

Artículo original: Encuesta de satisfacción al cliente en Hospital Veterinario de la Universidad de la República-Uruguay.

Original Article: Survey of customer satisfaction in the Veterinary Hospital of the University of the Republic-Uruguay.

Hugo Ochs¹ DMV, Dip. Dirección de Empresas de Salud, Esp. en Marketing; Sofía Soler² DMV; Cecilia Abreu³ DMV; José Payque⁴ Informático; Luis Cal⁵ DMV PhD; Florencia Strauch⁶ DMV.

Recibido: 25 de Septiembre 2017

Aceptado: 19 de Diciembre 2017

Resumen

El Hospital-Escuela de la Facultad de Veterinaria -HFVet-, Universidad de la República, como organización de salud socialmente responsable debe brindar un servicio que atienda las necesidades de los clientes y sus mascotas. Nos propusimos conocer el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a diferentes dimensiones del servicio prestado en el HFVet -aspectos médicos y no médicos- mediante la realización de una encuesta personal. Se empleó un software especialmente diseñado para este estudio y asumiendo que 2036 clientes fue el total de casos atendidos en el año 2013 (HFVet, 2014), el tamaño de la muestra resultó ser 313. En lo que se refiere a la proporción de especies atendidas, los felinos aún están muy rezagados con respecto a los caninos. La llamada telefónica previa y página web no suelen ser utilizadas con frecuencia y la segunda no ofrece la información de mayor relevancia para el público del hospital. La atención médica es el fuerte del servicio y la experiencia en general fue bien evaluada. Sin embargo, lo relacionado a lo edilicio aún tiene mucho por mejorar.

Palabras clave: encuesta, hospital, satisfacción.

Abstract

As a socially responsible health institution, the Small Animal Hospital at Facultad de Veterinaria, UdelaR, has to offer a service that meets both client and pet needs. A survey was made with the purpose of investigating how much satisfaction clients felt in relation to diverse aspects of the service the Hospital provides (both medical and non medical). A specially designed software was used and, assuming the number of clients that attended in 2013 was 2036, the sample turned out to be 313. Concerning the proportion of species in consult, felines are far behind in relation to canines. Neither phone calls or the web page are used with frequency and the web doesn't provide the most relevant information the public requires. Medical attention is the strength of the service and the experience in general was positively evaluated. However, regarding the building aspect, there is a lot to be improved yet.

Key Words: survey, hospital, satisfaction.

Introducción

En el Hospital-Escuela de la Facultad de Veterinaria -HFVet-, Universidad de la República, anualmente se atienden cientos de pacientes, lo que

implica cierta complejidad a la hora de manejar su presupuesto y funcionamiento.

Al ser una dependencia estatal socialmente responsable, esta organización asistencial de salud

¹Coordinador del Practicantado de Medicina Veterinaria, Facultad de Veterinaria, Universidad de la República -UdelaR-, Lasplacas 1620, Montevideo, Uruguay.

²Ayudante de investigación CIDEA 2015, Facultad de Veterinaria, UdelaR, Lasplacas 1620, Montevideo, Uruguay.

³Ayudante de Patología, Facultad de Veterinaria, UdelaR, Lasplacas 1620, Montevideo, Uruguay.

⁴Encargado de la Unidad de Redes de la Facultad de Veterinaria, UdelaR, Lasplacas 1620, Montevideo, Uruguay.

⁵Asistente de Patología, Facultad de Veterinaria, UdelaR, Lasplacas 1620, Montevideo, Uruguay.

⁶Ejercicio liberal.

Hospital de la Facultad de Veterinaria" realizada en el Hospital Veterinario en el año 2010 por la Dra. Romina de Benedetti. (Benedetti, 2011)

Mediante esta investigación nos propusimos conocer el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a diferentes dimensiones del servicio prestado en el HFVet.: atención médica y no-médica, comunicación médico-cliente, y datos socio demográficos.

Se debe tener en cuenta que el personal sanitario debe interactuar de forma frecuente con propietarios en situación emocionalmente crítica -alto nivel de incertidumbre, angustia, miedos, inadecuada información y comunicación- requiriendo sensibilidad y empatía por parte de los integrantes del equipo que traten con el público.

Resulta indispensable mejorar la atención al cliente en el Hospital Escuela para poder cumplir con los objetivos propuestos en el plan estratégico y la misión declarada por este servicio universitario.

Este trabajo describe el grado de satisfacción de los clientes del Hospital Escuela en relación a la calidad asistencial recibida. El objetivo general fue conocer los aspectos más significativos del servicio desde el punto de vista del cliente, identificando características positivas y negativas como elementos esenciales para la mejora y posicionamiento del servicio.

Dentro de los objetivos específicos se planteó:

- Determinar el grado de satisfacción con la calidad médica ofrecida.
- Conocer el grado de satisfacción con la calidad no médica brindada.
- Detallar los motivos por los cuales los consumidores asisten a la Facultad y conocer las principales sugerencias/comentarios relativos al servicio.

Materiales y Métodos

Para evaluar la satisfacción de los clientes de la policlínica de pequeños animales, se recurrió al método de la encuesta con el objetivo de conocer el comportamiento de los consumidores, sus actitudes, opiniones, experiencias y otras variables para caracterizarlos como ser: demográficas, socioeconómicas, psicográficas, entre otras.

La encuesta es un método participativo donde el encuestador se comunica con una muestra de individuos, con el objetivo de poder generalizar las características y comportamientos de la población a la que representa. Se clasifican en

animal debe satisfacer las necesidades de una diversidad de actores: usuarios, ciudadanía en general, el poder político que define sus presupuestos y, a su comunidad educativa -estudiantes, docentes y funcionarios-.

Dado que la calidad asistencial va más allá de la calidad técnica, hay aspectos no médicos como ser; recepción, comunicación, tiempo de espera, actitud, flexibilidad, instalaciones, higiene, comodidad, señalización, accesibilidad, atención telefónica, etc. que deben ser considerados al evaluar un servicio asistencial de forma integral.

En la triada veterinario-propietario-paciente influyen diferentes variables, las cuales deben ser consideradas y evaluadas de forma periódica a través de encuestas de satisfacción.

Es aceptado por los autores que más destacan en marketing y gestión (Kotler-Armstrong, 2012), que la satisfacción es la diferencia existente entre las percepciones y las expectativas de un usuario con respecto a un servicio. Por lo que si se aspira obtener satisfacción y la consecuente lealtad de los clientes, las percepciones deben superar ampliamente a las expectativas y los servicios o productos ofrecidos por el hospital deben ir más allá de los requisitos demandados por los clientes. Para lograr la verdadera satisfacción/conformidad de estos, las variables que contribuyan a esto deben ser ampliamente conocidas por el equipo de dirección del Hospital.

Para colocar al binomio propietario/paciente -clientes- en la razón de ser del servicio sanitario que se ofrece, es necesario conocerlo, así como sus expectativas, preferencias, quejas y demandas. Mediante encuestas, sondeos, así como, otras formas de investigar a los clientes, se determinarán en forma continua sus niveles de satisfacción.

Hasta no hace mucho tiempo, se aceptaba al concepto de calidad como si se tratara de la calidad de un bien, centrándose en la calidad de la producción del servicio y si el mismo se adaptaba a las determinaciones establecidas por sus prestadores. Hoy en día el paradigma cambió, se integra al consumidor, y se investiga el grado de satisfacción de éste con respecto al servicio que se le brinda. El cliente es quien debe percibir que se le está ofreciendo un servicio o un producto de calidad, no alcanzando con que el prestador piense que lo está concediendo.

El antecedente más cercano a esta investigación es la tesis de grado "Encuesta de satisfacción a los usuarios de la Policlínica del

personales, telefónicas y auto administradas.

Para esta investigación se empleó la variedad de encuesta personal, utilizando un software especialmente diseñado para este estudio. El encuestador trabajó en línea a través de una tablet que le permitía agilidad en la carga de los datos en el punto donde se ofrecía el servicio. Como característica del software se trató de que en todo momento la encuesta estuviese en pantalla, procurando que no fuese necesario realizar movimientos laterales u horizontales. Para esto, se usó un sistema de paginado que permitió cumplir correctamente ese requerimiento.

El desarrollo del software de captura de datos vía web para la encuesta, fue desarrollado por la Unidad de Redes de la Facultad de Veterinaria, y realizado con el lenguaje Delphiforphp (Delphi para PHP es el producto de CodeGear para el desarrollo de aplicaciones PHP), utilizando una base de datos creada en MariaDB (sistema de gestión de bases de datos derivado de MySQL). Ambos fueron instalados en un servidor de la Facultad de Veterinaria y los datos fueron cargados online mientras se realizaba la encuesta.

Asumiendo que 2036 clientes fue el total de casos atendidos en el año 2013 (HFVet, 2014), el tamaño de la muestra resultó ser 313. Por ejemplo para un nivel de confianza de 95%, un error de 0,05 ($\pm 5\%$) y un valor de $p=0,5$ el tamaño de muestra n

=385. Puesto que el tamaño de la muestra es más del 5% del tamaño de la población se debió realizar un ajuste, conocido como Factor de Corrección para poblaciones finitas.

Resultados y discusión

En relación a la distribución por edad observamos un mayor número de encuestados en los rangos de edad comprendidos 19-28, 49-58 años. Este resultado coincide con el perfil de clientes descrito en la primer encuesta de satisfacción a los usuarios de la policlínica del hospital de la facultad de veterinaria (De Benedetti, 2011). A su vez, en todos los rangos etarios se presentó mayoría femenina, siendo particularmente manifiesta en las franjas anteriormente mencionadas.

En cuanto a los pacientes, el bajo porcentaje de felinos ingresados a consulta es significativo por lo que debería estudiarse a que factores se debe esta situación en el Uruguay. Este escenario ya se ha presentado en otras sociedades y en los EEUU se realizaron investigaciones atribuyéndose a la Resistencia Felina y a prejuicios de los propietarios que consideran innecesarios los controles frecuentes de las mascotas. De aquí es que se están extendiendo las clínicas amigables con los gatos u otras estrategias como los Cat Days. (AAFP, 2017)

La forma en que los clientes llegaron a consulta en el Hospital de la Facultad de Veterinaria

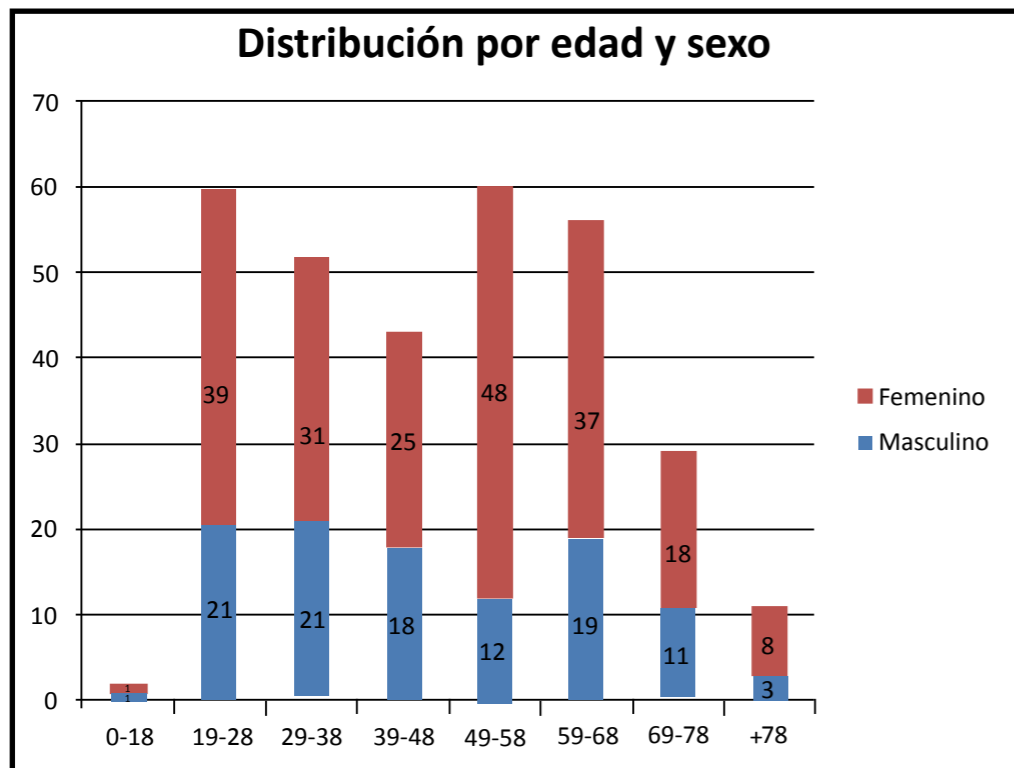


Figura 1. Distribución por edad y sexo de los encuestados.

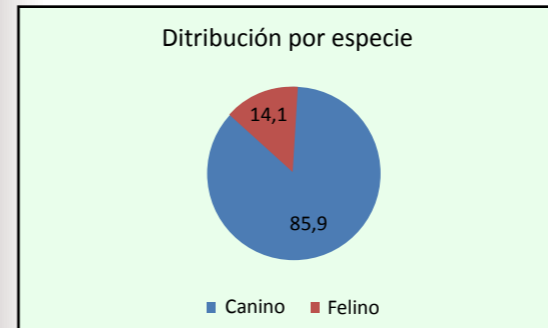


Figura II. Distribución por especie en la consulta.

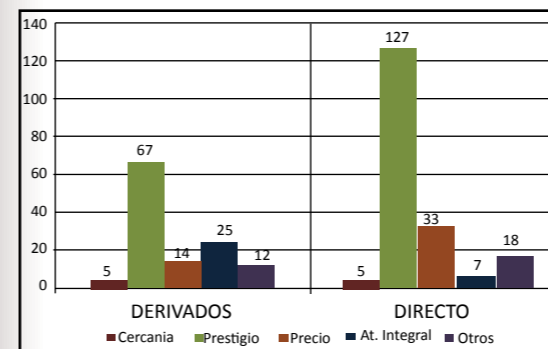


Figura III. Forma en que accedió al Hospital y el motivo.

fue básicamente de dos maneras; directa -190- o, derivados por colegas del ejercicio liberal -123- (39%). El prestigio de los profesionales fue la principal razón para solicitar el servicio en ambos grupos. Como motivos secundarios para aquellos usuarios que concurren directamente fueron los precios accesibles, mientras que para los clientes derivados fue la atención integral, destacando la posibilidad de realizar los estudios colaterales como imagenología y laboratorios. Además oficia como centro de salud de segundo nivel al recibir casos no solucionados en las clínicas particulares -opiniones de encuesta (ver anexo)-.

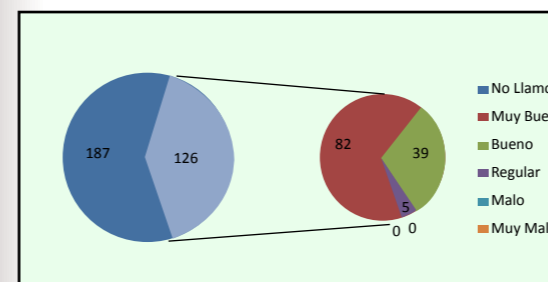


Figura IV. Distribución y valoración de la atención telefónica.

En relación a la atención telefónica un 40% de los usuarios consultados utilizó el teléfono para comunicarse con el Hospital. De estos, un 96% expreso estar satisfecho con el trato y la información suministrada.

En relación a la página web se constata que un número relativamente bajo de clientes la consultó -22%-. En cuanto a la valoración cualitativa de ésta,

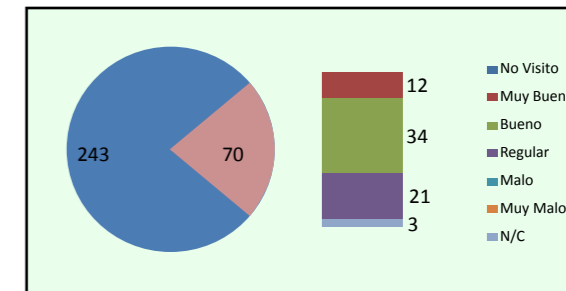


Figura V. Distribución y valoración del sitio web institucional.

un alto porcentaje 34,3% la calificó como regular. La insatisfacción la atribuyeron entre otras causas a la falta de información - precios, horarios, días de atención de cada especialidad, desconocimiento de los procesos médico-administrativos-.

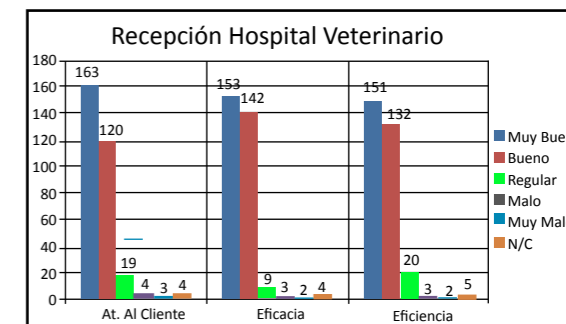
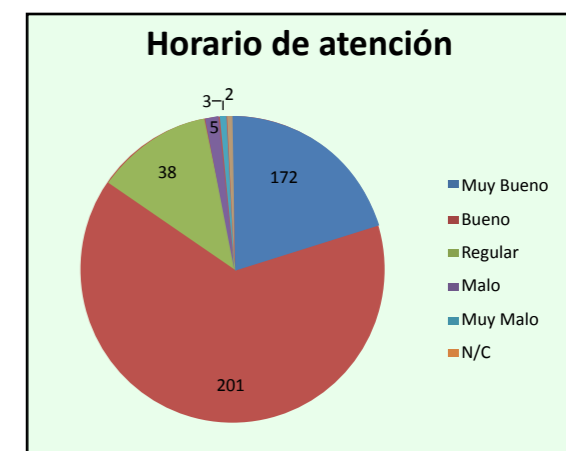


Figura VI. Atención al cliente, eficacia y eficiencia en recepción.



Figuras VII y VIII. Valoración del horario de atención y tiempo de espera en la Policlínica.

Resultan consistentes –juicios positivos- las opiniones con respecto a las variables; atención al cliente (I), horario de atención (II) y tiempos de espera (III).

En referencia a la Eficacia y la Eficiencia del trabajo desarrollado en la Recepción la opinión fue muy favorable como lo muestra el gráfico 6. Sin embargo, cabe destacar que muchos clientes -69- mencionaron que el horario debería ser más extenso, se deberían ofertar más números por turno y mejorar los procesos de cabina.

En cuanto a los tiempos de espera un 84.6% se manifestó satisfecho. Muchos clientes reconocieron que la demora en pasar a la consulta se debe a que es un hospital escuela y se realiza un examen clínico en profundidad de cada paciente, lo cual es interpretado como calidad asistencial.

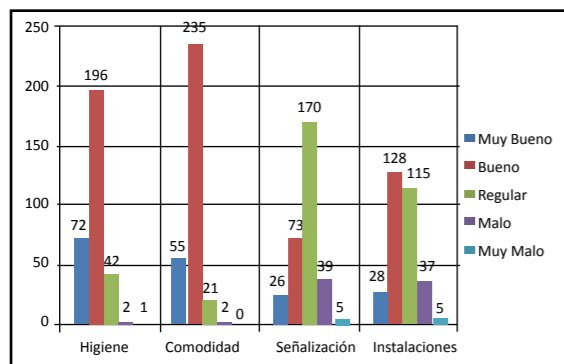


Figura IX. Apreciación de la estructura edilicia.

La mayor desaprobación en cuanto al aspecto edilicio de la policlínica, fue con respecto a la carencia de señalización externa e interna, un serio problema de comunicación, el cual dificultó la correcta accesibilidad. Otra objeción importante fue el mal estado de las instalaciones, lo que constituye una señal de alerta para la institución. Esto no solo se apreció en las gráficas sino también en los comentarios que los encuestados realizaron una vez finalizadas las preguntas. Más de un tercio (118) mencionaron la necesidad de mejorar la cartelera y casi un tercio (99) puso énfasis en el deterioro edilicio. Otros aspectos que resaltaron fueron en relación a la situación del parque, la presencia de palomas y la suciedad provocada por las mismas y el acondicionamiento de la sala de espera. Un pequeño porcentaje de usuarios incluso hizo referencia a mejorar la accesibilidad (discapacitados) y la limpieza de los gabinetes higiénicos.

Los consumidores manifestaron conformidad con la actuación del personal técnico. En el caso de los médicos, la aprobación fue tanto con su nivel profesional así como por lo comprensible de las explicaciones y la calidez en el trato.

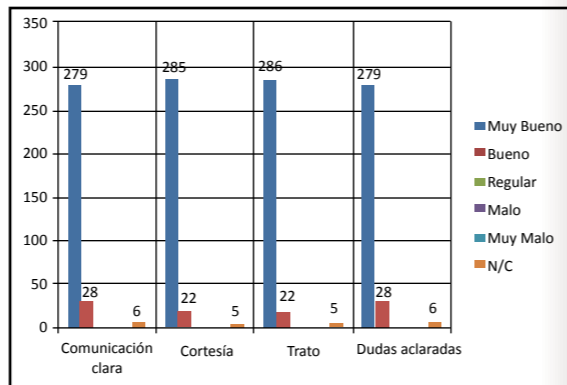


Figura X. Valoración de la atención médica.

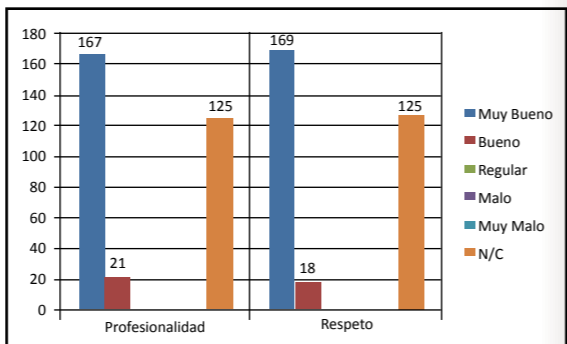


Figura XI. Opinión del servicio de enfermería.

Dentro de los propietarios encuestados cuyos animales recibieron atención por parte del personal de enfermería –este servicio no fue utilizado por la totalidad de los clientes-, la opinión fue muy positiva en referencia a su profesionalidad y respeto.

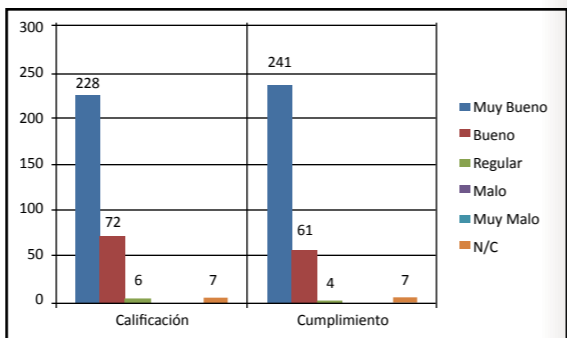


Figura XII. Concepto general del servicio en función de expectativas previas.

Podemos afirmar que la experiencia vivida por los usuarios al solicitar el servicio del hospital –en términos generales- fue muy buena. Atribuimos esta satisfacción principalmente a la actuación del personal –médico, técnico, administrativo y servicios generales-. Los principales reclamos en referencia al servicio se vinculan a no contar con internación y/o atención 24 hs., incluyendo fines de semana. Estas objeciones han sido consideradas a posteriori por las autoridades de la Facultad de Veterinaria en el marco de la reacreditación de la Carrera de Veterinaria. También hubo quienes manifestaron deseos de que se extienda el horario de atención del

área de imagenología, la posibilidad de adquirir los medicamentos para sus mascotas en el hospital, y contar con mayor equipamiento – específicamente tomógrafo- .

Conclusiones

- Independientemente de la forma en que llegaron los usuarios, la principal motivación para recurrir a esta policlínica fue el prestigio de los docentes que trabajan en ella.
- Como responsables de la salud y bienestar de las mascotas, se deberían plantear herramientas que ayuden a la mejor atención de la especie felina. La educación al cliente constituye el pilar fundamental en el logro de este objetivo.
- Ninguna de las dos vías de comunicación se utilizan de forma colectiva, lo que puede atribuirse a la carencia de difusión. Si bien las llamadas telefónicas previas resultaron de utilidad a los usuarios, es un recurso que menos de la mitad utilizaron. En el caso del sitio web, habría que mejorarle ciertos aspectos (incorporar más información y facilitar el acceso a la misma) si se desea que resulte de verdadera utilidad al público.

Anexos

1. Temas mencionados en los comentarios realizados al finalizar la encuesta

EDILICIAS	
Señalizar -fuera y dentro Facultad-	118
Mejoras edificaciones/deterioro	99
Solucionar la presencia de palomas	16
Mejorar patios y parque -podar, aprovechamiento espacial, bancos y mesas-	10
Mejorar acondicionamiento térmico, mobiliario y dimensiones de la sala de espera	26
Mejorar la accesibilidad general -Facultad, Hospital y Policlínica-	8
Acondicionar gabinetes higiénicos: iluminación, jabón, papel, cuidados en Gral.	7
Mejorar limpieza general	9
PÁGINA WEB	
Facilitar el acceso en la web a la información de policlínica	15
No ofrece información sobre precios o beneficios en los servicios médicos	5
No comunica sobre los servicios que se ofrecen ni de cómo deben manejarse usuarios y animales	4
Ausencia de días y horarios de especialidades médicas	3
ADMINISTRATIVO	
El horario de atención debería ser más extenso	69
Agilizar la atención en la cabina	24
Precios elevados	23
Queja por la atención en cabina	14
Más números por turno	12

El público evaluó positivamente la atención en recepción pero se deberían discutir los horarios de atención y, comunicar que los tiempos de espera se atribuyen a la atención personalizada de cada paciente.

- Con respecto a la parte edilicia, se observó que es la variable que menos aporta a la experiencia del usuario cuando este asiste a la policlínica del hospital de Facultad.
- Los profesionales veterinarios y la enfermería constituyen la principal fortaleza del servicio hospitalario.
- Los usuarios tienen una buena experiencia cuando recurren al servicio del hospital, y si bien presenta carencias, satisface la atención médica de las mascotas, lo cual es el objetivo principal.

Referencias bibliográficas

- Hospital Facultad de Veterinaria, Datos de actividad 2014.
- Kotler, P, Armstrong G. Marketing, 14^a Edición, Pearson. Mexico; 2012.
- De Benedetti. Encuesta de satisfacción a los usuarios de la policlínica del Hospital de la Facultad de Veterinaria; 2011.
- American Association of Feline Practitioners. <https://www.catvets.com/>. Consultado 25 de setiembre 2017.

Ticket numerado	10
Ampliar opciones de pago	8
Posibilitar reserva previa de número	10
Cambiar el sistema para otorgar números	6
Horario continuo	6
Desconocimiento del funcionamiento hospitalario	4
FUNCIONAMIENTO HOSPITAL	
Demora en la atención médica	47
Madrugar para hacer la fila	20
Aumentar estructura y personal	6
Aumentar personal de limpieza	2
Proceso diferente para los pacientes a controlar o por recetas	3
Identificación del personal médico	2
Atención orientada por pantalla (propietarios sordos)	1
SERVICIOS	
Incorporar servicio de emergencia 24hs	34
Atención los fines de semana	17
Aumentar horario de Imagenología	9
Comprar medicación en la farmacia de Facultad	8
Mejorar equipamiento	8
No hay internación al momento de la encuesta	7
Incorporar un tomógrafo	6
Falta material de trabajo en consultorios	5
Problemas de comunicación del veterinario	4
Visibilidad - listas de precios	2
GENERALES	
En su clínica particular no se pudo llegar diagnóstico/no recibieron atención esperada	14
Destacaron que les da confianza traer a su mascota acá	10
Difundir más el servicio que se presta en hospital Facultad	9
Les gustaría que hubiera más apoyo estatal/presupuesto	5
Destacan lo valioso que es el servicio de Facultad	4
Obtención de fondos para atención gratuita selectiva	3
Facilitar la colaboración y las donaciones	3
Hacer campañas de castraciones y vacunaciones	3
La gente concurre por el trato	3
Debería haber sucursales del Hospital/Facultad en el interior	2
Destaca que le hicieron todos los estudios en el día	2
Ofrecer agua fría/caliente para tomar en sala de espera	2
Incorporar máquina de café en sala de espera	2
Aumentar los precios para aumentar los recursos	1
Contemplar en los precios a los que rescatan animales	1

1. Encuesta de satisfacción a los usuarios

ENCUESTA DE SATISFACCION A USUARIOS DE MEDICINA GENERAL DE LA POLICLÍNICA DEL HOSPITAL DE FACULTAD DE VETERINARIA					
Nº Encuesta					
Fecha					
Nombre					
Edad					
Sexo	M		F		
Barrio					
Teléfono					
¿Cómo llegó al Hospital?	Derivado (CV o DMV)		Directamente		
Motivo por el que asiste	Cercanía	Prestigio	Precio	At. Integral	otro/s
ATENCIÓN TELEFÓNICA y ONLINE					
Llamada telefónica previa	SI		NO	¿Por qué?	
Calidad de la atención	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Consulta online	SI		NO		
Opinión página web	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
RECEPCIÓN					
Horario de atención	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Atención al cliente (amabilidad)	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Eficacia (procesos y registro)	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Eficiencia (Demora en recepción)	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
INSTALACIONES					
Higiene	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Comodidad	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Señalización	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Instalaciones	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Tiempo de espera	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
ATENCIÓN MÉDICA					
Claridad de la comunicación	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Cortesía del veterinario hacia usted (explicaciones, amabilidad, etc.)	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Trato/vínculo veterinario-mascota	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
¿Sus dudas fueron aclaradas por el veterinario?	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
ENFERMERÍA					
Profesionalidad	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Respeto/amabilidad	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
EN TÉRMINOS GENERALES, Como calificaría la atención percibida.	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Cumplimiento de expectativas	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Sugerencias/comentarios					