

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS**  
**SOCIALES Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL SERVICIO DE  
EMERGENCIA DEL HOSPITAL NACIONAL CARLOS ALBERTO  
SEGUÍN ESCOBEDO ESSALUD SOBRE LA ATENCIÓN  
RECIBIDA, AREQUIPA 2015**

**TESIS**

**Presentada por la Bachiller:**

**ROSE MARY VALENZUELA ESCALANTE**

**Para optar el Título Profesional de:**

**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Especialidad en:**

**RELACIONES PÚBLICAS E INDUSTRIALES**

**AREQUIPA – PERÚ**

**2015**



**Dedicatoria:**

*A Dios, por darme la sabiduría y fortaleza que necesité cada día para poder culminar mi proyecto con éxito, porque sin él no hubiera alcanzado la meta propuesta.*

*A mi hija Katherine, quien me brindó su apoyo incondicional y me guio en este camino para poder culminar mi proyecto.*

*A mis padres por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.*

## ÍNDICE

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	01
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>PLANTEAMIENTO TEÓRICO</b> .....	03
<b>1. EL PROBLEMA</b> .....	04
1.1 Enunciado del Problema .....	04
1.2 Variables e Indicadores .....	04
1.3 Interrogantes Básicas .....	05
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b> .....	05
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	07
<b>4. HIPÓTESIS</b> .....	07
<b>5. MARCO DE REFERENCIA</b> .....	07
5.1 Marco Institucional .....	07
5.1.1 Visión .....	07
5.1.2 Misión .....	08
5.1.3 Objetivos .....	08
5.1.4 Estructura Orgánica .....	09
5.1.5 Estructura Funcional .....	10
5.2 Marco Teórico .....	12
5.2.1 Relaciones Públicas .....	12
5.2.2 Funciones de las Relaciones Públicas .....	15
5.2.3 Objetivos de las Relaciones Públicas .....	17
5.2.4 Atención al Cliente .....	17
<b>6. RECOMENDACIONES PARA UNA ATENCIÓN EFICAZ AL PÚBLICO</b> .....	21
6.1 Procedimiento de Atención al Público .....	21
6.2 Tipos de Comunicación .....	23
<b>7. SERVICIOS</b> .....	25
<b>8. MODELO DE CALIDAD DE SERVICIO DE GRÖNROOS</b> .....	26
8.1 Modelo Conceptual de la Calidad Percibida Total de GRÖNROOS .....	27

<b>9. MODELO DE GESTION DEL PRODUCTO-SERVICIO: LA OFERTA DE SERVICIOS</b>	
<b>INCREMENTADA DE GRÖNROOS</b> .....	28
<b>10. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b> .....	31
<b>11. ANTECEDENTES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO BRINDAD EN LOS CENTROS DE</b>	
<b>SALUD</b> .....	31
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>PLANTEAMIENTO OPERACIONAL</b> .....	42
<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b> .....	42
<b>1. CAMPO DE VERIFICACIÓN</b> .....	42
1.1 Ubicación Espacial .....	42
1.2 Ubicación Temporal .....	42
1.3 Unidades de Estudio .....	42
1.3.1 Población .....	42
1.3.2 Muestra .....	43
<b>2. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b> .....	43
3.1 Criterios y Procedimientos .....	44
3.2 Procesamiento de la Información .....	44
<b>4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b> .....	45
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS</b> .....	46
CONCLUSIONES .....	63
SUGERENCIAS .....	64
BIBLIOGRAFÍA .....	66
ANEXOS .....	68

### Contenido de Tablas

TABLA N° 01 .....	47
TABLA N° 02 .....	48
TABLA N° 03 .....	49
TABLA N° 04 .....	50
TABLA N° 05 .....	51
TABLA N° 06 .....	52
TABLA N° 07 .....	53
TABLA N° 08 .....	54
TABLA N° 09 .....	55
TABLA N° 10 .....	56
TABLA N° 11 .....	58
TABLA N° 12 .....	59
TABLA N° 13 .....	60
TABLA N° 14 .....	61
TABLA N° 15 .....	62

### Contenido de Gráficos

Grafico N° 01 .....	47
Grafico N° 02 .....	48
Grafico N° 03 .....	49
Grafico N° 04 .....	50
Grafico N° 05 .....	51
Grafico N° 06 .....	52
Grafico N° 07 .....	53
Grafico N° 08 .....	54
Grafico N° 09 .....	55
Grafico N° 10 .....	56
Grafico N° 11 .....	58
Grafico N° 12 .....	59
Grafico N° 13 .....	60
Grafico N° 14 .....	61

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación intitulado: “ NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL SERVICIO DE EMERGENCIA DEL HOSPITAL NACIONAL CARLOS ALBERTO SEGUIN ESCOBEDO ESSALUD SOBRE LA ATENCIÓN RECIBIDA, AREQUIPA 2015 “ tiene como objetivos: determinar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del servicio de emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo – Es-Salud sobre la atención recibida, identificar la percepción sobre su calidad funcional, conocer cuál es la influencia de la atención en su nivel de satisfacción.

El estudio corresponde, a un problema relacional, cuya población estuvo conformada por 22,766 pacientes, considerándose una muestra de 378 usuarios.

El estudio utilizó como técnica de investigación la encuesta, y como instrumento de recolección de datos el cuestionario.

El trabajo de campo se llevó a cabo en las instalaciones del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo – Essalud ubicado en la Esquina Peral – Filtro s/n, provincia y departamento de Arequipa.

Luego de la recolección de datos y la tabulación correspondiente, se elaboraron 14 tablas y gráficas estadísticas para proceder al análisis e interpretación respectiva.

Las conclusiones a las que se arribaron fueron: el 91 % de los usuarios que participaron en este proyecto, manifiestan su descontento con la calidad de atención recibida, un 59.52% de población insatisfecha en lo que respecta a dificultades en la orientación para acceder a los servicios de emergencia, y una mayoría significativa de los usuarios, manifiestan su descontento con la calidad técnica y funcional de la atención que brinda el personal de salud en área de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo, con lo que queda plenamente demostrada la hipótesis planteada para nuestra investigación. Finalmente, se plantearon las sugerencias de acuerdo a la problemática detectada.

## SUMMARY

This research paper entitled: "USER SATISFACTION LEVEL OF SERVICE OF NATIONAL EMERGENCY HOSPITAL CARLOS ALBERTO SEGUÍN ESCOBEDO ESSALUD about your care, AREQUIPA 2015" aims to: determine the degree of satisfaction users have emergency service National Hospital Carlos Alberto Seguíñ Escobedo - Es-Health on the care provided, identify the perception of their functional quality, know what the influence of attention on their level of satisfaction.

The study corresponds to a relational problem, whose population consisted of 22,766 patients, considering a sample of 378 users.

The study used as survey research technique, and as a tool for data collection questionnaire.

The field work was carried out at the premises of the National Emergency Service Hospital Carlos Alberto Seguíñ Escobedo - located at the corner Essalud Peral - Filter s / n, province and department of Arequipa.

After data collection and corresponding tab, 14 tables and statistical graphs were prepared to proceed with the respective analysis and interpretation.

The conclusions were arrived were: 91% of users who participated in this project, expressed their dissatisfaction with the quality of care received a 59.52% of the population dissatisfied with regard to difficulties in orientation to access emergency services, and significant majority of users expressed their discontent with the technical and functional quality of care provided by health personnel in emergency area of the National Hospital Carlos Alberto Seguíñ Escobedo, so the hypothesis for our research is fully demonstrated.

Finally, suggestions according to the detected problems were raised.

## INTRODUCCIÓN

El nivel de satisfacción de usuario se mide por la calidad del servicio de salud, siendo éste uno de los aspectos de mayor importancia en las áreas del servicio de emergencia, ya que la misma proporciona la obtención del máximo beneficio para el usuario, mediante la aplicación de conocimientos y tecnologías avanzadas, tomando en consideración los requerimientos del usuario así como las capacidades y limitaciones de recursos de la institución.

Implementar un sistema de calidad que mida el grado de satisfacción del usuario debe ser un compromiso profundo y total de la máxima dirección y es también responsabilidad de todos los integrantes de la institución que trabajan con visión y misión estratificada.

En el Perú EsSalud es uno de los principales proveedores de servicios de atención de salud en las diferentes especialidades y en servicios de áreas críticas y de emergencia. Considerando esta última como uno de los proveedores de usuarios las 24 horas del día en forma no interrumpida, asimismo presencia de usuarios críticos con riesgo de sus vidas, con alto grado de emotividad, de sus familiares y del usuario interno con diversidad de procesos de atención lo que condiciona múltiples factores que van a determinar un grado de satisfacción.

Para analizar de manera integral la calidad del servicio de salud que presta una institución se requiere del talento humano, recursos materiales y financieros, y otros que intervienen en la atención de salud que se brinda.

El presente trabajo de investigación titulado: “Nivel de Satisfacción del Usuario del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo EsSalud sobre la Atención recibida, Arequipa 2015” comprende de 3 Capítulos, los cuales, abarcan los siguientes temas:

- En el Primer capítulo se desarrolla el planteamiento teórico, el que contiene:  
El problema, Enunciado del El problema, Variables e Indicadores, Interrogantes Básicas, Justificación, Objetivos, Hipótesis, Marco de Referencia, Marco Institucional, Marco Teórico, Recomendaciones para una atención al Público eficaz, Procedimiento de atención al Público, Tipos de Comunicación, Servicios, Modelo de Calidad de Servicios de GRONROOS, Modelo Conceptual de la calidad percibida, Modelo de Gestión del Producto de Servicio, Satisfacción del Cliente, Antecedentes del Problema.
- En el Segundo Capítulo se elabora el Planteamiento Operacional, Técnicas e Instrumentos, Ubicación Temporal y Espacial, también comprende Unidades de Estudio, Campo de Verificación, Población, Muestra, Estrategia de Recolección de Datos.
- En el Tercer Capítulo, se describe La Presentación y Análisis de Resultados.
- Al finalizar, se dan las Conclusiones y Recomendaciones. Así mismo se adjuntan los Anexos que contienen la información complementaria para el desarrollo de la presente investigación como: Formatos de encuesta.



# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO TEÓRICO

## PLANTEAMIENTO TEÓRICO

### 1. PROBLEMA

#### 1.1 Enunciado del problema:

NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL SERVICIO DE EMERGENCIA DEL HOSPITAL NACIONAL CARLOS ALBERTO SEGUÍN ESCOBEDO ESSALUD SOBRE LA ATENCIÓN RECIBIDA. AREQUIPA.

#### 1.2 Variables e indicadores:

VARIABLE	INDICADORES	SUBINDICADORES
ATENCIÓN AL USUARIO	Calidad Técnica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia del personal</li> <li>• Apariencia del personal</li> <li>• Materiales y Equipos</li> <li>• Sistema informativo                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Orientación al usuario</li> <li>✓ Comunicación con el usuario o sus acompañantes</li> </ul> </li> <li>• Soportes físicos                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Espacio</li> <li>✓ Limpieza</li> <li>✓ Aglomeraciones</li> <li>✓ Comodidad</li> </ul> </li> </ul>
	Calidad Funcional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapidez en la atención</li> <li>• Accesibilidad</li> <li>• Relaciones internas del personal</li> <li>• Prestación del servicio                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Privacidad</li> <li>✓ Cortesía</li> <li>✓ Respeto</li> <li>✓ Confianza</li> <li>✓ Empatía</li> </ul> </li> <li>• Trámites</li> </ul>
Nivel de Satisfacción	Servicio Esperado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto</li> <li>• Medio</li> <li>• Bajo</li> </ul>
	Servicio Recibido	

Elaboración Propia, Diciembre del 2014

### 1.3. Interrogantes Básicas:

- ¿Cómo es percibida la calidad técnica que brinda el Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo - EsSalud a sus usuarios?
- ¿Qué percepción tienen los usuarios del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo – EsSalud sobre su calidad funcional?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción que tienen los usuarios del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo-EsSalud sobre la atención recibida?
- ¿Cómo influye la atención del Servicio de Emergencia brindada al usuario en su nivel de satisfacción?

## 2. JUSTIFICACIÓN

Al realizar esta investigación en el área de emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo, lugar donde se ve tensión, stress y estados críticos emotivos del personal de salud y del público usuario externo cobra vital importancia al tratar de identificar las relaciones existentes entre este estado emotivo del personal de salud y evaluar el grado de satisfacción del usuario externo con el servicio prestado; se ha percibido que el número de quejas se ha incrementado en emergencia por diferentes causas que trataré de detallar; así mismo determinar las causas motivacionales del personal de salud participe en esta atención de salud.

La atención en los servicios de emergencia requiere de una acción coordinada, eficiente, rápida y con calidad y calidez frente a las múltiples patologías que se presentan diariamente, lo que induce a un comportamiento

multifactorial con respuestas diferentes del personal de salud de acuerdo a la personalidad de cada uno y a sus diferentes grados motivacionales.

Significancia del estudio:

Consideramos que esta investigación es importante porque permitirá determinar cuáles son los factores que participan para la obtención de satisfacción o insatisfacción del usuario y sus relaciones con los aspectos motivacionales del personal del área de emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo - Es Salud.

Viabilidad del estudio:

Se trata de un estudio que desarrollaré a base de encuestas realizadas en los usuarios y al personal de salud, información de estadísticas de indicadores hospitalarias, evaluación de los procesos administrativos, del personal de salud que labora en dichas áreas. Así mismo la participación del usuario externo llevará a la consecución de lograr una mejor atención del mismo para disminuir el grado de insatisfacción que presente en el momento de crisis o emergencia.

Trascendencia del estudio:

Los resultados obtenidos podrán servir para hacer correcciones en la atención de estos usuarios y puede servir de modelo de atención de las emergencias de otros hospitales que tengan estos servicios.

Al hacer la determinación de los factores determinantes de la satisfacción del usuario y su relación con el estado motivacional del personal de salud permitirá plantear posteriormente formas de solución con el consiguiente beneficio de:

- Los usuarios externos en el área de emergencia.
- El hospital como modelo de atención de emergencias.
- En la gestión de los directivos por establecer mejoras en la atención de salud del área de emergencia.
- Se evitarían problemas tanto asistencial así como de mala práctica.

- Se lograra hacer la corrección de los aspectos motivacionales del personal de salud.

### **3. OBJETIVOS**

- Precisar cómo es percibida la calidad técnica que brinda el Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo - EsSalud a sus usuarios.
- Identificar la percepción que tienen los usuarios del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo - EsSalud sobre su calidad funcional.
- Determinar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo - EsSalud sobre la atención recibida.
- Conocer cuál es la influencia de la atención del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo brindada al usuario en su nivel de satisfacción.

### **4. HIPÓTESIS**

La calidad técnica y funcional de la atención que el personal de salud del área de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo brinda a sus usuarios, influye negativamente en su nivel de satisfacción del servicio.

### **5. MARCO DE REFERENCIA**

#### **5.1. MARCO INSTITUCIONAL**

##### **5.1.1 VISIÓN:**

Ser líder en la prestación de servicios de salud a pacientes en situación de emergencia con calidad y calidez.

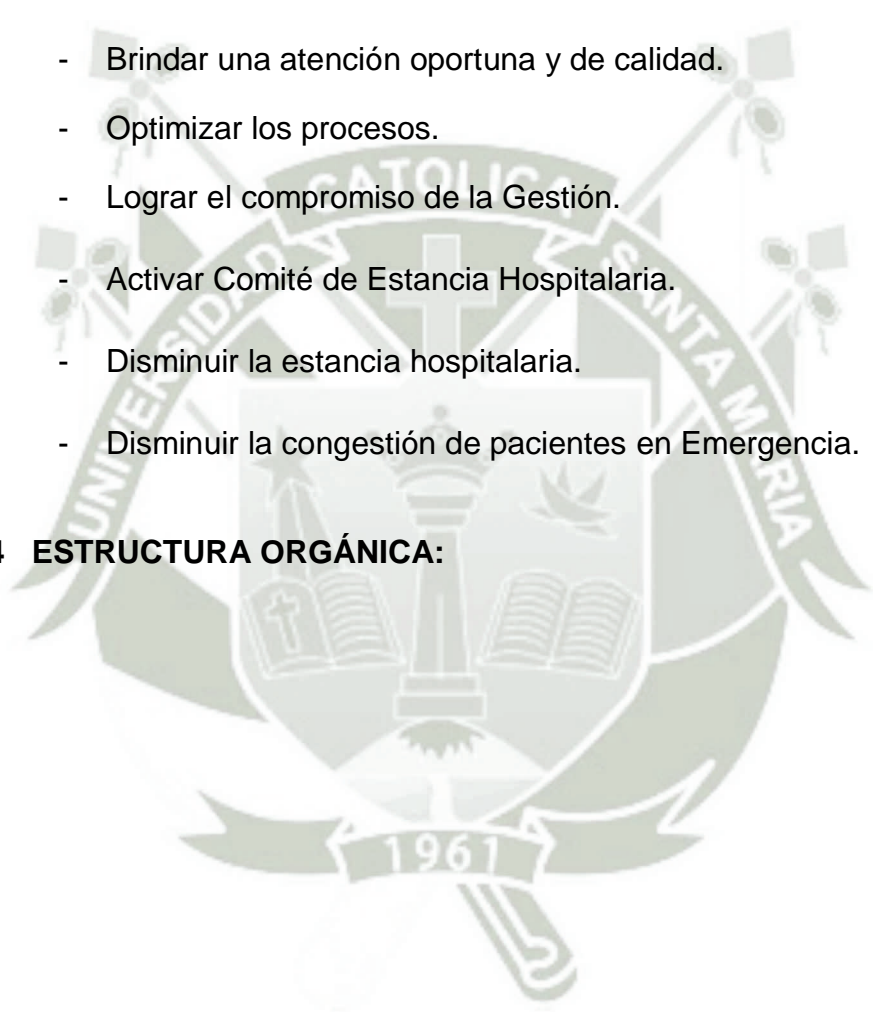
### 5.1.2 MISIÓN:

Brindar atención oportuna y con calidez a todos los pacientes en los servicios de emergencia, dando una atención integral y de alto nivel para la satisfacción plena de los pacientes, mejorar la calidad de vida de los pacientes, y pacientes en situación crítica. De esta manera contribuir con el desarrollo de nuestro país.

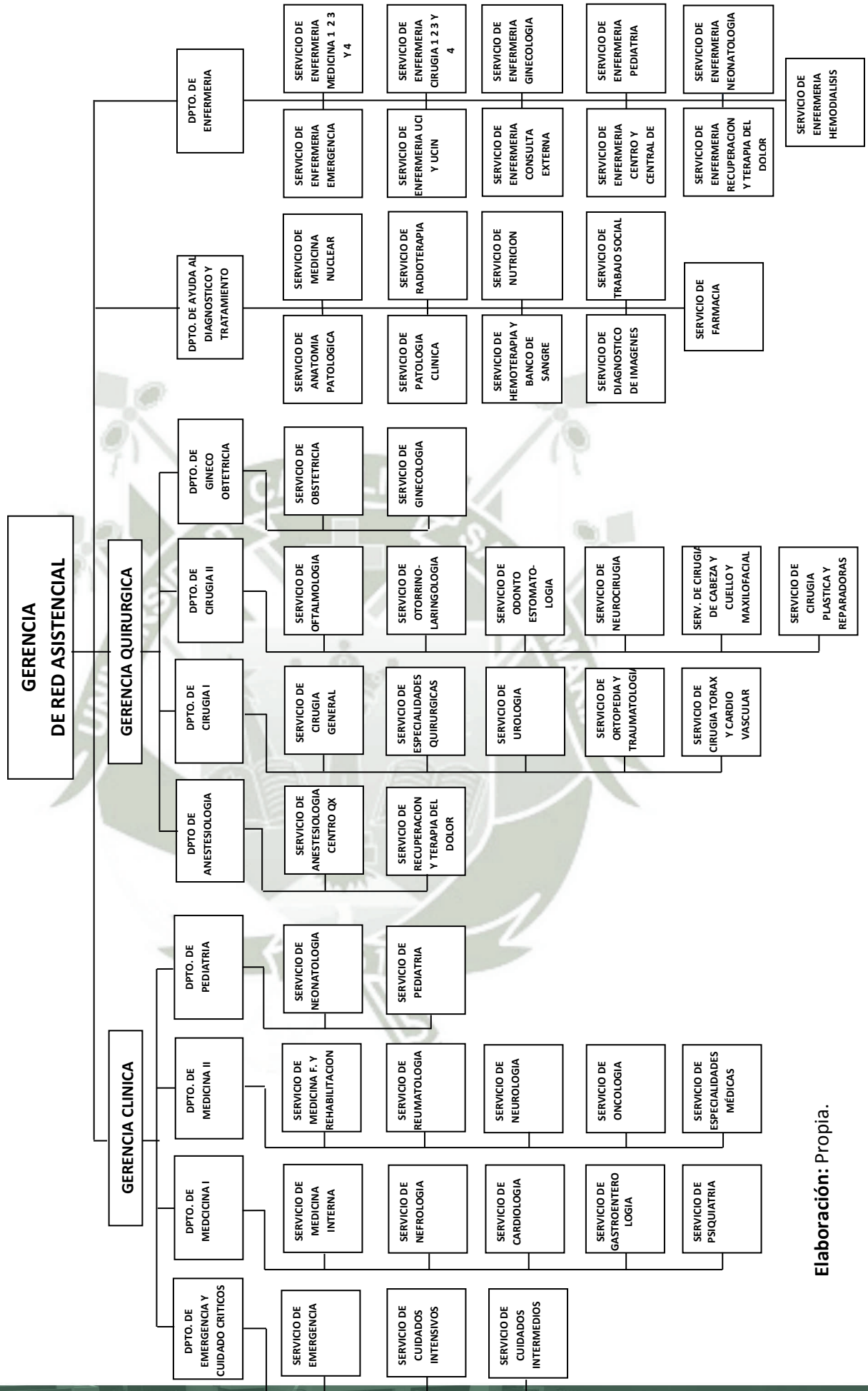
### 5.1.3 OBJETIVOS:

- Brindar una atención oportuna y de calidad.
- Optimizar los procesos.
- Lograr el compromiso de la Gestión.
- Activar Comité de Estancia Hospitalaria.
- Disminuir la estancia hospitalaria.
- Disminuir la congestión de pacientes en Emergencia.

### 5.1.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA:



**ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA RED ASISTENCIAL AREQUIPA**



Elaboración: Propia.

### 5.1.5 ESTRUCTURA FUNCIONAL:

El Servicio de Emergencia tiene las siguientes funciones<sup>1</sup>:

- a) Formular, ejecutar y evaluar los Planes de Salud, Gestión, Actividades y Metas, Capacitación, Inversión y Presupuesto del Servicio.
- b) Organizar, ejecutar, controlar y evaluar las actividades Asistenciales y Administrativas relacionadas al ámbito de su competencia, garantizando una atención con calidad y seguridad a los pacientes.
- c) Formular la provisión de los recursos humanos, materiales, equipos e instalaciones necesarios para la operatividad del Servicio y administrarlos acorde a la normatividad vigente.
- d) Brindar Prestaciones Asistenciales oportunas y compensar en el menor tiempo posible, el estado de salud del paciente asegurado y tercer usuario en situación de emergencia.
- e) Coordinar y organizar la evacuación de los pacientes para la continuidad del tratamiento con las áreas de Hospitalización, Sala de Operaciones, Unidad de Cuidados Intensivos, así como retorno al Centro Asistencial de procedencia u Centro, Alta médica según corresponda.
- f) Participar y coordinar con Defensa Civil en el Comando Operativo de Emergencia y Desastres.
- g) Coordinar con los Servicios correspondientes del Hospital los estudios, diagnósticos y de tratamiento pertinentes.
- h) Brindar información pertinente al paciente y/o familiar responsable sobre su situación de salud en los aspectos de diagnóstico, pronóstico y posibilidades terapéuticas, riesgos y beneficios de procedimientos diagnósticos y tratamiento.
- i) Efectuar el correcto registro del acto médico en la Historia Clínica y demás formularios empleados en la prestación de salud brindada al paciente.

---

<sup>1</sup> [http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/rof/rof\\_arequipa2010.pdf](http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/rof/rof_arequipa2010.pdf)

- j) Cumplir con los criterios de referencia y contra referencia de pacientes aprobados por la Institución.
- k) Registrar, mantener actualizados los registros propios del Servicio y proporcionar información válida que permita al Departamento de Emergencia y Cuidados Críticos contar con los datos estadísticos, epidemiológicos, de costos, hospitalarios, gerenciales y otros.
- l) Mantener actualizados y aplicar los protocolos, guías clínicas, normas técnicas, procedimientos, manuales e instructivos técnicos y demás instrumentos relacionados al Servicio, así como cumplir con los dispositivos legales vigentes y la normativa emitida por la Institución.
- m) Controlar y evaluar la labor integral del Servicio del personal considerando los indicadores de calidad, de resultados y rendimiento, las variables de costo/beneficio y costo/efectividad, entre otros, y proponer las medidas correctivas y de optimización pertinentes.
- n) Controlar la eficiente utilización y rendimiento de los equipos e instrumentos médicos asignados al Servicio, coordinar y verificar el cumplimiento del programa de mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos y velar por su seguridad y existencia física.
- o) Registrar y reportar las ocurrencias de eventos adversos y accidentes de trabajo y ejecutar las acciones de prevención correspondientes.
- p) Cumplir con los objetivos de capacitación, docencia e investigación del Servicio.
- q) Mantener informado al Departamento de Emergencia y Cuidados Críticos sobre el desarrollo de sus actividades.
- r) Realizar en el ámbito de su competencia otras funciones que le asigne el Departamento de Emergencia y Cuidados Críticos.

## 5.2. MARCO TEÓRICO

### 5.2.1. RELACIONES PÚBLICAS

Mucho se ha escrito sobre las Relaciones Públicas hasta ahora, los innumerables conceptos que sobre ella existen de por sí, serían materia de un estudio particularmente importante. Así tenemos que: “El significado inmediato de fijarse en esas dos palabras: “Relaciones”, que nos da una idea de contacto personal; y “Públicas”, el hecho de que este contacto se produce ya no en el terreno privado sino en un ambiente público”.<sup>2</sup>

Según Alan Hess: “Relaciones Públicas es el deliberado, planeado y constante esfuerzo para establecer y mantener un entendimiento mutuo entre personas u organizaciones”.<sup>3</sup>

La Asociación Francesa de Relaciones Públicas señala: “Llámesse Relaciones Públicas a las actividades desarrolladas por un grupo con el objeto de establecer y mantener relaciones entre los miembros del grupo y entre el grupo y los diversos sectores de la opinión pública”.<sup>4</sup>

Harry Gerber: asevera que “las Relaciones Públicas son el conjunto de esfuerzos conscientes organizados y continuos, tendientes a crear, mantener y desarrollar un clima de comprensión y de confianza mutua en el seno de la empresa, en la opinión pública, y en todos los grupos que se vinculan directa o indirectamente con la institución”.<sup>5</sup>

Fernando Lozano, Director de la Rev. Española Relaciones Públicas, dice que esta disciplina es “el arte de aglutinar y orquestar todos los medios de comunicación e investigación social en favor de unos fines determinados, en base a un programa técnicamente estudiado y planificado al servicio de unos objetivos concretos, apriorísticamente legítimos”.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> [www.inkariperu.com/relaciones.html](http://www.inkariperu.com/relaciones.html)

<sup>3</sup> Definiciones sobre Relaciones Públicas - RRPP Ciencia de la Integración humana

<sup>4</sup> Definiciones sobre Relaciones Públicas - RRPP Ciencia de la Integración humana

<sup>5</sup> Definiciones sobre Relaciones Públicas - RRPP Ciencia de la Integración humana

<sup>6</sup> Definiciones sobre Relaciones Públicas - RRPP Ciencia de la Integración humana

Carlos Ramírez Alzamora Guerrero define: “Relaciones Públicas son disciplinas que ayudan a lograr valores positivos dependiendo del contexto social para lograr una comprensión entre todos los componentes con un gran respeto por los derechos del ser humano”.<sup>7</sup>

Alfieri Olcese Salvatcci y Gildomero Arista, aseveran que las Relaciones Públicas pueden definirse “Como el conjunto de técnicas que permiten a un individuo o institución crear, sostener y acrecentar una personalidad positiva favorable y acogedora entre el público, a la vez que facilitan una actitud de recíproca comunicación e identificación de intereses”.<sup>8</sup>

El Consejo Directivo de la Federación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas (FIARP), “Las Relaciones Públicas son una disciplina socio-técnica-administrativa, mediante el cual se analiza y evalúa la actitud del público para realizar planes continuos y de comunicación recíproca tomando como base en los intereses de la comunidad”.<sup>9</sup>

Como se observa, en casi todas las definiciones citadas se subraya que el propósito que persiguen las Relaciones Públicas es promover un clima de confianza, simpatía y comprensión entre las personas que se encuentran dentro de una institución o que se relacionan con ella y que la consecución de este objetivo implica y exige un planeado y constante esfuerzo, así como la aplicación de la metodología propia de diversas Ciencias Sociales.

Por ello Francisco Flores Bao propone la siguiente definición: “Relaciones Públicas es una disciplina psico-social administrativa cuya finalidad mediata es proponer la integración humana en todos los niveles de la sociedad, y cuyo objetivo inmediato es generar una conducta solidaria de comprensión y confianza recíprocas entre una entidad y los diversos grupos sociales que se vinculan a ella, en función del interés común”.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Definiciones sobre Relaciones Públicas - RRPP Ciencia de la Integración humana

<sup>8</sup> Definiciones sobre Relaciones Públicas - RRPP Ciencia de la Integración humana

<sup>9</sup> Definiciones sobre Relaciones Públicas - RRPP Ciencia de la Integración humana

<sup>10</sup> Definiciones sobre Relaciones Públicas - RRPP Ciencia de la Integración humana

Las Relaciones Públicas o sus siglas RR.PP, son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en las mismas en acciones presentes y futuras.

Su misión es generar un vínculo entre la organización, la comunicación y los públicos relacionados (Stakeholder), además de convencer e integrar de manera positiva, para lo cual utiliza diferentes estrategias, técnicas e instrumentos.<sup>11</sup>

Se llama Relaciones Públicas o RRPP, sigla con la cual también se suele denominar a esta disciplina para ganar en abreviación, a la ciencia que se ocupa de gestionar la comunicación entre una organización determinada y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva entre el público.<sup>12</sup>

### **Las Relaciones Públicas Estrenan Nueva Definición:**

Hace unos meses, la Sociedad de Relaciones Públicas de América (PRSA) inició una campaña para redefinir el concepto de relaciones públicas. Y tras una votación pública celebrada el pasado mes de febrero, ya hay por fin definición ganadora: “Las relaciones públicas consisten en el proceso estratégico de comunicación que construye relaciones mutuamente beneficiosas entre las organizaciones y sus públicos”.

En la votación pública, que tuvo lugar entre los días 13 y 26 de febrero, participaron 1.447 personas. El 46,4% de los votos (671) fue a parar a la definición ganadora, que tuvo que enfrentarse a otras dos rivales:

- “Las relaciones públicas son una función de dirección consiste en investigar, comunicar y colaborar con los públicos para construir relaciones mutuamente beneficiosas”.

<sup>11</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones\\_p](http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p)

<sup>12</sup> Relaciones Públicas - Definición ABC

- “Las Relaciones Públicas consisten en el proceso estratégico de interacción entre las organizaciones y sus públicos para lograr el entendimiento mutuo y alcanzar objetivos”.

La nueva definición de Relaciones Públicas es una actualización de la formulada inicialmente en el año 1982: “Las relaciones públicas ayudan a una organización y sus públicos a adaptarse mutuamente los unos a los otros”.

La recién estrenada definición de Relaciones Públicas no convence a todos, por lo que la PRSA sigue abierta a nuevas propuestas desde su blog. Y es que “como la belleza, la definición de relaciones públicas está en el ojo del observador”, asegura Gerard Corbett, consejero delegado de la PRSA, en declaraciones a The New York Times.<sup>13</sup>

#### 5.2.2 FUNCIONES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS:

1. Elaboración y puesta en marcha de un programa de relaciones públicas con los diferentes públicos, tanto a corto, medio y largo plazo.
2. Supervisión de las publicaciones empresariales.
3. Revisión de todos los documentos destinados al exterior, para verificar si, de alguna manera, se refieren a las relaciones públicas de la empresa.
4. Preparación o aprobación de todas las noticias, artículos, fotografías, etc. Que se entregan a los medios de comunicación.
5. Preparación o consejo de declaraciones y discursos de los dirigentes de la empresa. sus trabajadores sobre la política empresarial y los problemas que la misma empresa pueda tener.
6. Iniciar las relaciones con la comunidad en la que se afincan las sedes de la empresa, colaborando con los periódicos locales, organizaciones cívicas y sociales, escuelas, etc.

---

<sup>13</sup> [www.marketingdirecto.com/.../las-relaciones-publicas-estrenan-nueva-definición](http://www.marketingdirecto.com/.../las-relaciones-publicas-estrenan-nueva-definición)

7. Trabajar en estrecho contacto con la dirección y los consultores legales de la empresa en cuestiones de relación con los órganos de gobierno, incluyendo personalmente al presidente de la empresa.
8. Colaboración con el servicio de marketing en la preparación y ejecución de programas dirigidos a mejorar las relaciones con los intermediarios y red de ventas.
9. Analizar las tendencias futuras y predecir sus consecuencias.
10. Investigar de la opinión pública sus actitudes y expectativas.
11. Tomar medidas para prevenir, descubrir y eliminar cualquier malentendido.
12. Fomentar las buenas relaciones entre el personal y los públicos internos y externos de la empresa.
13. Proyectar la imagen e identidad corporativa.
14. Participar en reuniones directivas.
15. Conocer y clasificar los diversos públicos de la entidad.
16. Asesoría y consejos a los departamentos de personal en cuestiones de relaciones con los empleados, de forma que se ayude a la empresa a ilustrar.

Todas estas son las actividades que podrían llegar a hacer todos los relacionistas públicos. Lo importante no es solamente intermediar entre el público externo sino también interactuar con los empleados y todos los recursos comunicativos que hay dentro de la empresa. Lo importante es identificar cuáles son los puntos débiles que tiene cada organización y a partir de todas estas funciones, hacer un diagnóstico y aplicarlo de manera rápida y con planeación para así asegurar que haya un cierto éxito.

Es por esto que consideramos importante tener claro las funciones de las relaciones públicas porque muchas veces es confundido o menospreciado

solamente porque las personas no saben lo que es y lo útil que puede llegar a hacer para cada organización. <sup>14</sup>

### 5.2.3 OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS:

En una línea general, podemos decir que los objetivos que se pueden perseguir o se conseguirán gracias a una buena estrategia de Relaciones Públicas son:

- Consolidación y proyección de la imagen de la organización
- Generar opinión pública
- Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
- Publicidad institucional de la empresa
- Afianzamiento del factor humano
- Servir de apoyo al área de difusión
- Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa
- Difusión a nivel de prensa
- Ceremonial y protocolo
- Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores
- Prevenir conflictos y malas interpretaciones
- Fomento del respeto mutuo y la responsabilidad social <sup>15</sup>

### 5.2.4 ATENCIÓN AL CLIENTE:

De acuerdo a lo señalado en Wikipedia, la atención al cliente o simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa o institución para relacionarse con sus usuarios y/o clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

---

<sup>14</sup> <https://rrppsoluciones.wordpress.com/2006/10/01/funciones-de-las-relaciones-publicas/>

<sup>15</sup> [www.agenciasdecomunicacion.org/relaciones-publicas/relaciones-publicas](http://www.agenciasdecomunicacion.org/relaciones-publicas/relaciones-publicas).

Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

Servicio al cliente es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción. Se trata de “un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa. <sup>16</sup> (16)

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que hace que una empresa prospere o fracase. Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sea de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

El mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, que era tan previsible y entendible. La preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda para atender.

Hoy la situación ha cambiado en forma dramática. La presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos "clientes escurridizos" que no mantienen "lealtad" ni con las marcas ni con las empresas.

---

<sup>16</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_de\\_atenci3n\\_al\\_cliente](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci3n_al_cliente)

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.<sup>17</sup>

### **Un cliente:**

- Es la persona más importante de nuestro negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor.
- Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- Es un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones (como uno), y no una fría estadística.
- Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.
- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.
- Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.
- Es alguien a quien debemos complacer y no alguien con quien discutir o confrontar.
- Es la fuente de vida de este negocio y de cualquier otro.

### **Conocer al cliente:**

Cada empresario debe responder preguntas tales como: ¿Para qué mejorar la atención a mis clientes?, ¿Cómo hacerlo?, ¿Con quién?, ¿Me traerán ventajas o desventajas esos cambios?.

Estos interrogantes encuentran respuesta a diario en el comportamiento de los consumidores, que reciben influencia de los medios de comunicación para modificar sus hábitos de compra con mucha rapidez. (Uso de distintos medios de pago, entrega a domicilio, compras por Internet, etc.)

---

<sup>17</sup> [www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/.../aconsumidor.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/.../aconsumidor.htm)

Por otra parte, al consumidor ya "no le venden" nada sino que él decide y exige libremente dónde, qué, cómo y cuánto comprar. No habrá llegado para el pequeño y mediano empresario la hora de preguntarse cosas como: ¿Soy consciente de esto? ¿Qué hago para que los consumidores "me elijan a mí"?

Si uno abre simplemente la puerta del local y espera a que vengan los clientes, ¿Vendrán a comprarme? ¿Seguirán viniendo? ¿Por qué deberían hacerlo? ¿Por qué no a la competencia? ¿Me alcanzará con lo que hoy hago para crecer? ¿Y para subsistir?

Alguien le puede preguntar: ¿Ud. vende o le compran?, ¿Cómo construye sus ingresos diarios?, ¿Conoce "a fondo" a sus clientes?, ¿Cómo se entera de sus necesidades y que hace para satisfacerlas?

Estas y otras muchas reflexiones son las que nos permiten conocer a nuestros clientes, crear valor, mejorar la calidad del servicio, lograr fidelidad, crecer, etc.

### **¿Por qué se pierden los clientes?**

En primer lugar debemos conocer que requiere un cliente de nuestra empresa. El siguiente listado enumera una serie de valores apreciados por los consumidores a la hora de realizar una compra. Pensemos por un momento en nosotros mismos, ocupando el rol de consumidores, para verificar si estamos o no de acuerdo con los mismos.

### **¿Qué busca obtener el cliente cuando compra?**

- Un precio razonable
- Una adecuada calidad por lo que paga
- Una atención amable y personalizada
- Un buen servicio de entrega a domicilio
- Un horario cómodo para ir a comprar (corrido o tener abierto también el fin de semana)
- Cierta proximidad geográfica, si fuera posible

- Posibilidad de comprar a crédito (tarjeta o cheques)
- Una razonable variedad de oferta, (marcas poco conocidas junto a las líderes).
- Un local cómodo y limpio

Estos son los valores más importantes que un pequeño empresario debe privilegiar a la hora de enfrentar las épocas de crisis y superarlas con éxito. De nada sirven las "vivezas" o "picardías" del tipo: "el cliente no sabe nada y no se va a dar cuenta", o la falta de control en ciertas actitudes de empleados y propietario con alguna manifestación de "soberbia" hacia el cliente. Un cliente se siente insatisfecho cuando no recibe la atención adecuada y además experimenta un comprensible estado de incomodidad. Esto lo lleva a preguntarse: ¿me quejo? ¿o no vuelvo?.<sup>18</sup>

## 6. RECOMENDACIONES PARA UNA ATENCIÓN EFICAZ AL PÚBLICO:

### 6.1 PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO

#### ¿Cuándo y Cómo se debe empezar?

- El tiempo de espera debe ser el mínimo posible.
- Se puede hacer esperar al interesado cierto espacio de tiempo.
- Intentar atender a las personas por orden de llegada. De no ser así puede crear susceptibilidades en el resto.
- Las primeras palabras imprimen el tono al resto de la conversación. Se recomienda utilizar una fórmula similar a ¿En qué puedo ayudarle?

---

<sup>18</sup> [www.formate-gratis.es/conocimiento-del-cli.html](http://www.formate-gratis.es/conocimiento-del-cli.html)

## ¿Cómo Mantener la Conversación?

- Analizar el lenguaje corporal. Intentar adivinar a través de sus gestos, posturas y ademanes si están cómodos, si están insatisfechos con la información recibida, si no se atreven a preguntar, etc.
- Tratamiento de tú/usted. Dependerá de lo que quiera el público.
- Es importante hacerle sentir cómodo y un tratamiento demasiado formal puede retraerle a la hora de realizar nuevas demandas o explicarse adecuadamente.
- Proporcionar información complementaria y sugerirle ayuda.
- Aparte de la que soliciten, se le proporcionará otra adicional, pues lo normal es que desconozcan (y por eso no la demandan) muchos datos importantes.
- Preguntar con delicadeza. En muchas ocasiones será necesario realizarles algunas preguntas para precisar sus demandas. Se han de efectuar cuidadosamente pues muchas personas pueden pensar que se trata de una intromisión.
- Escuchar de forma activa. Mediante gestos (asentimientos con la cabeza, muecas, etc.) o frases cortas, se le dará a entender que seguimos atentamente su conversación.

## ¿Cómo Finalizarla?

- Es la parte que mejor grabada quedará en el solicitante. Por ello, al igual que en la atención telefónica, la despedida debe ser atenta y amable.
- No se puede alargar demasiado la conversación sobre todo si hay más personas a las que atender.
- Normalmente se dejará a ellos la iniciativa de la despedida. De lo contrario puede parecer que nos incomoda su presencia.

- Si nuestro interlocutor no concluye por su propia voluntad, se le explicará educadamente que hay otras personas que requieren de nuestros servicios.<sup>19</sup>

## 6.2 TIPOS DE COMUNICACIÓN

### a) COMUNICACIÓN VERBAL:

Es el tipo de comunicación más importante y el que requiere un mayor cuidado.

#### **Componentes Estrictamente Verbales:**

Las normas que facilitan el entendimiento entre los intervinientes se sintetizan en:

- Emplear una expresión clara y concisa. Aclarar los puntos más confusos y aquellas palabras que resultan más ajenas a los no iniciados.
- Todas las personas que participen en la conversación deben comprender lo manifestado por alguna de ellas. El discurso debe poder adaptarse al nivel de cualquier oyente.
- Es necesario dar opción de participación considerando los criterios que sobre el tema pudiesen tener.
- Mostrar interés por el tema que nos exponga y por resolverle las dudas que nos pueda plantear. El receptor participa activamente en la elaboración del mensaje y debemos escucharlo con atención.

---

<sup>19</sup> <http://opositorcuencia.galeon.com/documentos/AtencionP.pdf>

### **Componentes Para verbales:**

- Volumen de la voz: Será lo suficientemente alto para que el receptor nos escuche con claridad pero no tanto como para que resulte intimidatorio.
- Entonación: El tono de voz expresará amabilidad y cortesía.
- Fluidez y velocidad: La velocidad de locución no debe ser tan rápida como para resultar inteligible receptor. Tampoco será muy lenta pues denota inseguridad y poca convicción.
- Claridad: La pronunciación y vocalización será clara y comprensible.

### **b) COMUNICACIÓN NO VERBAL:**

#### Expresiones faciales y corporales:

- Sonreír, Tiene una doble ventaja. Al cliente le predispone favorablemente a la conversación y le hace sentir más cómodo, mientras que al personal de contacto le sirve para relajarse.
- Mirar al interesado a los ojos: Ayuda a establecer y a mantener una conversación.
- Gestos y posturas: Delatan intenciones y actitudes. No deben ser bruscos ni proclives a la mal interpretación.

#### Apariencia personal:

- La regla básica es no llamar la atención por ninguno de estos aspectos:
  - Cuidado del aseo y limpieza personal.
  - Indumentaria. Debe ser adecuado al puesto desarrollado.

#### Lugar de trabajo:

- Limpieza y orden en todas las instalaciones especialmente en aquellas de acceso público.

- Disposición adecuada del mobiliario y evitar la presencia de elementos que puedan distraer la atención.
- Accesibilidad rápida a materiales o documentos para proporcionar información.<sup>20</sup>

## 7. SERVICIOS:

Servicios que presta el Hospital Nacional Carlos Alberto Seguí Escobedo:

- **DPTO. DE MEDICINA :**
  - Medicina Interna – Nefrología – Cardiología
  - Medicina Física y Rehabilitación – Reumatología-Neumología
  - Oncología – Gastroenterología - Psiquiatría
  - Especialidades Médicas: Dermatología Infectología
  - Endocrinología
- **DPTO DE PEDIATRIA:**
  - Neonatología – Servicio de Pediatría
- **DPTO. DE CIRUGIA:**
  - Cirugía General - Oftalmología - Otorrinolaringología
  - Urología –Ortopedia y Traumatología – Odonto- estomatología
  - Cirugía Plástica y Reparadora – Cirugía de tórax y Cardiovascular
  - Neurocirugía – Cirugía Cabeza y Cuello y Maxilofacial
  - Especialidades Quirúrgicas
- **DPTO. DE GINECO-OBTETRICIA:**
  - Obstetricia
  - Ginecología

---

<sup>20</sup> Universidad Miguel Hernández [calidad.umh.es/files/2010/09/publicoint.pdf](http://calidad.umh.es/files/2010/09/publicoint.pdf)

➤ **DPTO. DE AYUDA AL DIAGNOSTICO Y TRATAMIENTO:**

- Anatomía Patológica – Medicina Nuclear
- Patología Clínica – Radioterapia
- Hemoterapia y Banco de Sangre - Nutrición
- Diagnóstico por Imágenes – Farmacia

➤ **DPTO. DE ANESTESIOLOGIA:**

- Anestesiología y Centro Quirúrgico
- Recuperación y Terapia del dolor

➤ **DPTO. DE EMERGENCIA Y CUIDADOS CRÍTICOS:**

- Emergencia
- Cuidados Intensivos
- Cuidados Intermedios

**8. EL MODELO DE CALIDAD DE SERVICIO DE GRÖNROOS:**

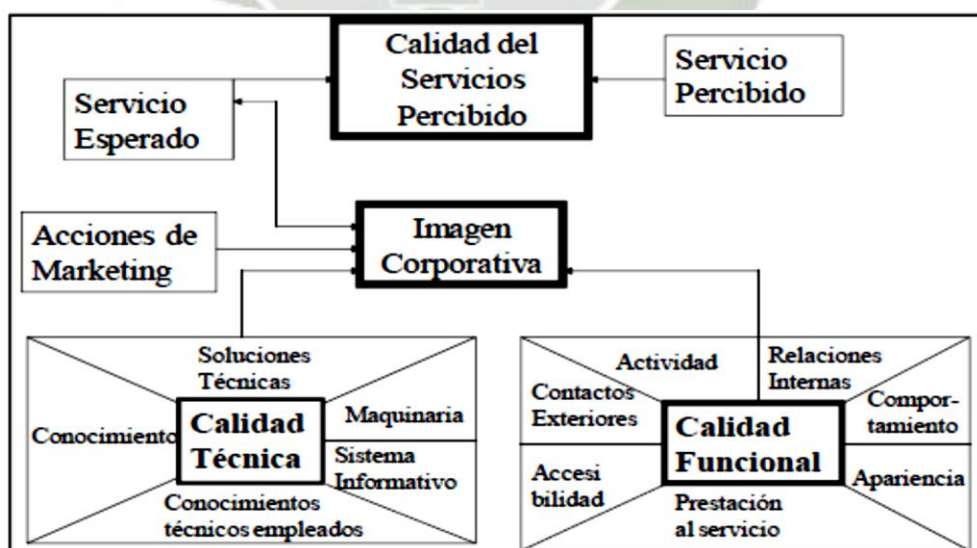
En el modelo de Grönroos no sólo se define y se explica la calidad del servicio percibida a través de las experiencias de las dimensiones de la calidad, sino que la ilustra conectando las citadas experiencias con las actividades del marketing tradicional (Grönroos, 1988).

La buena calidad percibida se obtiene cuando la calidad experimentada satisface las expectativas del cliente, esto es, la calidad esperada. Si las expectativas son poco realistas, la calidad total percibida será baja, aun cuando la calidad experimentada, medida objetivamente, sea buena. La calidad esperada es una función de una serie de factores como: la comunicación de marketing (publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas...), comunicación “boca-a-oido”, la imagen corporativa local y las necesidades del cliente. La experiencia de calidad, es influida por la imagen corporativa local y a su vez por otros dos componentes distintos (Grönroos, 1993):

1. La calidad técnica: que el servicio sea correcto técnicamente y que conduzca a un resultado aceptable. Hace referencia a todo lo que concierne al soporte físico, los medios materiales, la organización interna, sería la dimensión de lo “que” el consumidor recibe.
2. La calidad funcional: forma en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio, sería la dimensión del “cómo” el consumidor lo recibe.

La imagen corporativa de la empresa, es la forma en que los consumidores perciben la empresa. La imagen corporativa se crea, principalmente, mediante la percepción de la percepción de la calidad técnica y funcional de los servicios que presta, y en última instancia afectará a la percepción global del servicio. El autor concluye que el nivel de calidad total percibida no está sólo determinado por el nivel de las dimensiones de la calidad técnica y funcional sino, más bien, por las diferencias que existen entre la calidad esperada y la experimentada (Grönroos, 1984).

### 8.1 MODELO CONCEPTUAL DE LA CALIDAD PERCIBIDA TOTAL DE GRÖNOOS



**Cuadro N° 02:** Modelo Conceptual de la Calidad percibida total de GRÖNOOS

**Fuente:** Grönroos, C. (1988) Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality. Review of Business. New York. St. John's University Press: p12.

## 9. EL MODELO DE GESTIÓN DEL PRODUCTO-SERVICIO: LA OFERTA DE SERVICIOS INCREMENTADA DE GRÖNROOS

A través de este modelo Grönroos pretende analizar el servicio como producto, es decir, como un objeto que puede ser desarrollado, producido y entregado, comercializado y consumido. Dicho análisis está estrechamente ligado a las características de los servicios y al concepto de calidad de servicio percibida. En este modelo igual que en los anteriores, contempla la calidad conformada por dos dimensiones: la calidad técnica y la calidad funcional, así como la actuación como filtro, de la imagen tanto local como global de la empresa. Con este modelo los autores tratan de mostrar con detalle el tema de cómo desarrollar la oferta de servicios para cubrir todos los aspectos de ésta, incorporando las cuestiones de producción y entrega en la planificación de la oferta de los servicios.

De una manera resumida, desglosamos el modelo en los siguientes pasos:

### a) Desarrollo del concepto de servicio

Este concepto o conceptos del servicio determinan las intenciones de la organización, que a su vez conducirán al diseño y posterior desarrollo de la oferta.

### b) Desarrollo de un paquete básico de servicios

El paquete básico de servicios describe el conjunto de servicios que se necesitan para satisfacer las necesidades de los consumidores o de los mercados a los que se destina. Por tanto, este paquete determina qué reciben los clientes por parte de la empresa.

Dentro de este conjunto de servicios es necesario distinguir un servicio esencial y otros complementarios:

- servicio esencial: es la razón de ser de la empresa
- servicios facilitadores: son los que facilitan el uso del servicio
- servicios de apoyo: son también servicios auxiliares utilizados para aumentar el valor y diferenciar el servicio con los de los competidores.

No obstante, la diferencia entre servicios de apoyo y servicios diferenciadores no siempre está clara. En ocasiones el límite entre ambos goza de un carácter bastante difuso, aunque desde el punto de vista de la gestión se debería tener claro ya que los primeros si no se incluyen pueden hacer fracasar el paquete de servicios; y los segundos se diseñan como un arma competitiva para diferenciar la oferta.

La distinción entre servicios esenciales y complementarios no nos debe llevar a engaño sobre la importancia de cada uno, ya que el valor otorgado por parte de los clientes puede no coincidir con el de la empresa.

Sin embargo, el paquete básico de los servicios no es equivalente al servicio percibido por los clientes. Este paquete corresponde principalmente a la dimensión de la calidad técnica: el qué reciben los clientes. No dice nada de la calidad funcional: del cómo.

### **c) Desarrollo de la oferta de servicios incrementada**

Está claro que debido a la naturaleza del servicio las interacciones entre vendedor y comprador que tienen lugar en la prestación de los mismos difieren de una situación a otra. Por tanto la calidad funcional es percibida de una forma bastante subjetiva, lo cual complica sobremanera su medición y valoración.

A pesar de todo, los autores destacan que en la mayoría de los servicios se destacan tres elementos básicos en el proceso de la prestación del servicio:

- La accesibilidad del servicio
- La interacción con la organización de servicios
- La participación del usuario

La accesibilidad hace referencia a la localización y diseño del establecimiento, al número de empleados y su preparación, al conocimiento del número de clientes y del uso que hacen de las instalaciones, del horario del negocio, etc.

Las interacciones las podemos establecer entre empleados y clientes; interacciones entre sistemas y equipos; interacciones de los clientes con las instalaciones; y por último, interacciones entre los propios clientes comprometidos en el proceso.

La participación del usuario incide en el hecho de que el cliente influye en el servicio que percibe, ya que participa en él.

Estos elementos se combinan con el paquete básico formando la oferta de servicios incrementada, con el objetivo de responder a las necesidades y deseos identificados en nuestros clientes.

#### **d) Gestión de la imagen y de la comunicación**

La imagen actúa como filtro en la calidad de servicio percibida. Una imagen favorable aumenta la calidad percibida; una imagen desfavorable, la deteriora. Debido a la naturaleza intangible de los servicios, las actividades de comunicación de marketing no influyen únicamente en las expectativas, sino también tienen un efecto directo sobre las percepciones.

Por tanto, para una buena gestión del paquete de servicios incrementado se tiene que realizar una buena estrategia de comunicación, tanto en los medios tradicionales comerciales como en la más personal comunicación “boca a oído”, sin olvidar la propia imagen del punto de prestación de servicio.

## 10. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La acción de satisfacer o satisfacerse se conoce como satisfacción. El término puede referirse a saciar un apetito, compensar una exigencia, pagar lo que se debe, deshacer un agravio o premiar un mérito.

La noción de satisfacción del usuario refiere al nivel de conformidad de la persona cuando utiliza un servicio.

Es posible definir la satisfacción del usuario como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

Las encuestas a través del correo electrónico o bien en alguna sección del sitio corporativo, como ser en el panel de control del usuario. Existen diversas formas de encarar esta recopilación de información acerca de la experiencia de los usuarios, y una de ellas consiste en realizarles una serie de preguntas inmediatamente después de haberles brindado un servicio.<sup>21</sup>

## 11. ANTECEDENTES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO BRINDADA EN LOS CENTROS DE SALUD:

Por medio de los siguientes trabajos de investigación de diferentes autores expuestas a continuación, podremos encontrar antecedentes de la calidad del servicio brindada que se ha ido presentando a lo largo del tiempo en los Centros de Salud y que servirán como guía para el desarrollo del presente trabajo.

### **Antecedente N° 01:**

**Título:** “EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE EMERGENCIA DE ADULTOS DEL H.N.E.R.M.- ESSALUD, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS USUARIOS EXTERNOS, AÑO 2005”

---

<sup>21</sup> Grónroos, C. (1988) Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality. Review of Business. New York. St. John's University Press: p12.

**Autora:**

Carmen Gertrudes Vela Velásquez

La investigación sobre la calidad de los servicios de salud ha constituido y constituye un gran reto. En el siglo pasado muchos investigadores se dedicaron al estudio de la calidad en salud; teniendo como a uno de los máximos representantes al Dr. Avedis Donabedian. La calidad en servicios de salud ha sido tratada en muchos escenarios como foros internacionales, simposios, en revistas internacionales, entre otros. En el Perú, el Ministerio de Salud ha dado mucha importancia al tema de la calidad; ha diseñado guías sobre evaluación de la calidad en el servicio, guías sobre evaluación de la calidad de la gerencia. El MINSA ha desarrollado programas de fortalecimiento de los servicios de salud y evaluación de la calidad. Sin embargo el tema de la calidad de atención sigue siendo un gran problema por resolver. Definir calidad de atención en salud es muy complejo. Existen muchas definiciones relacionadas a la calidad. Para unos la calidad la definen en función de la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

Para el profesor Donabedian, “La evaluación de la calidad debe apoyarse en una definición conceptual y operativa de lo que significa la calidad de la atención médica”. Calidad es lo que le da valor a una organización. Buena calidad de atención en un servicio de salud es cuando el usuario externo se siente conforme con el servicio recibido y el usuario interno satisfecho del servicio prestado. Con una solución asistencial / administrativa actualizada, eficiente y oportuna del motivo de su emergencia. Con un trato recibido que demuestre el respeto por sus derechos. Para la definición operativa de una buena atención en servicios de emergencia, consideramos lo siguiente:

- Atención asistencial y administrativa con empatía hacia el usuario externo; desde su ingreso al servicio de emergencia, hasta la dada de alta o la transferencia a otros servicios para continuar su recuperación.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> CARMEN GERTRUDES VELA VELÁSQUEZ. 2010. “Evaluación de la Calidad del Servicio de Emergencia de Adultos del H.N.E.R.M.- ESSALUD, desde el Punto de Vista de los Usuarios

- Atención profesional y técnica en equipo y eficientes al paciente. Producto de lo cual se diagnostica acertadamente y se da solución a la emergencia y motivo de consulta. Información al usuario sobre el diagnóstico, manejo correspondiente y proceso inmediato a seguir. Lo anterior demanda motivación y tiempo necesario de los profesionales y técnicos para poder cumplir acertadamente.
- Manejo administrativo y de gestión eficientes del servicio: para proporcionar una estructura adecuada; con una infraestructura con ambientes que respeten la privacidad y comodidad de los pacientes, con profesionales y técnicos asistenciales especialistas y en número adecuado, con monitores, insumos y medicamentos de buena calidad y en cantidad suficiente, con comodidades mínimas necesarias y bioseguridad correspondientes para el personal asistencial que proporciona el servicio. Con procesos asistenciales y administrativos eficientes, de acuerdo a la tecnología actual y las demandas validas de los usuarios. Con supervisión proactiva interna para el buen desarrollo del servicio y trabajo en equipo. Trabajo en red con las otras emergencias y con todo el sistema de salud correspondiente, para evitar congestión. Existen muchos modelos para determinar la calidad del servicio. Nosotros hemos considerado en parte el modelo de Gronross, que propone tres factores: Calidad técnica, la imagen de la empresa y la calidad funcional. La calidad técnica está en relación al análisis de las competencias laborales y al perfil de puestos. La imagen de la organización que percibe el usuario, basada en la información y / o sus anteriores experiencias. La calidad funcional, la manera como se entrega el servicio; en el sector salud implica la atención del paciente. Esta atención involucra varios aspectos; desde la forma como los vigilantes se relacionan con el paciente, la comodidad de la infraestructura hospitalaria con su correspondiente tecnología, la solución de sus problemas de enfermedad, el trato por parte del personal asistencial, administrativo y de gestión; entre otros. Es lo más evaluable por los usuarios.

---

Externos, año 2005". Doctor en Medicina. Lima - Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.  
Facultad de Medicina. Pág 6 – 7.

Esta evaluación se refiere a la percepción del servicio que se le ofrece. Existen numerosos estudios sobre la percepción de la calidad de los servicios de salud; pero la mayoría de estas investigaciones son referentes a la atención en consulta externa o atención en hospitalización, como por ejemplo los estudios del Ministerio de Salud del 2004 y 2005, y otros estudios más.<sup>23</sup>

Las investigaciones sobre la percepción de la calidad en servicios de emergencia son de menor cuantía en relación a los estudios sobre calidad de consulta externa; pero están aumentando con el transcurso del tiempo. La gran mayoría de estudios sobre calidad / satisfacción en centros asistenciales de salud han utilizado como instrumento a SERVQUAL.

No hemos logrado conseguir estudios en que se evalúe al INTORNO de un servicio de emergencia en su conjunto y considerando a la vez los diferentes tipos de usuarios. Existen estudios sobre satisfacción de usuarios en salud en el Perú; como por ejemplo los realizados en 1999 por la Superintendencia de EPS, en donde investigaron el grado de satisfacción de los pacientes, tanto en consulta externa como en servicios de emergencia; comparando los servicios de salud privados con los del IPSS. Por su parte EsSALUD tiene varios estudios sobre satisfacción de los usuarios externos; como por ejemplo el realizado en el año 2007 en el H.N.E.R.M. y el H. Sabogal. Hay varias definiciones en relación a satisfacción de los usuarios, pero la base fundamental esta en relación a las necesidades y expectativas de los pacientes. González Viejo y otros, definen satisfacción del paciente “como el grado de cumplimiento de sus expectativas en cuanto a atención recibida y sus resultados”.

La satisfacción de los usuarios es considerado como un indicador de calidad en servicios de salud.

---

<sup>23</sup> CARMEN GERTRUDES VELA VELÁSQUEZ. 2010. “Evaluación de la Calidad del Servicio de Emergencia de Adultos del H.N.E.R.M.- ESSALUD, desde el Punto de Vista de los Usuarios Externos, año 2005”. Doctor en Medicina. Lima - Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Medicina. Pág 6 – 7.

Para evaluar este indicador es necesario considerar lo más importante en el proceso de atención sanitaria; como es la gran complejidad del proceso de satisfacción de los usuarios, las características de la organización de salud y la correcta aplicación de la metodología científica al evaluar los indicadores de satisfacción de los usuarios.

El análisis sistemático sobre la percepción de los usuarios con respecto al servicio recibido es fundamental, para evaluar la gestión de una organización en sus diferentes niveles; desde el nivel macro donde se generan las políticas y las normativas, hasta el nivel operativo donde se presta el servicio; de esta forma poder hacer los ajustes necesarios para ofrecer servicios eficientes, competitivos y con una base de respeto por los derechos de los usuarios.

La percepción de los usuarios internos sobre el servicio donde laboran; así como su opinión en relación al servicio prestado a los pacientes y su grado de satisfacción en relación al trato que le proporciona su organización; es tan importante, como el grado de satisfacción de los usuarios externos, para evaluar la calidad de una organización. También son importantes las percepciones de los usuarios internos de los otros servicios que reciben pacientes para continuar el manejo de los mismos.<sup>24</sup>

#### **OBJETIVO GENERAL:**

- 1) Determinar la calidad del Servicio de Emergencia del HNERM-EsSALUD, año 2005, desde el punto de vista de los usuarios.

---

<sup>24</sup> CARMEN GERTRUDES VELA VELÁSQUEZ. 2010. "Evaluación de la Calidad del Servicio de Emergencia de Adultos del H.N.E.R.M.- ESSALUD, desde el Punto de Vista de los Usuarios Externos, año 2005". Doctor en Medicina. Lima - Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Medicina. Pág 6 – 7.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS: <sup>25</sup>

- 1) Determinar la evaluación de los usuarios externos, respecto a la estructura, proceso y resultado del Servicio de Emergencia del HNERM-EsSALUD.
- 2) Determinar la evaluación de los usuarios internos de emergencia respecto a la: estructura, proceso y resultado del servicio en estudio.
- 3) Determinar la evaluación de los usuarios internos del hospital respecto a la: estructura, proceso y resultado del servicio en estudio.
- 4) Determinar la evaluación de los usuarios respecto a la atención asistencial en el servicio en estudio.
- 5) Determinar la evaluación de los usuarios respecto a la atención médica en el servicio en estudio.
- 6) Determinar la evaluación de los usuarios respecto a la atención de enfermería, en el servicio de emergencia.
- 7) Determinar la evaluación de los usuarios respecto a la atención del técnico de enfermería, en el servicio en estudio.
- 8) Determinar la evaluación de los usuarios respecto a la atención administrativa en el servicio de emergencia en estudio.
- 9) Determinar si los usuarios internos de la emergencia están de acuerdo con el manejo administrativo y de gestión de las jefaturas

---

<sup>25</sup> CARMEN GERTRUDES VELA VELÁSQUEZ. 2010. "Evaluación de la Calidad del Servicio de Emergencia de Adultos del H.N.E.R.M.- ESSALUD, desde el Punto de Vista de los Usuarios Externos, año 2005". Doctor en Medicina. Lima - Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Medicina. Pág 6 – 7.

del servicio y con las políticas gerenciales en relación al manejo del servicio en estudio.

- 10) Determinar si la evaluación de los usuarios externos es la misma si ingresan por el tópico de medicina, el tópico de cirugía, el tópico de traumatología o por la unidad de shock-trauma.
- 11) Determinar el grado de satisfacción consigo mismos de los usuarios internos de emergencia en relación a la atención proporcionada a los pacientes en el servicio en estudio.
- 12) Conocer la opinión de los usuarios internos del hospital en relación a la calidad de atención general del servicio en estudio.
- 13) Determinar el grado de satisfacción de los usuarios externos en relación a la atención recibida en el servicio en estudio.
- 14) Determinar si hay trabajo en equipo del servicio de emergencia de adultos del HNERM con el resto del hospital<sup>26</sup>

#### **Antecedente N° 02**

**TITULO:** “DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA ATENCIÓN DE EMERGENCIAS EN LA UNIDAD MEDICA DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL DE SANTA TECLA”<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> CARMEN GERTRUDES VELA VELÁSQUEZ. 2010. “Evaluación de la Calidad del Servicio de Emergencia de Adultos del H.N.E.R.M.- ESSALUD, desde el Punto de Vista de los Usuarios Externos, año 2005”. Doctor en Medicina. Lima - Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Medicina. Pág. 6 – 7.

<sup>27</sup> SILVESTRE QUINTANILLA LINARES Y FRANCISCO E. REVELO TORRES. 2006. “Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para la Atención de Emergencias en la Unidad Médica del instituto Salvadoreño del Seguro Social de Santa Tecla”. Licenciado en Administración de Empresas. Antiguo Cuscatlán – El Salvador. Universidad “Dr. José Matías Delgado”. Facultad de Economía Santiago I. Barberena. Pág. 52.

## 1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN <sup>28</sup>

### 1.1 Objetivo General de la Investigación

Recopilar información para diseñar un Sistema de Gestión de Calidad para la Unidad de Emergencias de Santa Tecla.

### 1.2 Objetivos Específicos

- Conocer las causas que están provocando la insatisfacción a los usuarios de la Unidad Médica de Santa Tecla.
- Investigar si el personal ha sido capacitado para brindar un Servicio adecuado a los usuarios de la Unidad Médica de Santa Tecla.
- Conocer actitudes del personal hacia la adaptación de un nuevo Sistema de Gestión de Calidad.

## 2. HIPÓTESIS:

### 2.1 Hipótesis General

El actual Sistema de Calidad en atención a los usuarios que utiliza la Unidad Médica de Emergencias del ISSS de Santa Tecla, no reúne la satisfacción de Calidad.

### 2.2 Hipótesis Específicas

- Si se mejorara la Calidad del Servicio en la Unidad Médica de Emergencias de Santa Tecla, mejoraría la satisfacción en los pacientes.
- A mayor capacitación para los empleados de la Unidad Médica de Santa Tecla, mejor Servicio se prestará a los usuarios.

---

<sup>28</sup> SILVESTRE QUINTANILLA LINARES Y FRANCISCO E. REVELO TORRES. 2006. "Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para la Atención de Emergencias en la Unidad Médica del instituto Salvadoreño del Seguro Social de Santa Tecla". Licenciado en Administración de Empresas. Antiguo Cuscatlán – El Salvador. Universidad "Dr. José Matías Delgado". Facultad de Economía Santiago I. Barberena. Pág. 52.

- La adaptación de un nuevo sistema de gestión de calidad, lograr cambiar la actitud del personal hacia la atención a los usuarios de la Unidad Médica de Emergencias del ISSS de Santa Tecla.
- La adaptación de un nuevo sistema de gestión de calidad, lograr cambiar la actitud del personal hacia la atención a los usuarios de la Unidad Médica de Emergencias del ISSS de Santa Tecla.

### **ANTECEDENTE N° 03**

**Título:** “LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA CLINICA ORTEGA DESDE LA PERCEPCIÓN DEL USUARIO EXTERNO”<sup>29</sup>

#### **1. OBJETIVOS**

##### **1.1 Objetivo General:**

- Evaluar la calidad de servicio a través del grado de satisfacción de los usuarios externos en la Clínica Ortega.

##### **1.2 Objetivos Específicos:**

- Determinar el grado de satisfacción del usuario externo para cada una de las dimensiones de calidad.
- Identificar fortalezas y oportunidades de mejora, según los niveles de satisfacción para cada ítem del instrumento servqual.
- Determinar la prioridad asignada por los usuarios externos, para cada una de las dimensiones de calidad.

---

<sup>29</sup> JUAN C. VALERIO ZACARÍAS. Magíster en Salud Pública. Pág. 2. LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA CLINICA ORTEGA DESDE LA PERCEPCIÓN DEL USUARIO EXTERNO. UPLA. Universidad Peruana de los Andes. Pág. 2.

## 2. HIPÓTESIS:

### 2.1 Hipótesis Principal:

- La calidad de servicio percibida por los usuarios externos de la Clínica Ortega es eficiente.

### 2.2 Hipótesis Secundarias:

- La dimensión de calidad con mayor satisfacción es aspectos tangibles y la dimensión con mayor insatisfacción es empatía.
- La fortaleza de la Clínica Ortega se encuentra en los instrumentos, equipos y aparatos con los que cuenta; y la oportunidad de mejora, en que los usuarios reclaman que los trabajadores sean amables y atentos con ellos.
- La primera dimensión priorizada es la respuesta rápida y la última es empatía.

## 3. CONCLUSIONES:

- La calidad de servicio percibida por los usuarios externos de la Clínica Ortega es deficitaria.
- La dimensión de calidad con mayor insatisfacción es confiabilidad seguida de seguridad.
- La fortaleza de la Clínica Ortega se encuentra en sus ambientes agradables, limpios y ordenados y las oportunidades de mejora en que los usuarios reclaman que la emergencia cumpla con el horario establecido y que el personal informe la hora de atención.
- La primera dimensión priorizada es respuesta rápida y la última, aspectos tangibles.



# **CAPÍTULO II**

## **PLANTEAMIENTO OPERACIONAL**

## PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

### 1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

#### 1.1 Técnicas de Investigación

- Encuestas

#### 1.2 Instrumentos de Recolección

- Cuestionario

### 2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

#### 2.1 Ubicación Espacial

El estudio se llevará a cabo en las instalaciones del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo - Essalud ubicado en la Esquina Peral – Ayacucho s/n del distrito, provincia y departamento de Arequipa.

#### 2.2 Ubicación Temporal

El estudio se realizará entre los meses de noviembre 2014 y junio del 2015.

#### 2.3 Unidades de Estudio

Las unidades de estudio están constituidas por los usuarios atendidos en el Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo - Essalud de Arequipa.

##### 2.3.1 Población

Tomaremos como referencia los usuarios atendidos en el Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo – Essalud los meses enero y abril del año 2015 que ascienden a 22,766 pacientes).

### 2.3.2 Muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se empleará una fórmula con una confiabilidad del 95% y con 5% de margen de error.

MARZO		ABRIL	
320	326	324	294
380	410	427	357
430	387	482	315
450	416	321	458
376	414	425	309
326	315	468	388
410	408	329	414
408	356	369	322
315	380	236	390
336	417	411	385
417	450	425	357
414	336	375	424
416	430	417	372
387	320	397	351
356	376	339	403

e	0.05
N	22766
$\sigma$	0.5
Intervalo de Confianza	95%
Área a la izquierda de -Z	0.025
-Z	-1.96
Z	1.96
<b>MUESTRA</b>	<b>378</b>

<b>POBLACIÓN</b>	<b>22766</b>
------------------	--------------

El tamaño de la muestra estuvo constituido por 378 usuarios, que serán encuestadas para realizar el presente trabajo de investigación.

### 3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se formularán estrategias con la finalidad de estructurar el mecanismo de la investigación:

- ❖ Obtención de los datos por revisión de los Registros diarios de Admisión de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo, referente a atenciones de salud brindadas en el área de emergencia.

- ❖ Recolección de datos en base a las encuestas realizadas a los usuarios externos sobre el tema de investigación.
- ❖ Revisión bibliográfica sobre tesis y literatura correspondientes a satisfacción del usuario y metodología de la investigación.

### 3.1. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS

- Solicitud de autorización para la realización del estudio de investigación.
- Aplicación de una prueba piloto a 10 usuarios para validar el instrumento de recolección de datos.
- Aplicación del cuestionario a la muestra determinada.
- Tabulación y vaciado de resultados en las tablas y gráficos estadísticos.
- Análisis e interpretación de resultados.
- Formulación de las conclusiones y sugerencias.
- Elaboración del Informe Final.

### 3.2. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN


Los resultados fueron vertidos en una base de datos, donde se realizó el análisis estadístico.

#### 4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Para la realización del presente trabajo, se realizó el cronograma de actividades detallado a continuación.

ACTIVIDADES	MESES/SEMANAS																																			
	2014								2015																											
	NOV				DIC				ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
FORMULACIÓN DEL PLAN																																				
RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN																																				
PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO																																				
ELABORACIÓN DE TESIS																																				





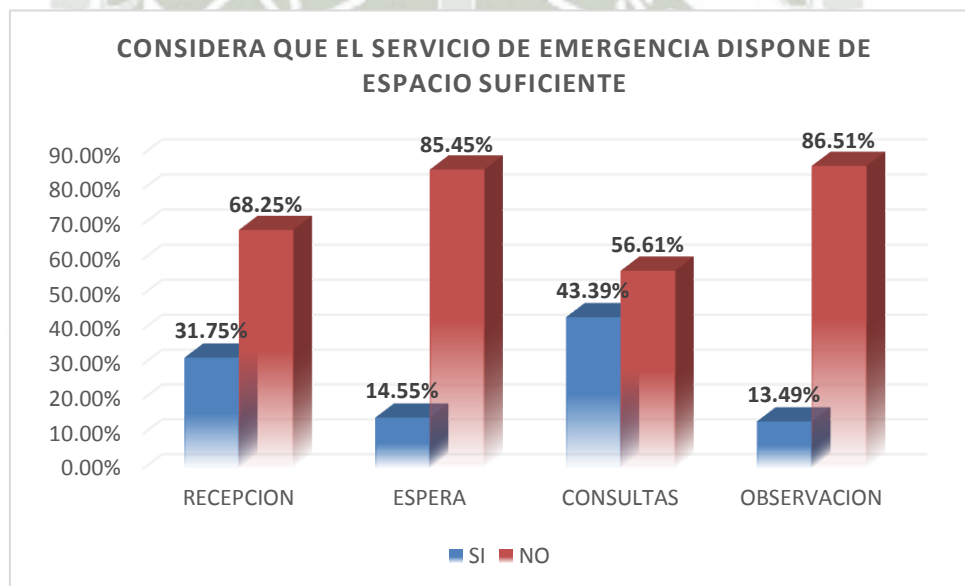
**CAPÍTULO III**  
**PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE**  
**RESULTADOS**

**TABLA N° 01**  
**ESPACIO SUFICIENTE EN EL ÁREA**

ÁREA	ESPACIO SUFICIENTE			
	SÍ		NO	
	f	%	f	%
RECEPCIÓN	120	31.75	258	68.25
ESPERA	55	14.55	323	85.45
CONSULTAS	164	43.39	214	56.61
OBSERVACIÓN	51	13.49	327	86.51

Fuente: Elaboración propia, enero 2015

**GRÁFICO N° 01**



Fuente: Elaboración propia, enero 2015

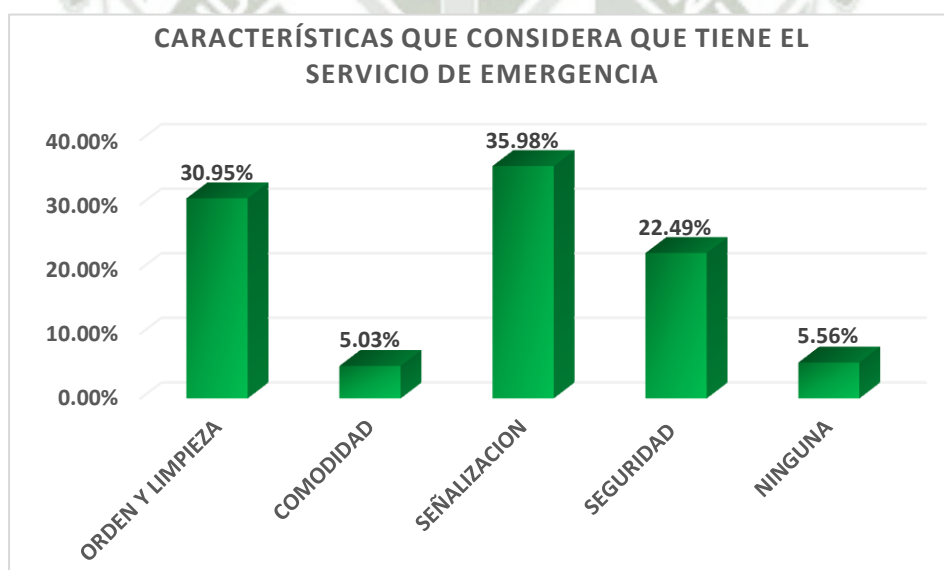
- El 86.51% de encuestados opina que en el área de observación no dispone del espacio suficiente, mientras que en salas de espera un 85.45% considera no disponerlo, el 68.25% de los encuestados manifiesta que el área de recepción no dispone de espacio suficiente, seguidamente un 56.61% opinan que no lo hay en las salas de consultas. Podemos observar que en general las áreas del Servicio de Emergencia carecen de espacios adecuados para brindar atención, siendo el problema más resaltante en las salas de espera y salas de observación.

**TABLA N° 02**  
**CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DE EMERGENCIA**

CARACTERÍSTICAS	f	%
ORDEN Y LIMPIEZA	117	30.95
COMODIDAD	19	5.03
SEÑALIZACION	136	35.98
SEGURIDAD	85	22.49
NINGUNA	21	5.56
TOTAL	378	100.00

Fuente: Elaboración propia, enero 2015

**GRÁFICO N° 02**



Fuente: Elaboración propia, enero 2015

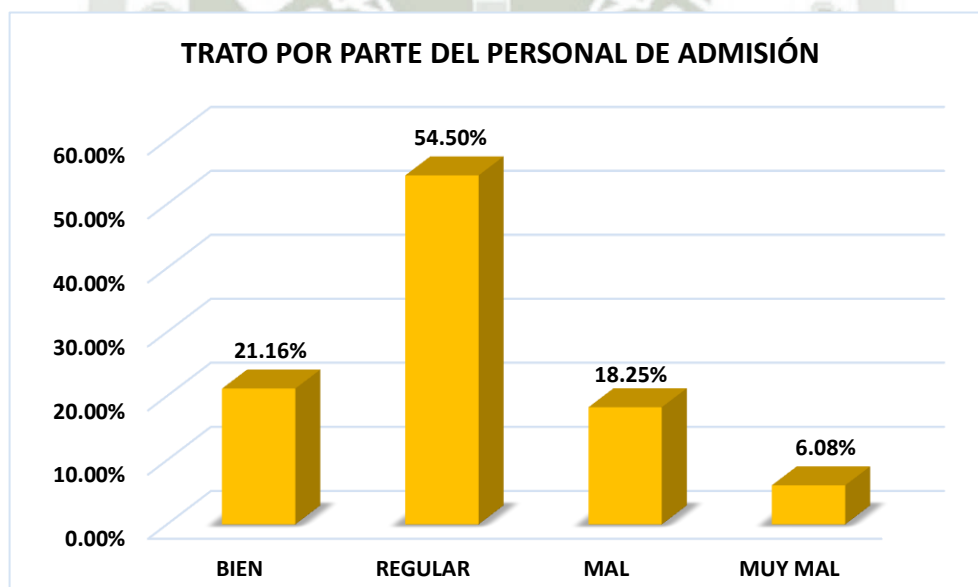
- La mayor cantidad de usuarios encuestados señalaron como característica principal que tiene el servicio de emergencia del HNCASE a la señalización, representado por un 35.98%; en segundo lugar un 30.95% indicó el orden y limpieza; seguido de un 22.49% señalando la seguridad, solo un 5.03% consideraron la comodidad, y no opinaron un 5.56%. Deducimos que el mayor porcentaje de encuestados resalta como fortalezas del servicio la señalización, el orden y limpieza del servicio de emergencia del HNCASE.

**TABLA N° 03**  
**TRATO DEL PERSONAL DE ADMISIÓN**

TRATO DEL PERSONAL	f	%
BIEN	80	21.16
REGULAR	206	54.50
MAL	69	18.25
MUY MAL	23	6.08
TOTAL	378	100.00

Fuente: Elaboración propia, enero 2015

**GRÁFICO N° 03**



Fuente: Elaboración propia, enero 2015

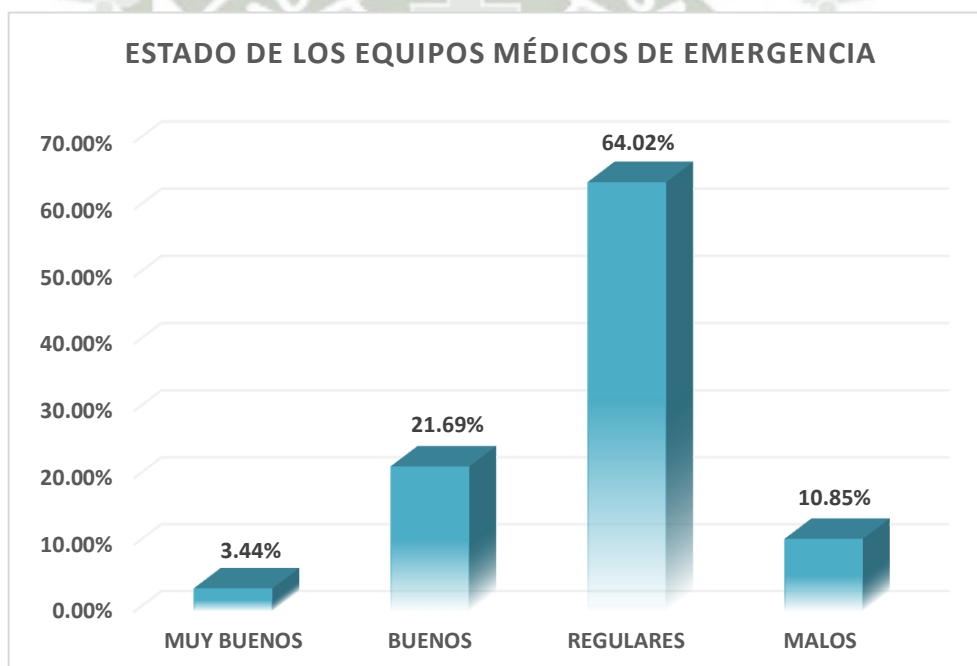
- Al analizar el trato del personal de admisión, se observa que el 54.50% de los encuestados consideran que el trato fue regular, mientras que el 21.16% consideran que los trataron bien, el 18.25% refieren que los trataron mal y el 6.08% consideran que los trataron muy mal. Estos resultados nos deben hacer reflexionar para tomar medidas correctivas sobre el trato del personal de esta importante área de atención al usuario, ya que generalmente es el primer contacto que se tiene con la institución.

**TABLA N° 04**  
**ESTADO DE LOS EQUIPOS MÉDICOS**

ESTADO	f	%
MUY BUENOS	13	3.44
BUENOS	82	21.69
REGULARES	242	64.02
MALOS	41	10.85
TOTAL	378	100.00

Fuente: Elaboración propia, enero 2015

**GRÁFICO N° 04**



Fuente: Elaboración propia, enero 2015

- El 64.02% de los pacientes, califican de regular el estado de los equipos médicos, seguidamente el 21.69% lo califican de buenos, mientras que el 10.85% de malos y solamente el 3.44% de muy buenos.

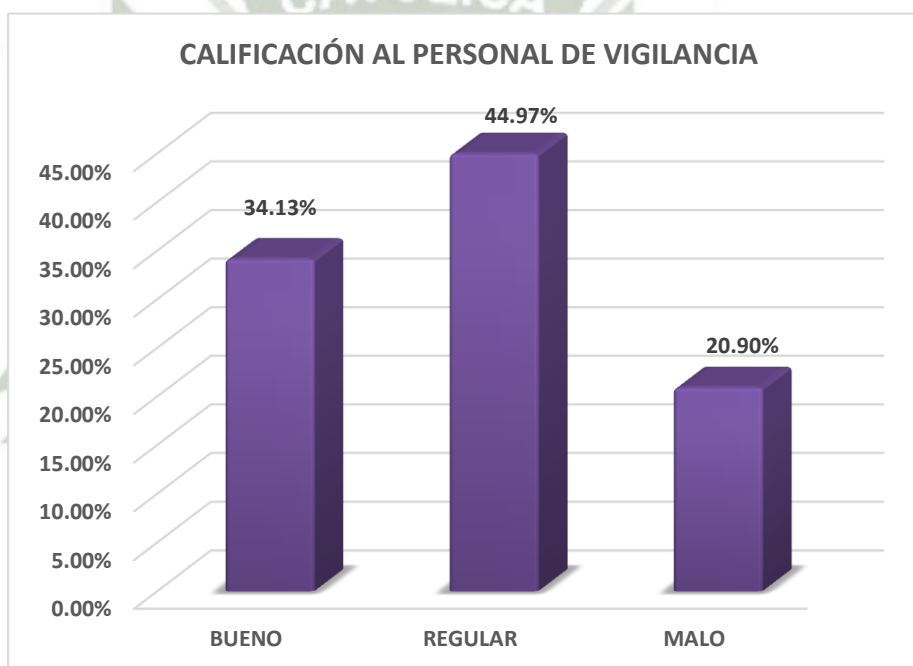
Este resultado es un problema de calidad técnica que influye negativamente en la percepción del usuario y por ende en su satisfacción del servicio.

**TABLA N° 05**  
**CALIFICACIÓN DEL PERSONAL DE VIGILANCIA**

PERSONAL DE VIGILANCIA	f	%
BUENO	129	34.13
REGULAR	170	44.97
MALO	79	20.90
TOTAL	378	100.00

Fuente: Elaboración propia, enero 2015

**GRÁFICO N° 05**



Fuente: Elaboración propia, Enero 2015

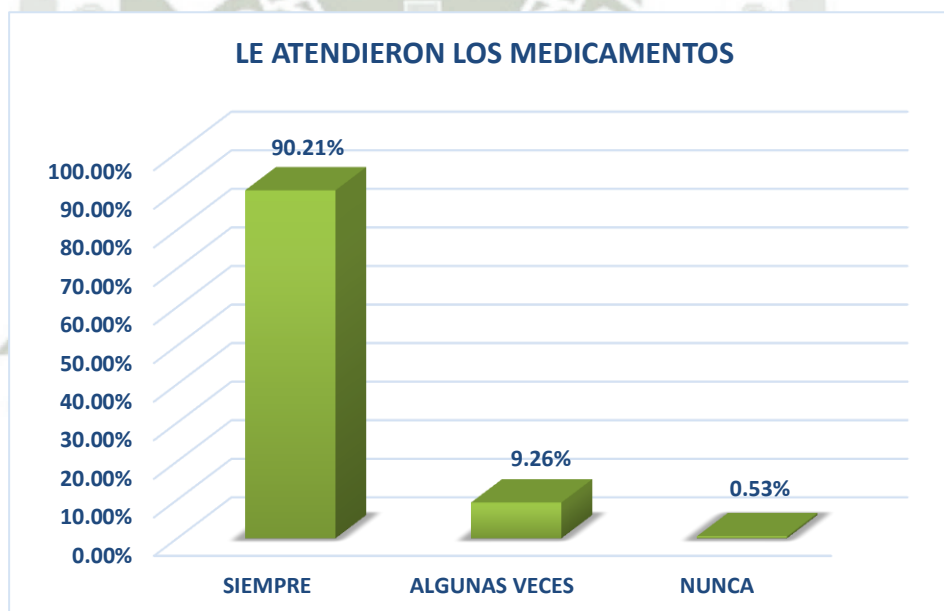
- En este cuadro, obtenemos que el 44.97% de los encuestados califican la atención del personal de vigilancia como regular, mientras que el 34.13% opina que es buena y mala el 20.90%,  
Se infiere que el personal de vigilancia del servicio de emergencia del hospital en estudio no cumple apropiadamente su función en la orientación al usuario.

**TABLA N° 06**  
**MEDICAMENTOS ATENDIDOS**

ATENCIÓN DE MEDICAMENTOS	f	%
SIEMPRE	341	90.21
ALGUNAS VECES	35	9.26
NUNCA	2	0.53
TOTAL	378	100.00

Fuente: Elaboración propia, enero 2015

**GRÁFICO N° 06**



**c**  
Fuente:Elaboración propia, enero 2015

- El 90.21% del personal encuestado, manifiesta que sí le atendieron los medicamentos recetados por el médico en Emergencia, el 9.26% opina que son pocas las veces en que no había stock de medicamentos y el 0.53%, nunca le atendieron.

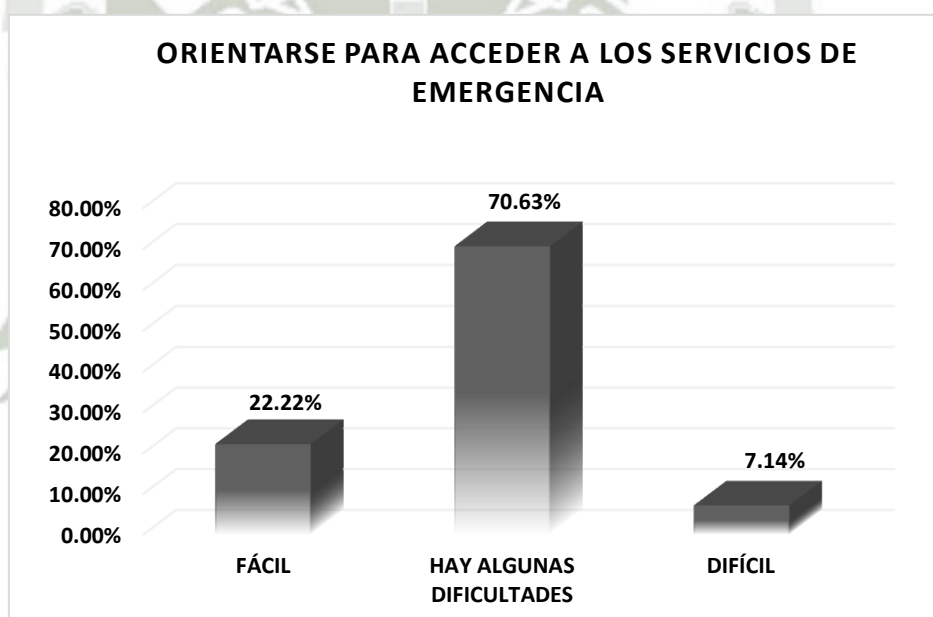
Por lo que se deduce que, la mayoría de los encuestados resalta como fortaleza la atención de medicamentos recetados en Emergencia.

**TABLA N° 07**  
**ORIENTACIÓN PARA ACCEDER AL SERVICIO DE EMERGENCIA**

ORIENTACIÓN A LOS SERVICIOS	f	%
FÁCIL	84	22.22
HAY ALGUNAS DIFICULTADES	267	70.63
DIFÍCIL	27	7.14
TOTAL	378	100.00

Fuente: Elaboración propia, enero 2015

**GRÁFICO N° 07**



Fuente: Elaboración propia, Enero 2015

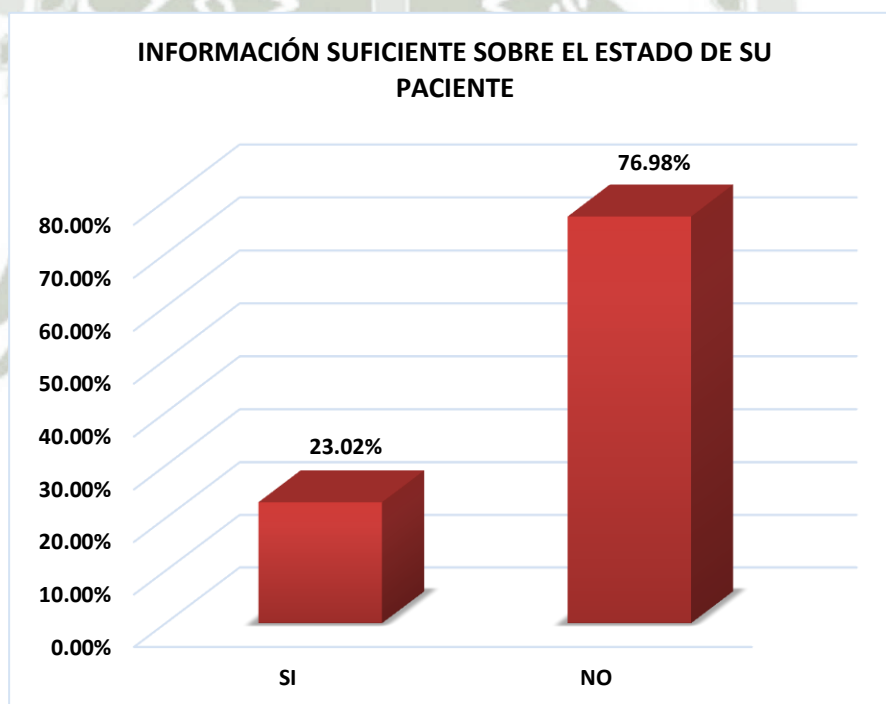
- Según el 70.63% de personal encuestado, encuentra algunas dificultades en orientarse para acceder a los servicios de Emergencia, mientras que el 22.22% indican que es fácil, y solo el 7.14% lo consideran difícil. Se deduce que el servicio de emergencia no cuenta con la señalización apropiada para orientar al usuario, lo que es un grave problema, si consideramos la naturaleza del servicio.

**TABLA N° 08**  
**RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE ESTADO DE SU PACIENTE**

INFORMACIÓN SUFICIENTE	f	%
SI	87	23.02
NO	291	76.98
TOTAL	378	100.00

Fuente: Elaboración propia, Enero 2015

**GRÁFICO N° 08**



Fuente: Elaboración propia, Enero 2015

- Según el 76.98 % de encuestados, cree que no recibe suficiente información sobre el estado de su paciente, mientras que el 23 % se encuentra satisfecho con la información que recibe.

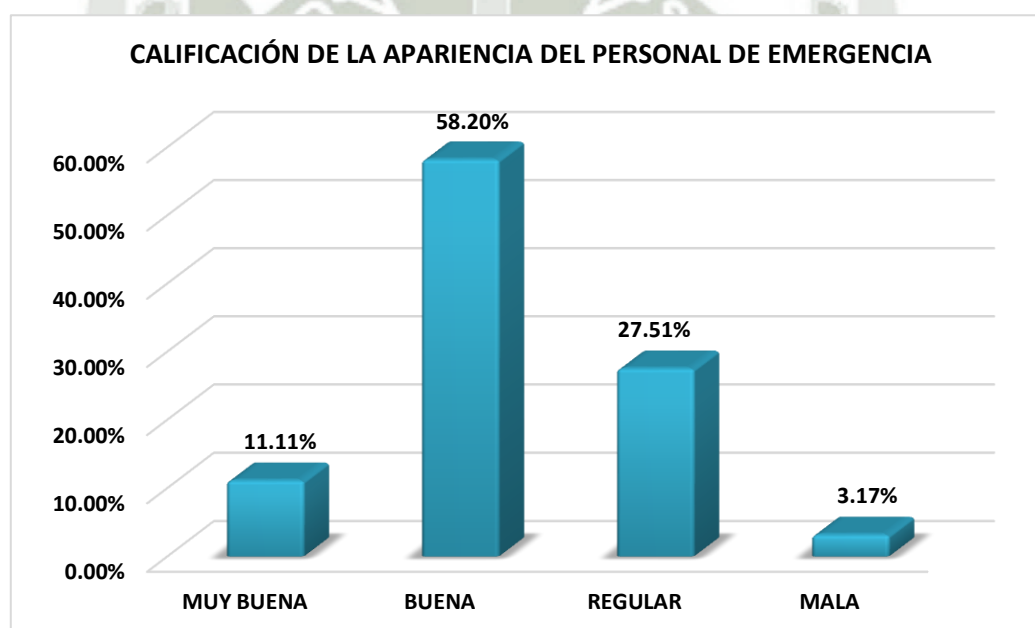
Esta debilidad se debe a la falta de comunicación entre médico y paciente.

**TABLA N° 09**  
**APARIENCIA DEL PERSONAL DE EMERGENCIA**

APARIENCIA	f	%
MUY BUENA	42	11.11
BUENA	220	58.20
REGULAR	104	27.51
MALA	12	3.17
TOTAL	378	100.00

Elaboración propia, Enero 2015

**GRÁFICO N° 09**



Elaboración propia, Enero 2015

- 58.20 % de las personas encuestadas manifiestan de buena, el 27.51 % que es regular, mientras que el 11.11% de las personas encuestadas, opinan que la limpieza e identificación del personal de emergencia es muy buena y sólo el 3.17 % opinan que es mala.

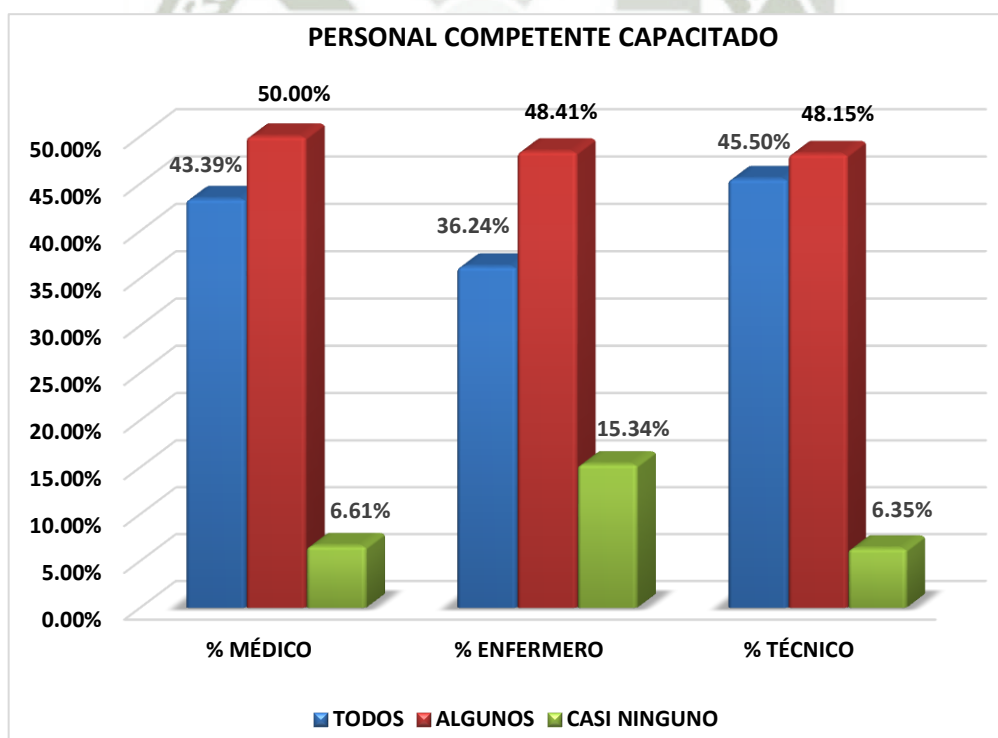
Podemos observar que resalta la apariencia del personal del servicio de emergencia es adecuada.

**TABLA N° 10**  
**CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE EMERGENCIA**

PERSONAL COMPETENTE	MÉDICOS		ENFERMEROS		TÉCNICOS	
	f	%	f	%	f	%
TODOS	164	43.39	137	36.24	172	45.50
ALGUNOS	189	50.00	183	48.41	182	48.15
CASI NINGUNO	25	6.61	58	15.34	24	6.35
TOTAL	378	100.00	378	100.00	378	100.00

Elaboración propia, Enero 2015

**GRÁFICO N° 10**



Elaboración propia, Enero 2015

- El 50 % de las personas encuestadas consideran que algunos médicos están debidamente capacitados y por lo tanto son competentes para el puesto, sin embargo, el 43.39 % opinan que sólo algunos médicos son competentes y están capacitados y sólo el 6.61 % opinan lo contrario.

El 48.41 % de las personas encuestadas consideran que algunos del personal enfermero están debidamente capacitados y por lo tanto son competentes para el puesto, sin embargo, el 36.24 % opinan que sólo algunos del personal enfermero son competentes y están capacitados y sólo el 15.34% de personas opinan lo contrario.

El 48.15 % de las personas encuestadas consideran que algunos del personal técnico están debidamente capacitados y por lo tanto son competentes para el puesto, sin embargo, el 45.50 % opinan que sólo algunos del personal técnico son competentes y están capacitados y sólo el 6.35 % opinan lo contrario.

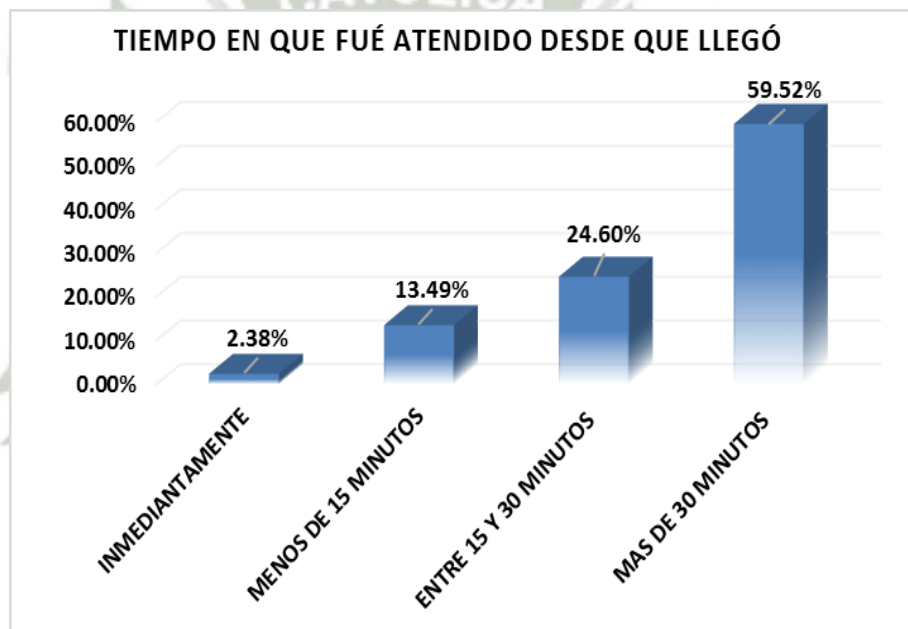
Se puede observar que la percepción de los usuarios sobre la competencia del personal que atiende en el servicio de emergencia es regular, lo que es un factor importante en su nivel de satisfacción sobre el servicio recibido.

**TABLA N° 11**  
**TIEMPO TRANSCURRIDO EN SER ATENDIDO**

TIEMPO EN SER ATENDIDO	f	%
INMEDIANTAMENTE	9	2.38
MENOS DE 15 MINUTOS	51	13.49
ENTRE 15 Y 30 MINUTOS	93	24.60
MAS DE 30 MINUTOS	225	59.52
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100.00</b>

Elaboración propia, Enero 2015

**GRÁFICO N° 11**



Elaboración propia, Enero 2015

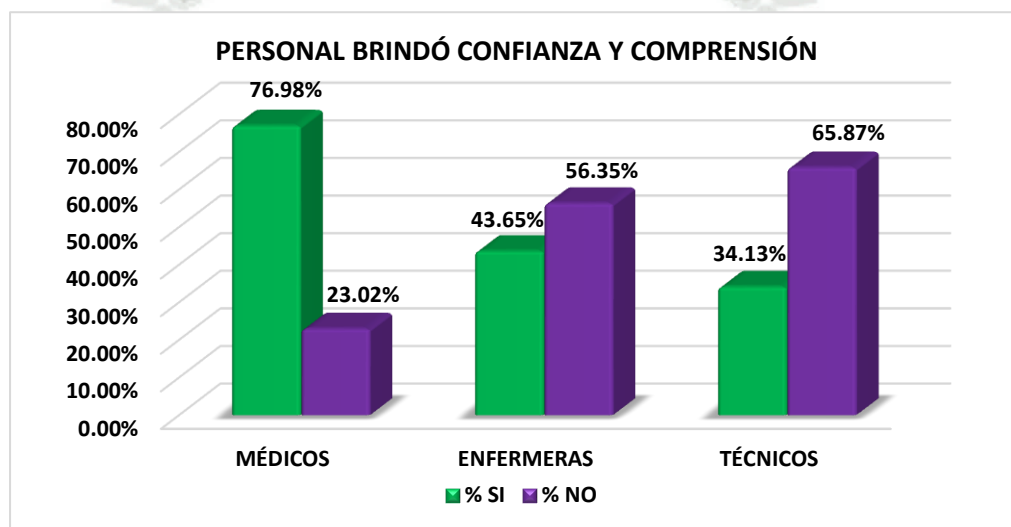
- El 59.52 % tuvo que esperar más de 30 minutos para ser atendido por un médico, el 24.60 % fue atendido entre 15 y 30 min. El 13.49 % esperó menos de 15 minutos y el 2.38 % de personas fueron atendidas inmediatamente. Se deduce que esta debilidad se debe a la excesiva demanda de pacientes y no contar con médicos suficientes para ofrecer atención rápida y expedita.

**TABLA N° 12**  
**CONFIANZA Y COMPRENSIÓN DURANTE LA ATENCIÓN**

CONFIANZA Y COMPRENSIÓN	SÍ		NO	
	f	%	f	%
MÉDICOS	291	76.98	87	23.02
ENFERMERAS	165	43.65	213	56.35
TÉCNICOS	129	34.13	249	65.87

Elaboración propia, Enero 2015

**GRÁFICO N° 12**



Elaboración propia, enero 2015

- Durante la atención, el 76.98 % de las personas atendidas por los médicos sintieron que les brindaron confianza y comprensión. El 65.87 % de las personas sienten que tampoco los técnicos les proporcionan la confianza y comprensión mientras que son atendidas. Sin embargo, el 56.35 % de las personas que fueron atendidas por las enfermeras no sintieron confianza ni comprensión mientras los atendían.

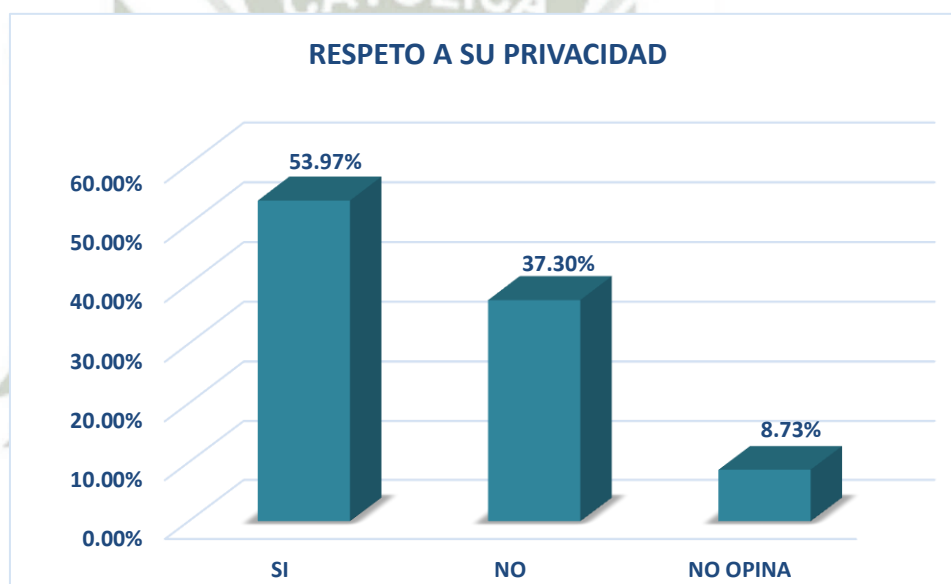
Se observa una fuerte debilidad de calidad funcional de la atención al usuario. Si bien es cierto, al igual que en el cuadro anterior, se podría deber a la demanda de pacientes en espera de ser atendidos en tópicos de procedimientos (Inyectables, RX, Laboratorio, etc.), el personal que atiende en el servicio de emergencia, no estaría atendiendo adecuadamente a los pacientes.

**TABLA N° 13**  
**PRIVACIDAD DURANTE LA CONSULTA**

PRIVACIDAD EN LA CONSULTA	f	%
SI	204	53.97
NO	141	37.30
NO OPINA	33	8.73
TOTAL	378	100.00

Elaboración propia, Enero 2015

**GRÁFICO N° 13**



Elaboración propia, Enero 2015

- De las personas encuestadas el 53.97 % admiten que se respetó su privacidad durante la consulta, el 37.30 % opinan que no, el 8.73 % no opina.

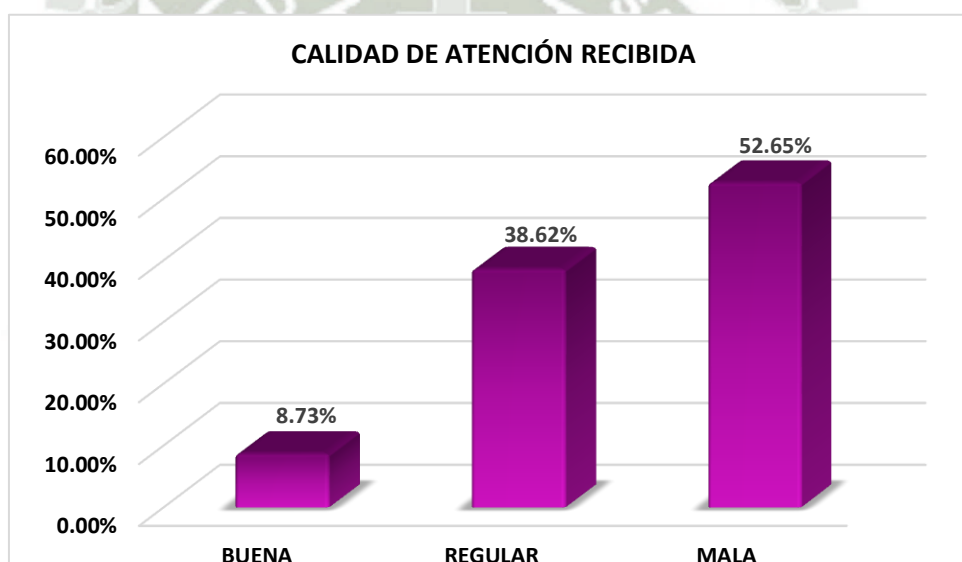
A pesar que los resultados son favorables en un mayor porcentaje, es preocupante el significativo porcentaje de usuarios que opinan de forma negativa, y la privacidad es un aspecto que se debe cuidar sobre todo en un servicio de salud.

**TABLA N° 14**  
**CALIDAD DE ATENCIÓN RECIBIDA DEL SERVICIO DE EMERGENCIA**

CALIDAD DE ATENCIÓN	f	%
BUENA	33	8.73
REGULAR	146	38.62
MALA	199	52.65
TOTAL	378	100.00

Elaboración propia, Enero 2015

**GRÁFICO N° 14**



Elaboración propia, Enero 2015.

- El 52.65 % de las personas que son atendidas por Emergencia opinan que la calidad de atención recibida es mala, el 38.62 % opinan que la atención es regular y sólo un 8.73 % opinan que es buena. Este mayor porcentaje se traduce en la disminución de calidad en la atención, retraso de la misma, acumulación de demandantes en espera de los escasos cupos en salas de observación, escaso personal asistencial, etc.

Razones por las cuales, las personas no están satisfechas con la calidad de atención recibida en el servicio de emergencia fueron las siguientes:

**Tabla N° 15**

1. A veces los médicos indicados de turno no atienden	15	4.35%
2. Demora en los tópicos para la atención y/o reevaluación	10	2.90%
3. Hay médicos malgeniados	8	2.32%
4. Atienden apurados	6	1.74%
5. No muestran interés en las atenciones	5	1.45%
6. Atención pésima	36	10.43%
7. Algunos vigilantes tratan mal	11	3.19%
8. Muestran incapacidad médica	7	2.03%
09. Falta de calidad humana y sensibilidad	16	4.64%
10. El personal de Emergencia no tienen paciencia	23	6.67%
11. Las enfermeras maltratan, son déspotas	49	14.20%
12. Mucha demora en la atención de las interconsultas	18	5.22%
13. Hay hacinamiento	19	5.51%
14. El personal médico consideró que el caso que presenté, no es Emergencia	6	1.74%
15. El tiempo en que el médico dura en atenderme es muy corto	4	1.16%
16. Demora en las colas para las digitaciones en el módulo	30	8.70%
17. No me tocó el médico especialista, sino un residente	9	2.61%
18. Demora en laboratorio para los resultados	5	1.45%
19. Demora en los tópicos para las reevaluaciones	10	2.90%
20. Demora de los médicos en llegar a los tópicos	22	6.38%
21. Hay discriminación	8	2.32%
22. En el cambio de turno, los tópicos se quedan sin médicos	13	3.77%
23. Nos envían a nuestros centros asistenciales y no nos quieren atender	6	1.74%
24. No nos permiten visitar a nuestros familiares que están muy graves	9	2.61%
<b>TOTAL</b>	<b>345</b>	<b>100.00%</b>

Elaboración propia, Enero 2015

## CONCLUSIONES

- PRIMERA.-** Los usuarios del Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo - EsSalud tienen una percepción negativa de la calidad técnica de la atención con la salvedad de la apariencia del personal de asistencia y la atención de los medicamentos recetados.
- SEGUNDA.-** Los indicadores de calidad funcional de la atención brindada por el Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo - EsSalud a sus usuarios son percibidos negativamente, exceptuando lo referente al trato brindado por el personal de admisión, la confianza y comprensión brindadas por los médicos del servicio y la privacidad de la consulta a los pacientes.
- TERCERA.-** El nivel de satisfacción del usuario sobre el servicio recibido del Área de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo - EsSalud es bajo.
- CUARTA.-** La atención que brinda el Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo - EsSalud a los usuarios, influye negativamente en su nivel de satisfacción, por lo que podemos afirmar que la hipótesis ha sido plenamente verificada.

## SUGERENCIAS

De las recomendaciones recibidas de los entrevistados, hemos extractado las principales, que van dirigidas a los diferentes niveles gerenciales, así como al personal que labora en el servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo - EsSalud, con la finalidad de mejorar algunos factores que interfieren en la satisfacción de los usuarios:

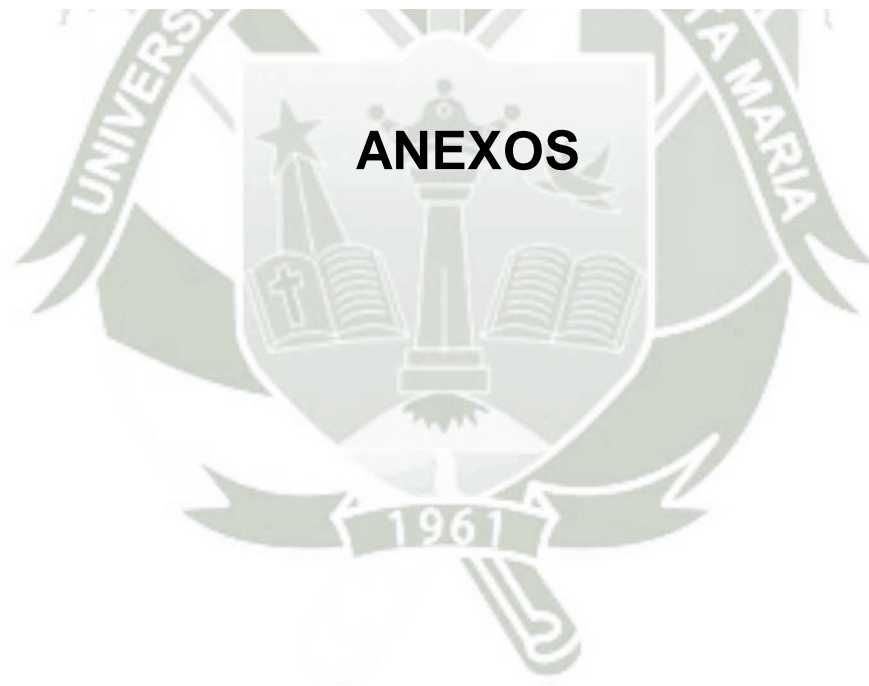
- PRIMERA.-** Se debe mejorar las relaciones interpersonales con los usuarios, mediante el trato apropiado, la empatía y la amabilidad del personal e implementar políticas y planes para mejorar la atención.
- SEGUNDA.-** Organizar reuniones mensuales y capacitación permanente con talleres de auto estima, valores humanos (humanización), con todo el equipo de salud que labora en el servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo - EsSalud, así como calidad de atención a los usuarios para elaborar estrategias que permitan transformar las debilidades en fortalezas.
- TERCERA.-** Se sugiere que el Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguín Escobedo - EsSalud, en sus diferentes áreas debe disponer de ventilación natural y/o sistema de aire acondicionado.
- CUARTA.-** Es necesario que la gestión encargada, proporcione el número suficiente de personal asistencial, monitores, insumos y medicamentos adecuados de acuerdo a la demanda de los pacientes, brindando así una atención con calidad y calidez.

- QUINTA.-** En las salas de Observación, es necesario contar con un sistema de llamado paciente-enfermera manual o electrónico para así optimizar y facilitar el trabajo asistencial.
- SEXTA.-** El Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo - EsSalud, debe contar con salas de espera y área de Informes con personal debidamente capacitado que brinde orientación precisa a los usuarios
- SEPTIMA.-** Se debe mejorar el sistema de atención de emergencia en el Hospital Nacional Carlos Alberto Segúin Escobedo - EsSalud para generalizar la atención inmediata del paciente que acude a esta área, que de no realizarse con la rapidez y calidad necesarias influirían en el pronóstico, y hasta pueden comprometer la vida del paciente.

## BIBLIOGRAFIA

1. Atuncar Ramos Luis, (2012). "Calidad de atención en los servicios de salud".
2. Vela Velásquez, Carmen G. 2010. "Evaluación de la Calidad del Servicio de Emergencia de Adultos del H.N.E.R.M.- ESSALUD, desde el Punto de Vista de los Usuarios Externos, año 2005". Doctor en Medicina. Lima Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Medicina.
3. Atoche Pacherras, César Augusto (2010) "Atención al Cliente" PDF edición Perú.
4. Elías, Joan (2000). "Clientes contentos de verdad: Claves para comprender a clientes y a usuarios". Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
5. Lozano Domínguez, Fernando (2003) "Manual de Relaciones Públicas". Madrid.
6. Flores Bao Francisco, (2003) "Relaciones Pública". Editorial DESA S.A.
7. Hacia una redefinición de relaciones públicas. Recuperado de: <http://www.borriones.net/rpp/redefinicion.pdf>
8. Inkari Peru. "Relaciones Públicas". Recuperado de: [www.inkariperu.com/relaciones.html](http://www.inkariperu.com/relaciones.html).
9. Thompson, Iván (julio 2006). "La satisfacción del cliente", Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccio-cliente.htm>.
10. Pérez Fernández. José A. (2010). "Gestión de Calidad Empresarial: Calidad en los servicios y atención al cliente. Calidad Total". ESIC Editorial.
11. Valero Zacarías Juan (2007) Magíster en Salud Pública. "La calidad de servicio en la Clínica Ortega" desde la percepción del usuario externo. Upla. Universidad Peruana de los Andes.
12. Las Relaciones Públicas estrenan nueva definición. Recuperado de: [MarketingDirecto.com/las-relaciones-públicas-estrenan-nueva-definición](http://MarketingDirecto.com/las-relaciones-públicas-estrenan-nueva-definición)
13. Martínez, Rafael – Martínez, Vilanova (2004): Gestión de la Clientela.
14. Olcese Salvatecc, Alfieri (2003) Cómo estudiar con éxito: Editorial alfa omega.

15. Relaciones Públicas – Definición ABC. Recuperado de: [www.definicionabc.com/comunicación](http://www.definicionabc.com/comunicación).
16. “RRPP Ciencia de la Integración humana”. El libro que me dejó el profe.blogspot.com (2009).
17. Quintanilla Linares, Silvestre y Revelo Francisco E Torres. 2006 “Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para la Atención de Emergencias en la Unidad Médica del instituto Salvadoreño del Seguro Social de Santa Tecla”. Licenciado en Administración de Empresas. Antiguo Cuscatlán – El Salvador. Universidad “Dr. José Matías Delgado”. Facultad de Economía Santiago I. Barberena.
18. Slideshare (2010), Libro de Relaciones Públicas recuperado de: <http://es.wikipedia.org/wiki/SlideShare>.
19. Solano.L.(1995) Fundamentos de las Relaciones Públicas, Madrid, síntesis.
20. Conde Lobaton, Susam Erika TipicianoTasayco, Isel Zamora.
21. <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/Manizales/./aconsumidor.htm>
22. <http://www.agenciasdecomunicación.org/relaciones-publicas/relaciones>.
23. <http://www.monografias.com/trabajos93/satisfacciondelusuarioexternoymotivaciondelpersonalde salud>.
24. <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/acliente.htm>
25. [http://www.concytec.gob.pe/./tesis\\_upla\\_posgrado\\_la\\_calidad\\_de\\_servicio\\_en\\_la\\_clínica\\_ortega](http://www.concytec.gob.pe/./tesis_upla_posgrado_la_calidad_de_servicio_en_la_clínica_ortega).
26. [http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/rof/rof\\_arequipa\\_2010.pdf](http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/rof/rof_arequipa_2010.pdf)
27. [http://rrppsoluciones.wordpress.com/2006\\_funciones-de-las-relaciones-públicas](http://rrppsoluciones.wordpress.com/2006_funciones-de-las-relaciones-públicas).
28. [http://cienciasdecomunicación.org/relaciones\\_públicas/relaciones\\_públicas](http://cienciasdecomunicación.org/relaciones_públicas/relaciones_públicas).
29. <http://wwwformate-gratis.es/conocimiento-del-cli.html>.



ANEXO N° 01

FORMATO DE ENCUESTA																																																																																			
<b>FECHA:</b>																																																																																			
<b>HORA:</b>																																																																																			
Nota: Este cuestionario es anónimo y voluntario. Se aplicará en los servicios de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguin Escobedo. Su finalidad es mejorar la atención que recibe en este servicio, por lo que esperamos nos ayuden contestando con la mayor sinceridad posible, a las preguntas formuladas:																																																																																			
<p>1. ¿Considera que el Servicio de Emergencia del Hospital Nacional Carlos Alberto Seguin Escobedo - ESSALUD dispone de espacio suficiente para el área de recepción, espera, consulta y observación de sus pacientes?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">Recepción</td> <td style="width: 10%;">SI</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%;">NO</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30%;"></td> </tr> <tr> <td>Espera</td> <td>SI</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Consulta</td> <td>SI</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Observación</td> <td>SI</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table> <p>2. Señale las características que considere tiene el Servicio de Emergencia del Hospital:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">Orden y Limpieza</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30%;">Señalización</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>Comodidad</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Seguridad</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Ninguna</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>3. ¿Cómo le trató el personal de Admisión?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">Bien</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30%;">Mal</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Muy Mal</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>4. ¿Cómo califica el estado de los Equipos Médicos en el Servicio de Emergencia?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">Muy Buenos</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30%;">Regulares</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>Buenos</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Malos</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>5. ¿Cómo califica al Personal de Vigilancia?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">Buenos</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30%;">Regular</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%;">Malo</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>6. ¿Le atendieron los medicamentos recetados por el médico en Emergencia?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%;">Siempre</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30%;">Algunas veces no había</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%;">Nunca</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>						Recepción	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		Espera	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		Consulta	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		Observación	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		Orden y Limpieza	<input type="checkbox"/>	Señalización	<input type="checkbox"/>			Comodidad	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>					Ninguna	<input type="checkbox"/>			Bien	<input type="checkbox"/>	Mal	<input type="checkbox"/>			Regular	<input type="checkbox"/>	Muy Mal	<input type="checkbox"/>			Muy Buenos	<input type="checkbox"/>	Regulares	<input type="checkbox"/>			Buenos	<input type="checkbox"/>	Malos	<input type="checkbox"/>			Buenos	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	Siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces no había	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>
Recepción	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>																																																																															
Espera	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>																																																																															
Consulta	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>																																																																															
Observación	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>																																																																															
Orden y Limpieza	<input type="checkbox"/>	Señalización	<input type="checkbox"/>																																																																																
Comodidad	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>																																																																																
		Ninguna	<input type="checkbox"/>																																																																																
Bien	<input type="checkbox"/>	Mal	<input type="checkbox"/>																																																																																
Regular	<input type="checkbox"/>	Muy Mal	<input type="checkbox"/>																																																																																
Muy Buenos	<input type="checkbox"/>	Regulares	<input type="checkbox"/>																																																																																
Buenos	<input type="checkbox"/>	Malos	<input type="checkbox"/>																																																																																
Buenos	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>																																																																														
Siempre	<input type="checkbox"/>	Algunas veces no había	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>																																																																														

7. ¿Ud. cree que es fácil orientarse para acceder a los Servicios de emergencia?

Fácil  Hay algunas dificultades  Difícil

8. ¿Ud cree que recibe suficiente información sobre el estado de su paciente ?

Si  No  Ninguna

9. ¿Cómo califica la apariencia (limpieza, identificación) del personal de Emergencia?

Muy Buena  Buena  Regular  Mala

10. En cuanto a la capacitación del personal, Ud. considera competente a:

Todos los médicos  Algunos médicos  Casi ninguno

Todo el personal de enfermería  Algunos enfermeros  Casi ninguno

Todos el personal técnico  Algunos técnicos  Casi ninguno

11. ¿Qué tiempo transcurrió entre el momento que Ud. llegó al servicio de urgencias y fue atendido por el médico?.

Inmediatamente  Entre 15 y 30 minutos

Menos de 15 minutos  Más de 30 minutos

12. Durante la atención, el personal le brindó confianza y comprensión:

Médicos: SI  NO

Enfermeras: SI  NO

Técnicos: SI  NO

13. ¿ Durante su consulta, se respetó su privacidad ?

SI  NO  No Opina

14. ¿Cómo considera de forma general, la calidad de atención recibida en los servicios de Emergencia?

Buena  Regular  Mala

De ser regular o mala, especificar: \_\_\_\_\_