

**UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
**SEMINARIO DE GRADO**



**ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN SOBRE LA SATISFACCIÓN DE  
LOS USUARIOS EN EL HOSPITAL REGIONAL DE VALDIVIA**

Tesina presentada como requisito para optar  
al Grado de Licenciado en Administración.

Profesores Responsables: Mónica Raddatz T.

Oswaldo Rojas Q.

Horacio Sanhueza B.

Profesor Patrocinante: Jorge Riveras S

JESSICA BUSTAMANTE MILLALONCO

FERNANDO ÓRDENES HERNÁNDEZ

VALDIVIA-CHILE

2003

## ÍNDICE DE MATERIAS

Capítulo		Página
	RESUMEN	
1	INTRODUCCIÓN	1
2	MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO	4
3	MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS	8
3.1	Diseño de la Encuesta	8
3.2	Diseño Muestra!	10
3.3	Operacionalización de Conceptos o Variables Claves	11
3.4	Etapa de Procesamiento de Datos	12
3.5	Análisis de Datos	12
4	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	13
5	CONCLUSIONES	30
6	BIBLIOGRAFÍA	32
7	ANEXOS	33

## ÍNDICE DE CUADROS O TABLAS

	<b>Página</b>
Cuadro N° 1: Percepción General Sobre la Orientación a la Satisfacción del Usuario	13
Cuadro N° 2 Percepción Sobre Comunicación con el Usuario y Manejo de su Información	15
Cuadro N° 3: Percepciones Sobre Calidad de la Atención (Incluye Capacidades y Competencias del Personal y Trato Otorgado a Usuarios)	18
Cuadro N° 4: Percepciones Sobre la Calidad de la Información y Orientación Otorgada al Usuario	20
Cuadro N°5: Percepción de Satisfacción con Distintos Elementos del Servicio	24
Cuadro N° 6: Percepción Resumen Sobre Calidad de Atención y Satisfacción Global con el Servicio del Hospital	28

## ÍNDICE DE FIGURAS O GRÁFICOS

	<b>Página</b>
Gráfico N° 1: Valores de la Mediana Correspondientes a las Afirmaciones 1 a 6	14
Gráfico N° 2 Valores de la Mediana Correspondientes a las Afirmaciones 7 a 12	16
Gráfico N° 3: Valores de la Mediana Correspondientes a las Afirmaciones 13 a 21	19
Gráfico N° 4: Valores de la Mediana Correspondientes a las Afirmaciones 22 a 28	22
Gráfico N°5: Valores de la Mediana Correspondientes a las Afirmaciones 30 a 49	26
Gráfico N° 6: Valores de la Mediana Correspondientes a las Afirmaciones 29 y 50	28

## **RESUMEN**

La presente tesina desarrolla un estudio sobre cómo los usuarios perciben el nivel de calidad de los servicios de atención prestados por el Hospital Regional de Valdivia, para lo cual se llevó a cabo una investigación transversal de tipo exploratorio y descriptivo.

Esta percepción de calidad incide en la satisfacción del usuario o cliente en el ámbito de los servicios hospitalarios. Éste es un aspecto de gran significancia para el marketing y para su aplicación en el sector público, dado que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, son temas que han traspasado la barrera de la empresa privada y actualmente están tomando relevancia, sobretodo a nivel latinoamericano, en los procesos de modernización que está viviendo el sector público.

La metodología utilizada corresponde a un estudio no probabilístico, en donde se diseñó una encuesta que fue aplicada a una muestra de pacientes determinada por cuotas.

Los resultados de la investigación señalan que los usuarios se encuentran satisfechos con el nivel de calidad de los servicios que entrega el Hospital Regional de Valdivia, destacándose el alto nivel de percepción arrojado por el desempeño de los médicos de este centro hospitalario.

## 1. INTRODUCCIÓN

La globalización de los mercados se ha convertido en una característica de gran importancia para la supervivencia de las empresas en general, las que han sabido sobrellevar esta situación y que han querido mantenerse e incluso mejorar han tenido que cambiar sus objetivos estratégicos, pasando a centrar su atención en la calidad del servicio que prestan a sus clientes. La creciente importancia de la calidad del servicio ha llevado a los investigadores a realizar grandes esfuerzos en su conceptualización y medición.

En muchos países, y en especial en el ámbito iberoamericano, se están implantando programas de modernización en el sector público, amparados en el nuevo paradigma de la gestión pública, que centra su atención, en una nueva relación entre el Estado y los ciudadanos, que son en definitiva sus clientes. Desde este punto de vista, se cree importante establecer cómo puede contribuir el marketing para el establecimiento de esta nueva relación. Este es un tema que no ha sido lo suficientemente estudiado, de hecho, algunos autores proponen llevar a cabo investigaciones que permitan la aplicación del marketing y de sus nuevas tendencias, como son el marketing de relaciones y el enfoque de orientación al mercado, a nuevos sectores y nuevas realidades (Riveros 2002).

En Chile, se han introducido cambios en diversos sistemas políticos y administrativos para situar una nueva filosofía de gestión en el sector público en la cual existen programas de modernización que el Estado está implantando en el territorio nacional para desarrollar diversos programas destinados a fortalecer el bienestar social, por lo que las organizaciones públicas de varios sectores están modificando sus estrategias de gestión.

Desde hace algunos años, ha existido una preocupación creciente en los directivos del Hospital Regional de Valdivia, por determinar cuál es la percepción de los usuarios acerca de la calidad de los servicios que entrega el Hospital. Es importante para este centro de atención hospitalario, conocer cómo sus pacientes están evaluando o calificando los servicios y cuidados suministrados, constituyendo de esta forma, una

retroalimentación efectiva para un continuo mejoramiento de políticas de gestión en beneficio de sus usuarios, incrementando y mejorando la calidad en los servicios entregados.

De esta forma, mediante la aplicación del marketing se podrán transparentar los servicios públicos, acercarlos a las necesidades de la gente, hacer que los servicios públicos sean más efectivos, y de esta manera, encauzar nuevos enfoques de gestión y modernización al interior de los servicios públicos, en especial hospitalarios, para lograr así un mejor servicio a sus usuarios o clientes. (Riveros y Berné, 2003).

El presente análisis fue realizado al interior del Hospital Regional de la ciudad de Valdivia, durante el período Agosto a Noviembre del año 2003, el radio de acción de este Hospital se extiende a 12 comunas que comprende específicamente la Provincia de Valdivia. El presente trabajo de percepción de los usuarios sobre la calidad de los servicios otorgados, complementa las investigaciones realizadas en el año 2002, al interior del Hospital Regional de Valdivia, en relación a la percepción de los funcionarios de dicho centro hospitalario acerca de la aplicación del marketing en dicho servicio.

Para la disciplina del marketing, que generalmente está ajena a los servicios públicos, esta investigación contribuye al desarrollo de la disciplina en el ámbito público. Estos enfoques del marketing pueden aportar conceptos y prácticas trascendentales para que el Estado logre acercarse a las necesidades de la gente, por lo que esta investigación fortalecería los conocimientos teóricos y prácticos sobre el marketing público.

La pregunta de investigación asociada a este estudio es:

“Desde el punto de vista del usuario, ¿La calidad de los servicios que ofrece el Hospital Regional de Valdivia satisface sus necesidades?.

A continuación se identifican los objetivos de la siguiente tesina:

1. Analizar cómo los usuarios perciben la calidad de los servicios prestados por el Hospital Regional de Valdivia y el nivel de satisfacción referido a los mismos.
2. Obtener conclusiones sobre las distintas dimensiones referidas a calidad de atención y satisfacción de los usuarios, frente a los servicios prestados por el Hospital Regional de Valdivia, de tal forma que, puedan contribuir a mejorar la gestión del establecimiento, en el largo plazo, y de esta manera ayuden a mejorar el nivel de calidad en salud de la comunidad o zona de influencia del Hospital.

La hipótesis de investigación asociada a este estudio es:

“El nivel de calidad de los servicios prestados por el Hospital Regional de Valdivia satisface las necesidades de los usuarios ”

## 2. MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO

Estudios realizados con anterioridad, como es una investigación efectuada en el *Hospital da Cova da Beira* (Portugal) (Dos Reis Rodrigues et al. 2002), analizan desde la perspectiva del usuario, la calidad del servicio suministrado en algunas unidades de dicho recinto hospitalario, para lo cual se identificaron algunas dimensiones de calidad de los servicios de salud, como también, relaciones personales entre los profesionales sanitarios y su entorno, las que fueron respectivamente evaluadas. Mediante este estudio, se obtuvieron conclusiones acerca de como medir la calidad de los servicios que les son proporcionados a los usuarios, a través del análisis de dimensiones relacionadas con el cuidado entregado por los profesionales de la salud y con el entorno donde son prestados dichos cuidados.

Por otro lado, diversos estudios han tratado de elaborar una escala para medir la calidad de los servicios, como el que pretendió arrojar un poco de luz sobre la calidad de atención, que ofrece la Junta de Castilla y León (España) (Dávila 2002), en la prestación de sus servicios - información, publicidad, central de reservas, asesoramiento, tramitación, etc.- a los establecimientos hoteleros de turismo al interior de dicha Comunidad Autónoma Española. En este estudio, se muestran antecedentes acerca del diseño de la escala (mediante modelo Likert), y se evalúa la fiabilidad y validez de la misma (mediante test de Alpha de Cronbach), al ser utilizada en la medición, así como también, la relación entre las variables más importantes utilizadas para explicar; por qué el servicio es de calidad y cómo influyen estas variables, en la satisfacción del cliente y en la lealtad, en cuanto a repetir su visita, al organismo público estudiado. La conclusión obtenida en dicho estudio, demuestra empíricamente como la calidad del servicio puede estar compuesta por tres ámbitos, muy relacionados entre sí: los aspectos objetivos del producto / servicio, los aspectos subjetivos del producto / servicio y los aspectos genéricos de la empresa. También se demostró en dicho estudio, que la calidad del servicio influye de manera importante en la satisfacción del cliente y en menor medida, en su grado de lealtad.

La definición de un concepto de calidad es algo difícil de llevar a cabo, ya que no hay consenso entre los investigadores. Por otra parte, se está refiriendo a calidad de servicios. Los servicios habitualmente son actividades económicas que producen utilidad de tiempo, utilidad de lugar, utilidad de forma o utilidad psicológica en forma simultánea. La bibliografía existente acerca del marketing de servicios apunta a enfoques de calidad vistos como modelos de calidad total aplicados a este sector. Existen en este ámbito, distintas escuelas de investigación como las señaladas por Dávila y que son las siguientes:

- **Modelo de Calidad Industrial:** Juran (1988), Deming (1986), Ishikawa (1985), Preece y Chen (1993), para los cuáles la calidad consiste en garantizar la calidad de los productos y servicios lanzados al mercado.
- **Modelo de Servucción:** Eiglier y Langeard (1989), destacan que la calidad del servicio depende de los elementos que intervienen en el proceso de elaboración de los servicios y la coherencia entre ellos (soporte físico, personal y clientes).
- **Modelo de Deficiencias o Discrepancias:** Define las deficiencias en la prestación de servicios (diferencias entre servicio esperado y servicio recibido), estableciendo 5 diferencias que se producen como consecuencia de no responder a las expectativas de los clientes. Se usa la Escala SERVQUAL, como instrumento de medición de expectativas y percepciones de clientes en relación a servicios ofrecidos.
- **Modelo Imagen:** define la calidad percibida a través de relacionar la calidad técnica (lo que el cliente recibe de sus interacciones con la empresa), la calidad funcional de los procesos (la forma en que se realiza la prestación de los servicios) y la imagen corporativa. Las dos primeras conforman la calidad experimentada por el cliente, éste relaciona la calidad experimentada con la calidad esperada y se forma una valoración de calidad percibida propia, por lo cual la calidad percibida es función de lo que los clientes ya esperan del servicio y de la manera en que este servicio ha sido prestado, considerando aspectos técnicos y funcionales.

Por otra parte, además, la calidad objetiva describe superioridad técnica o excelencia de productos y servicios. Reside en el objeto, por lo cual, permite evaluar la calidad de un objeto a partir de la medición cuantitativa de atributos que posea. Como así, la calidad percibida es subjetiva, definida como la valoración o “juicio” que hace el cliente o usuario sobre superioridad o excelencia de un producto o servicio, son “juicios” de calidad dependientes de percepciones, necesidades u objetivos de los clientes. Calidad es lo que los clientes dicen que es, ya sea la de un servicio o producto determinado, la calidad es la que el cliente percibe que es, por lo tanto hay que definir calidad en términos de los clientes o de la misma manera que lo hacen los clientes o usuarios (Grönroos 1994, 37).

#### *Estudio sobre la satisfacción de los usuarios de una unidad de salud*

La satisfacción del cliente es un punto central del marketing de servicios. La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor son elementos vitales para el éxito en el mercado, por lo que muchas organizaciones, incluyendo hospitales, tienen en cuenta la opinión de los consumidores, siendo uno de los objetivos de estas nuevas formas de actuar de los servicios de salud, el obtener una mayor satisfacción de los usuarios. Así las evaluaciones de los usuarios y pacientes adquieren importancia en la gestión de los servicios y procesos hospitalarios. Esta investigación identifica las dimensiones de los usuarios para evaluar la calidad del servicio hospitalario, dimensiones que están relacionadas con el entorno donde se presta el servicio y con las relaciones que se establecen con los profesionales de la salud (Dos Reis Rodrigues et al. 2003).

La calidad es primordial para cualquier organización productora de bienes o servicios. En lo que respecta a organizaciones de salud, autores señalan que las prestaciones de salud están en crisis, ya que el respeto por los profesionales del sector, la satisfacción con los mismos y la confianza en el sistema están bajando. ¿Por qué ocurre esta erosión?. Las causas incluyen la inseguridad provocada por la enfermedad, el deficiente funcionamiento de los servicios y la aceleración de los costos de salud. Los

usuarios demandan cada vez más servicios de alta calidad y además creen, que no se les están prestando de acuerdo a sus requerimientos.

Mediante esta investigación, se estudia, desde la perspectiva del usuario, la calidad del servicio prestado por el Hospital Regional de Valdivia, analizando para ello las siguientes dimensiones:

- Percepción general sobre la orientación del establecimiento a la satisfacción del usuario.
- Percepción sobre las comunicaciones con el usuario y el manejo de su información.
- Percepción sobre calidad de la atención (incluye capacidades y competencias del personal y trato otorgado a usuarios).
- Percepción sobre la calidad de la información y orientación otorgada al usuario.
- Percepción resumen sobre la calidad de atención.
- Percepción de satisfacción con distintos elementos del servicio.
- Satisfacción global con el servicio de hospital.

### 3. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

El tipo de investigación corresponde a una investigación exploratoria, porque es pionera en la medición de la satisfacción del usuario realizada en el Hospital Regional de Valdivia; también descriptiva, ya que muestra el comportamiento de determinadas variables en su entorno; transversal, puesto que la investigación fue desarrollada en el Hospital Regional de Valdivia, entre el 1º de Octubre y el 18 de Noviembre del 2003; y no probabilística, debido a que se diseñó una encuesta que fue aplicada a una muestra de pacientes determinada por cuotas, con lo cual no se tiene la certeza que la muestra extraída sea representativa del total de pacientes del Hospital Regional de Valdivia.

La fuente de procedencia u obtención de datos corresponden a fuentes primarias recopiladas a través de la aplicación de una encuesta a usuarios y pacientes al interior del establecimiento hospitalario.

La información considerada en este estudio como de tipo secundaria, corresponde al estudio y revisión de publicaciones en libros y documentos especializados, además de estudios referentes al tema.

#### 3.1 Diseño de la Encuesta. (Anexo 1)

El diseño de la encuesta se hizo tomando como referencia lo recopilado en la investigación bibliográfica, como también algunas encuestas aplicadas con anterioridad a usuarios y pacientes atendidos en el Hospital Clínico Regional de Valdivia y en otros establecimientos hospitalarios del país.

La encuesta fue diseñada bajo el formato Likert (con escala de medición de 1 a 7), donde de acuerdo a su estructura, el rango inferior (valores 1 a 3) representa una respuesta negativa a la afirmación, el valor 4 corresponde a un valor medio que representa una indiferencia o incertidumbre ante la afirmación, mientras que el rango superior (valores 5 a 7) representan una respuesta positiva a la misma (Hayes 1999). De acuerdo a este formato es posible determinar un porcentaje de preguntas positivas, negativas o inciertas para un elemento consultado.

La encuesta utilizada contó con 50 afirmaciones, distribuidas en dos partes:

- Primera parte: Contiene las afirmaciones 1 a 29, las que deben ser evaluadas bajo un formato de escala de ocurrencia del hecho, donde 1 es *nunca*, 2 *casi nunca*, 3 *pocas veces*, 4 *mitad de las veces*, 5 *muchas veces*, 6 *casi siempre* y 7 *siempre*. En esta primera parte se evaluaron las siguientes dimensiones de análisis de la encuesta: percepción general sobre la orientación del establecimiento a la satisfacción del usuario (afirmaciones 1 a 6); percepción sobre las comunicaciones con el usuario y el manejo de su información (afirmaciones 7 a 12); percepción sobre calidad de la atención – que incluye capacidades y competencias del personal y trato otorgado a usuarios - (afirmaciones 13 a 21); percepción sobre la calidad de la información y orientación otorgada al usuario (afirmaciones 22 a 28) y percepción resumen sobre la calidad de atención (afirmación 29).
- Segunda Parte: Contiene las afirmaciones 30 a 50, que miden el grado de satisfacción en relación a distintos elementos del servicio del hospital, de acuerdo también a una escala de 1 a 7, en la que 1 es *completamente insatisfecho*, 2 *insatisfecho*, 3 *medianamente insatisfecho*, 4 *ni satisfecho ni insatisfecho*, 5 *medianamente satisfecho*, 6 *satisfecho* y 7 *completamente satisfecho*. En este apartado se evaluaron los siguientes elementos del servicio del hospital: señalética (30); comodidades de sala de espera (31 y 32); comodidades de sala de hospitalización (33 a 35); limpieza del establecimiento hospitalario (36); alimentación de hospitalizados (37); disponibilidad, ubicación y mantención de servicios higiénicos (38 y 39); infraestructura del hospital (40 y 41); procesos de información y tramitación (42 y 43); tiempos de atención (44 y 45); facilidades para visita de familiares (46); asistencia social (47); asistencia espiritual y psicológica (48); facilidades para manifestar opinión (49); y satisfacción global con el servicio del hospital (50).

Es importante señalar en este estudio, que con el propósito de verificar la validez de la escala para efectuar la medición señalada, se aplicó el test de Alpha de Cronbach,

el que para la primera escala alcanza un valor de 0,9326 con un intervalo de confianza de 95%, y para la segunda escala dicho valor alcanza a 0.9091 con el mismo intervalo de confianza; lo que indica un nivel de fiabilidad de ambas escalas cercano al 100%, aspecto que refuerza los resultados entregados por el instrumento de medición. (Anexo 2).

El diseño de la encuesta fue un trabajo arduo, que estuvo sujeto a varias modificaciones, sugeridas tanto por el trabajo en conjunto con el Profesor Jorge Riveros de la Universidad Austral de Chile y su equipo de investigación, como por la Profesora Carmen Berné de la Universidad de Zaragoza. La finalidad era, que abarcara los aspectos de interés de la investigación y que fuese entendible por los todos los usuarios que contestasen la encuesta. Además, antes de ser aplicada, fue presentada a directivos del Hospital, para su respectiva aprobación.

### 3.2 Diseño Muestral (Anexo 3)

La muestra está constituida por usuarios/pacientes ambulatorios y hospitalizados que fueron encuestados entre el 1 de Octubre y el 18 de Noviembre de 2003.

Para la definición de esta muestra se comenzó por establecer la población, la cual fue constituida por todos los pacientes y usuarios del Hospital Regional de Valdivia, que estaban siendo atendidos en esa fecha, tanto aquellos que habían recibido atención como los que estaban en espera de recibir atención.

La elección de la muestra fue dirigida a usuarios que cumplieran con los siguientes requisitos: hombres y mujeres mayores de 15 años capaces de leer y escribir, mentalmente capacitados para contestar cuestionarios y que fueran personalmente localizados para su entrevista.

Se utilizó el método de muestreo por cuotas, no probabilístico, donde se identificaron cuotas de usuarios y pacientes a ser encuestados, de acuerdo a categorías proporcionales de la población en estudio. La determinación de estas categorías proporcionales (por sexo, estrato de edad y tipo de atención), fueron determinadas en base a antecedentes históricos de las atenciones efectuadas tanto en el Hospital Regional de Valdivia como en el Hospital Base de Osorno.

El tamaño de la muestra se determinó a conveniencia de la investigación, y se fijó en un número de 200 encuestados (150 usuarios ambulatorios y 50 pacientes hospitalizados); los primeros corresponden a los servicios de atención que presta el Consultorio Externo de las siguientes especialidades: cirugía, ortopedia y traumatología, ginecología y obstetricia, urología, otorrinolaringología, dermatología, medicina interna, neurología, oftalmología y odontología; y los segundos corresponden a los siguientes Servicios de Hospitalización: medicina, cirugía, obstetricia y ginecología, traumatología, pensionado, pediatría, urología, oftalmología y otorrinolaringología.

### 3.3 Operacionalización de Conceptos o Variables Claves

*Calidad de Servicios Percibida*, es definida como una valorización subjetiva que el sujeto realiza en función de la adecuación del objeto a sus necesidades o expectativas. (Parasuraman et al.1991). Las *percepciones de calidad* de los usuarios para esta investigación fueron medidas por las siguientes dimensiones:

- Percepción general sobre la orientación del establecimiento hacia la satisfacción del usuario.
- Percepción sobre las comunicaciones con el usuario y el manejo de su información.
- Percepción sobre calidad de la atención – que incluye capacidades y competencias del personal y trato otorgado a usuarios -.
- Percepción sobre la calidad de la información y orientación otorgada al usuario.
- Percepción resumen sobre la calidad de atención.
- Percepción de satisfacción con distintos elementos del servicio.
- Satisfacción global con el servicio de hospital.

*Usuarios*, se definieron como usuarios aquellas personas que se acercaron al Hospital Regional de Valdivia, durante el período de la investigación, con el propósito de obtener una atención de salud, se incluyen las personas que estaban siendo atendidas

internamente en el hospital, aquellos que recibieron atención y los que estaban en espera por recibirla.

### 3.4 Etapa de Procesamiento de Datos

Los datos obtenidos fueron analizados mediante el programa estadístico computacional “SPSS Versión 10.0”, donde se realizaron los siguientes análisis estadísticos descriptivos de las muestras estudiadas, como el cálculo de la mediana, media y desviación típica de cada una de las variables; y la validez y fiabilidad de la escala mediante el test de Alpha de Cronbach.

### 3.5 Análisis de Datos

El análisis principal de los resultados se hizo en base a los valores de la mediana, de las respuestas dadas por los usuarios, frente a cada una de las variables involucradas en las dimensiones de análisis de la encuesta. Representando cada uno de los valores los siguientes significados:

Insatisfacción: 1, 2 y 3.

Indiferencia o Incertidumbre: 4.

Satisfacción mínima: 5.

Satisfacción general: 6.

Satisfacción plena (excelencia): 7.

El valor 4 se determinó como valor de indiferencia o incertidumbre, puesto que refleja un punto intermedio entre insatisfacción y satisfacción, por lo que se considera finalmente como insatisfacción.

A partir del valor 5 se considera aceptado un cierto nivel de satisfacción.

La Hipótesis de Investigación se considerará cualitativamente aceptada cuando la mayoría de los resultados obtenidos en las medianas, de las distintas dimensiones de análisis, sea superior o igual al valor 5 de la escala.

#### 4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a la muestra por cuotas (no probabilística), ordenados según ámbito o dimensión de análisis.

##### **Dimensión de Análisis N°1: Percepción general sobre la orientación del establecimiento hacia la satisfacción del usuario.**

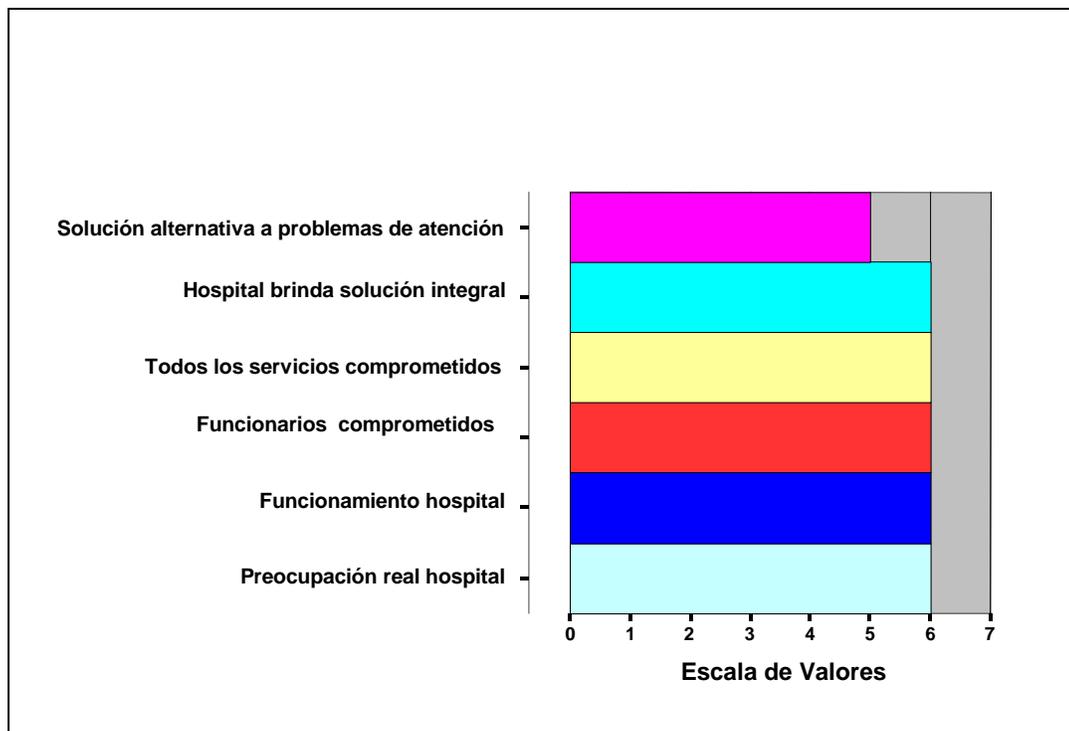
Cuadro N° 1: Percepción general sobre la orientación a la satisfacción del usuario.  
(afirmaciones 1 a 6).

		Preocupación real hospital	Funcionamiento hospital	Funcionarios comprometidos	Todos los servicios comprometidos	Hospital brinda solución integral	Solución alternativa a problemas de atención
N	Válidos	200	197	198	195	197	193
	Perdidos	0	3	2	5	3	7
Media		5,61	5,47	5,42	5,41	5,62	4,86
Mediana		6	6	6	6	6	5
Desviación típica		1,35	1,32	1,28	1,27	1,45	1,82

Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

Gráfico N° 1: Valores de la Mediana correspondientes a las afirmaciones 1 a 6.

### ORIENTACIÓN A LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO



Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

De la tabla y gráfico anteriores se pueden concluir los siguientes aspectos:

- Los usuarios perciben claramente que el servicio hospitalario está orientado hacia la satisfacción de éstos, aspecto que es claramente valorado –valor mayor o igual a 5-, detectando un alto cumplimiento de las afirmaciones enunciadas, con un valor 6 correspondiente a “Casi Siempre”.
- En relación, si el hospital brinda otras alternativas de atención, los encuestados piensan que éste, “muchas veces” lo hace cuando el usuario ha tenido algún problema de atención, reflejando un valor de 5 en sus respuestas.

Por lo tanto, se puede concluir que los usuarios perciben de forma satisfactoria, la orientación que el Hospital Regional de Valdivia tiene hacia la satisfacción de sus pacientes.

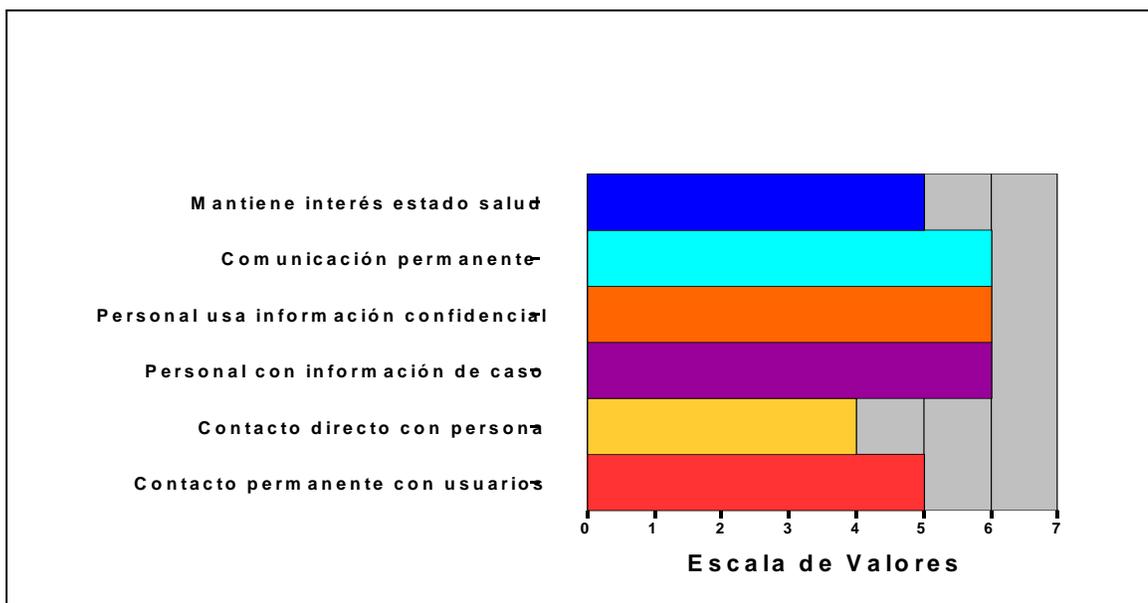
**Dimensión de Análisis N°2: Percepción sobre comunicación con el usuario y manejo de su información.**

Cuadro N° 2 Percepción sobre comunicación con el usuario y manejo de su información (afirmaciones 7 a 12)

		Contacto permanente con usuarios	Contacto directo con persona	Personal con información de caso	Personal usa información confidencial	Comunicación permanente	Mantiene interés en estado de salud
N	Válidos	187	196	195	192	192	194
	Perdidos	13	4	5	8	8	6
Media		4,46	3,83	5,35	5,61	5,35	4,97
Mediana		5,00	4,00	6,00	6,00	6,00	5,00
Desviación típica		1,89	2,19	1,59	1,41	1,51	2,02

Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

Gráfico N° 2: Valores de la Mediana correspondientes a las afirmaciones 7 a 12.  
**PERCEPCIÓN SOBRE COMUNICACIÓN CON EL USUARIO Y MANEJO DE SU INFORMACIÓN**



Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

- Los aspectos mejor evaluados dentro de esta dimensión correspondieron al manejo de información completa y actualizada sobre el caso personal del paciente, sobre el manejo de información personal con precisión y confidencialidad y una comunicación clara y oportuna con el usuario. Aspectos que en la percepción de los usuarios del Hospital Regional de Valdivia fueron satisfactorios, reflejado un valor de la mediana de las respuestas igual a 6, en la escala utilizada.

- En cuanto al contacto permanente con los usuarios para ofrecer información sobre cambios en el funcionamiento del hospital, a través de avisos de diarios, radios u otros; y en cuanto a la comunicación que mantiene el Hospital con el usuario interesándose en su estado de salud y en la continuación de su tratamiento, después de ser atendido. Estos aspectos son percibidos en un grado menor, pero igualmente aceptable o satisfactorio para el usuario, con un valor de 5 en la escala.
- Para el usuario se considera insatisfactorio el contacto directo (ya sea por carta o teléfono) para ofrecer información personalizada que sea de su interés. Este apartado arroja una mediana de valor 4, percibiendo que el hospital en sólo la “mitad de las veces” cumple con esta afirmación, por lo cual es rechazada.

Por consiguiente, la comunicación que existe entre el hospital y sus usuarios y el manejo de la información de éstos, es percibida en términos generales, como satisfactoria, aun cuando, existe insatisfacción en cuanto a que el Hospital mantiene un escaso contacto directo con ellos, ya sea por carta o teléfono.

**Dimensión de Análisis N°3: Percepciones sobre calidad de la atención (incluye capacidades y competencias del personal y trato otorgado a usuarios).**

Cuadro N° 3: Percepciones sobre calidad de la atención (incluye capacidades y competencias del personal y trato otorgado a usuarios) (afirmaciones 13 a 21).

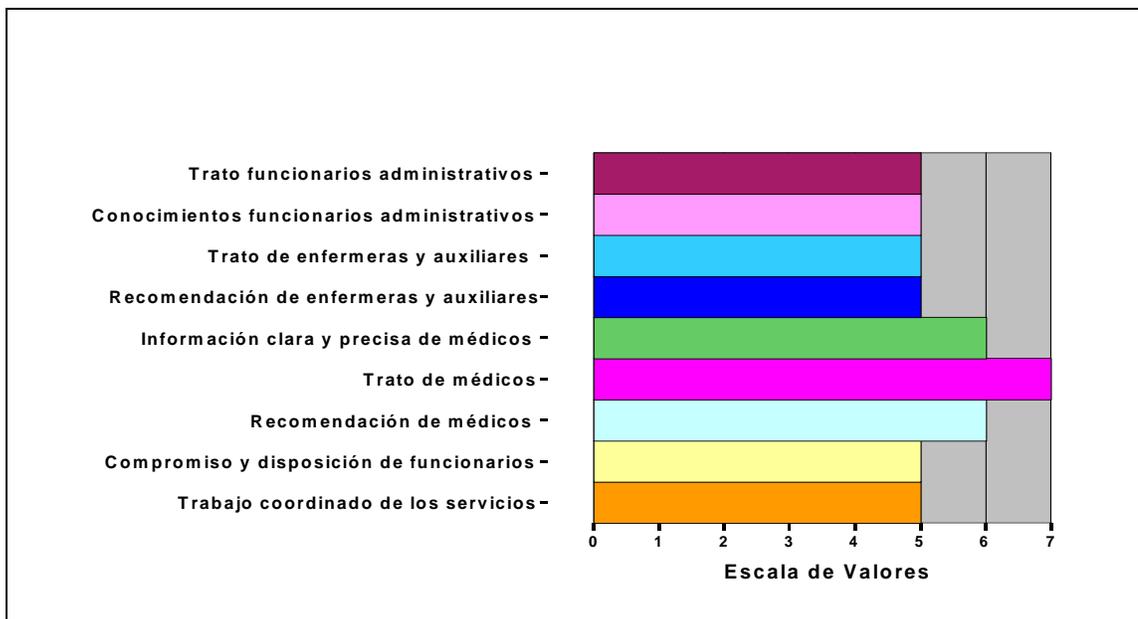
		Trabajo coordinado de los servicios	Compromiso y disposición de funcionarios	Recomendación de médicos	Trato de médicos	Información clara y precisa de médicos
N	Válidos	194	196	198	199	197
	Perdidos	6	4	2	1	3
Media		5,14	5,10	5,74	6,12	5,76
Mediana		5,00	5,00	6,00	7,00	6,00
Desviación típica		1,68	1,69	1,56	1,11	1,31

Continuación Cuadro N° 3.

		Recomendación de enfermeras y auxiliares	Trato de enfermeras y auxiliares	Conocimientos funcionarios administrativos	Trato funcionarios administrativos
N	Válidos	197	198	197	200
	Perdidos	3	2	3	0
Media		4,93	5,18	5,12	5,11
Mediana		5,00	5,00	5,00	5,00
Desviación típica		1,73	1,64	1,45	1,55

Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

Gráfico N°3: Valores de la Mediana correspondientes a las afirmaciones 13 a 21.  
**PERCEPCIÓN SOBRE CALIDAD DE LA ATENCIÓN**



Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

- Cabe destacar primeramente el aspecto que los usuarios perciben un muy buen trato por parte de los médicos, siendo evaluados de forma excelente, reflejado en un valor de la mediana igual a 7. En definitiva, los usuarios se encuentran completamente satisfechos con el trato recibido por los médico que los atienden.
- También se puede dimensionar que el usuario percibe de una forma bastante satisfactoria el trabajo realizado por los médicos, arrojando un valor 6 las medianas de las variables relacionadas con los conocimientos y capacidades necesarias; como también sobre la información clara y precisa referida al diagnóstico de la enfermedad y al tratamiento que debe seguir un paciente.
- Calificados con un menor valor reflejado en su mediana, pero igualmente satisfactorios, destacan: la atención coordinada al intervenir dos o más servicios; la disposición y compromiso por parte de los funcionarios en brindar la calidad de atención que el usuario requiere; la recomendación de enfermeras y auxiliares

para que atendieran a un familiar o amigo dado sus conocimientos y capacidades; el trato de enfermeras y auxiliares; los conocimientos y competencias necesarias que tienen los funcionarios administrativos para prestar la atención requerida; y el trato otorgado por los funcionarios administrativos.

Como conclusión de las percepciones sobre calidad de la atención que incluyen las capacidades y competencias del personal y el trato otorgado a los usuarios, por los distintos estamentos, se puede mencionar que en general es satisfactorio, destacándose el desempeño realizado por el personal médico.

#### **Dimensión de Análisis N°4: Percepciones sobre la calidad de la información y orientación otorgada al usuario.**

Cuadro N° 4: Percepciones sobre la calidad de la información y orientación otorgada al usuario (afirmaciones 22 a 28).

		Medios apropiados (oficina, reclamos)	Oficina Informaciones en lugar visible e identificable	Trato personal de informaciones	Disposición Hospital para atender reclamos
N	Válidos	185	188	156	162
	Perdidos	15	12	44	38
Media		3,75	3,80	4,48	4,07
Mediana		4,00	4,00	5,00	4,00
Desviación típica		2,14	2,19	1,97	1,98

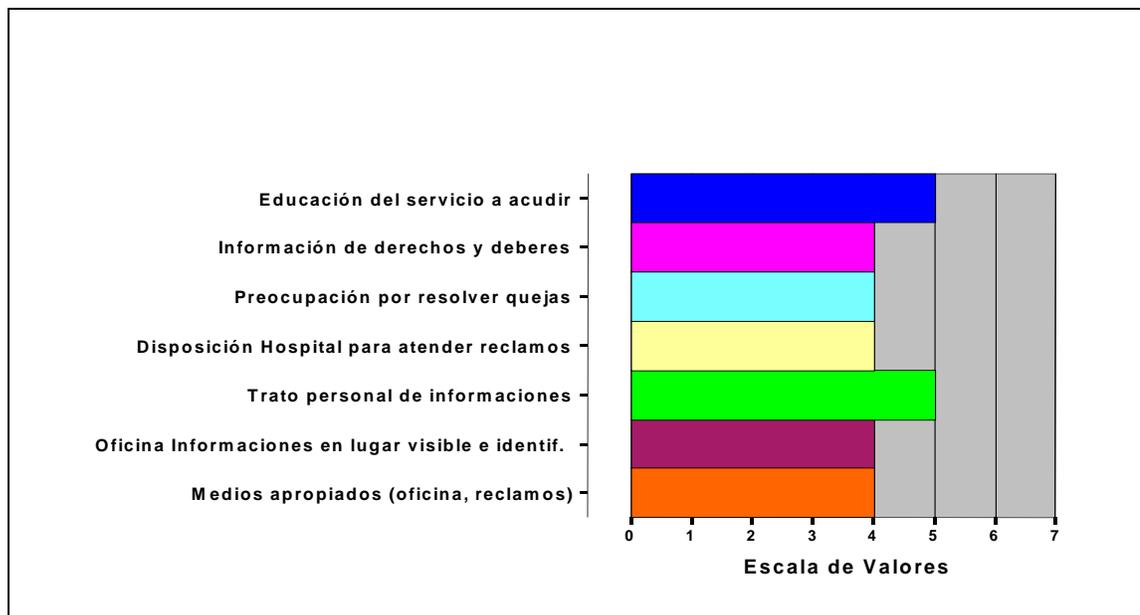
Continuación Cuadro N° 4.

		Preocupación por resolver quejas	Información de derechos y deberes	Educación del servicio a acudir
N	Válidos	148	189	196
	Perdidos	52	11	4
Media		3,76	4,12	4,48
Mediana		4,00	4,00	5,00
Desviación típica		1,89	2,09	1,89

Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

Gráfico N° 4: Valores de las Mediana correspondientes a las afirmaciones 22 a 28.

**CALIDAD DE LA INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN  
OTORGADA AL USUARIO**



Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

- El trato entregado por el personal de la oficina o mesón de informaciones, en cuanto a calidad de la atención y orientación clara y precisa ante sugerencias o preguntas por parte de los usuarios; como también la educación anticipada en cuanto a qué servicio acudir en caso de enfermedad o accidente por parte del Hospital, son percibidos satisfactoriamente por los pacientes, logrando un valor 5 la mediana de las respuestas. Esto deja claro que existe cierta preocupación en el hospital por atender éstos ámbitos, en una forma capaz de ser detectada por el usuario.

- En relación a la disponibilidad de medios apropiados; como una oficina de informaciones y reclamos, buzones de sugerencias u otros; o en cuanto a la ubicación en un lugar claramente visible e identificable para los usuarios; o en relación a la disposición para atender apropiadamente reclamos, sugerencias y felicitaciones; o la preocupación por resolver quejas y reclamos que han planteado los usuarios; y por la información clara de los derechos y deberes como usuarios; estos aspectos han sido evaluados insatisfactoriamente, alcanzando la mediana de las respuestas sólo un valor igual a 4. Denotando de esta forma, que tan sólo en la mitad de las veces se cumplen estos requerimientos a percepción de los usuarios.

Por tanto, la dimensión referida a la calidad de la información y orientación otorgada a los usuarios es percibida de forma insatisfactoria, por lo cual se dice que el usuario no está conforme con la entrega de estos servicios, pudiendo por tanto ser mejorados.

**Dimensión de Análisis N°5: Percepción de satisfacción con distintos elementos del servicio.**

Cuadro N°5: Percepción de satisfacción con distintos elementos del servicio (afirmaciones 30 a 49).

		Alimentación período hospitalización	Número y ubicación de baños	Comodidad, limpieza y mantenimiento de baños	Comodidad, facilidad, circulación instalaciones	Mantenimiento instalación para atención confiable
N	Válidos	190	195	196	197	196
	Perdidos	10	5	4	3	4
Media		5,45	5,29	5,17	5,60	5,63
Mediana		6	5	5,5	6	6
Desviación típica		1,22	1,29	1,52	1,11	1,08

Continuación Cuadro N° 5.

		Proceso tramitación horas	Ingreso a Hospitalización	Señalizaciones	Comodidades de la Sala de espera	Comodidad y Cantidad de asientos Sala Espera
N	Válidos	199	190	198	198	198
	Perdidos	1	10	2	2	2
Media		4,73	4,99	5,59	5,25	5,01
Mediana		5	5	6	5	5
Desviación típica		1,52	1,39	1,12	1,37	1,45

Continuación Cuadro N° 5.

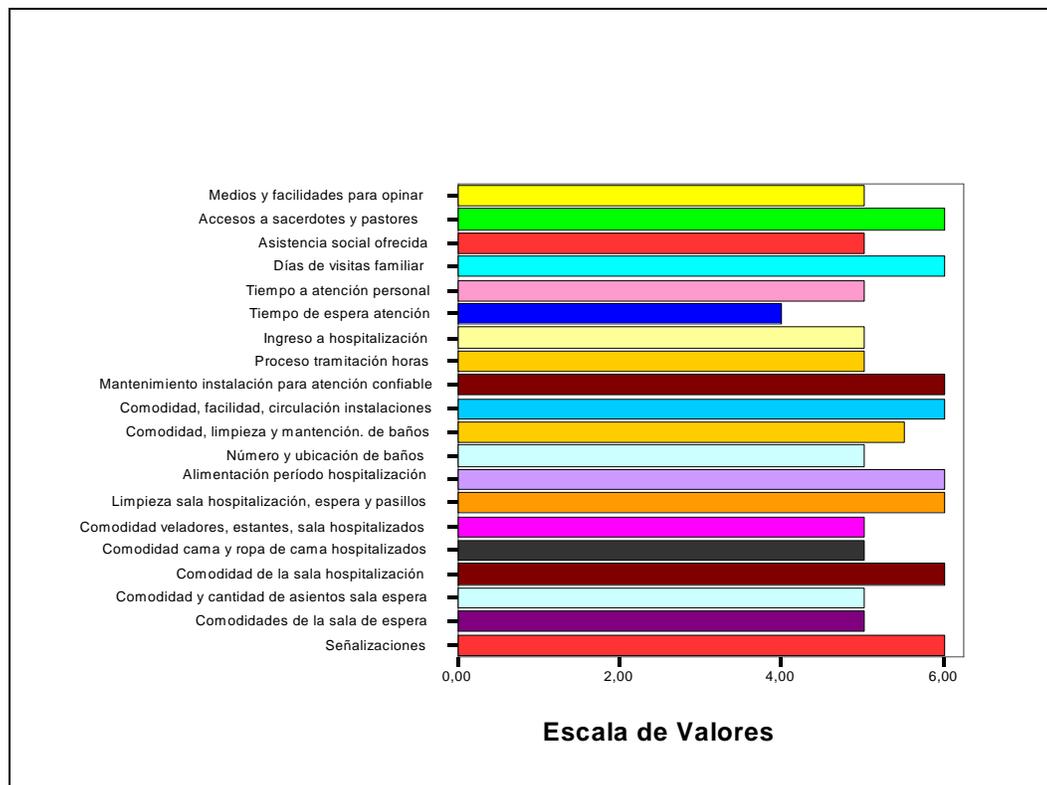
		Comodidad de la sala hospitalización	Comodidad cama y ropa de cama hospitalizados	Comodidad veladores, estantes, sala hospitalización	Limpieza sala hospitalización, espera y pasillos	Tiempo de espera atención
N	Válidos	195	192	194	197	196
	Perdidos	5	8	6	3	4
Media		5,66	5,16	5,25	5,65	4,25
Mediana		6	5	5	6	4
Desviación típica		1,20	1,48	1,36	1,13	1,64

Continuación Cuadro N° 5.

		Tiempo a atención personal	Días de visitas familiar	Asistencia social ofrecida	Accesos a sacerdotes y pastores	Medios y facilidades para opinar
N	Válidos	196	190	170	166	185
	Perdidos	4	10	30	34	15
Media		5,02	5,27	5,16	5,46	4,66
Mediana		5	6	5	6	5
Desviación típica		1,44	1,40	1,32	1,27	1,52

Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

Gráfico N° 5: Valores de la Mediana correspondientes a las afirmaciones 30 a 49.  
**PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN CON DISTINTOS ELEMENTOS DEL  
 SERVICIO**



Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada

- Respecto a los distintos elementos de servicios, los mejor evaluados por parte de los usuarios, y valorizados con una mediana de 6, lo cual implica un grado de satisfacción alto fueron los siguientes aspectos: señalizaciones (letreros, ficheros y planos); comodidades de la sala de hospitalización (temperatura, ventilación y luminosidad); limpieza de salas de hospitalización, espera y pasillos; alimentación durante el período de hospitalización; facilidad y comodidad de instalaciones y pasillos que permiten una circulación rápida; mantenimiento de instalaciones y edificaciones que permiten una atención confiable y segura; asignación de días y horarios de visitas para los familiares; y medios y facilidades que otorga el hospital para que el usuario tenga acceso a asistencia espiritual y psicológica.

- Un grado medianamente alto de satisfacción presenta también la comodidad limpieza y mantenimiento de los servicios higiénicos para los usuarios, destacándose con una valoración de 5,5 para su mediana.
- Se puede decir también que existen elementos que cumplen con un grado mediano de satisfacción para el usuario, los cuales fueron evaluados con un valor de mediana igual a 5, los cuales se aceptan como satisfactorios, ellos son: Comodidades de la sala de espera (temperatura, ventilación, luminosidad y entretenimiento); comodidad y cantidad de asientos en las salas de espera; comodidad de camas y ropa de camas en las salas de hospitalizados; número y ubicación de baños para usuarios; proceso de información y tramitación de horas médicas de atención y tramitación para ser ingresado a hospitalización; tiempo real y efectivo destinado a la atención personal; asistencia social ofrecida por el hospital; y medios que el hospital otorga al paciente para que pueda opinar sobre la calidad del servicio.
- El tiempo de espera para recibir efectivamente la atención es percibido de manera deficiente por parte del usuario. La valoración de mediana que los usuarios le otorgan a este elemento es igual a 4, no estando ni satisfechos ni insatisfechos referente a este tema, pero que de igual manera, no cumple con otorgarle satisfacción a los pacientes.

La percepción del usuario en relación a la satisfacción con los diferentes elementos del servicio es, en general, satisfactoria, pero en lo que respecta al tiempo de espera para recibir la atención, es evaluada por parte del usuario con una mediana menor, en la que se infiere que no están satisfechos con este elemento del servicio.

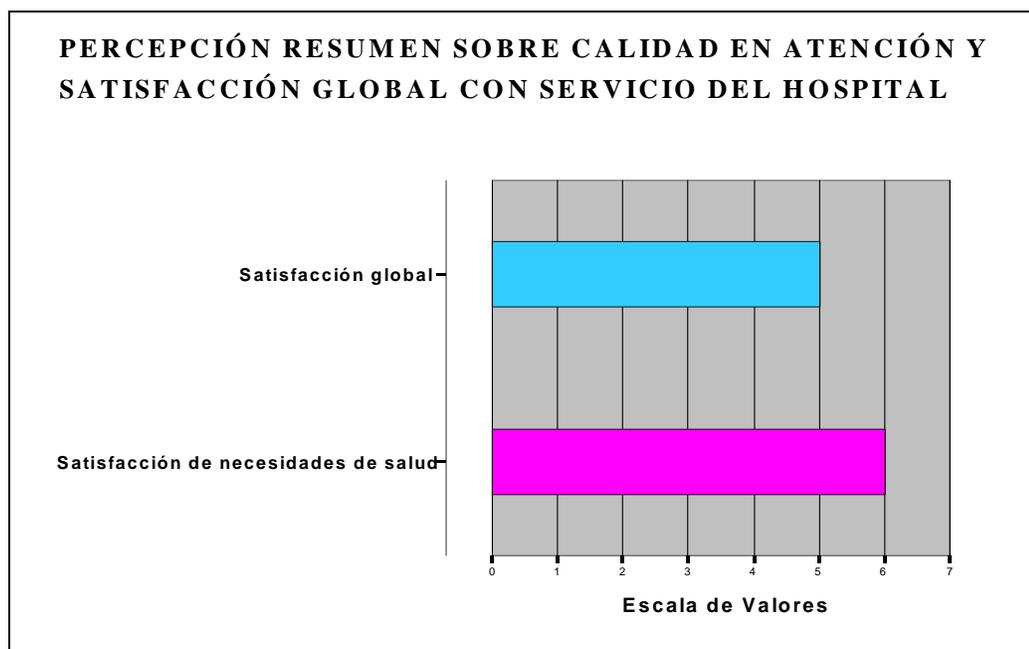
### Dimensión de Análisis N°6: Percepción resumen sobre calidad de atención y Satisfacción global con el servicio del hospital

Cuadro N° 6: Percepción resumen sobre calidad de atención y Satisfacción global con el servicio del hospital (afirmaciones 29 y 50).

		Satisfacción de necesidades de salud	Satisfacción Global
N	Válidos	197	197
	Perdidos	3	3
Media		5,42	5,40
Mediana		6,00	5,00
Desviación típica		1,38	1,03

Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada.

Gráfico N° 6: Valores de la Mediana correspondientes a las afirmaciones 29 y 50.



Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta realizada

- Primeramente se puede concluir que los usuarios se sienten satisfechos globalmente con el servicio del Hospital, otorgando a la mediana de las respuestas un valor igual a 6.
- En relación a la calidad de la atención entregada, ésta satisface muchas veces las necesidades de atención requerida por los usuarios, los cuales entregan en sus respuestas una mediana con valor igual a 5, en una escala de 1 a 7.

En relación a esta dimensión, se puede decir, que la percepción que tienen los usuarios en relación a la calidad de atención y satisfacción global con el servicio del hospital, es que satisface los requerimientos de calidad que exigen los pacientes.

Finalmente, de acuerdo a cada una de las dimensiones analizadas, se observa que estas satisfacen en su gran mayoría las percepciones de calidad que demandan los usuarios. Con lo cual, los resultados en su conjunto arrojaron un valor mayor o igual a 5 en su mediana, correspondiente a una escala de 1 a 7, por lo que la Hipótesis de Investigación, “El nivel de calidad de los servicios prestados por el Hospital Regional de Valdivia satisface las necesidades de los usuarios”, es aceptada.

## 5. CONCLUSIONES

A continuación se da respuesta a los objetivos planteados al inicio de esta investigación, dando a conocer cómo los usuarios perciben la calidad de los servicios prestados por el Hospital Regional de Valdivia y el nivel de satisfacción referido a los mismos, detallando sobre las distintas dimensiones referidas a calidad de atención y satisfacción de los usuarios. Pudiendo así contribuir a mejorar la gestión del establecimiento, en el largo plazo, y por consiguiente tratar de mejorar el nivel de calidad en salud de la comunidad o zona de influencia del Hospital

En la primera dimensión a objeto de este estudio se ha podido determinar que los usuarios perciben que los servicios que entrega el Hospital regional de Valdivia están orientados hacia la satisfacción de ellos y hacia la solución de sus problemas de salud. Por lo cual, las actividades dirigidas por el establecimiento se enmarcan en una orientación a la satisfacción de los usuarios.

En relación a la segunda dimensión, comunicación con el usuario y manejo de la información del paciente, los usuarios perciben que estos aspectos son llevados a cabo de una forma satisfactoria por parte del Hospital, sin embargo, existen factores que aún deben ser mejorados como es el aspecto de que el Hospital mantenga un contacto directo, ya sea por carta o por teléfono, para ofrecer información personalizada que sea de interés para el usuario, pretendiéndose que pueda ser mejorado en el futuro.

En relación a la tercera dimensión, que se refiere a la calidad de atención relacionada con las capacidades y competencias del personal y el trato otorgado a usuarios, estos aspectos son percibidos positivamente por parte de los usuarios. Destacándose principalmente en este apartado, la percepción de buen trato que otorgan en su atención los médicos hacia sus pacientes; además de la claridad y precisión sobre el diagnóstico o tratamiento a seguir por los pacientes, estos aspectos motivan al usuario a tener una muy buena impresión de la calidad de atención de los médicos.

Uno de los aspectos menos satisfactorios en la percepción de los usuarios se encuentra en la calidad de la información y en la orientación que otorga el Hospital a sus usuarios. Por lo tanto, estos factores, que deberían ser mejorados en un futuro, serían: los medios que entrega el Hospital para que los usuarios puedan opinar, oficinas

de información en lugares claramente visibles, la disposición para atender reclamos o sugerencias, la preocupación para atender quejas y la información clara de los derechos y deberes de los usuarios.

En relación a la dimensión referida a los distintos elementos del servicio, los usuarios se encuentran en general satisfechos con éstos. Esto fue evaluado positivamente por los pacientes, sin embargo, en relación al tiempo de espera para recibir efectivamente la atención, esta es evaluada de manera insatisfactoria, por lo que es preciso recomendar que en un futuro cercano, se puedan aplicar medidas para superar esta situación

Finalmente, las variables de satisfacción global con el servicio y el resumen sobre calidad de atención del Hospital Regional de Valdivia, son percibidas satisfactoriamente por parte de los usuarios.

Por lo tanto, de acuerdo a cada una de las dimensiones analizadas, se observa que éstas satisfacen en su mayoría las percepciones de calidad que demandan los usuarios. Con lo cual, los resultados en su conjunto arrojaron un valor mayor o igual a 5 en su mediana, correspondiente a una escala de 1 a 7. Por lo que la Hipótesis de Investigación, “El nivel de calidad de los servicios prestados por el Hospital Regional de Valdivia satisface las necesidades de los usuarios”, es aceptada.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Dávila, J. (2002) :“Desarrollo de una Escala Para Medir la Calidad del Servicio que Ofrece la Junta de Castilla y León”. I Jornadas de Marketing Público y No Lucrativo. Universidad de León.

Dos Reis Rodriques, A. J.; Barata M.L. y Do Paço A. (2002): “O Marketing dos Serviços de Saúde: Um Estudo Sobre a Satisfação Utentes de uma Unidades de Saúde”. I Jornadas de Marketing Público y No Lucrativo. Universidad de León.

\_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_. (2003): “Estudio sobre la Satisfacción de los usuarios de una Unidad de Salud”. II Jornadas de Marketing Público y No Lucrativo. Universidad de Zaragoza.

Grönroos, C. (1994): “Marketing y Gestión de Servicios. La gestión en los Momentos de la Verdad y la Competencia en los Servicio” Madrid: Díaz de Santos. [edición original de 1990: Service Management and Marketing].

Hayes, B. (1999): “Cómo Medir la Satisfacción del Cliente. Diseño de Encuestas, Uso y Métodos de Análisis Estadístico”. México D.F. Segunda Edición. Editorial OXFORD.

Parasuraman, A.; Berry, L.L. y Zeithaml, V.A. (1991<sup>a</sup>): “Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale”. Journal of Retailing, vol.67, n<sup>o</sup>4 (winter), pp. 420-450.

\_\_\_\_\_ ; \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_. (1991<sup>b</sup>): “Understanding Costumer Expectations of Service”. Sloan Management Review, vol.32 (spring), pp. 39-48.

Riveros, J. (2002): “Aplicación del Marketing en las Estrategias de Gestión y Modernización del Sector Público: Análisis de Casos en Chile”. Disertación, Universidad de Zaragoza, España.

Riveros, J. Y Berné C. (2003): “La Aplicación del Marketing en el Servicio Público: Caso Hospital Regional de Valdivia (Chile)”. II Jornadas de Marketing Público y No Lucrativo. Universidad de Zaragoza.

## 7 ANEXOS

### ÍNDICE DE ANEXOS

#### Título

Anexo 1: Diseño de Encuesta

Anexo 2: Análisis de Fiabilidad

Anexo 3: Definición Cuotas de Muestra

## ANEXO 1: DISEÑO DE ENCUESTA.



**UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE**  
**INSTITUTO DE ADMINISTRACION**

### P R E S E N T A C I O N

Somos un equipo de investigación de la Universidad Austral de Chile y estamos interesados en conocer el punto de vista de las personas que se atienden en el Hospital, en cuanto a la satisfacción de sus problemas de salud. Le agradeceríamos nos facilitara unos minutos de su tiempo para que nos pudiese responder las siguientes preguntas. **Es importante que Ud. sepa que la encuesta es anónima y que por tanto sus respuestas son totalmente confidenciales.** Opine de la forma más franca posible, esto será de mucha ayuda para que el establecimiento mejore sus servicios de salud y le brinde una mejor atención a sus usuarios.

**Sexo:** .....; **Edad:**.....; **Nivel de Escolaridad:**.....  
(Sin educación, educ.básica, educ. media, educ.técnico-profesional, educ.superior)

**Area de Atención:**.....**Experiencia en la atención:**.....**Tipo de Previsión:**.....  
(actual) (número de veces en últimos 2 años) (Sin Previsión, Fonasa, Isapre, Particular)

**Instrucciones:** Considerando su experiencia con el hospital dé, por favor, su opinión sobre las afirmaciones que se le proponen de acuerdo a la escala indicada. Si no tiene información suficiente con respecto a algún aspecto en particular, por favor, no conteste. **!!! Muchas Gracias !!!**

	Nunca	Casi nunca	Pocas veces	Mitad de las veces	Muchas veces	Casi siempre	Siempre
1.- El hospital tiene una preocupación real por solucionar mis problemas de salud.	1	2	3	4	5	6	7
2.- El funcionamiento del hospital está orientado realmente a satisfacer mis necesidades de salud.	1	2	3	4	5	6	7
3.- Los funcionarios del hospital están comprometidos en otorgarme un servicio dirigido a solucionar mis problemas de salud.	1	2	3	4	5	6	7
4.- La preocupación por satisfacer las necesidades de salud de los usuarios es una preocupación compartida por todos los servicios del hospital	1	2	3	4	5	6	7
5.- El hospital me ha brindado una solución completa e integral a mis problemas de salud.	1	2	3	4	5	6	7
6.- Cuando he tenido algún problema de atención, el hospital me ha ofrecido otras alternativas de atención de forma rápida y oportuna.	1	2	3	4	5	6	7
7.- El hospital mantiene un contacto permanente con sus usuarios (avisos en diarios o radios) para ofrecer información clara y oportuna sobre cambios en su funcionamiento o en sus formas de atención	1	2	3	4	5	6	7
8.- El hospital contacta conmigo directamente (por carta o por teléfono), para ofrecerme información personalizada que sea de mi interés.	1	2	3	4	5	6	7
9.- El personal que me atiende, tiene información completa y actualizada sobre mi caso personal.	1	2	3	4	5	6	7

	Nunca	Casi nunca	Pocas veces	Mitad de las veces	Muchas veces	Casi siempre	Siempre
10.- Según mi experiencia, el personal que me atiende, utiliza mi información personal con precisión y confidencialidad.	1	2	3	4	5	6	7
11.- El hospital considera esta información sobre mi caso personal, para lograr una comunicación mas permanente, clara y oportuna conmigo.	1	2	3	4	5	6	7
12.- Una vez que he sido atendido, el hospital mantiene su comunicación conmigo, interesándose en mi estado de salud y en la continuación de mi tratamiento.	1	2	3	4	5	6	7
13.- Cuando he requerido la atención de dos o más servicios del hospital, he sentido que éstos trabajan de forma coordinada para brindarme una atención de calidad	1	2	3	4	5	6	7
14.- Todos los funcionarios del hospital están a mi disposición, comprometidos en brindarme la calidad de atención que yo requiero.	1	2	3	4	5	6	7
15.- Los médicos que me han atendido, los recomendaría para que atendieran a un familiar o amigo, dados sus conocimientos y capacidades.	1	2	3	4	5	6	7
16.- Me siento bien tratado por los médicos que me han atendido.	1	2	3	4	5	6	7
17.- Los médicos me han ofrecido una información clara y precisa sobre el diagnóstico de mi enfermedad y sobre el tratamiento que debo seguir.	1	2	3	4	5	6	7
18.- Las enfermeras y auxiliares de enfermería que me han atendido, los recomendaría para que atendieran a un familiar o amigo, dados sus conocimientos y capacidades.	1	2	3	4	5	6	7
19.- Me siento bien tratado por las enfermeras y auxiliares de enfermería que me han atendido	1	2	3	4	5	6	7
20.- Los funcionarios administrativos, de las diferentes áreas de servicio que me han atendido, tienen los conocimientos y competencias necesarias para prestarme la atención que yo requiero	1	2	3	4	5	6	7
21.- Me siento bien tratado por los funcionarios administrativos que me han atendido.	1	2	3	4	5	6	7
22. He encontrado medios apropiados (oficinas de información y reclamos, buzones de sugerencias u otros) a través de los cuáles, puedo comunicarle al hospital, acerca de la calidad de atención que me están entregando.	1	2	3	4	5	6	7
23.- La oficina de informaciones y reclamos está ubicada en un lugar claramente visible e identificable por los usuarios	1	2	3	4	5	6	7

	Nunca	Casi nunca	Pocas veces	Mitad de las veces	Muchas veces	Casi siempre	Siempre
25.- En el hospital, existe la disposición para atender apropiadamente mis reclamos, sugerencias e incluso felicitaciones y para poder registrarlos en el libro dispuesto para ello, si así lo deseo.	1	2	3	4	5	6	7
26.- Según mi experiencia, existe preocupación por resolver las quejas y reclamos que he planteado como usuario.	1	2	3	4	5	6	7
27.- Puedo decir que en el hospital, he sido informado claramente de mis derechos y deberes como usuario.	1	2	3	4	5	6	7
28.- El hospital se esfuerza por educarme, anticipadamente, respecto a qué servicio acudir en caso de enfermedad o accidente.	1	2	3	4	5	6	7
29.- En resumen, la calidad de atención entregada por el hospital satisface mis necesidades de salud.	1	2	3	4	5	6	7

**Señale su nivel de satisfacción con los elementos del servicio del hospital que se describen a continuación: desde completamente insatisfecho (1) hasta completamente satisfecho (7)**

	Completa-mente Insatisfecho	Insatisfecho	Mediana-mente Insatisfecho	Nisatisfecho ni insatisfecho	Mediana-mente Satisfecho	Satisfecho	Completa-mente Satisfecho
30.- señalizaciones (letreros, ficheros, planos) que orientan al usuario al interior del recinto hospitalario.	1	2	3	4	5	6	7
31.- comodidades de la sala de espera (temperatura, ventilación y luminosidad) e incluso entretenimiento (televisión, música, etc.).	1	2	3	4	5	6	7
32.- comodidad y cantidad de asientos en las salas de espera.	1	2	3	4	5	6	7
33.- comodidades de la sala de hospitalización (temperatura, ventilación y luminosidad).	1	2	3	4	5	6	7
34.- comodidad de camas y ropa de cama en las salas de hospitalizados.	1	2	3	4	5	6	7
35.- comodidad de veladores, estantes y roperos en las salas de hospitalización.	1	2	3	4	5	6	7
36.- limpieza de salas de hospitalización, salas de espera y pasillos.	1	2	3	4	5	6	7
37.- alimentación durante el período de hospitalización.	1	2	3	4	5	6	7
38.- número y ubicación de baños para usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
39.- comodidad, limpieza y mantenimiento de los baños para usuarios.	1	2	3	4	5	6	7

	Completa- mente Insatisfecho	Insatisfecho	Mediana- mente Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Mediana- mente Satisfecho	Satisfecho	Completa- mente Satisfecho
40.- facilidad y comodidad de instalaciones, pasillos y accesos del hospital que permiten una circulación rápida y expedita.	1	2	3	4	5	6	7
41.- calidad y mantenimiento de las instalaciones y edificaciones que permiten una atención confiable y segura para los usuarios	1	2	3	4	5	6	7
42.- proceso de información y tramitación para asignación de horas médicas de atención.	1	2	3	4	5	6	7
43.- proceso de información y tramitación para ser ingresado a hospitalización.	1	2	3	4	5	6	7
44.- tiempo de espera para recibir efectivamente la atención.	1	2	3	4	5	6	7
45.- tiempo real efectivo destinado a su atención personal.	1	2	3	4	5	6	7
46.- asignación de días de visita y horario de visitas para los familiares	1	2	3	4	5	6	7
47.- asistencia social ofrecida por el hospital para ayudarle a resolver problemas personales o familiares derivados de su hospitalización o enfermedad.	1	2	3	4	5	6	7
48.- medios y facilidades que otorga el hospital para que Ud. tenga acceso a sacerdotes, pastores o personas que le puedan brindar asistencia espiritual y/o psicológica si así lo requiere.	1	2	3	4	5	6	7
49.- medios y facilidades otorgadas por el hospital, para que Ud. pueda opinar sobre la calidad del servicio entregado por el establecimiento.	1	2	3	4	5	6	7
50.- satisfacción global con el servicio del hospital	1	2	3	4	5	6	7

**!!!!MUCHAS GRACIAS POR SUS RESPUESTAS!!!!**

## ANEXO 2: ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Análisi de Fiabilidad, (Alpha de Cronbach)	
	<u>Alpha de Cronbach</u>
Escala 1	93,26%
Escala 2	90,91%
<u>Dimensiones</u>	<u>Alpha de Cronbach</u>
1.- Percepción general sobre la orientación a la satisfacción del usuario.	78,02%
2.- Percepción sobre las comunicaciones con el usuario y el manejo de su información.	79,27%
3.- Percepción sobre calidad de la atención - incluye capacidades y competencias del personal y trato otorgado a usuarios.	87,18%
4.- Percepción sobre la calidad de la información y orientación otorgada al usuario.	80,53%
5.- Percepción de satisfacción con distintos elementos del servicio.	90,40%
6.- Y satisfacción global con el servicio de hospital y percepción resumen sobre la calidad de atención	73,51%

### ANEXO 3: DEFINICIÓN CUOTAS DE MUESTRA

TIPO DE ATENCION	Porcentaje de Atención*	Nº Encuestados	% Hombres	Encuestados	% Mujeres	Encuestadas
Ambulatoria (CAE + Urgencia)	75%	150	24%	36	76%	114
Hospitalizados	25%	50	44%	22	56%	28
<b>Total Muestra Usuarios</b>	100%	<b>200**</b>	100%	<b>58</b>	100%	<b>142</b>

\* Estos porcentajes de atención por tipo y sexo fueron obtenidos en base a antecedentes de encuestas anteriores aplicadas en el Hospital de Valdivia

**200\*\*** : Este número total de usuarios encuestados se elige como balance al número total de funcionarios que se entrevistarán en ambos hospitales. 196 funcionarios en el caso del Hospital Base Valdivia y 181 en el caso del Hospital Base Osorno.

Se elige un muestreo por cuota no probabilístico, dada la dificultad de realizar un muestreo bietápico (de área en la zona urbana sumado a la limitación de recursos de tiempo y costo. Por ello se prefirió un muestreo no probabilístico por cuota, el cual es muy utilizado en investigación de mercado y que se representa por género y grupo de edad para constituir las cuotas.

Muestra de Cuota por Edad y Sexo	15 a 24 años	25 a 44 años	45 a 64 años	65 y + años	Totales
Porcentajes de atención x edad***	20%	34%	26%	20%	100%
<b>Ambulatorios (CAE + Urgencia)</b>					
<b>Hombres</b>	7	13	9	7	36
<b>Mujeres</b>	22	40	30	22	114
<b>Hospitalizados</b>					
<b>Hombres</b>	4	8	6	4	22
<b>Mujeres</b>	5	10	7	6	28

\*\*\* Estos porcentajes de atención por edad fueron obtenidos en base a antecedentes de encuestas anteriores aplicadas en el Hospital de Valdivia

**Distribución de la Muestra por cuota, adaptada por tipo de consulta ambulatoria y servicio de hospitalización\*\*\*\***

<b>Ambulatorios</b>	<b>Hombres - Mujeres</b>	<b>Hombres - Mujeres</b>	<b>Hombres - Mujeres</b>	<b>Hombres - Mujeres</b>
Cirugía (12%)	1 - 3	2 - 5	2 - 4	2 - 3
Ortopedia y Traumatología (12%)	1 - 3	2 - 5	2 - 4	1 - 3
Ginecología y Obstetricia (12%)	0 - 3	0 - 5	0 - 4	0 - 3
Urología (5%)	1 - 0	1 - 0	1 - 0	1 - 0
Otorrinolaringología (5%)	0 - 1	1 - 3	0 - 2	0 - 1
Medicina Física y Rehabilitac.(5%)	1 - 2	1 - 3	0 - 2	0 - 1
Dermatología (5%)	0 - 1	1 - 3	0 - 1	0 - 1
Medicina Interna (16%)	1 - 5	1 - 7	3 - 7	2 - 4
Neurología (12%)	1 - 3	2 - 5	1 - 4	0 - 3
Oftalmología (5%)	0 - 1	1 - 2	0 - 1	1 - 2
Odontología (5%)	1 - 0	1 - 2	0 - 1	0 - 1
Pediatría (6%) *****	0 - 0	0 - 0	0 - 0	0 - 0
<b>Totales</b>	<b>7 - 22</b>	<b>13 - 40</b>	<b>9 - 30</b>	<b>7 - 22</b>
<b>Hospitalizados</b>				
Medicina (15%)	1 - 1	3 - 3	3 - 1	2 - 1
Cirugía (13%)	1 - 1	1 - 1	1 - 1	1 - 1
Obstetricia y Ginecología (19%)	0 - 2	0 - 4	0 - 4	0 - 4
Traumatología (7%)	1 - 0	1 - 1	0 - 0	0 - 0
Pensionado (6%)	0 - 0	1 - 1	0 - 1	0 - 0
Pediatría (12%) *****	0 - 0	0 - 0	0 - 0	0 - 0
Urología (4%)	1 - 0	2 - 0	1 - 0	1 - 0
Oftalmología y Otorrinolaring. (4%)	0 - 1	0 - 0	1 - 0	0 - 0
Otros (20%) *****				
<b>Totales</b>	<b>4 - 5</b>	<b>8 - 10</b>	<b>6 - 7</b>	<b>4 - 6</b>

\*\*\*\* Esta muestra se obtuvo de antecedentes generales del Hospital Base de Osorno, en cuanto al número y distribución de prestaciones en el primer semestre de 2003 y al número y distribución de camas informado en el año 2002

\*\*\*\*\* Los ítemes Pediatría y Otros quedan excluidos de la toma de muestra, debido a que los pacientes en estos intervalos no cumplen con los requisitos de: edad para responder la encuesta y posibilidad física, mental (otros), entre otros.