

Formación Gerencial, Año 14 N° 1, Mayo 2015
ISSN 1690-074X

CALIDAD DE SERVICIO OFRECIDO POR EL INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL DEL PERSONAL DOCENTE Y DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA EN LA COSTA ORIENTAL DEL LAGO

Ana Cecilia Uzcátegui * Sandra J. López **

Recibido: Mayo 2014 Aprobado: Abril 2015

RESUMEN

El propósito de este estudio es determinar la calidad de servicio ofrecido por el Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia en la Costa Oriental del Lago. Todo ello fundamentado en las teorías de Kotler (2008), Serna (2008), Jiménez (2007) entre otros. El tipo de investigación utilizada es aplicada y de campo. El diseño es no experimental, transversal y descriptivo. Para el desarrollo de esta investigación la población y muestra queda constituida por los usuarios que utilizan los servicios del Instituto. La recolección de los datos se establece mediante el diseño de una encuesta, con cinco alternativas de respuesta. La validación del instrumento, fue realizada por cinco expertos en mercadeo, y se aplicó el coeficiente de confiabilidad Cronbach. Con los resultados se pudo describir los componentes de la calidad, evaluar las expectativas de los usuarios y determinar la satisfacción del cliente, y se llegó a la conclusión que es adecuada y se puede considerar de buena a excelente la calidad de atención de los servicios ofrecidos por el Instituto de Previsión Social objeto de estudio. Finalmente, se realizan recomendaciones que permitan optimizar la calidad del servicio ofrecido.

Palabras Clave: Calidad del Servicio, Institutos de Previsión Social, Atención al Usuario.

(*) Doctora en Ciencias de la Educación, Magíster en Gerencia de Empresas, Profesora Titular-Investigadora LUZ – Núcleo COL. Programa Ciencias Económicas y Sociales. E-mail: anita.c.u@hotmail.com

(**) Doctora en Ciencias de la Educación, Magíster en Gerencia de Empresas, Profesora Titular-Investigadora LUZ – Núcleo COL. Programa Ciencias Económicas y Sociales. E-mail: sandra.lopez.1971@hotmail.com

**QUALITY OF SERVICE OFFERED BY THE INSTITUTE OF SOCIAL WELFARE
OF TEACHERS AND RESEARCH UNIVERSITY OF ZULIA IN THE EASTERN
COAST OF LAKE**

ABSTRACT

The main subject of this study is to determine the quality of attention of the services offered by the Institutes of Social Forecast of the Educational Personnel and Investigation Staff working at the Independent Public Universities of Zulia state, applied in the University of Zulia for being the only one in the region. All this based on the theories of Kotler (2008), Serna (2008), Jimenez (2007) among others. The kind of investigation use is applied, descriptive and of field. The design is no-experimental, cross-sectional and descriptive. For the development of this investigation the population and sample are constituted by two groups or subpopulations, A: constituted by the personnel who toils in the services object of study and B: constituted by the users who represent the external clients. The harvesting of the data settles down by means of the design of 2 surveys, one directed to the subpopulation A and a second instrument to subpopulation B each one with five alternatives of answer. To valid the instrument, the intervention of 5 experts in trade was necessary, and the coefficient of Cronbach trustworthiness was applied. With the results it was possible to be described the components of the quality, to evaluate the expectations of the users and to determine the satisfaction of the external client, and it was possible to reach the conclusion that is adapted and it is possible to be considered of good to excellent the quality of attention of the services offered by the Institutes of Social Forecast study object. Finally, managemental guides were recommended in order to improve the quality of the offered service.

Key words: Quality of the Service, Institutes of Social Forecast, Attention to User.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las organizaciones buscan posicionar su competitividad al establecer estrategias para mejorar la calidad de sus servicios, la cual no se basa en suposiciones, sino en el monitoreo retroactivo de la satisfacción de los clientes, mediante una amplia variedad de programas de información continua que suministra el cliente y los que ofertan el servicio. Para una organización, la atención al usuario debe estar orientada a la mejora permanente de los procesos productivos, en donde haya participación desde la alta gerencia hasta el empleado de más bajo nivel, todos comprometidos con los objetivos de la empresa.

Las empresas que prestan servicios en el área de la salud, requieren comprobar en qué grado o nivel llega al cliente la calidad del servicio otorgado. Para ello es necesario medir la satisfacción del usuario a través de los componentes

de la calidad del servicio, se realiza entonces esta investigación sobre las expectativas de los usuarios y su satisfacción, con la intención de hacer una contribución a la gerencia de empresas, aportando un poco más sobre las estrategias de mercadeo en cuanto a la satisfacción del cliente y la calidad de servicio dirigida a las empresas del sector salud de la región.

Sobre estas consideraciones, la presente investigación servirá de aporte a todas aquellas organizaciones prestadoras de servicios, para ofrecer los principios y valores en atención a la calidad de sus servicios gracias a una humana atención al cliente, porque la calidad es la mejor expresión de mercado para construir clientes satisfechos.

Planteamiento del Problema

Los clientes cada vez son más exigentes, y están dispuestos a elegir con decisión el tipo de servicio que desean obtener. La calidad como un imperativo de

sobrevivencia, es ofrecer a bajo costo productos que satisfagan a la comunidad, bajo un compromiso de innovación y mejoras continuas. La calidad de servicio es igualar o sobrepasar las expectativas que el individuo tiene respecto a un bien o servicio. Es decir, que el producto sea el adecuado para el uso y cubra sus requerimientos.

La calidad la define el cliente dado que aprueba o rechaza el producto o servicio ofrecido, así, la calidad es ante todo la satisfacción del cliente, la cual está íntimamente relacionada con las expectativas que éste posea con respecto al producto o servicio, así lo expresa Gutiérrez (2010). En ese sentido, para Cuatrecasas (2012) el concepto de calidad ha evolucionado en los últimos años, pues éste suponía exclusivamente entregar al cliente productos y servicios funcionalmente correctos. Pero en la actualidad en las organizaciones, la calidad no puede deslindarse de la competitividad, del costo de los productos o servicios y del tiempo de entrega de los mismos. Lo que

encamina a la empresa al mejoramiento continuo de los productos y servicios que ofrece y que se refleja en la obtención de la lealtad del cliente y por consiguiente de mayores beneficios económicos para la empresa.

En ese sentido, la calidad de la atención médica dentro de las instituciones de previsión social con las que cuentan las organizaciones públicas en Venezuela, se encuentran condicionadas a la economía tan cambiante y decadente a la cual se enfrenta el estado venezolano, ocasionado por la falta de políticas económicas que se adapten a la realidad del país. Las instituciones de previsión social presentan serios inconvenientes por la mala utilización y desviación de los recursos asignados, los altos costos que genera la asistencia técnica de los servicios médicos, y quizás lo más importante, el déficit de los recursos asignados a dichas instituciones.

Dentro de los centros de servicios de previsión social, se encuentra el Instituto de Previsión

Social del personal docente y de investigación de la Universidad del Zulia (IPPLUZ), que según el Art. 7 de sus estatutos, "El instituto tiene una duración de cincuenta (50) años contados a partir del 31 de agosto de 1978, fecha de protocolización del acta Constitutiva en la oficina Subalterna del I circuito del Registro Público del Municipio Maracaibo del Estado Zulia, bajo el N° 60, protocolo I, Tomo II, prorrogable automáticamente por lapsos iguales, si no ha resuelto su disolución"

El Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia (IPPLUZ), fue creado con el servicio fundamental de garantizar la seguridad social de sus miembros, especialmente en lo que se refiere a la salud integral. La filosofía que sustenta este Programa Integral de salud está ajustada a la misión de "Desarrollar y establecer los planes de previsión social y medios de protección socio económicos de todos sus asociados y afiliados brindando atención específica en el

área de salud, con el objeto de garantizar al profesor y a su núcleo familiar los beneficios que representa el cuidado y mantenimiento de la salud para el desarrollo personal, tanto en el área profesoral como en el entorno familiar y social" y a su visión de "ser un instituto líder en satisfacer los requerimientos que impliquen la mayor calidad de vida, de la manera más eficiente y eficaz, con el fin de lograr los mayores beneficios de seguridad social al menor costo"

Según lo establecen los estatutos del Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia (IPPLUZ), el programa contempla el Plan Integral de Salud que incluye: Integración del Plan Básico, servicio Médico odontológico (SMO), servicio de Hospitalización, Cirugía y Maternidad (HCM) para los familiares de los Asociados, Afiliados Especiales y la afiliación voluntaria de los docentes e investigadores.

En la actualidad, este organismo parauniversitario presenta

conflictos por el déficit presupuestario acumulado y por el endeudamiento continuo con sus proveedores -clínicas y farmacias-. Esta problemática ocasiona una disminución de la calidad del servicio prestado a sus afiliados y familiares. Adicionalmente, no ha realizado mediciones de calidad en sus servicios, por lo tanto, desconoce las expectativas y necesidades de sus usuarios, esta investigación está orientada a determinar la calidad de servicio ofrecido por el Instituto de Previsión del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia en la Costa Oriental del lago y corroborar si cumplen con las demandas y exigencias de sus usuarios.

Bases Teóricas

Calidad

Deming, Juran y Crosby según lo refiere Gutiérrez (2010) conciben la calidad como un imperativo de sobrevivencia, cada uno de ellos la define de diferente manera. Para Deming la calidad significa brindar productos y servicios

a bajo costo que satisfagan a los clientes, implica asimismo un compromiso con la innovación y mejoras continuas. Para Juran, uno de los elementos clave de la definición de la calidad es la adecuación de uso del producto, finalmente, Crosby explica la calidad desde una perspectiva ingenieril como el cumplimiento de normas y requerimientos precisos, su lema es hacerlo bien la primera vez y conseguir cero defectos. Los tres expertos consideran a la estadística como un instrumento muy valioso para la medición de la calidad. La mayoría de tales ideas maduraron durante las décadas de 1980 y 1990 y generaron una gran cantidad de cambios en las organizaciones, evolucionaron los estilos de dirección, la comprensión de la calidad, la productividad, la competitividad, entre otros

Estos autores coinciden en que para lograr un servicio de calidad se deben mejorar continuamente todas aquellas acciones que permitan ofrecer una mejor atención al usuario y que este

se sienta satisfecho al ver cubiertas sus necesidades de servicio.

Las organizaciones con información precisa sobre la satisfacción de los clientes con relación a la calidad de sus servicios y productos pueden tomar mejores decisiones para servirles mejor.

Servicio

El servicio lo define la Real Academia Española como la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no radica en la producción de bienes materiales. También se dice, desde un punto de vista más práctico, que es cualquier trabajo o esfuerzo en favor de otra persona y que no están relacionados necesariamente con productos, sino a través de actividades intangibles y que proporcionan beneficios o satisfacción a quien los recibe. Quintero (2012) desde el punto de vista empresarial cita el concepto de servicio expuesto por Serna (2006) que plantea como definición de servicio una estrategia de la

organización alineada hacia las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, brindar un servicio superior a lo ofrecido por los competidores, buscando atraer nuevos clientes y a su vez asegurar la lealtad y permanencia de los clientes actuales.

De lo anterior se podría decir que servicio es el conjunto de acciones enfocadas al cuidado, preocupación y atención para satisfacer determinadas necesidades del usuario que busca un beneficio.

Calidad de Servicio

El concepto de calidad del servicio ha sido definido por varios autores y partiendo de la definición básica de calidad dada por la Real Academia Española: un conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor; de tal afirmación es necesario destacar dos elementos: las propiedades y el juicio de valor que se puede dar a partir de dichas propiedades, de allí que la satisfacción del cliente es lo que

determina si está recibiendo o no una buena calidad de servicio

Para el caso de los servicios, la calidad toma relevancia por su carácter de intangibilidad, dado que las actividades del servicio están altamente relacionadas con el contacto con los usuarios y sus percepciones, pues se trata de igualar o exceder las expectativas que posee el usuario con respecto al servicio. Es decir, la calidad es valorada mediante la comparación que el cliente hace de las percepciones de lo que recibe y las expectativas de lo que debería recibir. Ambas, expectativas y percepciones, son sensaciones experienciales, no necesariamente reales, según lo explican Duque y Gómez (2014)

De lo anterior, se podría definir la calidad de servicio, como una percepción de la realidad, lo que realmente se ofrece dentro del lugar donde se presta el servicio, y como el cliente o usuario percibe lo que ocurre basándose en sus expectativas sobre dicho servicio. Son los deseos o expectativas de los

clientes sobre el servicio lo que da forma a sus percepciones sobre la calidad de servicio de una institución.

Componentes de Calidad

Se han identificado cinco componentes de la calidad de servicio o elementos, que encajan con el funcionamiento del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, siendo estos evaluados en el Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia

Confiabilidad

Significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento e incluye todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la institución, en este caso se evaluaron los siguientes indicadores:

- **Confianza en el personal médico:** Consiste en la seguridad que debe ofrecer el médico a sus pacientes, de tal manera que este

pueda ofrecer el servicio que el usuario necesita, en el momento preciso y cuando es requerido, de una manera correcta.

- **Servicio confiable:** Es importante que el servicio de salud lo brinde la institución de forma que atienda las necesidades y deseos de los usuarios. Para efecto de ésta investigación, se analizaron el servicio confiable del proceso de diagnóstico así como del tratamiento.

Capacidad de Respuesta

Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar el servicio rápido; también es considerado la diversidad de servicios que ofrece la organización para el cliente o usuario, los indicadores evaluados son los siguientes:

- **Diversidad de servicios:** La propuesta de servicios en el sector salud debe orientarse a resolver los problemas del paciente y a agregarle valor al mismo como individuo, a través de la información sobre los servicios ofrecidos, laboratorio,

imágenes, hospitalización, odontológicos, entre otros

- **Información oportuna del servicio:** El personal debe poseer la información y capacitación necesaria para la realización del servicio. De hecho, el personal de atención junto al personal médico debe conocer las indicaciones del servicio para transmitir las claramente al paciente y evitarle molestias y trámites innecesarios.

Seguridad:

Se refiere a la competencia y cortesía del personal de servicio que infunde confianza en el cliente. Conocimiento y cortesía de empleados, así como la habilidad para transmitir seguridad.

- **Tranquilidad por parte del usuario:** La sensación de seguridad sentida por el usuario que siente que le atiende un profesional que tiene los conocimientos adecuados. Es decir, que el personal que lo atiende utiliza de forma óptima los conocimientos, tecnología y recursos a su alcance.

Empatía:

La calidad del vínculo individual, trato personalizado, cortesía y corrección en la comunicación, simpatía, cuidado de la intimidad del otro, respeto por su individualidad, cada persona es un ser único. Va más allá de la cortesía profesional, constituye un compromiso con el cliente, es el deseo de comprenderle las necesidades precisas y encontrar la respuesta más adecuada.

- **Atención personalizada:** es el esfuerzo realizado por el profesional para entender a sus pacientes y sus necesidades, el usuario debe recibir un trato individualizado, respetuoso y amable por parte del personal médico, paramédico y administrativo de la institución. No se debe generalizar a los pacientes, cada quien tiene una patología, temperamento y necesidad de tratamiento diferente.
- **Trato cordial:** todo paciente debe recibir un trato de tipo afectuoso y sincero sin discriminaciones de tipo racial,

convicciones políticas o religiosas. La cordialidad se interpreta como sentimiento dirigido al prójimo y expresado en actitudes de altruismo, cariño y sociabilidad.

Tangibilidad:

Hacer tangible un servicio consiste en desarrollar una representación física del mismo, es decir, hacerlo visible, captable por los sentidos. Dentro de los aspectos físicos del servicio a evaluar en la institución objeto de estudio, se tomó en cuenta la parte visible de la oferta de servicio y están constituidos por las instalaciones, equipos y apariencia del personal de contacto, lo que indica la naturaleza del servicio mismo.

- **Espacio físico:** Se refiere al ambiente o lugar adecuado y, el equipamiento médico necesario para la atención. Es importante conocer las instalaciones para brindar comodidad a los usuarios. Las instalaciones físicas son factores fundamentales influyentes directamente sobre la calidad del servicio.

• **Equipos médicos**

actualizados: son aquellos instrumentos y objetos especiales y específicos para ofrecer servicio al momento de atender al paciente. Los equipos médicos deberían ser modernos o de alta tecnología para una óptima calidad de atención, tanto de diagnóstico como de tratamiento.

• **Presentación personal:** La presentación personal implica la totalidad del aspecto del trabajador, su habla, porte, y hasta el arte en el trato con la gente para favorecer la calidad de relación entre organización y usuarios.

Expectativas de los Usuarios

Las expectativas básicas son simplemente lo que hay que cumplir con tal de conseguir la calidad, se evaluará las expectativas de los usuarios a través de tres Su dimensiones que permiten conocer si las áreas de servicios objeto de este estudio, cubren con las necesidades de servicio que son ofrecidos por el IPPLUZ a sus clientes.

Atención

Todo lo que implica orientar al paciente, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser ayudado y además invitado a regresar. La simpatía, respeto, educación y amabilidad del personal, es base fundamental de la calidad de servicio. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.

• **Trato profesional:** el cuidado en la formación continua y capacitación adecuada, que determina un respeto a las necesidades de que la atención que se brinda se halle en el nivel óptimo.

• **Atención de casos especiales:** Se trata del esfuerzo realizado por el profesional y el personal administrativo para entender a sus pacientes y sus necesidades, para poder atenderlo de manera oportuna ante ciertas condiciones especiales.

Tiempo de Respuestas

El tiempo es una dimensión primordial en la obtención del servicio que conscientemente o no, determina a los ojos del cliente el nivel de la calidad. Orientar la empresa en función del tiempo del cliente, es poner en marcha una nueva organización que permita una acumulación rápida de nuevos conocimientos para adaptarse permanentemente a las necesidades del cliente.

- **Rapidez en la atención:** es la prontitud, celeridad o presteza que tenga el personal médico en atender las demandas de los pacientes, factor determinante en la confianza y la relación médico-paciente.

Accesibilidad:

La población usuaria debe disponer del cuidado integral a la salud en el momento y en el lugar que lo demande, con servicios “a su medida”, el usuario debe sentir que el servicio que necesita está presente en el momento oportuno, cuando el cliente lo requiera.

- **Horario de Atención:** se corresponde con las horas de

servicio disponibles para la atención de los clientes o usuarios; en este caso y por ser una institución dirigida a la preservación y restitución de la salud de sus usuarios, el horario de atención de los servicios objeto de estudio no está sujeto a horas específicas cuando se trata de emergencias, la atención médica y paramédica se da a todas horas, siempre que el usuario lo solicite.

- **Atención externa:** Las fuentes externas dejan a la organización mayor libertad para enfocarse en su producto fundamental. Asimismo, hay servicios que por su naturaleza y grado de especialización utilizan la figura de atención externa; como el caso del IPPLUZ que presenta planes de hospitalización, cirugía y maternidad que se prestan bajo convenio con centros hospitalarios.

Satisfacción al Cliente

Para Kotler y Armstrong (2008), la satisfacción al cliente es el grado en que el desempeño percibido de un producto o servicio concuerda con las expectativas del

comprador, si el desempeño del producto no alcanza las expectativas, el comprador queda insatisfecho. Un cliente podría experimentar diferentes grados de satisfacción, si el desempeño del producto o servicio coincide con las expectativas, el cliente estará satisfecho, si el desempeño excede las expectativas, el cliente estará muy satisfecho.

Para efecto de esta investigación la teoría a seguir es el modelo KAIZEN, también conocido como “mejoramiento continuo”, según lo planteado por Prieto (2012), su creador Masaaki Imai lo desarrolló con base en dos conceptos japoneses que traducen “cambio para mejorar” (KAI, que significa cambio y ZEN, que significa bueno), filosofía japonesa que se utiliza para describir un proceso gerencial y una cultura empresarial, que ha llegado a significar mejoramiento continuo y gradual, implementado en lo que se hace y la forma como se realizan las actividades dentro de la empresa.

Según este modelo, un producto o servicio ofrecido por una empresa consiste en diversos elementos individuales que independientemente y colectivamente influyen de manera directa en la satisfacción del cliente, entre ellos los elementos conocidos como elementos de satisfacción que representan los aspectos de un ciclo.

De los diferentes elementos de satisfacción y sus factores que describen el modelo de mejoramiento continuo se tomaron aquellos que tienen relación directa o incidencia dentro de la situación planteada en el presente estudio, por considerarlos como los que más describen la relación que tienen con el área de servicio de previsión social, cada uno presenta sus diferentes factores de los cuales se analizaron los más pertinentes.

Se evaluará la satisfacción del cliente a través de tres Subdimensiones producto, ventas y posventa, cada elemento puede subdividirse en varios factores, describiendo con mayor precisión el

alcance de cada subdimensión y las consideraciones que tienen en cuenta los clientes en sus preferencias por un producto o servicio.

Producto

En cuanto al elemento producto, Kotler y Armstrong (2008) expone que pueden ser tangibles o intangibles y que tienen la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo. Entre los factores con mayor incidencia para efecto de esta investigación lo constituyen los indicadores: imagen y cumplimiento de las expectativas.

- **Imagen:** Jiménez y Col. (2007) lo indican así: es el modo en que los usuarios entienden y perciben el producto, servicio o empresa. De tal manera, la imagen de una organización es uno de los elementos más importantes incidentes a la hora de tomar la decisión un cliente si ingresar o no en ella. En el área de la salud, las personas tienen recelos de profesionales de la medicina desconocidos y consultan

instituciones y profesionales desconocidos solo cuando están suscritos a un convenio de salud.

- **Cumplimiento de las expectativas:** Las expectativas del cliente son actitudes que este asume con respecto a una compañía, estas se relacionan con el producto o servicio dado y con el profesionalismo del contacto con el cliente. Cuando se recurre a una compañía por primera vez, las expectativas pueden ser altas, al no tener ninguna experiencia adversa, no hay razón para que las expectativas sean otras.

Venta

Por el tipo de servicio tema de esta investigación, se hace necesario abordar el elemento Proveedores, dado que el servicio de salud en buena medida es facilitado por medio de empresas que proveen o abastecen bienes o servicios al instituto de previsión social, como es el caso de farmacias, clínicas, servicios de laboratorios, entre otros.

- **Proveedores de servicios:** Algunos servicios son prestados a

través de empresas subsidiarias concertadas o proveedores de servicios que llevan a cabo la ejecución del servicio directamente al usuario, y que de la calidad de servicio prestada por estas empresas también dependerá el nivel de satisfacción del cliente para la empresa.

Posventa

Existen dos factores que lo comprenden los cuales cada uno de ellos tiene un grado de excelencia.

- **Interés sostenido:** la excelencia de este factor es reconocer y honrar el valor del tiempo de vida de un cliente para la empresa y no desilusionar a los clientes genuinamente leales por no reconocer y respetar esa lealtad. Las empresas sacan mejor provecho cuando sus empleados se mantienen en el tiempo, pero sobre todo sus clientes, de allí la importancia del interés constante en el tiempo de mantener tanto a sus clientes como a sus empleados.

- **Manejo de queja:** es la excelencia de parte del personal autorizado para responder de inmediato, con amabilidad, honestidad, simpatía y profesionalismo, mantener al cliente informado todo el tiempo en el proceso de quejas y utilizar la tecnología como una herramienta, no como un bien supremo. Toda empresa proveedora de bienes o servicios enfrenta a clientes con un motivo de queja. El motivo de queja puede ser real o imaginado, pero de todas maneras es necesario prestarle atención al problema, los clientes pueden buscar desagravio de diversas formas. El cliente es de primordial importancia.

Metodología Aplicada

Esta investigación constituye un estudio no experimental ya que los sujetos objeto de estudio no fueron condicionados, es transversal porque se delimitó el tiempo del estudio y a su vez es descriptivo, ya que en él se aplicaron técnicas específicas en la recolección de

información, la cual se sometió a un proceso de codificación y tabulación, para luego del análisis obtener los resultados.

La población objeto de estudio, fueron los usuarios del IPPLUZ en la Costa Oriental del lago, como son: los profesores asociados, los afiliados y afiliados especiales. Se aplicó un instrumento para la obtención de la información, el mismo está estructurado con 29 ítems con preguntas cerradas, donde los indicadores fueron representados por uno o dos reactivos según permitiera medirlo exactamente, y ponderadas en una escala tipo Lickert.

Análisis de los Resultados

El análisis de las respuestas se presentará segmentado y se estructurará dicho análisis a través de los objetivos planteados, así como su variable, dimensiones, subdimensiones e indicadores. Los mismos se muestran a continuación:

Describir los componentes de calidad que determinan el grado

de satisfacción de los usuarios que utilizan los servicios ofrecidos por el Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia en la Costa Oriental del Lago.

Se han identificado cinco componentes de la calidad de servicio o elementos, que encajan con el funcionamiento del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, componentes a evaluar en el Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia.

Se puede decir que en cuanto a la Confiabilidad de los servicios, indicados a través de la confianza en el personal médico y el hecho de recibir un servicio confiable. La mayoría de los usuarios confían en los médicos que atienden sus necesidades. En ese sentido, Kotler y Keller (2006) expresan que la confiabilidad representa la capacidad que tiene la empresa para ofrecer el servicio de manera segura, exacta y

consistente, significa realizar bien el servicio desde la primera vez. Asimismo, los usuarios sienten confianza en los equipos médicos presentes en los servicios prestados por IPPLUZ. Por otra parte, las tres cuartas partes de los usuarios expresan tener confianza en los otros servicios que contempla IPPLUZ, el resto dice tener confianza algunas veces.

Otro de los componentes que determinan el grado de satisfacción de los usuarios es la capacidad de respuesta que pueda tener la organización, se refiere a la actitud que muestra la misma para ayudar a sus clientes y suministrar el servicio en tiempo adecuado. El instituto de Previsión Social ofrece diversidad de servicios, y en este caso, los usuarios expresan que la mayoría siente que se le presta el servicio ofrecido y que la mayoría de los usuarios cuentan con alternativas médicas incluso de aquellos que no se brindan dentro de las instalaciones del instituto, por lo que se hace necesario establecer

convenios con otras dependencias prestadoras de salud.

Cabe señalar, que en cuanto a información oportuna del servicio la mayoría de los usuarios sienten que la información del personal es oportuna y una minoría significativa opina que algunas veces. Así, todos los usuarios tienen derecho a que se les comunique sobre jornadas de salud que practique el instituto, pero la opinión de los usuarios es variada, la mitad dice sentirse informado mientras la otra plantea que no.

La seguridad consiste en la tranquilidad que pueda ofrecer toda organización a sus clientes, se refiere en este estudio a la capacidad profesional del personal y a la disponibilidad del servicio cuando el usuario lo requiera, en este orden de ideas se tiene que, la mayoría de los usuarios siente seguridad por contar con personal capacitado que le brinda una buena atención en salud. Al determinar la disponibilidad del servicio, es de resaltar que la mayoría de los usuarios

manifestaron que recibe el servicio cuando lo requieren.

La empatía es un componente esencial entre las personas que brindan el servicio y quienes lo reciben, el trato personalizado, la cortesía, la simpatía, forman parte de ella. Se traduce en un servicio esmerado e individualizado que satisface las necesidades del usuario. Cuando se describió este aspecto se hizo a través de la atención personalizada y se determinó que la mayoría de los usuarios expresa que nunca o casi nunca el personal del IPPLUZ se muestra apático e indiferente cuando algún paciente acude a solicitar algún servicio. Referente a lo expuesto, Serna (2008) declara: un trato personalizado sería una estrategia fundamental para dar a conocer al cliente todas las ventajas de los servicios ofrecidos y obtener de él, los índices de su satisfacción con el servicio el cual recibe; es decir, permite establecer un sistema de postventa y seguimiento para asegurar su lealtad.

También se describió la empatía a través del trato cordial, dado que todo paciente debe recibir un trato afectuoso, en este particular se puede constatar que, la mayoría de los usuarios encuestados expresaron un trato cordial, que demuestra la empatía del personal del instituto y a su vez casi la totalidad de los usuarios siente que cuando utiliza los servicios de IPPLUZ obtiene una amable atención de sus empleados; la amabilidad con la cual es tratado un cliente, sería la demostración de que el instituto posee empatía por parte de sus empleados.

Otro componente para evaluar la calidad de servicio es la tangibilidad, que en este caso por ser una organización que presta servicios, consiste en desarrollar una representación visible del mismo. Los aspectos físicos descritos en la institución objeto de estudio, fueron el espacio físico, los equipos y presentación personal. En cuanto al espacio físico, los usuarios exponen lo siguiente: las instalaciones del instituto están acorde para prestar un

servicio de calidad. Con respecto a la presentación personal la mayoría de los usuarios ven apropiada la apariencia personal de los empleados para proyectar la calidad del servicio, y es una manifestación de calidad la cual una persona debe proyectar dentro de las instituciones de este tipo.

Igualmente y siguiendo el mismo orden de ideas, se estudiaron los equipos médicos que estuvieran actualizados, porque la capacidad de una organización de contar con equipos y maquinarias para el proceso de producción de los bienes y servicios, es una ventaja competitiva la cual incide en la mejor calidad del producto y en la mayor satisfacción de los usuarios y es importante resaltar que la mayoría de los encuestados afirman que el personal cuenta con equipos médicos y material médico-quirúrgico actualizados que les permite ofrecer un servicio de calidad.

Evaluar las expectativas de calidad por parte de los usuarios

que buscan los beneficios dentro de los servicios ofrecidos por los Institutos de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de las Universidades Públicas Autónomas del Estado Zulia

Se evaluaron a través de tres subdimensiones a saber: atención, tiempo de respuesta y accesibilidad.

Acerca de la atención, las organizaciones centradas en lograr buena calidad de servicios, tratan de cautivar a sus clientes dándoles un excelente trato, sin dar cabida a la indiferencia o irrespeto, en consecuencia para esta investigación se evaluó el trato profesional y la atención de casos especiales. Se precisa entonces que cuando se le consultó a los usuarios acerca de la capacidad del personal médico para brindar atención de calidad, casi la totalidad de los mismos, sienten que el personal médico está suficientemente capacitado para brindar atención de calidad. Igualmente se evaluó el trato profesional del personal

administrativo y se denota que la mayoría de los usuarios sienten que sus expectativas se cumplen en cuanto a la atención de sus particularidades, por parte del personal administrativo del instituto.

La atención de casos especiales, como urgencias, ancianos, discapacitados, entre otros, también es relevante, los usuarios opinaron en su mayoría que consideran adecuada la atención prestada a los usuarios en las condiciones especiales. No obstante hay una minoría significativa, que siente que algunas veces o casi nunca se da ese trato preferencial.

El tiempo de respuesta es un aspecto primordial en la obtención del servicio, ninguna organización que pretenda mantenerse en el gusto del mercado puede darse el lujo de hacer perder el tiempo a sus clientes. Dado que un servicio efectivo es aquel el cual se sirve precisamente cuando los clientes lo esperan, en el tiempo justo y con una calidad confiable. De igual forma Goñi (2012), plantea que cuando se diseña un servicio se tiene que saber

que el tiempo del usuario es uno de los recursos más preciados, pues es lo que el cliente presta, para que en ese tiempo la empresa actúe y dote al cliente el valor que espera recibir. En este orden de ideas, se observa que casi las tres cuartas partes de los usuarios, aprecian que el servicio prestado en IPPLUZ cubre sus necesidades en el tiempo estimado por ellos y a su vez un poco más de una cuarta parte dice que solo algunas veces.

Sobre la base de las ideas expuestas, también se evaluó la rapidez de los trámites administrativos en este tipo de institutos de previsión social y casi las dos terceras partes de los usuarios consideran que los trámites administrativos del IPPLUZ son rápidos. Por otro lado, un poco más de la tercera parte siente que algunas veces son rápidos y finalmente, una mínima porción opina que casi nunca o nunca son rápidos.

Una de las principales necesidades de los clientes radica en la accesibilidad que tengan a la hora

de requerir un servicio, de allí pues, que en este estudio se incluyó en la atención externa de los servicios ofrecidos y horario de atención. En las instalaciones de los institutos de previsión social como oficinas administrativas y consultorios, existe un horario de atención, sin embargo cuando se trata de emergencias, la atención médica y paramédica se brinda a todas horas a través de proveedores por medio de convenios entre las instituciones. En el IPPLUZ, algo más que las tres cuartas partes de los usuarios siente que el horario de atención a ellos es el adecuado y casi la otra cuarta parte piensa que algunas veces.

En este orden, debe señalarse también la atención externa, donde la mayoría de los usuarios encuestados plantearon la facilidad que brinda el IPPLUZ para acceder a los proveedores de servicios externos con quienes tengan convenios establecidos y vigentes.

Determinar la satisfacción del cliente externo de los servicios

ofrecidos por los Institutos de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de las Universidades Públicas Autónomas del Estado Zulia

Para determinar la satisfacción del cliente, cuya dimensión fue: satisfacción del cliente, estuvo medido por tres su dimensiones: Producto, Venta y Posventa.

En cuanto a Producto, de los elementos que según el modelo Kaisen representan el ciclo de satisfacción, se tomaron para efectos de esta investigación los indicadores: Imagen y Cumplimiento de las expectativas. En este orden, Jiménez y Col (2007) opinan que la imagen es la manera como la organización es percibida por los diferentes agentes con los que se relaciona, lo ideal es que la imagen real, la percibida por los diferentes públicos, coincida con la imagen intencional o deseada por la empresa, pues una imagen favorable beneficiaría a todos, a la organización, porque tendría la oportunidad de contar con ese

cliente; y el cliente, podría confiar en esa organización. Cabe considerar que, una mayoría significativa de los usuarios considera que el servicio que brinda el IPPLUZ se corresponde con la imagen que proyecta.

El otro aspecto a considerar es el cumplimiento de las expectativas del cliente, que son actitudes que este asume respecto a una empresa, estas se relacionan con el producto o servicio dado y con el profesionalismo del contacto con el cliente. En esta investigación, la mayoría de los usuarios declaran que al utilizar los servicios ofrecidos por IPPLUZ, éstos cubren sus expectativas.

Por otra parte, la subdimensión venta, se desarrolló con el indicador proveedores de servicios, dado a que el tipo de servicio en estudio lo amerita, A tal efecto, Montoya (2010) asevera, que quien compra bien vende bien, las condiciones de compra, la cantidad, la calidad son algunos de los elementos al establecer una relación con el proveedor dado que si el

proveedor falla, la organización inevitablemente también fallará a su cliente. En este aspecto, los usuarios encuestados opinan, en este caso un poco más de la mitad, de que siempre o casi siempre se sienten satisfechos con las empresas proveedoras que prestan los servicios ofrecidos por IPPLUZ fuera de sus instalaciones. En tanto que, la parte restante o sea un poco menos de la mitad, no se siente satisfecho o siente poca satisfacción con los mismos. De acá se deduce, que desde el punto de vista de los usuarios los proveedores de servicios logran satisfacer las necesidades del cliente, solo en un poco más de la mitad de los usuarios.

Por último, para poder determinar la satisfacción del cliente, se estudió el aspecto posventa a través del interés sostenido y manejo de quejas. Las empresas sacan mejor provecho cuando sus empleados se mantienen en el tiempo, pero sobre todo sus clientes, de allí la importancia del interés constante en el tiempo de mantener

tanto a sus clientes como a sus empleados. Cabe destacar que un poco más de las tres cuartas partes de los usuarios opinan que luego de solicitar en IPPLUZ algún servicio interno o externo, el personal del instituto muestra interés porque reciba las atenciones necesarias.

Con respecto al manejo de las quejas, Jiménez y Col (2007), exponen que el mejoramiento continuo está dirigido a responder ante las quejas de los clientes, y a revisar los procedimientos e instrucciones de trabajo de la empresa, a fin de eliminar las principales causas de quejas; la investigación arroja que apenas un poco más de la mitad de los usuarios dicen recibir información del personal que labora en IPPLUZ acerca de como exponer sus inconformidades del servicio recibido. Además, un poco menos de la mitad de los usuarios sienten que han sido atendidos adecuadamente al realizar algún reclamo por alguna inconformidad con el instituto. De tal manera, que

un poco más de la mitad de los usuarios siente que no siempre o casi siempre se les da buen trato al manejo de las quejas.

CONCLUSIONES

El desarrollo de esta investigación condujo a determinar la calidad de servicio ofrecido por el Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia en la Costa Oriental del Lago. Luego del análisis efectuado, los resultados más sobresalientes de sus dimensiones se esbozan a través las siguientes conclusiones:

a) El primer componente de calidad descrito, fue la confiabilidad en los servicios ofrecidos por los institutos de previsión social, indicados a través de la confianza en el personal médico y el hecho de recibir un servicio confiable. Los usuarios expresaron en la mayoría de los reactivos tener confianza en los médicos que atienden a los usuarios y en el servicio en general ofrecido.

b) En cuanto a la capacidad de respuesta, se utilizó el indicador diversidad de servicios y se evidenció que la mayoría de los usuarios cuentan con alternativas médicas incluso de aquellos que no se brindan dentro de las instalaciones del instituto, de igual manera, se utilizó el indicador Información oportuna del servicio, y se pudo concluir que la mayoría de los empleados responden a las inquietudes de los usuarios, orientándolos sobre los pasos a seguir en el restablecimiento de su salud, por tanto la mayoría de los usuarios sienten que la información del personal es oportuna.

c) La seguridad consiste en la tranquilidad que pueda ofrecer el instituto de previsión a sus clientes o usuarios y en este sentido, los usuarios sienten que reciben el servicio cuando lo requieren y el personal está capacitado para brindar una buena atención de calidad.

d) La empatía es un componente esencial entre las personas que brindan el servicio y

quienes lo reciben. Cuando se describió este aspecto se hizo a través de la atención personalizada y el trato; se pudo constatar que el personal se esmera en dar un buen trato a los usuarios y hacen todo lo posible por ofrecer la mejor atención, igualmente la mayoría de los encuestados afirma que la amabilidad le suma mayor calidad a los servicios ofrecidos.

e) Al observar los aspectos tangibles del servicio, representados por el espacio físico, los equipos y presentación personal. Se determinó que las instalaciones del instituto están acorde para prestar un servicio de calidad, respecto a la presentación personal la mayoría de los usuarios ven acorde la apariencia personal de los empleados para proyectar la calidad del servicio.

f) Para evaluar las expectativas de calidad de los usuarios, se tomó en cuenta la atención y se evaluó el trato profesional tanto de los médicos como del personal administrativo. En ambos casos, según la opinión de la mayoría, el personal está suficientemente capacitado para

brindar atención de calidad. Adicionalmente, se estudió la atención de casos especiales y la opinión generalizada es que la atención prestada a los usuarios en las condiciones especiales como es el caso de urgencias, ancianos, discapacitados, entre otras es adecuada. No obstante, hay una minoría significativa, que siente que algunas veces o casi nunca se da ese trato preferencial.

g) En referencia al tiempo de respuesta, se observa que casi las tres cuartas partes de los usuarios, sienten que el servicio prestado en IPPLUZ cubre sus necesidades en el tiempo estimado por ellos y a su vez un poco más de una cuarta parte dice que solo algunas veces.

h) En la evaluación de las expectativas, se tiene la accesibilidad, que se midió a través del horario de atención y arrojó que la mayoría considera que el horario de atención es adecuado. Por otra parte, también se midió la atención externa e igualmente la mayoría de los encuestados plantearon la

facilidad que brinda el IPPLUZ para acceder a los proveedores de servicios externos con quienes tengan convenios establecidos y vigentes.

i) En la determinación de la satisfacción del cliente externo, se estudió el producto, por medio del indicador imagen y se pudo constatar que el servicio que brinda el IPPLUZ se corresponde con la imagen que proyecta. En cuanto a cumplimiento de las expectativas, la mayoría de los usuarios enuncian que al utilizar los servicios ofrecidos por IPPLUZ, éstos cubren sus expectativas.

j) Se valoró el indicador ventas, utilizando para ello, el indicador proveedores de servicios. En este aspecto, los proveedores de servicios logran satisfacer las necesidades del cliente, solo en un poco más de la mitad de los usuarios.

k) Por último, se analizó el elemento posventa, razón por la cual se utilizaron los indicadores: interés sostenido y manejo de quejas. En

cuanto al interés sostenido la mayoría de los encuestados opinan que luego de solicitar en IPPLUZ algún servicio interno o externo, el personal del instituto muestra interés porque reciba las atenciones necesarias. En lo que respecta a manejo de quejas, un poco más de la mitad de los usuarios siente que no siempre se les da buen trato en este aspecto.

En líneas generales, se puede considerar de buena a excelente la calidad de atención de los servicios ofrecidos por el Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia en la Costa Oriental del Lago.

RECOMENDACIONES

El establecimiento de las conclusiones anteriores permitieron formular las siguientes recomendaciones:

a) Hacer énfasis en cuanto a la capacidad de respuesta en la prestación del servicio mediante la oferta de diversidad de los mismos,

donde prevalezcan los valores esenciales de la calidad de servicio tales como: ética, integridad y respeto al cliente.

b) Referente a la atención, es necesario establecer unidades de apoyo para los pacientes con discapacidades, enfermedades crónicas, o que requieran de cuidados especiales,

c) Reforzar la empatía en los empleados para alcanzar una mayor atención para con los usuarios o pacientes a través de la implantación de programas de adiestramiento y capacitación de servicio al cliente

d) Fortalecer los canales comunicacionales para que la información generada por los institutos de previsión social, llegue de manera oportuna y pormenorizada a los usuarios y estos puedan percibir adecuadamente las dimensiones del servicio ofrecido, tales como: folletos informativos, charlas instruccionales, contacto telefónico, mensajería vía Internet, uso de redes sociales, entre otras.

e) Implementar instrumentos permanentes que permitan medir

constantemente el nivel de satisfacción de los usuarios, tales como: mini encuestas electrónicas al momento de ofrecer o prestar el servicio.

f) Mantener normas y políticas flexibles que permitan hacer los correctivos necesarios durante la entrega del proceso del servicio.

g) Implementar un mecanismo que facilite el manejo de quejas de los usuarios y del personal con la aplicación de un instrumento que consista en un contacto directo y personalizado.

h) Establecer estrategias gerenciales efectivas entre los institutos de previsión social y sus empresas proveedoras de servicios (laboratorios, clínicas, farmacias, etc.) que logren afianzar una misma filosofía de atención para con los usuarios.

i) Realizar otras investigaciones científicas que profundicen en las debilidades encontradas en este trabajo, como: la capacidad de respuesta, manejo de quejas y atención externa

j) Establecer unidades de atención a los jubilados, para prestarles asistencia médica preferencial

k) Gestionar ante las autoridades universitarias y organismos competentes, la entrega oportuna de los dozavos a los institutos de previsión social que le corresponden por retenciones a los asociados y el aporte que hace la Universidad del Zulia.

BIBLIOGRAFIAS

Cobra M. Y Zwarg F. (1991) Marketing de servicios. Conceptos y estrategias. Editorial McgrawHill Latinoamericana S.A.

Cuatrecasas, L (2012) Gestión de la Calidad Total: Organización de la Producción y Dirección de Operaciones. Ediciones Díaz de Santos. Madrid.

Duque E. Y Gómez Y. (2014).Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad

del servicio: una mirada desde la educación superior. Revista Suma de negocios.

Goñi J., (2012) el tiempo Base de un progreso consciente para elegir un futuro. Ediciones Díaz de Santos. Madrid.

Guiltinan, J., Gordón, P. Y Madden, T (1998). Gerencia de Marketing. Sexta Edición. Editorial McGraw-Hill Interamericana. Bogotá.

Gutiérrez P., H (2010).Calidad Total y Productividad. Tercera edición. Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Jiménez A., Y Col (2007) Comunicación e Imagen Corporativa Editorial UOC. Barcelona.

Horovitz, J. (1997). La Calidad del Servicio a la Conquista del Cliente. Mc Graw Hill. Madrid.

Kotler, P. Y Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. Duodécima Edición. Editorial Prentice-Hall. México.

Kotler, P. Y Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. Octava Edición. Pearson Prentice Hall.

Montoya A. (2010) Administración de Compras: quien compra bien, vende bien. Tercera Edición. Ecoe Ediciones. Bogotá.

Prieto H., J (2012). Gestión Estratégica Organizacional. Cuarta edición. Ecoe Ediciones. Bogotá.

Quintero R. (2012) Reflexiones sobre la calidad del servicio en Colombia: ¿Utopía o realidad? Dictamen Libre, 10/11: pp. 111-117. Edición No. 10/11. Enero - Diciembre de 2012 Barranquilla, Colombia.

Serna, H. (2008). *Gerencia estratégica. Planeación y gestión, teoría y metodología*, Bogotá: 3R Editores.

Real Academia Española. Diccionario usual.

Estatutos del Instituto de Previsión Social del Personal

Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia. Maracaibo 2002.

Programa Integral de Salud.
Instituto de Previsión Social del Personal Docente y de Investigación de la Universidad del Zulia. Maracaibo 2004.