



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES.
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



Estudio de Caso:

**LA CALIDAD DEL SERVICIO OFERTADO POR EL DEPARTAMENTO
DE OBSTETRICIA DEL HOSPITAL SANTA ROSA- 2013**

PRESENTADO POR:

LIZ MARGARITA MEDINA VARGAS

Para optar el Titulo Profesional de Licenciada en Administracion

ASESORA:

KELMA KARINNA GONZALEZ ALVAREZ

MADRE DE DIOS – PERÚ

2013



PRESENTACIÓN

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco

Señores Miembros Del Jurado:

De conformidad con el reglamento del CESPROFE de la
Universidad Andina del Cusco-Filial Puerto Maldonado, Facultad de
Ciencias Administrativas y Contables, Carrera profesional de
Administración, tengo a bien presentar el caso de estudio titulado: LA
CALIDAD DEL SERVICIO OFERTADPO POR EL AREA DE
OBSTETRICIA DEL HOSPITAL SANTA ROSA-2013

Esperando que el presente estudio del caso llene las expectativas
y merezca vuestra aprobación, siendo intención de quien desarrolla el
presente trabajo contribuir a los esfuerzos necesarios para lograr el
crecimiento de nuestra sociedad; y el compromiso asumido por mi
persona con nuestra universidad, los mismos que me han servido para
incrementar el aprendizaje y conocimientos que recibí por parte de los
docentes del presente CESPORFE.

Br. Liz Margarita Medina Vargas



INDICE

PRESENTACIÓN

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA1

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA1

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA2

1.3 Problema General2

1.3.1. Problemas Específicos2

1.4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS3

1.4.1. Objetivo General3

1.4.2. Objetivos Específicos3

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO3

CAPÍTULO II5

MARCO TEÓRICO5

2.1. LA CALIDAD5

2.2 LA CALIDAD DE SERVICIO9

2.3 LA RELACIONES INTERPERSONALES17



2.4	LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL	23
2.5	LAS CONDICIONES LABORALES	28
CAPÍTULO III		31
ANÁLISIS E INTERPRETACION DEL ESTUDIO DEL CASO		31
3.1	ANÁLISIS PRÁCTICO DEL CASO	31
3.2	DESCRIPCION, TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA	31
INFORMACION Y DATOS PERTINENTES		31
CONCLUSIONES		46
RECOMENDACIONES		48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		49
ANEXO		51



INTRODUCCIÓN

Las exigencias de los clientes y usuarios en la dinámica de la oferta de un servicio y la demanda de la misma son cada vez mayores, debido al avance que están experimentando todos los campos del saber humano. El ser humano busca a diario alcanzar la excelencia en el servicio que recibe, tanto en el sector estatal como en el privado. Pero la satisfacción del usuario parte de la satisfacción del trabajador, puesto que este es quien tiene contacto directo con los usuarios.

La exigencia en salud es mayor, debido a que se está poniendo en juego la vida del ser humano, y todos desean que su salud sea restablecida de manera inmediata y en las más óptimas condiciones. La calidad del servicio, entonces, debe entonar con las demandas de los usuarios. Los responsables de dirigir este sector, están obligados a optimizar el servicio alcanzando estándares de calidad que permita lograr la satisfacción de los usuarios. Para ello debe centrar su atención en los trabajadores a fin de dotarlos de las comodidades necesarias a fin de que trabajen con tranquilidad y ello se refleje en el contacto con los usuarios.



Esta es una realidad que linda los límites de la utopía, porque la situación actual de los centros de salud y hospitales en el Perú y en nuestra Región son distintos a lo deseable, porque se encuentran limitaciones en infraestructura, logística, personal profesional y técnico calificado, distribución de tiempos, etc.

El presente estudio de caso pretende entender mejor al personal que labora, en el área de área de Obstetricia, para así entender la satisfacción de las pacientes que se encuentran hospitalizadas en el Hospital "Santa Rosa" El trabajo presenta la siguiente estructura:

En el capítulo I, se desarrolla el Planteamiento del Problema Objeto de Estudio, las Interrogantes, los Objetivos de la Investigación y la Justificación.

En el capítulo II, se presenta el Marco Teórico Conceptual que resume toda la información requerida para desarrollar el presente caso práctico.

En el capítulo III, se realiza el Análisis y Estudio del Caso, Análisis Practico del Caso, Descripción, Tratamiento y Análisis de la Información y Datos pertinentes para la resolución del problema. Luego se presenta la propuesta de solución del problema. Finalmente se desarrollan las Conclusiones y Recomendaciones.

Para complementar se presentan la bibliografía y el anexo.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos años el tema de la calidad ha adquirido considerable importancia en las instituciones de salud tanto a nivel nacional como internacional. En nuestro país, uno de los principios rectores de la política sectorial es la calidad de la atención a la salud como un derecho ciudadano en donde el eje central de la atención es la satisfacción de los usuarios.

Actualmente, la satisfacción de los usuarios es utilizada como un indicador para evaluar las intervenciones de los servicios sanitarios pues nos proporciona información sobre la calidad de la atención.

Sin embargo es preciso indicar que la calidad del servicio parte de la calidad de los procesos internos que se refieren a la eficiencia, accesibilidad, relaciones interpersonales, continuidad y comodidad de los trabajadores, quienes son los que atienden a los usuarios.

En nuestro país, los hospitales tienen carencias que involucran al personal, quienes no se encuentran satisfechos por las condiciones salariales, de logística e infraestructura, lo cual disminuye sus deseos de contribuir a mejorar la imagen de la institución de salud. Ello ha conllevado a que uno de los problemas observados empíricamente en el



área de Obstetricia del hospital “Santa Rosa” sea el malestar frecuente que expresan los usuarios por la atención que reciben. Se evidencian condiciones negativas a partir de las malas relaciones interpersonales, falta de recursos asistenciales y administrativos así como tiempos de espera largos en la atención médica, en los diferentes trámites que son complementos de tratamiento, que son prolongados lo cual desorienta al paciente. Debido a esta problemática se planteó la idea de realizar un estudio evaluativo de la calidad de satisfacción del personal del área de Obstetricia del Hospital “Santa Rosa” donde se investigó a través de encuestas vinculándolo luego con la calidad del servicio que se presta a los usuarios, por lo que se plantearon las siguientes interrogantes:

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3 Problema General

¿Cómo se da la calidad del servicio ofertado por el departamento de obstetricia del hospital Santa Rosa-2013?

1.3.1. Problemas Específicos

¿Cómo son las relaciones interpersonales del personal de obstetricia del hospital Santa Rosa-2013?

¿Cuál es la Identidad Pertenencia del personal de obstetricia del hospital Santa Rosa-2013?



¿Cómo son las condiciones laborales del personal de obstetricia del hospital Santa Rosa-2013?

1.4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Determinar el nivel de calidad del servicio ofertado por el departamento de obstetricia del hospital Santa Rosa-2013.

1.4.2. Objetivos Específicos

Conocer las relaciones interpersonales del personal de obstetricia del hospital Santa Rosa-2013.

Conocer la Identidad Pertenencia del personal de obstetricia del hospital Santa Rosa-2013.

Conocer las condiciones laborales del personal de obstetricia del hospital Santa Rosa-2013.

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El cliente es de vital importancia para una institución que brinda servicios de salud, ya que sin el no se podría ofrecer ningún servicio, por esta razón el área de obstetricia del Hospital “Santa Rosa”, debe comprender que el principal objetivo es siempre la satisfacción del cliente ofreciendo la mayor cantidad de facilidades y comodidades posibles.



Las empresas de servicios de salud juegan un papel importante en la sociedad. La falta de estrategias en el servicio de salud es un problema latente en muchas empresas dedicados a este giro.

La calidad de atención es un compromiso, que requiere recurrir a todos los elementos existentes para alcanzarla. Respecto a la misma, existe la percepción de que hoy los pacientes están buscando profesionales que actúen en forma humana deseando para ello obstetras y enfermeras que no sólo resuelvan sus problemas de salud, sino que los escuchen y comprendan el estado actual en el que se encuentra porque no solo su salud física se ve afectada sino también su entorno afectivo. Frecuentemente se ha podido observar en las pacientes post-operados del servicio de obstetricia diversas reacciones como: incertidumbres, frustración, amargura, descontento, etc. porque la enfermera u obstetras no lo atiende en forma oportuna a su llamado, ausencia de respuestas puntuales a las preguntas sobre su salud, poca amabilidad, trato indiferente en la prestación de servicios.

También se puede observar que el profesional obstetra y enfermeras tienen poco acercamiento y comunicación verbal o gestual con las personas enfermos en el postoperatorio inmediato, limitándose a cumplir acciones interdependientes.



El personal que labora debe estar comprometida con su labor como profesional actuando en forma responsable y dedicada para garantizar la plena satisfacción del cliente.

De esta manera, en el siguiente estudio se pretende mostrar Cómo influye la calidad del servicio ofertado por el departamento de obstetricia en la imagen institucional del Hospital “Santa Rosa”. Siendo de trascendencia en el área salud, en tanto la calidad de servicio, viabiliza y condiciona el desarrollo del Hospital “Santa Rosa” de la provincia y distrito de Tambopata.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. LA CALIDAD

2.1.1. Definición

El alcance de calidad aunque prestado del mundo de la empresa fue evolucionando, así en la Carta Iberoamericana del 2008 se define el concepto de la calidad en la gestión pública como una cultura



transformadora que impulsa la Administración Pública a su mejora permanente para satisfacer progresivamente las necesidades y expectativas de la ciudadanía, al servicio público, con justicia, equidad, objetividad y eficiencia en el uso de los recursos públicos.

La calidad en la gestión pública en el modelo Iberoamericano se entiende como un instrumento de un buen gobierno democrático y con dos propósitos importantes:

Que la gestión pública debe estar referenciada a la Satisfacción del ciudadano, ya sea como usuario o beneficiario de los servicios y programas públicos o como un legítimo participante en el proceso de diseño, ejecución y control de las políticas públicas.

Que la gestión pública debe orientarse por resultados y esto implica control sobre sus acciones y responsabilidad en el ejercicio de la autoridad pública por medio del control social.

En cuanto a los modelos de calidad presentados en el curso de Políticas Públicas para el Desarrollo Social, y que son los más utilizados para la administración pública en Europa, uno de ellos es el Modelo Europeo de Excelencia Empresarial (EFQM) y el otro es el modelo Iberoamericano inspirado en el modelo de la excelencia y adaptado en base a requerimientos de la región.



2.1.2. Componentes del Modelo de Calidad de la Excelencia

Comprenden:

- a) La Orientación hacia los resultados.
- b) La Orientación al ciudadano/cliente
- c) El Liderazgo y la coherencia.
- d) La Gestión por procesos y hechos.
- e) El Desarrollo e implicación de las personas.
- f) El Proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora.
- g) El Desarrollo de alianzas.
- h) La Responsabilidad social de la organización.

2.1.3. Principios en los que Descansa la Calidad del Servicio

- a) El cliente es el único juez de la calidad del servicio.
- b) El cliente es quien determina el nivel de excelencia del servicio y siempre quiere más.
- c) La empresa debe formular promesas que le permitan alcanzar los objetivos, ganar dinero y distinguirse de sus competidores.



- d) La empresa debe "gestionar" la expectativa de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.
- e) Nada se opone a que las promesas se transformen en normas de calidad.

2.1.4. Características Específicas de los Servicios

- a) Los servicios no son tangibles aun cuando involucren productos tangibles.
- b) Los servicios son personalizados.
- c) Los servicios también involucran al cliente, a quien el servicio se dirige.
- d) Los servicios se producen conforme a la demanda.
- e) Los servicios no pueden ser manufacturados o producidos antes de entregarse.
- f) Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo.
- g) Los servicios no pueden ser mostrados o producidos antes de la entrega.
- h) Los servicios son perecederos no pueden ser guardados o almacenados.



- i) Los servicios no pueden ser inspeccionados o probados previamente (corregidos al momento que se dan).
- j) Los servicios no producen defectos, desperdicios o artículos rechazados.
- k) Las deficiencias en la calidad del servicio no pueden ser eliminadas antes de la entrega.
- l) Los servicios no pueden ser sustituidos o vendidos como segunda opción.

2.2 LA CALIDAD DE SERVICIO

2.2.1. Definición

Interpretando a Galgano, A. (1993), el servicio es una de las palancas competitivas de los negocios en la actualidad. Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de empresas de servicios. Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que nos compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas de debe ser consciente de que el



éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.

2.2.2. La Satisfacción al Cliente

La satisfacción del cliente es un término propio del marketing que hace referencia a la satisfacción que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas.

Cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio y luego éste no llega a cumplir con sus expectativas, entonces quedará insatisfecho, difícilmente volverá a comprarnos o visitarnos, y muy probablemente hablará mal de nosotros en frente de otros consumidores.

Cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio y luego éste llega a cumplir con sus expectativas, entonces quedará satisfecho y muy probablemente volverá a comprarnos o visitarnos, aunque es posible que decida acudir a la competencia si llega a encontrar una mejor oferta.

Pero cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio que no sólo llega a cumplir con sus expectativas, sino que las sobrepasa, entonces quedará complacido y no sólo volverá a comprarnos o visitarnos, sino que muy probablemente se convertirá en un cliente fiel a nuestro producto, empresa o marca, y nos recomendará con otros consumidores.



Por tanto, lograr la plena satisfacción del cliente, brindándole un producto o servicio que cumpla con sus expectativas (o mejor aún que las sobrepase) es una de las claves del éxito de toda empresa.

2.2.3. Formas de Lograr la Satisfacción del Cliente

Veamos a continuación algunas formas de lograr la satisfacción del cliente:

- a)** Ofrecer un producto de calidad: ofrecer un producto que cuente con insumos de primera, que cuente con un diseño atractivo, que sea durable en el tiempo, que satisfaga necesidades, gustos y preferencias.
- b)** Cumplir con lo ofrecido: procurar que el producto cuente con las características mencionadas en la publicidad, hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas, cumplir con los plazos de entrega.
- c)** Brindar un buen servicio al cliente: ofrecer una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención. Ofrecer una atención personalizada: ofrecer promociones exclusivas, brindar un producto que satisfaga necesidades particulares, procurar que un mismo trabajador atienda todas las consultas del un mismo cliente.



- d) Brindar una rápida atención: brindar una rápida atención al atender un pedido, al entregar un producto, al brindar un servicio, al atender y resolver los problemas, quejas y reclamos del cliente.
- e) Resolver problemas, quejas y reclamos: atender y resolver problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva.
- f) Brindar servicios extras: brindar servicios adicionales tales como la entrega del producto a domicilio, la instalación gratuita del producto, servicio técnico gratuito, garantías, etc.

Asimismo podemos decir que en la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc...) de las empresas exitosas.

Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar



activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción al cliente.

2.2.4. Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente

Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio(Kotler y Armstrong, págs. Pag. 10, 11). Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:



1. La lealtad del cliente (que se traduce en futuras ventas)
2. Difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes)
3. Una determinada participación en el mercado.

2.2.5. Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

1. El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Esta basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.



2. Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
- Promesas que ofrecen los competidores.

En la parte que depende de la empresa, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra.

Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente, situación que es atribuible a las actividades de mercadotecnia (en especial, de la publicidad y las ventas personales).



En todo caso, es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.

3. Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente



satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron

2.3 LA RELACIONES INTERPERSONALES

Donabedian, A. (2001) afirma que en cuanto al manejo de la relación interpersonal, es fácil ver lo que se considera bueno en la relación entre el paciente y el proveedor de la atención médica y que también tiene que variar de un lugar a otro. Los valores que incorporan la cultura y las costumbres locales determinan lo que es correcto, propio o moral en las transacciones paciente–proveedor; y estos valores influyen, a su vez, en cuales estilos de los que se usan para manejar las transacciones lograrán que los pacientes participen con la mayor efectividad en su propia atención.

Dar y recibir requiere seguridad y claridad de quiénes somos. Las dificultades están casi siempre relacionadas con la falta de valoración y apreciación que tenemos sobre nosotros mismos, o bien, con que no hemos aprendido a ver las cosas como "el otro" las ve y a respetar su



punto de vista, ello implica respeto a los derechos humanos, a la cultura y a las características Individuales de la persona.

En ese sentido se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Información completa, veraz oportuna y entendida por el usuario o paciente, o por quien es responsable de él o ella.
- Interés manifiesto en la persona, en sus percepciones, necesidades y demandas; lo que es asimismo válido para el usuario interno.
- Amabilidad, trato cordial, cálido y empático en la atención.
- Ética, de acuerdo con los valores aceptados por la sociedad y los principios éticos-deontológicos que orientan la conducta y los deberes de los profesionales y trabajadores de la salud

Las relaciones personales es una interacciona para alcanzar la satisfacción y la calidad en resultados, que incluyen la satisfacción del paciente y la mejoría subjetiva de los síntomas.(Murray, C. JL& Frenk, J. World Health Organization, 2000)

La OMS en su Marco para el Desempeño de los Sistemas de Salud señala tres objetivos:

1. Mejoría de la salud de las poblaciones a las que sirven.
2. Responder a las expectativas no médicas de la población.



3. Proveer protección financiera contra el costo de la salud

En resumen, es preciso calificar la calidad tomando en cuenta lo que es razonablemente posible dentro de un ambiente determinado, pero, al mismo tiempo debe establecerse una forma más universalista, por lo menos como una meta que se propone alcanzar. Mientras tanto, se podría aprender mucho al comparar lo que realmente ocurre con lo que razonablemente se podría esperar que ocurriese, y también con lo que debería suceder si se eliminaran las limitaciones de recursos.

Las personas establecemos numerosas relaciones a lo largo de nuestra vida, a través de las cuales, intercambiamos formas de sentir, compartimos necesidades, intereses y afectos, estos contactos profundos o superficiales están presentes entre las personas en la realización de cualquier actividad. Entonces aprender a relacionarnos con los demás, respetando su espacio, aceptando a cada ser humano con sus defectos y virtudes resulta trascendental, en tanto ello nos permite compartirnos con los demás, pero también recibir; escuchar y ser escuchados, comprender y ser comprendidos.

En la tridente “Calidad, satisfacción, desempeño” está inmerso todo el dominio que se debe tener en cuenta para desarrollar las actividades en salud. Con el primero el paciente juzga los diferente dominios en dos dimensiones: la realidad percibida y la importancia subjetiva; el segundo modelo utiliza análisis multivariado para captar las prioridades del



paciente.(NathorstBöös J, Munck IME, Eckerlund I, EkfeldtSandberg C. , 2001)

Las personas establecemos numerosas relaciones a lo largo de nuestra vida, a través de las cuales, intercambiamos formas de sentir, compartimos necesidades, intereses y afectos, estos contactos profundos o superficiales están presentes entre las personas en la realización de cualquier actividad. Entonces aprender a relacionarnos con los demás, respetando su espacio, aceptando a cada ser humano con sus defectos y virtudes resulta trascendental, en tanto ello nos permite compartirnos con los demás, pero también recibir; escuchar y ser escuchados, comprender y ser comprendidos.

Maimónides, J. (2007), afirmó: “El bienestar del alma sólo puede obtenerse cuando se ha garantizado el del cuerpo”. Hay un papel fundamental que debe cumplir el médico y el personal de salud que es del conocimiento del paciente, de sus aspectos biológicos, familiares, psicosociales y espirituales; y el del acompañamiento, apoyo y soporte al paciente, enfermo y a su familia, sin olvidárenos que están sufriendo física, moral y psicológicamente y, por tanto, esperan un trato cordial, comprensivo, solidario, compasivo y respetuoso del sufrimiento, que hagan sentir al paciente.

La buena relación paciente y Asistente médico se ha mostrado capaz de alcanzar los resultados deseados por el paciente.(Ríos NE.



Estadísticas Hospitalarias. Indicadores de Salud Pública, 1987, pág. 93 y 108)

2.3.1. La Relación Médico Paciente

El médico debe estar consciente que su relación profesional interpersonal con el paciente debe estar caracterizada por:

- El respeto que inspira su investidura técnica en una profesión de alto contenido social.
- La expectativa por parte de la población de que manifieste un comportamiento adecuado a su alta responsabilidad.
- Su condición de piedra angular en la prestación de un servicio de gran significación humana como es promover o restablecer la salud.

2.3.2. Secuencia de Atención al Paciente

Recepción. Esta etapa, no utilizada con frecuencia, alcanza una extraordinaria significación, si se tiene en cuenta la angustia e inseguridad con la cual acude el paciente a este primer encuentro.

Identificación. La toma de los datos de identidad conducido hábilmente permiten conocer elementos muy útiles sobre la personalidad del paciente y características sociodemográficas.



Interrogatorio. Esta es la etapa más importante de la RMP. El interrogatorio constituye uno de los aspectos más difíciles de la historia clínica y el que requiere más tiempo, capacidad y dedicación. Inicialmente el paciente expresará libremente su sintomatología sin interrumpirlo, salvo que se salga del hilo conductor, y siempre hacerlo con suavidad y delicadeza. En una segunda parte ya corresponde al médico precisar las características de cada síntoma y ordenarlos cronológicamente. Se apunta como una de las cuestiones a resolver para poder llevar la satisfacción al mismo nivel de los otros indicadores de resultados (Barrasa, I., 2003)

Examen físico. Si bien el interrogatorio resulta la etapa que requiere mayor tiempo y dedicación, el examen físico resulta también de suma importancia. Debe tener un orden sistemático, en privacidad, respetar el pudor del enfermo y por supuesto, dedicar el mayor tiempo al aparato u órgano que se sospeche sea el más afectado, sin dejar de examinar el resto de los sistemas.

Investigaciones complementarias. Es deber del médico explicar las investigaciones a realizar y en caso de posibles riesgos pedir su consentimientos.

Información final. El último paso, que no por ser el último deja de ser importante, lo constituye la información al final de la consulta en el paciente ambulatorio y la reunión al alta en el caso del ingresado, donde



debe explicarse con detalle cual es el diagnóstico, tratamiento y el seguimiento evolutivo.

El desarrollo de la satisfacción del paciente con un sistema de salud basado en el estado de bienestar. El enfoque actual se ha modificado debido a las reformas en los sistemas de salud fundamentalmente al proceso de mejora continua de la calidad.(Sitzia J. & Wood, N.; Aharony, L. & Strasser, S.; Gold, M., Woodridge J., 1997, 1993 y 1995)

Las mejoras de los servicios brindados y aumentar así su competitividad, no se utilizan cuestionarios diseñados con una metodología que aseguren sus propiedades psicométricas para ser usados en forma periódica como indicador de calidad, utilizando los datos de satisfacción de los pacientes para identificar áreas potenciales de mejora en los servicios de salud.

2.4 LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL

La identidad es entendida como el resultado de un proceso de socialización, que lleva al sujeto a singularizarse respecto de otros que se mueven en el mismo espacio social, y que le otorga la conciencia o el sentimiento de unidad y de continuidad en el tiempo. Pertenecer a un grupo es una de las características de la identidad cultural, la identidad yo-sujeto que inicia la vinculación del sí mismo con el otro y que, a través de las interacciones en su entorno va conformando su personalidad individual y social.



Esta identificación nos garantiza la seguridad de saber quiénes somos y la diferenciación nos evita confundirnos con los demás. Sin embargo el concepto de identidad no sólo hace alusión al individuo, a la persona, sino también está enmarcada en la pluralidad del grupo o de la comunidad. Así por, oposición y complementariedad a la identidad personal se habla comúnmente de identidad colectiva.

“De esta manera la identidad institucional es considerada como una forma colectiva de identidad que es configurada por las características o cualidades, socialmente compartidas por los individuos presentes en una institución.

Dueñas O. (2008) refiere que la calidad en la atención en salud en una organización hospitalaria es una función directiva donde las herramientas y métodos de gestión se encuentran orientados al cliente, pero principalmente es un sistema de pensamiento empresarial, una filosofía de vida empresarial e individual. La calidad no solamente está ligada a los medios, no es solo cuestión de automatización, tecnología, equipos, conocimientos y habilidades sino que está ligada fundamentalmente a la aptitud de quienes prestan el servicio, conscientes de lo que verdaderamente importante son las personas a quienes están orientados los medios de la prestación del servicio. De poco sirven los mejores conocimientos con las mejores habilidades técnicos profesionales utilizando los mejores equipos y tecnologías y los mejores procesos, si se



desconoce al paciente como eje fundamental y razón de ser del ejercicio médico clínico.

2.4.1. La Atención como aspecto de la Identidad

La oportunidad es un estándar de proceso que tiene como finalidad garantizar la disponibilidad de los servicios en el momento que el usuario lo requiera de acuerdo con las características de la severidad y complejidad del caso.

En caso que los usuarios externos de la consulta externa de un Hospital o un centro de salud lo ameriten algún tipo de intervención o procedimiento especializado, éstos son referidos al Centro Médico Naval (establecimiento de IV nivel de atención) en forma oportuna. Este procedimiento involucra la participación activa de los administrativos y asistenciales de los servicios de consulta externa en coordinación con emergencia.

Este indicador busca garantizar la integración y continuidad de la atención del hospital de forma consistente con su red de acuerdo al Protocolo de Referencia y Contra referencia del Hospital de la Base Naval del Callao. Para tal cometido este nosocomio tiene medios de comunicación operativos y unidades móviles equipadas, es decir que cuenta con un equipo mínimo para trasladar al paciente y prestarle la atención que su caso amerite.

**a) Duración de la consulta médica**

La consulta médica ambulatoria consiste en una sesión personalizada entre el médico y el paciente ambulatorio (consulta externa). Comprende la entrevista inicial, la anamnesis y el examen físico para evaluar el estado de salud del paciente, el diagnóstico presuntivo y en los casos requeridos la orden para estudios diagnósticos y tratamiento precoz. El tiempo de duración de una consulta es de aproximadamente 20 minutos.

b) Tiempo de espera no mayor de 20 minutos

La atención que se brinda a los usuarios que acuden a los servicios representa no solamente un valor social de los usuarios hacia los servicios sino también la capacidad de respuesta inmediata de los servicios. El tiempo de espera es uno de los factores que influye en la satisfacción del usuario externo y en las expectativas del prestador de servicios; y a su vez, es sinónimo de insatisfacción.

c) Respeto al orden de llegada

El personal de salud debe comprometerse a atender a los pacientes referidos respetando el orden correlativo de llegada. En el caso del Hospital de la Base Naval, los usuarios acuden al establecimiento para ser atendidos en la consulta externa de lunes a viernes de 08:00 a 14:00 horas. La solicitud de la atención es en el mismo día y según orden de llegada.

**d) Interés en la persona y su problema de salud**

El equipo de salud debe demostrar interés manifiesto en la persona, en sus percepciones, necesidades y demandas. El reto para la gestión es el de establecer mecanismos que recojan las necesidades, requerimientos y expectativas de los usuarios de los servicios de salud y, a su vez, permitan retroalimentar el sistema en función de los mismos.

e) Respeto a la privacidad

Según el Manual de la Comisión Conjunta para Acreditación de Organizaciones de Salud, el paciente tiene derecho de recibir el tratamiento respetuosamente en todo momento y bajo todas las circunstancias como reconocimiento de su dignidad.

(Organización Mundial de la Salud HSD/SILOS 13. Federación Latinoamericana de la Salud., 1991). La eficiencia se define como la capacidad para producir la “máxima salida” a partir de determinada “entrada”. La propia OMS, señala que el concepto de “eficiencia del sistema de salud” es equivalente a lo que llaman “desempeño global” y que éste se define a partir de los resultados alcanzados por un sistema a partir de determinado nivel de recursos.

Su teoría de los cinco componentes esenciales de la salud ambiental (aire puro, agua pura, alcantarillado eficaz, limpieza y luz) siguen manteniendo su vigencia hoy día, transcurridos 150 años.



2.5 LAS CONDICIONES LABORALES

2.5.1. ¿Qué es?

La condición laboral está vinculada al estado del entorno laboral. El concepto refiere a la calidad, la seguridad y la limpieza de la infraestructura, entre otros factores que inciden en el bienestar y la salud del trabajador.

Las condiciones laborales son aquellas por las cuales los trabajadores ofrecerán los mejores servicios y producirá los mejores productos, diferenciándolo de la competencia y generando la utilidad necesaria para llevar una empresa saludable, así la mejor gente querrá trabajar en su empresa.

Puede decirse que las condiciones de trabajo están compuestas por varios tipos de condiciones, como las condiciones físicas en que se realiza el trabajo (iluminación, comodidades, tipo de maquinaria, uniforme), las condiciones medioambientales (contaminación) y las condiciones organizativas (duración de la jornada laboral, descansos).

2.5.2. Características de las Condiciones Laborales

Son las siguientes:



- Instalaciones y servicios internos para incrementar la felicidad de sus colaboradores.
- Un buen ambiente que colabore de lleno a maximizar el potencial de cada una de las personas en la empresa.
- Una buena infraestructura que brinde seguridad a los trabajadores.
- Que los trabajadores cuenten con un seguro tanto médico como de otro factor.
- Contar con una amplia y variedad de material tecnológico. □
Capacitaciones constantes.

2.5.3. Las Condiciones Laborales y la Estabilidad

- Normalmente, la jornada completa es de 40 horas semanales, y la parcial puede ser de hasta 30 horas semanales. El horario laboral suele ser de Lunes a Viernes.
- La mayoría de los trabajadores nuevos tienen un mes de vacaciones pagadas al año.
- En la actualidad y en el marco de la nueva ley del servicio civil no existe el trabajo seguro, porque ahora impera la evaluación y la productividad, si no rindes sales del sistema.
- En el Perú la diversidad es muy importante (al menos en teoría), así que veras muchas ofertas de empleo que dicen “Somos una empresa que ofrece igualdad de oportunidades con salarios competitivos en un



entorno de trabajo profesional”. Esto significa, que es probable que trabajes con gente de culturas y entornos distintos.

- Salarios y otras compensaciones, el sueldo no es más que una parte de la oferta de trabajo pero es la más importante. El costo de vida es muy alto, sobretodo en las grandes ciudades, aunque los salarios suelen ser también más altos en ellas.

- Los salarios y resto de compensaciones varían según las condiciones de mercado y dónde esté localizado el trabajo. Mantenerse informado sobre las condiciones del mercado y otros factores que puedan afectar a tu salario es una buena idea. Analiza tu situación personal antes de tomar una decisión.

- Seguro de trabajo, es un seguro que paga la empresa y que proporciona dinero y atención médica si un trabajador se queda inválido por un accidente de trabajo. Las leyes de compensación a los trabajadores están diseñadas para proteger a aquellos trabajadores que tengan un accidente mientras trabajan.



CAPÍTULO III

ANALISIS E INTERPRETACION DEL ESTUDIO DEL CASO

3.1 ANALISIS PRÁCTICO DEL CASO

El tema seleccionado vincula el servicio que se presta en el área de obstetricia del Hospital “Santa Rosa” y la satisfacción del usuario, que en buena cuenta es el que debe responder sobre la calidad del servicio que recibe. Se parte de comprender mejor que la satisfacción del usuario está e íntima relación a la satisfacción y tranquilidad de trabajador Para recoger los datos reales que nos permita visualizar mejor el tema se ha elaborado una encuesta, la cual ha sido aplicada los trabajadores del área de obstetricia que suma 42 personas, cuyos resultados se presentan a continuación:

3.2 DESCRIPCION, TRATAMIENTO Y ANALISIS DE LA

INFORMACION Y DATOS PERTINENTES

Se realizará el análisis a partir de los resultados de la encuesta teniendo en cuenta las 10 preguntas planteadas y los datos arrojados por cada una de ellas.

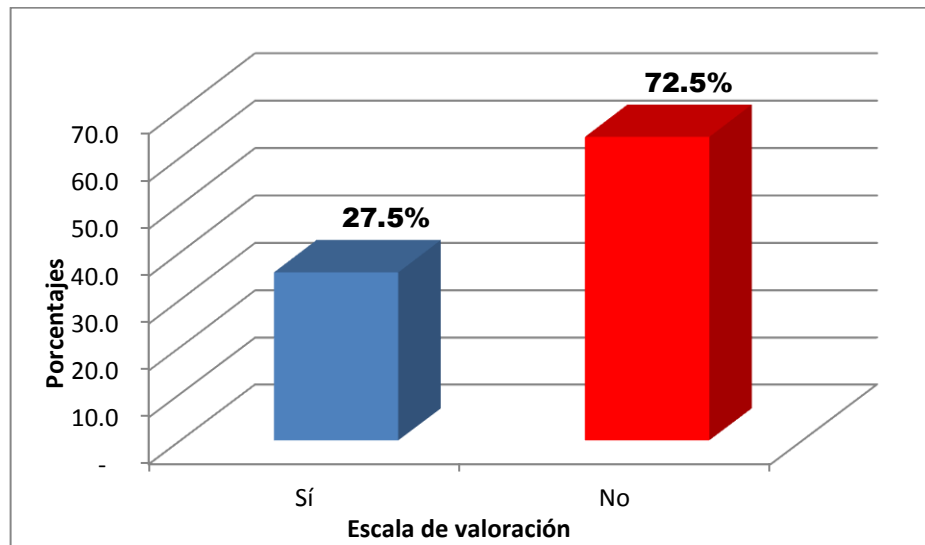
Pregunta N° 01: El trato entre el personal del área de Obstetricia es cordial y con respeto

CUADRO N° 01

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	15	35.7
No	27	64.3
Total	42	100

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 01



Fuente: Cuadro N° 01

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 64.3% respondió que No; mientras que el 35.7% respondió que No.

ANÁLISIS: Es evidente que el porcentaje del No es superior al Sí, lo cual ratifica el hecho de que para el personal que labora en el área de obstetricia el trato no es el adecuado, que está fallando los canales de comunicación entre los distintos niveles de organización y al interior de la misma.

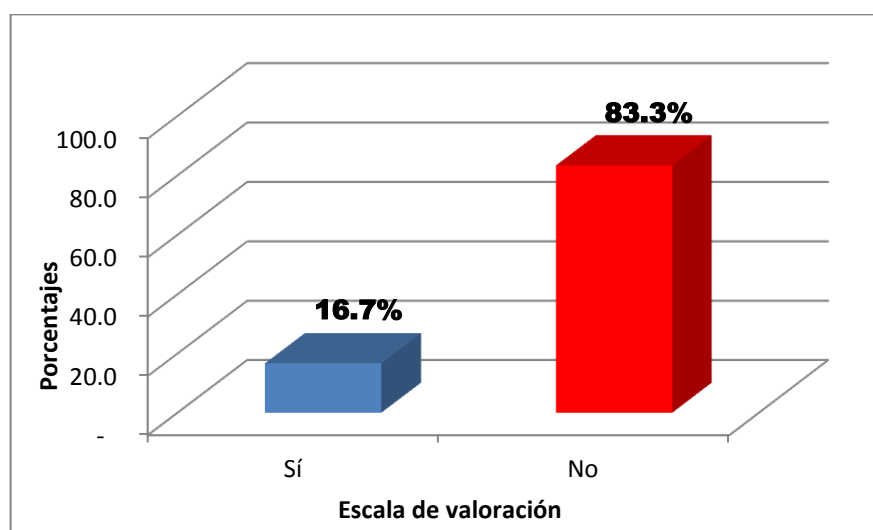
Pregunta N° 02: Se practica la solidaridad y ayuda mutua entre compañeros

CUADRO N° 02

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	7	16.7
No	35	83.3
Total	42	100

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 02



Fuente: Cuadro N° 02

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 83.3% respondió que No; mientras que el 16.7% respondió que No.

ANÁLISIS: Como se puede entender de la presentación de resultados es evidente que el trabajo en el área de Obstetricia no es el adecuado, que existe situaciones en las cuales los colegas trabajadores no han procedido de manera solidaria frente a una dificultad de los demás.

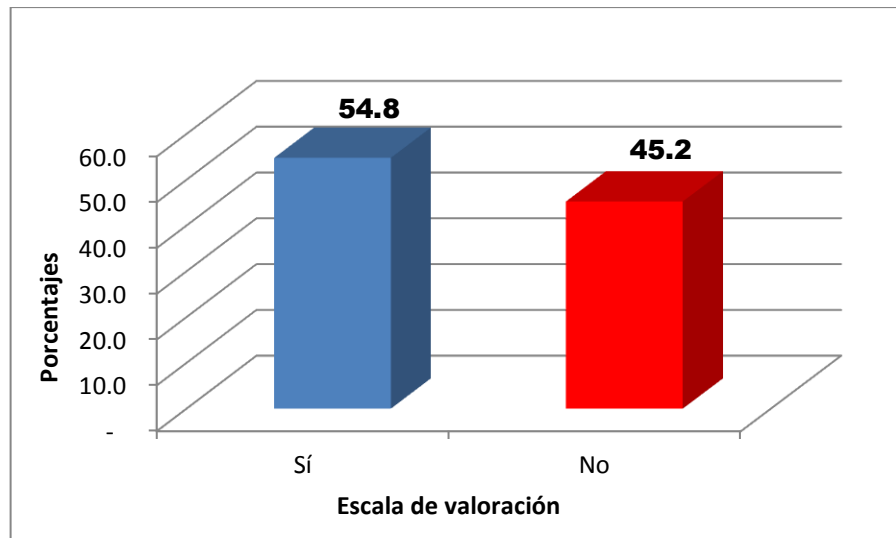
Pregunta N° 03: El trato entre los jefes y compañeros es horizontal

CUADRO N° 03

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	23	54.8
No	19	45.2
Total	42	100.0

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 03



Fuente: Cuadro N° 03

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 54.8% respondió que Sí; mientras que el 45.2% respondió que No.

ANÁLISIS: De lo interpretado es evidente que para la mayoría de servidores del área de Obstetricia el trato con los jefes y compañeros es horizontal, es decir de igual a igual, siempre respetando las jerarquías; sin embargo es preocupante el grupo de trabajadores que dice que no, lo cual evidencia disconformidad en el trabajo que redundará en el usuario.

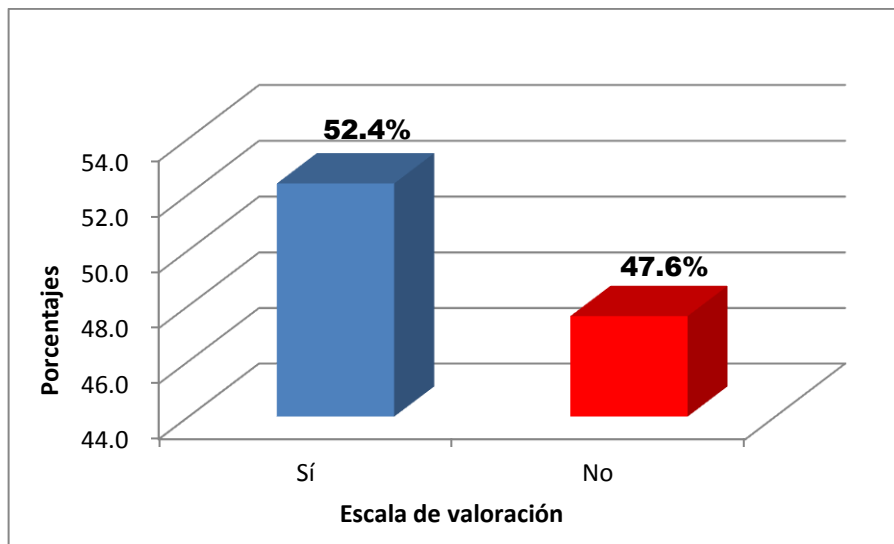
Pregunta N° 04: Los trabajadores que no son empáticos generan molestia en los usuarios

CUADRO N° 04

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	22	52.4
No	20	47.6
Total	42	100.0

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 04



Fuente: Cuadro N° 04

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 52.4% respondió que No; mientras que el 47.6% respondió que No.

ANÁLISIS: El gráfico es más didáctico, las personas que respondieron Sí son más en relación a las personas que respondieron No. En conclusión para los mismos trabajadores sus compañeros no tienen un buen trato a los usuarios, que no son empáticos, ni practican las buenas relaciones humanas.

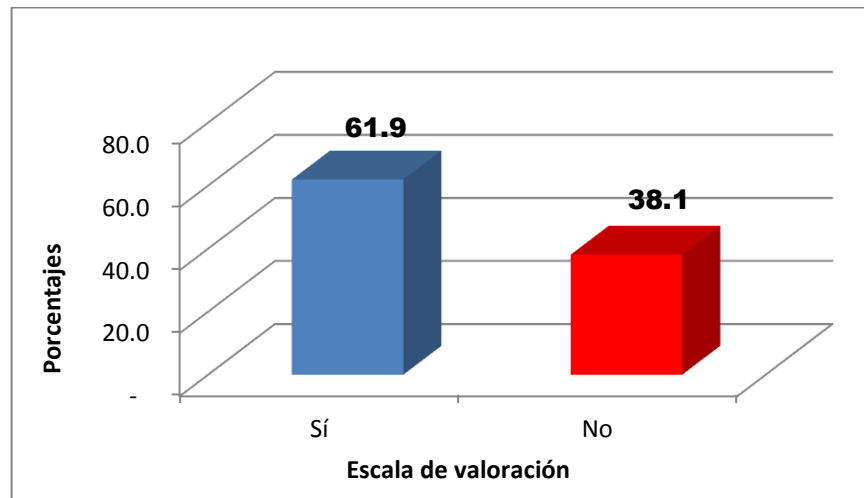
Pregunta N° 05: Brindo lo mejor de mí porque quiero a mi institución.

CUADRO N° 05

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	26	61.9
No	16	38.1
Total	42	100.0

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 05



Fuente: Cuadro N° 05

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 61.9% respondió que No; mientras que el 38.1% respondió que No.

ANÁLISIS: Como se puede ver es mayor la barra que representa a las personas que respondieron que sí, ello indica que este grupo de personas se identifica con su institución, que se sienten parte de él y que hace todo por dejar bien en alto la imagen institucional; sin embargo es necesario tomar en cuenta al otro grupo que expresa lo contrario, lo cual redunda en la atención al público usuario del servicio de Obstetricia.

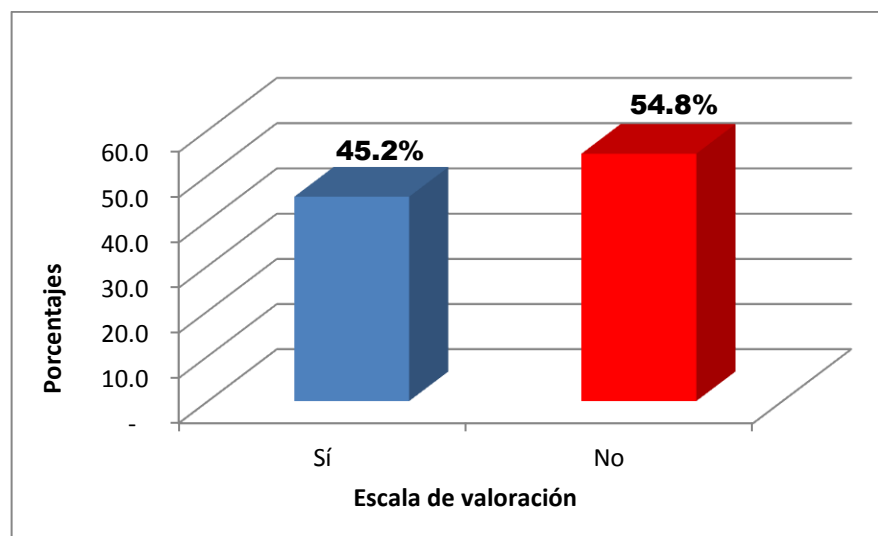
Pregunta N° 06: Me siento contento por pertenecer a esta área

CUADRO N° 06

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	19	45.2
No	23	54.8
Total	400	100.0

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 06



Fuente: Cuadro N° 06

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 54.8% respondió que No; mientras que el 45.2% respondió que Sí.

ANÁLISIS:El gráfico muestra que un buen grupo de trabajadores no se siente contento de trabajar en el área de Obstetricia, mientras otro porcentaje casi similar dice que sí; ello demuestra que si bien es cierto están tranquilos con su estabilidad laboral, ellos hubieran preferido laborar en otra área o quizá en otras condiciones de trabajo.

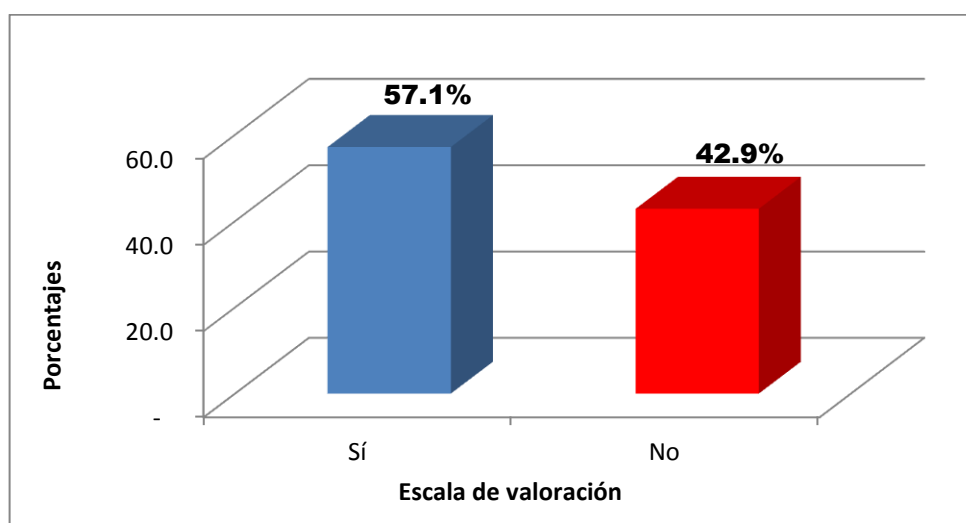
Pregunta N° 07: Me fastidia cuando mis compañeros u otras personas hablan mal de mi trabajo.

CUADRO N° 07

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	24	57.1
No	18	42.9
Total	42	100.0

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 07



Fuente: Cuadro N° 07

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 57.1% respondió que No; mientras que el 42.9 % respondió que No.

ANÁLISIS: De acuerdo al gráfico es evidente que a un buen porcentaje de personas sí les molesta las opiniones negativas referentes a su institución y lugar de trabajo, ello implica identidad y pertenencia al lugar donde se labora; el otro grupo, no se interesa ni se preocupa, lo que evidencia falta de identidad y compromiso hacia el lugar donde labora.

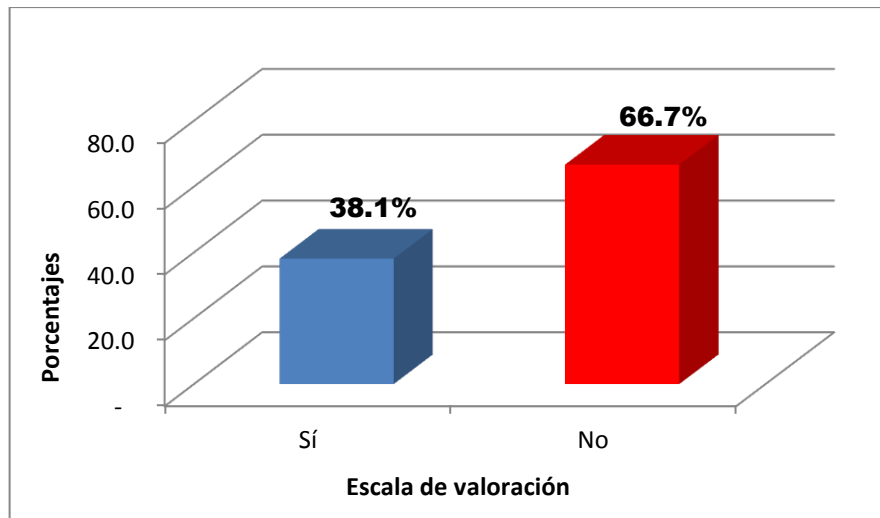
Pregunta N° 08: La Infraestructura es adecuada para la atención al usuario

CUADRO N° 08

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	16	38.1
No	28	66.7
Total	42	100.0

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 08



Fuente: Cuadro N° 08

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 66.7% respondió que No; mientras que el 38.1% respondió que Sí.

ANÁLISIS: Cuando se habla de infraestructura se refiere a los ambientes, espacios utilizados y accesorios que implican el uso de esos lugares; como se puede observar que un alto porcentaje considera inadecuado el lugar donde se brinda el servicio de obstetricia; por lo que se puede concluir que la infraestructura de esta área no es adecuada.

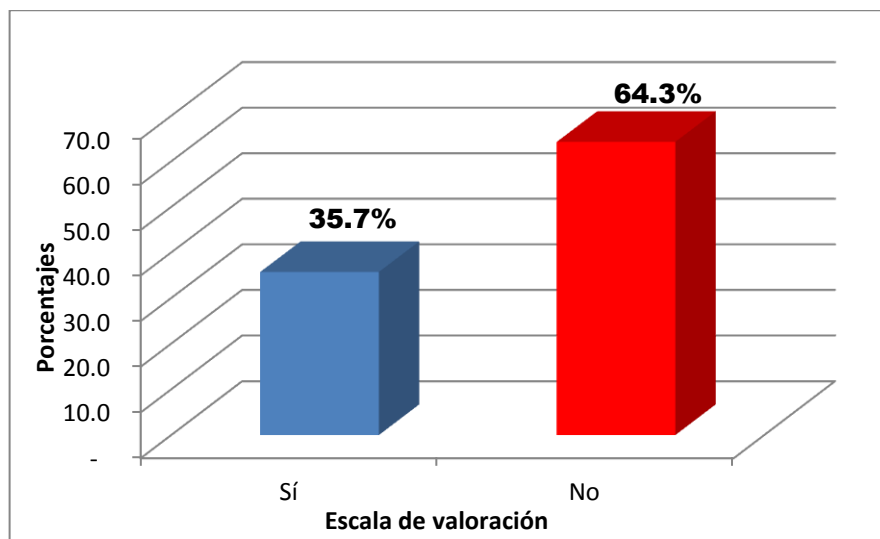
Pregunta N° 09: El área de obstetricia cuanta con una adecuada tecnología.

CUADRO N° 09

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	15	35.7
No	27	64.3
Total	42	100.0

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 09



Fuente: Cuadro N° 09

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 64.3% respondió que No; mientras que el 35.7% respondió que No.

ANÁLISIS: Es evidente que los trabajadores reconocen en mayor porcentaje que el área de obstetricia no cuenta con la adecuada tecnología, carencia que genera dificultades a los trabajadores y malestar y molestia para los usuarios.

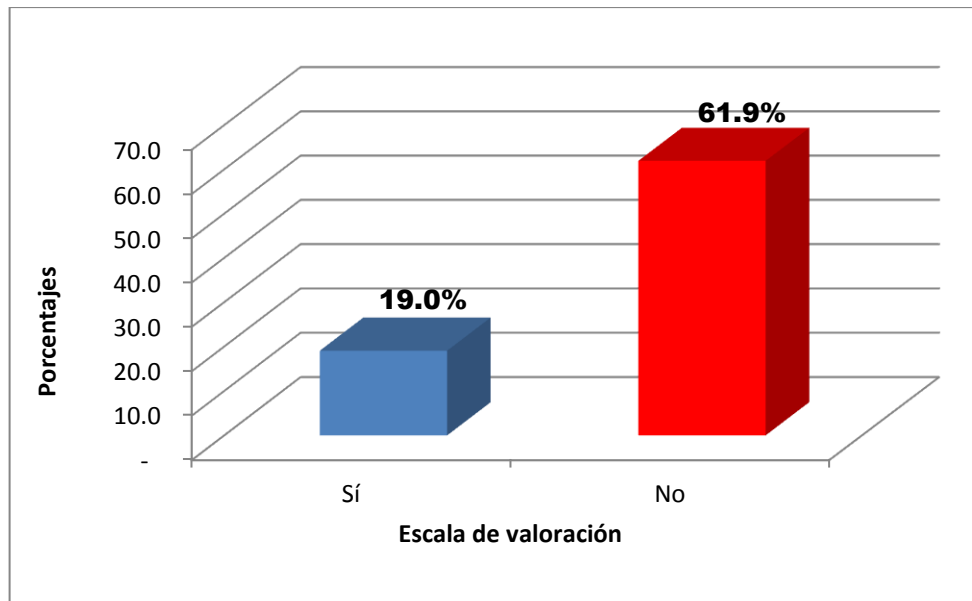
Pregunta N° 10: Tienes estabilidad laboral en el área donde te encuentras

CUADRO N° 10

Escala de valoración	Encuestados	
	fi	%
Sí	8	19.0
No	26	61.9
Total	42	100.0

Fuente: Anexo N° 01: Encuesta

GRÁFICO N° 10



Fuente: Cuadro N° 10

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el cuadro, del 100% de personas encuestadas el 61.9% respondió que No; mientras que el 19.1% respondió que Sí.

ANÁLISIS: Lo mostrado indica que existe un buen porcentaje de trabajadores que son contratados vía CAS, contrato por planillas, destacados, reubicaciones. Sienten que su permanencia en el área de obstetricia no es permanente sino q existe la posibilidad de ser movidos.



CONCLUSIONES

1.- Referente a la calidad del departamento de obstetricia del hospital “Santa Rosa”, área de hospitalización, se concluye que la mayoría de los trabajadores encuestados considera que las relaciones interpersonales no son las adecuadas, que la comunicación no es horizontal, que el trato no es el adecuado entre compañero y para con el jefe. En ese sentido, se concluye que si las relaciones interpersonales no son las mejores, entonces el clima laboral no es el adecuado. Y si el clima laboral no está normal entonces es evidente que los usuarios perciben este malestar en el trato que reciben por lo tanto la percepción del usuario es que no existe calidad en el servicio que se presta.

2.- En cuanto la identidad o pertenencia que experimentan los trabajadores para con su institución y área de obstetricia del hospital “Santa Rosa”, que implica el servicio que se brinda al usuario, se concluye que existe un porcentaje considerable que no siente la institución como suya, por lo que es evidente que su compromiso, identidad, y empoderamiento con la visión y misión del área no es el mejor. De ello se dan cuenta la mayoría de los usuarios que manifiestan que el servicio que se les ofrece deja mucho que desear, que el personal demuestra no tener un buen trato y relaciones humanas.



3.- En cuanto a las condiciones laborales en las cuales desarrollan sus actividades cotidianas, los trabajadores del área de obstetricia del hospital “Santa Rosa”, demuestran su malestar y molestia porque la infraestructura, los equipos y materiales y las condiciones de los instrumentos no responde a las exigencias de un hospital de la envergadura del Hospital Santa Rosa. Ello se evidencia en la insatisfacción de los usuarios por el servicio que reciben.



RECOMENDACIONES

1.- Los responsables del área de Obstetricia, deberían organizar jornadas de trabajo en la que se analice la calidad del servicio que se presta, para ello se sugiere jornadas de reflexión, focus grup, charlas de especialistas. En ellas se debe trabajar bastante las relaciones interpersonales para mejorar el trato directo entre trabajadores y el trato hacia los usuarios. También se sugiere organizar talleres sobre relaciones humanas a fin de optimizar la atención a los usuarios, teniendo en cuenta la disimilitud de caracteres y formas de pensar de las personas en general.

2.- Se recomienda a los responsables o jefes del área de obstetricia y del Hospital en general que se debe potenciar la identidad institucional y el sentido de pertenencia por parte de todos los trabajadores, para ello es necesario propiciar jornadas de distención y recreación, programas de incentivos profesionales, asignación de incentivos económicos y un plan de reconocimiento permanente por la labor que desempeñan los trabajadores en el área de Obstetricia. Lograr la tranquilidad e identificación institucional conllevará a que la atención al usuario sea de lo mejor y la calidad del servicio no sea cuestionado.

3.- Que la Dirección del Hospital "Santa Rosa" implemente acciones inmediatas que permitan dotar con la infraestructura y los equipos



adecuados y de última generación a fin de lograr mejores resultados y la satisfacción de los pacientes en el área de hospitalización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÜERO, Z. (2010) Relaciones Interpersonales. Edit. Soyus. Córdoba. Argentina

CAMPOY, D. (2000) Estrategias y Habilidades para el Emprendedor Actual Edit. Pirámide. Buenos Aires Argentina

ESTRADA, A. (2008) La calidad del servicio, una llave al éxito empresarial. Edit. San Marcos. Lima Perú

FISCHMAN, D. (2007) El Camino del Líder: Historias Ancestrales y Vivencias Personales 3^{ra} Edición. Buenos Aires. Argentina

FISCHMAN, D. (2009) Liderazgo en Práctica. Buenos Aires. Argentina

FREMONT E. Kast, (1970) Organization And Management: A Systems Approach, Tokio Mcgraw-Hill Kogakusha.

HERNANDEZ, R. (2009) Metodología de la Investigación. IV Edic. Edit. Mc Grain Hill. Bogotá Colombia

MASLOW, A. (1943) Una Teoría Sobre La Motivación Humana.

Barrasa, I. (2003).



- IÑIGUEZ, L. (2001). *Identidad: de lo personal a lo social. Un recorrido conceptual.*
- Kotler y Armstrong. (s.f.). *Fundamentos de Marketing* (Vol. 6ta Edición).
- Murray, C. JL& Frenk, J. World Health Organization. (2000). *A WHO framework for health system performance assessment.*
- NathorstBöös J, Munck IME, Eckerlund I, EkfeldtSandberg C. , 2001. (s.f.). An evaluation of the QSP and the QPP. *two methods Quality in Health Care*, 2001.
- Organizacion Mundial de la Salud HSD/SILOS 13. Federación Latinoamericana de la Salud. (Setiembre de 1991). La garantía de calidad. Acreditación de hospitales para América Latina y el Caribe.
- Ríos NE. Estadísticas Hospitalarias. Indicadores de Salud Pública. (1987). Selección de artículos. ISCMH. Facultad de Salud Pública. *Indicadores de Salud Pública.*
- Sitzia J. & Wood, N.; Aharony, L. & Strasser, S.; Gold, M., Woodridge J. (1997, 1993 y 1995).

FUENTES ELECTRONICAS

www.monografías/motivación/hsjp/col

[www.buenas tareas.com/liderazgo_milenio.](http://www.buenas tareas.com/liderazgo_milenio)

www.wikipwdia



ANEXO

**ENCUESTA DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DEL ÀREA DE
OBSTETRICIA DEL HOSPITAL SANTA ROSA DE PUERTO
MALDONADO**

Estimado (a) amigo (a), la presente encuesta tiene por finalidad recoger información referente a la calidad del servicio ofertado en el área donde labora, con la intención de realizar un estudio de caso. La encuesta es anónima, por lo que por favor le pedimos que las respuestas sean lo más sinceras. Muchas gracias.

Marca con una X en el casillero correspondiente.

Fecha de aplicación:

Institución donde se aplicó la encuesta:

AFIRMACIONES	ESCALA	
	SI	NO
RELACIONES INTERPERSONALES		
El trato entre el personal del área de obstetricia es cordial y con respeto		
Se practica la solidaridad y ayuda mutua entre compañeros		



El trato entre los jefes y compañeros es horizontal		
Los trabajadores que no son empáticos generan molestia en los usuarios		
IDENTIDAD - PERTENENCIA		
Brindo lo mejor de mí porque quiero a mi institución.		
Me siento contento por pertenecer a esta área		
Me fastidia cuando mis compañeros u otras personas hablan mal de mi trabajo		
CONDICIONES LABORALES		
La Infraestructura es adecuada para la atención al usuario		
El área de obstetricia cuenta con una adecuada tecnología		
Tienes estabilidad laboral en el área donde te encuentras		

Muchas gracias