad mejora bastante. Bernuy Torres utilizando el cuestionario SERVQUAL en su estudio sobre calidad de atención en la Clínica Central de la Facultad de Odontología de la UNMSM encontró que las dimensiones de confiabilidad y empatía presentaron los mayores puntajes de insatisfacción.

La pormenorización de los contrastes entre expectativas y satisfacción para los establecimientos públicos demostraron mayores dificultades para superar expectativas, particularmente en el hospital HUT cuyas limitaciones se dan tanto a nivel administrativo como humano, frente a expectativas mayores al 90% logran satisfacción menor del 50% en todas las dimensiones. El CS Bolognesi tiene dificultad en la atención oportuna, en la disponibilidad de medicamentos y materiales, en el informe de horario de atención, trabajo en equipo, atención adecuada a las necesidades y priorización del paciente. Chambilla Ayhuasi encontró en el año 2002 para el este CS oportunidades de mejora en información del paciente y cumplimiento del horario establecido, lo que significa que realmente ha disminuido su calidad de atención y han aparecido otras deficiencias ya señaladas. Algo semejante se ha encontrado para los otros centros del primer nivel de atención y con nivel de significancia estadística ( $p < 0,00$ ).



# CAPITULO VII

# CONCLUSIONES Y

# RECOMENDACIONES



## CONCLUSIONES:

1. El nivel de expectativas del paciente en cuanto a la atención y el servicio recibido en el establecimiento universitario logro en la UPT (83,84%), en el establecimiento privado Clínica Dr. Loayza (66.80%), para los establecimientos públicos, para el Hospital Hipólito Unanue (97,78%), CS Bolognesi (85,24%), CS La Esperanza (61,48%) y PS Vista Alegre (54,44%).
2. El grado de satisfacción del paciente en cuanto a la atención y el servicio recibido en el establecimiento de privado logro en la Clínica Loayza (93,59%), en el establecimiento universitario la Clínica de la UPT (58,98%), en los establecimientos públicos en el H. Hipólito Unanue (56.94%), CS Bolognesi (54.13%), CS La Esperanza (57,22%) y PS Vista Alegre (60,67%).
3. Los factores administrativos o humanos que entorpecen o favorecen la atención odontológica de calidad en los establecimientos de salud de público, universitario y privado de Tacna en el año 2010, son:
  - 3.1. En el establecimiento universitario:
    - Clínica de la UPT: entorpecen la deficiente señalización, atención inadecuada y poca priorización del paciente. Los factores que favorecen son local agradable, personal presentable y amabilidad. Cabe recordar que la atención es brindada por alumnos que están siendo supervisados y están en constante aprendizaje y no son profesionales.
  - 3.2. En el establecimiento privado:
    - La Clínica Dental Loayza no demostró factores que entorpezcan.
  - 3.3. En los establecimientos públicos:
    - Hospital Hipólito Unanue: los factores que entorpecen son defectos en el equipamiento, local, señalización, disponibilidad de medicamentos, información del horario de atención, poca confianza, atención y priorización del paciente; los factores que favorecen son el personal presentable que cumplen lo que ofrecen, responden pedidos y atienden preocupaciones con amabilidad.
    - CS Bolognesi: Los factores que entorpecen son deficiencias en equipamiento, oportunidad de atención, disponibilidad medicamentos y material, horario de atención, amabilidad, trabajo en equipo y priorización del paciente; los factores que favorecen son personal presentable, precios según tarifa, disponibilidad para ayudar y confianza.



- PS Vista Alegre: los factores que entorpecen son equipamiento, local, disponibilidad de medicamentos y materiales, no brindan confianza ni atención adecuada; Los factores que favorecen son personal presentable que cumple lo que ofrece, atención oportuna, precio según tarifa, informe de horario de Atención, responden a pedidos y preocupaciones, disponibilidad para ayudar, conocen las necesidades del paciente, brindan amabilidad y trabajo en equipo.
  - CS La Esperanza: los factores que entorpecen son local, disponibilidad limitada de medicamentos y materiales, atención inadecuada, no brindan confianza ni priorizan al paciente; los factores que favorecen son cumplen lo que ofrecen, atención oportuna, precios según tarifa, responden a pedidos y preocupaciones, disponibilidad para ayudar y amabilidad.
4. El grado de satisfacción, nivel de expectativas y los factores administrativos o humanos de los pacientes encontrados en la atención odontológica de los establecimientos de salud público, universitario y privado de Tacna en el año 2010, tuvieron diferencias con significancia estadística, encontrándose que el establecimiento privado y universitario tuvieron mejor performance que en los establecimientos públicos.



## 5. RECOMENDACIONES:

1. En la Clínica de la UPT: Sugerir reubicar la señalización de los precios de los servicios de salud, capacitar a los alumnos para brindar una mejor área de atención para pacientes especiales y así brinden mayor interés en sus pacientes. Aumentar el personal de supervisión de los alumnos de la Clínica de la UPT para que puedan brindar una atención más personalizada y rápida para mejorar la satisfacción de los pacientes.
2. En el Hospital Hipólito Unanue: Sugerir renovar la infraestructura y equipamiento, mejorar la señalización y la publicación de los precios, cumplir con el horario de atención, aumentar el stock de medicamentos, mejorar la calidez en la atención del personal.
3. En el CS Bolognesi: Sugerir mejor la administración de los turnos de atención para que el paciente sea tratado en el momento oportuno, aumentar el stock de medicamentos, mejorar el trabajo en equipo
4. En el PS Vista Alegre y La Esperanza: sugerir la renovación tanto la infraestructura como el equipo y también aumentar el stock de medicamentos y materiales.
5. Volver a encuestar en los próximos años verificar la mejora de dichos déficits en la atención de los pacientes del servicio odontológico de dichos establecimientos.



# BIBLIOGRAFIA



## BIBLIOGRAFÍA

- 1) DEL LIBRO: FUNDAMENTOS DE MARKETING, DE KOTLER Y ARMSTRONG, 6TA EDICIÓN, PÁGS. 10, 11. DEL LIBRO: DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA, DE PHILIP KOTLER, 8VA EDICIÓN, PÁGS. 40, 41. DEL DICCIONARIO DE MARKETING, DE CULTURAL S.A., PÁG. 303.
- 2) REVISTA CUBANA DE ESTOMATOLOGÍA SALUD PÚBLICA: PROGRAMA NACIONAL DE ATENCIÓN ESTOMATOLÓGICA INTEGRAL A LA POBLACIÓN (CUBA)
- 3) DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES FACULTAD DE PSICOLOGÍA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, MÁLAGA VERÓNICA MORALES SÁNCHEZ | ANTONIO HERNÁNDEZ MENDO
- 4) [HTTP://WWW.MONOGRAFIAS.COM/TRABAJOS68/SATISFACCION-EXPECTATIVA-CLIENTE/SATISFACCION-EXPECTATIVA-CLIENTE2.SHTML](http://www.monografias.com/trabajos68/satisfaccion-expectativa-cliente/satisfaccion-expectativa-cliente2.shtml)
- 5) DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES FACULTAD DE PSICOLOGÍA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, MÁLAGA VERÓNICA MORALES SÁNCHEZ | ANTONIO HERNÁNDEZ MENDO
- 6) PARASURAMAN A, ZEITHAML V, BERRY LL. A CONCEPTUAL MODEL OF SERVICE QUALITY AND ITS IMPLICATION FOR FUTURE RESEARCH. JOURNAL OF MARKETING; 1985.P 41-50
- 7) SASSER W.E. JR, OLSEN Y WYCKOFF DD. GERENCIA DE OPERACIONES DE SERVICIOS BOSTON: ALLYN Y BACON; 1978
- 8) PORTAL DE LA DIRECCION REGIONAL DE SALUD TACNA VERSION LINEA.
- 9) MUESTRE Y TAMAÑO DE MUESTRA: DISPONIBLE: MONOGRAFIAS.COM
- 10) MINISTERIO DE SALUD [HTTP://WWW.SIS.GOB.PE/PORTAL/INDEX.HTML](http://www.sis.gob.pe/portal/index.html)
- 11) DONABEDIAN A.: “LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN MÉDICA. DEFINICIÓN Y MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN”. LA PRENSA MÉDICA MEXICANA S.A. MÉXICO 1984. P 34
- 12) HOROVITZ, JAQUES. “LA CALIDAD DEL SERVICIO”MCGRAW-HILLMADRID, BUENOS AIRES, BOGOTÁ, 1992; PP. 35-36
- 13) INTRODUCCIÓN A LOS MÉTODOS CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN S.J TAYLOR Y R. BODGEN EDITORIAL PAIDOS 1987, TERCERA REIMPRESIÓN BARCELONA BUENOS AIRES. PP 343
- 14) EL PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN, IGNACIO MÉNDEZ RAMÍREZ, EDITORIAL TRILLAS 1990 PP 210.
- 15) MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN, ERNESTO ÁNGELES, EDITORIAL TRILLAS 1998 PP 166
- 16) GOMEZ D, GARCIA N. MONITOREO Y EVALUACION DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE PLANIFICACION FAMILIAR. SALUD PÚBLICA. MEXICO 1994





- 17) GRONROSS C. GERENCIA ESTRATEGICA Y MARKETING EN EL SECTOR SERVICIOS. MARKETING SCIENCE INSTITUTE. CAMBRIDGE M.A. REPORTE N°83-104
- 18) DONAHUE KT. LA CALIDAD DE ATENCION A LA SALUD DE LOS ESTADOS UNIDOS: NUEVAS TENDENCIAS SALUD PUBLICA DE MEXICO; 1993.35:288-290
- 19) BUITRAGO GONZALEZ, MISAEL. SATISFACCION DE LOS CLINETES CON LOS SERVICIOS HOSPITALARIOS EN EL AREA DE MAYAGUEZ, PUERTO RICO 2007 TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO. RECINTO UNIVERSITARIO DE MAYAGUEZ-2007
- 20) MINISTERIO DE SALUD, CALIDAD DE ATENCION Y BUEN TRATO AL PACIENTE, OFICINA DE GESTION DE LA CALIDAD, HOSPITAL DE EMERGENCIAS JOSE CASIMIRO ULLOA DICIEMBRE 2008.
- 21) LIBRO DE ESTUDIOS SOCIALES 8° GRADO EDITORIAL SANTILLANA, PAG. 65, SAN SALVADOR, EL SALVADOR
- 22) UNICEF - CONVENCIÓN SOBRE LOS DERECHOS DEL NIÑO - LAS PREGUNTAS MÁS FRECUENTES
- 23) REVISTA DE SALUD PÚBLICA Y NUTRICIÓN, EDICIÓN ESPECIAL N° 7-2005. Zambrano villarreal, f.f.; gonzáles meléndez, r.; gómez gómez, t.; rodríguez calvillo, a.; garza mancías l.l. el grado de satisfacción del usuario en la atención odontológica en una unidad médica de primer nivel de atención de un sistema local de salud en monterrey nuevo león. México.
- 24) CALIDAD DE ATENCIÓN ODONTOLÓGICA EN LA CLÍNICA ECATEPE. De la Rosa Morell, L.A.; Galván Gazca T.E.; Raos Hernández, J.C.; Raymundo Plata, V.A.



# ANEXOS

**I. CARACTERÍSTICAS DEL PACIENTE**

EDAD:

SEXO: MASCULINO /FEMENINO

NUMERO DE CITAS:

Lea atentamente los siguientes enunciados que describen al mejor CENTRO DE SALUD y marque del 1 al 5 según lo siguiente:

- (1) En completo desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Indiferente (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
- E1. Un excelente Centro de Salud (C.S.) debe tener los instrumentos, equipos y aparatos necesarios **1|2|3|4|5**
  - E2. El local de un excelente C.S. debe ser agradable, estar limpio y ordenado. **1|2|3|4|5**
  - E3. Todos los que laboran en un excelente C.S. deben estar limpios y presentables. **1|2|3|4|5**
  - E4. Un excelente C.S. debe ser fácil de identificar o reconocer: debe tener letreros, señales y lista de precios que orienten. **1|2|3|4|5**
  - E5. Un excelente C.S. cumple con lo que ofrece. **1|2|3|4|5**
  - E6. Un excelente C.S. cumple con el horario establecido. **1|2|3|4|5**
  - E7. El personal de un excelente C.S. debe auxiliar y atender al paciente en el momento que lo necesita. **1|2|3|4|5**
  - E8. Un excelente C.S. debe dar recibos según las tarifas y precios establecidos. **1|2|3|4|5**
  - E9. Un excelente C.S. debe contar con los medicamentos y materiales necesarios. **1|2|3|4|5**
  - E10. En un excelente C.S. el personal debe informar a los pacientes a que hora aproximadamente van a ser atendidos. **1|2|3|4|5**
  - E11. El personal de un excelente C.S. sabe responder rápidamente los pedidos y preocupaciones de los pacientes. **1|2|3|4|5**
  - E12. El personal de un excelente C.S. debe estar dispuesto a ayudar a los pacientes. **1|2|3|4|5**
  - E13. Los pacientes deben sentir que pueden confiar en el personal de un excelente Centro de Salud. **1|2|3|4|5**
  - E14. El personal de un excelente C.S. debe conocer lo necesario para informar y orientar a los pacientes. **1|2|3|4|5**
  - E15. El personal de un excelente C.S. debe ser amable y atento **1|2|3|4|5**
  - E16. El personal de un excelente C.S. debe apoyarse entre compañeros para dar la mejor atención posible. **1|2|3|4|5**
  - E17. El personal de un excelente C.S. debe ser capaz de atender a cada paciente según su situación y características particulares **1|2|3|4|5**
  - E18. En un excelente C.S. se debe de pensar primero en el paciente. **1|2|3|4|5**

**EXPECTATIVAS**

Lea atentamente y responda del 1 al 5 considerando si están o no presentes las siguientes características, según:

- (1) En completo desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Indiferente (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
- P1. Este Centro de Salud tiene instrumentos, equipos y aparatos necesarios. **1|2|3|4|5**
  - P2. Este Centro de Salud es agradable, está limpio y ordenado. **1|2|3|4|5**
  - P3. Todos los que laboran en este centro de Salud están limpios y presentables. **1|2|3|4|5**
  - P4. En este Centro de Salud es fácil de identificar o reconocer, tiene letreros, señales y listas de precios que oriente al paciente. **1|2|3|4|5**
  - P5. Este Centro de Salud cumple con lo que ofrece. **1|2|3|4|5**
  - P6. Este Centro de Salud cumple con el horario establecido. **1|2|3|4|5**
  - P7. El personal de este Centro de Salud auxilia y atiende al paciente en el momento que lo necesita. **1|2|3|4|5**
  - P8. En este Centro de Salud se da recibos según las tarifas y precios establecidos **1|2|3|4|5**
  - P9. En este Centro de Salud cuenta con los medicamentos y materiales necesarios. **1|2|3|4|5**
  - P10. El personal de este C.S. Informar a los pacientes y acompañantes a que hora aproximadamente van a ser atendidos. **1|2|3|4|5**
  - P11. El personal de este Centro de Salud responde rápidamente los pedidos y preocupaciones de los pacientes. **1|2|3|4|5**
  - P12. El personal de este Centro de Salud está dispuesto a ayudar a los pacientes. **1|2|3|4|5**
  - P13. Los pacientes sienten confianza en el personal de este Centro de Salud. **1|2|3|4|5**
  - P14. El personal de este Centro de Salud sabe lo necesario para informar y orientar a los pacientes. **1|2|3|4|5**
  - P15. El personal de este Centro de Salud es amable y atento. **1|2|3|4|5**
  - P16. El personal de este Centro de Salud se ayuda entre compañeros para dar la mejor atención posible. **1|2|3|4|5**
  - P17. El personal de este Centro de Salud es capaz de atender a cada paciente según su situación y características particulares. **1|2|3|4|5**
  - P18. En este Centro de Salud se piensa primero en el paciente. **1|2|3|4|5**

**PERCEPCIONES**

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (ENCUESTA)**



## ANEXO 2. NIVEL DE ESPECTATIVAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS PRIVADOS POR ITEM

ESPECTATIVAS	UNIVERSITARIO		PRIVADO		Chi2	p	
	C. D. UPT		C. D. LOAYZA				
	N	%	N	%			
<b>TANGIBILIDAD</b>							
1.- Un buen Centro de Salud debe tener los instrumentos, equipos y aparatos necesarios	Sin importancia	26	17.3%	18	40.0%	10.18	<b>0.00</b>
	Importante	124	82.7%	27	60.0%		
2.- El local de un buen Centro de Salud debe ser agradable ,estar limpio y ordenado	Sin importancia	20	13.3%	17	37.8%	13.45	<b>0.00</b>
	Importante	130	86.7%	28	62.2%		
3.- Todos los que trabajan en un buen Centro de Salud deben estar limpios y presentables	Sin importancia	22	14.7%	16	35.6%	9.63	<b>0.00</b>
	Importante	128	85.3%	29	64.4%		
4.- Un buen Centro de Salud debe ser fácil de identificar o reconocer; debe tener letreros, señales y lista de precios que orienten	Sin importancia	31	20.7%	21	46.7%	11.97	<b>0.00</b>
	Importante	119	79.3%	24	53.3%		
<b>CONFIABILIDAD</b>							
5.- Un buen Centro de Salud cumple con lo que ofrece.	Sin importancia	20	13.3%	16	35.6%	11.36	<b>0.00</b>
	Importante	130	86.7%	29	64.4%		
6.- Un buen Centro de Salud debe cumplir con el horario establecido	Sin importancia	24	16.0%	16	35.6%	8.12	<b>0.00</b>
	Importante	126	84.0%	29	64.4%		
7.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben auxiliar y atender al paciente en el momento que lo necesita	Sin importancia	20	13.3%	11	24.4%	3.20	0.07
	Importante	130	86.7%	34	75.6%		
8.- Un buen Centro de Salud debe dar recibos según las tarifas y precios establecidos	Sin importancia	27	18.0%	16	35.6%	6.21	<b>0.01</b>
	Importante	123	82.0%	29	64.4%		
9.- Un buen Centro de Salud debe contar con los medicamentos y materiales necesarios	Sin importancia	0	0.0%	0	0.0%		
	Importante	0	0.0%	0	0.0%		
<b>RESPUESTA PRONTA</b>							
10.- En un buen Centro de Salud, el personal debe informar a los pacientes a qué hora aproximadamente van a ser atendidos	Sin importancia	30	20.0%	19	42.2%	9.09	<b>0.00</b>
	Importante	120	80.0%	26	57.8%		
11.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben responder rápidamente a los pedidos y preocupaciones de los pacientes	Sin importancia	23	15.3%	12	26.7%	3.02	0.08
	Importante	127	84.7%	33	73.3%		
12.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben estar dispuestos a ayudar a los pacientes	Sin importancia	21	14.0%	12	26.7%	3.95	0.05
	Importante	129	86.0%	33	73.3%		



PROYECCION DE SEGURIDAD						
13.- Los pacientes deben sentir que pueden confiar en los trabajadores de un buen Centro de Salud	Sin importancia	26	17.3%	15	33.3%	5.34 <b>0.02</b>
	Importante	124	82.7%	30	66.7%	
14.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben conocer lo necesario para informar y orientar a los pacientes	Sin importancia	24	16.0%	10	22.2%	0.93 0.33
	Importante	126	84.0%	35	77.8%	
15.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben ser amables y atentos	Sin importancia	20	13.3%	14	31.1%	7.60 <b>0.01</b>
	Importante	130	86.7%	31	68.9%	
16.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben apoyarse entre compañeros para dar la mejor atención posible	Sin importancia	23	15.3%	15	33.3%	7.15 <b>0.01</b>
	Importante	127	84.7%	30	66.7%	

EMPATIA						
17.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben ser capaces de atender a cada paciente según su situación y características particulares	Sin importancia	26	17.3%	13	28.9%	2.89 0.09
	Importante	124	82.7%	32	71.1%	
18.- En un buen Centro de Salud se debe pensar primero en el paciente	Sin importancia	29	19.3%	13	28.9%	1.87 0.17
	Importante	121	80.7%	32	71.1%	
	Total	150	100.0%	45	100.0%	



### ANEXO 3. GRADO DE SATISFACCION DE LOS ESTABLECIMIENTO UNIVERSITARIO Y PRIVADO POR ITEM

SATISFACCION		UNIVERSITARIO		PRIVADO		Chi2	p
		C. D. UPT		C. D. LOAYZA			
		N	%	N	%		
<b>TANGIBILIDAD</b>							
1.- Este Centro de Salud tiene instrumentos, equipos y aparatos necesarios	Satisfecho	99	66.0%	43	95.6%	15.28	0.00
	Insatisfecho	51	34.0%	2	4.4%		
2.- Este Centro de Salud es agradable, está limpio y ordenado	Satisfecho	111	74.0%	45	100.0%	14.63	0.00
	Insatisfecho	39	26.0%	0	0.0%		
3.- Todos los que trabajan en este Centro de Salud están limpios y presentables	Satisfecho	107	71.3%	44	97.8%	13.85	0.00
	Insatisfecho	43	28.7%	1	2.2%		
4.- Este Centro de Salud es fácil de identificar o reconocer. Tiene letreros, señales y lista de precios que orientan al paciente	Satisfecho	75	50.0%	34	75.6%	9.17	0.00
	Insatisfecho	75	50.0%	11	24.4%		
<b>CONFIABILIDAD</b>							
5.- Este Centro de Salud cumple con lo que ofrece	Satisfecho	85	56.7%	44	97.8%	26.13	0.00
	Insatisfecho	65	43.3%	1	2.2%		
6.- Este Centro de Salud cumple con el horario establecido	Satisfecho	77	51.3%	38	84.4%	15.69	0.00
	Insatisfecho	73	48.7%	7	15.6%		
7.- Los trabajadores de este Centro de Salud auxilian y atienden al paciente en el momento que lo necesita	Satisfecho	89	59.3%	43	95.6%	20.77	0.00
	Insatisfecho	61	40.7%	2	4.4%		
8.- En este Centro de Salud se da recibos según las tarifas y precios establecidos	Satisfecho	111	74.0%	43	95.6%	9.69	0.00
	Insatisfecho	39	26.0%	2	4.4%		
9.- Este Centro de Salud cuenta con los medicamentos y materiales necesarios	Satisfecho	0	0.0%	0	0.0%		
	Insatisfecho	0	0.0%	0	0.0%		
<b>RESPUESTA PRONTA</b>							
10.- El personal de este Centro de Salud informa a los pacientes y a sus acompañantes a qué hora aproximadamente van a ser atendidos	Satisfecho	87	58.0%	42	93.3%	19.30	0.00
	Insatisfecho	63	42.0%	3	6.7%		
11.- Los trabajadores de este Centro de Salud responden rápidamente a los pedidos y preocupaciones del paciente	Satisfecho	88	58.7%	41	91.1%	16.27	0.00
	Insatisfecho	62	41.3%	4	8.9%		
12.- Los trabajadores de este Centro de Salud están dispuestos a ayudar a los pacientes	Satisfecho	81	54.0%	42	93.3%	22.99	0.00
	Insatisfecho	69	46.0%	3	6.7%		



PROYECCION DE SEGURIDAD							
13.- Los pacientes sienten confianza en los trabajadores de este Centro de Salud	Satisfecho	83	55.3%	44	97.8%	27.46	0.00
	Insatisfecho	67	44.7%	1	2.2%		
14.- Los trabajadores de este Centro de Salud saben lo necesario para informar y orientar a los pacientes	Satisfecho	86	57.3%	39	86.7%	12.94	0.00
	Insatisfecho	64	42.7%	6	13.3%		
15.- Los trabajadores de este Centro de Salud son amables y atentos	Satisfecho	115	76.7%	43	95.6%	8.03	0.00
	Insatisfecho	35	23.3%	2	4.4%		
16.- Los trabajadores de este Centro de Salud se ayudan entre compañeros para dar la mejor atención posibles	Satisfecho	76	50.7%	43	95.6%	29.33	0.00
	Insatisfecho	74	49.3%	2	4.4%		

EMPATIA							
17.- Los trabajadores de este Centro de Salud son capaces de atender a cada persona según su situación y características particulares	Satisfecho	72	48.0%	45	100.0%	39.00	0.00
	Insatisfecho	78	52.0%	0	0.0%		
18.- En este Centro de Salud se piensa primero en el paciente	Satisfecho	62	41.3%	43	95.6%	40.95	0.00
	Insatisfecho	88	58.7%	2	4.4%		
	Total	150	100.0%	45	100.0%		



#### ANEXO 4. NIVEL DE ESPECTATIVAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS POR ITEM

ESPECTATIVAS		LUGAR								Chi2	p
		PS. VISTA ALEGRE		H. HIPOLITO UNANUE		CS. LA ESPERANZA		CS. BOLOGNE SI			
		N	%	N	%	N	%	N	%		
<b>TANGIBILIDAD</b>											
1.- Un buen Centro de Salud debe tener los instrumentos, equipos y aparatos necesarios	Sin importancia	12	48.0%	2	10.0%	14	46.7%	2	5.7%	22.31	0.00
	Importante	13	52.0%	18	90.0%	16	53.3%	33	94.3%		
2.- El local de un buen Centro de Salud debe ser agradable ,estar limpio y ordenado	Sin importancia	11	44.0%	0	0.0%	12	40.0%	3	8.6%	20.79	0.00
	Importante	14	56.0%	20	100.0%	18	60.0%	32	91.4%		
3.- Todos los que trabajan en un buen Centro de Salud deben estar limpios y presentables	Sin importancia	11	44.0%	0	0.0%	6	20.0%	2	5.7%	20.10	0.00
	Importante	14	56.0%	20	100.0%	24	80.0%	33	94.3%		
4.- Un buen Centro de Salud debe ser fácil de identificar o reconocer; debe tener letreros, señales y lista de precios que orienten	Sin importancia	10	40.0%	0	0.0%	11	36.7%	7	20.0%	12.15	0.01
	Importante	15	60.0%	20	100.0%	19	63.3%	28	80.0%		
<b>CONFIABILIDAD</b>											
5.- Un buen Centro de Salud cumple con lo que ofrece.	Sin importancia	9	36.0%	0	0.0%	10	33.3%	4	11.4%	13.43	0.00
	Importante	16	64.0%	20	100.0%	20	66.7%	31	88.6%		
6.- Un buen Centro de Salud debe cumplir con el horario establecido	Sin importancia	8	32.0%	2	10.0%	11	36.7%	6	17.1%	6.45	0.09
	Importante	17	68.0%	18	90.0%	19	63.3%	29	82.9%		
7.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben auxiliar y atender al paciente en el momento que lo necesita	Sin importancia	10	40.0%	0	0.0%	12	40.0%	4	11.4%	17.24	0.00
	Importante	15	60.0%	20	100.0%	18	60.0%	31	88.6%		
8.- Un buen Centro de Salud debe dar recibos según las tarifas y precios establecidos	Sin importancia	12	48.0%	0	0.0%	10	33.3%	6	17.1%	15.78	0.00
	Importante	13	52.0%	20	100.0%	20	66.7%	29	82.9%		
9.- Un buen Centro de Salud debe contar con los medicamentos y materiales necesarios	Sin importancia	11	44.0%	1	5.0%	14	46.7%	6	17.1%	15.24	0.00
	Importante	14	56.0%	19	95.0%	16	53.3%	29	82.9%		





RESPUESTA PRONTA											
10.- En un buen Centro de Salud, el personal debe informar a los pacientes a qué hora aproximadamente van a ser atendidos	Sin importancia	12	48.0%	0	0.0%	16	53.3%	6	17.1%	22.54	0.00
	Importante	13	52.0%	20	100.0%	14	46.7%	29	82.9%		
11.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben responder rápidamente a los pedidos y preocupaciones de los pacientes	Sin importancia	13	52.0%	0	0.0%	10	33.3%	4	11.4%	21.18	0.00
	Importante	12	48.0%	20	100.0%	20	66.7%	31	88.6%		
12.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben estar dispuestos a ayudar a los pacientes	Sin importancia	11	44.0%	0	0.0%	9	30.0%	5	14.3%	14.65	0.00
	Importante	14	56.0%	20	100.0%	21	70.0%	30	85.7%		

PROYECCION DE SEGURIDAD											
13.- Los pacientes deben sentir que pueden confiar en los trabajadores de un buen Centro de Salud	Sin importancia	13	52.0%	0	0.0%	12	40.0%	7	20.0%	17.70	0.00
	Importante	12	48.0%	20	100.0%	18	60.0%	28	80.0%		
14.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben conocer lo necesario para informar y orientar a los pacientes	Sin importancia	12	48.0%	1	5.0%	13	43.3%	4	11.4%	18.75	0.00
	Importante	13	52.0%	19	95.0%	17	56.7%	31	88.6%		
15.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben ser amables y atentos	Sin importancia	10	40.0%	0	0.0%	11	36.7%	4	11.4%	15.99	0.00
	Importante	15	60.0%	20	100.0%	19	63.3%	31	88.6%		
16.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben apoyarse entre compañeros para dar la mejor atención posible	Sin importancia	10	40.0%	0	0.0%	13	43.3%	6	17.1%	15.54	0.00
	Importante	15	60.0%	20	100.0%	17	56.7%	29	82.9%		



EMPATIA									
17.- Los trabajadores de un buen Centro de Salud deben ser capaces de atender a cada paciente según su situación y características particulares	Sin importancia	14	56.0%	1	5.0%	10	33.3%	5	14.3%
	Importante	11	44.0%	19	95.0%	20	66.7%	30	85.7%
18.- En un buen Centro de Salud se debe pensar primero en el paciente	Sin importancia	16	64.0%	1	5.0%	14	46.7%	12	34.3%
	Importante	9	36.0%	19	95.0%	16	53.3%	23	65.7%
	Total	25	100.0 %	20	100.0 %	30	100.0 %	35	100.0 %

18.94 **0.00**

17.34 **0.00**



## ANEXO 5. GRADO DE SATISFACCION DE LOS ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS POR ITEM

SATISFACCION		LUGAR								Ch2	P
		PS. VISTA ALEGRE		H. HIPOLITO UNANUE		CS. LA ESPERANZA		CS. BOLOGNE SI			
		N	%	N	%	N	%	N	%		
<b>TANGIBILIDAD</b>											
1.- Este Centro de Salud tiene instrumentos, equipos y aparatos necesarios	Satisfecho	8	32.0%	3	15.0%	17	56.7%	17	48.6%	10.31	0.02
	Insatisfecho	17	68.0%	17	85.0%	13	43.3%	18	51.4%		
2.- Este Centro de Salud es agradable, está limpio y ordenado	Satisfecho	8	32.0%	5	25.0%	14	46.7%	22	62.9%	9.49	0.02
	Insatisfecho	17	68.0%	15	75.0%	16	53.3%	13	37.1%		
3.- Todos los que trabajan en este Centro de Salud están limpios y presentables	Satisfecho	23	92.0%	12	60.0%	18	60.0%	26	74.3%	8.59	0.04
	Insatisfecho	2	8.0%	8	40.0%	12	40.0%	9	25.7%		
4.- Este Centro de Salud es fácil de identificar o reconocer. Tiene letreros, señales y lista de precios que orientan al paciente	Satisfecho	14	56.0%	3	15.0%	18	60.0%	21	60.0%	12.73	0.01
	Insatisfecho	11	44.0%	17	85.0%	12	40.0%	14	40.0%		
<b>CONFIABILIDAD</b>											
5.- Este Centro de Salud cumple con lo que ofrece	Satisfecho	16	64.0%	12	60.0%	21	70.0%	22	62.9%	0.62	0.89
	Insatisfecho	9	36.0%	8	40.0%	9	30.0%	13	37.1%		
6.- Este Centro de Salud cumple con el horario establecido	Satisfecho	14	56.0%	9	45.0%	17	56.7%	20	57.1%	0.91	0.82
	Insatisfecho	11	44.0%	11	55.0%	13	43.3%	15	42.9%		
7.- Los trabajadores de este Centro de Salud auxilian y atienden al paciente en el momento que lo necesita	Satisfecho	17	68.0%	9	45.0%	20	66.7%	16	45.7%	5.34	0.15
	Insatisfecho	8	32.0%	11	55.0%	10	33.3%	19	54.3%		
8.- En este Centro de Salud se da recibos según las tarifas y precios establecidos	Satisfecho	21	84.0%	15	75.0%	22	73.3%	27	77.1%	0.97	0.81
	Insatisfecho	4	16.0%	5	25.0%	8	26.7%	8	22.9%		
9.- Este Centro de Salud cuenta con los medicamentos y materiales necesarios	Satisfecho	8	32.0%	4	20.0%	8	26.7%	5	14.3%	2.99	0.39
	Insatisfecho	17	68.0%	16	80.0%	22	73.3%	30	85.7%		



RESPUESTA PRONTA											
10.- El personal de este Centro de Salud informa a los pacientes y a sus acompañantes a qué hora aproximadamente van a ser atendidos	Satisfecho	17	68.0%	6	30.0%	18	60.0%	16	45.7%	7.76	0.05
	Insatisfecho	8	32.0%	14	70.0%	12	40.0%	19	54.3%		
11.- Los trabajadores de este Centro de Salud responden rápidamente a los pedidos y preocupaciones del paciente	Satisfecho	17	68.0%	15	75.0%	20	66.7%	20	57.1%	1.97	0.58
	Insatisfecho	8	32.0%	5	25.0%	10	33.3%	15	42.9%		
12.- Los trabajadores de este Centro de Salud están dispuestos a ayudar a los pacientes	Satisfecho	18	72.0%	9	45.0%	19	63.3%	22	62.9%	3.54	0.32
	Insatisfecho	7	28.0%	11	55.0%	11	36.7%	13	37.1%		

PROYECCION DE SEGURIDAD											
13.- Los pacientes sienten confianza en los trabajadores de este Centro de Salud	Satisfecho	12	48.0%	6	30.0%	15	50.0%	23	65.7%	6.66	0.08
	Insatisfecho	13	52.0%	14	70.0%	15	50.0%	12	34.3%		
14.- Los trabajadores de este Centro de Salud saben lo necesario para informar y orientar a los pacientes	Satisfecho	17	68.0%	10	50.0%	17	56.7%	20	57.1%	1.58	0.66
	Insatisfecho	8	32.0%	10	50.0%	13	43.3%	15	42.9%		
15.- Los trabajadores de este Centro de Salud son amables y atentos	Satisfecho	20	80.0%	12	60.0%	20	66.7%	19	54.3%	4.46	0.22
	Insatisfecho	5	20.0%	8	40.0%	10	33.3%	16	45.7%		
16.- Los trabajadores de este Centro de Salud se ayudan entre compañeros para dar la mejor atención posibles	Satisfecho	19	76.0%	10	50.0%	17	56.7%	17	48.6%	5.10	0.16
	Insatisfecho	6	24.0%	10	50.0%	13	43.3%	18	51.4%		



EMPATIA									
17.- Los trabajadores de este Centro de Salud son capaces de atender a cada persona según su situación y características particulares	Satisfecho	10	40.0%	7	35.0%	13	43.3%	11	31.4%
	Insatisfecho	15	60.0%	13	65.0%	17	56.7%	24	68.6%
18.- En este Centro de Salud se piensa primero en el paciente	Satisfecho	14	56.0%	8	40.0%	15	50.0%	17	48.6%
	Insatisfecho	11	44.0%	12	60.0%	15	50.0%	18	51.4%
	Total	25	100.0%	20	100.0%	30	100.0%	35	100.0%

1.11 0.78

1.15 0.76



ANEXO 6. CANTIDAD DE MUESTRA TOMADA EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE SALUD DE PRIMER Y SEGUND NIVEL PÚBLICOS Y PRIVADOS DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN AL SERVICIO DE ODONTOLOGIA

ESTABLECIMIENTOS DE SALUD					
PUBLICOS	H. Hipólito Unanue	CS La Esperanza	PS Bolognesi	PS Vista Alegre	Total
Muestra	20	30	35	25	110
PRIVADOS	Clínica Dental UPT		Clínica dental Loayza		Total
Muestra	150		45		195
			Total		305