Alianza de Investigadores Internacionales S.A.S
Fondo Editorial ALININ

Revista Temario Científico

Vol. 2 Nro. 2. Julio - Diciembre, 2022
ISSN 2805-850X

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

Revista Temario Científico
Vol. 2, Nº 2. 2022
E-ISSN 2805-850X
Alianza de Investigadores Internacionales, SAS (ALININ)

Cómo citar:
Mas y Rubí Labarca, Y. Ch. y Nieves Álvarez, M. J. (2022). Gestión de la Calidad de Servicio en los centros de salud privados. Revista Temario Científico, 2 (2), 25 -38. https://doi.org/10.47212/rtcAlinin.2.2.3

Gestión de la calidad de servicio en los centros de salud privados

Yasmely Chiquinquirá Mas y Rubi Labarca, Maybeth Josefina Nieves Álvarez

Mas y Rubi, Y.

Universidad Alonso de Ojeda (UNIOJEDA). Ciudad Ojeda, Zulia, Venezuela
masyrubiyasme@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-6009-8981

Nieves, M.

Universidad Rafael María Baralt (UNERMB). Ciudad Ojeda, Zulia, Venezuela
mnievesdocente@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-4696-588X

Palabras clave

Características, Elementos, Gestión de la calidad de servicio, Modelos de medición de servicio.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la Gestión de la Calidad de Servicio en los Centros de Salud privados del Municipio Lagunillas. Se tipificó como descriptiva, con un diseño de campo, no experimental, transeccional. Se constituyó su población censal conformada por los10 centros de salud privados de la localidad, representados cada uno por 3 personas con rango gerencial. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario, que permitió medir los elementos y principios de la gestión de la calidad de servicio. La validación del instrumento fue de contenido a través del juicio de 5 expertos en el área de Gerencia de la calidad de servicio. Para la confiabilidad, se empleó la fórmula de Alfa de Cronbach, obteniéndose 0,65. La técnica de análisis de resultados fue la estadística descriptiva. En función de los resultados obtenidos se concluye que en los centros de salud privados objeto de estudio, existe una alta presencia de los elementos relacionados con una buena gestión de la calidad de servicio a saber: eficiencia, eficacia, efectividad y satisfacción, así como también: Liderazgo, compromiso de las personas, enfoque al proceso, toma de decisiones basadas en la evidencia y gestión de las relaciones. Se recomienda realizar evaluaciones periódicas de la calidad de servicio a través de los modelos: Modelo Servqual, Modelo Servperf y el Modelo de Desempeño Evaluado (EP), los cuales se han establecido no solo para medir la gestión dentro de la misma sino también para conocer realmente de qué manera se están cumpliendo con las expectativas de sus usuarios.

Service Quality Management in private health care facilities

Keywords

Characteristics, Elements, Service measurement models, Service quality management.

Abstract

The objective of this research was to analyze the Service Quality Management in the private Health Centers of the Lagunillas Municipality. It was typified as descriptive, with a field, non-experimental, transectional design. Its census population consisted of the 10 private health centers of the locality, each one represented by 3 persons with managerial rank. The survey was used as a data collection technique and the questionnaire was used as an instrument to measure the elements and principles of service quality management. The validation of the instrument was of content through the judgment of 5 experts in the area of service quality management. For reliability, the Cronbach's alpha formula was used, obtaining 0.65. The results analysis technique was descriptive statistics. Based on the results obtained, it is concluded that in the private health centers under study, there is a high presence of the elements related to good service quality management, namely: efficiency, effectiveness, effectiveness and satisfaction, as well as: leadership, people's commitment, process approach, evidence-based decision making and relationship management. It is recommended to carry out periodic evaluations of service quality through the Servqual Model, Servperf Model and the Evaluated Performance Model (EP), which have been established not only to measure management within the company, but also to really know how it is meeting the expectations of its users.

Recibido: 12/09/22
Aceptado: 14/10/2022

https://doi.org/10.47212/rtcAlinin.2.2.3

CC BY NC SA

Introducción

La calidad es un tema largamente discutido y estudiado en el mundo empresarial desde que los empresarios comprendieron que era lo que la clientela anhelaba. Aunque sean varias las diferencias existentes entre las industrias que producen bienes y las empresas que prestan servicios, así como los distintos roles que un cliente puede adoptar durante su prestación, es de vital importancia hacer énfasis en que las exigencias sobre calidad del servicio en las empresas, sobre todo, en las que ofrecen servicios, requieren de respuestas rápidas a la demanda que se diversifica según la edad, nivel de ingresos, estilos de vida, datos geográficos, entre otros; debiendo ser capaces de ofrecer servicios diferentes en las mismas unidades productivas, haciendo que la complejidad del trabajo aumente y demande constantemente la subjetividad de los trabajadores.

Parafraseando a Horovitz (1993) se puede considerar que la calidad en el servicio viene definida por el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a sus clientes; sin embargo, en muchas ocasiones el sistema de gestión de la calidad de servicio se coloca en un segundo plano y la organización solo se conforma con aplicar un simple cuestionario, conteniendo una serie de preguntas sobre generalidades del servicio, lo cual le impide establecer unas estrategias fundadas en aras de una mejora continua del servicio que ofrece. Es conveniente recalcar que un servicio no es un producto físico y por tanto tangible, sino, el resultado de las actividades generadas por la organización para satisfacer al cliente. A partir de allí y dependiendo de cómo éste último lo perciba, respecto a lo que hubiera deseado, resultará la calidad del servicio.

En el mismo orden de ideas, se considera a la calidad de manera tangible como el uso del recurso, el tiempo de producción, entre otros, y de forma intangible, como la percepción del cliente acerca del producto o del servicio. Así mismo, González et al. (2021, p. 131), señalan que: “la calidad está ligada a los sistemas de información, los procesos de validación y las estrategias que permiten la escalabilidad de los procesos, su sistematización y regularización al interior de las instituciones”.

En este sentido Kotler, (1997), habla del servicio como cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, que son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico. Una empresa puede ser considerada por los clientes según su nivel de calidad de servicio, cuando las percepciones de sus bienes o servicios recibidos sobrepasan las expectativas y de allí, factores como el precio y disponibilidad pasan a un segundo plano (Alcalde, 2010).

Por su parte García et al. (2007, p. 4), definen la gestión como: "el conjunto de conocimientos y técnicas, de naturaleza productiva y económica, que permiten la utilización y aplicación óptima, en el corto y largo plazo de los insumos disponibles, ya sean endógenos o exógenos a la explotación".

Por otro lado, Zeithaml y Bitner (2002) como se citó en Prieto y Hernández (2014, p. 79), consideran la gestión de la calidad de servicio como “una función de la discrepancia existente entre las expectativas de los usuarios sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente prestado por la empresa”.

Con relación a las empresas de servicio, éstas abarcan una amplia gama: Seguros, mantenimiento de bienes muebles e inmuebles, telefonía e internet, cuidados de la apariencia personal y salud, entre otros tantos; las cuales deben interesarse en cubrir las expectativas de sus clientes al igual que aquellas que distribuyen o elaboran bienes tangibles. El rubro escogido para esta investigación, dentro del amplio espectro de empresas de servicio, fue el de los centros de salud privados, con la intención de obtener información acerca de la utilización de herramientas para medir el nivel de calidad que perciben sus usuarios, debido a que, en la opinión de Estrada y Zuccarello (2015):

> La gerencia de estas instituciones, tiene la responsabilidad de establecer estrategias que permitan la evaluación continua de las condiciones bajo las cuales se proporciona la atención médica y de enfermería. En el desarrollo de estas acciones para mejorar la calidad, el monitorio y la evaluación, como principios de desarrollo y cambios organizacionales, han demostrado servir para orientar el comportamiento y el desempeño laboral, así como también, establecer el sentido de pertenencia e identidad institucional y fomentar actividades positivas en ambientes organizacionales más adecuados. (p. 4).

Según información obtenida de personas que laboran en algunos de esos centros de salud, en los últimos tiempos se ha observado la disminución del flujo de pacientes, tanto en las áreas de emergencia como en las de consulta externa. En lo que se refiere al área de emergencia, los pacientes llegaban con alguna dolencia y se retiraban sin recibir atención, bien porque no podían costear el monto de los servicios cada vez más costosos, por no contar con el médico de la especialidad requerido para atender dicha emergencia, por la falta de medicamentos y/o equipos básicos de los que debe disponer el área, por el largo tiempo de espera por un médico que no hace acto de presencia o por falta de atención de parte del personal de enfermería de guardia, entre otros.

Asimismo, en conversación informal con algunos pacientes en sala de espera de consulta externa de las mencionadas instituciones, se pudo constatar un descontento general en ellos, debido, entre otros aspectos: a la larga espera por la llegada del médico respectivo, la falta de insumos y equipos básicos en los consultorios, el alto costo de las consultas, algunas de ellas exigidas en efectivo y/o en dólares, la falta de punto para pagos electrónicos, el trato despreocupado del personal que da información, la falta de médicos de ciertas especialidades, la inconciencia de algunos médicos en hacer esperar a personas en condiciones precarias de salud, entre otros tantos.

De igual manera, el personal de los centros de salud manifestó estar cumpliendo con las exigencias de los pacientes ofreciendo atención de calidad, oportuna y accesible, situación que se contradice con lo percibido por los usuarios que reciben el servicio. En este sentido, de seguir presentándose esta situación de descontento, por razones, algunas no controlables por la Gerencia de estos centros de salud, como (la coyuntura económica que provoca la mala dotación de medicamentos, imposibilidad de reposición de mobiliario y equipos obsoletos, mal funcionamiento de los existentes por imposibilidad de importación de partes y repuestos,) pero otras, como la actitud mostrada por quienes atienden directamente al paciente, desde el personal de seguridad y recepción, así como el de enfermería hasta el mismo personal médico, que sí pueden ser mejoradas por voluntad gerencial; podría en poco tiempo, precarizarse aún más la percepción de calidad por parte de los usuarios, empeorar las ya

deterioradas condiciones financieras, estructurales y funcionales de las clínicas privadas, y condenarlas a un cierre y/o a una quiebra que ya algunas han tenido que enfrentar.

Por tanto, si los centros de salud privada no toman medidas de cambio, desde los aspectos que dependen de las decisiones de la gerencia y que no necesariamente implican desembolso de grandes sumas de dinero, esta situación señalada tiene unas altas probabilidades de ocurrir. Partiendo de estos planteamientos, se desarrolló la presente investigación, con la finalidad de analizar la Gestión de la Calidad de Servicio en los Centros de Salud privados del Municipio Lagunillas, de forma que, partiendo de los resultados obtenidos y conclusiones emitidas, pueda ofrecerse a los centros de salud objeto de estudio, las recomendaciones pertinentes que les permitan mejorar la calidad en el servicio que ofrecen a sus clientes.

Modelos de medición de calidad

En función de los planteamientos señalados anteriormente, es pertinente indicar que, a lo largo del tiempo, se han desarrollado diversos modelos orientados a medir el nivel de calidad valorado por los clientes al momento de experimentar el servicio, lo cual se constituye como un factor importante de retroalimentación para las organizaciones, debido a que, a través de esta medición, se pueden identificar las áreas de oportunidad así como los factores, elementos y principios, que deben ser dispuestos a evaluación, para así medir el nivel de calidad percibido por el cliente. No obstante, como lo señalan Núñez et al. (2018):

> "Los atributos, dimensiones o factores que, según los distintos modelos, definen el nivel de calidad en el servicio de una empresa a través de la percepción de sus clientes continúa siendo tema de discusión entre los autores debido a la subjetividad que representa la calidad percibida y los innumerables aspectos que un individuo puede tomar en cuenta al momento de valorarla". (p. 53).

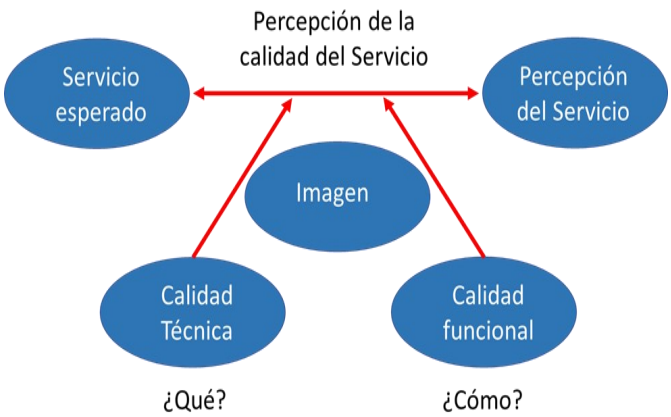
Con relación a los modelos de medición de la calidad de servicio, se hace referencia a lo publicado por Duque (2005), en cuanto al establecimiento de las dimensiones de calidad y a cómo su evaluación genera lo que se denomina escala de evaluación del constructo. Las dos escalas más representativas son las basadas en los modelos nórdico y americano, planteados por Grönroos (1984), Parasuraman, et al. (1985) y Parasuraman, et al. (1998b), respectivamente. Estos modelos han sido reseñados en la literatura relacionada con el tema y han sido sometidos a las pruebas de validez y fiabilidad respectivas.

Modelo de la Imagen (Escuela Nórdica): Este modelo, también conocido como modelo de la imagen, fue formulado por Grönroos (1994) y relaciona la calidad con la imagen corporativa. El modelo considera a la imagen como un elemento fundamental para medir la calidad percibida y que el cliente está influido por el servicio, pero también por la forma en que lo recibe; mientras que, la imagen corporativa es lo que Grönroos (1984) denomina la dimensión del "qué", o lo que el consumidor recibe.

La calidad funcional se encarga de la manera en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio, es decir, la dimensión del "cómo", es decir, el cómo el consumidor recibe el servicio. En la figura 1, presentada a continuación, se muestra el esquema que plantea el autor, como sigue:

Figura 1.

Modelo de la Imagen (Escuela Nórdica)



Fuente: adaptado de (Grönroos, 1984).

Como pudo observarse en la figura 1, la calidad de servicio que termina percibiendo el cliente, depende de según el autor, del qué y del cómo representen ambos aspectos la imagen corporativa de la empresa. El autor afirma que el nivel de calidad total percibida no está determinado realmente por el nivel objetivo de las dimensiones de la calidad técnica y funcional, sino que, está dado por las diferencias que existen entre la calidad esperada y la experimentada.

Modelo Servqual (Escuela Americana): los académicos utilizan el modelo americano como fuente conceptual y empírica para comprender lo que sucede al momento de medir la calidad del servicio percibida, de manera que las escalas de valoración Servqual y Servperf, son las más utilizadas y difundidas. Parasuraman, et al. (1985, 1988) y Grönroos (1994), respectivamente, son los exponentes de dichos modelos. Ahora bien, valga hacer referencia a la escala más utilizada en la literatura para medir la calidad del servicio percibida, Servqual, escala multidimensional desarrollada por Parasuraman, et al. (1985).

Estos autores, inicialmente identificaron diez determinantes de la calidad de servicio, así: Elementos tangibles, que incluía: (Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales), Fiabilidad, caracterizada por: (Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa), Capacidad de respuesta, identificada mediante los aspectos: (Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido), Profesionalidad, medida de acuerdo a: (Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio), Cortesía, con los aspectos: (Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto), Credibilidad, descrita según los parámetros: (Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee), Seguridad, medida por los indicadores: (Inexistencia de peligros, riesgos o dudas), Accesibilidad, relacionada con: (Lo accesible y fácil de contactar), Comunicación, identificada mediante los aspectos: (Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos) y Compresión del cliente, que incluía indicadores como: (Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades).

Luego de las críticas recibidas, manifestaron que estas diez dimensiones no son necesariamente independientes unas de otras y Parasuraman, et al. (1988a) realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco. Douglas y Bateson (2005), ofrecen una explicación para cada una de las cinco dimensiones del Modelo Servqual, como sigue:

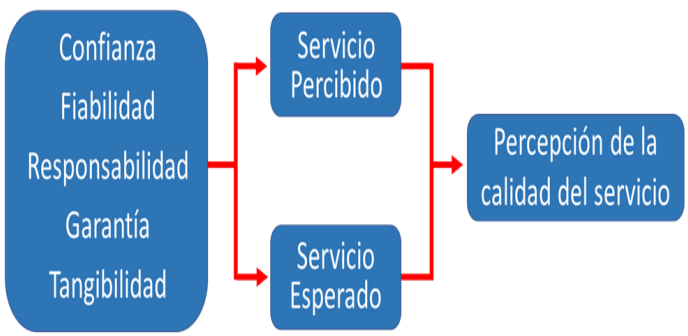
- **Elementos Tangibles:** los elementos tangibles son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización, es decir, la apariencia de las instalaciones, de los equipos, del personal y de los materiales).

- **Confiabilidad:** con relación a esta dimensión, los autores mencionados señalan que se refiere a la consistencia y la fiabilidad del desempeño de los servicios en función de la frustración que representa para el cliente estar en presencia de prestadores **de servicio poco confiables.**
- **Capacidad de Respuesta:** esta dimensión refleja el compromiso de la empresa acerca de brindar sus servicios a la hora señalada, se refiere a la voluntad y/o disposición de los empleados a prestar un servicio.
- Empatía: es tener la capacidad de experimentar los sentimientos de otra persona como si fueran los propios.
- **Seguridad:** de acuerdo con Douglas y Bateson (2005), esta dimensión se refiere a la competencia de la empresa, la cortesía con la que trata a sus clientes y a la garantía de sus operaciones.

La figura 2, muestra en forma gráfica los fundamentos del modelo Servqual, o modelo de la escuela americana, cuya autoría corresponde a los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988a), como se presenta a continuación:

Figura 2.

Modelo Servqual (Escuela Americana)



Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988a).

El modelo Servqual, se vale de enunciados para evaluar las percepciones y expectativas mediante un cuestionario, en el cual, el mismo enunciado se presenta en la percepción y en la expectativa. Se solicita, en primer lugar, que se valore mediante puntuación la expectativa asociada a un aspecto del servicio definido, dada su importancia para el encuestado, en relación al conjunto del servicio en general.

Modelo Servperf: Carman (1990) como se citó en Cronin y Taylor (1992) estableció una escala más concisa que Servqual y la llamaron Servperf, "Esta nueva escala está basada exclusivamente en la valoración de las percepciones, con una evaluación similar a la escala Servqual, la cual tiene en cuenta, tanto las expectativas como las percepciones". Carman, 1990, como se citó en Cronin y Taylor (1992) afirmaba, que la escala Servqual, no presentaba mucho apoyo teórico y evidencia empírica como punto de partida para medir la calidad de servicio percibida.

Para ello, los autores Cronin y Taylor (1992) se orientaron al logro de dos objetivos: primero, indican que la conceptualización y operacionalización actuales de la calidad del servicio de la escala Servqual no es adecuada, lo cual sugiere, que la calidad del servicio es realmente, un constructo multidimensional, en el cual se establecen las diferencias entre las expectativas de los consumidores y las percepciones del servicio que reciben. Así, Cronin y Taylor (1992) desarrollan y prueban un modelo alternativo basado en el desempeño y, como segundo objetivo, procuran examinar las relaciones entre Calidad del Servicio, Satisfacción del Consumidor, e Intención de Compra.

Modelo de Desempeño Evaluado (PE): fue desarrollado por Tés (1993), quien plantea que el incremento de la diferencia entre percepciones y expectativas, no necesariamente refleja un incremento continuo en los niveles de calidad

percibida, como indica el modelo Servqual. El autor señala, que la especificación utilizada por el modelo, puede ser o no problemática, en función de que los atributos empleados en la medición de calidad de servicio, sean vectoriales (atributos con puntos ideales infinitos) o con puntos ideales finitos.

En el mismo orden de idea, Tés (1993) anota cómo el examen de la validez del modelo de vacíos de Servqual presenta problemas respecto a la definición, tanto conceptual como operativa de las expectativas, lo cual crea confusión en su interpretación y justificación teórica. De acuerdo con su análisis, Servqual carece de validez discriminante y explica la conceptualización de las expectativas como puntos ideales en los modelos actitudinales y bajo este planteamiento sugiere el modelo de desempeño evaluado, (PE).

Partiendo de los señalamientos teóricos sustentados por Grönroos (1984), Parasuraman, et al. (1985, 1988), Cronin y Taylor (1992) y Tés (1993), en cuanto a los diferentes modelos que permiten medir la calidad de servicio, se muestra a continuación, un cuadro comparativo de los modelos seleccionados por las investigadoras.

Tabla 1.

Modelos de medición de la Calidad de servicio

Modelo de la Imagen	Modelo SERVQUAL	Modelo SERVPERF	Modelo de Desempeño Evaluado (EP)
Relaciona la calidad con la imagen corporativa Estudia transversalmente las diferencias entre servicio esperado, percepción del servicio y la imagen corporativa Relaciona la calidad de servicio con la calidad total y calidad funcional.	Relaciona la calidad de servicio con 5 dimensiones: confianza o empatía, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad. Considera unos vacíos llamados gaps, referida a la diferencia entre la expectativa y la percepción del cliente.	Relaciona las actitudes y satisfacción. Estudia la relación entre Calidad del Servicio, satisfacción del consumidor e intenciones de compra	La definición conceptual de expectativas La justificación teórica de los componentes de las expectativas del marco (P-E). Validación de la medición de las expectativas (E) y las expectativas revisadas (E*), mediciones específicas de la literatura revisada.

Fuente: elaboración propia (2020).

Metodología

Para dar respuesta al objetivo que se persigue en el estudio, se debe desarrollar un diseño de investigación. Según Tamayo y Tamayo (2004), la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos y su fundamentación es presentar una interpretación correcta. Al respecto, Bavaresco (2013) menciona que, un estudio descriptivo consta de la representación y análisis sistemático llevado a cabo en cada uno de los procesos, persiguiendo el conocimiento de las características de una situación dada, sin llegar a pruebas experimentales. El diseño de investigación alude al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación. El diseño, según Hernández, et al. (2010), señalan al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio y contestar las interrogantes que se ha planteado; además, establece que el diseño de investigación se clasifica en experimental y no experimental.

Los diseños de investigación no experimentales, transversales, descriptivos, tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables, (Hernández et al., 2010). Atendiendo a las descripciones realizadas, se consideró para la presente investigación, un diseño de investigación no experimental, transversal, ya que, el análisis de la gestión de la calidad de servicio en los centros de salud privados, se realizó en una única oportunidad y sin manipular deliberadamente la variable.

En otro orden de ideas, el universo es el conjunto formado por todos los elementos, seres u objetos que contienen las características y mediciones u observaciones que se requieren en una investigación dada, y la población, es el

conjunto integrado por todas las mediciones u observaciones del universo de interés en la investigación, según (Hernández, et al., 2010). A continuación, se muestra en la siguiente tabla 2 la especificación de la población del estudio:

Tabla 2.

Distribución poblacional

Clínica	N° de personal	Clínica	N° de personal
Cardio Center	3	Clínica San Antonio	3
Clínica Colón	3	Clínica Corazón de Jesús	3
Médicos Asesores	3	Clínica Dr. Ferrebus	3
Clínica Los Ángeles	3	Clínicas Dr. Bustamante	3
Clínica Sagrada Familia	3	Hospital Privado El Rosario	3
SubTotal	15	SubTotal	15
Total: 30 personas			

Fuente: elaboración propia (2020).

Con relación a las técnicas de recolección de datos, Hurtado (2010) expresa que, son los procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación, es decir, al cómo adquirir la información. De igual manera, la autora señala al cuestionario como un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre la cual se desea obtener información, considerando dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas, dependiendo de las diferentes necesidades o problema de investigación.

Por otra parte, para Hernández et al. (2010), la escala tipo Lickert, consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes, de acuerdo al grado de aceptación personal, con respecto a lo que se afirma en los ítems. Para esta investigación, el cuestionario tipo Lickert se diseñó con 33 ítems y cinco (5) alternativas de respuesta: 1) totalmente de acuerdo, 2) de acuerdo, 3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4) en desacuerdo y 5) totalmente en desacuerdo, que midió la variable de estudio Gestión de la Calidad de Servicio, cuyas opciones de respuesta facilitaron la obtención de conclusiones en cuanto a especificar e identificar los elementos y principios de la gestión de la calidad de servicio en las empresas objeto de estudio, lo que llevó a la posterior comparación de estos resultados con los modelos de medición de la calidad.

Para calcular la confiabilidad, se utilizó la fórmula de Alpha de Cronbach, aplicada a instrumentos de alternativas múltiples y/o tipo Likert, que fue administrado a una pequeña representación de la población o muestra, obteniendo como resultado (0,65), valor que, en la escala de interpretación de resultados presentada por Palella y Martins (2012), se considera de una magnitud alta.

Resultados y discusión

Una vez explicado el tratamiento metodológico de la investigación, tomando como aspectos sobresalientes la conformación de la población, así como, la explicación de la técnica e instrumento de recolección de datos aplicado, se procede con la fase de resultados y discusión, a fin de dar respuesta al objetivo General del estudio, consistente en: "Analizar la Gestión de la Calidad de Servicio en los Centros de Salud privados", aclarando que, el análisis se fundamentó en el cálculo de la medida de tendencia central 'media', tal como se presenta en la tabla 3, a continuación.

Tabla 3.

Resultados de la medición de los Elementos de la Gestión de la Calidad de Servicio

Indicadores	Media
Eficiencia	4,3
Efectividad	4,4
Eficacia	4,4
Satisfacción	4,2
Promedio	**4,3**

Fuente: elaboración propia (2020).

Como puede observarse en la tabla 3, al obtener como resultado una media promedio de 4.3, significa que de forma general existe una alta presencia de los elementos de la gestión de la calidad de servicio, en los Centros de Salud privados del Municipio Lagunillas. De igual manera, al medir el indicador Eficacia 4,4, se evidenció que los centros de salud priorizan sus actividades en función del logro de objetivos organizacionales y se direccionan hacia la satisfacción del cliente, considerando todo su entorno en la eficiencia del desarrollo de las actividades planificadas. Todo ello en busca del logro de la Efectividad 4,4 del cumplimiento de los objetivos y/o actividades organizacionales que giran en relación al entorno dentro de la empresa y su círculo de clientes que le visita en busca de recibir un buen servicio.

Para ello, al referirse a la eficiencia con un resultado o media de 4,3 representa una alta presencia de la misma, utilizando de la mejor manera los recursos que garantizan el logro de los objetivos organizacionales y orientan al logro de la satisfacción del cliente. Los resultados obtenidos para el indicador Satisfacción 4,2, permiten hacer referencia a que, en estas instituciones, al planificar, se busca el logro de cada objetivo organizacional, que garantice un servicio de calidad con el uso adecuado de los recursos (materiales y humanos). En cuanto a los principios de gestión de la calidad de servicio, los mismos se presentan en la tabla 4, a continuación:

Tabla 4.

Resultados de la Dimensión Principios de la Gestión de la Calidad de Servicio

Indicadores	Media
Enfoque al cliente	4,2
Liderazgo	4,3
Compromiso de las personas	4,3
Enfoque a proceso	4,3
Mejora continua	4,3
Toma de decisiones basadas en la evidencia	4,6
Gestión de las relaciones	4,4
Promedio	**4,3**

Fuente: elaboración propia (2020).

Según la tabla anterior, acerca de la dimensión Principios de la Gestión de la Calidad de Servicio, se deja ver una media promedio de 4,3 representando una "alta presencia" de dichos principios en los centros de salud privados del municipio; todo ello muestra que cada uno de los indicadores que permiten evaluar la variable se encuentran presentes en las instituciones objeto de estudio. En el caso del indicador toma de decisiones basadas en la evidencia, la media alcanzada de 4,6, significa que se orienta a los empleados a identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema que contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización a la hora de alcanzar sus objetivos.

Por su parte, el indicador gestión de las relaciones con un promedio de 4,4, muestra la importancia de mantener

una buena relación con los proveedores, pues es la garantía de mantener la dotación de equipos y/o materiales necesarios para poder dar respuestas inmediatas a las diferentes adversidades que diariamente se pueden presentar.

Mejora continua, liderazgo, participación del personal, enfoque basado en proceso con un promedio de 4,3, significa que se orientan a mantener un ambiente donde cada integrante de la organización es libre de participar para el logro de los objetivos organizacionales, considerando que al momento de tomar decisiones debe ser considerado todo el equipo involucrado en el proceso con la finalidad de obtener el mejor resultado para todos.

Finalmente, el principio enfoque al cliente, aunque su promedio fue algo más bajo con una media de 4,2, aún permanece en una alta presencia, asegurando que los objetivos organizacionales están en miras de cubrir las expectativas del cliente con calidad de servicio.

Los resultados mencionados anteriormente, se compararon con los elementos y principios de los modelos de medición de la calidad de servicio, para verificar hasta qué punto coinciden.

En la Tabla 5 que sigue, se presentan los criterios de la gestión de calidad representativos de cada modelo, que fue posible obtener de la aplicación del instrumento.

Tabla 5.

Criterios de la Gestión de la Calidad de Servicio según los modelos

Modelos	Criterios de la Gestión de Calidad de Servicio		Observaciones
Servqual	Elementos	Principios	
Relaciona la calidad de servicio con 5 dimensiones: confianza o empatía, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad	Eficiencia Eficacia Satisfacción	Liderazgo, Enfoque al cliente, Mejora continua, Participación del personal.	Busca obtener de sus usuarios confianza, empatía, capacidad de respuesta a través de la aplicación de los elementos de la calidad de servicio.
Servperf	eficiencia Eficacia Efectividad Satisfacción	Liderazgo, Enfoque al cliente, Mejora continua, Participación del personal, Enfoque basado en procesos y hechos para la toma de decisiones.	Utiliza las actitudes de los clientes como resultados reales para la toma de decisiones sobre la construcción y/o reconstrucción de los objetivos organizacionales.
Relaciona las actitudes y satisfacción.			
Desempeño Evaluado (EP)	Eficiencia Eficacia Efectividad Satisfacción	Liderazgo, Enfoque al cliente, Mejora continua, Participación del personal, Enfoque basado en procesos y hechos para la toma de decisiones.	Busca obtener respuestas que muestren la satisfacción de la expectativa de sus clientes
Validación de la medición de las expectativas (E) y las expectativas revisadas (E*), mediciones específicas de la literatura revisada			

Fuente: elaboración propia(2020).

El cuadro anterior, muestra la comparación de los resultados obtenidos para los criterios correspondientes a los diferentes modelos que permiten medir la gestión de la calidad de servicio. Como ya fue mencionado con anterioridad, Parasuraman, et al. (1985, 1988) a través del modelo Servqual desarrollaron un instrumento que permite la medición de la calidad de servicio percibida, apuntado hacia cinco dimensiones establecidas por los autores y con una importancia relativa que, afirman, depende del tipo de servicio y/ o cliente, las cuales son: confianza o empatía, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad, siendo estas las dimensiones que arrojó como resultado la aplicación del instrumento, por tal circunstancia, es uno de los instrumentos de medición que podrá suministrar a los centros de salud privados información necesaria y oportuna para realizar algún cambio necesario que se obtenga como respuesta luego de su aplicación.

La referencia al Modelo Servperf, se hace puesto que éste, según Cronin y Taylor (1992), muestra una escala más concisa que Servqual, basada solamente en la valoración de las percepciones, con una evaluación análoga a la escala Servqual, la cual considera, tanto las expectativas como las percepciones. En el modelo Servperf, se dan por sentadas las expectativas y se asume que las percepciones, como el objetivo del instrumento, permiten comparar la relación entre los elementos y principios de la gestión de calidad de servicio para conocer lo que realmente recibe el usuario. De esta forma, ofrece a los centros de salud la oportunidad de poder cambiar o mantener lo que el cliente sugiere, como consecuencia de su asistencia, en búsqueda de la permanencia en el mercado, con alta calidad de servicio.

Ahora bien, el modelo basado en el desempeño, como su nombre lo indica, busca tres (3) cosas: interpretar las expectativas, operacionalizar el concepto y valorar los modelos alternativos al Servqual, para obtener la evaluación de la calidad del servicio percibida.

Tés, (1993) plantea que el incremento de la diferencia entre las percepciones y las expectativas puede no reflejar necesariamente un decremento continuo en los niveles de calidad percibida, como implica Servqual. Por ello, este modelo también puede llenar las necesidades de los centros de salud, puesto que, los resultados obtenidos se inclinan al cumplimiento de los principios de la calidad de servicio considerando sus elementos necesarios para el logro de los objetivos organizacionales que sean planteados por sus gerentes o directores y transmitido a su personal con la intención de hacerlos partícipes de esta experiencia.

Conclusiones

Habiendo cubierto los pasos previos de esta investigación consistente en la contextualización de la variable, el aspecto metodológico, la aplicación del instrumento y el análisis de los resultados, se procede a presentar las conclusiones del estudio, con relación al objetivo propuesto que fue analizar la Gestión de la Calidad de Servicio en los Centros de Salud privados del Municipio Lagunillas, a saber:

Los Centros de Salud privados del Municipio Lagunillas, según los resultados obtenidos, direccionan la atención a la mejor calidad de servicio para cada usuario que asista a ellos en busca de una solución efectiva a las emergencias y/ o necesidades en el aspecto salud. En este orden de ideas, su planificación u organización de los objetivos organizacionales, está dirigida a alcanzar la eficiencia, eficacia, efectividad y satisfacción de cliente. Cuando las percepcio-

nes de los clientes con relación al servicio recibido, sobrepasan las expectativas, es cuando factores como el precio y la disponibilidad, pasan a un segundo plano. Basado en ello, el personal se direcciona a prestar un servicio eficiente con el empleo de medios, de forma tal que, satisfaga un máximo cuantitativo o cualitativo de fines o necesidades humanas, también adecuadas a la relación entre ingresos y gastos, todo ello en función de los objetivos organizacionales, siendo eficaces al obtener de su personal la priorización de las tareas a ejecutar.

De esta forma, se convierte en un servicio efectivo, puesto que cada miembro del personal se compromete con el logro de los objetivos organizacionales, realizando las actividades necesarias para ello, dirigido todo hacia el logro de la satisfacción del usuario, aplicando estrategias efectivas, eficientes y eficaces que les mantenga en el mercado.

Recomendaciones

Dado que los resultados evidencian muy buena gestión de calidad del servicio en los centros de salud privados del Municipio Lagunillas, alcanzando una alta presencia, se les sugiere en primer lugar considerar las siguientes recomendaciones mostradas en la tabla 6, dado que éstas son como un factor clave para el desarrollo efectivo de dicha gestión y, por ende, del rendimiento de la misma, pues constituyen un conjunto de elementos y actividades que tienen como fin específico la mejora continua de esa gestión, en pro de alcanzar niveles de excelencia. En particular, se debe realizar énfasis en los siguientes aspectos:

Tabla 6.

Aspectos a considerar en la medición de la Gestión de Calidad de Servicio

Elementos de la Gestión de Calidad de Servicio	
Eficiencia	Brindar la máxima satisfacción al cliente
	Asegurar el cumplimiento de los objetivos organizacionales
Satisfacción	Garantizar la satisfacción de las necesidades del cliente
	Velar por establecer un proceso de comunicación de información con el cliente que permita su complacencia
Principio de la Gestión de Calidad de Servicio	
Enfoque al cliente	Establecer un sistema de medición de la satisfacción del cliente que permita conocer sus necesidades, estableciendo una comunicación con ellos y considerando su nivel de satisfacción
	Asegurar el cumplimiento del volumen de trabajo demandado por el cliente
Liderazgo	Crear un ambiente donde el personal pueda involucrarse totalmente para el logro de los objetivos organizacionales
	Generar un liderazgo enfocado en que los empleados relacionen sus actividades de forma eficiente
Mejora continua	Promover dentro de la misión elementos que garanticen la mejora continua

Nota: elaboración propia (2020).

Con relación a la utilización de los modelos, se sugiere la aplicación de cualquiera de los 3, lo que permitirá mostrar a la organización, de acuerdo a las solicitudes de su clientela, la medición de la gestión de su calidad de servicio. Solo con el uso de los modelos podrá conocer la calidad de servicio, pues será aplicado a los usuarios, permitiendo realmente realizar la retroalimentación sobre los procesos y sus actividades necesarias para el logro de los objetivos organizacionales.

La excelencia se alcanza mediante un proceso de mejora continua, en las instalaciones, en la eficiencia de los equipos y herramientas, en las relaciones interpersonales, capacidades del personal, entre otros; por ello, para conseguir el objetivo de calidad de servicio, se debe promover la participación del personal, no solo identificar las necesidades de formación, sino también desarrollar las actividades de capacitación e integrar a todo el personal en la visión común de mejora continua de la organización.

La empresa debe tener claro que las necesidades de sus clientes no son estáticas, sino dinámicas y cambiantes a lo largo del tiempo, además de ser los clientes cada vez más exigentes y más informados, situación que, según los resultados obtenidos, es parte de la formación de cada miembro de los centros de salud privados. Por ello, al utilizar el principio de enfoque objetivo hacia la toma de decisiones, éstas deben basarse en el análisis de datos objetivos, para que las mismas sean acertadas.

Para poder alcanzar de manera óptima los principios de calidad, las instituciones deben mantener una relación cercana con sus proveedores, por formar parte fundamental de la calidad de servicio, ya que, al tener los insumos necesarios (materiales, equipos y personal), se facilita el alcance de los objetivos planteados, por ello, la organización necesita de proveedores confiables, que conozcan sus necesidades y expectativas, que puedan superar las dificultades para adecuarse a las necesidades de la organización.

La aplicación de cualquiera de los modelos de calidad analizados, permitirá mostrar a la organización resultados, pero solo con el uso del modelo adecuado obtendrá la retroalimentación sobre los procesos y sus actividades necesarias para el logro de los objetivos organizacionales y la mejora que los usuarios exijan. Para ello, es necesario que cada institución se aboque al análisis de los pros y contras de cada uno, a fin de determinar el que mejor se adapte a sus requerimientos y a las necesidades de la cada vez más exigente clientela.

Referencias

Alcalde, P. (2010). *Calidad*. Segunda edición, Ediciones paraninfo, S.A. España. https://www.paraninfo.es/catalogo/9788497328043/calidad-2%C2%AA-edicion

Bavaresco, A. (2013). *Proceso metodológico en la Investigación. Cómo hacer un diseño de investigación*. 6ta. Edición revisada. Imprenta Internacional, C.A. https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso-metodologico-en-la-investigacion-bavaresco-reduc.pdf

Carman, J. (1990). Consumer Perceptions Of Service Quality: An Assessment Of The *SERVQUAL Dimensions. Journal of Retailing; 66 (1). 33.* https://www.proquest.com/openview/9b58a6fed9a03970daaa0c1557ae7bb2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=41988

Cronin, J., & Taylor, S (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *The Journal of Marketing,* 56(3), 55-68. https://doi.org/10.1177/002224299205600304

Douglas, H. & Bateson, J. (2005). *Fundamentos de marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos*. Editorial Thomson 2002. ISBN: 9789706862020

Duque, E., (2005) Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición, *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales*. Universidad Nacional de Colombia. https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/30/40

Estrada, S. y Zuccarello, R. (2015). *Modelo Servqual para evaluar Calidad de servicio y Desempeño laboral.* I Congreso de Costos y Gerencia Empresarial UJGH

2015. [Ponencia incluida en la Memoria Científica Arbitrada]. ISBN: 978-980-7437-13-4. (1-19). https://doi.org/10.5281/zenodo.7641118

García, A., Acero, R. y Perea, J. (2007). *Economía y gestión*. Dpto. de Producción Animal Universidad de Córdoba DT 11, Vol. 4. ISSN: 1698-4226. https://www.uco.es/zootecniaygestion/img/datos/12_14_39_librovirtualeconomia.pdf

González, R.; Estrada, S.; Pérez, G.; Patiño, E. y Vélez, O. (2021). Representaciones sociales alrededor de la formación: tensiones entre las prácticas y el discurso de la calidad. Cap. VII. En Chirinos, Y., Rojas, D., Barbera, N., Godínez, R. y Ramírez, A. (2021). (Eds.). *Universidad, Ciencia, Tecnología e Innovación. Pilares para la investigación y el desarrollo sostenible*. Edición única. (122-137). Alianza de Investigadores Internacionales ALININ S.A.S. y Fondo Editorial Servando Garcés. ISBN: 978-980-7857-44-4. https://alinin.org/wp-content/uploads/2021/11/LIBRO-UMAFIS.10.pdf

Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications", *European Journal of Marketing*, Vol. 18 No. 4, pp. 36-44. https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784

Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios.* Madrid: Editorial Díaz de Santos. ISBN: 84-7978-146-7 https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=149674

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta Edición. Editorial McGraw-Hill. ISBN: 978-607-15-0291-9

Horovitz, J. (1993). *La calidad del servicio: a la conquista del cliente*. Mc Graw-Hill- Interamericana de España. ISBN: 978-847-61-5570-7

Hurtado, J. (2010). *El proyecto de investigación. Comprensión holística de la metodología y la investigación*. Sexta Edición. Ediciones Quirón. ISBN: 978-95844-3440-1

Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall. Novena Edición. ISBN: 0132435101, 9780132435109

Norma ISO 9001 del 2000 (2015). *Indicadores de calidad del consejo.* Editorial Edicions Gestió 2000. Barcelona.

Núñez, L. y Juárez, J. (2018). Análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *3CEmpresa, investigación y pensamiento crítico,* 7(1), 49-59. DOI: http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070133.49-59

Palella, S. y Martins, F. (2012) *Metodología de la investigación cuantitativa.* Editorial Fedupel. 3ra edición. ISBN: 980-273-445-4

Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. USA. *The Journal of Marketing.* 49 (4). 41-50. https://doi.org/10.2307/1251430

Parasuraman, A., Zeithalm, V., & Berry, L. (1988a). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40. file:///F:/Users/Jorge%20Luis/Downloads/Escala%20Servqual%20-%20Journal%20of%20Retailing.pdf

Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988b). SERVQUAL instrument. *Journal of retailing.* https://www.proquest.comopenview/9b58a6fed9a03970daaa0c1557ae7bb2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=41988

Prieto, A. y Hernández, C. (2014). Calidad de servicio como factor de competitividad en los Postgrados de las instituciones universitarias públicas. *Revista CICAG* 12 (1), 77-99. ISSN: 1856-6189. http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/1563/1517

Tamayo y Tamayo, M (2004). *El proceso de la investigación científica*. Limusa. Cuarta Edición. ISBN: 968-18-5872-7

Tés, R. (1993). Expectations, Performance Evaluation and Customers' Perceptions of Quality. *Journal of Marketing,* 57 (4), 18-34. https://doi.org/10.2307/1252216