

**DETERMINACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LOS
SERVICIOS ODONTOLÓGICOS PRESTADOS POR LA EPS
HUMANAVIVIR A TRAVÉS DE PREVIMEDIC –IPS EN BOGOTÁ D.C., EN
EL PRIMER SEMESTRE DE 2004**

Manzanera, L.; Hernández, A; Cifuentes, Y; Corredor, A; Santana P; Vargas, Y; Garay Y.
Bástidas, Claudia
Márquez, Stella y Aparicio, Jaime

Área: Gerencia en salud, **Categoría:** pregrado, **Modalidad:** oral

RESUMÉN

Objetivo: determinar el grado de satisfacción de los usuarios con los servicios odontológicos que presta Humanavivir – EPS- a sus afiliados a través de Previmedica - IPS en Bogotá D. C., en el primer semestre de 2004.

Método: Consistió en un estudio descriptivo observacional de corte transversal, a partir de información primaria, para lo cual se seleccionó una muestra de 272 usuarios de los servicios odontológicos. Para este propósito se diseñó un instrumento preliminar de recolección de datos el cual fue ajustado acorde con los resultados de una prueba piloto, y, posteriormente, se aplicó la encuesta a los usuarios de los servicios odontológicos de la EPS Humanavivir, a través de PREVIMEDIC, con lo cual se logró evaluar variables como: características del usuario, motivo de la consulta, calificación del servicio odontológico, satisfacción del usuario con el tratamiento, y satisfacción del cliente con el servicio en general.

Resultados: el mayor grupo que acudió a consultas estuvo comprendido en el rango de 13 a 30 años (49%), seguido por el de 31 a 50 años (42%); del total de encuestados el 84% acudió por motivo de control y el 16% asistieron de urgencia; la percepción de los usuarios con respecto al servicio odontológico recibido fue buena en un porcentaje superior al 90%.

Conclusión: la satisfacción de los usuarios con el servicio odontológico que presta Humanavivir, medida a partir de las diferentes variables definidas para el estudio fue calificada en términos generales como buena.

Palabras claves: satisfacción de los usuarios, servicios odontológicos, motivo de consulta, control, urgencia.

DETERMINATION THE DEGREE OF SATISFACTION OF THE CLIENTS WITH THE DENTAL SERVICES THAT GIVE HUMANAVIVIR –EPS TO HIS AFFILIATED THROUGH OF PREVIMEDIC –IPS IN BOGOTÁ D.C, IN THE FIRST SEMESTER OF 2004.

Área: Health Management, **Category:** Professional Degree, **Modality:** Oral

ABSTRACT

Objective: determination the degree of satisfaction of the clients with the dental services that give humanavivir –eps to his affiliated through of previmedica –ips in bogotá d.c, in the first semester of 2004.

Method: The investigation consisted in a observational descriptive study of cross section, from primary information, we selected a sample of 272 dentistry costumers. For this porpuse a preliminary instrument of data collection was designed, this instrument was fit according with the results of a pilot test and, then, a semistructured survey was applied to dentistry costumers of the Humanavivir EPS; through of PREVIMEDIC, with this, it can evaluate variables as: characteristics of the user, reason for the consultation, qualification of dental service, satisfaction of the user with the treatment and, and satisfaction of the client with the general service.

Results: The reached results showed that the different dentistry constumer from Previmedica, the greater group that went to consultations was included in the rank of 13 to 30 years (49%), followed from 31 to 50 years (42%) and and of the total of consulted users consulted, the 84% went by reason of control, whereas, the 16% went by urgency; the perception of the clients relateded with the object variable of the study is, in general terms, is good.

Conclusions: conclusion the satisfaction of the wfers wiht dental services that humanavivir, the perception of the cleants related to the objetd variable of the study is in general terms, good.

Key words: The satisfaction of the users, dental services, reason for consultation, control urgency.

* Alumnos de X semestre

** Asesora científica

*** Asesores metodológicos

INTRODUCCION

Desde una perspectiva histórica, gran parte del trabajo en el campo de la satisfacción de los clientes empezó en los años setenta, cuando el consumismo empezó a aumentar. El nacimiento de movimientos de los consumidores estuvo relacionado, directamente, con la baja de los servicios que sintieron muchos de éstos¹.

The Journal of Advertising Research ha sugerido que las encuestas sobre la satisfacción de los clientes tal vez sea el área de las investigaciones de mercado que está creciendo a mayor velocidad. Los investigadores del área de la satisfacción de los clientes han reconocido, claramente, la relación que existe entre el estudio de la satisfacción y el comportamiento de los consumidores^{2,3}.

Con la implementación del actual modelo de Seguridad Social en Salud las instituciones prestadoras de dichos servicios están obligadas a establecer un servicio de atención a los usuarios, de recepción de quejas y reclamos, mecanismos para evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios, formular un plan de garantía de la calidad de los servicios, garantizar la seguridad de los usuarios y abrir o proveer espacios de participación social^{4,5,6}.

Con relación al tema se han realizado muchas investigaciones entre las cuales vale la pena destacar: *Determinación de los niveles de satisfacción de los usuarios y tiempos de espera en la consulta externa odontológica del hospital Simón Bolívar, ESE III nivel en el primer semestre del 2004*⁷; *Calidad y servicio al cliente: estrategias de éxito de la clínica cardiovascular Santa María*⁸; *Consulta externa en instituciones de salud de Hidalgo, México, según la opinión de los usuarios*⁹ y *Satisfacción, oportunidad y razones de no uso de los servicios de salud en Colombia*¹⁰.

En dichos estudios se hace evidente que la satisfacción del usuario es un componente primordial de la calidad de la atención en

salud que influye directamente en la utilización de los servicios y el grado de cumplimiento con el tratamiento terapéutico, donde el usuario analiza, compara y evalúa permanentemente aspectos como la oportunidad, amabilidad, comodidad, privacidad y suficiencia de información, entre otros.

En la EPS Humana Vivir los índices de retiros se incrementaron en un 33% durante el último año, al pasar de 20.000 a 30.000 usuarios mensuales, tanto en los servicios médicos como odontológicos en general¹¹; por lo que se hace necesario investigar el grado de satisfacción de los usuarios con los servicios odontológicos prestados por Humanavivir a sus afiliados a través de Previmedica IPS; por ello, los investigadores se formulan el siguiente interrogante: ¿cuál es el grado de satisfacción de los usuarios con los servicios odontológicos prestados por Humanavivir – EPS, a sus afiliados a través de Previmedica en Bogotá D. C. en el primer semestre del 2004?

La presente investigación es importante para Humanavivir ya que le permite indagar de forma directa acerca de las necesidades del cliente, sobre su percepción de los servicios odontológicos ofrecidos por Previmedica IPS, con la cual se obtendrá información útil para la toma de decisiones futuras en dichas instituciones.

La Empresa promotora de salud Humanavivir nace a partir de la expedición de la ley 100 de 1993 como Humanavivir S.A., entidad promotora de salud aprobada legalmente por la superintendencia de salud mediante la resolución No. 0372 del 31 de Mayo de 1.995 y cuenta con una red de servicios nacional en 26 departamentos y más de 700 municipios con capacidad de desarrollar los tratamientos incluidos en el POS y no POS de acuerdo al volumen de usuarios. En Bogotá se prestan los servicios de salud en general y de odontología en particular a través de las siguientes IPS: Previmedica (sedes el Nogal, Kennedy, el sosiego, Navarra, Alamos y Toberin); Servimedica IPS; Clínica Candelaria y Unidad Médica de Diagnósticos -UMD¹².

➤ **Satisfacción de las necesidades de los clientes.** Satisfacer las necesidades del cliente es la más importante fuerza de proyección de una organización. Pero las necesidades del cliente son bastante complejas¹³; Igualmente, la demanda de deseos de las personas es ilimitada, pero los recursos son muy limitados¹⁴. El éxito de cualquier negocio resulta de satisfacer los deseos de sus clientes, que es la base social y económica de la existencia de todas las organizaciones. Un cliente compra un servicio porque le brinda satisfacción¹⁵. (Stanton W, 2004).

Una atención de salud que considera como centro al paciente/cliente/usuario es considerada de alto nivel de servicio. Este enfoque centrado en el usuario es una forma de pensar, planear e implementar servicios que se orientan a responder a las necesidades y expectativas de las personas que acuden a las organizaciones. Podemos definir entonces "servicio" como la capacidad de una organización para responder de manera permanente y coherente a las necesidades de los usuarios dentro del proceso de atención en salud. Bajo este orden de ideas resulta casi obvio decir que para prestar un buen servicio, el proceso debe considerar el camino que recorre el cliente ("Ciclo del Servicio"), entender sus necesidades ("Voz del cliente") en cada contacto ("Momento de verdad") con la organización, establecer el proceso de acuerdo a las exigencias identificadas y finalmente, medir resultados¹⁶.

Cómo medir la satisfacción de los clientes. Las medidas de la satisfacción de los clientes se obtienen con medidas directas e indirectas. Las medidas indirectas consisten en evaluar la satisfacción y vigilar los registros de ventas, las utilidades y las quejas de los clientes. Las medidas directas suelen ser obtenidas por medio de encuestas de la satisfacción de los clientes¹⁷.

Con relación a los estudios relacionados inicialmente vale la pena ampliar algunos de ellos en cuanto a lo siguiente:

La investigación: *determinación de los niveles de satisfacción de los usuarios y tiempos de espera en la consulta externa odontológica del hospital Simón Bolívar, ESE III nivel en el primer semestre del 2004*¹⁸, consistió en un estudio descriptivo de corte transversal donde se tuvo en cuenta como variables la atención recibida, los tiempos de espera y los tipos de consulta odontológica; para su medición se aplicó una encuesta semi-estructurada de 20 preguntas a 102 usuarios. En los resultados predominó la calificación de excelente y buena para la atención en los diferentes puntos, a pesar de que en algunos casos los tiempos de espera hayan sido un poco largos; el estudio concluye que la percepción que tienen los usuarios de los servicios odontológicos recibidos es en términos generales buena.

El estudio: *"Calidad y servicio al cliente: estrategias de éxito de la clínica cardiovascular Santa María"*¹⁹, consistió en un estudio tipo evaluativo, cualitativo donde para evaluar la situación inicial de la clínica, se conformaron equipos de trabajo en el grupo de dirección, se trazaron objetivos y metas hacia el futuro y se elaboró un plan de mejoramiento para cinco años. Como resultados del proceso se logró que los usuarios la identifiquen como una entidad donde la experiencia de estar enfermo es menos traumática; obtuvieron logros importantes en la reducción de tiempos de espera para consulta externa y en los procesos de admisión y facturación al paciente. El estudio concluye que con la implementación de acciones para avanzar hacia la calidad se ha mejorado la satisfacción de los usuarios y reducido las quejas.

En el estudio: *"consulta externa en instituciones de salud de Hidalgo, México, según la opinión de los usuarios"*²⁰, se aplicó un diseño transversal, comparativo en 15 hospitales públicos del estado de Hidalgo México; la muestra fue seleccionada mediante muestreo aleatorio simple entre las personas atendidas en las consultas externas de julio de 1999 a diciembre de 2000. En los resultados del estudio la calidad de la atención fue percibida como buena por 71.37% de los encuestados y como mala por 28.63%; el estudio concluye que los principales elementos que definen la mala calidad de la atención, según los usuarios, son los largos

tiempos de espera, las omisiones en las acciones de revisión y diagnóstica, la complejidad de los trámites de consulta y el maltrato por parte del personal que presta los servicios.

La investigación: *"satisfacción, oportunidad y razones de no uso de los servicios de salud en Colombia"*¹, se realizó con base a los datos obtenidos por la Encuesta Nacional de Calidad de Vida del DANE en un corte transversal efectuado en el segundo semestre de 1997. El estudio identificó algunos factores asociados con la oportunidad, la calidad y las razones de no uso y logró determinar la asociación entre la oportunidad y la calidad.

Las anteriores investigaciones muestran el creciente interés de las instituciones de salud por la calidad en la prestación de servicios, al igual que por la percepción que de la calidad de los servicios tengan los usuarios. Es por ello que realizar un estudio que permita indagar la satisfacción del usuario de los servicios odontológicos de Humana Vivir EPS, permitirá obtener de fuente primaria la opinión de un grupo de personas que utilizan dichos servicios.

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar el grado de satisfacción de los usuarios con los servicios odontológicos que presta Humana Vivir –EPS- a sus afiliados a través de Previmedica en Bogotá D. C., en el primer semestre de 2004.

Como objetivos específicos se plantearon los siguientes:

- ✓ Identificar las características demográficas del usuario de los servicios odontológicos prestados por Humana Vivir –EPS, a través de Previmedica, en cuanto a edad y género.
- ✓ Identificar el motivo que originó la consulta de los usuarios de los servicios odontológicos prestados por Humana Vivir –EPS, a través de Previmedica.
- ✓ Determinar el grado de satisfacción de los usuarios con los servicios

odontológicos prestados por Humana Vivir –EPS, a través de Previmedica en lo relacionado con: tiempos de espera, comodidad, amabilidad, puntualidad, oportunidad y accesibilidad.

✓ Determinar la satisfacción de los usuarios de Humana Vivir –EPS, a través de Previmedica con el tratamiento odontológico recibido en cuanto a: explicación de la causa de la dolencia, solución del problema que motivo la consulta odontológica y entrega de medicamentos formulados.

✓ Identificar las principales recomendaciones hechas por los usuarios del servicio odontológico ofrecido por Humana Vivir –EPS a través de Previmedica para el mejoramiento de los servicios prestados.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación consistió en un estudio descriptivo observacional de corte transversal, donde se tomó como población blanco los afiliados a la EPS Humanavivir, a través de la IPS Previmedica de Bogotá D.C., en el año 2004. Para la recolección de la información se utilizó una encuesta semi –estructurada, previamente evaluada mediante prueba piloto, de 21 preguntas organizadas en cuatro capítulos de acuerdo a las variables seleccionadas para el estudio (Anexo A.). Las variables seleccionadas fueron: características del usuario, motivo de la consulta, calificación del servicio odontológico, satisfacción con el tratamiento odontológico recibido y satisfacción con el servicio en general; de igual forma se tuvo en cuenta las recomendaciones hechas por los usuarios para mejorar el servicio odontológico.

Para la recolección y análisis de la información se siguieron los siguientes pasos:

- ✓ Se diseñó una encuesta de 21 preguntas tomando como referencia los cuestionarios utilizados para tal fin en la EPS Humana Vivir. Con el objeto de verificar la claridad y comprensión de las preguntas se realizó una prueba piloto a 20 usuarios de la consulta externa de uno de los puntos de atención de Humana Vivir.

✓ Se determinó que el estudio se realizaría en Bogotá a los 71.342 afiliados a Humanavivir y atendidos por la IPS Previmedica en sus diferentes sedes. Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula para determinar muestras finitas.

✓ Para garantizar que se aplicarán las 272 encuestas necesarias para el telemarketing se tomó la base de datos de afiliados de Bogotá y haciendo uso del programa Excel se le generaron números aleatorios con la función incorporada del programa. La encuesta relaciona en el anexo B, debidamente ajustada se aplicó a la muestra de 272 afiliados a Humanavivir EPS, usuarios de los servicios odontológicos en el primer semestre del 2004 y atendidos por Previmedica. Las encuestas se realizaron vía telefónica entre Mayo y Julio del 2004 por los mismos investigadores, previa capacitación.

✓ Posteriormente se organizó, codificó, tabuló y procesaron las encuestas. La tabulación y procesamiento de la información se hizo por medio de un paquete especializado en estadística, SPSS Windows versión 10.1 en español.

✓ Para la presentación de los resultados se utilizó la distribución de frecuencias y porcentajes.

RESULTADOS

CARACTERÍSTICAS DEL USUARIO

Las variables que a continuación se relacionan ayudaron a la caracterización de los usuarios objeto de la encuesta.

➤ **Género:** se encontró que, de un total de 272 encuestados, 159 (58%), fueron del género femenino y 113 (42%) correspondieron al género masculino.

➤ **EDAD:** el mayor grupo de edades, estuvo comprendida en el rango de 13 a 30 años (49%), seguido por el rango de 31 a 50 años (42%) y el menor, el de más de 50 años (9%).

MOTIVO DE CONSULTA

La variable motivo de consulta indica las razones por las cuales los usuarios del servicio acuden a las citas; en ella se encontró que de un total de 272 usuarios encuestados, 223 (84%), acudieron por motivo de control; mientras que los 43 restantes (16%) asistieron de urgencia.

CALIFICACIÓN DEL SERVICIO ODONTOLÓGICO.

El conjunto de variables que permitieron calificar el servicio odontológico fueron: tiempos de espera, comodidad en la sala de espera, atención del odontólogo, puntualidad del odontólogo y oportunidad en asignación de cita, presentación personal del odontólogo, aseo de instalaciones, atención del odontólogo, cercanía de la IPS y asignación de citas en concordancia con la percepción del usuario de dichos servicios, a través de las categorías de bueno, regular y malo.

La tabla del anexo B, muestra la calificación de los usuarios encuestados. En ella se observó que para la variable tiempos de espera, de un total de 272 usuarios encuestados 239 (88%) calificaron el servicio como bueno; 24 (9%) lo calificaron como regular y 9 (3%) como malo.

Para la variable "comodidad en la sala de espera", se encontró que del total de 272 usuarios encuestados 257 (95%) la calificaron como buena; 9 (3%) la calificaron como regular y sólo 6 (2%) como mala.

La variable "atención del odontólogo", fue calificada por igual número de encuestados de la siguiente manera: 261 (96%) la calificaron como buena; 6 (2.2%) la calificaron como regular y 6 (1.8%) la calificación como mala.

Para la variable "puntualidad del odontólogo", los resultados fueron los siguientes: 254 (93%) la calificaron como buena; 12 (4%) como regular y sólo 6 (2%) como mala.

La variable "oportunidad en asignación de citas", se comportó de la siguiente manera: 206 (76%) la calificaron como buena; 53 (19.3%) regular y 13 (4.7%) como mala.

La variable "presentación personal del odontólogo", fue evaluada de la siguiente manera: 254 (93%) la calificaron como buena; 12 (4%) como regular y 6(2%) como mala.

Para la variable "aseo en las instalaciones" de Humanavivir, 260 (96%) la consideraron como buena; 6 (2%) la consideraron como regular e igual número y porcentaje las consideraron como mala.

En la variable "atención telefónica", la evaluación fue así: 227 (83%) la calificaron como buena; 36 (13%) la calificaron como regular y 9 (3%) como mala.

Para la variable "cercanía de la IPS" con su residencia o lugar de trabajo, los usuarios respondieron: 236 (87%) buena; 30 (11%) regular y 6 (2%) mala

Y para la variable "asignación de citas", los usuarios calificaron de la siguiente manera: 238 (88%) como buena; 18 (7%) como regular y 15 (6%) como mala.

SATISFACCIÓN CON EL TRATAMIENTO ODONTOLÓGICO RECIBIDO

Para la pregunta si "le explicaron la causa de las dolencias", los 272 encuestados respondieron así: 253 (93%) Sí y, 19 (7%) NO.

En la pregunta si "la explicación fue clara", la respuesta se dio de la siguiente manera: 250 (92%) respondieron que Sí y 22 (8%) dijeron que NO.

Para la pregunta "el tratamiento solucionó las dolencias", 247 (91%) consideraron que Sí y 25 (9%) de las 272 personas encuestada respondieron que NO.

En la variable "le entregaron los medicamentos formulados" los 272 encuestados respondieron de este modo: 178, correspondiente al 65% dijeron que Sí y 94, correspondiente al 35% dijeron que NO.

SATISFACCION CON EL SERVICIOS EN TERMINOS GENERALES.

La tabla 1 muestra la satisfacción de los usuarios con los servicios que presta Humanavivir a través de Previmedica en términos generales; sobresaliendo la calificación total de bueno (63.2%), seguida de muy bueno (23.6%).

Tabla 1. Calificación general del servicio de Humanavivir por los usuarios.

	MOTIVO DE CONSULTA				TOTAL	
	CONTROL	%	URGENCIAS	%	n	%
MUY MALO	3	1	3	7	6	2.2
MALO	12	5			12	4.4
REGULAR	18	8			18	6.6
BUENO	144	64	28	60	172	63.2
MUY BUENO	49	22	15	33	64	23.6
TOTAL	226	100	46	100	272	100

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SERVICIO ODONTOLÓGICO.

En la tabla 2 se muestran las recomendaciones hechas por los usuarios para mejorar el servicio odontológico.

En ella se observó que la de mayor porcentaje correspondió a que la IPS debe atenderlos aunque la empresa no haya cancelado (29%), seguida por el que la empresa tenga un mayor número de odontólogos y especialistas (20%).

Tabla 2. Recomendaciones hechas por los usuarios para mejorar el servicio.

Acción que se debe mejorar	Control		Urgencias		Total	
	n	%	n	%	n	%
Que la EPS tenga mayor número de odontólogos y especialistas	36	19	9	24	45	20
Que la EPS tenga una clínica odontológica	24	13	6	16	30	13
Que preste un servicio ágil y eficiente en su administración	9	5	6	16	15	7
Que preste un servicio odontológico eficiente y a conciencia	6	3	3	8	9	4
Que tenga los mejores odontólogos	9	5	3	8	12	5
Que atienda aún cuando la empresa no haya cancelado en casos urgentes	60	32	6	16	66	29
Que la atención sea en puntos cercanos a la vivienda o al trabajo	24	13	3	8	27	12
Que ofrezca otros servicios adicionales	9	5			9	4
Otras	13	7	2	5	15	6

Fuente: Manzanera F., y cols., 2004.

DISCUSIÓN

De la muestra aleatoria de 272 encuestados, 58% pertenecían al género femenino y el 42% al masculino. Estos resultados son bastantes similares al estudio adelantado por Carrillo Carolina y col y el de Ortiz Espinosa, Rosa María y cols. alrededor de la tendencia de la sociedad a mostrar una mayor participación de la mujer en diversas actividades.

En lo atinente a la edad el mayor grupo que acudió a consultas en HUMANAVIVIR estuvo comprendido en el rango de 13 a 30 años (49%), seguido por el de 31 a 50 años (42%). La anterior distribución les atribuyó una mayor participación a personas relativamente jóvenes, seguido de cerca por personas adultas.

Del total de usuarios consultados el 84%, acudieron por motivo de control, mientras

que el 16% asistieron de urgencia. Esta relación pone de presente que las actividades de control ocupan el mayor espacio en los servicios odontológicos prestados por HUMANAVIVIR.

Para los indicadores de la calidad del servicio al usuario: "tiempos de espera", "comodidad en la sala de espera", "atención del odontólogo", "puntualidad del odontólogo", "oportunidad en asignación de citas", "presentación personal del odontólogo", "aseo en las instalaciones" "atención telefónica", "cercanía de la IPS con su residencia o lugar de trabajo" y "asignación de citas", las calificaciones fueron, en términos generales, bastante satisfactorias (buena y en algunos casos excelente) lo que está en concordancia por los estudios adelantados por Carolina Carrillo y cols, Franco María Cecilia y Gómez de León Patricia, Hidalgo, Velandia, Freddy y cols; no obstante, se hace evidente la necesidad de mejorar estos aspectos ante las características, cada vez más crecientes, que muestra la competencia y la demanda de un servicio mejor por parte de los usuarios.

Con relación a la satisfacción con el tratamiento odontológico recibido las respuestas fueron positivas y superior al 90%; porcentaje superior al obtenido por Espinosa, R y cols., (62.3%). Con relación a la entrega de medicamentos, a pesar que el 65% de los encuestados dijeron que SI, este aspecto a merita una solución de fondo por ser crucial para las necesidades y aspiraciones de los usuarios en su afán para preservar y mantener un buen estado de salud oral.

En lo correspondiente a las recomendaciones establecidas por los usuarios para mejorar el servicio odontológico los usuarios consideraron que la de mayor importancia fue que la IPS debe atender aunque la empresa no haya cancelado los valores correspondientes a la cuota patronal (29%), lo cual realmente responde a un deseo bastante sentido en diferentes IPS y EPS mostrado a través de diferentes quejas.

Los anteriores resultados mostraron la necesidad de seguir mejorando en los servicios odontológicos de HUMANAVIVIR a

través de PREVIMEDIC para sus usuarios. Lo anterior impone la insustituible labor de implementar políticas que permitan medir, de manera periódica, la calidad del servicio brindado a sus usuarios y su ulterior retroalimentación.

Stanton William (2004), sostiene que la calidad de un servicio, en última instancia, "está definida por los clientes" y es el valor de la percepción que tiene el cliente de todos los beneficios de un producto puestos en la balanza contra todos los costos de adquirirlo y consumirlo; por lo tanto, las empresas necesitan reconocer el creciente interés del público por la salud y responder con altos estándares de calidad en el servicio para alcanzar la ventaja competitiva, herramienta vital para la supervivencia, el crecimiento y obtención de utilidades en las organizaciones modernas.

La oferta de un servicio de salud con altos estándares de calidad hace parte de la dimensión integral de casi todos los aspectos de nuestras vidas y adquiere especial relevancia para la sociedad. Por ello, las organizaciones de clase A que laboran en estos menesteres reconocen que esto es una tarea, cada vez, más difícil, dinámica e interesante. Las organizaciones de éxito asignan muy alta prioridad a la satisfacción de los clientes. Es razonable que, cuanto más sabe una organización de sus clientes potenciales, más probabilidad hay que pueda satisfacerlos y le permite a ésta alcanzar un posicionamiento y tener una ventaja diferencial con sus competidores.

Las conclusiones del estudio fueron:

➤ De 272 usuarios de la Clínica HUMANAVIVIR encuestados, 58% pertenecían al género femenino y el 42% al masculino.

➤ El mayor grupo de usuarios que acudió a consultas en HUMANAVIVIR estuvo comprendido en el rango de 13 a 30 años de edad (49%), seguido por el de 31 a 50 años (42%).

➤ De los usuarios consultados el 84% acudieron por motivos de control, mientras que el 16% asistieron por urgencia.

➤ Para las variables de la calidad del servicio al usuario: "tiempos de espera", "comodidad en la sala de espera", "atención del odontólogo", "puntualidad del odontólogo", "oportunidad en asignación de citas", "presentación personal del odontólogo", "aseo en las instalaciones" "atención telefónica", "cercanía de la IPS con su residencia o lugar de trabajo" y "asignación de citas", las calificaciones fueron, en términos generales, bastante satisfactorias.

➤ Para el tratamiento odontológico recibido las respuestas fueron positivas y superior al 90%; más, sin embargo, a pesar que el 65% de los encuestados dijeron que SI a la entrega de medicamentos, este aspecto a merita una solución de fondo.

➤ Existe la necesidad de seguir mejorando en los servicios odontológicos de HUMANAVIVIR a través de PREDIMEC para sus usuarios.

➤ En cuanto a las recomendaciones establecidas por los usuarios para mejorar el servicio odontológico los usuarios consideraron que la de mayor importancia fue que la IPS debe atender aunque la empresa no haya cancelado los valores correspondientes a la cuota patronal (29%),

El estudio recomienda:

➤ Determinar por parte de HUMANAVIVIR, a través de PREDIMEC, de manera permanente, estudios alrededor de satisfacción de los usuarios del servicio odontológico, que permitan establecer la necesidad que tienen las empresas de reconocer el creciente interés del público por la salud y responder a él.

➤ Establecer la cultura gerencial de servicio al cliente apoyado en el empoderamiento de todas las personas que conforman la organización, con base a políticas eficaces de comunicación y motivación, centradas en un liderazgo compartido que permee a todas las esferas de

la empresa y que permita la toma de decisiones estratégicas que demarquen un rumbo acorde con los avances contemporáneos en materia de servicios.

➤ Adelantar, de manera sistemática y permanente estudios que establezcan el grado de satisfacción de los usuarios del servicio de salud odontológica,

REFERENCIAS

¹ HOFFMAN, Douglas y BATESON, John. Fundamentos de marketing de servicios. Editorial Thompson. México, 2002; pp 15-20

² -----; p 35-38

³ GERSDON, Richard. Cómo medir la satisfacción del cliente. Editorial Iberoamericana. México, 1998; p 10-12.

⁴ MINISTERIO DE SALUD. Programa de Mejoramiento de los Servicios de Salud en Colombia. Los servicios de atención social al usuario en un hospital –ESE. Bogotá, 2000; p 213-219.

⁵ CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 100 de 1993, Sistema de Seguridad Social Integral. Bogotá, D.C., 1993.

⁶ MINISTERIO DE SALUD. Sistema Obligatorio de Garantía de la Calidad en el Sistema General de Seguridad Social en salud, decreto 2309/02. Bogotá, D.C., 2002.

⁷ CARRILLO, Carolina y cols. Determinación de los niveles de satisfacción de los usuarios y tiempos de espera en la consulta externa odontológica del hospital Simón Bolívar, ESE III nivel en el primer semestre del 2004. Colegio Odontológico Colombiano. Bogotá, 2003.

⁸ FRANCO, María Cecilia y GÓMEZ, Patricia. Calidad y servicio al cliente: estrategias de éxito de la clínica cardiovascular Santa María. Revista Vía Salud. No. 23. Bogotá, 2003; pp 12-18.

⁹ ORTIZ, Rosa María y cols. Consulta externa en instituciones de salud de Hidalgo, México, según la opinión de los usuarios. Rev panam Salud Pública/Pan Am/Public Health 13 (4). México, 2003; pp 229-237.

¹⁰ VELANDIA, Freddy y cols. Satisfacción, oportunidad y razones de no uso de los

servicios de salud en Colombia". Universidad de Caldas, 1997.

¹¹ HUMANA VIVIR, Dirección de Mercadeo. Informe de Mercado. Bogotá, 2003.

¹² HUMANA VIVIR. Portafolio de Servicios. Bogotá, 2004.

¹³ LELAND, Karen y BAILEY Keith. Servicio al cliente. Editorial Norma. Barcelona, 2001; p 23-26.

¹⁴ KOTLER, Philip. Dirección de marketing. Editorial Mc Graw Hill. Madrid, 2001; p 52.

¹⁵ STANTON, William. Fundamentos de Marketing. Edit. Mc Graw Hill. Bogotá, 2000; p 42.

¹⁶ Gallardo, Henry en: Revista Hospitalaria. Calidad y Servicio. Año 4 No. 25. Bogotá, 2002; p 6-11.

¹⁷ HOFFMAN, Douglas y BATESON, John. Fundamentos de marketing de servicios. Editorial Thompson. México, 2002; p 15-98, 295-317.

¹⁸ CARRILLO, Carolina y cols. Determinación de los niveles de satisfacción de los usuarios y tiempos de espera en la consulta externa odontológica del hospital Simón Bolívar, ESE III nivel en el primer semestre del 2004. Colegio Odontológico Colombiano. Bogotá, 2003.

¹⁹ FRANCO, María Cecilia y GÓMEZ, Patricia. Calidad y servicio al cliente: estrategias de éxito de la clínica cardiovascular Santa María. Revista Vía Salud. No. 23. Bogotá, 2003; pp 12-18.

²⁰ ORTIZ, Rosa María y cols. Consulta externa en instituciones de salud de Hidalgo, México, según la opinión de los usuarios. Rev panam Salud Pública/Pan Am/Public Health 13 (4). México, 2003; pp 229-237.

²¹ VELANDIA, Freddy y cols. Satisfacción, oportunidad y razones de no uso de los servicios de salud en Colombia". Universidad de Caldas, 1997

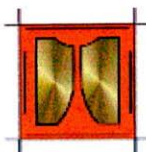
annipalomita@latinmail.com

adric012001@yahoo.com

pao22_91@hotmail.com

yannethvargas@hotmail.com

**ANEXO A.
ENCUESTA**



**COLEGIO ODONTOLÓGICO
COLOMBIANO –COC–**

**DETERMINACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LOS
SERVICIOS ODONTOLÓGICOS PRESTADOS POR LA EPS HUMANAVIVIR A
TRAVÉS DE PREVIMEDIC EN BOGOTÁ D.C.**

Formulario No. _____

Buenos días / tardes, mi nombre es _____. Con el fin de brindarle a usted un mejor servicio cada día, le solicitamos su valiosa colaboración respondiendo la presente encuesta para conocer sus opiniones respecto al servicio de odontología que acaba de recibir.

1. CARACTERÍSTICAS DEL USUARIO

101 Género F (1) _____ M (2)

102 Edad:

- (1) Menos de 5 años _____
- (2) 5 a 12 años _____
- (3) 13 a 30 años _____
- (4) 31 a 50 años _____
- (5) Más de 51 años _____

2. MOTIVO DE CONSULTA:

201 El motivo de su visita es por: (1) Control _____ (2) Urgencias _____

3. CALIFICACIÓN DEL SERVICIO ODONTOLÓGICO: (marque con una X la calificación de bueno, regular o malo que usted considere para cada una de las variables que se presentan a continuación:

VARIABLE	BUENO	REGULAR	MALO
301 Tiempo de espera			
302 Comodidad sala de espera			
303 Atención y amabilidad del odontólogo			
304 Puntualidad del odontólogo			
305 Oportunidad en la asignación de la cita			
306 Presentación personal del odontólogo			
307 Aseo instalaciones			
308 Atención telefónica			
309 Cercanía de la IPS a su residencia o trabajo			
310 Asignación de citas			

4. SATISFACCIÓN CON EL TRATAMIENTO ODONTOLÓGICO RECIBIDO

- 401 Le explicaron la causa de su dolencia (1) Sí _____ (2) No _____
402 La explicación fue clara (1) Sí _____ (2) No _____
403 El tratamiento aplicado solucionó su dolencia (1) Sí _____ (2) No _____
404 Le entregaron los medicamentos formulados (1) Sí _____ (2) No _____

5. SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO EN GENERAL

501Cuál es su calificación general con respecto al servicio que recibe en Humana Vivir EPS?

- (1) Muy malo _____ (2) Malo _____ (3) Regular _____
(4) Bueno _____ (5) Muy bueno _____

6. RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SERVICIO ODONTOLÓGICO

601. Qué debe hacer Humana vivir EPS para mejorar su servicio odontológico:
(encueste, no lea, señale con una X la respuesta o respuestas que considere se ajustan a lo que el usuario piensa).

- | | | |
|---|---|-------|
| 1 | Que la EPS tenga mayor número de odontólogos y especialistas | _____ |
| 2 | Que la EPS tenga una clínica odontológica | _____ |
| 3 | Que preste un servicio eficiente en su administración | _____ |
| 4 | Que tenga los mejores odontólogos | _____ |
| 5 | Que atienda aún cuando la empresa no haya cancelado en casos urgentes | _____ |
| 6 | Que la atención sea en puntos cercanos a la vivienda o el trabajo | _____ |
| 7 | Que ofrezca otros servicios adicionales | _____ |
| 8 | Otros | _____ |
| | Cuáles: _____ | |
| | _____ | |
| | _____ | |

Gracias por su colaboración

ANEXO B

TABLA 1. Calificación de las diferentes características del servicio odontológico.

CALIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS																			
	Tiempo de espera		Comodidad sala de espera		Atención del odontólogo		Puntualidad del odontólogo		Oportunidad en la asignación de citas		Presentación personal del odontólogo		Aseo instalaciones		Atención telefónica		Cercanía de la IPS		Asignación de citas	
	F	%	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
BUENO	239	88	257	95	261	96	254	93	206	76.0	254	93	260	96	227	83	236	87	238	88
REGULAR	24	9	9	3	6	2.2	12	4	53	19.3	12	4	6	2	36	13	30	11	18	7
MALO	9	3	6	2	5	1.8	6	2	13	4.7	6	2	6	2	9	3	6	2	15	6
TOTAL	272	100	272	100	272	100	272	100	272	100	272	100	272	100	272	100	272	100	272	100

Fuente: CIFUENTES, Yeimy y cols., 2004