



Revista del Colegio de Médicos Veterinarios del Estado Lara

AÑO 6. NÚMERO 1. VOLUMEN 11 ENERO - JUNIO 2016

VENEZUELA

CONTENIDO:

- Alteraciones ecocardiográficas y electrocardiográficas en perras con piómetra
- Consideraciones técnico-jurídicas para elaborar la lista preliminar de vertebrados terrestres exóticos potencialmente invasores para Venezuela
- Presencia de anticuerpos séricos contra Neospora caninum en un rebaño bovino del estado Lara-Venezuela
- Calidad del servicio ofrecido en el Hospital Veterinario "Dr. Humberto Ramírez Daza" del Decanato de Ciencias Veterinarias de la UCLA. Barquisimeto Venezuela
- Detección de huevos de Toxocara sp. en suelos de tres parques públicos de la zona centro de Barquisimeto, estado Lara



NUEVA ETAPA



HECHO EN VENEZUELA

Contenido:

Artículos	Pag.
Editorial	
Comité Editorial	5
Casos Clínicos	
Alteraciones ecocardiográficas y electrocardiográficas en perras con piómetra	
Mujica G, Roberto; Alvarez –Larson, Andrea	6
Artículos Originales	
Consideraciones técnico-jurídicas para elaborar la lista preliminar de vertebrados terrestres exóticos potencialmente invasores para Venezuela	
Vázquez Rodríguez, José Gonzalo; Díaz Martínez, Carliz Elena	15
Presencia de anticuerpos séricos contra <i>Neospora caninum</i> en un rebaño bovino del estado Lara-Venezuela	
Linarez, Nelitza; Álvarez, Gellys; Mendoza, Carmen y Matheus, Nyurky	24
Calidad del servicio ofrecido en el Hospital Veterinario “Dr. Humberto Ramírez Daza” del Decanato de Ciencias Veterinarias de la UCLA. Barquisimeto Venezuela	
Castañeda Giovanni; Rodríguez José; Carreño Paula	31
Detección de huevos de <i>Toxocara</i> sp. en suelos de tres parques públicos de la zona centro de Barquisimeto, estado Lara	
Javitt-Jiménez Milva, Cárdenas Elsys, Trujillo Naudy	38

Agradecimiento especial en esta edición:

A la doctora Milva J. Javitt, editora-directora de nuestra revista por facilitarnos todas las fotos que fueron utilizadas en la parte interna de esta edición. Al Dr. Roberto Mujica por crear esa alianza estratégica que, manteniendo nuestra tradición de tener un invitado internacional, nos brindó la oportunidad de que en esta oportunidad dicho invitado tuviera la figura de coautoría, demostrando una vez más que en un equipo de trabajo todos son importantes y principales. A los representantes del Ministerio del Poder Popular para Ecosocialismo y Aguas que nuevamente confían en nuestro equipo y en nuestro trabajo para presentar importantísimos resultados de sus investigaciones. A los representantes de nuestra magna casa de estudios por la confianza y el apoyo para que este proyecto siga dando excelentes frutos.

Indexada en:



Scientific Indexing Services



Contamos con el
"Sello de Calidad Medicina 21"

Calidad del servicio ofrecido en el Hospital Veterinario "Dr. Humberto Ramírez Daza" del Decanato de Ciencias Veterinarias de la UCLA. Barquisimeto Venezuela

¹Castañeda Giovanny; ²Rodríguez José; ¹Carreño Paula

1

Decanato de Ciencias Veterinarias de la UCLA

²Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales de la UCLA.

Doc130@hotmail.com

Artículo Original

Quality of service provided at the Veterinary Hospital "Dr. Humberto Ramírez Daza" in UCLA's Faculty of Veterinary Sciences, Barquisimeto, Venezuela

RESUMEN

Con el propósito de evaluar la Calidad de Servicio ofrecido en el Hospital Veterinario "Dr. Humberto Ramírez Daza" del Decanato de Ciencias Veterinarias de la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" (UCLA) durante el período comprendido entre el 01 de Abril del 2015 al 30 de Junio del 2015, se realizó una Investigación de Campo de tipo descriptiva, no experimental y transicional. La población y muestra estuvo comprendida por los clientes externos (dueños de mascotas que reciben servicios de atención médica en la institución). La técnica de recolección de información fue la encuesta. Se evaluaron 196 encuesta de clientes externos que representan el 20% del total de los clientes atendidos durante el período de estudio. Los datos obtenidos fueron analizados utilizando SPS. 17 y graficados usando Microsoft Excel 10. Los resultados obtenidos señalan que los usuarios se encuentran satisfechos con el nivel de calidad de los servicios ofrecidos por el Hospital Veterinario de la UCLA, catalogando el servicio recibido entre muy bueno a excelente.

Palabras Claves: Calidad, Servicio, Veterinaria.

ABSTRACT

In order to assess the quality of service offered at the Veterinary Hospital "Dr. Humberto Ramírez Daza" in Faculty of Veterinary Science at Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" (UCLA) Barquisimeto, Venezuela, during the period from April 01, 2015 to June 30, 2015, a descriptive not experimental and transitional field investigation was conducted. The population and sample was comprised of external clients (pet owners who received health care services in the institution). The data collection technique was the survey. 198 external customers surveys were evaluated, representing 20% of total clients attended during the study period. Data obtained were analyzed using SPSS 17 and were graphicated using Microsoft Excel 10. Results indicate that users are satisfied with the quality of the services offered by the UCLA's Veterinary Hospital, cataloging the service received from very good to excellent.

Keywords: Quality, Service, Veterinary.

INTRODUCCIÓN

La calidad es uno de los elementos estratégicos en que se fundamenta la transformación y mejora de los sistemas de salud modernos. Un mayor nivel de satisfacción del cliente reforzará sus percepciones de

calidad.

En Medicina Veterinaria, desde la perspectiva del dueño de paciente, la tarea del médico veterinario se puede dividir en: la técnica (ciencia) y la interpersonal. A estas dos tareas habría que añadir las condiciones bajo las cuales se ofrece la atención, tales como el confort, aspectos relativos a la información o comunicación, la rapidez o la amabilidad. La medida de la satisfacción será, entonces, la medida de las diferentes dimensiones que la conforman y ha demostrado ser un instrumento útil para evaluar las intervenciones de los servicios de salud, porque proporciona información sobre la calidad percibida y facilita información a los profesionales, gestores y administradores sobre aquellos aspectos de la organización sanitaria, percibidos como insatisfactorios y que son susceptibles de mejoría.

Actualmente, una institución de salud veterinaria que esté interesada en garantizar la efectividad de la atención sanitaria y eficiencia en la gestión, debe conocer las percepciones tanto del personal interno como de los dueños de pacientes respecto a los procesos asistenciales.

Este hecho exige determinar y supervisar parámetros de calidad relacionados con infraestructura, equipamiento, procesos y personal vinculados a la atención de salud prestada, con el fin de lograr la mayor satisfacción de los pacientes.

A tal efecto, este trabajo presenta un Diagnóstico de la Calidad de Servicio ofrecido en el Hospital Veterinario "Dr. Humberto Ramírez Daza" del Decanato de Ciencias Veterinarias de la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" (UCLA).

Siendo el Hospital Veterinario "Dr. Humberto Ramírez Daza" un hospital universitario, donde además de prestar un servicio a la población, participa activamente en la formación de los nuevos profesionales de la Medicina Veterinaria, convirtiéndose en punto de referencia a nivel nacional, es fundamental que evalúe constantemente la calidad del servicio que se presta en sus instalaciones, por lo que este trabajo persigue como objetivo Diagnosticar la percepción que tienen los clientes Externos sobre la Calidad de Servicios prestado en el Hospital Veterinario "Dr. Humberto Ramírez Daza".

Desde el punto de vista técnico y académico, el presente trabajo de investigación aportará elementos importantes para los gerentes de clínicas u hospitales veterinarios, que le permitirán incursionar en un proceso de calidad adecuado a sus requerimientos a fin de lograr mayor productividad y sustentabilidad.

A pesar de que el Hospital Veterinario abarca tanto la medicina de grandes animales (Ovinos, Bovinos, Caprinos, Equinos y Cerdos) como la medicina de pequeños animales (Caninos, Felinos), sus actividades operativas se llevan a cabo en espacios físicos diferentes y son atendidas por personal

diferente, por lo que el estudio se limitará a analizar el área de servicio prestado a Pequeños Animales. El análisis se desarrolló en el período comprendido entre el 01 de Abril del 2015 al 30 de Junio del 2015.

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de Investigación

Considerando que la finalidad de la presente investigación está referida a Evaluar la Calidad del Servicio prestada por el Hospital Veterinario "Dr. Humberto Ramírez Daza" en un momento dado, en un tiempo único, se realizará un estudio de campo no experimental y transeccional.

La Población, por su parte puede entenderse como la totalidad del fenómeno a estudiar en donde cada una de las unidades posee una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (Arias, 1999).

Población

A tal efecto, la población objeto de estudio quedara constituida por la totalidad de los dueños de pacientes que utilizan los servicios del hospital veterinario durante el período de estudio. Los criterios de inclusión serán:

- Ser usuario nuevo o continuado del servicio.
- Tener edad mínima de 18 años.
- No tener ninguna alteración de la conciencia.
- Aceptar voluntariamente participar en el estudio luego de haber sido informados verbalmente de las características y objetivos de este.

Muestra.

Arias (1999) y Morles (1994) definen la muestra como un subconjunto representativo de un universo o población.

La muestra seleccionada se obtuvo de un muestreo probabilístico estratificado, tomando el veinte por ciento (20%), de la población, atendiendo a las recomendaciones de Ary, Jacobs y Razaviech (1994), quienes sostienen que el tamaño muestral puede estar entre el 10 y 30 por ciento del marco poblacional. El cuadro N° 1, refleja la especificidad de la muestra.

Cuadro N° 1

Distribución de la Muestra de Clientes Externos según fecha de atención

Mes de Atención	Nro. De Clientes	Porcentaje Estimados (%)	Sujetos de la Muestra
Abril 2015	300	20	60
Mayo 2015	340	20	68
Junio 2015	340	20	68
TOTAL	980	20	196

Fuente: Elaboración Propia. 2015

Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos

Para la recolección de los datos de ambos estratos se utilizará la técnica de la encuesta, la cual se llevó a cabo a través de un cuestionario. Hernández y cols. (2006) definen el cuestionario como el instrumento más utilizado para recolectar datos, y consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

En esta investigación se utilizó una adaptación de la encuesta SERVQUAL modificada por Cabello y Chirinos (2012) para medir la satisfacción de usuarios en servicios de salud. La misma incluye veinte preguntas de percepción distribuidas en cinco criterios de evaluación de calidad. A saber:

Fiabilidad: Habilidad y cuidado de brindar el servicio ofrecido en forma tal como se ofreció y pactó. Preguntas del 01 al 05.

Capacidad de Respuesta: Disposición y buena voluntad de ayudar a los usuarios y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Preguntas del 06 al 08.

Seguridad: Cortesía y habilidad para transmitir credibilidad, confianza y confidencia en la atención con inexistencia de peligros, riesgos o dudas. Preguntas del 09 al 11.

Empatía: Disponibilidad para ponerse en el lado del otro, pensar primero en el paciente y atender según características y situaciones particulares. Cuidado y atención individualizada. Preguntas del 12 al 16.

Aspectos Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipamiento, apariencia del personal y materiales de comunicación. Preguntas del 17 al 20.

Para la calificación de la percepción del cliente se utilizó una escala numérica del 1 al 5, considerando 1 la más baja y 5, la más alta. Al momento de interpretación de los resultados se considerará la calificación de acuerdo a lo detallado en el cuadro Nro. 2.

Cuadro Nro. 2
Interpretación de la Percepción del Cliente Externo.

Calificación	Equivalente a
1	Muy Malo
2	Malo
3	Bueno
4	Muy Bueno
5	Excelente

Fuente: Elaboración Propia, 2015.

Se consideró usuario satisfecho, cuando la selección de la respuesta

sea 3 (Bueno) o mayor de 3 (Muy bueno, Excelente) y usuario insatisfecho, cuando la selección sea 1 (Muy malo) o 2 (Malo).

Técnica de Análisis e Interpretación de los Resultados

Los datos se analizarán atendiendo a las frecuencias absolutas recaídas en cada uno de los ítems estimándose su respectivo valor porcentual el cual será ilustrado en gráficos de sector para visualizar el resultado con mayor precisión. El análisis se iniciará con el diagnóstico de la calidad de servicio prestado por el Hospital Veterinario “Dr. Humberto Ramírez Daza”, seguidamente se inicia el análisis de manera individual en cuanto a la estructura, es decir, tomando los ítems de cada una.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En relación a la evaluación de la calidad de servicio ofrecido en el Hospital Veterinario con respecto al grado de satisfacción de los clientes se presentarán los resultados de la siguiente manera: en primer lugar el resultado global de la encuesta en relación al tipo de cliente atendido (Primera vez o cliente continuado) y en segundo lugar se presentarán los resultados por cada una de las dimensiones definidas en la encuesta o instrumento de recolección de información.

Se efectuaron 196 encuestas aleatorias entre los meses de Abril a Junio del 2015. En el gráfico Nro. 1 se observa la prevalencia de los clientes en cuanto a que su frecuencia en el uso de los servicios.

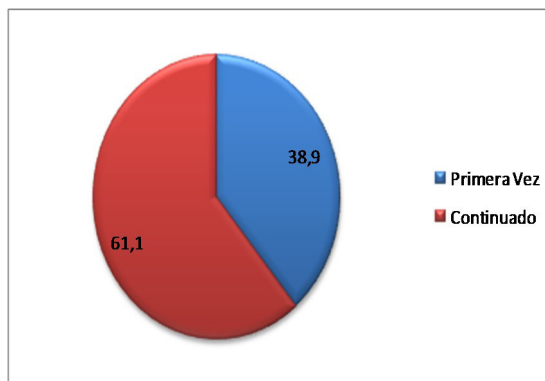


Gráfico Nro.1 Representación gráfica de Valores Porcentuales de la condición del cliente que participo en la encuesta.

Fuente: Instrumento de recolección de información.

En el gráfico se evidencia que el mayor número de clientes atendidos en el hospital son “Clientes Nuevos”, pacientes que son llevados por primera vez a este servicio, y solo un 38,9% de los encuestados son pacientes continuados.

Hay muchos costos que están relacionados con el esfuerzo que

debe hacerse para captar un nuevo cliente: publicidad, promoción, prospección, costes de gestión del cliente etc. En definitiva, es siempre mucho más costoso vender a un cliente nuevo que a un cliente habitual de la empresa. Se habla incluso de la relación 5 a 1 (Forum Corporation, EEUU. 2010) que indica que vender a un cliente nuevo es cinco veces más costoso que a un cliente habitual. . Es por lo anterior que el reto consiste en desarrollar relaciones especiales con los clientes de modo que ambas partes experimenten una buena comunicación mutua y se sientan receptores de privilegios especiales.

En el siglo XXI los clientes son más exigentes en cuanto a la calidad de los productos y servicios que esperan y buscan. Conservar un cliente satisfecho también es una tarea ardua y permanente que se construye y sostiene en base a buena atención al cliente, comunicación efectiva, escucha atenta, acuerdos entre cliente y empresa o profesional que hacen un pedido/oferta con la promesa de cumplimiento respectivo. Según el resultado de la encuesta, el hospital veterinario “Dr. Humberto Ramírez Daza” tiene una debilidad en este sentido no se desarrollan e implementan mecanismos que permitan la fidelización de los clientes y garantice su retorno a servicios sucesivos.

La rentabilidad y el crecimiento son generados por la fidelidad del cliente, un cliente leal es el que más contribuye a generar resultados positivos para la empresa; Schlesinger (1991) estima que un aumento del 5% en la fidelidad de los clientes impactará del 25 al 85% de la rentabilidad de la empresa esta cifra es alarmante, por lo que el hospital veterinario debe concentrar sus esfuerzos a la creación de valor y retención del cliente.

Dimensión Fiabilidad

La dimensión Fiabilidad, descrita como la habilidad para ejecutar el servicio prometido de manera fiable y cuidadosa, está representada en la Cuadro N° 3 y en el Gráfico N° 2. En la primera se presentan los resultados de los promedios de los atributos y en el segundo se plasma el detalle de los atributos evaluados.

Cuadro Nro. 3

Distribución de las frecuencias porcentual de las repuestas en relación a la variable Fiabilidad

- MM = Muy Malo
- M = Malo
- B = Bueno
- MB = Muy Bueno
- Ex = Excelente

		Repuestas en %				
		MM	M	B	MB	Ex
1	Usted o su mascota fueron atendidos inmediatamente por el personal de recepción del a su al hospital	10.2	5.1	7.1	16.3	66.3

		Repuestas en %				
		MM	M	B	MB	Ex
2	Se considero la afección de su mascota para darle prioridad de atención.	5.1	1.0	9.2	10.2	69.4
3	La atención en la consulta siempre estuvo supervisada por un	5.1	1.0	1.0	16.3	76.5
4	El médico que lo atendió mantuvo suficiente comunicación para explicarles el seguimiento del problema de salud de	5.1	0	4.1	4.1	86.7
5	El hospital contaba con los medicamentos necesarios para la atención intrahospitalaria de su	5.1	4.1	16.3	14.3	60.2

Fuente: Instrumento de recolección de datos. 2015

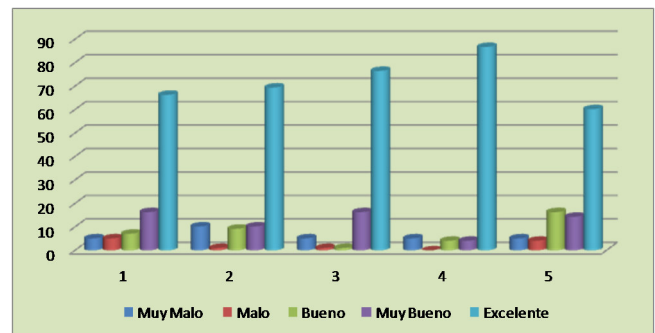


Gráfico Nro.2 Representación grafica de Valores Porcentuales de las respuestas de los Dueños de Pacientes sobre la Fiabilidad.

Fuente: Cuadro Nro. 3

El análisis de los promedios presentados en la Tabla N° 3 evidenció que los clientes perciben que el servicio prestado por el hospital veterinario se realiza de manera fiable y cuidadosa. Predomina la percepción que el cliente considera que el “servicio ofrecido es mucho mejor de lo esperado”, sin embargo hay clientes que consideran que el “servicio es igual al esperado”. Aquellos clientes que consideran que el “servicio es peor de lo esperado” (10,2%), lo perciben en primer lugar por el tiempo considerable que tardan para ser atendidos en la recepción.

La actitud atenta y personalizada de los empleados en el hospital

veterinario, crea en los dueños de pacientes un sentimiento de confort y seguridad de que en todo momento recibirán un servicio de calidad.

Dimensión Capacidad de Respuesta

La capacidad de respuesta implica la prontitud y habilidad que tienen los empleados del hospital para resolver tanto situaciones que se presentan en el día a día, como casos extraordinarios.

Cuadro Nro. 4

Distribución de las frecuencias porcentual de las repuestas en relación a la Capacidad de Repuesta

		Repuestas en %				Ex
		MM	M	B	MB	
6	La atención en caja o modulo de recepción fue	31.6	11.2	2.0	8.2	46.9
7	La atención en el servicio de laboratorio fue rápida	30.6	18.4	7.1	16.3	26.5
8	La atención en el servicio de Rx fue rápida	8.2	7.1	5.1	31.6	48.0

Fuente: Instrumento de recolección de datos. 2015

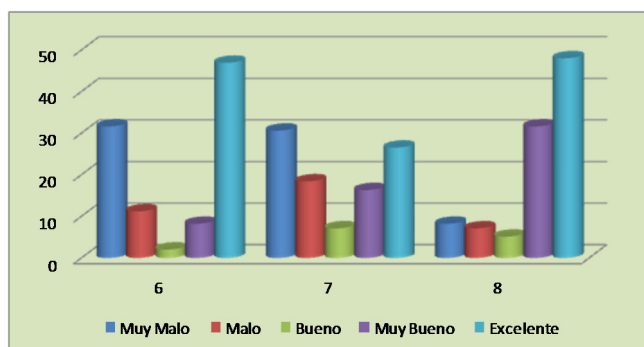


Grafico Nro.3 Representación grafica de Valores Porcentuales de las repuestas de los clientes externos sobre la Capacidad de Repuesta.

Fuente: cuadro Nro. 4

En términos generales en la dimensión Capacidad de Repuesta, predomina la percepción que el cliente considera que el servicio es muy bueno a excelente, sin embargo hay clientes que consideran que el "muy malo" (31.6%), la mayoría lo percibe específicamente porque el personal que está en contacto con el público no es siempre amable, específicamente el personal de la recepción. Los resultados muestran que el personal logra responder de manera eficiente a estos requerimientos, sin embargo, no de manera sobresaliente con respecto a lo que los clientes esperan; es decir, el cliente está satisfecho, más no fue sorprendido. Hay un aspecto en que el hospital debe prestar especial atención; y es la atención en el módulo de recepción (pregunta 6), para el cliente es importante sentir que se está prestando atención a su asunto, por lo que hay que disminuir en la mayor

medida posible el sentimiento de espera que se genera con la expectativa de que se solucione su situación y se le preste la atención requerida a su mascota.

Dimensión Seguridad

Determina la cortesía y habilidad para transmitir credibilidad, confianza y confianza en la atención con inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

Cuadro Nro. 5

Distribución de las frecuencias porcentual de las repuestas en relación a la variable Seguridad

		Repuestas en %				Ex
		MM	M	B	MB	
9	El médico que la atendió le brindo el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre el problema de salud de su mascota	5.1	4.1	3.1	16.3	71.4
10	El médico que atendió su mascota le realizó un examen físico completo y minuciosos	7.1	2.0	4.1	15.3	71.4
11	El problema de salud de su mascota fue diagnosticado y se le recomendó el tratamiento más	5.1	1.0	2.0	20.4	71.4

Fuente: Elaboración Propia. 2015

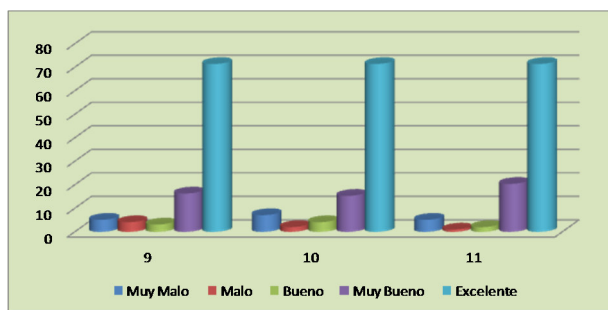


Grafico Nro.4 Representación grafica de Valores Porcentuales de las repuestas de los clientes externos sobre la Seguridad.

Fuente: cuadro Nro. 5

El sentimiento de la seguridad es algo muy subjetivo, que varía de persona a persona, y existen aspectos que pueden influir positiva o negativamente en el sentimiento que se genera en las personas. En el caso particular de este hospital la preparación técnica del personal asistencial (Médicos y asistentes), genera una gran sensación de seguridad en los clientes, quienes perciben que sus mascotas están recibiendo una atención

excelente ya que así se lo hace sentir el personal involucrado.

Dimensión Empatía

Representa la disponibilidad para ponerse en el lado del otro, pensar primero en el paciente y atender según características y situaciones particulares. Cuidado y atención individualizada.

Cuadro Nro. 6

Distribución de las frecuencias porcentuales de las repuestas en relación a la variable Empatía

		Repuestas en %				Ex
		MM	M	B	MB	
1 2	El personal (administrativo, médicos y auxiliares) le trataron con amabilidad y paciencia	3.1	0	1.0	18.4	77.6
1 3	El personal médico le mostro interés en resolver el problema de su mascota	3.1	0	0	23.5	73.5
1 4	El médico le explico el problema de salud de su mascota y el resultado de la consulta	3.1	0	0	23.5	73.5
1 5	El médico le explico los procedimientos o análisis que le realizaron a su mascota	3.1	0	4.1	21.4	71.4
1 6	El médico le explico el tratamiento que recibió su mascota (Tipo de medicamento, dosis, efectos adversos)	3.1	0	3.1	28.6	65.3

Fuente: Instrumento de recolección de datos. 2015

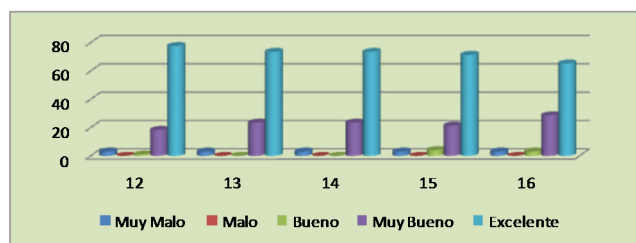


Grafico Nro.5 Representación grafica de Valores Porcentuales de las respuestas de los clientes externos sobre la Empatía

Fuente: cuadro Nro. 6

Esta dimensión obtuvo en general resultados positivos. Al parecer, los clientes del hospital percibieron una actitud amable y atenta

por parte del personal. La empatía del personal que presta los servicios en este hospital es el aspecto más importante en la percepción de la calidad que tienen los clientes, es decir, mientras mejor sea el trato hacia los pacientes mayor será la calidad general que perciban del servicio.

Dimensión Aspectos Tangibles

Representa la apariencia de las instalaciones físicas, equipamiento, apariencia del personal y materiales de comunicación.

Cuadro Nro. 7

Distribución de las frecuencias porcentuales de las repuestas en relación a la variable Aspectos Tangibles

		Repuestas en %				Ex
		MM	M	B	MB	
1 7	Los carteles, letreros y flechas del hospital le parecen adecuados para orientarse adecuadamente en las instalaciones	4.1	1.1	13.3	20.4	61.2
1 8	El hospital conto con los insumos y equipos necesarios para la atención de su mascota	5.1	4.1	13.3	13.1	64.3
1 9	Los ambientes del servicio del hospital estuvieron limpios y cómodos	7.1	0	0	10.2	82.7
2 0	El personal del hospital está bien presentado con el vestuario adecuado	7.1	0	0	4.1	87.8

Fuente: Instrumento de recolección de datos. 2015

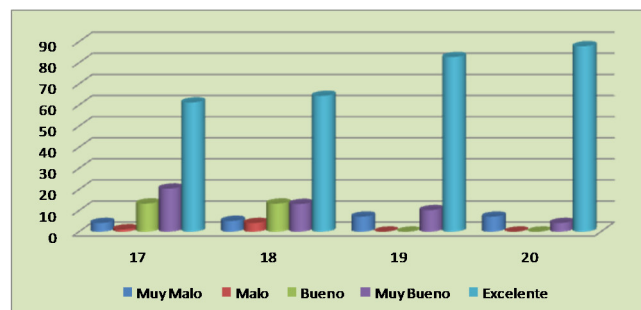


Grafico Nro.6 Representación grafica de Valores Porcentuales de las respuestas de los clientes externos sobre Aspectos Tangibles.

Fuente: cuadro Nro. 7

A grandes rasgos, la dimensión que representa la tangibilidad de los servicios presenta la brecha más positiva en el caso del hospital. Esto se debe principalmente a que cuenta con una gran variedad de instalaciones, servicios y facilidades que permiten al cliente tener acceso a

todo lo necesario restaurar la salud de su mascota. Un aspecto que resalta mucho es el alto grado de satisfacción que tienen los clientes con respecto a la presentación y el vestuario adecuado del personal (Pregunta 20), lo cual es debido a la preocupación de la directiva del hospital en cuanto al porte del respectivo uniforme y batas médicas. Otro aspecto a resaltar es la satisfacción mostrada por los clientes en relación a la limpieza de las instalaciones (pregunta 19), la cual obtuvo un 87,8% de repuestas que consideran la limpieza como excelente, lo cual representa una gran fortaleza. Se debe destacar que a diferencia de otras áreas de la universidad, la limpieza y mantenimiento del hospital están bajo la supervisión de una empresa aursourcing contratada para tal fin.

CONCLUSIONES

En términos generales se puede concluir que:

La calidad ofrecida por el hospital veterinario está ubicada entre muy buena y excelente, ya que los aspectos negativos mencionados, no afectaron significativamente la percepción general de la calidad dado que se muestran valores en todas las dimensiones superiores a cuatro puntos.

Al establecer el nivel de empatía existente en el servicio ofrecido por el hospital veterinario en abastecimiento estratégico a sus clientes, se conoció que la empresa ha logrado establecer una adecuada comunicación con su mercado, lo cual se ha visto apoyado por una atención personalizada y preocupación por parte de la empresa en los intereses de sus clientes. No obstante se observaron algunos ítems que presentaron ligeras brechas negativas entre la percepción y las expectativas como lo son en la atención en el área de recepción.

En general, SERVQUAL es una herramienta útil para la medición de la calidad de un servicio. Permite obtener un mapa acerca de la situación de la empresa con respecto a la satisfacción que sus servicios generan en sus clientes. Es una forma de cuantificar los aspectos subjetivos de la calidad y del servicio, lo cual implica el paso más importante en la mejora de la calidad. Además permite la comparación de los datos al implementar mejoras en el servicio.

La satisfacción del cliente se logra cuando las expectativas que se genera antes de recibir un servicio son superadas por el valor que percibe una vez que lo ha recibido. A medida que el valor percibido por el cliente supere sus expectativas, más satisfecho se sentirá el cliente.

La percepción de la calidad varía de un cliente a otro, y es el mismo quien la determina, entonces la clave está en concentrar los esfuerzos de la organización en identificar las necesidades de los clientes y determinar la manera en que estas necesidades afectan la percepción del valor de un servicio.

A pesar de que cada experiencia y percepción del servicio es particular, se pueden determinar niveles generales de satisfacción mediante

la recolección de información acerca de las necesidades de los clientes, la evaluación que hacen respecto a diferentes aspectos del servicio brindado y la intención de volver a contratar el mismo servicio. En base a la consolidación de esta información se pueden identificar tendencias que indiquen posibles oportunidades de mejora del servicio, así como el impacto que pueden generar en la rentabilidad de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

Ary, D. Jacobs L. Razavieh, A. 1994 Introducción a la Investigación Pedagógica. Editorial McGrawHill, Mexico.

Arias, F. 1999. El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración. Tercera Edición. Editorial Espisteme, C.A. Caracas.

Cabello, Jesús. Chirinos L. 2012. Validación y aplicabilidad de encuestas Hernández, R; Fernández, C & Baptista, P. 2006. Metodología de la Investigación. Ciudad de México : Editorial Mc Graw Hill.

Lue T. Pantenburg D, 2008. Crawford PM. Impact of the owner-pet and client veterinarian bond on the care that pets receive. J Am Vet Med Asso; 232:531-540.

SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud. Revista Medica Herediana v.23 n.2 Lima.

Schlesinger 1991. Breaking the cycle of failure in service. Sloan mang-nament. Review.

¹Castañeda Giovanni;

²Rodríguez José; ¹Carreño Paula

¹Decanato de Ciencias Veterinarias de
la UCLA

²Decanato de Ciencias Económicas y
Empresariales de la UCLA.
Doc130@hotmail.com