



**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN**



**LA ATENCIÓN AL PÚBLICO EN EL SECTOR SALUD COMO UNA
COMPETENCIA EN EL AREA DE DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS.**

Un estudio de caso

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al Título de
Licenciada en Educación**

Autora: Soledad Valerio

Tutora: Thairi García

Caracas, Julio de 2011

DEFENSA DE TRABAJOS DE LICENCIATURA VEREDICTO

Quienes suscriben, miembros del jurado designado por el Consejo de la Escuela de Educación en su sesión 1439 de fecha 03.06.2011 para evaluar el Trabajo de Licenciatura presentado por Soledad Votario, C.I. 18.131.288, C.I. _____, y _____, C.I. _____ bajo el Título La Atención al Público en el Sector Salud como una experiencia en el caso de los RHHA. Un caso Est., para optar al Título de LICENCIADO EN EDUCACIÓN, dejan constancia de lo siguiente:

1. Hoy 06.07.2011 nos reunimos en la sede de la Escuela de Educación para que su(s) autor(es) lo defendiera(n) en forma pública.
2. Culminada la Defensa Pública del referido Trabajo de Licenciatura, conforme a lo dispuesto en el Art. 14 del "Reglamento de Trabajos de Licenciatura de las Escuelas de la Facultad de Humanidades y Educación" adoptando como criterios para otorgar la calificación: rigurosidad en el razonamiento, coherencia en la exposición, claridad y pertinencia en los procesos metodológicos empleados, adecuación del sustento teórico, así como la calidad de la exposición oral y de las respuestas dadas a las preguntas formuladas por el jurado, acordamos calificarlo como:

APLAZADO

APROBADO otorgándole la mención:

SUFICIENTE DISTINGUIDO SOBRESALIENTE

3. Las razones que justifican la calificación otorgada son las siguientes: Se presenta un aporte significativo para el Centro Médico La Candelaria donde combina las dimensiones del sector salud con el área educativa en aras de brindar a los usuarios de la institución objeto de estudio un servicio de Atención al Público de calidad dentro del proceso de desarrollo del talento humano.



Prof.(a) Neimar Ramos

Prof.(a) Arto G. Rodríguez

Tutor(a) Thairi Goire
Prof.(a)

APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, profesora Thairi García. C.I. 6.200.756, de la Universidad Central de Venezuela, adscrita a la Escuela de Educación, en mi carácter de tutora del Trabajo de Grado titulado: La Atención al Público en el Sector Salud como una Competencia en el Área de Desarrollo de los Recursos Humanos. Un estudio de caso, realizado por la, ciudadana Soledad Valerio C.I 18.131.288, manifiesto que he revisado en su totalidad la versión definitiva de los ejemplares de este trabajo y certifico que se le incorporaron las observaciones y modificaciones indicadas por el jurado evaluador durante la defensa del mismo.

En Caracas a los 6 días del mes de Julio de 2011.



Profesora Thairi García
C.I: 6.200.756

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN

**LA ATENCIÓN AL PÚBLICO EN EL SECTOR SALUD COMO UNA
COMPETENCIA EN EL ÁREA DE DESARROLLO DE RECURSOS
HUMANOS. Un estudio de caso**

Autora: Soledad Valerio

Tutora: Thairi García

Año: 2011.

RESUMEN

El objeto de estudio de la presente investigación es el Centro Médico la Candelaria, el cual tiene como filosofía de gestión promover el desarrollo del Talento Humano competente y comprometido a satisfacer las necesidades de los usuarios; No obstante, esta filosofía se ve afectada por la insatisfacción del usuario en lo que respecta al proceso de atención al público recibido. Es por ello, que se considera necesario el análisis de dicho proceso, brindado por parte del personal adscrito al Departamento de Ingreso, para determinar si este es visto como una competencia en el área de Desarrollo del Talento Humano. El logro de los objetivos planteados, se hizo posible a través de un estudio de campo, de nivel descriptivo, donde se aplicaron cuestionarios, tanto al personal del Departamento de Ingreso como a los usuarios externos del Centro Médico objeto de estudio, al mismo tiempo se realizaron los análisis que arrojaron los resultados de la investigación, y de esta manera se logró sugerir recomendaciones pertinentes para incentivar la formación continua en función de la atención al público en el área de Desarrollo del Recurso Humano del Centro Médico la Candelaria.

Descriptores: Recurso Humano, Atención al público, Competencias, Calidad de la Atención al público, Satisfacción del Usuario.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN

**LA ATENCIÓN AL PÚBLICO EN EL SECTOR SALUD COMO UNA
COMPETENCIA EN EL ÁREA DE DESARROLLO DE RECURSOS
HUMANOS. Un estudio de caso**

Autora: Soledad Valerio

Tutora: Thairi García

Año: 2011.

ABSTRACT

The subject of study of the current research is the “Centro Médico La Candelaria”, which management philosophy is to promote the development of the competent and committed Human Talent aimed to satisfy the users’ needs; nevertheless, this philosophy it’s affected by users’ dissatisfaction concerned to public attention procedure. That is why it’s considered necessary the analysis of that procedure, given for the staff related to Admission Department in order to determine if this one it’s actually seen as a Human Talent Development competency of this area. The achievement of the intended objectives, have made possible through a field leveled descriptive trial, in where have been applied questionnaires to the Admission Department staff as well as the external users of the Medical Centre, at the same time the analyzes which showed the research results were made, and in this way the relevant recommendations were successfully suggested in order to boost the continuing education in function of public attention in the Human Resource Development area of the “Centro Médico La Candelaria”.

Descriptors: Human Resource, Public Attention, Competencies, Public Attention Quality, User Satisfaction.

DEDICATORIA

Al culminar con este trabajo de grado, quisiera dedicarlo a muchas personas, que me acompañan en todo lo que me propongo y otras, que aunque no están físicamente, están en mi corazón y en mi mente, guiando cada paso que doy para lograr el éxito.

A mi padrino, Francisco Palma que desde el cielo se que estas mirando con gran orgullo y admiración, pues, he logrado eso que esperabas ver con tanto anhelo.

A mi abuelo, Fulgencio Valerio que igualmente desde el cielo estas celebrando este triunfo alcanzado por una de tus nietas mas queridas.

A mis abuelas, Juana y Jorgita, mujeres de gran admiración para mí, a ellas les dedico este logro por haberme enseñado a luchar y perseverar en la vida.

A mi padre, Ricardo Valerio por darme la vida y el apoyo para seguir adelante todos mis sueños sin nunca decirme que no, te quiero papá.

A mi madre, Flor Goicochea por llevarme nueve meses en su vientre, por estar a mi lado cada momento de mi vida y por tratar de que siempre mantuviera la calma ante los obstáculos que coloca la vida.

A todos aquellos familiares y amigos que me dieron palabras de apoyo durante este proceso educativo.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero darle gracias a Dios Todopoderoso por ofrecerme la serenidad y las fuerzas para lograr la meta mas deseada.

A mi Padre, mi Madre y a mi Hermana por sus palabras alentadoras para seguir adelante a pesar de las diferentes vicisitudes de la vida. Gracias por creer en mí.

Quiero agradecerle al Prof. José Marín y a la Profa. María Gorety Rodríguez, por su valiosa colaboración y fructíferas orientaciones profesionales para culminar con éxito este ejercicio intelectual.

Gracias, a mi tutora Thairi García por sus valiosas orientaciones para llevar a cabo el desarrollo de esta investigación.

A mi tía, Elsa Gámez por su estímulo y colaboración permanente para la culminación de esta investigación.

A mi novio, Rafael Anteliz por tenerme paciencia y demostrarme su apoyo en aquellos momentos estresantes para mí.

A todas aquellas personas que hicieron posible el desarrollo de esta investigación, gracias por el aporte intelectual por guía y las correcciones necesarias para vencer las dificultades academias.

“Demos gracias a los hombres y a las mujeres que nos hacen felices, ellos son los encantadores jardineros que hacen florecer a nuestro espíritu.”

Will Rogers

A todos mil Gracias.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pág.
RESUMEN	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULOS	
I: EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema.....	3
Justificación de la Investigación.....	6
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos.....	9
II: MARCO TEÓRICO	
Antecedentes de la Investigación.....	10
Marco Institucional de la Investigación y Filosofía de Gestión.....	17
Bases Teóricas.....	19
Atención al Cliente, Público / Usuario.....	19
Teoría del Comportamiento Organizacional.....	21
Teoría de MacGregor.....	23
Servicio de Atención al Cliente en el Sector Hospitalario.....	25
Competencias del Talento Humano.....	27
Calidad de Servicio de Atención al Público.....	30
Comunicación Eficaz.....	33

La Formación en las Organizaciones.....	35
---	----

III: MARCO METODOLÒGICO

Tipo de la Investigación.....	37
-------------------------------	----

Nivel de la Investigación.....	39
--------------------------------	----

Población.....	40
----------------	----

Muestra.....	40
--------------	----

Las Variables y su Operacionalización.....	41
--	----

Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos.....	41
---	----

Validez de los Instrumentos de Recolección de Datos.....	43
--	----

Técnica de Análisis de Datos.....	44
-----------------------------------	----

IV: PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Atención al Público como una Competencia.....	59
---	----

Contraste de las opiniones de los empleados y usuarios externos.....	61
--	----

Interpretación de las opiniones de los empleados y usuarios externos.....	62
---	----

Recomendaciones para la Formación Continua.....	64
---	----

V: CONCLUSIONES

Conclusiones Generales.....	67
-----------------------------	----

Bibliografía Consultada.....	70
------------------------------	----

Anexo A Operacionalización de Variables.....	75
--	----

Anexo B Cuestionario (C1) aplicado al personal del Dpto. de Ingreso.....	76
--	----

Anexo C Cuestionario sobre percepción de la Calidad de la Atención al Público.....	77
--	----

Anexo D Juicio de Expertos.....	78
---------------------------------	----

Anexo E Matriz de Datos Programa Estadístico Spss17.....	79
--	----

Anexo F Matriz de Datos del Cuestionario (C3 y C4) Excel 2007.....	80
Anexo G Organigrama del Centro Médico la Candelaria.....	81

LISTA DE TABLAS Y GRÀFICOS

NRO.	Contenido	Pág.
Nº1	Tabla y Gráfico del Indicador Cortesía.....	46
Nº2	Tabla y Gráfico Indicador Información Clara.....	47
Nº 3	Tabla y Gráfico Indicador Orientación al Cliente.....	48
Nº4	Tabla y Gráfico Indicador Escucha Activa.....	48
Nº 5	Tabla y Gráfico Indicador Información Completa.....	49
Nº 6	Tabla y Gráfico Indicador Información Actualizada.....	50
Nº 7	Tabla y Gráfico Indicador Atención Personalizada.....	50
Nº 8	Tabla y Gráfico Indicador Comunicación Eficaz.....	51
Nº9	Tabla y Gráfico Indicador Disposición.....	52
Nº 10	Tabla y Gráfico Indicador Cortesía.....	53
Nº 11	Tabla y Gráfico Indicador Disposición.....	54
Nº 12	Tabla y Gráfico Indicador Orientación al cliente.....	54
Nº 13	Tabla y Gráfico Indicador Atención personalizada.....	55
Nº 14	Tabla y Gráfico Indicador Comunicación Eficaz.....	56
Nº 15	Tabla y Gráfico Indicador Escucha Activa.....	57
Nº 16	Tabla y Gráfico Indicador Información Clara.....	57
Nº 17	Tabla y Gráfico Indicador Información Completa.....	58
Nº 18	Tabla y Gráfico Indicador Información Actualizada.....	59
Nº 19	Gráfico Promedio General de las Dimensiones de Percepciones de la Calidad de Atención al Público.....	61
Nº 19	Tabla Contraste de opiniones del departamento de Ingreso y usuarios externos.....	62

INTRODUCCION

En la actualidad la atención al público en las organizaciones de servicio, específicamente en el área de Salud se ha convertido en un proceso de suma importancia ya que por medio de éste, se logra la satisfacción del usuario, para ello, es necesario que todos los integrantes de la organización se centren en el cliente.

Por otro lado, el Talento humano de una organización de servicio debe estar dotado de herramientas y competencias que contribuyan a la calidad de la prestación, empero, la organización debe brindar la formación y actualización necesaria para que el personal de dicha institución logre los objetivos planteados.

Es por ello, que se plantea el análisis del proceso de atención al público en el Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria y para ello, se considera necesario determinar si dicho proceso es contemplado como una competencia por el Talento humano, a su vez, el contrastar las opiniones entre los empleados del departamento de Ingreso y los usuarios externos de la institución, lo que me arrojó los resultados para interpretar las opiniones de estos en cuanto a la calidad de la atención público.

Este estudio tiene como finalidad sugerir recomendaciones que incentiven la formación en el área del recurso humano del Departamento de Ingreso, de esta manera se logran optimizar los procesos que permiten ofrecer a los usuarios un servicio de calidad que satisfaga y cubra las necesidades de los mismos.

El presente trabajo de grado está estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I: se enfoca delimitación del planteamiento del problema de investigación, la justificación por la que se llevó a cabo el estudio y el objetivo tanto general como específico que se desarrollaron para darle sentido a la presente investigación.

Capítulo II: en el mismo se presenta el marco teórico referencial, donde se especifican los antecedentes de la investigación, relacionados con investigaciones anteriores que le dan soporte al presente estudio, además de los elementos que conforman el marco institucional del objeto de estudio, aunado están presente las bases teóricas que conforman la teoría y términos relacionados con el tema de estudio.

Capítulo III: en este capítulo se describe el marco metodológico, en donde se desarrolla el tipo y nivel de la investigación desarrollada, así mismo, se establece la población y muestra con la que se trabajó, se especifican las variables, técnicas e instrumentos de recolección de datos, y la validación de los instrumentos, además de ello también se contempla en este capítulo el procedimiento utilizado para el análisis de los datos.

Capítulo IV: se considera la presentación y análisis de los resultados obtenidos por medio de los instrumentos y técnicas aplicadas, los cuales permitieron conocer la situación y problema que existen en el Centro Médico la Candelaria por último se da respuestas a cada uno de los objetivos establecidos en la investigación.

Capítulo V: se establecen las conclusiones derivadas del desarrollo del estudio de caso.

Finalmente, se presentan las referencias bibliográficas y anexos que sirven de apoyo a la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En las organizaciones de nuestro país, existe un recurso humano que ofrece un servicio o la venta de un producto en particular; dentro de estas organizaciones existen factores y funciones que intervienen en la calidad del servicio prestado, cada uno de estos factores están estrechamente vinculados hacia la atención al público.

Calvo y Cabrera (2008), plantean al respecto lo siguiente:

La actual concepción del servicio involucra a todas y cada una de las partes de la organización, enfocándolas hacia el cliente. No se trata entonces de tener un departamento específico para “atención al cliente” el cual se convierte en el departamento de reclamos; se trata de que todos los integrantes de la organización, cualquiera que sea su función, la oriente siempre hacia el cliente. (p. 9)

De acuerdo con el planteamiento anterior, se infiere que la calidad del servicio esta dada por el grado de satisfacción de los clientes, ya que el mismo desea ser bien atendido en cualquier organización y de esto dependerá que el cliente se sienta satisfecho con el servicio. Es conveniente destacar que las personas son quienes le dan vida a las organizaciones en los distintos procesos, realizando actividades que agregan valor a los productos y servicios, enfocándose directamente hacia el cliente.

Por otra parte, los precitados autores expresan:

La definición de calidad en el servicio es igual a la satisfacción total de los clientes. En otras palabras, un servicio excelente es aquel que es capaz de satisfacer todas las necesidades, deseos y expectativas de los clientes. La meta de una empresa que preste servicios es que su servicio o producto sea aceptado, preferido y comprado por la mayor cantidad de clientes (p.15).

Retomando lo anteriormente expuesto, se observa que el proceso de atención al público es un factor primordial para lograr la satisfacción del cliente, la cual depende de las expectativas y de la percepción del servicio que ha recibido; quizás para algunas organizaciones dicho proceso no se considere como un factor importante que abarca todos los ámbitos de la vida organizacional.

Por consiguiente, se entiende que el proceso de atención al público de calidad puede lograr el éxito de cualquier organización, pero, es necesario que el recurso humano de la misma esté dotado de herramientas y competencias de calidad guiadas a ofrecer una excelente atención al público.

Ahora bien, en cuanto a la calidad de servicio en el sector salud autores como, Creel, Sass y Yinger (2002) señalan:

Para proporcionar atención de alta calidad los proveedores de servicio tienen que entender y respetar las necesidades, actitudes e inquietudes de los clientes; y hay que tener en cuenta que las percepciones de estos últimos, se ven afectadas a su vez por factores personales, sociales y culturales. Las investigaciones ponen de relieve la necesidad dichas perspectivas sobre la calidad de la atención, porque esto eleva la satisfacción del cliente y su uso sostenido de los servicios y mejora en último termino la salud. (p. 1)

Para brindar una atención al público con calidad, es necesario que cada uno de los miembros de la organización conozca como se desarrolla dicho proceso dentro de la institución donde laboran, y además de eso las herramientas que deben tener para que la atención al público satisfaga las necesidades del usuario.

Tal y como se ha expresado, la atención al público debe ser tomada en cuenta en cualquier institución tanto pública como privada, debido a que

es una herramienta que contribuye a la satisfacción del cliente. En relación a esto, Massoud y Cols. (2001) exponen un Enfoque al Cliente:

Un enfoque en los clientes no sólo involucra a las personas que llegan a un establecimiento en busca de servicio (denominadas usuarios externos), sino también se refiere a la necesidad relativa al trabajo del personal (denominado usuarios internos) involucrada en la prestación de la atención. Los usuarios externos incluyen a las personas que reciben el producto final o resultado del sistema. Por ejemplo, los pacientes son los usuarios externos de la atención de salud de un hospital. Los usuarios internos son los miembros de la organización involucrados en los procesos necesarios para producir el resultado, la atención de salud.

Los usuarios internos se benefician de la eficiencia de un sistema al ser capaces de realizar mejor su trabajo y con ello satisfacer mejor las necesidades de los usuarios externos. Los médicos, enfermeras, personal administrativo y de aseo son ejemplos de usuarios internos en un hospital y cada uno es importante para lograr la meta general de una atención de calidad. Durante los procesos de trabajo, muchas veces las personas intercambian funciones, desde ser proveedores hasta usuarios, creando una interdependencia en el desempeño de sus labores. (p.7; 8)

Pues bien, en el caso particular del Centro Médico La Candelaria, se encontró mediante la observación y entrevistas informales, ciertas irregularidades referentes al punto central de investigación, y es debido a que la atención al público brindada por los empleados del Departamento de Ingreso, los usuarios comentaban que no existía una comunicación directa dotada de herramientas comunicacionales, como: la cordialidad, disposición, la escucha activa, y la información clara, completa y actualizada. Por consiguiente, dicho Departamento es un área en donde el personal se enfrenta diariamente con una situación diferente con cada paciente, debido a que es el encargado de ejercer las funciones administrativas que logran la admisión del usuario a dicha institución la cual es, el objeto de estudio de la presente investigación .

De acuerdo con el enfoque al cliente expuesto por Massoud y Cols. (2001), se consideró necesario realizar el análisis del proceso de atención al público, que en la institución objeto de estudio se pone en práctica, tomando en cuenta a los usuarios internos y externos, ya que, los mismos forman parte del sistema de prestación de servicio de la institución, y así poder determinar cuales son los errores o debilidades que pudiesen estar incurriendo entre ellos, que remite a la insatisfacción total o parcial del usuario del Centro Médico, específicamente en el Departamento de Ingreso; para lograr establecer ciertas recomendaciones que incentiven la formación continua en función de la atención al público.

De allí la autora de la presente investigación, se planteó las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son las características del proceso de atención al público que se lleva a cabo en el Centro Médico La Candelaria?

¿Cómo se da el proceso de atención al público prestado por el personal que labora en el Centro Médico La Candelaria?

¿Cuáles son los errores en los que pudiese estar incurriendo el personal del Centro Médico La Candelaria?

¿Cómo se podría mejorar la calidad de la atención al público en el Centro Médico La Candelaria?

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene como objeto analizar el proceso de atención al público en el Centro Médico La Candelaria. Es relevante destacar que uno de los aspectos de mayor prestancia en toda organización es la atención al cliente por ser un factor de importancia. Toscano (2005) indica al respecto:

En cualquier empresa y muy especialmente en aquellas cuyo objeto de su actividad es la venta de productos y servicios, la productividad se mide en términos de

satisfacción del cliente, y el grado de esta satisfacción va más allá de la calidad del servicio, pues en su valoración entra en juego un factor dominante. (p. 2)

En efecto, la atención al cliente toma en cuenta varios aspectos primordiales que hace que una institución sea de mayor preferencia para sus clientes, por ende, el Centro Médico objeto de estudio debe mantener al Talento humano encargado de la atención al público dotado de ciertas herramientas que mejoren el proceso de atención entre el usuario o público y el empleado, ya que por ser una institución del sector salud es sumamente necesario satisfacer al cliente y cubrir con sus expectativas brindando calidad en el servicio prestado. Asimismo, la autora precitada señala:

La atención al cliente es el nexo de unión de tres conceptos: Servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio. Mediante el esmerado trato en la prestación del servicio, el cuidado de los detalles, la disposición de servicio que manifiestan los empleados, el cumplimiento de servicios, etc.... se logra complacer y fidelizar al cliente. Es una filosofía que no tiene resultados inmediatos, pero es un objetivo permanente de toda la empresa y de todo el personal. (p. 3)

Siguiendo el orden de ideas, la atención al público es vista como un objetivo permanente en cualquier institución y más cuando se habla del servicio de salud, como el caso de estudio de esta investigación. Tal como lo expresan los siguientes autores en una de sus investigaciones: Yábar, García y Villavicencio (2002):“El objetivo central de todo establecimiento de salud es la prestación de servicios con la máxima calidad de atención al usuario (paciente)...” (p. 1)

Si bien es cierto, la Salud es un factor de demanday en nuestra sociedad siempre ha sido un elemento sustancial de la agenda pública, la prestación del servicio, el trato a los pacientes o usuarios tanto del Sistema Público de Salud como de las instituciones privadas; la salud se ha convertido en uno de los factores más debatidos por la población venezolana, es por ello, que acercarse lo suficiente a esta situación, se generan datos e información vital

que brinda insumos que permiten mejorar las buenas prácticas y tomar los correctivos necesarios, en la Institución Centro Médico la Candelaria .

Por otra parte, en cuanto a factibilidad de la investigación, se contó con los recursos tanto materiales como financieros, además de eso se obtuvo el acceso a las instalaciones del objeto de estudio para la aplicación de los cuestionarios.

En cuanto a la pertinencia institucional, esta investigación es un aporte que le permitirá una bibliografía de consulta para los estudiantes de la Universidad Central de Venezuela y en particular para los de la Escuela de Educación, además de ser un logro significativo para la investigadora que contribuirá al desarrollo de herramientas necesarias para optar al título de Licenciada en Educación.

En relación a la pertinencia social, esta investigación siendo objetiva, puede generar los cambios necesarios, para evaluar el comportamiento organizacional, específicamente la atención al público que se les presta a los usuarios que diariamente hacen uso del Centro Médico LaCandelaria. De igual manera es un aporte sustancial a la mejora constante de los servicios de salud que se prestan en nuestro país, y en este caso, la institución objeto de estudio.

Por consiguiente, el desarrollo de este tema de investigación sugiere recomendaciones para llevar a cabo la formación continua en cuanto al proceso de Atención al Público brindado por el recurso humano del Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria, además con este tema de estudio se desea proporcionar mayor información en cuanto a la atención al público, que no solamente puede ser aplicada en el Centro Médico objeto de investigación, sino también en otras instituciones del sector salud.

Esta investigación, es un aporte para el Centro Médico La Candelaria, y específicamente para el Departamento de Ingreso debido a que al analizar la forma en que se prestan los servicios, su calidad, celeridad, oportunidad y

pertinencia contribuirán a mejorar las acciones y potencializar la atención al público brindada por el personal que allí labora.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General:

Analizar el proceso de atención al público en el Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria

Objetivos Específicos:

- 1) Determinar si el proceso de atención al público que se lleva a cabo en el Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria es visto como una competencia en el área de desarrollo del Talento humano.
- 2) Contrastar la opinión del personal interno y usuarios externos en cuanto a la calidad de atención al público, brindada por parte del personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria.
- 3) Interpretar las opiniones del personal interno y usuarios externos en cuanto a la calidad de atención al público, brindada por parte del personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria.
- 4) Sugerir recomendaciones pertinentes para llevar a cabo la formación continua en cuanto a la Atención al Público en el Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se aborda todo el aspecto teórico que permitirá dar soporte a la investigación, en principio se comienza exponiendo algunos trabajos previamente realizados por diferentes autores que sirven de antecedentes al trabajo y soportan la idea y los fines de la misma, para luego desplegar la potencialidad teórica que cimienta la investigación que se llevó a cabo.

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Chiluiza y Montalvo, (2009) de la Universidad Politécnica de Guayaquil-Ecuador, presentan un trabajo de grado para optar al título de Economista con Mención en Gestión Empresarial, titulado “Estrategia de Mejoramiento de la Calidad y Niveles de Servicio del Área de Atención al Cliente de Porta”, en cuanto al objetivo general de la investigación: Determinar el grado de aceptación y conformidad por parte del cliente en el momento de haber sido atendido en un centro de atención a clientes. Y sus objetivos específicos más importantes corresponden: 1) Conocer la percepción de los clientes hacia los centros de atención a clientes. 2) Determinar y conocer la calidad del servicio brindada en los centros de atención a clientes. 3) Cuantificar el nivel de aceptación de los clientes para con las herramientas a implementarse. En relación a la metodología, los autores aplican encuestas para desarrollar los objetivos específicos por lo tanto esta investigación corresponde a una investigación de campo, por otro lado, los autores concluyen que se debe establecer grupos de los cuales surjan nuevas y mejores ideas para solucionar problemas actuales o futuros, denominados Círculos de Calidad los cuales estarán formados por los miembros del área, estos podrían ser

celebrados con las principales cabezas de área, y con los asesores donde tendrán la oportunidad de exponer sus ideas para de esta manera todos juntos aportar positivamente y llevar a cabo los objetivos y metas del área de servicios al cliente.

Para los autores las recomendaciones pertinentes son: Implementar mejores herramientas de retención para disminuir al mínimo los clientes desertores; Realizar al menos una vez al mes reuniones entre el personal de los centros de atención a clientes de PORTA y el gerente del área para de esta manera poder aportar con mejores y nuevas ideas; Mejorar la implementación de la cultura de servicio en los asesores del área de servicio al cliente; Mejorar la comunicación con los clientes dándole a conocer todo los beneficios que ha adquirido por preferir a la empresa y cómo los puede obtener.

En cuanto a la vinculación con la presente investigación, el citado antecedente aporta información de suma importancia debido, a que toman en cuenta la calidad del servicio al cliente como un factor primordial en cualquier institución que preste servicio al usuario, un aspecto importante es que da a conocer ciertos elementos como los Círculos de Calidad ya que los mismos son las principales cabeceras del área, es decir, los miembros que conforman cada área de trabajo o departamento, por consiguiente son ellos los que deben impulsar una buena prestación del servicio y un factor interviniente es la atención al público brindada por estos empleados. Pues, para este proceso de la Atención al público nos muestra a la comunicación como una herramienta para mejorar las relaciones entre cliente y empleado.

De la misma manera, Yépez, Romero y Buñay(2009) de la Universidad Politécnica de Guayaquil-Ecuador, presentan un trabajo de ascenso titulado “Análisis de un Centro de Atención al Cliente para Empresas Multiservicios” el cual tiene como objetivo general: Analizar el funcionamiento de un Centro de Atención al Cliente.

Por cuanto a los objetivos específicos corresponden a: 1) conocer los principales servicios que ofrecen, 2) nivel de aceptación por parte de las personas hacia los Call Centers, como también se conocerá el funcionamiento de operación hacia el Mercado.

En cuanto a la metodología, los autores mencionan que se trata de una investigación de campo de nivel descriptivo la cual se desarrolla de la siguiente manera: elaboración de un cronograma de trabajo, Investigación y clasificación de información, aplicación las encuestas pertinentes y Análisis de las encuestas.

La clasificación de la información de este trabajo consistió en el análisis de las encuestas, análisis de los principales Call Centers en Ecuador, su operación y funcionamiento. Las encuestas que se realizaron para la elaboración de este proyecto, permitieron medir el nivel de aceptación de la población hacia los Call Centers, conocer la gestión, operación y comunicación con sus clientes, el tiempo de vida, estrategias, rentabilidad y competitividad en el mercado.

Finalmente, en cuanto a las conclusiones y recomendaciones los autores concluyeron que es una alternativa para las empresas que brindan el Servicio de Atención al Cliente o para aquellas que requieran de la implementación de un sistema de servicio al cliente para la comunicación con los mismos, ya que en la actualidad son la principal estrategia de mercadeo para satisfacer las exigentes necesidades de los clientes de forma directa y personalizada.

Los autores recomiendan que para el excelente funcionamiento de la atención al cliente sea necesario contar con un personal que posea una serie de cualidades, tales como honestidad, atención, conocimiento, vocación y empatía que lo hagan único e irrepetible. Una vez incorporado se lo entrene y se lo evalúe constantemente en un ambiente de apoyo y de fomento a su crecimiento laboral. De su capacidad depende el éxito o el fracaso, teniendo

siempre en cuenta que el costo del entrenamiento es menor que el costo de atender mal a un cliente y perderlo.

Tomando en consideración, esta investigación, para este trabajo, es relevante la información acerca de la percepción que tienen los usuarios en cuanto a la atención al cliente recibida, además de ello, toma en cuenta aspectos relacionados a las cualidades que debe tener el empleado encargado de mantener un contacto directo con el usuario, por lo tanto, esta información es relevante a la hora de la elaboración de las encuestas ya que se puede establecer una escala de valores en función a la vocación del servicio del empleado.

Morín y Origuen (2005) del Colegio Universitario Francisco de Miranda, presentan como trabajo de grado titulado “Calidad del Servicio del Departamento de bienestar social de la Alcaldía Mayor. Área seguros HCM” para optar al título de Licenciado en Administración de Recursos Humanos. El Objetivo General: Evaluar la calidad de servicio que recibe el usuario del departamento de Bienestar Social en lo referente al seguro HCM de la Alcaldía mayor.

Entre sus objetivos específicos se encuentran 1) Describir la características de la calidad de servicio que se presta al usuario en el departamento de bienestar social. 2) Contrastar la opinión de los usuarios en cuanto a la calidad del servicio del departamento. 3) Describir las acciones de mejoramiento de la calidad del servicio que se presta al usuario, en el departamento de Bienestar Social.

En lo referente a la metodología, los autores identifican su investigación de campo con un nivel descriptivo, de acuerdo con el objetivo general donde se buscaba la descripción, registro, análisis, comportamiento e interpretación de las respuestas dadas por los usuarios internos y externos en el área de seguros HCM.

En relación al diseño de la investigación es de campo no experimental debido a que el desarrollo de la investigación se realizó en el terreno y se

obtuvieron datos de primera mano a través de la entrevista en una versión colectiva; las técnicas e instrumentos de recolección de datos fueron la entrevista en su versión colectiva y el cuestionario como instrumento. En correspondencia a las conclusiones los autores obtuvieron como resultado que en cuanto a la calidad de servicio que se presta en el departamento hay ciertas fallas en cuanto a esfuerzos, rapidez en el suministro de la información y organización de la misma, las cuales afectan la imagen ante la percepción de los usuarios externos, en segundo lugar las opiniones de los usuarios internos y externos en ambos grupos existe cierto acuerdo en algunos puntos que se trataron en la entrevista, pero aun así se obtuvo que la automatización de los procesos se considera la más importante y que ayudaría en gran parte a solucionar los problemas como la rapidez en el suministro de la información y la organización de ésta y por último, los usuarios esperan un elevado nivel de servicio prestado por el departamento en cuestión, puesto que existen ciertas debilidades con respecto a la atención al público.

En este trabajo presentado como uno de los antecedentes de la investigación, se toma en cuenta la calidad del servicio de un departamento en particular de la Alcaldía Mayor, pues bien, surgen varias interrogantes de las cuales se pueden tomar en cuenta para la investigación que se está llevando a cabo, debido a que Morín y Orígen desearon estudiar la calidad de servicio en función a la atención al público y la rapidez de la información.

Por consiguiente, toman el proceso de atención al público como un proceso importante para mejorar y optimizar el trabajo del personal, y satisfacer las necesidades del usuario, un aspecto bien importante, es que en las recomendaciones las autoras sugieren la elaboración de un manual o guía de sistemas normas y procedimientos para el área de seguros de HCM y además de ello sugieren capacitar a los analista de seguro en cuanto a su papel de calidad en la atención al público. En el caso del objeto de estudio de la presente investigación, la calidad del servicio sería un objetivo primordial,

siendo una institución de salud y por ende la atención al público sería uno de los elementos necesarios para mejorar y optimizar el proceso de atención al cliente, además de ello el antecedente presentado, muestra una serie de fallas en cuanto a la atención al público, y para la investigadora es necesario conocer cuáles son las fallas que se presentan en otras instituciones y como las atacan las autoras precitadas .

Colina y González (2005) del Colegio Universitario Francisco de Miranda, presentan en su trabajo de grado para optar al título de Licenciado en Recursos Humanos, titulado “Análisis de la atención al cliente de los empleados de la OAC ubicada en los cortijos de Lourdes de la empresa CANTV.

La siguiente investigación tiene como objetivo general: Analizar el servicio al cliente de los trabajadores de la oficina de atención al cliente de los cortijos de Lourdes de la empresa CANTV; y tiene como objetivos específicos: 1) Describir la misión, visión, y objetivos estratégicos de la empresa con respecto al servicio al cliente y sobre la actitud del personal de la empresa al respecto; 2) Conocer los atributos de satisfacción de los empleados con respecto a la función de atender a los clientes; 3) Conocer la opinión del personal que allí labora en cuanto a las quejas de los clientes; 4) establecer la relación existente entre las quejas de los clientes, la actitud de los empleados y los atributos de satisfacción de empleo.

En cuanto a la metodología, corresponde a una investigación de campo de nivel descriptivo los autores mencionan que para llevar a cabo los objetivos de la investigación, se procedió a identificar la responsabilidad que CANTV les asigna a sus empleados orientado a los logros corporativos de cada unidad. Por otro lado, se elaboraron encuestas con preguntas orientadas a indagar acerca de los factores: conocimiento de trabajo, calidad, cantidad, sentido de responsabilidad, iniciativa y disciplina. Es importante mencionar que los datos que obtuvieron fueron suministrados de tres empleados encargados de la atención al cliente.

Los autores mencionan que para el desarrollo del objetivo específico número 4) “Establecer relaciones entre las quejas de los clientes y la actitud de los empleados,” se realizó un cuadro comparativo utilizando la información obtenida de las encuestas realizadas a los clientes y a los empleados.

Los autores concluyen, que es necesario mejorar la atención al cliente debido a que el Recurso Humano y el cliente representan una fuente importante para el óptimo funcionamiento de la empresa además de eso, tomando en cuenta la opinión de los clientes consideran que no existe un cumplimiento de la visión, misión y objetivos estratégicos. Por otro lado, existe poca comunicación entre el cliente y empleados, lo cual ocasiona el desconocimiento de la información necesaria para los clientes, por esta razón no se encuentra en óptimas condiciones para lograr una excelente atención al cliente.

Es por ello que los autores recomiendan, tomar en cuenta esta investigación y hacer conocimiento de ella en todas las áreas de la empresa, y considerarla como aporte para el mejoramiento de la calidad de atención al cliente, es importante tener un recurso humano con competencias que le exijan tener un comportamiento acorde para satisfacer plenamente las necesidades de los usuarios y así mantener un estatus económico y productivo.

Esta investigación contribuye al presente estudio, por contener información sobre la comunicación y herramientas necesarias para la atención al público, además de ello, aporta un conocimiento valioso acerca de lo significativo que es dicho proceso para los usuarios, en efecto la opinión del usuario se hace sumamente relevante debido a que por medio de la misma se recomienda el mejoramiento de la calidad de la atención al público para satisfacer las necesidades del usuario, así mismo en los resultados de la investigación muestran una serie de instancias que se deben tomar en cuenta

para que dicho proceso de atención al público sea de calidad, pues de esa forma le da a conocer a la investigadora como se debe guiar este proceso.

MARCO INSTITUCIONAL DE LA INVESTIGACIÓN

Filosofía de Gestión de la Institución

La filosofía de gestión proporciona la identidad de la organización, hace énfasis en la manera de gestionar los procesos dentro de la institución, por su parte, dentro de la filosofía se precisan los principios y valores que la organización quiere impulsar como cultura y lo que desea finalmente el personal adopte como una forma de vida.

Objeto en Estudio Centro Médico la Candelaria

Para dar mayor sentido a esta investigación es necesario identificar las características principales del objeto de estudio en cuestión, la siguiente información fue obtenida mediante la página web del Centro Médico la Candelaria.

Nombre de la Institución: Centro Médico La Candelaria Dirección: Cúa, estado Miranda Calle José María Carreño, Edif. Candelaria, Piso 2.

Teléfono: (0239) 212.17.03 / 212.76.20

Historia

Desde nuestro inicio en año 1999 el Centro Médico La Candelaria se ha desarrollado como un centro de Salud Integral con el fin de prestar asistencia médica a bajos costos con tecnología de punta.

Misión

Somos una Institución comprometida en ofrecer servicio de salud de alto nivel. Brindando una atención de salud integral, oportuna y humanizada para todo nivel de complejidad, con calidad científica y tecnológica.

Visión

El Centro Médico La Candelaria busca ser la principal institución de salud a nivel regional, como respuesta a las exigencias de nuestros usuarios, resaltando su calidad humana y profesional fortalecida por los avances científicos y con proyección social.

Políticas de Calidad

El Centro Médico La Candelaria tiene como política de calidad el mejoramiento continuo de sus servicios con planificación, seguimiento y control de sus procesos, con talento humano competente y comprometido para satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

Objetivos de Calidad

- Fortalecer el proceso de salud en la Clínica
- Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes internos y externos con atención oportuna, eficiente y humanizada.
- Promover el desarrollo del talento humano.
- Optimizar y mantener los recursos necesarios y adecuados para la prestación del servicio.
- Mejorar cada día más la calidad de servicio.

Valores

- Honestidad
- Pertenecía e Identificación
- Responsabilidad y Compromiso
- Respeto y Humildad

En líneas generales, el Centro Médico la Candelaria es una institución de salud comprometida a satisfacer a los usuarios que hacen uso de sus servicios, por su parte, su política de calidad es llevar a cabo todos los procesos en óptimas condiciones haciendo énfasis en el mejoramiento

continuo y la formación del talento humano competente a las necesidades de los usuarios. Tomando en cuenta esta filosofía de gestión, se hace sumamente garante esta investigación por cuanto a la pertinencia institucional que se evidencia.

BASES TEÓRICAS

Las bases teóricas permiten darle el soporte teórico a la investigación, debido a que es un apartado donde se da a conocer y se explica cuáles son aquellas teorías que sustentan lo investigado, además de ello, contribuye con el investigador en afianzar su criterio o punto de vista en cuanto a una teoría en particular.

Por consiguiente, el fundamento teórico que sustenta esta investigación se encuentra enmarcada en la Teoría del Comportamiento Organización, la Teoría de Douglas MacGregor, y otros soportes teóricos que dan información sobre el objeto de estudio de la investigación. Es por ello, que se considera necesario dar desenlace teórico al eje fundamental de la investigación.

Atención al Cliente, Público / Usuario

En la actualidad el éxito de las empresas de servicio, se basa mayormente en la atención al cliente, donde las relaciones con el público o usuario superan a las actividades a desarrollarse, así mismo, el tema del valor agregado, forma parte de la columna vertebral de una organización de servicio, debido a que el público se encuentra cara a cara con el recurso humano de la misma, es por ello, que el proceso de atención al usuario se debe construir administrar y buscar que todos los recursos que intervienen en él, se manejen adecuada y eficazmente.

De acuerdo con lo establecido por Pérez, (2006):

La atención al cliente, es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar la necesidades del los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este

modo cubrir sus expectativas, y por lo tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. (p.6).

Tomando en cuenta lo expresado por el autor precitado, la calidad de la atención al público es una herramienta estratégica que le da valor al cliente por ser el que valora la calidad del servicio percibida, es por ello, que todas las organizaciones deben estar abiertas a los cambios producidos en las determinadas organizaciones y optimizar las herramientas que incentiven la mejora continua en función de la atención al cliente, ya que por medio de está se logra la satisfacción del mismo.

Si bien es cierto, el cliente debe ser visto como factor primordial en cualquier organización o institución, particularmente en el objeto de estudio de esta investigación como lo es el Centro Médico La Candelaria, el público es el que se encarga de aumentar la oferta de esta institución. En relación al Cliente, Público / Usuario, Estrada (2007) señala:

Es una persona impulsada por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio, o bien de ir a otra institución. A esta persona la encontraremos no solo en el campo comercial, empresarial o institucional, sino también en la política, en la vida diaria, cuando somos pasajeros, estudiantes, pacientes; ellos son los clientes o público usuario según sea el caso, que buscan satisfacer una necesidad.(p.15)

Pues bien, en el caso de estudio, los pacientes son el público o usuario de la institución, de acuerdo con lo expuesto en la cita anterior, los pacientes esperan satisfacer sus necesidades, mediante un proceso de atención al público, dotado de cordialidad, responsabilidad, empatía entre otros aspectos que cubran con las expectativas del usuario.

En efecto, se hace referencia al público interno y externo ya que el primero ayuda a satisfacer las necesidades del otro; para lograr la comprensión de los mismos es necesario recurrir a una definición. Por consiguiente, Pérez (2006) señala que los Clientes Externos: "...son extraños

o ajenos a la empresa y son la fuente de ingresos que sostienen las operaciones...” (p.3). A su vez, el autor precitado define Clientes Internos de la siguiente manera...“son las personas que trabajan en la empresa y hacen posible la producción de bienes o servicios”. (p.4)

En concordancia a lo indicado, los encargados de llevar a cabo el proceso de atención al público son los llamados clientes internos, es por ello, que para lograr la satisfacción del cliente externo y la calidad en el servicio, se debe orientar y brindar una formación continua en cuanto a las políticas y objetivos de la organización, ya que, las mismas deben estar encaminadas hacia la calidad en el servicio prestado.

En suma, Pérez (2006) afirma que: “La participación de ambas formas de clientes, unida por un ambiente de trabajo de buenas relaciones y donde cada persona se esmere por brindar servicios excelentes, permite el logro de la calidad en todos los niveles de la organización.”(p.5).

Es pertinente entonces, considerar el proceso de interacción de la organización como de vital importancia, pues constituye el factor de fuerza que se traduce en un valioso aporte para lograr la excelencia del producto obtenido, a través del sistema global de la organización.

Por ello, es que la labor que desempeñan cada uno de los miembros de la misma está integrada por muchas actividades, que constituyen el proceso antes descrito, aunado a eso, se considera que el Talento humano de la institución objeto de estudio debe estar dotado de competencias que le brinden al usuario una atención al público de calidad.

Teoría del Comportamiento Organizacional

El comportamiento organizacional juega un papel primordial en toda organización ya que este se ocupa del estudio del comportamiento humano en el lugar de trabajo, la interacción entre las personas y la organización, y la organización misma.

Toda organización tiene unos objetivos organizacionales los cuales desea alcanzar, pero para ello, debe contar con la ayuda de las personas que conforman dicha estructura, el recurso humano de la misma espera que su participación satisfaga algunas necesidades personales, así se logra un mejor desempeño en las actividades o tareas a realizar y es allí donde se evidencia el proceso de reciprocidad entre persona y organización; es decir, las personas están dispuestas a realizar bien sus tareas dentro de la organización, si las mismas contribuyen directamente al alcance de los objetivos personales.

Parafraseando a Robbins (2004), el Comportamiento Organizacional es el estudio del comportamiento humano en el lugar de trabajo y la interacción entre las personas y la organización, y la organización en si misma.

En lo que respecta al estudio de Comportamiento Organizacional, el precitado autor indica:

En la actualidad la mayoría de los empleados ocupan puestos de servicios a los clientes entre los ejemplos de estos puestos están los representantes de soporte técnico, despachadores de comida rápida, enfermeras, meseros, vendedores de piso, maestro entre otros. La característica común de estos puestos es un trato intenso con los clientes de la organización y puesto que la organización no puede existir sin los clientes, la administración tiene que ver que los empleados hagan lo que se requiera para complacer a los clientes.....El comportamiento organizacional puede contribuir a mejorar el desempeño de la organización enseñando a los administradores la relación entre las actitudes y la conducta de los empleados y la satisfacción de los clientes. Más de una organización ha fracasado porque sus empleados no han sabido complacer a los clientes. Por ende, la administración debe crear una cultura de sensibilidad a los clientes, y el CO puede dar lineamientos abundantes para ayudar a los administradores a este cometido de crear una cultura en la que los empleados son amables y corteses, accesibles, capaces, listos para responder a las necesidades de los clientes y dispuestos hacer lo necesario para complacerlos. (p.18)

Considerando lo expuesto, hay una serie de elementos que contribuyen a que una organización tenga y mantenga una calidad de servicio eficaz y eficiente para lograr la satisfacción del cliente, es importante destacar que cada organización debe tomar en cuenta el estudio del comportamiento organizacional, debido a que el mismo influye directamente con el desempeño del empleado en una institución, por su parte, el (CO) investiga la interacción entre el empleado y el empleo.

En este orden de ideas, Amorós (S/F) define Comportamiento Organizacional:

Como el campo de estudio que se encarga, de investigar el impacto de los individuos, los grupos, y la estructura organizativa, tiene sobre el comportamiento en las organizaciones, con el fin de aplicar esta información al mejoramiento de la eficacia de la organización. (p.7)

De esta manera, la Teoría del Comportamiento Organizacional (CO) en el caso objeto de estudio, se hace presente en el análisis del proceso a atención al público llevado a cabo por los empleados del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria.

Teoría de MacGregor

La teoría propuesta por Douglas McGregor, conocida como la teoría “X” y la teoría “Y”, establece dos hipótesis, en la teoría “X” se señala que al hombre no le gusta el trabajo y lo ve como un castigo, de tal forma que es necesario coaccionarlo para que realicen sus tareas.

Por su parte, la teoría “Y”, plantea que el hombre considera el trabajo como algo natural y necesita ser motivado constantemente para que se comprometa a realizar su mejor esfuerzo, de esta manera buscará en lo posible asumir responsabilidades y buscar constante superación.

En torno a lo indicado, Palomo (2008) expresa:

MacGregor concluye que la segunda postura es la más aceptable y la que deberían seguir todos los directivos,

pues bien, es importante destacar dos suposiciones que se encuentran implícitas en la obra de MacGregor:

- a) Las satisfacciones de las necesidades superiores de las personas en su trabajo equivalen a su motivación.
- b) Las necesidades incluidas en la jerarquización de Maslow se deberían agrupar en tres niveles:
 - Las necesidades primarias corresponden a las fisiológicas y de seguridad que serían la base de la pirámide.
 - Las necesidades secundarias corresponderían a las necesidades sociales, tales como la participación, aprobación y el afecto.
 - Y en la cúspide de la pirámide se encontrarían las necesidades psicológicas personales tales como la autonomía, realización personal, auto respeto entre otras...

Por consiguiente, en la teoría de MacGregor no es la dirección la que consigue motivar y satisfacer a los trabajadores; sin embargo, si tiene la responsabilidad de poner los medios y disponer de las condiciones de forma que las personas puedan satisfacer sus necesidades inferiores. (p.85).

En concordancia con los supuestos en esta teoría los directivos asumen que los empleados harán uso del autocontrol y la autodirección en beneficio de la organización. Por lo tanto, es responsabilidad de los directivos brindar el entorno adecuado para que los trabajadores utilicen sus potencialidades.

Para finalizar esta idea, MacGregor declara que siempre habrá diferencias importantes en las personas, de modo que unos cuantos trabajadores responderán de acuerdo a los supuestos de la teoría "X", y otros a los de la teoría "Y". A pesar de ello, MacGregor considera que todos los trabajadores poseen cierto potencial de crecimiento en sus capacidades, y enfatiza que los directivos de los centros de trabajo adopten una serie de creencias basadas en las investigaciones del comportamiento humano.

Por consiguiente, es necesario y pertinente que dentro del clima organizacional, se conozcan las necesidades humanas de los miembros que componen la organización, con el fin específico de comprender mejor el comportamiento del empleado y utilizar la motivación como medio en el mejoramiento de la calidad de vida de los mismos, y en el caso que ocupa esta investigación, con más pertinencia hacia el campo del Talento humano.

Por otro lado, la motivación es considerada uno de los aspectos fundamentales dentro de la administración de personal, pues la misma genera en el individuo una condición de estabilidad de intereses, que permite alcanzar metas; la misma, aporta elementos que determinan el comportamiento de los seres humanos y cómo estos influyen en el desarrollo organizacional.

Servicio de Atención al Cliente en el Sector Hospitalario

El servicio de atención al cliente es la unidad responsable de atender a los usuarios de los servicios sanitarios, públicos y privados, además de ello, debe velar por el cumplimiento de los derechos y obligaciones de los familiares del usuario y orientarlo a todo aquello que este necesite.

Como bien lo explica, Murillo (2006):

Los servicios de atención al usuario comenzaron a desarrollarse a principio de los años 80, como una necesidad de cambio en el sistema sanitario de nuestro país, con la intención de acercar las organizaciones sanitarias a los pacientes, y hacer más amable y más fácil la atención que se le prestaba a los ciudadanos.(p.13)

Así mismo, dicho servicio se fundamenta en la preocupación constante por las preferencias de los clientes, tomando en cuenta el espacio físico de las instalaciones como la interacción entre el empleado y usuario. Por su parte, Collins (2006) expresa “servicio al cliente significa entonces proporcionar asistencia a los clientes, de tal forma que esto redunde en un mayor grado de satisfacción, y que además sea concordante con su objetivo” (p.7).

Por otro lado, al frente del servicio de atención al cliente , debe figurar una persona con formación y experiencia reconocidas en las relaciones públicas, asimismo, el papel que desempeñan los servicios de atención al cliente determinan los requisitos de selección de su personal, especialmente los del jefe de la unidad, en consecuencia, es muy importante exigirles condiciones tales como tener experiencia en comunicación, tanto verbal como escrita, capacidad administrativa y un amplio conocimiento del hospital o clínica.

Siguiendo el mismo orden de ideas, el precitado autor plantea:

El personal de atención al cliente, debe ser capaz de aproximarse al cuidado con un abordaje integral...los cuidados forman parte de la atención al proceso, integrados en la gestión clínica de los Centros a través guías y vías clínicas, sesiones de coordinación intra e interinstitucional; todo ello en función de las necesidades del paciente. Es decir, partimos del proceso y nos orientamos a su aplicación individual, con sus especificidades. Podían considerarse elementos claves para alcanzar el buen fin de estos cuidados:

- Formación académica acorde a los objetivos del sistema nacional de salud y las exigencias de la nueva ordenación del estado.
- Formación técnica que permita un ejercicio profesional eficiente.
- Formación ética que permita mantener el mayor nivel de calidad posible según el estado de la ciencia en el momento de realizar las actividades que correspondan.
- Trabajo en equipo, coordinación interinstitucional, y entre instituciones, participación entre comisiones técnicas y grupos de mejora interdisciplinarias.
- Participación en actividades docentes pre y postgrado.
- Información clara y de fácil comprensión a los pacientes y familiares.
- Comunicación constante y abierta con el colectivo enfermero y entre este y el resto de los colectivos que hacen posible el funcionamiento del Centro como un todo.
- Coordinación entre niveles asistenciales.
- Buzón de sugerencias, reclamaciones y felicitaciones.

- Colaboración en la docencia (formación continuada, reciclaje, tutorías pregrado). (p.22)

En lo que respecta en citas anteriores, se evidencia que el personal de una institución del sector salud, debe estar dotado de ciertas herramientas y competencias que logren satisfacer al público o usuario en cuestión. Así mismo, existe un gran interés con la formación continua del personal de los servicios sanitarios ya que es la mejor manera de orientar y dotar al personal de herramientas que contribuyan a su formación en cuanto a sus labores a desempeñar, además de eso, los altos niveles de calidad de servicio se obtienen mediante una formación previa y constante en el puesto de trabajo.

Haciendo énfasis en la investigación en cuestión, existen una serie de instancias que deben ser cumplidas por la institución objeto de estudio, así mismo la interacción del empleado del departamento de Ingreso con el usuario externo es una de las fuentes primarias de la investigación así mismo, lo que se quiere es indagar por medio del proceso de atención al público si se cumple con alguna de las condiciones inherentes a dicho proceso, así como lo mencionaba Collins (2006), son elementos claves la formación tanto académica como ética del empleado entre otros aspectos como la formación y la comunicación con las distintas fuentes de la institución .

Competencias del Talento Humano

El éxito de una organización depende en gran medida del desempeño del Talento humano, así mismo, el desempeño de un puesto de trabajo cambia de persona a persona, debido a que este influye en las habilidades, motivación, trabajo en grupo, capacitación y formación del empleado, es por ello, que la cantidad de esfuerzo aplicado en una actividad determinada depende del trabajador. Por consiguiente, las competencias del Talento Humano juegan un papel fundamental a la hora de lograr el éxito en una

organización. Por su parte, Alles (2007) define competencias: “Hace referencia a las características de personalidad, devenidas en comportamientos, que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo” (p.164).

Por otro lado, las competencias son características propias que subyacen dentro de cada individuo en el lugar de trabajo, es decir, que las competencias influyen directamente en el desempeño laboral de cada individuo, así mismo, es necesario que la organización forme al personal con competencias que ayuden a lograr los objetivos organizacionales de la misma y a su vez que sean cónsonos con el puesto de trabajo que se le otorgue.

Al respecto la autora precitada, explica: “desde la perspectiva del empleado, esta fijación de objetivos, le permite formar parte de la empresa, lo ayuda a vincular su quehacer diario con los objetivos organizacionales y con los resultados” (p.16).

En efecto, las competencias son herramienta indispensables para enfrentar los nuevos desafíos ante un puesto de trabajo, las competencias ayudan a mejorar las labores individuales, de acuerdo a las necesidades del puesto de trabajo.

En este sentido, Levy-Leboyer (citado por Alles, 2007) resume las competencias de la siguiente manera:

- Las competencias son comportamientos; algunas personas disponen mejor de ellas que otras, incluso son capaces de transfórmalas y hacerlas más eficaces para una situación dada.
- Esos comportamientos son observables en la vida cotidiana del trabajo y en situaciones de evaluación. Esas personas, aplican íntegramente sus aptitudes, sus rasgos de personalidad y los conocimientos adquiridos.
- Las competencias son un rasgo de unión entre las características individuales y las cualidades requeridas

para conducir mejor las misiones profesionales. (p.28).

En base a la cita anterior, se puede decir que las organizaciones deben gestionar el nivel de las competencias de sus empleados, tomando en cuenta las necesidades de los usuarios, es por ello, que es necesario la formación continua dentro de las organizaciones debido a que la misma ayuda al mejoramiento de las acciones de los empleados.

No obstante para la investigadora, es pertinente ver la atención al público como una competencia dentro del desarrollo del Talento humano, debido a que se incrementaran los niveles de satisfacción de los usuarios y así mismo se logrará un mayor sentido de pertenencia y profesionalización en los empleados del departamento de Ingreso de la institución objeto de estudio, en cuanto al servicio que brindan.

En efecto, las competencias son herramientas indispensables para enfrentar nuevos desafíos en el puesto de trabajo, en la presente investigación se considera que la atención al público es una competencia conformada por una serie de indicadores, la cual hace que el empleado tenga mayor capacidad de desenvolvimiento en su puesto de trabajo en donde se encuentra en una constante interacción con el público o usuario que solicita los servicios en la institución Centro Médico la Candelaria.

Tomando en consideración, los objetivos de calidad establecidos por la institución objeto de estudio y en específico satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes internos y externos con atención oportuna, eficiente y humanizada y promover el desarrollo del talento humano, la investigadora consideró pertinente conocer la opinión de los usuarios externos y los empleados del departamento de ingreso en cuanto a la calidad de la atención al público brindada por este ultimo ya que así se podrá determinar si dicho proceso es visto como una competencia dentro del recurso humano de la institución.

Calidad de Servicio de Atención al Público

La calidad de servicio también puede entenderse como una filosofía de la organización, la cual lleva al empleado a comprometerse a satisfacer las necesidades de los clientes y de mejorar continuamente, por su parte, el objetivo principal de los productos y servicios es superar las expectativas que los clientes han depositado en ellos.

Pues bien, la satisfacción del paciente como atención sanitaria se consigue cuando el usuario descubre que el servicio otorgado se ajusta a lo que esperaba además de eso supera sus expectativas.

En este sentido, Murillo (2006) señala:

El creciente interés de los servicios sanitarios por la medición, evaluación y mejora de la calidad en la asistencia sanitaria se focaliza cada vez más, en los resultados. La medición de la satisfacción del usuario como objetivo y resultado de la asistencia sanitaria, teniendo en cuenta que el paciente es el eje central de nuestra actuación, es una medida útil de su calidad. (p.14).

Pues bien, al cliente le resulta más difícil valorar la calidad relacionada con el servicio debido a la intangibilidad del mismo. Por eso la evaluación debe resultar de la comparación de las expectativas, con el desempeño del servicio recibido, fijándose para ello tanto en el resultado del proceso, como la forma en la que se lleva a cabo el mismo.

En tal sentido, Martínez-Tur, y otros (2009) afirman: “La calidad de servicio percibida es una forma de actitud que es el resultado de la comparación entre las expectativas previas de los sujetos y el rendimiento que realmente perciben en el servicio.” (p.50)

Por consiguiente, es necesario medir la calidad en los servicios en el sector salud, y para ello existen muchas herramientas, según Murillo (2006) “uno de ellos es el cuestionario SERVQUAL, su utilización es ágil a la hora de la evaluar la calidad percibida en el ámbito hospitalario” (p.14).

Es importante destacar que esta herramienta de medición fue elaborada por Parasuraman, Zethaml y Berry (1985) y esta basada en el llamado

paradigma de desconfirmación; según esta teoría, el nivel de satisfacción es el resultado de la diferencia entre lo que se esperaba que ocurriera y lo que se obtiene, sería por lo tanto la disonancia entre las expectativas y la realidad percibida por los pacientes.

En ese sentido, Zethaml y otros (citado por Martínez-Tur, 2009):... desarrollaron un modelo conceptual sobre la calidad de servicio a partir de un estudio exploratorio en cuatro tipos de organizaciones de servicio"... "esto les permitió a los autores plantear un modelo donde se consideraron dos perspectivas: la de la empresa y la del cliente, logrando el diseño de la escala denominada SERVQUAL (service quality)". (p.50)

Por su parte, para la investigadora, fue necesario utilizar las dimensiones que otorga la escala SERVQUAL para medir la calidad del servicio percibida en cuanto a la atención al público, es importante destacar que solo se tomó parte de la escala multidimensional SERVQUAL para elaborar los instrumentos de medición; tomando en cuenta que para algunos autores como Murillo y Martínez-Tur es la herramienta más adecuada para conocer la percepción y expectativas de los usuarios con respecto al servicio que presta una institución en particular, en este caso de estudio, solo se utilizó la escala SERVQUAL para tomar los indicadores de calidad de servicio en cuanto a percepción de los usuarios y empleados del Centro Médico la Candelaria objeto de estudio.

Por consiguiente, es pertinente dar a conocer las dimensiones que forman parte de los indicadores de medición de calidad del servicio en esta investigación, que fueron extraídos del Modelo Multidimensional SERVQUAL.

De acuerdo con las dimensiones de SERVQUAL, Castillo (2005) expresa:

Desde que fue creada hasta ahora, esta escala multidimensional ha sido aplicada a diversas organizaciones sociales, tanto públicas como privadas y desde entidades gubernamentales, educacionales, de salud, de administración comunal, hasta empresas de los más diversos sectores de actividad económica. Esta

diversidad ha permitido su revisión y validación como instrumento de medición de calidad de servicio, incorporando constantes mejoras. (p.12)

Esta escala de SERVQUAL consta de 5 dimensiones:

- **Confiabilidad:** entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.
- **Responsabilidad:** como la buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido.
- **Seguridad:** como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza.
- **Empatía:** la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes.
- **Bienes materiales o tangibles:** relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos.

Cabe destacar que, la escala multidimensional SERVQUAL mide y relaciona percepción del cliente y expectativas respecto de calidad de servicio, como se mencionó anteriormente, esta escala proporciona una serie de indicadores que se ajustan muy bien para esta investigación, son indicadores como responsabilidad, confiabilidad, seguridad, empatía, bienes materiales o tangibles que se aplicaron solo para contrastar las opiniones en cuanto a la percepción de la calidad del servicio de atención al público, modificando y adaptando la escala SERVQUAL a esta investigación.

Por la intencionalidad de la investigación, es importante conocer la percepción de los empleados del departamento de ingreso y la de los usuarios externos en cuanto a la atención al público. De esta manera se logró contrastar las opiniones y obtener resultados en función a la calidad de la atención al público. Ahora bien, la escala multidimensional SERVQUAL

proporciona una serie de dimensiones netamente ligadas a la calidad del servicio de una institución y a su vez, nos muestra que no son solo factores intangibles como lo es el comportamiento de un empleado, sino que también los elementos tangibles forman parte de una atención al público de calidad. Es importante mencionar que la escala multidimensional Servqual es de gran ayuda en esta investigación ya que se logra medir la capacidad de las organizaciones para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Comunicación Eficaz

La comunicación tiene un papel fundamental en el servicio al cliente, por lo tanto, es el medio por donde se desarrolla el proceso de atención al público. Por ende, en las organizaciones de servicio la interacción existente entre el cliente externo y el empleado es de forma directa, es decir, cara a cara:

En tal sentido; Calvo y Cabrera (2008) expresan:

La comunicación es el único medio de hacer conocer la diferencia y la ventaja de la empresa con relación a sus competidores. Permite también ocupar un lugar en la mente del cliente. Además, puede ser un medio de diferenciación entre una empresa y otra que presten los mismos servicios. Es usada internamente para convencer y/o implicar a los empleados en el impulso hacia el servicio. Externamente puede utilizarse para convencer a los clientes, para que compren su producto, o a los usuarios para que utilicen su servicio. Cuando los elementos internos y externos van de la mano tienen las condiciones perfectas para seguir adelante. (p.44)

Al respecto, la comunicación puede lograr el aumento de la eficacia y eficiencia en la calidad del servicio prestado por los empleados, debido a que hay una relación de la cultura de servicio al paciente o cliente dándole la importancia necesaria que conduzca hacia la satisfacción de sus necesidades .

Por su parte, Alles (2007) considera que comunicación eficaz es:

Capacidad para escuchar y entender al otro, para transmitir en forma clara y oportuna la información requerida por los demás a fin de alcanzar los objetivos organizacionales, y para mantener canales de comunicación abiertos y redes de contacto formales e informales, que abarquen los diferentes niveles de la organización. (p.172).

Por consiguiente, la comunicación eficaz logra un óptimo cumplimiento de la atención al público, es decir, la tarea de la misma es satisfacer al usuario y lograr la fidelización del mismo, además de ello, al cumplir con las anteriores se contribuye al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

La comunicación eficaz es uno de los factores necesarios en el proceso de atención al público esperados por los usuarios de cualquier institución, por su parte, el proceso de atención al público también establece una serie de herramientas, para lograr la satisfacción del usuario; dichas herramientas deben estar bien definidas dentro de la organización, entre las cuales tenemos la orientación al cliente, la atención personalizada entre otros indicadores que hacen del proceso de atención al público un servicio de calidad.

Es importante destacar que cada uno de los elementos relacionados con el proceso de atención al público, trabajan en función de la calidad del servicio prestado al usuario, sin embargo, estas herramientas no trabajan por sí solas, hace falta el recurso humano de la organización para que las ponga en práctica. De tal forma, se requiere del sentido de pertenencia y la vocación del servicio por parte de los empleados del Centro Médico La Candelaria para que estas herramientas sean llevadas a la práctica de la mejor manera logrando la satisfacción del usuario y la eficacia dentro de los procesos administrativos de dicha institución objeto de estudio.

La Formación en las Organizaciones

En la actualidad existe un alto nivel de competitividad en las organizaciones, en donde influyen las nuevas tecnologías de la información, la comunicación que demanda calidad, la innovación y la atención al público.

Lo cierto es que, el Talento humano de las organizaciones es el principal afectado por estos elementos que en la actualidad se han convertido en factores fundamentales para que una organización tenga éxito, por su parte, el papel que juega la formación en las organizaciones es primordial debido a que contribuye al mejoramiento continuo de las habilidades, destrezas o competencia del recurso humano.

En consecuencia, Drucker (citado por Pineda 2002) expresa: “la calidad de un servicio o de un producto no proviene de lo que usted incluye en el, sino de lo que el cliente consigue de él”. (p.31). En efecto, las organizaciones deben tomar en cuenta una formación centrada al cliente, en el momento que la formación cubra las necesidades del cliente se conseguirá el rendimiento esperado del empleado.

Por otro lado, Rodríguez (2006) considera “que la formación en las organizaciones es un proceso de aprendizaje provocado, bien sea de conocimientos, habilidades o actitudes que, a su vez puedan ser aplicados en el desempeño de un puesto de trabajo”. (p.2).

En ese caso, la formación debe ser indispensable siendo el talento humano el que determina el éxito a futuro de las organizaciones, al mismo tiempo, contribuye a optimizar los objetivos que persigue la organización, y para ello, es necesario la planificación de la formación para cubrir las carencias y deficiencias de las personas que conforman la organización.

En ese sentido, el autor como Comunicación, (2005) expresa que la formación en las empresas puede definirse como: “el proceso que permite ajustar las cualidades del trabajador a una actividad, mejorando y actualizando las capacidades, habilidades, actitudes y aptitudes idóneas para su desempeño”. (p.11)

Considerando lo antes planteado por precitado autor, el proceso de formación contribuye a mejorar las competencias del Recurso Humano de la organización, es el caso del Centro Médico la Candelaria, donde la formación continúa puede ser un factor de mejoramiento que le garantice la optimización y el fortalecimiento de las herramientas de la atención al público, tomando en cuenta que mediante este ultimo se logrará la satisfacción del cliente y los objetivos de la organización objeto de estudio. Es importante destacar que la formación continúa, tiene que ser un hecho primordial ante toda organización debido a que forma parte de una revisión y evaluación constante de los procesos de trabajo, la misma accede al constante cambio que permite la evolución y actualización de los procesos a mejorar.

De allí que, para García (2006) la formación continúa:

...Permite la adaptaciones de las personas al cambio de las técnicas y de las condiciones de trabajo y hacen posible su promoción profesional o el cambio a otra actividad...la formación continúa se utiliza mas como equivalente a las actuaciones formativas de los trabajadores ocupados. (p.58).

En consecuencia, la formación continúa en el presente caso de estudio, es la mejor vía de acción para corregir los procesos de atención al público llevados a cabo en el Departamento de Ingreso de dicha institución, lo que le permitirá a los empleados la adaptabilidad al cambio para mejorar las funciones que deben realizar para ofrecer un servicio de calidad.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico, es la descripción detallada de cómo se alcanzaron los objetivos generales y específicos de la investigación, así mismo, contempla los aspectos relacionados con el tipo y nivel de la investigación.

Por consiguiente Balestrini, (2002) sostiene:

El marco metodológico es la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real. De allí pues, que se deberán plantear el conjunto de operaciones técnicas que se incorporan en el despliegue de la investigación en el proceso de obtención de los datos. (p.126)

Se elaboró el marco metodológico de la investigación, a fin de cumplir con los aspectos señalados anteriormente, presentándose un conjunto de procedimientos lógicos, con el fin de la recolección de los datos de la investigación.

Tipo de la Investigación

La presente investigación corresponde al paradigma cuantitativo bajo el tipo de investigación de campo, debido a que la recolección de datos se realizó desde mismo lugar donde se dan los hechos, específicamente desde las instalaciones del Centro Médico La Candelaria.

Al respecto, Flames (2003) expresa: “La investigación de campo es cuando la información y datos son recopilados directamente de la realidad o de su escenario natural”. (p.26)

Por otro lado, Ramírez (2007) afirma: “Es importante en las ciencias sociales realizar este tipo de investigaciones ya que siendo su objeto natural de estudio el hombre y sus acciones, es perfectamente pertinente abocarse a estudiar estos fenómenos en la realidad misma donde se producen.” (p. 66)

Para la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2006) la investigación de campo es:

El análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. (p.5)

De acuerdo con los autores precitados, y en concordancia a la intencionalidad de la investigación, la misma corresponde a un tipo de investigación de campo, como bien lo menciona Ramírez,(2007) esta investigación tiene como objeto natural de estudio el hombre y sus acciones, ya que el mismo tuvo como finalidad analizar el proceso de Atención al público que se lleva a cabo en el Centro Médico La Candelaria, recolectando la información específicamente del proceso interactivo entre los empleados y los usuarios de la institución objeto de estudio.

Mediante los instrumentos de recolección de datos, se logró extraer información de los empleados de la institución objeto de estudio y de los usuarios que asisten a la misma, para así poder desarrollar el segundo objetivo de la investigación el cual se refiere al contraste de opiniones entre los usuarios externos y los empleados que allí laboran. De esta manera, se logró entender la naturaleza de la problemática planteada, y los factores intervinientes en dicho proceso de atención al público.

Nivel de la Investigación

En relación al nivel de profundidad de la investigación va de acuerdo a las características particulares de la misma; es por ello que esta investigación se ubica en un nivel descriptivo e intermedio en cuanto a la profundidad del conocimiento se refiere. En cuanto al nivel descriptivo, mediante esta investigación se busca la descripción detallada del proceso de atención al público para determinar los factores intervinientes, es importante destacar que los datos de esta investigación corresponden a fuentes primarias.

Flames (2003) explica: “El nivel descriptivo u observacional es cuando el investigador se propone conceptualizar, nombrar partes, elementos o características, obtener opiniones y puntos de vista. Organizar y/o discriminar datos.”(p. 29)

Por su parte, Lerma (2004) indica: “Investigación descriptiva, su objeto es describir el estado, las características, factores y procedimientos presentes en fenómenos y hechos que ocurren en forma natural...” (p.64)

De acuerdo con, Ramírez (2007) el nivel descriptivo es la: “Descripción con mayor precisión de las características de un determinado individuo, situaciones o grupos con o sin especificación de hipótesis acerca de la naturaleza de tales características”. (p. 71).

Con el apoyo de los autores precitado, y tomando en cuenta lo expresado por ellos, esta investigación está bajo el nivel descriptivo, ya que la misma pretendió determinar las características de la problemática planteada en su ambiente natural, mediante las opiniones y puntos de vistas de los usuarios y empleados se logró organizar la información obtenida y analizar el proceso de Atención al Público del Centro Médico La Candelaria específicamente en el Departamento de Ingreso, y así se obtuvo que se debía sugerir recomendaciones pertinentes para llevar a cabo la formación continua en cuanto a la Atención al Público en el área de desarrollo del Recurso Humano de la institución objeto de estudio.

Población

De acuerdo a Lerma, (2004) la población se refiere: “al conjunto de todos los elementos de la misma especie que representan una característica determinada o que corresponden a una misma definición y a cuyos elementos se le estudiaran sus características y relaciones”. (p. 73).

En el Centro Médico La Candelaria, institución objeto de estudio existen dos poblaciones finitas. La primera estuvo conformada por los miembros del Departamento de Ingreso, distribuida entre (15) mujeres y (5) hombres dando un total de (20) empleados; la misma corresponde al número de empleados del departamento de ingreso que mantienen un contacto directo con los usuarios es por ello, que se tomo como referente para el estudio que se llevo a cabo.

En segundo lugar, la población de los usuarios externos obtenida mediante los registros del departamento de Ingreso, dando un total de 166 usuarios que asisten por día al Centro Médico La Candelaria.

Muestra

Palestina, (2002) menciona que: “...la muestra es en esencia un sub grupo de la población. Digamos que es un sub conjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus característica al que llamamos población” (p.141).

Luego de considerar el tamaño de la población, en este caso el personal que conformaba el departamento de Ingreso, dando un total de (20) empleados.

Se debió obtener el tamaño de la muestra, sin embargo, para determinar el tamaño de la muestra y de acuerdo a lo que plantea Ramírez (2006), esta debe ser de un 30% de la población, ya que la misma es una muestra de nivel representativo, para aquellos casos de estudios sociales (p. 91).

Considerando, el procedimiento y obteniendo el 30% de la población de empleados, dio un total de (6) empleados, lo cual no sería una muestra

representativa; es por ello, que para efectos de esta investigación se trabajó con la población total obtenida de los empleados del Departamento de Ingreso siendo un total de (20) empleados.

En cuanto a la población de usuarios, fue posible determinar el 30% de la población obtenida, y la misma estuvo conformada por 166 usuarios; el 30% de la misma es de 50 usuarios.

Las Variables y su Operacionalización

La operacionalización de variables es un procedimiento que permite al investigador descomponer los objetivos de la investigación en aspectos visibles propios de la realidad de estudio. De acuerdo al criterio de Hurtado (2008), la operacionalización dentro de la investigación:

Consiste en la identificación de elementos determinantes y necesarios para lograr el reconocimiento del evento. La operacionalización permite identificar los indicios de un evento y construir los instrumentos necesario para “medirlo”, si se entiende que medir no es necesariamente cuantificar, sino percibir de manera selectiva, categorizar y codificar aquellas características o situaciones que el investigador desea estudiar. (p.142).

Ante lo expuesto, la operacionalización de variables busca utilizar procesos para la reflexión y observación de las características del tema en estudio. En este sentido, se presenta la Operacionalización de las Variables, ver (anexo A), la cual sirvió de base para construir el instrumento de recolección de datos utilizado como parte del desarrollo de la investigación.

Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos

Una vez establecido el tipo y nivel de la investigación adecuado al tema de estudio, es pertinente determinar las técnicas e instrumentos con las cuales se recaudó la información.

En atención a lo indicado, se utilizó la técnica de la Encuesta para la recolección de datos ya que por medio de esta se obtuvo la información tanto

del empleado del Centro Médico como de los usuarios externos. En efecto, Flames (2003) indica: “La encuesta es la obtención directa de las personas y/o de fuentes primarias de las informaciones, datos, puntos de vistas o aspectos relevantes a un tema de estudio” (p.36).

Por consiguiente, los instrumentos de recolección de datos fueron el cuestionario de preguntas cerradas con tres opciones de respuestas o policotómico, Así mismo el autor precitado menciona, “La encuesta como técnica de recolección de datos, se materializa por medio de instrumentos de recolección de datos: el cuestionario, pudiendo ser este de preguntas cerradas de una o varias opciones de respuestas y de preguntas abiertas”. (p. 38).

Este instrumento de recolección de datos fue el más idóneo para determinar si el proceso de atención al público que se lleva a cabo en el Centro Médico La Candelaria es visto como una competencia en el área de desarrollo del Recurso Humano de la Institución, ver (Anexo B) correspondiente al objetivo 1 de la presente investigación.

Por otro lado, para el objetivo 2 de la presente investigación se utilizó la escala Thurstone, la misma esta constituida por 5 dimensiones y 7 opciones de respuestas que van del 1) Total Desacuerdo; 2) Muy desacuerdo; 3) Algo desacuerdo; 4) Ni en acuerdo, Ni en desacuerdo; 5) Algo de acuerdo; 6) Muy de Acuerdo al 7) Total Acuerdo; ver (Anexo C).

De acuerdo con ello, Flames (2003) expresa:

a) la escala Thurstone debe presentar más de cinco (5) opciones de respuestas. b) todas las opciones de respuestas deben presentar diferentes grados de actitud favorable o desfavorable en una contestación de acuerdo o similar. c) el investigador puede o no; según su criterio, darle una dimensión única a las preguntas y presentarlas con diferente redacción pero con el mismo significado a lo largo del instrumento cada 2, 3, 4 o 5 preguntas y de esta forma; medir la misma dimensión única redactada en varias maneras. (p.46)

Esta escala fue la más adecuada debido a que los indicadores para medir la calidad del servicio de atención al público se materializan en cinco (5) dimensiones tomadas de la escala Multidimensional Servqual, así mismo, permitió conocer la información acerca de la percepción que tiene el empleado y el usuario externo en cuanto a la calidad del servicio de atención al público brindada por los empleados del departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria.

Validez de los Instrumentos de Recolección de Datos

Todo instrumento de recolección de datos debe estar debidamente estructurado y aprobado por expertos para determinar la validez de los resultados en las áreas donde se aplicará el mismo.

Al respecto, Hernández, Fernández, y Baptista (citado por Flames, 2003) indican que: “la validez de contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. (p.50). Por lo cual, se procedió a solicitar apoyo de especialistas en las áreas de Educación y Metodología de la Investigación para determinar cual serian los instrumentos mas idóneos a aplicar en la recolección de los datos.

La validez del contenido, se determina antes de la aplicación del instrumento sometiendo el mismo a juicios de expertos, para ello, se seleccionaron (3) expertos: Rodolfo Ron, María Goretty Rodríguez y Elsa Gámez a cada uno se le entrego: Título de la investigación, Cuadro de Operacionalización de Variables, copia de los instrumentos a validar y por último la matriz de validación que cada uno de los expertos debió llenar ver (Anexo D).

Una vez obtenida la evaluación de los expertos, se procedió a contrastar las opiniones con respecto a cada ítems, se aceptó como valido el criterio de la mayoría y se modificó aquellos ítems donde el criterio que predominó fue el de mejorar o cambiar algún aspecto de los mismos.

Técnica de Análisis de Datos

Para que las opiniones arrojadas por el personal del Departamento de Ingreso y los usuarios externos del Centro Médico la Candelaria tengan algún significado dentro de esta investigación, es necesario explicar las operaciones que contribuyeron a la interpretación de los resultados, con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados en el estudio. Por su parte, para el análisis de las opiniones recabadas en el Centro Médico la Candelaria, se procedió a elaborar la Matriz de Datos ver (Anexo E) la cual contiene todas las respuestas suministradas por los empleados del Departamento de Ingreso y los usuarios externos del Centro Médico la Candelaria, la misma facilitó de manera práctica la información para luego realizar las tablas y gráficos correspondientes, con la ayuda del Programa Estadístico SPSS 17.

Así mismo, para determinar si la atención al público en el departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria, es vista como una competencia en el área de desarrollo del recurso humano correspondiente al objetivo 1 de esta investigación, se estableció la correspondencia entre la forma de responder: **(Siempre, Casi siempre y Nunca)**. En tal sentido, se tomó la frecuencia de las respuestas para cada nivel de la escala, y así se obtuvo el porcentaje con referencia al objetivo 1 de esta investigación.

En cuanto a la calidad de la atención al público brindada por parte del personal del Departamento de Ingreso correspondiente al objetivo 2 de la presente investigación, se procedió a realizar una tabla de datos en el programa Excel 2007, ver (Anexo F), en donde se tomaron las respuestas de cada sujeto, y se obtuvo el promedio de cada dimensión, luego, se procedió a obtener el promedio general de cada dimensión, este procedimiento se realizó con los cuestionarios (C3) y (C4). Con la información recabada, se procedió al contraste de las opiniones de ambas muestras.

De esta manera, se pudo interpretar las opiniones del personal interno y usuarios externos en cuanto a la calidad de atención al público brindada por

parte del personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria, correspondiente al objetivo 3 de esta investigación.

Luego de haber alcanzado los objetivos 1,2,3, se logran sugerir recomendaciones pertinentes para llevar a cabo la formación continúa en cuanto a la Atención al Público en el Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria, correspondiente al objetivo 4.

CAPÍTULO IV

PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Luego de aplicar los instrumentos de recolección de datos a los empleados del Departamento de Ingreso y usuarios externos del Centro Médico La Candelaria, se realizó el proceso de análisis de los resultados obtenidos, con el fin de determinar los aspectos que sirven como base para lograr los objetivos establecidos en la presente investigación

Con respecto al Objetivo Específico N° 1) Determinar si el proceso de atención al público que se lleva a cabo en el Departamento de Ingreso Centro Médico La Candelaria es visto como una competencia en el área de desarrollo del Talento humano; se obtuvieron los siguientes resultados:

A continuación se presenta los resultados arrojados por el Cuestionario (C1) aplicado al Personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria

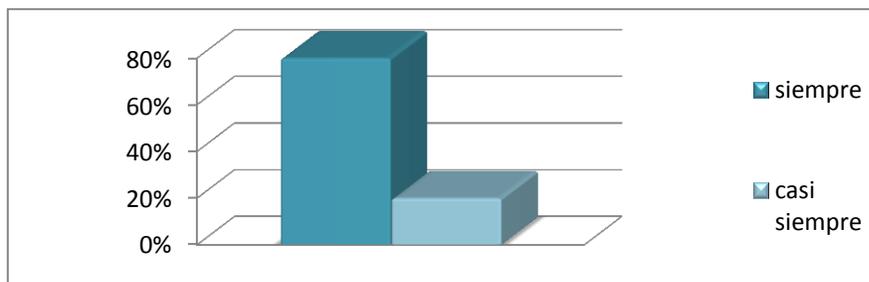
Pregunta N° 1 Indicador Cortesía

Tabla N°1: Distribución de frecuencia y porcentaje del indicador de Cortesía

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	16	80%
Casi siempre	4	20%
Total	20	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N°1 Distribución porcentual del indicador Cortesía



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 1 se puede observar el porcentaje del Indicador de Cortesía de las respuestas obtenidas del cuestionario (C1) aplicado a los empleados del Departamento de Ingreso de Centro Médico la Candelaria, en ella observamos que para éste indicador las respuestas más frecuentes fueron en la categoría de **Siempre** con 80% (16 Empleados) los cuales consideran que atienden con cortesía a los usuarios que asisten al Centro Médico objeto de estudio, mientras que la otra categoría **Casi siempre** solo arrojó un 20%, lo cual señala que el indicador de cortesía es entendido y valorado por los empleados como un elemento de satisfacción al cliente.

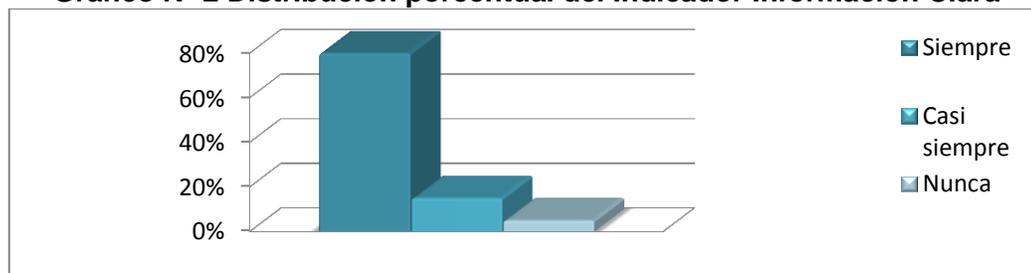
Pregunta N° 2 Indicador Información Clara

Tabla N°2: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Información Clara

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	16	80%
Casi siempre	3	15%
Nunca	1	5%
Total	20	100%

Fuente: cálculos propio

Gráfico N° 2 Distribución porcentual del Indicador Información Clara



Fuente: cálculos propios

En este caso podemos apreciar que el personal hizo uso de todas las categorías de respuestas, en la tabla y gráfico N°2 de distribución porcentual se evidencia que el 80% (16 Empleados) del departamento de Ingreso consideran que la información brindada a los usuarios **Siempre** es Clara.

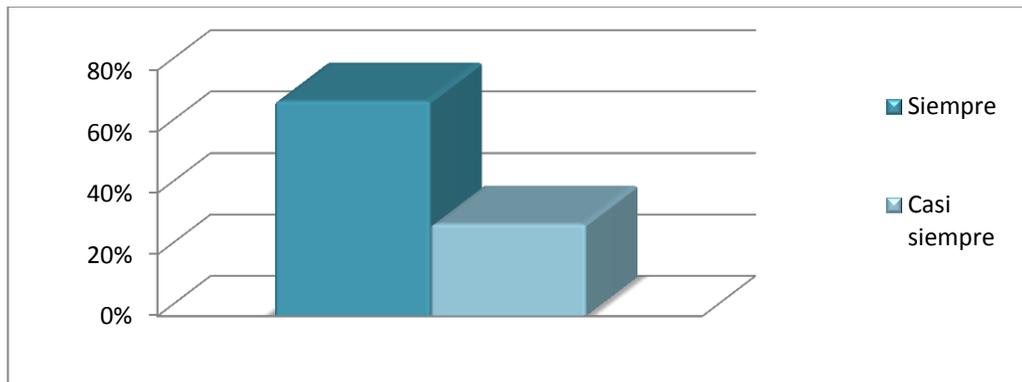
Pregunta N° 3 Indicador Orientación al Cliente

Tabla N°3: Distribución de frecuencia y porcentaje del indicador Orientación al Cliente

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	14	70%
Casi siempre	6	30%
Total	20	100%

Fuente: Cálculos propios

Gráfico N°3 Distribución porcentual del Indicador Orientación al Cliente



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 3 del Indicador Orientación al Cliente el 70% de los empleados (14) del departamento de Ingreso consideran que siempre orientan al usuario, lo cual indica que los empleados ponen en práctica las políticas de calidad en cuanto a la atención al público.

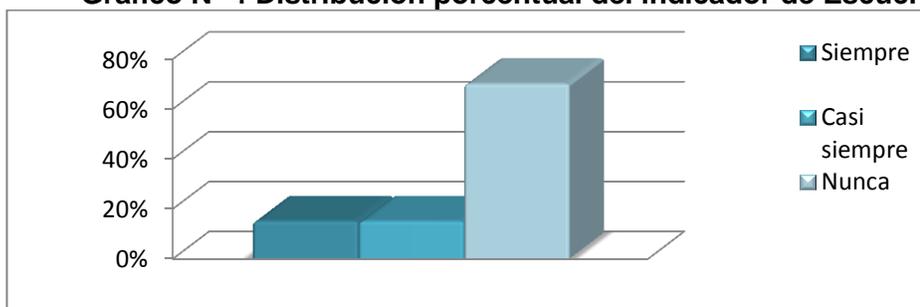
Pregunta N° 4 Indicador Escucha Activa

Tabla N°4: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Escucha Activa

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	3	15%
Casi siempre	3	15%
Nunca	14	70%
Total	20	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N° 4 Distribución porcentual del indicador de Escucha Activa



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N°4 del Indicador Escucha Activa el 70% de los empleados del departamento de ingreso (14) consideran que **Nunca** dejan de escuchar ante la petición de un usuario, es decir, que el proceso comunicativo entre usuario y empleado es eficiente.

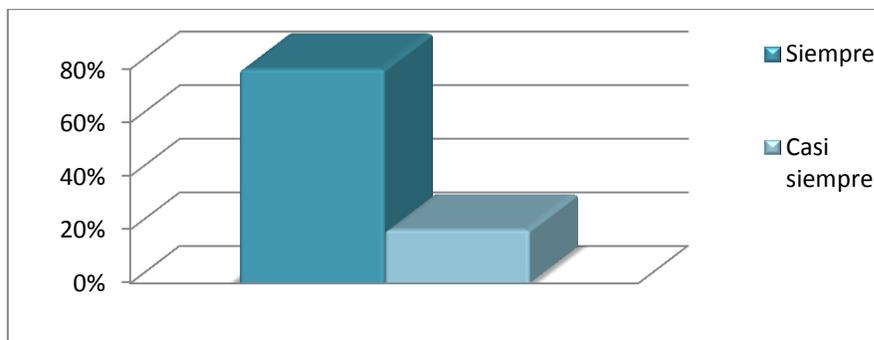
Pregunta N° 5 Indicador Información Completa

Tabla N°5: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Información Completa

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	16	80%
Casi siempre	4	20%
Total	20	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N° 5 Distribución porcentual del indicador Información Completa



Fuente: cálculos propios

Ante lo reflejado en la tabla y el gráfico N°5 de distribución de frecuencia y porcentual en cuanto al indicador de información completa, las opiniones de los empleados reflejan que **Siempre** dan al usuario una información completa, con un 70% (14 Empleados) los cuales consideran que existe

cierta concordancia entre el indicador de escucha activa y la información brindada al usuario.

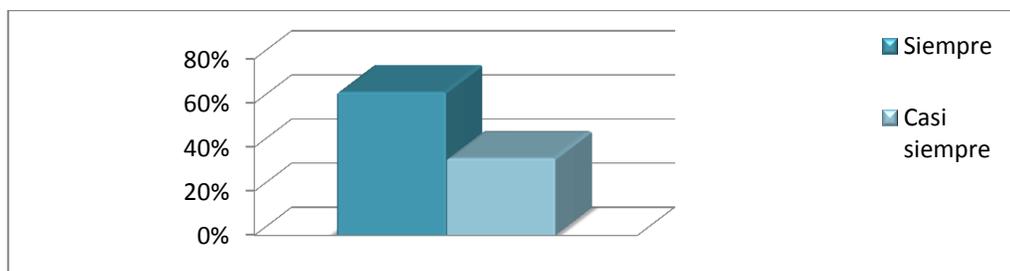
Pregunta N° 6 Indicador Información Actualizada

Tabla N°6: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Información Actualizada

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	13	65%
Casi siempre	7	35%
Total	20	100%

Fuente: Cálculos propios

Gráfico N°6 Distribución porcentual del indicador Información Actualizada



Fuente: cálculos propios .

En el gráfico N° 6 del Indicador de Información Actualizada, de igual manera el 65% de los empleados (13) reflejan en su opinión que **Siempre** brindan una información actualizada al usuario que asiste al Centro Médico la Candelaria.

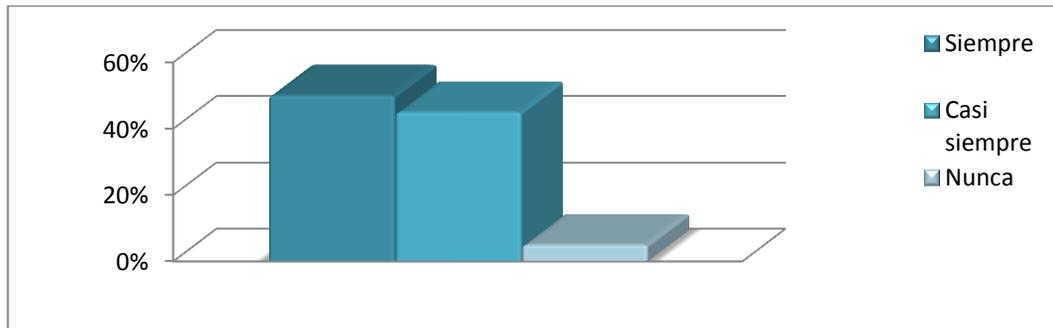
Pregunta N° 7 Indicador Atención Personalizada

Tabla N°7: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Atención Personalizada

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	10	50%
Casi siempre	9	45%
Nunca	1	5%
Total	20	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N° 7 Distribución porcentual del indicador Atención Personalizada



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 7 de distribución porcentual ante el indicador de atención personalizada, es que existe un variedad de opiniones dentro de los empleados del departamento de ingreso, ya que el 50% de los empleados (10) consideran que **Siempre** brindan una atención personalizada por igualmente sucede con el 45% de los empleados (9), los cuales manifiestan que **Casi siempre** brindan una atención personalizada al usuario del Centro Médico la Candelaria.

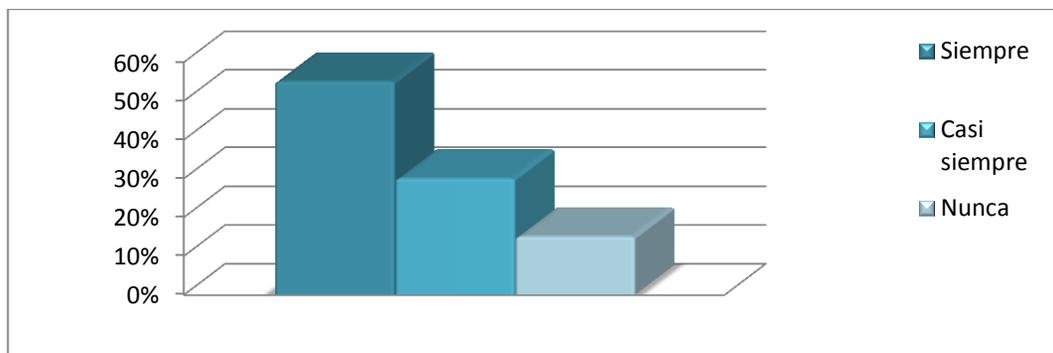
Pregunta N° 8 Indicador Comunicación Eficaz

Tabla N°8: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Comunicación Eficaz

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	11	55%
Casi siempre	6	30%
Nunca	3	15%
Total	20	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N° 8 Distribución porcentual del Indicador Comunicación Eficaz



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 8 observala opinión obtenida de los empleados del departamento de ingreso del Centro Médico en cuanto al indicador de comunicación eficaz, nos muestra que el 55% de los empleados (11) considera que **Siempre** existe un proceso comunicativo eficaz, lo cual implica que el proceso de atención al público que se lleva a cabo es óptimo.

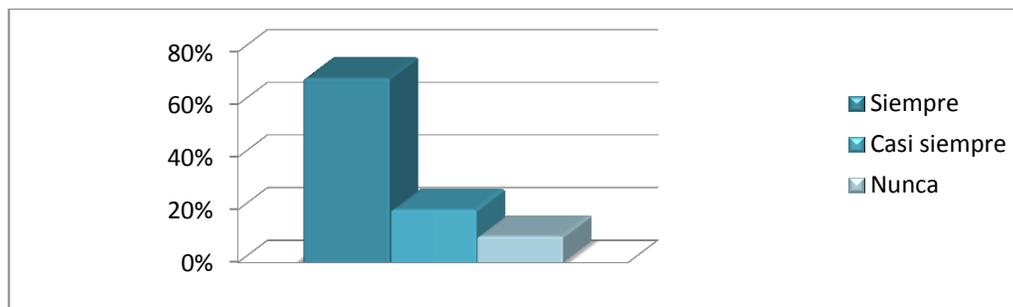
Pregunta N° 9 Indicador Disposición

Tabla N°9: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Disposición

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	14	70%
Casi siempre	4	20%
Nunca	2	10%
Total	20	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N° 9 Distribución porcentual del Indicador Disposición



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 9, En cuanto al indicador de disposición 70% los empleados (14) del departamento de ingreso consideran que **Siempre** están dispuestos a atender al público.

Luego de haber presentado los resultados arrojados por los empleados del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria es oportuno mostrar la distribución de frecuencia y porcentual obtenida de los cuestionarios (C2) Aplicado a los Usuarios Externos del Centro Médico la Candelaria los cuales se presentan a continuación:

Cuestionario (C2) Aplicado a los Usuarios Externos del Centro Médico la Candelaria

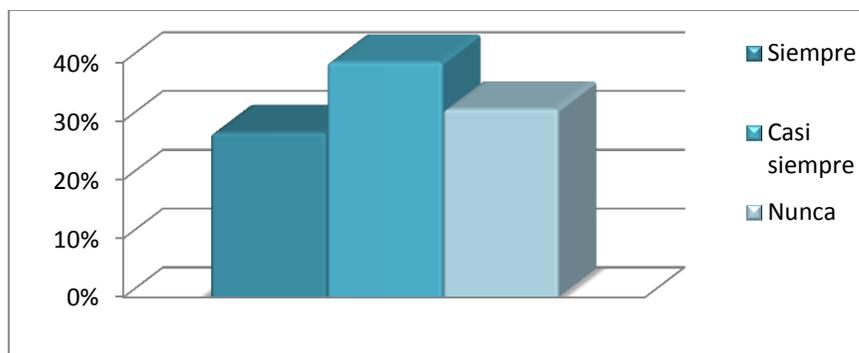
Pregunta N° 1 Indicador Cortesía

Tabla N°10: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Cortesía

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	14	28%
Casi siempre	20	40%
Nunca	16	32%
Total	50	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N°10 Distribución porcentual del Indicador Cortesía



Fuente: cálculos propios

En relación con el indicador de cortesía, en el gráfico N° 10 se observa que el 40% de los usuarios externos (20) del Centro Médico la Candelaria consideran que **Casi siempre** los empleados del departamento de ingreso los atienden con cortesía, a su vez el 28% de los usuarios (14) consideran que **Siempre** son atendidos con cortesía, sin embargo, el 32% de los usuarios (16) consideran que **Nunca** son atendidos con cortesía, lo cual es válido interpretar que del 68% de la muestra que los usuarios (34) están satisfechos con el trato recibido.

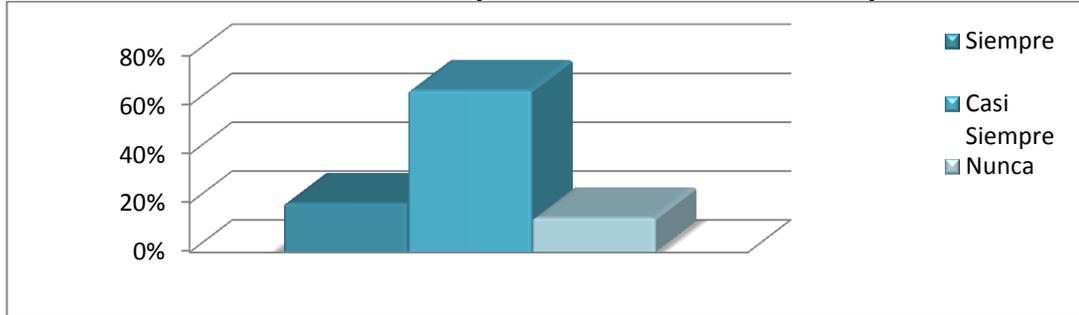
Pregunta N°2 Indicador Disposición

Tabla N°11: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Disposición

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	10	20%
Casi siempre	33	66%
Nunca	7	14%
Total	50	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N°11 Distribución porcentual del Indicador Disposición



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 11 se puede observar que ante la opinión arrojada por los usuarios externos del Centro Médico, es evidente que los empleados del departamento de ingreso satisfacen alguna de las necesidades del usuario como la de ser atendido, por su parte, el 66% de los usuarios (33) indica que **Casi siempre** el empleado está dispuesto a resolver algún inconveniente que tenga el usuario del Centro Médico la Candelaria.

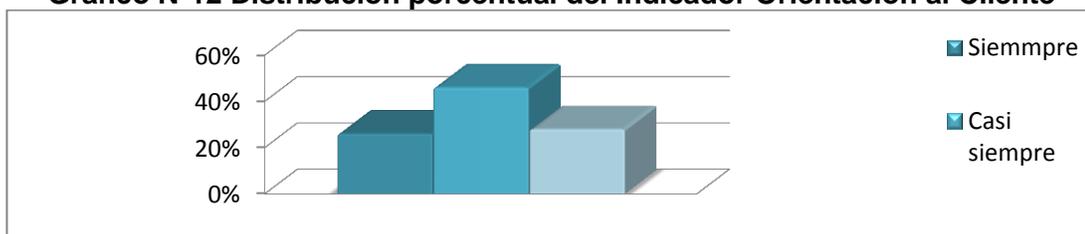
Pregunta N° 3 Indicador Orientación al cliente

Tabla N°12: Distribución de frecuencia y porcentaje del indicador Orientación al Cliente

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	13	26%
Casi siempre	23	46%
Nunca	14	28%
Total	50	100%

Fuente: cálculos propios

Grafico N°12 Distribución porcentual del Indicador Orientación al Cliente



Fuente: cálculos propios

El presente gráfico N° 12, nos muestra que 46% usuarios externos (23) del Centro Medico La Candelaria, consideran que los empleados **Casi siempre** orientan al cliente, seguido de un 26% de los usuarios (13) ubicados en la categoría de **Siempre**, por otro lado, el 28% de los usuarios externos (14) opinan que nunca son orientados por los empleados del departamento de ingreso.

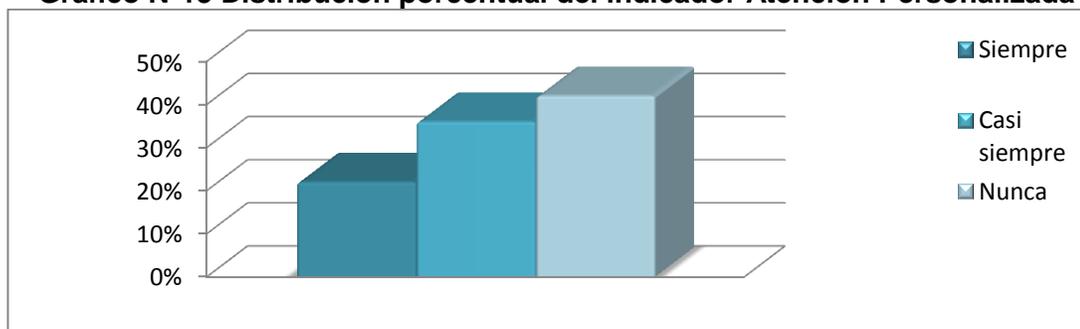
Pregunta N°4 Indicador Atención personalizada

Tabla N°13: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Atención Personalizada

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	11	22%
Casi siempre	18	36%
Nunca	21	42%
Total	50	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N°13 Distribución porcentual del indicador Atención Personalizada



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 13 con respecto al indicador atención personalizada el 58% de los usuarios externos (29) opinan en que en las categorías de **Siempre** y **Casi siempre** el empleado del departamento de ingreso se

identifica con el usuario del Centro Médico, es decir, que si brindan una atención personalizada.

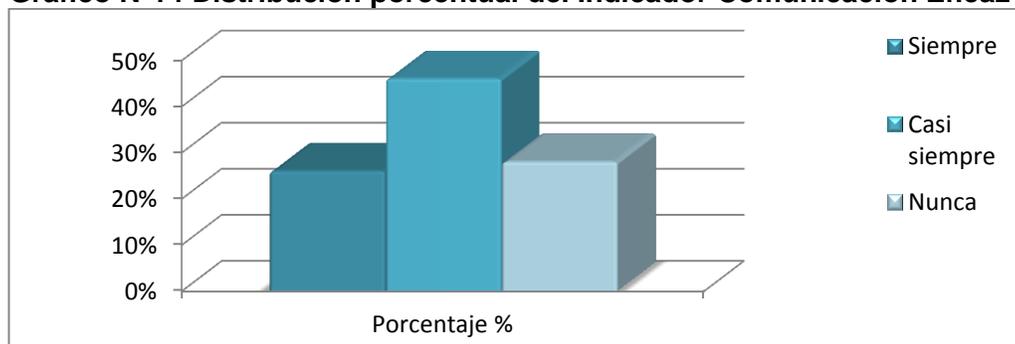
Pregunta N°5 Indicador Comunicación Eficaz

Tabla N°14: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Comunicación Eficaz

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	13	26%
Casi siempre	23	46%
Nunca	14	28%
Total	50	100%

Fuente: Cálculos propios

Gráfico N°14 Distribución porcentual del Indicador Comunicación Eficaz



Fuente: Cálculos propios

En la tabla y gráfico N° 14 se observa que 46% de los usuarios externos (23) opinan que **Casi siempre**, existe una interacción entre el usuario y el personal, logrando un proceso comunicativo eficaz.

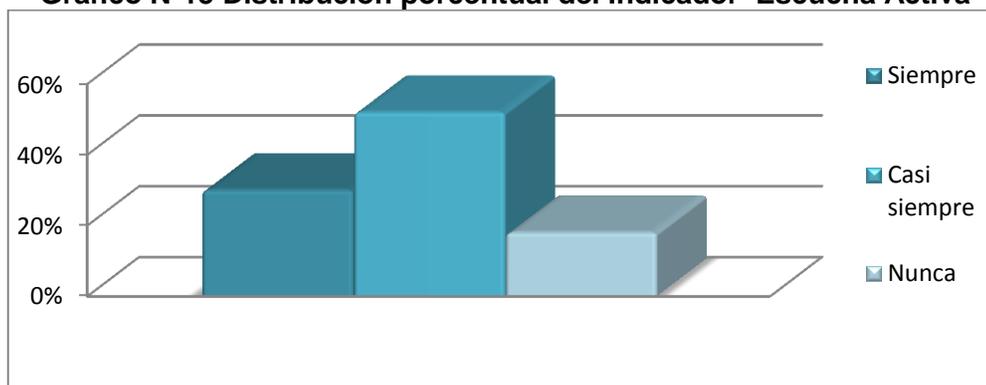
Pregunta N° 6 Indicador Escucha Activa

Tabla N°15: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Escucha Activa

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	15	30%
Casi siempre	26	52%
Nunca	9	18%
Total	50	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N°15 Distribución porcentual del Indicador Escucha Activa



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 15 el 52% de los usuarios externos (26) consideran que **Casi siempre** los empleados del Departamento de Ingreso escuchan con atención ante el requerimiento del usuario.

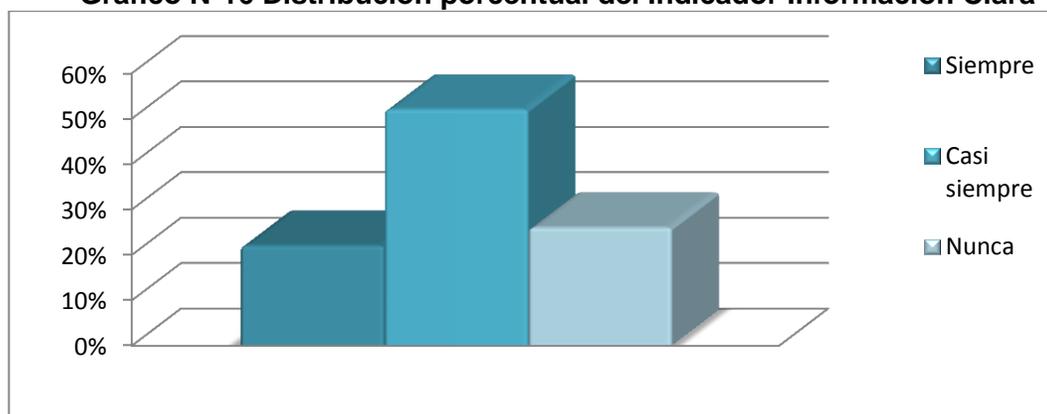
Pregunta N° 7 Indicador Información Clara

Tabla N°16: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Información Clara

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	11	22%
Casi siempre	26	52%
Nunca	13	26%
Total	50	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N°16 Distribución porcentual del Indicador Información Clara



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 16 El 52% de los usuarios externos (26) reflejan en sus opiniones que la información brindada por los empleados del Departamento de Ingreso **Casi siempre** es clara

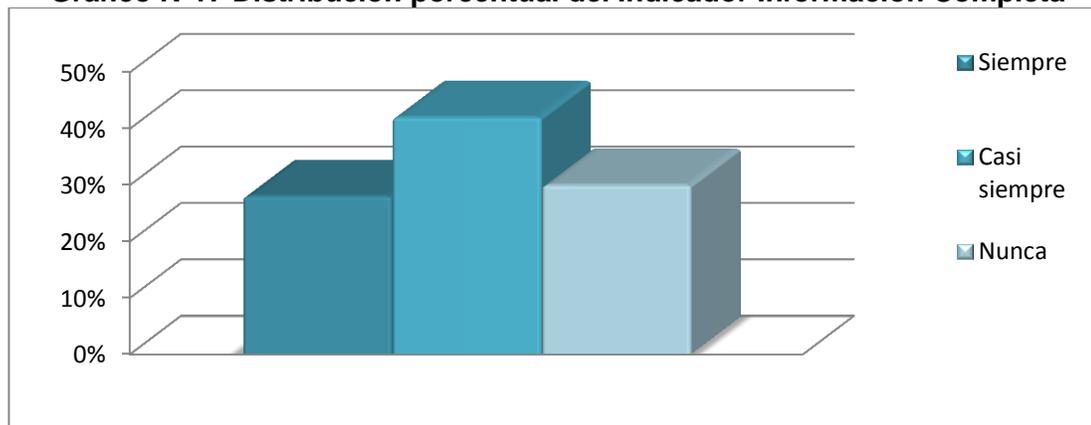
Pregunta N° 8 Indicador Información Completa

Tabla N°17: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Información Completa

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	14	28%
Casi siempre	21	42%
Nunca	15	30%
Total	50	100%

Fuente: cálculos propios

Gráfico N°17 Distribución porcentual del Indicador Información Completa



Fuente: cálculos propio

En el gráfico N° 17, de igual manera que en el caso anterior 21 de los usuarios externos es decir el 42% y el 28% de los encuestados (14) considera que **Casi siempre** y **Siempre** los empleados del departamento de ingreso suministran la información completa.

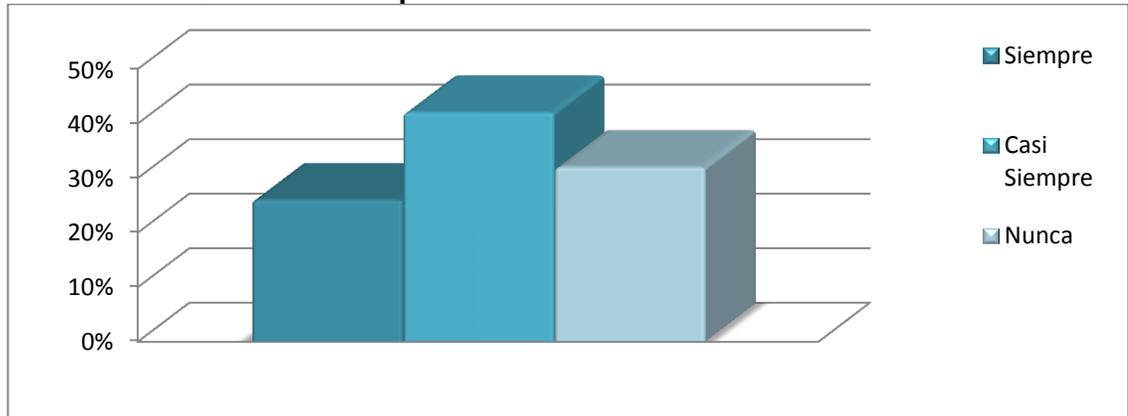
Pregunta N° 9 Indicador Información Actualizada

Tabla N°18: Distribución de frecuencia y porcentaje del Indicador Información Actualizada

Escala valorativa	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	13	26%
Casi siempre	21	42%
Nunca	16	32%
Total	50	100%

Fuente: Cálculos propios

Gráfico N° 18 Distribución porcentual del Indicador Información Actualizada



Fuente: cálculos propios

En el gráfico N° 18 del indicador de información actualizada de igual manera que en el caso anterior el 42% de los usuarios reflejan en sus opiniones que **Casi siempre** los empleados suministran una información actualizada, a su vez el 26% de los usuarios (13) considera que la información suministrada por los empleados **Siempre** actualizada.

De acuerdo con las opiniones arrojadas por el personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria y usuarios externos, se pudo determinar que el proceso de Atención al Público que se lleva a cabo en dicha institución objeto de estudio, sí es visto como una competencia en el área de Desarrollo del Recurso Humano del departamento de Ingreso, en efecto, para ser visto como una competencia debe formar parte de las características del personal, inherentes al puesto de trabajo, es decir, cada uno de estos indicadores como cortesía, disposición, orientación al cliente, atención personalizada, escucha activa, comunicación eficaz, información clara, completa y actualizada deben satisfacer las necesidades del usuario,

en este caso, las opiniones arrojadas por los usuarios muestra, qué la mayoría de los indicadores alcanzan la opción de respuesta de **Casi siempre** lo cual indica, que si satisface las necesidades del usuario pero se debe mejorar para lograr llegar a los máximos estándares de calidad que debe tener una institución del sector salud.

Por consiguiente, el proceso de atención al público se debe perfeccionar, dotando a los empleados del Departamento de Ingreso con nuevas herramientas que ayuden a fortalecer las competencias del cargo, además de ello, el fortalecimiento de dicho proceso contribuye a que todos los departamentos del Centro Médico la Candelaria se guíen y establezcan los mismos lineamientos de calidad de servicio, es importante destacar que toda la organización debe estar en consonancia con la filosofía de gestión de la institución.

Para finalizar con esta idea, es necesario mencionar que los empleados del departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria, consideran que el proceso de atención al público es una competencia que contribuye a la satisfacción del usuario y a la fidelización del mismo con la institución, por otro lado, es importante destacar que el proceso de atención al público es visto como una competencia ligada al puesto de trabajo necesaria para llevar a cabo todos los requerimientos de los usuarios, por ultimo, es entendida y valorada por los empleados del departamento como objetivo principal de la institución.

En atención a lo indicado en el Objetivo Específico N° 2) Contrastar la opinión del personal interno y usuarios externos en cuanto a la calidad de atención al público, brindada por parte del personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria; se obtuvo el siguiente resultado de los cuestionarios (C3) y (C4).

Gráfico N°19 Promedio General de las Dimensiones de Percepciones de la Calidad de Atención al Público



Fuente: cálculos propios

Tabla N°19 Contraste de opiniones del departamento de Ingreso y usuarios externos del Centro Médico La Candelaria, en cuanto a la percepción de la atención al público.

Dimensiones	Personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria	Usuarios externos del Centro Médico la Candelaria
Confiabilidad	5	4
Responsabilidad	5	4
Seguridad	5	4
Empatía	5	4
Bienes materiales o Tangibles	4	4
Promedio General de las Dimensiones	5	4

Fuente: cálculos propios

Nota: se aproximan los promedios a números enteros

En relación al Objetivo Específico N° 3 Interpretar las opiniones del personal interno y usuarios externos en cuanto a la calidad de atención al público, brindada por parte del personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria; se obtuvo el siguiente resultados en cuanto a la percepción de calidad de atención al público, se evidencia que el personal del departamento ingreso arroja un promedio de 5 con respecto a las dimensiones de Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad y Empatía lo cual indica que los empleados están **“Algo de acuerdo”** con la calidad de la atención al público brindada, por otro lado con respecto a la dimensión de

Bienes Materiales o tangibles los empleados no están **“Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo”** con la apariencia física de la institución.

Por otro lado, están las opiniones de los usuarios externos del Centro Médico la Candelaria, en donde se evidencia que en todas las dimensiones establecidas para el cuestionario (C4) alcanzan un promedio de 4 ubicándolo en la escala **“Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo”** esto indica en primer lugar, que los usuarios externos no toman en cuenta al proceso de atención al público como un elemento que logre cubrir con sus necesidades, por el contrario a los usuarios les interesa que su requerimiento sea llevado a cabo de manera rápida, en segundo lugar, los usuarios externos no perciben una excelente atención, pero tampoco la califican como mala atención al público, es valido comentar que quizás en algunos casos los usuarios han sido bien atendidos, pero en otros no.

Con respecto, a la tabla N° 19 de contraste de opiniones se considera que todas las dimensiones se ven afectadas dentro de la Institución objeto de estudio debido, ya que no logran el juicio valorativo de **“Total Acuerdo”**, por tales razones, es conveniente mencionar que esta institución necesita mejorar los procesos de atención al público no solo para satisfacer las necesidades de los usuarios externos sino también para cubrir las necesidades de la organización, en concordancia con los objetivos de calidad de la institución el cual refiere a la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes internos y externos con atención oportuna, eficiente y humanizada a su vez, optimizar, y mantener los recursos necesarios adecuados para la prestación del servicio.

Para concluir con este objetivo, es necesario el incremento de las acciones de mejora para llevar a cabo el proceso de atención al público que logre cubrir con las expectativas del usuario del Centro Médico la Candelaria.

Recomendaciones pertinentes para llevar a cabo la formación continúa en cuanto a la Atención al Público en el área de desarrollo del Recurso Humano del Centro Médico la Candelaria

En toda institución es pertinente llevar a cabo la formación continúa; y en el caso particular del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria se ha evidenciado que es necesario formar al personal para mejorar y fortalecer el proceso de Atención al Público, lo cual es necesario para que la institución logre un alto nivel de calidad y cubra con los objetivos organizacionales, por ello, se sugieren las siguientes recomendaciones que contribuirá a la mejora constante de los servicios y al fortalecimiento de las competencias del Talento humano :

- La aplicación de Programa de Inducción para todo el personal de nuevo Ingreso en el área de atención al cliente, entendiendo que los programas de Inducción son Guirola, 2005:

Un programa práctico, ordenado y con una secuencia dinámica de manera que el nuevo empleado se interese, asimile y refuerce la información que se le está proporcionando. Con un programa de inducción se facilita el proceso de adaptación del personal que ingrese a la empresa así como proporcionar el desarrollo de sus sentidos de permanencia en la propia empresa. (Pàg.9)

Es importante mencionar que el programa de inducción promueve el desarrollo del talento humano dentro de la organización, asimismo estará mejor motivado si los directivos aprecian la importancia del cargo que va a desempeñar.

- Tomando en cuenta la importancia de la formación en las organizaciones y como lo señala el autor Comunicación, (2005) la formación en las empresas puede definirse como: “el proceso que permite ajustar las cualidades del trabajador a una actividad, mejorando y actualizando las capacidades, habilidades, actitudes y

aptitudes idóneas para su desempeño”. (p.11). Al respecto, la elaboración de programas de formación, sobre atención al público, y vocación de servicio, para los empleados que mantienen un contacto directo con los usuarios es un herramienta que incrementa una serie de potencialidades en el talento humano de la institución, ayuda a tener un mejor conocimiento de las necesidades de los usuarios externos y contribuye a un mejor desenvolvimiento en el área de trabajo, por su parte, el programa de formación tiene como objetivo primordial, satisfacer las necesidades de formación de los trabajadores de la institución como clientes interno, y a su vez satisfacer las necesidades de los clientes externos.

- Por otro lado, el Centro Médico la Candelaria se caracteriza por ser una institución que toma en cuenta las necesidades y expectativas de los usuarios, por lo tanto, es necesario conocer las opiniones y sugerencias de los beneficiarios del Centro Médico para así mejorar la calidad del servicio, en efecto, la implantación de un buzón de sugerencias para obtener la opinión de los mencionados anteriormente, es una herramienta significativa que contribuye a la mejora constante de los servicios de salud y del Talento humano que labora en dicha institución.
- La Conformar círculos de calidad, para identificar y solucionar problemas relacionados con sus labores cotidianas en el puesto de trabajo, es un elemento estratégico de gran importancia en cualquier organización, ya que los círculos de calidad son pequeños grupos de empleados que se encargan de detectar las necesidades dentro del área de trabajo, los mismos deben identificar y solucionar la problemática existente con la colaboración de todos los miembros del departamento.

- En atención a lo señalado por Marchant (S/F): “Para poder sostenerse exitosamente en el mercado, alcanzando los estándares de calidad que exigen los nuevos tiempos, la empresa necesita desarrollar líneas de acción que orienten el comportamiento de las personas en coherencia con los objetivos institucionales”. (p15). Por consiguiente, se sugiere desarrollar como línea de acción, el perfil de cargo del empleado que va a ejecutar actividades de atención al cliente, debido que por medio de éste, será más fácil seleccionar personas con competencias en el área que contribuyan a lograr los objetivos organizacionales, lo cual influye directamente en el comportamiento dentro de la organización.

- Elaborar una guía o manual de normas de atención al público específicamente para el Centro Médico la Candelaria con la finalidad de informar a todo el personal cuales son las herramientas comunicacionales y pasos a seguir para una excelente atención al público en el área de salud.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES GENERALES

Al analizar el proceso de atención al público brindado por los empleados del departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria se pudo obtener mediante las opiniones arrojadas por los usuarios durante el desarrollo de esta investigación las siguientes conclusiones :

En primer lugar, se puede mencionar, que el proceso de atención al público es visto como una competencia en el área de desarrollo del recurso humano de la institución, es valido indicar, que los empleados del departamento de Ingreso de Centro Médico la Candelaria, consideran que **Siempre y Casi siempre**, le brinda a los usuarios un servicio de atención al público con: cortesía, información clara, orientación al cliente, escucha activa, información completa, información actualizada, atención personalizada, comunicación eficaz y disposición; por otro lado, la opinión arrojada por los usuarios externos ante los indicadores mencionados con anterioridad es que **Casi siempre** esta la presencia de dichos indicadores. Por consiguiente, los empleados del departamento de Ingreso, toman en cuenta el proceso de atención al público como una factor fundamental dentro del Centro Médico la Candelaria, el cual logra la satisfacción del usuario, es importante mencionar que dicho proceso de atención al público visto como una competencia, genera grandes cambios en el campo laboral, debido a que contribuye al éxito de la organización logrando los objetivos organizacionales propuestos por el Centro Médico la Candelaria, además de ello, optimiza los procesos administrativos y ayuda a un mejor desenvolvimiento a la hora de resolver cualquier inconveniente presentado con algún usuario externo.

En segundo lugar, se pudo interpretar mediante el contraste de las opiniones del personal del departamento de Ingreso y usuarios externos del Centro Médico la Candelaria, que ninguna de las muestras están en total acuerdo con la calidad de la atención al público percibida, por lo tanto, el personal de la institución esta **Algo de Acuerdo** con el proceso de atención al público, el cual requiere de mejoras a futuro, por otro lado, los usuarios externos consideran que no están **Ni de acuerdo Ni en desacuerdo** con la atención al público percibida, este es un punto bastante controversial dónde se evidencia que el proceso de atención al público se ve minimizado por los intereses de los usuarios, los cuales no se atreven a dar una opinión ni buena, ni mala debido, a que independientemente del trato recibido su objetivo principal como usuario es ser atendido, en efecto, los usuarios externos no toman en cuenta la calidad de la atención al público ya que solo les interesa que sus necesidades sean cubiertas de manera rápida.

Por ultimo, se sugieren recomendaciones pertinentes para llevar a cabo la formación continua en cuanto a la atención al público en el departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria, para ello, se tomó en consideración las opiniones arrojadas por los encuestados (personal del departamento de ingreso y usuarios externos), estas recomendaciones, permiten que por medio de la formación continua se fortalezcan las habilidades y competencias de los empleados del departamento en cuestión del Centro Médico la Candelaria.

Para finalizar, es importante destacar que se debe concientizar en las instituciones de nuestro país y sobre todo las del sector salud, que la atención al público es el factor principal para lograr la fidelización de un cliente público o usuario, también contribuye al mejoramiento de los procesos administrativos, es significativo destacar, que en una institución de salud los usuarios están centrados al hecho de ser atendidos más que en obtener una calidad en el servicio de atención al público, quizás para una gran parte de la

población, esta sea su prioridad, pero no todos los usuarios consideran que este sea el criterio más adecuado. Sin embargo, es indispensable para toda organización centrarse en el cliente para mantenerse los estándares de calidad más altos tomando en cuenta las opiniones de los usuarios y la detección de necesidades de los círculos de calidad de la institución.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

Alles, M. (2007). Diccionario de preguntas: Gestión por Competencias. Buenos Aires, Argentina: Granica.

Amorós, E.(S/F).Comportamiento Organizacional. Perú.

Balestrini, M. (2002). Como se Elabora el proyecto de Investigación. (6ta Edición). Caracas, Venezuela: BL Consultores Asociados.

Calvo, A. y Cabrera, M. (2008). Servicio al paciente en el centro javeriano de oncología cómo mejorar el servicio al paciente desde la comunicación. Documento en línea. Disponible en <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/coomunicacion/tesis17.pdf>.recuperado el 22 de abril de 2010.

Castillo, E. (2005), Escala Multidimensional SERVQUAL. Facultad de Ciencias Empresariales Universidad del Bío-Bío, Chile, recopilación disponible en: <http://www.gestiopolis.com/marketing/servqual-medicion-calidad-servicio.pdf>

Chiluiza, C y Montalvo, O (2009). Estrategia de Mejoramiento de la Calidad y Niveles de Servicio del Área de Atención al Cliente de Porta. Trabajo de grado disponible en: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6500/1/D-38997%20.pdf>

Colina, G. González, V. (2005) Análisis de la atención al cliente de los empleados de la OAC ubicada en los cortijos de Lourdes de la empresa

CANTV.Trabajo de grado no publicado, Colegio Universitario de Caracas, Caracas, Venezuela.

Collins, H. (2006).El Servicio Invisible: Fundamento de un Buen Servicio al Cliente. Bogotá, Colombia: Ecoe.

Comunicación, M. (2005).El Plan de formación de la empresa: guía práctica para su elaboración y desarrollo. (2da edición). Madrid, España: Fundación Confemetal.

Estrada. (2007), Servicio y Atención al Cliente, Proyecto de mejoramiento de los servicios de justicia .Chile, disponible en: <http://www.pj.gob.pe/CorteSuprema/cij/documentos/ServicioAtencionCliente110708.pdf>

Flames, A. (2003). Como elaborar un trabajo de grado de un enfoque cuantitativo. (2da edición).caracas, Venezuela: fondo editorial IPASME.

García, M. (2006). La formación continúa. Estudio de las necesidades formativas en el ámbito empresarial de Cantabria. Madrid, España.

Guirola, A. (2005) “Manual de Inducción para el Personal Administrativo y Técnico del Ministerio de Educación” .trabajo de disponible en: <http://www.biblioteca.usac.edu.gt./tesis/pdf>.

Hurtado, J. (2008). La diversidad metodológica en las ciencias sociales: Dificultades y posibilidades. Revista Esquemas pedagógicos. Bogotá, Colombia: Universidad de Cundinamarca.

Lerma, D. (2007). Metodología de la investigación: Propuesta, Anteproyecto y Proyecto. (3ª edición). Bogotá, Colombia: Editorial Ecoe.

Liz C., Creel J., Sass C., Yinger N. (2002). La calidad centrada en los clientes: perspectivas de los clientes y obstáculos para recibir atención. Nuevas Perspectivas sobre calidad de la atención.

Martínez-Tur, V. y otros, (2009). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente. Madrid, España: Síntesis. S.A.

Marchant, L. (S/F). Actualizaciones para el Desarrollo Organizacional. Chile.

Massoud, R., Askov, K., Reinke, J., Miller, F., Bornstein, T., Knebel. (2001). Un paradigma moderno para mejorar la calidad de la atención de salud. Del Recuperado el 09 de diciembre de 2009, del sitio web <http://www.qaproject.org/pubs/PDFs/SPANPAR.PDF>.

Morín, A. Y Origuen, D. (2005). Calidad del Servicio del Departamento de bienestar social de la Alcaldía Mayor. Área seguros HCM. Trabajo de grado no publicado, Colegio Universitario de Caracas, Caracas, Venezuela.

Murillo, D. (2006). La Gestión de Enfermería y los Servicios Generales en las Organizaciones Sanitarias. Madrid, España: Díaz Santos.

Palomo, M. (2008). Liderazgo y Motivación de Equipo de trabajo. (5ta edición). Madrid, España: Esic.

- Pérez, V. (2006).Calidad total en la Atención al Cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. (2da.edición) España: Ideas propias.
- Pineda, P. (2002). Gestión de la Formación en las Organizaciones. (1ª edición).Madrid, España: Ariel.
- Ramírez, T. (2007).Cómo hacer un Proyecto de Investigación. Caracas, Venezuela: Panapo
- Robbins, S. (2004).Comportamiento Organizacional. (10ª edición).México: Pearson Educación.
- Rodríguez, M. (2006). Gestión de la formación:La Importancia De La Formación en el Ámbito Empresarial Actual. (1.ª edición).Madrid, España: Ideas propias.
- Toscano, M. (2005). La Atención al Cliente. Revista Digital Investigación y Educación.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador, (2006). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. (4ª ed.). Caracas: Autor.
- Yábar, O., García D., Villavicencio, E. (2002). La formación de recursos humanos para la gestión de equipos médicos: Análisis y propuesta en Perú. Universidad Tecnológica del Perú, Lima, Perú.
- Yépez, C.; Romero, L. y Buñay, R (2009). Análisis de un Centro de Atención al Cliente para Empresas Multiservicios. Trabajo de grado disponible en:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6500/1/D-38997%20.pdf>.

Centro Medico la Candelaria (2010). [Pagina Web en Línea] Disponible:
www.CentroMèdicolaCandelariadeCua.com.

Anexo A

Operacionalización de las Variables

Operacionalización de Variables

Objetivo General: Analizar el Proceso de Atención al Público en el Centro Médico la Candelaria

Obj. Específico	Variable	Dimensión	Definición operacional	Indicadores	Ítem		Técnica	Instrumento		Fuente
					C1	C2				
1- Determinar si el proceso de atención al público que se lleva a cabo en el Centro Médico la Candelaria es visto como una competencia en el área de desarrollo del Talento Humano de la institución.	Competencia	Atención al público	Se refiere a la competencias del talento humano	Cortesía	1	1	ENCUESTA	Cuestionario 1 (C1) dirigido a los empleados	Cuestionario 2 (C2) dirigido a los usuarios externos	Personal del departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria
				Disposición	9	2				
				Orientación al cliente	3	3				
				Atención personalizada	7	4				
				Escucha activa	4	5				
		Comunicación eficaz	8	6						
		Satisfacción de necesidades del cliente	Se refiere a las expectativas del cliente medidas en términos del logro del resultados	Información clara	2	7				
				Información completa	5	8				
				Información actualizada	6	9				

Obj. Especifico	Variable	Dimensión	Definición operacional	Indicadores	Ítem		Técnica	Instrumento	Fuente
2-Contrastar la opinión del personal interno y usuarios externos en cuanto a la calidad de la atención al público brindada por el personal del departament o de ingreso del Centro Médico la Candelaria	Calidad de la Atención al Público	Percepción del empleado ante el servicio que presta	Se refiere a los lineamientos generales para llevar a cabo la atención al publico	Confiabilidad	C3	C4	E N C U E S T A	Cuestionario 3 (C3) dirigido a los empleados	Personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico la Candelaria
					1,2,3,4,5	1,2,3,4,5			
		Responsabilidad	6,7,8	6,7,8					
		Seguridad	9,10,11,12	9,10,11,12					
		Percepción del usuario	Se refiere a lo que el usuario percibe del servicio atención al público	Empatía	13,14,15,16	13,14,15,16	Cuestionario 4 (C4) dirigido a los usuarios	Usuarios externos del Centro Médico la Candelaria	
					Bienes materiales o tangibles	17,18,19,20,21			17,18,19,20,21

*Nota: Los objetivos Específicos 3 y 4 son datos de interpretación por parte de la investigado

Anexo B

Cuestionario (C1)

Aplicado al personal del

Departamento de Ingreso del

Centro Médico la Candelaria

Cuestionario 1 Empleados

Atención al Público

Marque con una X la afirmación que mas se ajusta a su criterio teniendo en cuenta las opciones de respuesta **Siempre, Casi siempre y Nunca.**

Opciones de Respuestas

<i>Ítems o preguntas</i>	<i>Siempre</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Nunca</i>
1-¿Cuando llega un usuario al Departamento de Ingreso le doy la bienvenida y enseguida proceso su requerimiento?		<input checked="" type="checkbox"/>	
2-¿Ante la solicitud del usuario le brindo una información clara?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3- ¿Cuando al usuario se le presenta alguna dificultad ante lo requerido ayudo a resolverlo?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4- ¿Cuando un cliente me está dando información diversa, pongo mi mente en un tema de mi interés?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5 -¿Ante la solicitud del usuario le brindo una información completa?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6- -¿Ante la solicitud del usuario le brindo una información actualizada?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7-¿Logro identificarme con el cliente y le resuelvo su requerimiento?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8- ¿Cuando un cliente está enojado lo escucho hasta que descargue toda su presión?	<input checked="" type="checkbox"/>		
9- ¿Cuando he tenido un conflicto con un cliente, sigo pensando en él aún después de haber culminado mi jornada laboral?			<input checked="" type="checkbox"/>

Anexo C

Cuestionario (C3)

Cuestionario sobre percepción
de la Calidad de la Atención al
Público

C3: Personal del Dpto. de Ingreso

Cuestionario sobre Percepción, Calidad de la Atención al Público

Instrucciones: Marque con una X indicando su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones

Dimensión de Confiabilidad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
1	¿Cuándo le promete a un usuario procesar un requerimiento, en un tiempo determinado, lo cumple?					X		
2	¿Cuándo a un usuario se le presenta un problema, usted muestra un sincero interés por resolverlo?				X			
3	¿El Departamento de Ingreso brinda sus servicios de manera correcta desde el primer momento que se lo solicitan?		X					
4	¿El Departamento de Ingreso proporciona sus servicios en el tiempo en que promete hacerlo?		X					
5	¿El Departamento de Ingreso, mantiene informado a los usuarios en el momento que se van a desempeñar los servicios?	X						
Dimensión de Responsabilidad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
6	¿Usted le brinda al usuario el servicio con prontitud?					X		
7	¿Usted siempre se encuentra dispuesto a ayudar al usuario?					X		
8	¿Me encuentro demasiado ocupado como para atender al público?			X				
Dimensión de Seguridad		Total Desacuerdo				Total Acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
9	¿Cree usted que su comportamiento como empleado del Departamento de Ingreso le inspira confianza al público?						X	
10	¿Considera que los usuarios se sienten satisfechos al solicitar los servicios del Centro Médico la Candelaria?			X				
11	¿Siempre trato con cortesía al público o usuario que asiste a la institución?						X	
12	¿Cree usted que cuenta con la información necesaria para responder las interrogantes de los usuarios?					X		

Dimensión de Empatía								
		Total Desacuerdo			Total Acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
13	¿Le brinda atención individual a los usuarios?						X	
14	¿Me preocupo por cuidar los intereses de mis usuarios?				X			
15	¿Usted conoce las necesidades específicas del usuario?				X			
Dimensión de Bienes Materiales o Tangibles								
		Total Desacuerdo			Total Acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
16	¿La apariencia de los equipos del Centro Médico la Candelaria es moderna?				X			
17	¿Las instalaciones físicas del Centro Médico la Candelaria se encuentra en buen estado?				X			
18	¿Considera que su presentación personal es buena?						X	
19	¿Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) del Centro Médico la Candelaria contienen la información necesaria?				X			
20	¿Considera que el horario del Departamento en el que usted labora es conveniente?						X	

Anexo D

Juicio de Expertos



Universidad Central De Venezuela
Facultad De Humanidades y Educación
Escuela De Educación

Validación de los Instrumentos
Juicio de Experto

Me dirijo a usted en esta oportunidad para solicitarle su valiosa colaboración en lo que respecta a la Validación del Instrumento que se presenta a continuación, el cual tiene como finalidad recolectar información para la investigación que lleva como título: **LA ATENCIÓN AL PÚBLICO EN EL SECTOR SALUD COMO UNA COMPETENCIA EN EL ÁREA DE DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS. Un estudio de Caso.**

Se le adjunta, a) Operacionalización de variable, b) Instrumentos de recolección de los datos, c) Matriz de validación para cada uno de los instrumentos que deberá validar a su juicio.



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar al personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	C	C	C	
2	C	C	C	
3	C	C	C	
4	C	C	C	
5	C	C	C	
6	C	C	C	
7	C	C	C	
8	C	C	C	
9	C	C	C	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: Elsa Gomez

C.I. N° 3752976

Profesión: Prof. de Metodología de la Investigación

Firma: [Firma manuscrita]



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar al personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	/	/	/	
2	/	/	/	
3	/	/	/	
4	/	/	/	
5	/	/	/	
6	/	/	/	
7	/	/	/	
8	/	/	/	
9	/	/	/	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: RODRIGO RAMÍREZ

C.I. N° 10.1190.357

Profesión: DOCENTE

Firma: [Firma manuscrita]



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar al personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	/	/	/	
2	/	/	/	
3	/	/	/	
4	/	/	/	
5	/	/	/	
6	/	/	/	
7	/	/	/	
8	/	/	/	
9	/	/	/	

V=C

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: Paula Goretz Rodriguez

C.I. N° 6897799

Profesión: Docente

Firma: [Firma manuscrita]



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar a los usuarios externos del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	C	C	C	
2	C	C	C	
3	C	C	C	
4	C	C	C	
5	C	C	C	
6	C	C	C	
7	C	C	C	
8	C	C	C	
9	C	C	C	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: Dolores Gamiño

C.I. N° U-37529976

Profesión: Prof. de Metodología de Tesis

Firma: [Firma manuscrita]



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar a los usuarios externos del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	/	/	/	
2	/	/	/	
3	/	/	/	
4	/	/	/	
5	/	/	/	
6	/	/	/	
7	/	/	/	
8	/	/	/	
9	/	/	/	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: RODOLFO RANI

C.I. N° 701490.587

Profesión: Docente

Firma: [Firma manuscrita]



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar al personal del Departamento de Ingreso del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	/	/	/	
2	/	/	/	
3	/	/	/	
4	/	/	/	
5	/	/	/	
6	/	/	/	
7	/	/	/	
8	/	/	/	
9	/	/	/	

✓=C

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido:

Paola Goretz Rodriguez

C.I. N° 6897799

Profesión:

Docente

Firma

[Firma manuscrita]



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar al personal del Departamento Ingreso del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Table with 5 columns: Ítems, Claridad, Congruencia, Pertinencia, Observaciones. Rows 1-15 with handwritten checkmarks and notes.

Handwritten notes: 'Redacción / Cómo lo sabe el empleado', 'Redacción "En todo momento"', 'Bu que se diferencia el ítem 13 y 14', and a symbol '✓=C'.



Juicio De Expertos

Questionario que se deberá aplicar al personal del Departamento Ingreso del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	/	/	/	
2	/	/	/	
3	/	/	/	
4	/	/	/	
5	/	/	/	
6	/	/	/	
7	/	/	/	
8	/	/	/	
9	/	/	/	
10	/	/	/	
11	/	/	/	
12	/	/	/	
13	/	/	/	
14	/	/	/	
15	/	/	/	

16	/	/	/	
17	/	/	/	
18	/	/	/	
19	/	/	/	
20	/	/	/	
21	/	/	/	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: RODOLFO RAMÍREZ

C.I. N° 70.470.357

Profesión: DECENTE

Firma: [Handwritten Signature]



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar al personal del Departamento Ingreso del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	C	C	C	
2	C	C	C	
3	C	C	C	
4	C	C	C	
5				
6	C	C	C	
7	C	C	C	
8	C	C	C	
9	C	C	C	
10	C	C	C	
11	C	C	C	
12	C	C	C	
13	C	C	C	
14	I	I	I	
15	C	C	C	

16	C	C	C	
17	C	C	C	
18	C	C	C	
19	C	C	C	
20	C	C	C	
21	C	C	C	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: Isela Garmy

C.I. N° 3752976

Profesión: Prof. Metodología de la Investigación

Firma: [Firma manuscrita]



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar a los usuarios externos del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia e indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	/	/	✓	
2	✓	✓	✓	
3	✓	✓	✓	
4	✓	/	✓	
5	✓	/	/	
6	✓	/	✓	
7	✓	✓	✓	
8	/	/	✓	
9	/	/	/	
10	/	/	/	Redacción
11	/	/	/	
12	/	/	/	Redacción
13	/	/	/	
14	Diferencias 03 y 14			
15	/	/	/	
16	Revisión pregunta			

17	/	/	/	
18	✓	/	✓	
19	✓	✓	✓	
20	✓	/	✓	
21	✓	✓	✓	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: Paula Evelyn Ladusque

C.I. N° 6897799

Profesión: Docente

Firma: 



Juicio De Expertos

Cuestionario que se deberá aplicar a los usuarios externos del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia e indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	C	C	C	
2	C	C	C ?	
3	C	C	C	
4	C	C	C	
5	C	C	C	
6	C	C	C	
7	C	C	C	
8	C	C	C	
9	C	C	C	
10	C	C	C	
11	C	C	C	
12	C	C	C	
13	C	C	C	
14	C	C	C	
15	C	C	C	
16	C	C	C	

17	C	C	C	
18	C	C	C	
19	C	C	C?	
20	C	C	C	
21	C	C	C	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: Elsa Ganez

C.I. N° 3752976

Profesión: Prof de Metodología de la Investigación

Firma: [Firma manuscrita]



Juicio De Expertos

Questionario que se deberá aplicar al personal del Departamento Ingreso del Centro Médico La Candelaria

Criterio: Validez de Contenido, por medio de la Claridad, Congruencia y Pertinencia de cada Ítems.

Instrucciones: En las columnas de Claridad, Congruencia y Pertinencia indique con una "C" si considera correcta, a con una "I" si se considera incorrecta, la relación de cada aspecto con el Ítems en función de la variable correspondiente; si lo cree conveniente, adicione sus observaciones.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ítems	Claridad	Congruencia	Pertinencia	Observaciones
1	/	/	/	
2	/	/	/	
3	/	/	/	
4	/	/	/	
5	/	/	/	
6	/	/	/	
7	/	/	/	
8	/	/	/	
9	/	/	/	
10	/	/	/	
11	/	/	/	
12	/	/	/	
13	/	/	/	
14	/	/	/	
15	/	/	/	

16	/	/	/	
17	/	/	/	
18	/	/	/	
19	/	/	/	
20	/	/	/	
21	/	/	/	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: Rodrigo Rami

C.I. N° 70.470.337

Profesión: DECENTE

Firma: [Handwritten Signature]

Anexo E
Matriz de Datos
Programa Estadístico Spss17

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
	1	1	2	3	2	2	1	2	3
	1	1	2	3	2	2	1	2	3
	1	1	1	3	1	1	1	1	3
	1	1	1	3	1	1	1	1	3
	1	1	1	3	2	2	2	2	3
1		1	1	3	1	1	1	1	3
	1	1	2	2	1	1	2	3	3
	1	1	2	2	1	1	2	3	3
	1	1	1	1	1	1	1	1	3
	1	2	1	3	2	2	3	1	3
	1	1	1	3	2	2	1	2	1
	1	2	2	3	1	2	2	1	2
	1	1	1	2	1	1	2	2	1
	1	2	1	3	1	1	2	1	2
	1	1	1	3	1	1	1	2	2
	2	1	1	1	1	1	1	1	3
	1	1	1	1	2	2	2	3	3
	2	1	2	3	1	1	2	1	2
	2	3	1	3	1	1	2	1	3
	2	1	1	3	1	1	1	1	3

Anexo F
Matriz de Datos del Cuestionario
(C3 y C4)
Excel 2007

Matriz de Datos Programa Excel 2007 cuestionarios (C3) y (C4)

Confiabilidad	Responsabilidad	Seguridad	Empatía	Bienes Materiales
1	1	1	1	2
1	1	1	1	3
1	7	1	1	1
1		1		7
2				1
1,2	3	1	1	2,8
6	7	7	6	4
6	7	4	4	1
6	1	7	4	2
6		4		1
5				6
5,8	5	5,5	4,7	2,8
6	6	5	6	2
5	6	4	6	2
5	1	7	4	6
5		6		2
7				5
5,6	4,3	5,5	5,3	3,4
6	6	6	5	1
6	7	3	5	1
5	3	6	5	1
5		4		1
5				1
5,4	5,3	4,8	5	1
5	5	6	6	4
4	5	3	4	4
2	3	6	4	6
2		5		4
1				6
2,8	4,3	5	4,7	4,8
6	6	7	7	1
6	6	5	5	1
6	1	7	5	6
5		6		1
5				7
5,6	4,3	6,25	5,7	3,2
7	7	7	5	5
6		5		4
7	4	7	6	7
6		5		4
7				6
6,8	6	5,75	5,7	5,6
5	5	6	4	1

6	2	5	4	1
6	1	7	1	1
5		6		1
5				1
5,4	2,7	6	3,0	1
5	5	5	6	7
5	6	5	6	5
4	6	5	6	5
5		5		4
4				5
4,6	5,7	5,0	6,0	5,2
5	7	6	5	3
6	7	5	3	4
4	1	7	6	6
4		5		5
5				7
4,8	5,0	5,8	4,7	5,0
5	5	5	6	5
5	6	5	2	5
6	7	5	5	4
6		5		4
7				4
5,8	6,0	5,0	4,3	4,4
5	5	5	7	6
5	5	6	6	5
6	7	7	5	6
7		5		6
6				5
5,8	5,7	5,8	6,0	5,6
6	5	7	5	3
5	4	6	4	4
5	1	7	5	5
4	5	5	6	4
4	4	7	5	6
,0	3,3	6,3	4,7	4,4
5	5	6	6	4
4	5	5	6	4
4	4	7	5	6
5		6		4
4				7
4,4	4,7	6,0	5,7	5,0
6	6	6	5	1
5	6	5	6	1
7	5	6	4	1

5		4		1
4				1
5,4	5,7	5,3	5,0	1,0
2	2	2	2	4
3	3	2	2	3
3	4	3	3	5
4		3		6
3				4
3,0	3,0	2,5	2,3	4,4
7	7	6	7	6
7	7	6	6	6
4	1	7	5	7
5		7		5
6				7
5,8	5,0	6,5	6,0	6,2
7	5	6	7	4
7	7	5	4	5
5	2	7	6	5
5		5		5
7				1
6,2	4,7	5,8	5,7	4,0
5	6	7	6	4
6	6	4	6	4
5	2	6	6	6
5		6		2
6				6
5,0	5,0	5,5	6,7	6,2
Confiabilidad	Responsabilidad	Seguridad	Empatía	Bienes Materiales
5,0	4,7	5,2	4,9	4,1

Fuente: Cálculos propios

Anexo G

Organigrama del Centro Médico
la Candelaria



Centro Médico La Candelaria de Cúa, C.A.
Permiso Sanitario 237/2002
Rif. J-30649144-9

