



APROXIMACIÓN FENOMENOLÓGICA DE LA ATENCIÓN AL USUARIO DE LOS CENTROS AMBULATORIOS DEL MUNICIPIO MARACAIBO

Recibido: 26/06/2014 Aceptado: 13/11/2014

Abreu Villalobos, Virginia José
NAS Venezuela
abreuvv@hotmail.com

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue obtener una aproximación fenomenológica de la atención al usuario de los centros ambulatorios del municipio Maracaibo (Zulia). Para la fundamentación teórica se consultaron autores como Pérez (2006), Rodríguez (2007), Malagón, Galán y Pontón (2006), entre otros. El universo de estudio estuvo conformado por los ambulatorios del municipio Maracaibo y la población por tres (3) estudiantes, un (1) administrador y un (1) comunicador social. Para recolectar los datos se empleó una entrevista abierta conformada por siete (7) ítems principales, la cual fue grabada, para una mejor fiabilidad de las respuestas aportadas por los informantes claves. Los resultados de la investigación demostraron que los usuarios piensan que existe un descontento por parte de los trabajadores de los ambulatorios, además hay una baja atención al cliente, desatención, asimismo el lugar debería ser limpio, cómodo, brindando una calidad en dicha atención. Finalmente, las recomendaciones por parte de los usuarios fueron mejorar la comunicación interna y externa (entre empleados y entre usuarios/empleados), dotar de insumos médicos para que el servicio termine siendo exitoso, mejor trato hacia el usuario, preparar al personal para la atención y trabajar en pro de los usuarios para una verdadera atención en los centros ambulatorios.

Palabras clave: atención al usuario, servicio, centros ambulatorios.

PHENOMENOLOGICAL APPROACH TO CUSTOMER CARE OUTPATIENT CENTERS MARACAIBO MUNICIPALITY

ABSTRACT

The purpose of this research was to obtain a phenomenological approach to customer care outpatient centers Maracaibo Municipality (Zulia). Theoretical foundation for the authors as they looked Pérez (2006), Rodríguez (2007), Malagón, Galán y Pontón (2006), among others. The study group consisted of outpatient Maracaibo Municipality and the population was composed of three (3) students, one (1) administrator and one (1) social communicator. To collect the data consists of an open interview seven (7) main items, which was recorded for better reliability of responses from key informants was used. The research results showed that users think that there is discontent among workers outpatient, plus there is low customer service and neglect also the place should be clean, comfortable, providing a quality of that care. Finally, the recommendations by the users were improving internal and external communication (Between employees and between users / employees), provide medical supplies for the service to end up being successful,

better treatment of the user, prepare staff for the care and work towards the users for true care outpatient clinics.

Keywords: customer services, service, outpatient.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación se resume el análisis fenomenológico de la atención al usuario en los centros ambulatorios de Maracaibo, porque un buen servicio puede crear un enlace entre el usuario y la institución prestadora del mismo, la primera fase del presente estudio se realizó tomando en cuenta el servicio en los centros, la atención, la calidad en la misma y la satisfacción; además, del usuario, sus actitudes y comportamiento.

Posteriormente, se contempló lo que para muchos presenta complejidad: la orientación epistemológica de la investigación, el paradigma científico cualitativo, y los tres principios que posibilitan el método fenomenológico. Todo esto forma parte de la investigación científico cualitativa, haciéndola comprensible. La tercera fase del estudio comprende las teorías básicas utilizadas para fundamentar cada paso avanzado.

La investigación continúa con el diseño de los objetivos de la misma, las características de las personas entrevistadas para una mayor comprensión, el tipo de entrevista realizada, el guion de la entrevista y sus etapas, así como las informaciones arrojadas según las palabras expuestas por nuestros usuarios entrevistados. Finalmente, la última etapa comprendió el análisis y comprensión de los resultados, tomando en cuenta las teorías previamente estudiadas, los libros anteriormente revisados, los trabajos que se investigaron para llegar a esta etapa y el punto de vista de la investigadora.

La atención a los usuarios en los centros ambulatorios es importante para la comodidad y confianza de las personas que asisten a los mismos, por esta razón es significativo que cada persona sea tratada de manera adecuada, así las personas podrían sentir mayor seguridad, de esta manera se evitaría la automedicación y cualquier tipo de problemas acarreado por esa situación. Además, las personas crean nexos personales con esos individuos por los cuales son atendidos.

Ante lo descrito, se considera la atención como un concepto complejo, con múltiples atributos, procesal y temporal. Por lo cual, al pretender conocer al componente subjetivo de ésta (Satisfacción), se pueden presentar problemas por el modo de abordarlo desde los propios usuarios y que a través de sus vivencias pudiesen informar esa realidad que les ha tocado vivir.

De esta manera, lo planteado por Pérez (2006) corrobora lo anterior porque “el servicio es la forma de satisfacer permanente y totalmente las necesidades, deseos, apetencias e inquietudes de un cliente”. Ciertamente, el servicio es la mejor manera de satisfacer necesidades requeridas por cierta empresa, institución, persona, entre otros.

El servicio es y será cada vez más relevante para todas las industrias y sectores de la economía, por cuanto el estar atendido de manera adecuada es determinante en la



lealtad que el usuario le brinda a la empresa. Razón por la cual la atención a los usuarios es un arma que todos los empleados deben conocer. Cada trabajador se debe sentir identificado, asumir tal rol para que su actitud sea acorde a las exigencias del área laboral en la cual se desenvuelve. Al respecto, Pérez (2006) comenta que “una empresa orientada a la mejora en el servicio conoce las expectativas y necesidades de los clientes a los que está destinada la política de atención, de modo que sea posible satisfacer sus necesidades y alcanzar o superar sus expectativas”.

En este orden, cuando un usuario va en busca de un servicio necesita tener la plena seguridad que existirá la eficiencia por parte de la institución oferente para responder ante su inquietud o necesidad. Si dentro de la empresa se muestra interés y el usuario lo detecta, puede pasar de ser una relación de interés personal, a ser una relación de aprecio, lo cual conlleva a que el usuario se sienta en plena confianza y se genere esa satisfacción que buscaba y esperaba. Es importante mantener esa buena conexión porque la misma llevará al éxito a cualquier organización existente.

Por su parte, Fernández (2009) en su teoría establece:

“La calidad en el servicio se entiende como el grado en el que éste satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo cual implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio”.

La garantía de calidad en una empresa de servicios, según comentan Malagón y otros (2006) “es asegurar la calidad del servicio de modo que el cliente pueda usarlo con satisfacción y confianza”. La idea es que la calidad en los servicios sea óptima, que el consumidor se sienta sumamente atraído por la atención brindada. También explican cómo la garantía de calidad en una empresa de salud es el conjunto de mecanismos o acciones mediante los cuales se asegura la máxima eficacia de todos los procedimientos que busquen el mayor grado de bienestar del paciente o cliente y su completa satisfacción.

Los usuarios se acercan al lugar con una necesidad descrita al doctor, médico, enfermero, en ese sentido para Kotler y Armstrong (citados por Thompson, 2006) la necesidad es un estado de carencia percibida. Continúan su definición afirmando que éstas incluyen necesidades físicas básicas de alimentos, ropa, calor y seguridad; necesidades sociales de pertenencia y afecto, así como las individuales de conocimiento y autoexpresión. Estas necesidades son un componente básico del ser humano, no la inventaron los mercadólogos. La necesidad es la falta de algo en cualquier ámbito de la vida, nuestros sentidos así lo indican y dicha necesidad debe ser llenada para satisfacernos.

De igual manera, Torres (2012) describe lo siguiente: “en prestación de servicios de salud existe mucha presión por atención inmediata, prioridad para un procedimiento, etc. Esto deteriora en muchas ocasiones las relaciones de los usuarios con los profesionales y/o con las instituciones”. Ante esto, se puede decir que es imprescindible que cuando se

trabaje con públicos, exista paciencia y justicia para llegar al punto de la armonía en la relación.

En ese orden de ideas, los centros ambulatorios pertenecientes al municipio Maracaibo poseen una calidad en la atención al usuario que merece ser investigada, por cuanto son muchas las quejas que se reciben en las oficinas de atención al usuario y algunas veces ocupan espacio en la prensa local por el servicio prestado, que al parecer no satisface a los usuarios.

Lo anterior son algunas de las razones por las cuales las personas que verdaderamente necesitan el servicio deciden no acudir a los mismos porque no se genera esa conexión o confianza hacia la institución. La atención al usuario es necesaria no solamente en este tipo de instituciones, sino en todas las instituciones en las cuales se deba tratar con un público.

Por otro lado, cuando se parte del marco de referencia interno o subjetividad de quienes informan específicamente acerca de la realidad de la atención al usuario en los centros ambulatorios del municipio Maracaibo, se presenta una manera de acercarse a lo que es la vivencia y lo que representa la concepción del método científico. Ambos aspectos muestran una filosofía de la ciencia.

De la misma manera, este punto de partida genera una vinculación a una estructura de razonamientos y presupuestos que subyacen al problema investigado.

Desde su punto de vista, Kuhn (1998; citado por Rodríguez, 2007) define paradigma como una “realización científica universalmente reconocida que, durante cierto tiempo, proporciona modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica. El paradigma facilita los estudios, por su manera esquematizada, es un patrón a seguir”. Dichos patrones que deben regirse por el investigador.

Por otra parte, Martínez (1992; citado por Rodríguez, 2007) expresa que el término paradigma se ajusta a una estructura esquematizada que influye en la dirección de la actividad científica. Lo que quiere decir es que los paradigmas facilitan las investigaciones, ya que es un modelo esquematizado, permitiendo que el proceso no sea tan complicado, tal como sucedió en el desarrollo del presente artículo.

EL PARADIGMA CIENTÍFICO CUALITATIVO PARTE DE CUATRO ASPECTOS BÁSICOS

1. El paradigma cualitativo plantea la relación sujeto-objeto con un carácter de interrelación en la que ambos se influyen, por cuanto considera que el individuo es un sujeto interactivo, comunicativo que comparte significados, especialmente cuando el objeto de estudio es el ser humano. Los significados en virtud de los cuales actúan las personas dependen de la información previa o de las formas de vida en la que ellas han sido iniciadas; razón por la cual es necesario descubrir el conjunto de reglas sociales que dan sentido a un determinado tipo de actividad social.

El enfoque cualitativo procura ofrecer profundidad a la vez que detalla mediante una descripción y registro cuidadoso de lo observado en un marco referencial que da sentido y significado a lo investigado. A la luz de este rasgo del paradigma cualitativo se podrían señalar dos cosas: (a) que los usuarios han concebido para ellos un significado de la atención que le es ofrecida en los centros ambulatorios del municipio Maracaibo y, (b) tomando en cuenta las características que se adopta en este estudio, el método seguido presenta aspectos profundos esenciales y de carácter universal en sentido fenomenológico, como de lo particular, único e irrepetible.

2. De acuerdo a Morin (2001):

“cuando aceptamos que la concepción del conocimiento como actividad humana se construye y no se descubre, se implica con esta aseveración que los valores sociales y culturales inciden en el proceso de la investigación, logrando entonces que el conocimiento no sea neutro, ni puro, sino que conlleva y se hace teniendo como fondo un marco referencial, producto de la relación con los significados de las personas en interacción y comunicación con los demás, en un contexto específico”.

En la presente investigación este rasgo implica que los usuarios sobre la base de los conocimientos que tienen o han “oído” sobre lo que es la atención al usuario, una concepción de lo que para ellos es la noción de atención al usuario y de lo que han vivido a través de tres lapsos cuando estuvieron expuestos a tales ajustes curriculares.

3. La investigación cualitativa plantea que la realidad no está constituida sólo por hechos externos de carácter observable sino que incluye significados, símbolos, e interpretaciones que las va elaborando a medida que interactúa con los demás. Al respecto, el sujeto tiene una tendencia a imponer una determinada forma, la cual Schwartz y Jacobs (1996) señalan como ley de la pregnancia, de acuerdo a los psicólogos de las Gestalt, ya que la mente humana posee una estructura o componente interno, conformada por unos presupuestos o reglas generales aceptadas tácitas o inconscientemente poniendo énfasis en la comprensión de lo que sucede en una situación concreta en un contexto desde sus propias creencias, valores y reflexiones, o sea, lo que percibe y el significado, dependen de la información previa, los intereses, necesidades, entre otras.

En el caso del presente estudio el énfasis estuvo centrado en la comprensión de la atención al usuario, su significado, desde la perspectiva y vivencia de quiénes, como actores sociales (Usuarios), fueron expuestos a esa atención al usuario en los centros ambulatorios del municipio Maracaibo.

4. Es particularmente importante en el campo de las ciencias sociales el que al asumir un punto de vista o enfoque para estudiar el fenómeno se le observa y explica con la óptica de ese enfoque, es aquí donde la producción de datos descriptivos y la insistencia de la relevancia del fenómeno o del hecho mediante el estudio en profundidad de una situación concreta desprende dentro del paradigma cualitativo. La noción de estructura es fundamental, optando por instrumentos de investigación fiables, diseños abiertos o

emergentes, a través de los cuales no se busca la explicación o la causalidad, sino la comprensión de la vida social, de su percepción y vivencia.

Esto constituye una de las razones por las que el paradigma cualitativo se caracteriza por poseer una concepción global fenomenológica, inductiva, estructuralista, subjetiva y orientada hacia el proceso (Cook y Reichardt, 1982; Goetz y Lecompte, 1988; Taylor y Bogdan, 1996; Schwartz y Jacobs, 1996; León y Montero, 2003). Siguiendo este rasgo, se declara que la postración de la estructura de significado de la vivencia de los usuarios de los centros ambulatorios de Maracaibo tiene en sus bases una entrevista en profundidad, la cual no explica la teoría de atención al usuario, sino que la pone en evidencia tal como es vivida por los informantes.

LOS PRINCIPIOS QUE POSIBILITAN EL MÉTODO FENOMENOLÓGICO

El cometido de la fenomenología es estudiar las esencias de las cosas y la de las emociones; sin embargo, Husserl (1986) definió la fenomenología como “el estudio de las estructuras de la conciencia que capacitan al conocimiento para referirse a los objetos fuera de sí mismo”.

El citado autor denominó este tipo de reflexión reducción fenomenológica, porque el estudio requiere reflexión sobre los contenidos de la mente para excluir todo lo demás, es decir descubrir en el fenómeno singular, la esencia válida universalmente y útil científicamente.

PRIMER PRINCIPIO

A juicio de Husserl (1986): el primer principio trata sobre la posibilidad esencial de la vivencia (Contenido de conciencia) de ser percibido en inmanencia.

El principio explica la divergencia existente entre los entes psicológicos, es decir, el ser y los pensamientos de esa conciencia; las perspectivas evidencian una diferencia porque unos son trascendentes y otros inmanentes. Lo anterior implica que un acto de percepción inmanente es interno, mientras que un acto de dirección trascendente es externo, por lo que no representan unidad inmediata, tal como lo expone Husserl (1986). Por ende, el contenido de la conciencia puede ser percibido en inmanencia; en consecuencia una actividad que es inmanente a su agente tiene en éste su propio fin.

En este sentido, el acto de dirección inmanente se refiere al ser como experiencia y la de dirección trascendente es el ser como objeto. Este principio, además de demostrar la desconexión de los entes psicofísicos de los contenidos de conciencia, permite observar que son de distinta naturaleza. Lo explicado permite demostrar la reducción para resaltar los contenidos de conciencia, lo cual constituye el objeto de la investigación fenomenológica (Mayz Vallenilla, 1976; citado por Leal, 2008).

SEGUNDO PRINCIPIO

Para Husserl (1986) el segundo principio señala que la esencia de las cosas únicamente puede desarrollarse por medio de matices y escorzos. Toda experiencia no se



da mediante matices ni escorzos (Primer enunciado). Además, todo individuo captado en una acción de índole inmanente no puede desarrollarse mediante matices y escorzos (Segundo enunciado).

El principio contiene dos enfoques: un ser espacial no puede ser observado por todos los lados a la vez; su presencia ante un investigador, exhibe sólo una perspectiva. Aunque, al cambiar de espacio, surge en el individuo una nueva interpretación que reduce las figuras, en cambio el contenido de conciencia carece de matices y escorzos, porque no ocupa un espacio ni una realidad.

En este sentido, el segundo establece diferencias entre objeto, realidad y experiencia; es así como Mayz Vallenilla (1975) plantea cuatro elementos que deben considerarse:

1. Existe una distancia entre el sujeto y el objeto, ya que es imposible concebir la percepción sin tal distancia.
2. Todo objeto observado, no puede ser representado más allá de matices y escorzos.
3. Todo ser en inmanencia es percibido de tal forma porque en su modo de darse no se matiza ni escorza, es decir, porque es una vivencia un contenido de conciencia.
4. Toda distancia entre sujeto y objeto queda destruida, y al no existir distancia entre sujeto y objeto, es imposible que genere una nueva percepción.

TERCER PRINCIPIO

Este principio plantea que los objetos no son absolutos, en cambio la vivencia si lo es (Husserl, 1986).

Conforme a lo señalado, se puede confundir el carácter de un acto de percepción de cosas con un acto de percepción de vivencias. Mayz Vallenilla (1975) explica que en la percepción de experiencias, es un acto de dirección inmanente; de esta forma, la percepción asegura su cosa de manera absoluta, es decir, como algo que asegura su existencia total y definitiva, que al ser observado, no se constata a plenitud.

De otra manera, el tercer principio justifica el proceder del método fenomenológico, especialmente en lo que concierne a la separación entre los contenidos de conciencia y sus correlatos naturales psicofísicos.

OBJETIVOS Y MÉTODOS

El trabajo es de carácter fenomenológico, ya que su enfoque busca conocer parte de la experiencia de los sujetos objeto de estudio, incluyendo el contexto circundante, para así relacionar esa información con las categorías a investigar; por ende, se concentra en explicar las vivencias de las personas, emociones y situaciones (Martínez, 2006).

El propósito ulterior de este tipo de trabajos es desarrollar un esquema de investigación directa, capaz de caracterizar las situaciones que atraviesan los sujetos ce

manera consciente, sin abordar fundamentos teóricos sobre sus causas; tal ocurre en estudios cuantitativos. Por ende, el investigador se aproxima a entender cómo las personas estructuran los significados.

Conforme a lo descrito, el abordaje fenomenológico no parte de las diferentes bases teóricas construidas por medio de los trabajos cuantitativos, sino del mundo tal como lo perciben los sujetos, a partir de esa información se ejecutan análisis que parten de las experiencias compartidas por los sujetos investigados. En este sentido, se pueden sintetizar los procesos y estructuras sociales, de allí la utilidad de este método en el ámbito de las ciencias sociales, donde tal vez el observador requiere adecuarse al fenómeno estudiado.

En relación directa con lo planteado, el propósito del presente busca analizar fenomenológicamente la forma como el usuario describe los rasgos necesarios en la atención, incluyendo los sujetos presentes, la forma de desarrollar su atención, las condiciones del servicio y las consecuencia de ese trato; para así identificar las propuestas que el usuario plantea para una efectiva atención en los ambulatorios de Maracaibo.

Para este tipo de investigación, se necesitaba profundizar en un ambiente en el cual el usuario se sintiera cómodo. En dichos ambulatorios de la ciudad, sintiendo acercamiento con la situación estudiada y esbozado ese escenario se precisa la selección del informante clave, la cual estuvo en concordancia con lo sugerido por Martínez (2006), quien manifiesta que la selección de informantes en una investigación de esta naturaleza no admite la escogencia al azar, aleatoria y descontextualizada, debiendo ser un proceso flexible y abierto hasta llegar a la saturación y/o redundancia teórica de las unidades de análisis, categorías y subcategorías que surjan.

Las anteriores son razones suficientes para que la muestra sea intencional, dando prioridad a la profundidad sobre la extensión, de modo que la muestra se reduce en su amplitud numérica. El número queda determinado por el punto de saturación, que constituye aquel punto en el cual que los informantes ya no añaden información nueva a la ya recopilada anteriormente. Al respecto, los criterios de selección de los informantes son criterios de intención, de pertinencia y no de representatividad estadística, realizándose a nivel micro en aras de profundizar la situación estudiada.

Es así como la muestra estuvo integrada por usuarios que tuvieran más de dos (2) años asistiendo a diversos ambulatorios pertenecientes al municipio Maracaibo. Además, dichas personas demostraron sus deseos por formar parte de esta investigación, exponiendo su interés y experiencias previas, apoyando en todo momento nuestra labor.

El total de entrevistados fue de cinco (5) usuarios, de ambos sexos, diferentes profesiones y con más de dos (2) años de asistencia regular a los ambulatorios, así como pertenecientes a diversas áreas: sociales, económicas e industriales vinculadas tanto al sector público como privado. Cabe destacar que todos los informantes pertenecen al municipio en estudio. De este total de cinco (5) usuarios entrevistados pertenecían a las profesiones de: estudiantes (3), Administrador (1), Comunicador Social (1).



<p>01.18. Satisfacción</p> <p>01.20. Amor al trabajo</p> <p>01.21. Buen trato</p> <p>01.22. Amabilidad</p> <p>01.23. Resentimiento</p> <p>01.24. Recurrencia</p> <p>01.25. Referencia</p> <p>01.26. Agradecimiento</p> <p>01.27. Ahorro económico</p> <p>01.28. Insumos suficientes</p> <p>01.29. Comunicación inadecuada</p> <p>01.30. Atención de baja calidad</p> <p>01.31. Inconformidad</p> <p>01.32. Mejorar la comunicación</p> <p>01.32. Dotar de insumos médicos</p> <p>01.34. Mejor trato hacia el usuario</p> <p>01.35. Preparar al personal</p> <p>01.36. Calidad en la atención</p> <p>01.37. Trabajar en pro de los usuarios</p>		<p>CONDICIONES PRESENTES EN LA ATENCIÓN</p> <p>BENEFICIOS DE LA ATENCIÓN</p> <p>FACTORES QUE INCIDEN NEGATIVAMENTE</p> <p>RECOMENDACIONES POR PARTE DEL USUARIO</p>
--	--	--

Fuente: elaboración propia.



Es importante acotar sobre las entrevistas que, en su inicio la entrevistadora avanzó lentamente para tratar de establecer el rapport con los usuarios, a fin de que éstos se sientan en confianza y relajados antes de enfocar los intereses de la investigación, entre ellos: el motivo de la misma y el objetivo que perseguía, para dejar claro que se trataba de indagar sobre un tópico poco difundido. Tal actitud ayudó a contrarrestar la deseabilidad social en las respuestas; logrando así, suficiente rapport que los motivase a intervenir.

Todas las entrevistas se plasmaron en un grabador digital. En ese orden, la investigadora informó a los entrevistados acerca de la grabación, solicitó su autorización para la misma, les enfatizó acerca del anonimato en las entrevistas. Cabe destacar que dicha entrevista y todos sus componentes, fueron trabajados por el investigador para de esa manera tener un mejor control de la situación ante el entrevistado y sacar mayor provecho.

Una vez aclarada la ejecución de las entrevistas, se analizan las mismas partiendo de la noción de atención al usuario, al respecto pudimos determinar una serie de temas esenciales requeridos por los usuarios de los centros ambulatorios del municipio Maracaibo. Según los informantes, éstos van en busca de una atención rápida y adecuada, es decir, que en dichos centros se encuentre todo lo necesario para la efectividad del servicio, según el autor Scipion (2011), existen seis directrices para un gran servicio de atención al cliente: tratar de ser agradable, tratar de ser profesional, tratar de dar lo mejor, tratar de ser flexible, tratar de ser agradecido, tratar de escuchar y conversar un rato, aunque no se tenga tiempo, formando esto parte de lo buscado por los usuarios: una adecuada atención para sentirse bien atendidos.

Por otra parte, sobre quiénes prestan el servicio, los usuarios afirman que enfermeros, médico residente, médico familiar, médico general, personal de limpieza, forman parte de esta serie de personas prestadoras del servicio de salud. Sobre lo enumerado, menciona Paz (2007) que los clientes necesitan la satisfacción para que se genere esa compenetración entre la institución y ese individuo que requiere de sus servicios. Así mismo, el autor Pérez (2006) indica que la calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. El personal que labora en la institución debe tener la capacidad para satisfacer las necesidades del usuario, logrando una mayor compenetración con el mismo.

En cuanto a las características de la empresa y la persona prestadora del servicio, los usuarios apuntan que la comodidad es parte de lo necesario para un adecuado servicio, conocimiento en atención al público, limpieza, debe existir personal adecuado, equipos suficientes, profesionalismo y sobre todo ganas de ayudar, de igual manera, para estos hay fallas internas que deben ser solventadas para llegar a la calidad en el servicio. Al respecto, Fernández (2009) indica que la misma viene dada por el grado en que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva, espíritu de servicio, satisfacción, amor al trabajo, buen trato, amabilidad, resentimiento.

En síntesis, en las condiciones consideradas por nuestros usuarios en la atención brindada hacia ellos, según éstos, existe un resentimiento por parte del personal que labora en la institución, actitud que consideran ellos se debe por la mala remuneración del trabajo. Al respecto, Scipion (2011) expone que la atención al cliente es un factor importante para el éxito de cualquier negocio; por ello, cualquier persona contacte de alguna manera con clientes debe tener vocación para esta acción, y de esta manera generar satisfacción en la atención ofrecida.

Otro aspecto a señalar es la recurrencia, la cual se entiende como una de las maneras de nuestros usuarios para demostrar su satisfacción, referencia a sus compañeros, familiares, amigos. Para los usuarios existe la recurrencia al evidenciarse el ahorro económico, ya que en dichos centros ambulatorios son ayudados con medicamentos y las consultas son gratuitas en su mayoría.

Considerando lo planteado, es válido asumir lo expuesto por Blackwell, Engel y Miniard (2002) sobre el comportamiento del consumidor, al describirlo sobre las actividades que las personas efectúan al obtener, consumir y disponer de productos y servicios, además indican que el análisis del comportamiento del consumidor ayuda a las empresas a saber cómo satisfacer al cliente. Con esta serie características, podemos saber si el cliente está o no satisfecho con la atención recibida, trabajando siempre para mejorar el servicio.

Los informantes señalan sobre los centros ambulatorios que los insumos son insuficientes, así como la comunicación es inadecuada y la atención de baja calidad; para los usuarios son algunas razones que afectan la atención recibida en las empresas que brindan servicios de salud. Sobre lo señalado es necesario mejorar la comunicación, dotar de insumos médicos, mejor trato hacia el usuario, preparar al personal, calidad en la atención, trabajar en pro de los usuarios, son algunas acotaciones que sugieren los clientes para mejorar la atención brindada en los centros ambulatorios del municipio Maracaibo.

Citando a Pérez (2006)

“Una empresa orientada a la mejora en el servicio conoce las expectativas y necesidades de los clientes a los que está destinada la política de atención, de modo que sea posible satisfacer sus necesidades y alcanzar o superar sus expectativas”.

Sin duda alguna, los intereses de los usuarios son que sus necesidades sean satisfechas con altos estándares de calidad. Es importante realizar estudios con cierta frecuencia para evaluar la atención ofrecida/expectativas, ya la que la atención al usuario no alcanza una calidad de servicio óptima, motivo por el cual no existe satisfacción, sino recurrencia por los beneficios sociales que generan en la asistencia médica, pero no sobre los otros elementos del servicio.

CONCLUSIONES

De acuerdo a nuestros objetivos, con respecto a la noción de atención al usuario, se encontró lo siguiente: el servicio debe ser rápido, adecuado, y a su vez debe poseer todo lo necesario para superar sus expectativas; conforme al trabajo de aproximación fenomenológica desarrollado, en el cual se abordó desde una perspectiva cualitativa, las vivencias de los usuarios conforme a acciones pasadas, para así proponer una estructura que permitiera explicar el servicio de los centros ambulatorios.

En cuanto a quienes prestan dicho servicio, los usuarios opinan que todo el personal que se encuentra en el ambulatorio, desde mantenimiento, pasando por médicos generales, médicos residentes, enfermeros, los cuales permiten que esa atención se lleve a cabo de la manera que sea, sin importar lo que al final pueda suceder. Cuestión que amerita de reflexión porque la calidad humana priva ante toda otra situación, aunado al hecho de valorar la ética en el ejercicio del servicio.

Para los usuarios las características que debe poseer la empresa prestadora del servicio y su personal son: comodidad para el personal y sus usuarios, conocimiento en atención al público por parte del personal, limpieza en las instalaciones, personal adecuado para desarrollar cada uno de los procesos, equipos suficientes, incluyendo el profesionalismo de los doctores y sus ganas de ayudar.

Las condiciones presentes en la atención al usuario, según los usuarios son: satisfacción por parte del personal, amor al trabajo y a lo que realizan, buen trato para con los usuarios, amabilidad para tratar a los usuarios y los mismos hablan de un resentimiento por parte de los trabajadores en la empresa, puede ser con el salario o con sus compañeros. Estos muestran beneficios, dentro de los cuales se encontraron que los usuarios estarían dispuestos a recurrir al lugar si así fuera necesario, de igual manera referirían el ambulatorio a sus compañeros, sentirían agradecimiento con el mismo y su ahorro económico también forma parte de estos beneficios.

Los insumos suficientes, según los usuarios, forman parte de los factores que influyen negativamente en la atención brindada hacia ellos, otro factor importante es la comunicación inadecuada entre usuarios, así como el personal que los atiende, además de una atención de baja calidad y la inconformidad que existe en las personas que ofrecen el servicio.

Finalmente, las recomendaciones por parte de los usuarios son las siguientes: mejorar la comunicación interna y externa (entre empleados y entre usuarios/empleados), dotar de insumos médicos para que el servicio termine siendo exitoso, mejor trato hacia el usuario, preparar al personal para la atención, trabajar en pro de los usuarios para una verdadera atención en los centros ambulatorios del municipio Maracaibo; con lo cual según su opinión, se alcanzaría una verdadera calidad del servicio prestado.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blackwell, R; Engel, J y Miniard, P. (2002). Comportamiento del consumidor. México. International Thomson Editores.
- Cook, T. y Reichardt, Ch. (1982) Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. España. Ediciones Morata.
- Fernández, J. (2009). Calidad en el servicio. Documento en línea. Disponible en: <http://www.slideshare.net/jcfdezmxvtas/calidad-en-el-servicio-presentation-960207>
Consulta: 30/10/2012.
- Goetz, J.P. y Le Compte, M. (1988). Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa. España. Ediciones Morata.
- Husserl, E. (1986). Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica. México. Fondo de Cultura Económica.
- Leal Ortiz, N. (2008). Fenomenología de la conciencia del estudiante de la UNA. Venezuela. Fondo Editorial IPASME.
- León, O. y Montero, I. (2003) Métodos de investigación en psicología y educación. España. McGraw-Hill/Interamericana.
- Malagón, G; Galán, R y Pontón, G. (2006). Garantía de calidad en salud. Colombia. Editorial Medica internacional LTDA.
- Martínez, M. (2006). La nueva ciencia. Su desafío, lógica y método. México. Editorial Trillas.
- Mayz Vallenilla, E. (1975). Fenomenología del conocimiento, el problema de la construcción del objeto en la filosofía de Husserl. Venezuela. Universidad Simón Bolívar.
- Morín, E. (2001). La mente bien ordenada: Repensar la reforma, reformar el pensamiento. España. Seix Barral.
- Pérez, V. (2006). Calidad total en la atención al cliente. España. Ideas Propias Editorial.
- Paz, R. (2007). Atención al cliente. Guía práctica de técnicas y estrategias. España. Ideas Propias Editorial
- Rodríguez, E. (2007). Una aproximación a los conceptos: Paradigma, modernidad y postmodernidad. Venezuela. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Instituto Pedagógica de Barquisimeto.
- Schwartz, H. y Jacobs, J. (1996). Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad. México. Editorial Trillas.



Scipion, F. (2011). El servicio de atención al cliente es un arma diferenciadora muy eficaz. Documento en línea. Disponible en: <http://www.ingresosalcuadrado.com/servicio-de-atencion-al-cliente/>. Consulta: 05/11/2012.

Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1996). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. España. Editorial Paidós.

Thompson, I. (2006). Conozca cuál es la definición de un componente básico del ser humano que afecta su comportamiento: La necesidad. Documento en línea. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/necesidad-definicion.html> Consulta: 30/10/2012.

Torres, C. (2012). Mercadeo de servicios de salud. Documento en línea. Disponible en: http://www.catorse-scs.com/instituto/temas_apoyo/Mercade_servicios_salud.pdf Consulta: 31/01/2013.