

**Propuesta de Mejora del Nivel de Satisfacción de los Pacientes del servicio de Optometría
de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás**

Mayelin Gómez Gómez

Trabajo de grado para optar el título de Magíster en Administración

Director

Sebastián García Méndez

Doctor en Ciencias de la Educación

Universidad Santo Tomas

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Administración de Empresas

Maestría en Administración

Bucaramanga

2024

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por ser fuente de inspiración para lograr concluir los objetivos propuestos y concederme el discernimiento necesario para alcanzar los resultados conseguidos.

A mi amado esposo Edgar Orlando, quien siempre ha estado incondicionalmente en todos los momentos de mi vida apoyándome y demostrándome su admiración y amor infinito.

A mis hijos Juan Camilo, Edgar Felipe y José David, por ustedes y para ustedes todo mi esfuerzo. Son el motivo de la búsqueda constante de mi mejor versión como ejemplo de amor para la prolongación de mi existencia.

A mi madre querida Martha Cecilia por sus oraciones quien con su fortaleza, sabiduría y amor incondicional me ha acompañado y guiado en cada paso de mi vida.

A mis hermanos Oscar y Felipe por su aliento y entusiasmo cada vez que se hacía difícil el camino.

Agradecimientos

Gracias infinitas a mi familia por el apoyo incondicional y la comprensión en tantas ausencias para lograr el objetivo trazado, su fe inquebrantable en mis habilidades me motivó para alcanzar alturas que nunca imaginé. Sin ustedes todo esto no habría sido posible.

Reconocimiento especial a mi director de tesis Sebastián por su tiempo y dedicación para revisar mi trabajo. Asimismo, quisiera expresar mi gratitud a todas las personas que contribuyeron con el desarrollo de mi investigación. Agradezco a todos los que me ayudaron a recopilar datos.

Deseo manifestar mi más profunda gratitud a la Universidad Santo Tomás por la oportunidad y el apoyo permanente para avanzar en mi formación profesional y personal. Agradecer a los directivos de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás por su disponibilidad en la recolección de los datos para llevar a cabo este trabajo.

Contenido

	Pag.
Introducción	12
1. Propuesta de mejora del Nivel de Satisfacción de los Pacientes del servicio de Optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás.....	13
1.1 Planteamiento del problema.....	13
1.2 Formulación del problema	16
1.2.1 Sistematización del problema	16
1.3 Justificación	17
1.4 Objetivos	18
1.4.1 Objetivo general.....	18
1.4.2 Objetivos específicos	19
2. Marco referencial	19
2.1 Antecedentes	19
2.1.1 Antecedentes en el ámbito internacional	19
2.1.2 Antecedentes en el ámbito nacional.....	21
2.1.3 Antecedentes en el ámbito local	23
2.2 Marco Teórico.....	24
2.2.1 El servicio	24
2.2.2 Servicio al cliente.....	25
2.2.3 Características del servicio	26
2.2.4 Calidad en la prestación de servicios de salud.....	27
2.3 Principios de servicio al cliente	28

2.3.1 Las percepciones	29
2.3.2 La percepción y medición del cliente en el servicio	30
2.3.4 Modelo Servqual	30
2.3.5 Beneficios de SERVQUAL	31
2.3.6 Dimensiones de SERVQUAL.....	32
2.3.7 Percepción de las necesidades del cliente	32
2.3.8 Expectativas del cliente.....	33
3.1 Enfoque y tipo de estudio	34
3.2 Operacionalización de Variables	35
3.3 Población y Muestra	36
3.3.1 Caracterización de la Población.....	37
3.3.2 Muestra	37
3.3.3 Fuentes e instrumentos de recolección de datos	38
4. Resultados.....	40
4.1 Análisis de las expectativas	40
4.2 Análisis de las percepciones	61
4.3 Identificación de brechas	84
5. Conclusiones.....	88
6. Recomendaciones	90
Referencias.....	92

Lista de tablas

	Pag.
Tabla 1. <i>Actividades clínicas por espacio académico</i>	14
Tabla 2. <i>Definición de la variable: Servicio al cliente</i>	35
Tabla 3. <i>Población objetivo en el primer periodo de 2022</i>	37
Tabla 4. <i>Encuesta de expectativas con base al modelo Servqual</i>	38
Tabla 5. <i>Encuesta de Percepción con base al modelo Servqual</i>	39
Tabla 6. <i>Brechas – Criterios de mejora</i>	84

Lista de figuras

	Pag.
Figura 1. <i>Equipos modernos para el servicio</i>	40
Figura 2. <i>Instalaciones físicas</i>	41
Figura 3. <i>Presentación personal</i>	42
Figura 4. <i>Salas de espera y tiendas de óptica</i>	43
Figura 5. <i>Horario programado</i>	44
Figura 6. <i>Interés en la resolución de problemas</i>	45
Figura 7. <i>Servicio de calidad</i>	46
Figura 8. <i>Atención en el tiempo programado</i>	47
Figura 9. <i>Hora y fecha de cita</i>	48
Figura 10. <i>Claridad en la información</i>	49
Figura 11. <i>Tiempos ofrecidos por el usuario</i>	50
Figura 12. <i>Satisfacción de las necesidades</i>	51
Figura 13. <i>Formación de los colaboradores</i>	52
Figura 14. <i>Confianza</i>	53
Figura 15. <i>Seguridad</i>	54
Figura 16. <i>Amabilidad</i>	55
Figura 17. <i>Información</i>	56
Figura 18. <i>Atención personalizada</i>	57
Figura 19. <i>Horarios en el marco de las necesidades</i>	58
Figura 20. <i>Características del lenguaje</i>	59
Figura 21. <i>Interés por la resolución de necesidades</i>	60

Figura 22. <i>Identificación de necesidades</i>	61
Figura 23. <i>Equipos modernos para el servicio</i>	62
Figura 24. <i>Instalaciones físicas</i>	63
Figura 25. <i>Presentación personal</i>	64
Figura 26. <i>Salas de espera y tiendas de óptica</i>	65
Figura 27. <i>Horario programado</i>	66
Figura 28. <i>Interés en la resolución de problemas</i>	67
Figura 29. <i>Servicio de calidad</i>	68
Figura 30. <i>Atención en el tiempo programado</i>	69
Figura 31. <i>Hora y fecha de cita</i>	70
Figura 32. <i>Claridad en la información</i>	71
Figura 33. <i>Tiempos ofrecidos por el usuario</i>	72
Figura 34. <i>Satisfacción de las necesidades</i>	73
Figura 35. <i>Formación de los colaboradores</i>	74
Figura 36. <i>Confianza</i>	75
Figura 37. <i>Seguridad</i>	76
Figura 38. <i>Amabilidad</i>	77
Figura 39. <i>Información</i>	78
Figura 40. <i>Atención personalizada</i>	79
Figura 41. <i>Horarios en el marco de las necesidades</i>	80
Figura 42. <i>Características del lenguaje</i>	81
Figura 43. <i>Interés por la resolución de necesidades</i>	82
Figura 44. <i>Identificación de necesidades</i>	83

Resumen

El presente estudio se enmarca en el desarrollo de una propuesta de mejora del nivel de satisfacción de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, considerando como eje metodológico del trabajo el modelo SERVQUAL, cuya utilidad y vigencia en la época actual es notable en diversos estudios a nivel internacional, nacional y local. En este contexto, la metodología en el estudio fue descriptiva, no experimental, transversal y mixta, reconociendo las características inherentes a los enfoques y tipos de estudio referidos, en tal sentido, los resultados indicaron que los tópicos objeto de mejora son los equipos modernos para el servicio, las instalaciones físicas, las salas de espera y tiendas de óptica, el servicio de calidad y la presentación personal, posibilitando concluir que los usuarios en la totalidad de los reactivos esperan mejores características de calidad de servicios que las observadas, razón por la cual la alta dirección del establecimiento y de la Universidad Santo Tomás deberá analizar el desarrollo de acciones de impacto en la compañía objeto de estudio, con el propósito de impactar favorablemente la satisfacción del usuario y la competitividad de la unidad de negocio.

Palabras clave: Calidad del servicio, competitividad, optometría, sector salud, universidad.

Abstract

The present study is framed in the development of a proposal to improve the level of satisfaction of the patients of the optometry service of the Optometry Clinic of the Universidad Santo Tomás, considering as methodological axis of the work the SERVQUAL model, whose usefulness and validity in the present time is remarkable in several studies at international, national and local level. In this context, the methodology in the study was descriptive, non-experimental, cross-sectional and mixed, recognizing the characteristics inherent to the referred approaches and types of study, in such sense, the results indicated that the topics subject to improvement are modern equipment for service, physical facilities, waiting rooms and optical stores, quality service and personal presentation, This is the reason why the top management of the establishment and of the Universidad Santo Tomás should analyze the development of impact actions in the company under study, with the purpose of favorably impacting user satisfaction and the competitiveness of the business unit.

Keywords: Service quality, competitiveness, optometry, health sector, university.

Glosario

Calidad del servicio: Silva-Treviño et al. (2021), detallan que es una opción estratégica en el marco de lograr una ventaja competitiva y sostenible en un determinado mercado, particularmente, para empresas pequeñas y medianas.

Competitividad: Ibarra et al. (2017), precisan que la competitividad es una medida comparativa de la empresa en el mercado, la cual contempla la forma de ejecución de los procesos organizacionales.

Productividad: Fontalvo et al. (2018). detallan que es la relación entre las ventas y los recursos utilizados en un periodo de tiempo.

Servicio al cliente: Duque (2005) manifiesta que son las prestaciones que el cliente espera, adicional al producto o servicio adquirido, siendo esto generador de atributos de imagen y reputación de la empresa.

Supervivencia empresarial: Morales-Carrasco et al. (2017), conciben la supervivencia como la duración de una empresa en el mercado, la cual se enlaza con la estabilidad en el mercado, siendo este factor un reto en la sociedad actual.

Introducción

Durante el transcurso de los años, las empresas de los diferentes sectores económicos reconocen que el cliente es un factor importante en el cumplimiento de los objetivos y las metas temporales, dado que el provee los recursos financieros utilizados para el cumplimiento de las obligaciones y posibilita la inversión y mejora de los diferentes procesos organizacionales, por lo tanto, continuamente se hace necesario analizar las expectativas y las percepciones tienen el sujeto en mención en el marco del producto o servicio adquirido, con el fin de validar escenarios favorables o desfavorables de gestión.

En complemento se precisa que en Santander se reconoce que el sector salud es uno de los más representativos del país, por consiguiente, se podría inferir que los servicios brindados en los diferentes establecimientos son de calidad, dado que así podrá tener un impacto positivo en las dinámicas económicas y sociales de diferentes partes interesadas en la cadena de valor.

En este contexto, el presente estudio se desarrolló en la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, reconociendo que la calidad del servicio debe ser una intención estratégica de cualquier tipo de empresa, sin importar el tamaño, la actividad, la forma de constitución, la localización, entre otros, dado que así se podrá vislumbrar una mayor satisfacción del cliente, reconociendo características transversales en la dinámicas estratégicas, tácticas y operativas, las cuales posibiliten una mejor experiencia y en este caso una superior calidad de vida de los pacientes.

Finalmente, se precisa que en el primer capítulo se expone la problemática de investigación, seguidamente lo referente a la fundamentación teórica, posteriormente la metodología, a su vez,

los resultados conforme a los objetivos, y finalmente las conclusiones y las recomendaciones del estudio.

1. Propuesta de mejora del Nivel de Satisfacción de los Pacientes del servicio de Optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás

1.1 Planteamiento del problema

La clínica de la Universidad Santo Tomás es el escenario acondicionado para el desarrollo de las prácticas formativas contenidas en el plan de estudios de los programas de Optometría y Especialización de Segmento Anterior y Lentes de Contacto. Con estas instalaciones, la institución responde a lo establecido en el Decreto 1330 de 2019 del Ministerio de Educación Nacional, en la sección 4, donde refiere que los programas deben posibilitar escenarios de prácticas formativas supervisadas por docentes en los programas del área de ciencias de la salud (Ministerio de Educación Nacional, 2019).

En la actualidad, la Clínica de Optometría es una institución prestadora de servicios de salud con objeto social diferente, de carácter privado, adscrita a la Universidad Santo Tomás que cuenta con 40 consultorios habilitados, totalmente dotados para ofrecer atención de calidad en los servicios de Optometría y Oftalmología, (M.S. 2021c). En este escenario de prácticas formativas se programan los diferentes espacios clínicos en conjunto con la academia cada semestre y se presentan requerimientos diferentes de acuerdo con el número de estudiantes matriculados en cada clínica. Es importante resaltar que, a mayor número de estudiantes, mayor número de pacientes es por esto por lo que hay diversos factores que influyen en la capacidad de respuesta de la institución.

En el plan actual de estudios del programa de Optometría, User (2021), en los semestres séptimo, octavo, noveno y décimo se cuenta con espacios académicos de clínicas, donde se realiza atención a pacientes en el modelo de docencia servicio regulado por el (Decreto 780 de 2.016). Como parte del proceso de formación en talento humano en salud para lograr los resultados de aprendizaje propuestos, se ha determinado un número de actividades clínicas con pacientes en cada nivel de formación. La clínica debería estar en la capacidad de garantizar los pacientes necesarios para los estudiantes matriculados en cada semestre, con el histórico de las prácticas programadas se evidencia que no se logra este propósito y los estudiantes para cumplir con la realización de las actividades de cada clínica se ven en la obligación de correr con los gastos adicionales como pago del valor de la consulta, transporte y en algunas oportunidades subsidio de alimentación para los pacientes que ellos llevan para dar cumplimiento a los compromisos académicos.

Tabla 1. *Actividades clínicas por espacio académico*

Semestre Académico	Espacio Académico de Clínicas	Número mínimo de pacientes requeridos
Séptimo	Clínica de Optometría Integral	18
	Clínica de Patología Ocular I	11
Octavo	Clínica de Optometría Integral II	22
	Clínica de Patología Ocular II	12
	Clínica de Entrenamiento Visual y Ortóptica	6 diagnósticos 12 tratamientos
	Clínica de Lentes de Contacto	11
Noveno	Clínica Integral	45
	Clínica de Profundización	23

Las clínicas de Optometría de la Universidad, con más de 20 años de atención a la comunidad del área metropolitana en sus dos sedes de Bucaramanga y Floridablanca, cuentan con una amplia base de datos de pacientes que han usado los servicios. La dirección general de las clínicas reseña que la cifra de pacientes sobrepasa los 30.000. Sin embargo, el número de pacientes

ya atendidos no fue suficiente para dar respuesta al número requerido para los estudiantes en cada periodo académico. Y adicionalmente por la apertura de Historia Clínica de primera vez en la institución identificamos que no regresan controles posteriores. a realizarse la valoración visual cada año y se cuente con la asistencia permanente de los pacientes que ya conocen los servicios prestados y los nuevos que vienen con los estudiantes en rotación o por los diferentes canales de captación. La fidelización de los usuarios de los servicios ofrecidos por la clínica es un indicador significativo de satisfacción por la calidad de la atención (Johansson, 2002).

Considerando que la Clínica de Optometría tiene como objetivo central en su plan estratégico la formación completa y ética del talento humano estudiantil, aspirando a ser reconocida como un referente destacado en la práctica formativa a nivel nacional entre las instituciones de educación superior que ofrecen programas de Optometría. Este reconocimiento se busca lograr al formar profesionales con un elevado sentido ético, sólidos conocimientos técnicos y científicos, así como una marcada responsabilidad social, contribuyendo así al desarrollo integral tanto de los individuos como del país (U.S.T., 2021c). Para él logro de la afluencia de pacientes que garanticen los propósitos de resultado de aprendizajes en la formación de talento humano en optometría es necesario identificar porque no retorna los usuarios del servicio, para esto se pretende medir el nivel de satisfacción de los pacientes que asisten a la clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás.

Actualmente, la Clínica de Optometría cuenta con protocolos establecidos para la asignación de citas por parte del personal auxiliar administrativo, que debe estar capacitado con la información académica para dar respuesta adecuada a este proceso. La rotación de personal no permite la adherencia al conocimiento de la programación de agendas y en oportunidades se presentad errores en las áreas de atención y los pacientes terminan desertando del servicio por no

encontrar respuesta a sus necesidades oportunamente. Otra causa de pérdida de pacientes es dada por las necesidades de la academia en el desarrollo de competencias, habilidades y destrezas un paciente puede requerir de varias citas para la valoración antes de darle solución a su motivo de consulta.

Con base en lo expuesto anteriormente, el presente trabajo contribuirá a la identificación del nivel de satisfacción de los Pacientes que Asisten al Servicio de Optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás en el Primer Semestre del Año 2022 y de los factores que influyen en que los pacientes no regresen a hacer uso de los servicios ofertados y, por tanto a la posible toma de decisiones para mejora en pro de la formación de los estudiantes y del servicio de la comunidad.

1.2 Formulación del problema

¿Qué elementos se deben considerar en una propuesta para mejorar el nivel de satisfacción de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás?

1.2.1 Sistematización del problema

¿Cuáles son las expectativas de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás?

¿Cuáles son las percepciones de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás?

¿Qué acciones son necesarias para mejorar para el nivel de satisfacción de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, considerando las brechas existentes entre expectativas y percepciones?

1.3 Justificación

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) describe un servicio de atención médica como un conjunto de atributos que posibilitan la satisfacción de las necesidades y expectativas del usuario (Mendoza, & Palencia, 2020), ofreciendo una atención integral de salud a la población en todas las etapas, desde la educación, información y promoción de la salud hasta la prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación, garantizando la cantidad, oportunidad y eficiencia en la prestación de servicios. (Salud Universal 2020). Acorde a los lineamientos y siguiendo los parámetros del Plan General de Desarrollo 2020 - 2022 y el Plan Integral Multicampus 2016–2027 (PIM) “Comprometidos con la excelencia”. Se realiza la atención de los pacientes en la clínica por parte de los estudiantes, asistidos por los docentes asignados a la relación de docencia servicio desarrollan competencias en las diferentes áreas del conocimiento contenidas en el plan de estudios de los programas de la Facultad de Optometría.

La satisfacción del paciente se ha convertido en un indicador significativo de calidad en la atención, y es esta medición la que se pretende realizar con los usuarios de los servicios de la clínica. Como docente participante del modelo docencia servicio he tenido la oportunidad de observar el proceso y surge el tema a investigar del por qué el bajo número de pacientes que asisten a la institución, trayendo como consecuencia la dificultad de garantizar la realización de los contenidos prácticos que les proporciona las competencias y el logro de los resultados de aprendizaje esperados para cada nivel en la formación de los estudiantes de la Facultad.

La Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás tiene un propósito social distinto, ya que su enfoque principal no es la prestación de servicios de salud. No obstante, debido a las necesidades inherentes a su actividad, habilita servicios de salud, ofreciendo atención de baja complejidad. Su principal objetivo es la formación de profesionales en optometría, centrando su misión en la promoción de la salud, prevención de enfermedades, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación, cumpliendo con los estándares del Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad en Salud y el enfoque de seguridad del paciente.

La organización se compromete a brindar una formación integral y ética al talento humano, al mismo tiempo que busca mejorar la expectativa y calidad de vida de la población en Santander y el nororiente colombiano. Aspira a convertirse en un referente nacional en práctica formativa, destacándose entre las instituciones de educación superior con programas de Optometría. Este reconocimiento se busca alcanzar al formar profesionales con un elevado sentido ético, sólidos conocimientos técnicos y científicos, así como una marcada responsabilidad social, contribuyendo al desarrollo integral de los individuos y del país.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta para mejorar el nivel de satisfacción de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar las expectativas de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás.
- Describir las percepciones de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás
- Proponer acciones de mejora para optimizar el nivel de satisfacción de los pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, considerando las brechas existentes entre expectativas y percepciones.

2. Marco referencial

2.1 Antecedentes

Cada institución donde se presten servicios de salud tiene un contexto diferente y los factores que influyen en la satisfacción de los usuarios también lo son. Es por esto que se deben tener las estrategias y los procesos individuales que dan respuesta a las necesidades, pero siguiendo los conceptos ya establecidos y los resultados de estudios que aporten a la solución de los problemas presentados, encaminados a la excelencia en el servicio.

2.1.1 Antecedentes en el ámbito internacional

Pedraja-Rejas et al. (2019), en el estudio donde evaluaron la percepción de la calidad del servicio brindado por el Hospital Regional Dr. Juan Noé Crevani y los cinco Centros de Salud de la Familia de la ciudad de Arica, Chile. Utilizando la metodología del modelo Servperf, a través de la encuesta de diseño con cinco dimensiones: Elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de

respuesta, seguridad y empatía. Los resultados obtenidos en este trabajo pueden servir para desarrollar un diagnóstico actualizado de la salud pública de esta ciudad, destacando las principales capacidades y aspectos a mejorar.

Costa et al. (2020), evaluaron los atributos esenciales y derivados de la atención primaria de salud desde la perspectiva de los usuarios y profesionales de los servicios de salud de 35 establecimientos de atención primaria de salud en São José, Delaware Ribamar en el estado de Maranhão, Brasil. Se recolectaron datos de 73 profesionales de la salud y 386 usuarios del servicio encontrando que las diferencias de percepción entre los profesionales de la salud y los usuarios de los servicios revelan que las necesidades de salud de la población no se están satisfaciendo en este nivel de atención. Una vez más se identifica la necesidad de implementar indicadores que permitan medir la percepción de los usuarios, no existe una mejor estrategia para lograr la calidad de los servicios y la satisfacción de quienes los reciben que la información brindada por los mismos usuarios. Frente a la importancia, se identifica la relevancia de conocer la percepción del usuario en los procesos de calidad.

Según Mendoza y Placencia (2020), llevaron a cabo un estudio cuyo objetivo era comparar el nivel de satisfacción de los pacientes con la calidad de atención proporcionada en el servicio de oftalmología de un hospital de segundo nivel entre los años 2014 y 2018. Además, buscaban determinar la calidad global en el año 2018 mediante un enfoque de estudio observacional, transversal y analítico. La muestra para este estudio consistió en 678 pacientes, y se emplearon dos instrumentos de evaluación: SERVQUAL, que evalúa la satisfacción en cinco dimensiones de calidad, y SERVQHOS, que mide la satisfacción respecto a la calidad global del servicio recibido. Este estudio proporcionó información esencial para la formulación de estrategias que permiten la mejora continua y contribuyen a que las instituciones evaluadas alcancen la excelencia en los

servicios que ofrecen. En este contexto, se destaca la utilización del modelo SERVQUAL como un eje metodológico clave para la recopilación y evaluación de datos en el estudio.

2.1.2 Antecedentes en el ámbito nacional

Para Numpaque y Rocha (2016), en la revisión detallada que realizaron de los trabajos más relevantes relacionados con los modelos SERVQUAL y SERVQHOS durante el período 2010-2015. Concluyeron que la mayoría de los estudios publicados entre 2012 y 2014, usaron la escala de medición Servqual haciéndola la más popular en Colombia. También que los servicios más evaluados fueron hospitalización, cuidados de enfermería y hemodiálisis. Demostrando que en el área de la salud visual y en instituciones restadoras de servicios de salud con objeto social diferente no se encuentran estudios que nos puedan brindar información para la implementación de políticas que conlleven a la satisfacción de nuestros usuarios.

Según García y Monroy (2017), en su investigación titulada "Calidad: Concepto, Evolución y Líderes del Sector Salud", llevaron a cabo una revisión bibliográfica con el objetivo de recopilar información sobre los antecedentes del concepto de calidad y su aplicación en Colombia, específicamente en el sector salud. El resultado de este estudio proporcionó una guía detallada sobre la evolución global del concepto de calidad, destacando a sus principales exponentes, y exploró su relación con el sector salud en Colombia. La importancia de este estudio radica en la capacidad de identificar claramente los dominios o atributos que pueden influir en la percepción de los usuarios de los servicios de salud en el contexto colombiano. Al comprender la evolución de la calidad y sus aplicaciones en el sector salud, se pueden establecer criterios y estándares más efectivos para mejorar la calidad de los servicios y satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios. En resumen, la investigación de García y Monroy proporciona una

visión integral de la calidad en el sector salud, abordando antecedentes, evolución y líderes en el campo. Esto contribuye a una comprensión más profunda de los factores que impactan la percepción de los usuarios, facilitando así la mejora continua de la calidad en los servicios de salud en Colombia.

Para Pulido et al. (2018), el analizar la percepción de calidad en la prestación de servicios de salud en un hospital de atención pública, en las consultas de urgencias y consultas externas del Hospital Lázaro Alfonso Hernández Lara, en Colombia, los datos recolectados a 220 pacientes se obtuvieron a través de la encuesta SERVQUAL, que mide la percepción de calidad, brindando un panorama de que pese a que se tengan políticas de atención con el objetivo de calidad en los servicios prestados se da que la percepción de los usuarios no es la esperada y nos permite levantar planes de mejora continua, procesos que se deben implementar constantemente en la atención en salud.

Para Nieto et al. (2018), en la búsqueda en las bases de datos Medline, Embase, OVID, Lilacs, Ebsco, Scielo y e Cochrane Library para identificar aquellos instrumentos, cualitativos o cuantitativos, que permitan medir la calidad del servicio de salud percibida por los pacientes. Les permite la descripción de algunos indicadores que ayudan a evaluar la calidad del servicio de salud, pero se ratifica que la percepción de los usuarios es un tema muy complejo que tiene factores externos e internos que influyen en cada uno en particular. El aporte de este estudio es la validación de la escala Servqual en el ámbito hospitalario, importante para la determinación que será la escala utilizada en esta investigación.

2.1.3 Antecedentes en el ámbito local

Para Monsalve (2014), en el proyecto de investigación de Gestión de la Calidad del Servicio en los Hoteles Pyme de Bucaramanga y su Área Metropolitana, la importancia de esta investigación y el análisis de la información recolectada está en que sus líderes puedan emprender acciones de mejora en sus establecimientos, dada la fuerte competencia que ha ingresado a la ciudad y a los cambios en las preferencias de los consumidores. Nuevamente se da como resultado que la satisfacción de los usuarios de un servicio en este caso de hoteles es un fuerte indicador de la calidad de lo ofertado y de conocer las necesidades del mercado objetivo.

Para Peñafort y Ramírez (2020), diseñar una propuesta de mejora para el proceso de servicio al cliente del Centro Médico Quirúrgico la Riviera S.A.S., por medio de la aplicación del modelo SERVQUAL, con el propósito de vislumbrar la competitividad organizacional, les permitió diagnosticar la situación actual con respecto a las percepciones y expectativas de los usuarios, por medio de las cinco dimensiones que forman parte del modelo. Con esta metodología lograron recolectar la información necesaria y realizar el análisis exhaustivo que los lleva a realizar la mejora continua para la calidad de los servicios ofertados y la satisfacción de los usuarios.

Según Sáenz et al. (2020), en su investigación titulada "Percepción sobre la humanización en la atención odontológica por pacientes atendidos en las clínicas integral del adulto I, II, III y IV con tratamientos terminados, año 2019 de la Universidad Santo Tomás", llevaron a cabo una encuesta que abordó los estándares de acreditación en salud del PNMCS 2016-2021. Los resultados obtenidos fueron calificados como excelentes, proporcionando una certeza de que la formación humanista de los profesionales provenientes de la Universidad Santo Tomás posee los valores necesarios para ofrecer una atención integral que abarque todas las dimensiones del ser humano. Este hallazgo refleja la efectividad de la formación recibida en la universidad en términos

de humanización en la atención odontológica. La obtención de resultados excelentes en la percepción de los pacientes indica que los profesionales formados en la Universidad Santo Tomás están dotados de valores humanistas que se reflejan en una atención integral que considera todas las facetas del individuo.

En la Clínica de la Universidad Santo Tomas a pesar de tener una gran trayectoria, no se conocen resultados de evaluaciones previas para determinar la calidad del servicio prestado, por lo que se considera Importante conocer la perspectiva de los usuarios sobre los servicios recibidos.

2.2 Marco Teórico

En este apartado se exponen los conceptos utilizados en el desarrollo del trabajo.

2.2.1 El servicio

El servicio es sin duda elemento fundamental en todas las organizaciones, todas las actividades realizadas buscan satisfacer las necesidades de los clientes.

En la real academia define servicio (del latín *servitium*) como acción y efecto de servir, como servicio doméstico e incluso como conjunto de criados o sirvientes. Otros autores definen servicio como:

“Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios” Fisher y Navarro, 1994, p.185 (como se citó en Duque, 2005, p. 64).

“Es el trabajo realizado para otras personas” Colunga, 1995, p. 25, (como se citó en Duque, 2005, p. 64).

“Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas” Fisher y Navarro, 1994, p. 175 (como se cito en Duque, 2005, p. 64).

“Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” Kotler, 1997, p. 656, (como se citó en Duque, 2005, p. 64).

2.2.2 Servicio al cliente

“Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo” Horovitz, 1990, p. 7, (como se citó en Duque, 2005, p. 65).

“Aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quedó satisfecho con dicha actividad” Peel, 1993, p.24, (como se citó en Duque, 2005, p. 64)

“El servicio al cliente, es una gama de actividades que, en conjunto, originan una relación” Gaither, 1983, p.123, (como se citó en Duque, 2005, p. 64).

“El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en cuenta dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa” Lovelock, 1990, p. 491, (como se citó en Duque, 2005, p. 64).

La descripción que proporcionas se refiere a la percepción del servicio, que es la impresión, ya sea positiva o negativa, que experimenta un receptor al interactuar con el proveedor del servicio. Los términos relacionados con el servicio, como "servicio", "servir" y "servicial", se asocian con

la prestación de una función, ayuda o favor por parte del proveedor al receptor. Además, se menciona el concepto de "clientes", que son aquellas personas que adquieren productos o servicios con el objetivo de satisfacer sus necesidades o deseos.

En resumen, la percepción del servicio se basa en la sensación que experimenta el receptor al recibir la prestación, y los términos asociados reflejan la naturaleza colaborativa y orientada a la satisfacción de las necesidades del cliente en la relación proveedor-cliente.

2.2.3 Características del servicio

Las características del servicio, según Lira (s.f.), abordan diversos aspectos que influyen en la calidad y la percepción del cliente. A continuación, se describen algunas de estas características:

- **Disponibilidad:** El grado en que un servicio está disponible siempre que los clientes lo necesitan. Esto implica que el servicio debe estar accesible en los momentos en que los clientes lo requieran.
- **Accesibilidad:** El grado en que los clientes en general pueden contactar al proveedor en el período en que está disponible. La accesibilidad se refiere a la facilidad con la que los clientes pueden llegar al proveedor de servicios.
- **Cortesía:** El grado en que el prestador del servicio demuestra un comportamiento cortés y profesional. La cortesía es fundamental para crear una experiencia positiva y satisfactoria para el cliente.
- **Agilidad:** El grado en que una unidad de atención rápidamente satisface las solicitudes de los clientes. La agilidad en la respuesta es esencial para cumplir con las expectativas y necesidades de manera eficiente.

- **Confianza:** El grado en que el prestador del servicio demuestra poseer las habilidades para prestar el servicio prometido de manera precisa y confiable. La confianza es clave para establecer relaciones duraderas con los clientes.
- **Competencia:** El grado en que el prestador del servicio demuestra poseer las habilidades y conocimientos necesarios para prestar el servicio. La competencia garantiza que el cliente reciba un servicio de calidad y se sienta satisfecho.
- **Comunicación:** El grado en que el personal se comunica con sus clientes, compañeros, público, etc., a través de un lenguaje simple, claro y de fácil entendimiento. Una comunicación efectiva es esencial para evitar malentendidos y garantizar una interacción fluida.

2.2.4 Calidad en la prestación de servicios de salud

La calidad en la prestación de servicios de salud es un aspecto crucial para la satisfacción de los usuarios, y la Organización Mundial de la Salud (OMS) proporciona una definición detallada de este concepto. Según la OMS, la calidad de la atención se refiere al grado en que los servicios de salud aumentan la probabilidad de lograr resultados sanitarios deseados y se ajustan a conocimientos profesionales respaldados por evidencia. Esta definición abarca diversas áreas, incluyendo la promoción, la prevención, el tratamiento, la rehabilitación y la paliación.

La calidad de la atención, según la OMS, implica la capacidad de medirla y mejorarla continuamente al ofrecer atención basada en evidencia que considere las necesidades y preferencias de los usuarios de los servicios de salud, incluyendo pacientes, familias y comunidades.

La OMS destaca varios elementos esenciales para garantizar la calidad de los servicios de salud. Estos elementos incluyen que los servicios sean eficaces (basados en evidencia), seguros (evitando daños), centrados en la persona (adecuados a preferencias y valores individuales), oportunos (minimizando tiempos de espera), equitativos (sin variaciones por razones demográficas o socioeconómicas), integrados (coordinación entre proveedores y niveles de atención) y eficientes (maximizando beneficios y evitando despilfarro de recursos).

En resumen, la OMS destaca la importancia de estos principios para asegurar que la atención médica no solo sea efectiva y segura, sino también centrada en el paciente, oportuna, equitativa, integrada y eficiente. Estos criterios son fundamentales para garantizar servicios de salud de alta calidad y satisfacer las necesidades de la población.

2.3 Principios de servicio al cliente

Los principios básicos del servicio, como se describen, son fundamentales para comprender y aplicar eficazmente el servicio en una empresa. Aquí se resumen los puntos clave:

- **Actitud de Servicio:** Implica tener una convicción interna de que servir a los demás es un honor. Esta actitud positiva y proactiva es esencial para brindar un servicio de calidad.
- **Satisfacción del Usuario:** Se centra en la intención de proporcionar satisfacción al cliente, más que simplemente vender productos. El enfoque está en cumplir las necesidades y expectativas del usuario.
- **Dinamismo y Apertura:** Dado el carácter transitorio e inmediatez de los servicios, se destaca la necesidad de una actitud positiva, dinámica y abierta. La filosofía de encontrar soluciones a los problemas refleja la naturaleza variable de los servicios.

- **Ética en la Actividad:** Se enfatiza que toda la actividad de servicio debe sustentarse en bases éticas. Es inmoral cobrar por un servicio que no se ha proporcionado ni se va a proporcionar.
- **Satisfacción Interna del Servidor:** Se destaca que un buen servidor es aquel que se encuentra satisfecho dentro de la empresa, lo que lo motiva a brindar un servicio de calidad a los clientes. La satisfacción del personal interno es crucial para la satisfacción del cliente.
- **Autoridad y Servicio:** Se establece una relación entre instituciones de autoridad y servicio. Se sugiere que alejarse del polo autoritario hacia el polo democrático es beneficioso para evitar la prepotencia y mejorar el servicio.
- **Consideración de Principios Institucionales:** Aunque cada individuo puede tener sus propios principios, se subraya la importancia de considerar y complementar los principios de la institución. La colaboración y la responsabilidad son esenciales para la práctica efectiva del servicio.

2.3.1 Las percepciones

La percepción, en términos psicológicos, se refiere a la función mental que permite al organismo recibir, procesar e interpretar la información proveniente del entorno a través de los sentidos. Desde una perspectiva comercial, la imagen de marca alojada en la mente de los consumidores constituye un conjunto organizado que se forma a partir de percepciones subjetivas, algunas de las cuales se fundamentan en las características físicas o reales de los productos. Sin embargo, muchas de las ideas que los consumidores tienen sobre los productos carecen de una base en propiedades tangibles, y lo crucial radica en las percepciones que estos tienen.

En el ámbito comercial, es esencial reconocer que los consumidores forman una imagen del servicio a partir de datos limitados. La gestión efectiva de los elementos que influyen en las percepciones de los clientes es crucial para adaptarlos a sus preferencias y satisfacción. Identificar los atributos más significativos que configuran la percepción del consumidor se convierte en una tarea fundamental.

Un aspecto clave en la percepción es el tiempo, especialmente en ciertos servicios donde la calidad de la percepción está fuertemente influenciada por el tiempo de espera para obtener el servicio. Gestionar y optimizar estos aspectos temporales se vuelve esencial para garantizar una experiencia positiva para el cliente. En resumen, en el entorno comercial, la gestión de las percepciones del cliente, basada en aspectos tangibles e intangibles, es crucial para construir y mantener una imagen de marca positiva y satisfactoria.

2.3.2 La percepción y medición del cliente en el servicio

Gutiérrez Pulido et al., (2014) precisan que las organizaciones deben prestar atención a la comúnmente llamada voz del cliente, dado que está contempla aspectos inherentes a la calidad del servicio, en tal sentido detallan que es importante tener un cuestionario apropiado en el marco vislumbrar la aplicación eficiente y generar resultados con profundidad, los cuales tengan un claro potencial de mejora, así mismo, que el ejercicio no se puede basar exclusivamente en el análisis de frecuencias.

2.3.4 Modelo Servqual

Wigodski (2003), contextualiza ampliamente en que es el modelo Servqual. Que es el cuestionario que se aplicará a los usuarios de la Clínica de Optometría de la universidad Santo

Tomás. Nos describe la aplicación, los beneficios, las dimensiones entre otras. En este contexto, se entiende que Servqual es un cuestionario que utiliza preguntas estandarizadas para medir la calidad del servicio. Esta herramienta fue desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry en los Estados Unidos, con el respaldo del Marketing Science Institute. La validación de Servqual en América Latina fue llevada a cabo por Michelsen Consulting, con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. El estudio de validación se completó en junio de 1992.

Servqual se ha convertido en una metodología reconocida y ampliamente utilizada para evaluar la calidad de los servicios, proporcionando un marco estructurado para medir las expectativas y percepciones de los clientes en diferentes dimensiones del servicio. La adaptación y validación regional de esta herramienta respaldan su aplicación en contextos específicos, como América Latina, permitiendo una evaluación más precisa y relevante de la calidad del servicio en esa región.

2.3.5 Beneficios de SERVQUAL

AMT: Ambiente Tangible

CON: Confiabilidad

REA: Reactividad

SEG: Seguridad Interpersonal

COM: Comunicación

ACC: Acceso

SUR: Surtido

Servqual, que es una herramienta que sugiere que la diferencia entre las expectativas generales de los ciudadanos y sus percepciones respecto al servicio prestado, pueden constituir una medida de calidad del servicio.

Es conocido como "Modelo de Discrepancias" y sugiere que la diferencia entre las expectativas generales de los clientes y sus percepciones respecto al servicio de un proveedor específico pueden constituir una medida de la calidad en el servicio.

2.3.6 Dimensiones de SERVQUAL

2.3.7 Percepción de las necesidades del cliente

Según Wigodski (2003), el cliente presenta ciertas necesidades reales, las cuales en ocasiones él mismo no reconoce conscientemente. Estas necesidades son captadas por el sistema con el propósito de llevar a cabo la prestación del servicio posteriormente. Algunos sistemas son capaces de identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros solamente perciben aquellas de las cuales el cliente tiene plena conciencia. Este enfoque sugiere que la comprensión de las necesidades del cliente va más allá de lo que el cliente puede expresar conscientemente y que un servicio efectivo no solo aborda las necesidades evidentes, sino que también se anticipa y atiende a las necesidades subyacentes que el cliente puede no ser capaz de articular claramente. La capacidad de un sistema para identificar y satisfacer estas necesidades no expresadas puede marcar la diferencia en la calidad percibida del servicio.

2.3.8 Expectativas del cliente

El modelo de Zeithaml et al. (1988) destaca cinco dimensiones que los clientes utilizan para evaluar una compañía de servicios. Estas dimensiones proporcionan un marco integral para comprender cómo los clientes perciben y juzgan la calidad del servicio:

- **Tangibles:** Se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Aspectos como la limpieza y la modernidad son evaluados por los clientes.
- **Personas:** Considera la apariencia física de las personas que prestan el servicio, incluyendo su aseo, olor y vestimenta.
- **Infraestructura:** Evalúa el estado de los edificios o locales donde se lleva a cabo el servicio, así como las instalaciones y equipos utilizados.
- **Objetos:** Se refiere a las representaciones tangibles del producto o servicio, como boletos, letreros y folletos.
- **Confiabilidad:** Es la habilidad de ofrecer el servicio prometido de manera precisa y exacta. Incluye aspectos como eficiencia, eficacia, efectividad, repetición y manejo de problemas.

Dentro de la dimensión de confiabilidad, se destacan factores como:

- **Eficiencia:** Desarrollar el servicio correctamente, optimizando tiempo y recursos.
- **Eficacia:** Obtener el servicio requerido, independientemente de los procesos o recursos utilizados.
- **Efectividad:** Cumplir las expectativas del cliente y obtener el servicio mediante un proceso correcto.
- **Repetición:** La necesidad de repetir un servicio mal ejecutado, implicando tiempo y esfuerzo adicional tanto para el cliente como para el sistema.

- Problemas: Atención a servicios no rutinarios que surgen debido a problemas, y la capacidad del sistema para ofrecer soluciones.
- Velocidad de respuesta: La disposición inmediata para atender a los clientes y proporcionar un servicio rápido.

3. Diseño Metodológico

3.1 Enfoque y tipo de estudio

El desarrollo del plan de mejora del nivel de satisfacción de pacientes del servicio de optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás tuvo un enfoque no experimental con diseño transversal- descriptivo. El trabajo requirió recopilar información sobre la variable de estudio que es el servicio al cliente y observación de los procesos de atención para poder analizar la información y proporcionar posibles soluciones, así mismo identificar las falencias que se están presentando en el servicio al cliente mediante aplicación de encuestas, identificación de los diferentes indicadores que permitirán realizar un análisis de datos.

De acuerdo con Hernández et al., (2014) el enfoque descriptivo busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

Los mismos autores definen que la investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. El propósito es describir variables y analizar la incidencia e interrelación en un momento dado.

3.2 Operacionalización de Variables

Tabla 2. *Definición de la variable: Servicio al cliente*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Satisfacción del cliente	Grado de percepción de un servicio, considerando las expectativas y percepciones del comprador (Romero y Romero, 2006)	El instrumento SERVQUAL propuesto por Valerie Zeithaml, A. Parasuraman & Leonard Berry en el año 1990, con escala Likert que consta de veintidós (22) preguntas con cinco dimensiones sobre la calidad del servicio como lo son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, que se implementará en esta investigación sobre las expectativas y percepciones de los usuarios, para medir la satisfacción en el servicio, mediante encuestas aplicadas a los usuarios que reciben el servicio en la Clínica de Optometría de la universidad Santo Tomás. El modelo SERVQUAL es de uso libre de acuerdo con lo indicado en el apéndice A del mismo, “Cuando <i>se considere necesario, el esquema se puede adaptar o complementar para añadirle las características específicas que respondan a las necesidades de investigación de una empresa.</i> ”

La metodología de este proyecto comenzó con la elección del tema de investigación, seguida de la revisión de antecedentes de investigaciones similares a nivel internacional, nacional y local sobre la satisfacción de los usuarios en servicios de salud. Posteriormente, se planteó el

problema, exponiendo sus consecuencias y la importancia de abordarlo. Se llevó a cabo una fundamentación teórica de los conceptos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos.

Con base en los conceptos anteriores, la SERVQUAL fue identificada como una herramienta dividida en tres cuestionarios.

En la Fase 1, se captaron las percepciones de los clientes a través de un cuestionario que contenía 22 preguntas sobre el servicio esperado de una compañía de servicio excelente. Estas preguntas se redactaron de manera genérica para ser aplicables a cualquier empresa de servicio, permitiendo la adaptación de los enunciados a las características específicas de la empresa donde se aplicaría.

La Fase 2 consistió en un cuestionario en el cual los clientes evaluaron la importancia de cada una de las cinco dimensiones del servicio.

En la Fase 3, se solicitó a los clientes sus percepciones específicas sobre la compañía objeto de estudio. Aunque los enunciados eran similares a los de la Fase 1, se aplicaron a la compañía en estudio, utilizando el nombre de esta y consultando la percepción del cliente sobre la misma.

La Fase 4 incluyó el análisis de la información recopilada a través de la encuesta en cada una de las cinco dimensiones del servicio, identificando así oportunidades de mejora en las Clínicas de la Universidad Santo Tomás.

3.3 Población y Muestra

El instrumento se aplicó a los usuarios de los servicios de la Clínica de Optometría de Universidad Santo Tomás.

El tamaño de la muestra se tomará con base a la información suministrada por la Coordinación del Servicio de la Clínica de Optometría, del número de pacientes atendidos semestralmente.

3.3.1 Caracterización de la Población

La población que fue objeto de estudio fue 1455, la cual se obtuvo por medio un censo en el primer semestre académico del año 2022, la cual se detalla en la siguiente Tabla, en tal sentido, es preciso mencionar que cada semestre se atiende una cantidad de pacientes diferentes conforme a la cantidad de alumnos.

Tabla 3. Población objetivo en el primer periodo de 2022

Semestre	# pacientes*	Porcentaje	Muestra
Séptimo	450	31%	95
Octavo	330	23%	70
Noveno	675	46%	140
	1455	100%	305**

*Cantidad de pacientes se obtiene de las actividades programadas y el número de estudiantes en el semestre.

**Muestra calculada al universo de la población 1455 pacientes en el primer periodo de 2022

3.3.2 Muestra

La muestra fue no probabilística a conveniencia, en tal sentido, se precisa que fue de 120 usuarios, los cuales fueron encuestados antes y después del servicio de Optometría, en tal sentido, se precisa que a juicio del investigador se seleccionó el tamaño muestral. En complemento, se

destaca que la cantidad de pacientes es directamente proporcional al número de los estudiantes adscritos al programa en el semestre académico.

3.3.3 Fuentes e instrumentos de recolección de datos

La información se obtuvo mediante las encuestas del modelo SERVQUAL elaborado por Zeithaml et al. (1988), con el propósito de mejorar la calidad de servicio brindada por las organizaciones, el modelo está basado en las expectativas y percepciones. Las encuestas fueron aplicadas a los usuarios que asistían a la Clínica de Optometría de la universidad Santo Tomás.

Tabla 4. Encuesta de expectativas con base al modelo Servqual

CLÍNICAS DE OPTOMETRÍA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS														
ENCUESTA DE EXPECTATIVAS														
Este instrumento se basa en el modelo SERVQUAL que permite medir las expectativas en el servicio, que ayuda con el desarrollo del proyecto de grado denominado Propuesta de Mejora del Nivel de Satisfacción de los Pacientes del Servicio de Optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, realizado por una estudiante de la Maestría en Administración. La información suministrada es solo de uso y carácter educativo														
FECHA			GÉNERO		NIVEL ESCOLARIDAD	NINGUNO TÉCNICO ESPECIALISTA	PRIMARIA TECNÓLOGO MAETRÍA	BACHILLERATO UNIVERSITARIO OTROS	ESTRATO SOCIAL					
DD	MM	AAAA	F	M					0	1	2	3	4	5
Calificación:														
Totalmente en desacuerdo=1			En desacuerdo=2		Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3			De acuerdo = 4		Totalmente de acuerdo= 5				
DIMENSIÓN	ELEMENTOS	MATERIALES O TANGIBLES	FIABILIDAD	CAPACIDAD DE RESUESTA	SEGURIDAD	EMPATIA	ATRIBUTO	1	2	3	4	5		
	1						Debería la Clínica USTA contar con equipos modernos para su servicio							
	2						Las instalaciones físicas de la Clínica USTA deberían ser visualmente agradables							
	3						Los colaboradores de la Clínica USTA deberían tener una buena presentación personal							
	4						Se debería contar con salas de espera y tiendas de Óptica cómodas y modernas							
	5						Debería recibir la atención en el horario programado							
	6						Los colaboradores deberían mostrar interés en la resolución de los problemas con el servicio							
	7						La Clínica USTA debería prestar un servicio de calidad							
	8						La Clínica USTA debería realizar la atención en el tiempo programado							
	9						Deberían recordarle la hora y fecha de cita previamente							
	10						Deberían los colaboradores dar información clara y concisa de los servicios ofertados							
	11						El servicio se debería recibir de acuerdo con los tiempos ofrecidos al usuario.							
	12						Debería sentir que se trabaja en función de satisfacer las necesidades del usuario final							
	13						Deberían tener los colaboradores la formación para resolver las inquietudes de los usuarios							
	14						El comportamiento de los empleados y PS debería transmitirle confianza							
	15						Debería sentirse seguro de usar los servicios de la Clínica USTA							
	16						Los colaboradores deberían ser amables y brindar un trato humanizado a los usuarios.							
	17						Se debería contar con colaboradores informados del servicio.							
	18						Debería recibir atención personalizada por parte de los colaboradores de la Clínica USTA.							
	19						Debería los horarios ofrecidos ajustarse a sus necesidades.							
	20						Debería usarse un lenguaje por los colaboradores de la Clínica USTA amable y comprensible.							
	21						Los colaboradores de la Clínica USTA deberían tener interés por resolver sus necesidades.							
	22						Los colaboradores de la Clínica USTA deberían identificar sus necesidades.							

Como conoce los servicios de Optometría de la Clínica USTA						
Estudiante	Comunidad Tomasina			Traído por el estudiante		Otro
	Administrativo	Docente	SI	NO	¿Cual?	
Convenio	¿Cual?					

Tabla 5. Encuesta de Percepción con base al modelo Servqual

CLÍNICAS DE OPTOMETRÍA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS																
ENCUESTA DE PERCEPCIÓN																
Este instrumento se basa en el modelo SERVQUAL que permite medir las expectativas en el servicio, que ayuda con el desarrollo del proyecto de grado denominado Propuesta de Mejora del Nivel de Satisfacción de los Pacientes del Servicio de Optometría de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, realizado por una estudiante de la Maestría en Administración. La información suministrada es solo de uso y carácter educativo																
FECHA			GÉNERO		NIVEL ESCOLARIDAD	NINGUNO	PRIMARIA	BACHILLERATO	ESTRATO SOCIAL							
DD	MM	AAAA	F	M		TÉCNICO	TECNÓLOGO	UNIVERSITARIO	0	1	2	3	4	5		
Calificación:																
Totalmente en desacuerdo=1			En desacuerdo=2			Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3			De acuerdo = 4		Totalmente de acuerdo= 5					
DIMENSIÓN	ELEMENTOS	MATERIALES	O	TANGIBLES	FIABILIDAD	CAPACIDAD	DE	RESUESTA	SEGURIDAD	EMPATIA	ATRIBUTO	1	2	3	4	5
	1										La Clínica USTA cuenta con equipos modernos para su servicio					
	2										Las instalaciones físicas de la Clínica USTA son visualmente agradables					
	3										Los colaboradores de la Clínica USTA tienen una buena presentación personal					
	4										Se cuenta con salas de espera y tiendas de Óptica cómodas y modernas					
	5										Recibió la atención en el horario programado					
	6										Los colaboradores mostraron interés en la resolución de los problemas con el servicio					
	7										La Clínica USTA presta un servicio de calidad					
	8										La Clínica USTA realizó la atención en el tiempo programado					
	9										Le recordaron la hora y fecha de cita previamente					
	10										Le fue brindada por los colaboradores información clara y concisa de los servicios ofertados					
	11										Recibió el servicio de acuerdo con los tiempos ofrecidos al usuario.					
	12										Se percibe que se trabaja en función de satisfacer las necesidades del usuario final					
	13										Tienen los colaboradores la formación para resolver las inquietudes de los usuarios					
	14										El comportamiento de los colaboradores le transmitió confianza					
	15										Se sintió seguro de usar los servicios de la Clínica USTA					
	16										Los colaboradores fueron amables y brindaron un trato humanizado a los usuarios.					
	17										Encontró los colaboradores informados de los procesos del servicio.					
	18										Recibió atención personalizada por parte de los colaboradores de la Clínica USTA.					
	19										Se ajustan los horarios ofrecidos a sus necesidades.					
	20										Usaron los colaboradores de la Clínica USTA un lenguaje amable y comprensible.					
	21										Los colaboradores de la Clínica USTA mostraron interés por resolver sus necesidades.					
	22										Los colaboradores de la Clínica USTA lograron identificar sus necesidades.					

Volvería a usar los servicios de la Clínica de Optometría USTA				SI		NO	
¿Por qué?:							

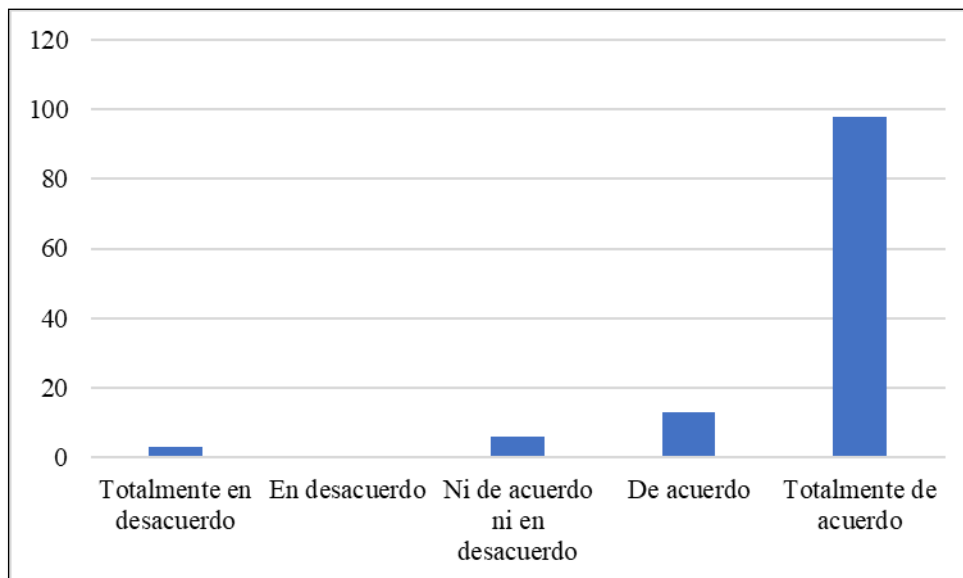
4. Resultados

4.1 Análisis de las expectativas

El análisis de las expectativas de las Clínicas de Optometría de la Universidad Santo Tomás se realizó por medio de la aplicación de una encuesta a 120 usuarios, en tal sentido, a nivel sociodemográficos los resultados indicaron que 46 son mujeres y 74 son hombres, por otro lado, se identificó que la edad con mayor relevancia es de 20 a 24 años, así como que el nivel de formación más representativo es el bachillerato, y finalmente que la mayoría de los individuos tienen un estrato socioeconómico 3. De igual manera, se complementó con las observaciones dadas por los pacientes durante el momento de la aplicación de la encuesta.

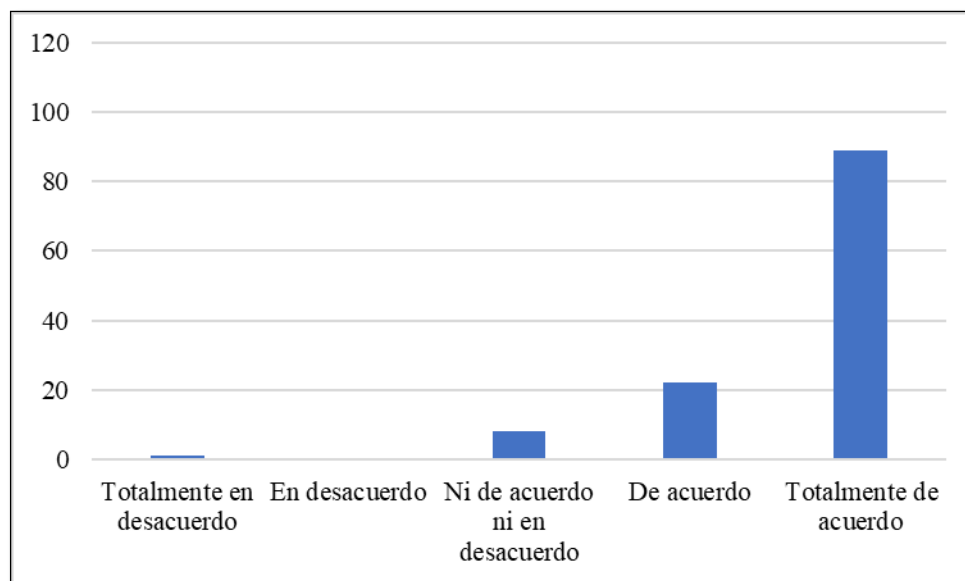
En este contexto, los resultados se exponen en las siguientes Figuras.

Figura 1. *Equipos modernos para el servicio*



En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 82% está totalmente de acuerdo, seguidamente 11% de acuerdo, 5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 3% está en totalmente en desacuerdo. Los resultados indican que los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás esperan que los equipos inherentes a los procedimientos y los tratamientos sean modernos, dicha situación se puede asociar al “Good Will” de la Institución en la sociedad. En este contexto, autores como Pérez y Suarez (2023), detallan que en la actualidad la incorporación de equipos modernos es una necesidad, y aún más precisan que se ha requerido el mejoramiento de las competencias laborales de los individuos asociados al servicio.

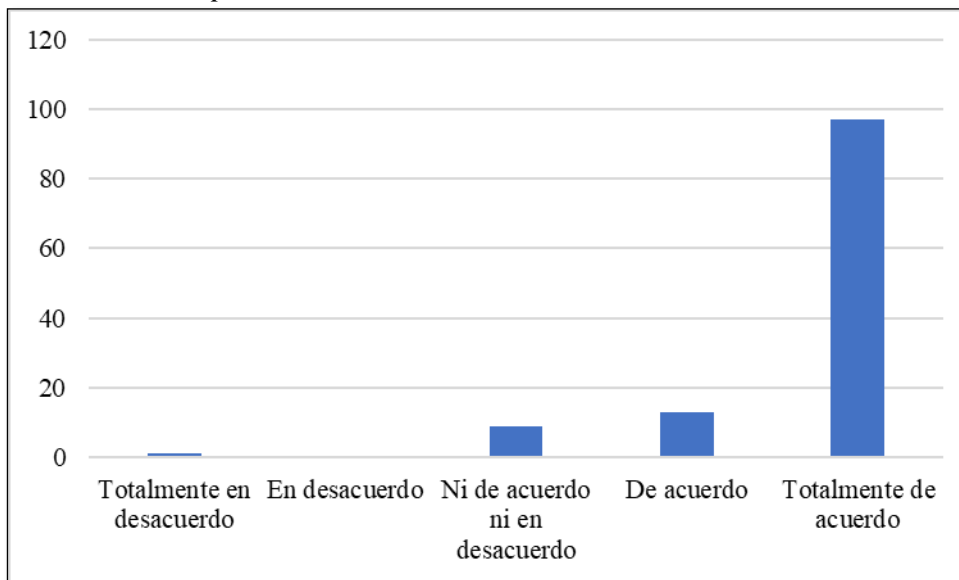
Figura 2. *Instalaciones físicas*



En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 74% está totalmente de acuerdo, seguidamente 18% de acuerdo, 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. En este sentido, la figura en mención precisa que un amplio margen de los pacientes encuestados reconoce que las instalaciones físicas de las Clínicas de Optometría

deben tener buenas características, en tal sentido, se podría inferir que asignan atributos de importancia a la limpieza y la modernidad del espacio físico. En este contexto, autores como Hernández (2022) detallan que el aspecto en mención debe ser considerado una prioridad, por consiguiente, las directivas y la alta dirección asociada al establecimiento deberán analizar al detalle la vigencia y la modernidad de los espacios asignados para los pacientes.

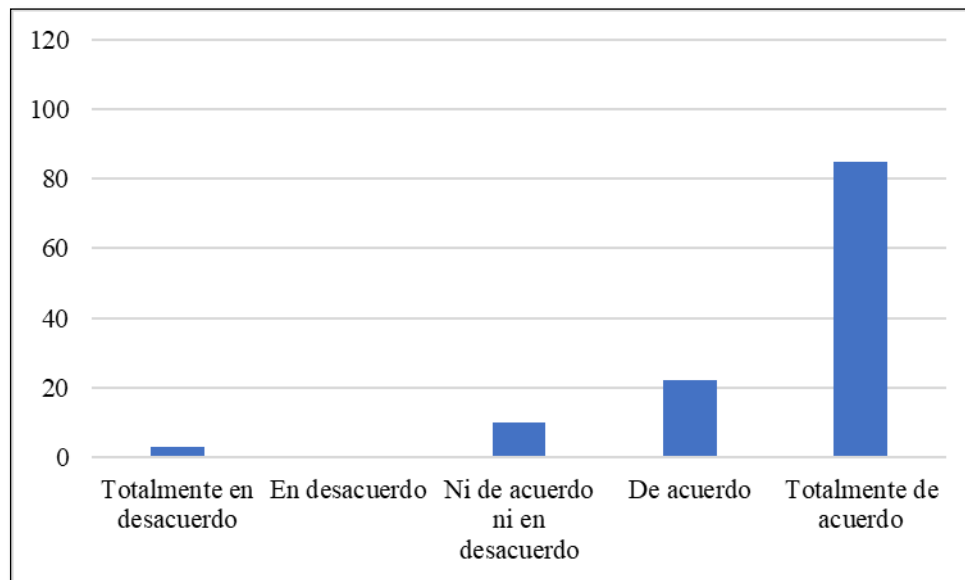
Figura 3. *Presentación personal*



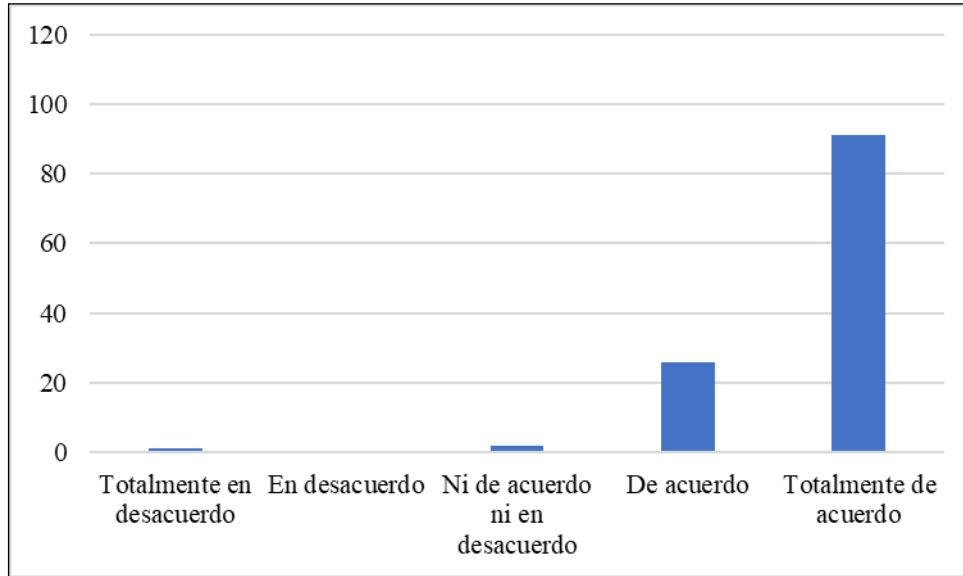
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 81% está totalmente de acuerdo, seguidamente 11% de acuerdo, 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La presentación personal se concibe como un elemento clave esperado por los pacientes de las Clínicas de Optometría de la Universidad Santo Tomás, dicha situación puede estar asociada a vincular atributos de limpieza y salubridad en la dinámica de atención al usuario. En este contexto, autores como Romero-Chávez et al., (2019) detallan que la atención en salud contempla de forma holística a todo el personal sanitario, razón por la cual se infiere que la

gestión del talento humano deberá ser un elemento clave en la prestación del servicio en el marco de vislumbrar escenarios de fidelización al usuario.

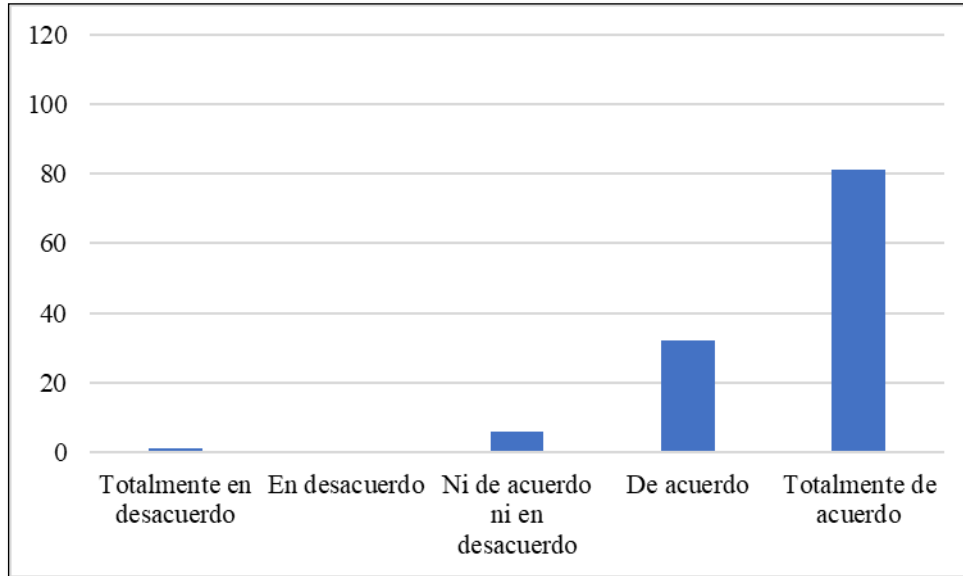
Figura 4. Salas de espera y tiendas de óptica



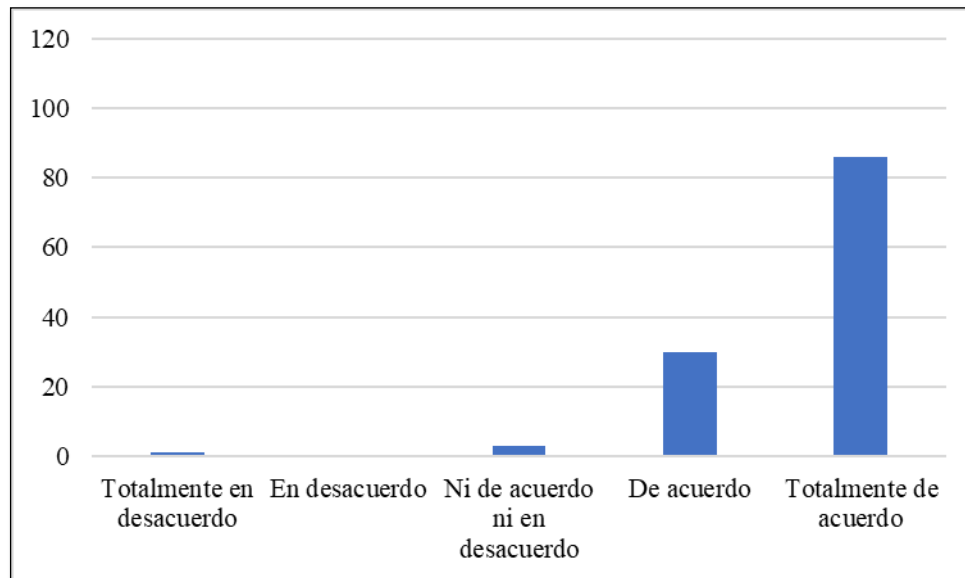
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 71% está totalmente de acuerdo, seguidamente 18% de acuerdo, 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 3% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes encuestados indican que un factor importante a considerar en la atención es el espacio asignado a las salas de espera y las tiendas de óptica, tal afirmación es representativa dado que en dichos lugares se desarrolla una instancia previa y una posterior al servicio base de las Clínicas de Optometría de la Universidad Santo Tomás. En este contexto, autores como Koerich et al. (2020), señalan que la distribución de los espacios en los servicios de salud debe posibilitar en cierto grado trazabilidad y comunicación, posibilitando así la optimización de los servicios.

Figura 5. *Horario programado*

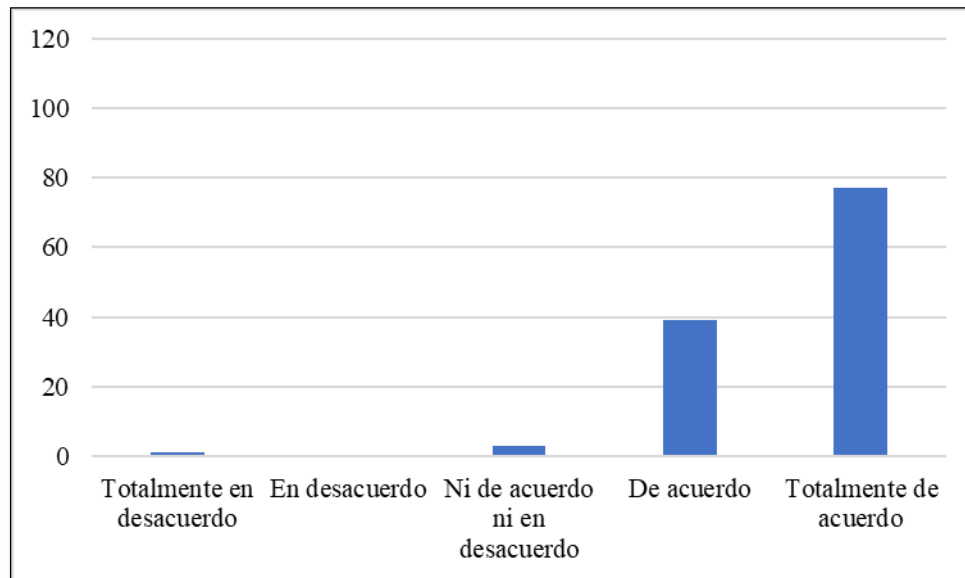
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 76% está totalmente de acuerdo, seguidamente 22% de acuerdo, 2% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. El aspecto asociado al horario programado es considerado como un elemento importante por los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, en este espacio, se evidencia que los horarios deben ser amplios, considerando las características de la población, vislumbrando un alto impacto en las partes interesadas. En este contexto, autores como Fajardo-Dolci et al., (2015) indican que los horarios de atención deben responder a las necesidades de la población y especificaciones de la zona de atención, por lo tanto, se infiere que tal tópico debe ser analizado al detalle por instancias estratégicas y operativas de la entidad.

Figura 6. *Interés en la resolución de problemas*

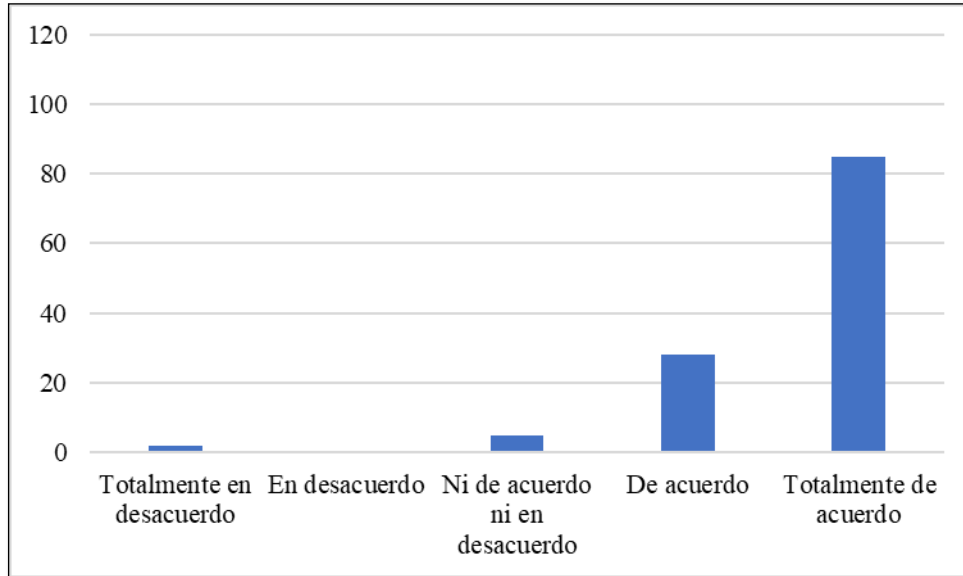
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 68% está totalmente de acuerdo, seguidamente 27% de acuerdo, 5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. El interés por la resolución de problemas es un factor altamente esperado por los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, siendo esto asociado a preferir asistir a una entidad privada ajena a la Entidad Promotora de Salud (EPS) ya sea contributiva o subsidiada. En este contexto, autores como Silva-Treviño et al. (2021), puntualizan que una aptitud favorable en el aspecto en mención se asocia en gran medida con la confiabilidad, lo cual se traduce en términos de marketing en relaciones redituables con el cliente.

Figura 7. *Servicio de calidad*

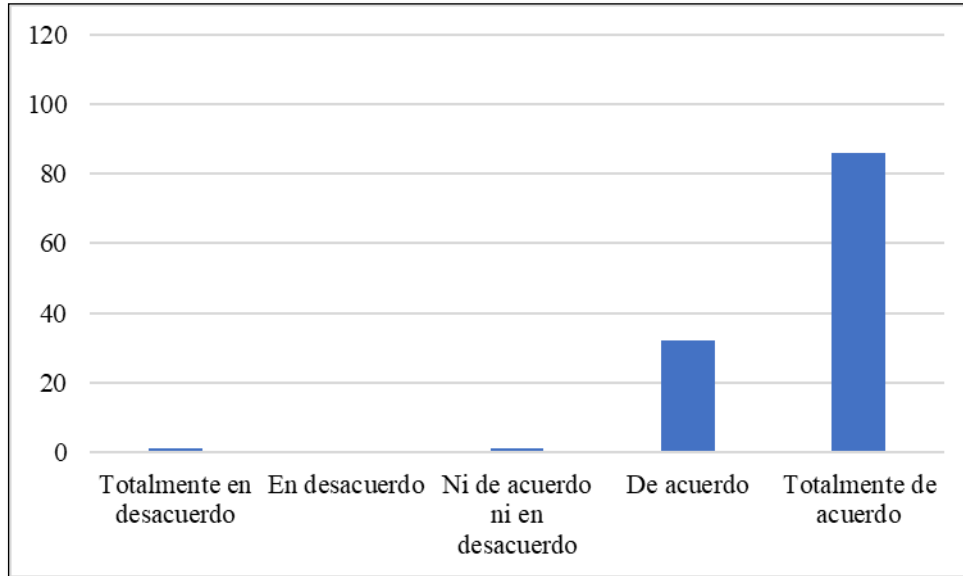
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 72% está totalmente de acuerdo, seguidamente 25% de acuerdo, 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes encuestados indican en alto grado que esperan un servicio de calidad, siendo esto notable dado que es el “core” del negocio, en otras palabras, los usuarios esperan que el diagnóstico y el tratamiento asociado a las diferentes dinámicas de optometría sea el más certero y verídico, con el fin de mejorar tópicos asociados a la calidad de vida. En este contexto, autores como Forrellat (2014) manifiesta que la calidad debe integrar diferentes enfoques, a saber, paciente, procesos, mejora continua y reconocimiento de los éxitos, en otros términos, perspectivas gana a gana con la entidad prestadora del servicio.

Figura 8. *Atención en el tiempo programado*

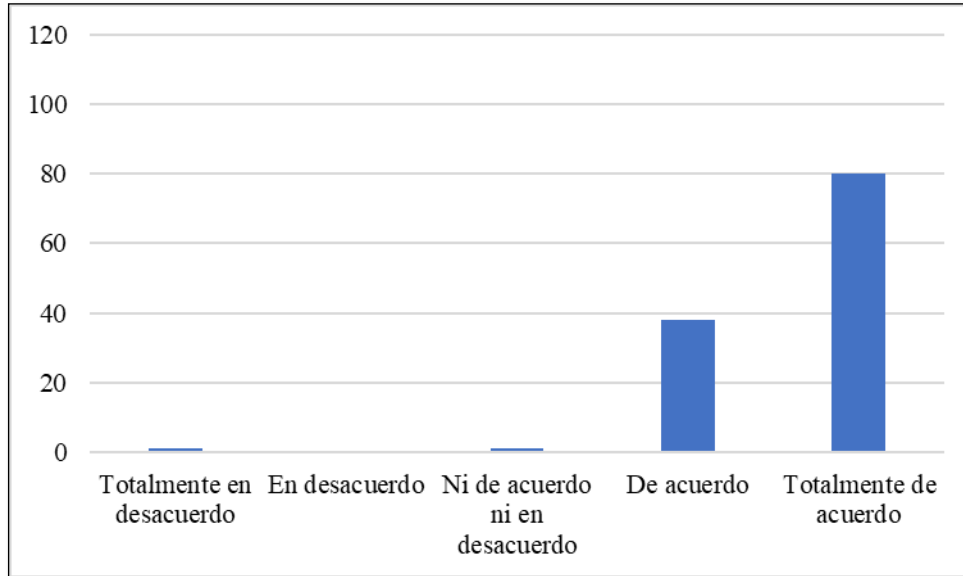
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 64% está totalmente de acuerdo, seguidamente 33% de acuerdo, 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La atención en el tiempo programado es un factor de mediana importancia según los encuestados, no obstante, a nivel específico se puede llegar a inferir que se debe garantizar el tópico en mención, puesto que los pacientes en algunas ocasiones deben modificar agendas personales para asistir en los tiempos solicitados a los establecimientos de las clínicas. En este contexto, autores como La trece P. (2013) indican que la puntualidad en un servicio de salud se encuentra asociada con la excelencia y denota respeto al paciente, así mismo, se podrían vincular características de empatía con el sujeto.

Figura 9. *Hora y fecha de cita*

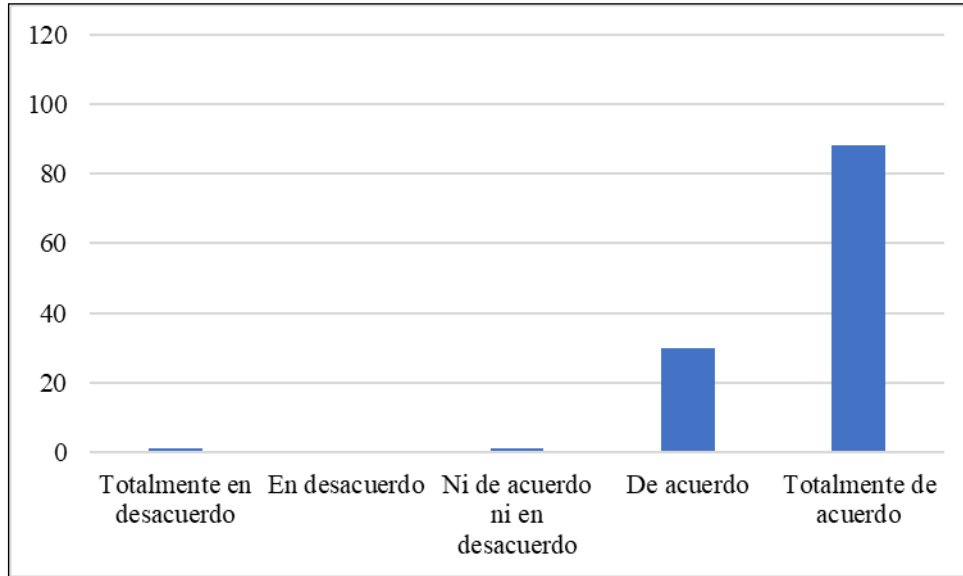
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 71% está totalmente de acuerdo, seguidamente 23% de acuerdo, 4% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 2% está en totalmente en desacuerdo. En complemento al factor anterior, se reconoce que los pacientes esperan que sean atendidos en la hora y la fecha programada en un momento inicial, siendo esto importante a nivel particular, dado que una modificación interna en el servicio afecta en menor o mayor medida la agenda individual del paciente. En este contexto, autores como Villegas et al. (2018), detallan que en la modificación de una cita se podrían utilizar factores tecnológicos en el marco de brindar elementos de actualidad a la operatividad del negocio y accesibilidad al usuario.

Figura 10. *Claridad en la información*

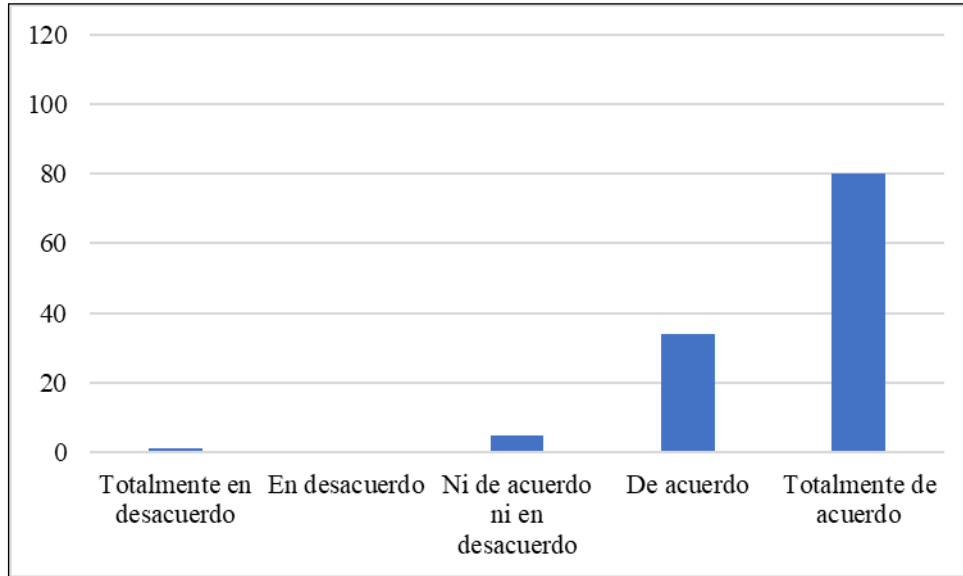
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 72% está totalmente de acuerdo, seguidamente 27% de acuerdo, 1% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes esperan en alto grado claridad en la información, siendo esto importante en la dinámica del servicio en el sector salud, puesto que un alto porcentaje de la sociedad desconoce la terminología asociada a los diagnósticos y los análisis asociados al sujeto en una historia clínica. En este contexto, autores como García (2009), manifiesta que la información brindada por una entidad de salud a un paciente es un claro generador de calidad en el servicio, por lo tanto, esta deberá tener atributos de comprensión para el sujeto directamente relacionado.

Figura 11. *Tiempos ofrecidos por el usuario*

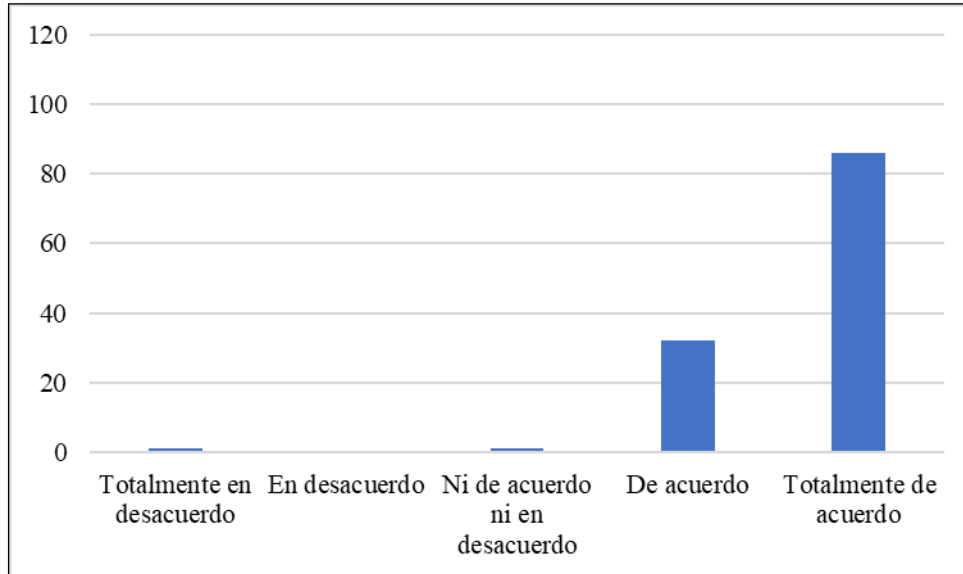
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 67% está totalmente de acuerdo, seguidamente 32% de acuerdo, 1% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes indican que esperan en alto grado que los tiempos ofrecidos por ellos en la dinámica del servicio sean satisfactorios, por consiguiente, se infiere que la hora de llegada, la espera, la atención y la salida sea en tiempos óptimos y adecuados conforme a la fase atención y la relevancia de la misma. En este contexto, autores como Rodríguez et al., (2016) detallan que los elevados tiempos de espera de los pacientes son un eslabón clave en la satisfacción del usuario, por consiguiente, el desarrollo de estudios en el tópico mencionado deberá considerarse en instancias posteriores a la presente investigación.

Figura 12. *Satisfacción de las necesidades*

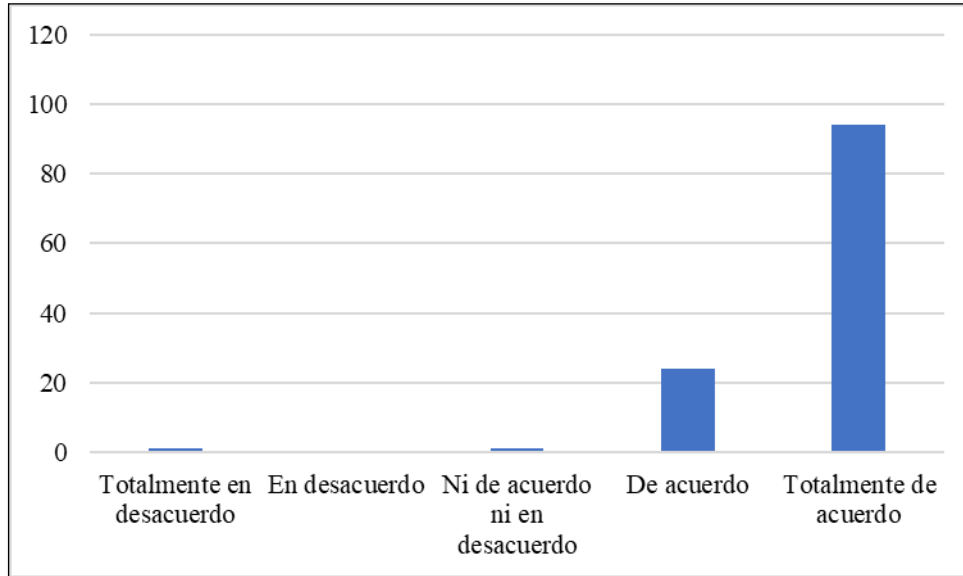
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 73% está totalmente de acuerdo, seguidamente 25% de acuerdo, 1% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La satisfacción de las necesidades es la base de las dinámicas comerciales, y el servicio de salud ofrecido por la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás no es la excepción, en tal sentido, un alto porcentaje de los pacientes indican que esperan que sean satisfechas. En este contexto, autores como Silva-Treviño et al. (2021), detallan que la recolección y el análisis de la información de los clientes son factores clave para realizar una medición objetiva de la calidad, puesto que así se reconoce si se está cumpliendo la promesa de valor ofertada.

Figura 13. *Formación de los colaboradores*

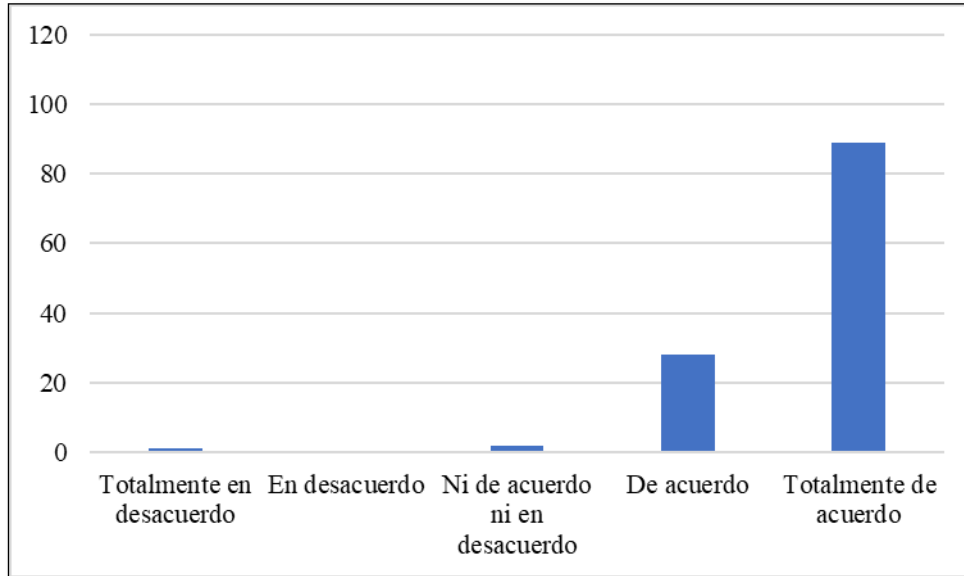
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 67% está totalmente de acuerdo, seguidamente 28% de acuerdo, 4% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La continua formación de los colaboradores asociados a los servicios de salud de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás es un tópico importante para los pacientes, razón por la cual la alta dirección deberá reconocer periódicamente las necesidades de capacitación en el marco de vislumbrar procesos de calidad por parte del personal. En este contexto, autores como Bonilla et al. (2018), manifiestan que la capacitación posibilita el desarrollo con eficiencia de la labor, particularmente, contempla instancias formales en Instituciones de Educación Superior o procesos específicos realizados en el escenario empresarial.

Figura 14. Confianza

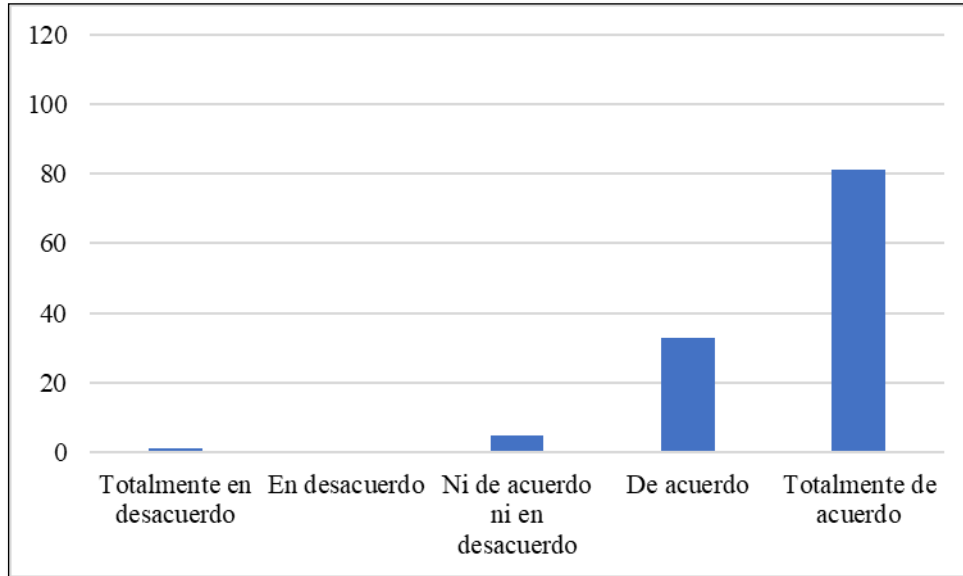
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 72% está totalmente de acuerdo, seguidamente 27% de acuerdo, 1% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está totalmente en desacuerdo. Los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás esperan tener confianza en la dinámica de la prestación del servicio de salud, siendo esto representado en la veracidad de los procedimientos y los tratamientos asignados conforme a la historia clínica del paciente. En este contexto, autores como Vargas et al. (2020), detallan que el atributo en mención facilita la continuidad de los tratamientos en el sector objeto de estudio, por lo tanto, se podría afirmar que es un claro habilitador de relaciones redituables para la entidad, así mismo, generador de calidad en el paciente.

Figura 15. *Seguridad*

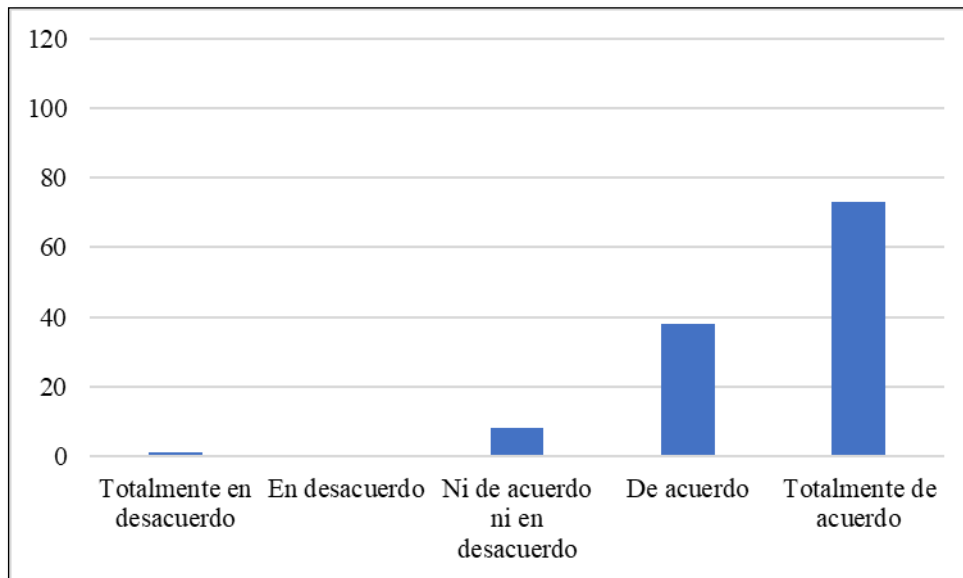
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 78% está totalmente de acuerdo, seguidamente 20% de acuerdo, 1% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes esperan reconocer alto grado de seguridad en los diferentes procedimientos y tratamientos del establecimiento, siendo esto verídico al reconocer que los ojos son el órgano impactado en el servicio de salud, y algún mal proceder podría acarrear efectos no deseados en la calidad de vida del individuo. En este contexto, autores como Figueroa y Hernández (2021), manifiestan que la seguridad debe ser enmarcada en una política empresarial, por consiguiente, se podría afirmar que dicha política deberá ser interiorizada por la totalidad del personal en el marco de generar dinámicas culturales en el atributo en mención en la organización.

Figura 16. Amabilidad

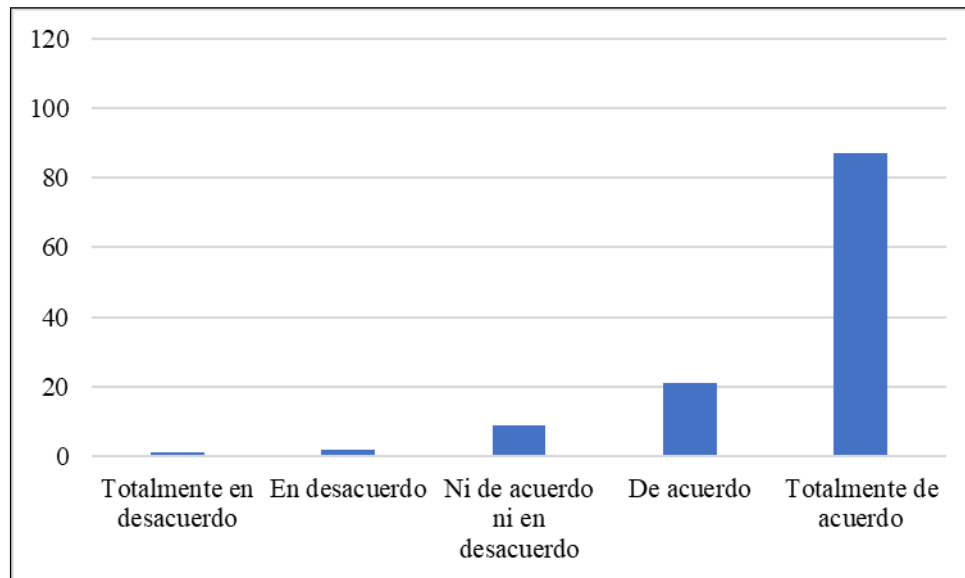
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 74% está totalmente de acuerdo, seguidamente 23% de acuerdo, 2% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La amabilidad es considerada como un factor de importancia por los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, en tal sentido, se infiere que los usuarios desean experimentar un buen trato durante la estancia en las instalaciones, siendo esto fundamental en el momento de desarrollar vínculos perdurables con el cliente. En este contexto, autores como Vargas et al., (2020) precisan que la confianza es esencial para generar un escenario de colaboración y compromiso con y para el paciente, en otros términos, garantizar dinámicas de tranquilidad en la prestación del servicio.

Figura 17. Información

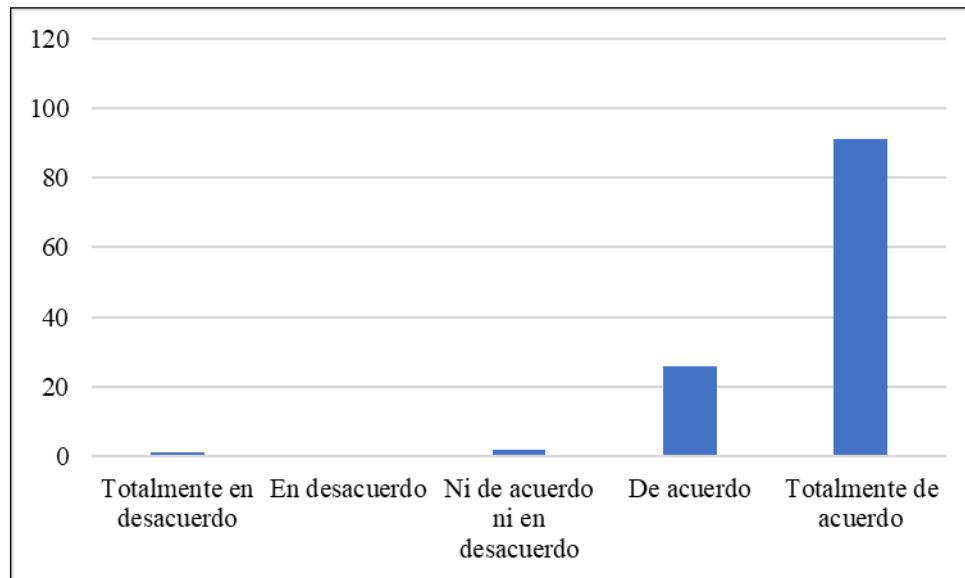
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 68% está totalmente de acuerdo, seguidamente 28% de acuerdo, 4% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes encuestados indicaron que en gran medida el personal vinculado a los procesos de atención debería estar informado sobre las dinámicas empresariales asociadas a la prestación del servicio, lo cual permite afirmar que los usuarios esperan orientaciones claras en los procedimientos y trámites asociados a las necesidades particulares. En este contexto, autores como Marulanda et al. (2018), manifiestan que la transferencia exitosa del conocimiento contempla elementos asociados a la cultura organizacional, por consiguiente, se requieren fortalecer tópicos internos para generar efectos en el mercado en el marco de la calidad y la perdurabilidad del negocio.

Figura 18. *Atención personalizada*

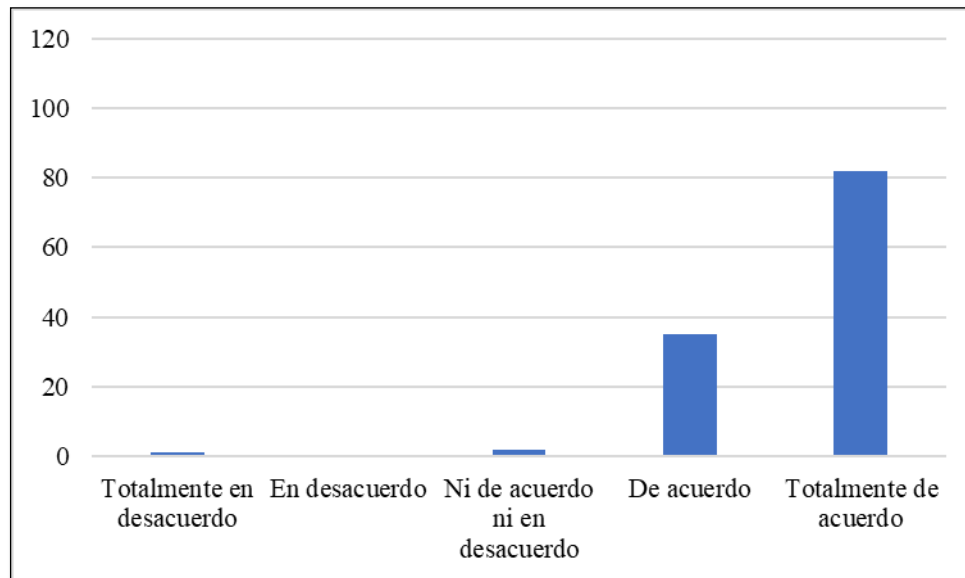
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 61% está totalmente de acuerdo, seguidamente 32% de acuerdo, 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La atención personalizada es un factor de mediana importancia en las expectativas de los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, en tal sentido, se infiere que los usuarios reconocen que no es posible trato individualizado en alto nivel, contemplando la relación paciente – profesional de salud. En este contexto, autores como Rodríguez y Ramírez (2022) puntualizan que dichos elementos deben contemplarse bajo un enfoque de la filosofía holística, considerando al individuo en todas las dimensiones anatómicas y biopsicosociales, siendo esto apoyada por la automatización y la tecnología vigente en la época actual.

Figura 19. *Horarios en el marco de las necesidades*

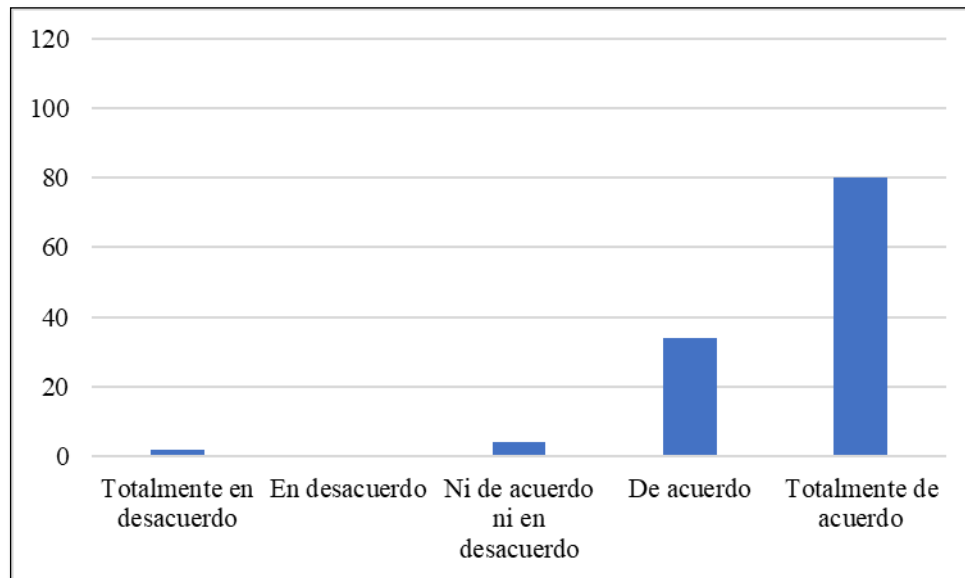
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 73% está totalmente de acuerdo, seguidamente 18% de acuerdo, 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los horarios de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás en alto grado deberían adecuarse a las necesidades específicas de los pacientes según la información recolectada, en tal sentido, es posible afirmar que en algunas instancias se puede hacer complejo la asistencia del usuario considerando ocupaciones laborales y escolares, lo cual dificulta la permanencia en el tratamiento clínico. En este contexto, autores como Molina et al., (2004) recalcan que el paciente debe tener atributos de disponibilidad y accesibilidad en diferentes momentos, dado que así podrán generarse escenarios para la satisfacción de las necesidades.

Figura 20. *Características del lenguaje*

En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 76% está totalmente de acuerdo, seguidamente 22% de acuerdo, 2% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. El lenguaje expresado por el personal de la entidad objeto de estudio en gran medida debería tener características de amabilidad y comprensión, reconociendo la importancia de dichos factores en la calidad del servicio en el sector salud, y generando dinámicas amenas al usuario. En este contexto, autores como Rodríguez y Carvajal (2010), indican que el lenguaje específico de las organizaciones hace parte del comportamiento de las empresas, dado que se encuentra vinculado con la identidad y la imagen corporativa, en otros términos, con los activos intangibles de la unidad empresarial.

Figura 21. *Interés por la resolución de necesidades*

En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 68% está totalmente de acuerdo, seguidamente 29% de acuerdo, 2% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La resolución de las necesidades es esperada en alto grado por los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, siendo esto en gran medida acotado a la mejora en la calidad de vida del usuario producto de la inmersión en tratamientos de salud de la entidad en un mediano y largo plazo. En este contexto, autores como Taype-Huamaní et al. (2019), indican que se debe buscar la forma de que el paciente reciba una atención de calidad en función de las necesidades, en tal sentido, reconocen que el uso de facilitadores podría ser una alternativa en el marco de la entrega óptima de información al paciente y a la familia.

Figura 22. *Identificación de necesidades*

En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 67% está totalmente de acuerdo, seguidamente 28% de acuerdo, 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 2% está totalmente en desacuerdo. Los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás esperan que la entidad objeto de estudio reconozca las necesidades específicas de los usuarios en el marco de propender mejores atributos en la calidad del servicio, siendo esto asociado a la identificación específica del servicio. En este contexto, autores como Clemenza et al., (2010) manifiestan que la identificación de las necesidades debe impactar a los diferentes integrantes de la organización, dado que así se pueden generar escenarios de óptimo desempeño laboral y satisfacción de la labor.

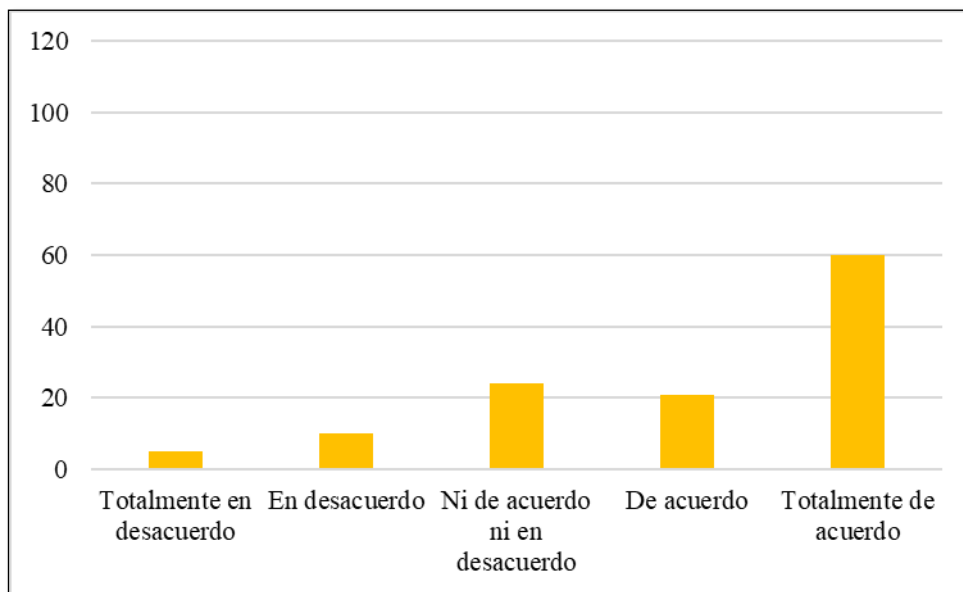
4.2 Análisis de las percepciones

El análisis de las percepciones de las Clínicas de Optometría de la Universidad Santo Tomás se realizó por medio de la aplicación de una encuesta a 120 usuarios, en tal sentido, a nivel

sociodemográficos los resultados indicaron que 46 son mujeres y 74 son hombres, por otro lado, se identificó que la edad con mayor relevancia es de 20 a 24 años, así como que el nivel de formación más representativo es el bachillerato, y finalmente que la mayoría de los individuos tienen un estrato socioeconómico 3. De igual manera, se complementó con las observaciones dadas por los pacientes durante el momento de la aplicación de la encuesta.

En este contexto, los resultados se exponen en las siguientes Figuras.

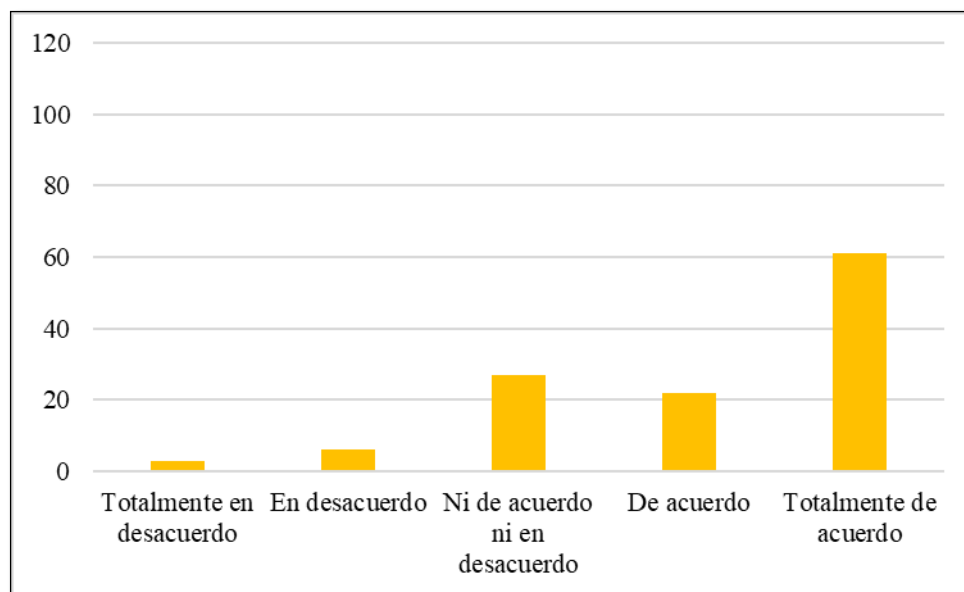
Figura 23. *Equipos modernos para el servicio*



En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 50% está totalmente de acuerdo, seguidamente 18% de acuerdo, 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8% en desacuerdo y que el 4% está en totalmente en desacuerdo. El 50% de los usuarios encuestados de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás reconocen atributos favorables en los equipos utilizados en el servicio brindado, en tal sentido, se podría afirmar que los continuos

mantenimientos y reposición de equipos han tenido un efecto favorable, no obstante, se debe tener claridad que más de 20 personas no reconocen si los equipos son modernos o poco vigentes. En este contexto, autores como Fonseca-Junio et al. (2015), indican que es importante desarrollar dinámicas predictivas en los equipos y generar una cultura en torno al mantenimiento, por medio de técnicas operativas, tales como el TPM.

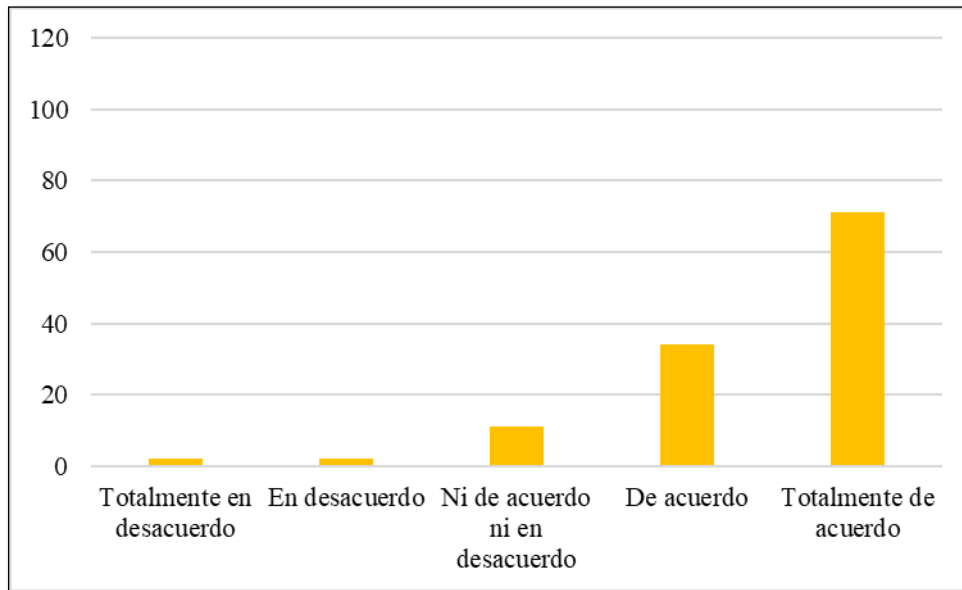
Figura 24. *Instalaciones físicas*



En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 51% está totalmente de acuerdo, seguidamente 18% de acuerdo, 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5% en desacuerdo y que el 3% está en totalmente en desacuerdo. En relación con las instalaciones físicas, el 50% de los pacientes encuestados detallan que tienen buenas características, por lo tanto, se podría afirmar que observan atributos de limpieza y modernidad en los espacios físicos, lo cual hace más placentera la estancia previa, durante y después del servicio. En este contexto, autores como Véliz et al. (2018), reconocen que en los establecimientos asociados a la prestación de servicios del

sector salud es altamente representativa la limpieza continua de los espacios de contacto o riesgosos en el marco de la propuesta de valor suministrada.

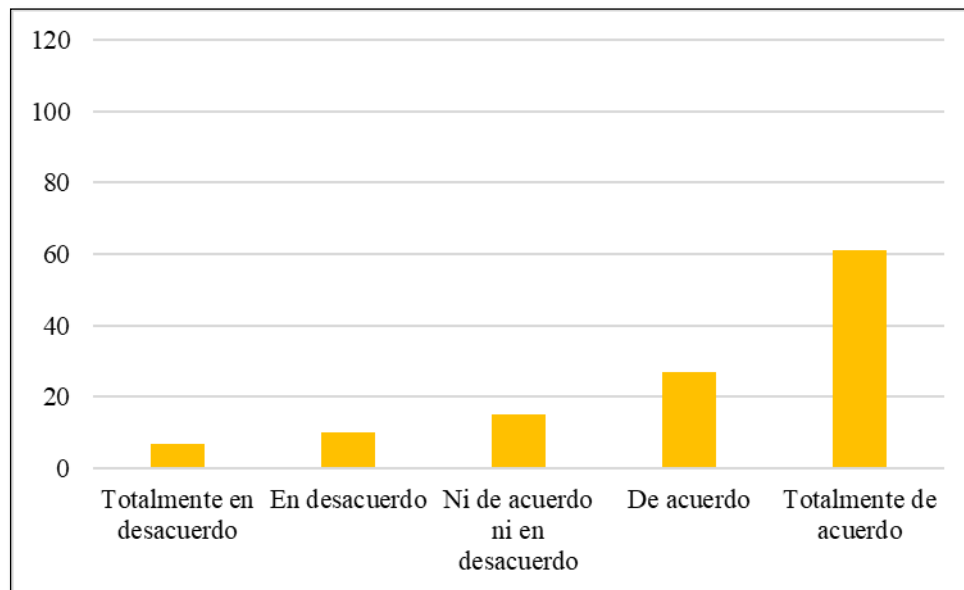
Figura 25. *Presentación personal*



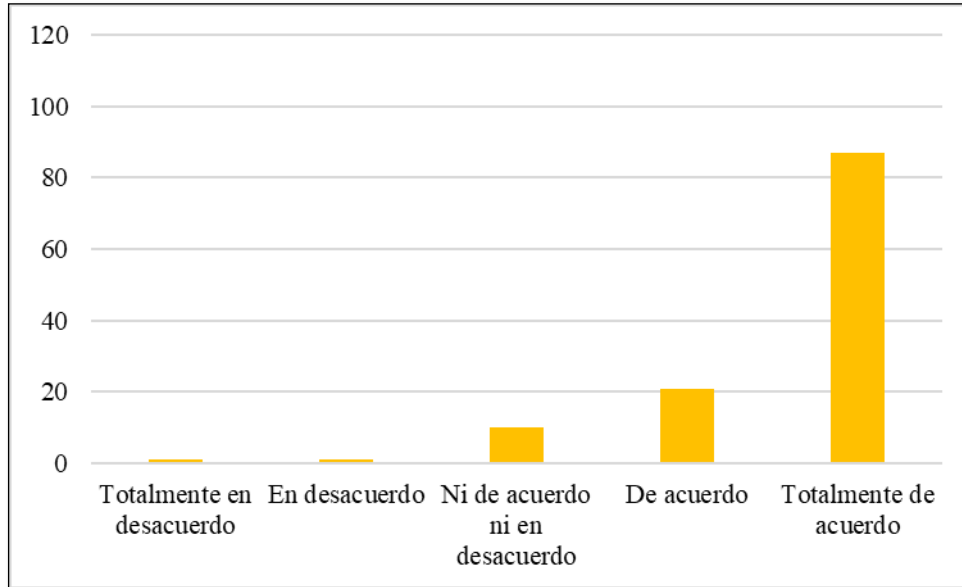
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 59% está totalmente de acuerdo, seguidamente 28% de acuerdo, 9% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo y que el 2% está en totalmente en desacuerdo. La presentación personal de los colaboradores de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás es altamente valorada por los pacientes atendidos, reconociendo que más del 80% de los encuestados están altamente de acuerdo con tal reactivo, por consiguiente, se podría afirmar que se visualizan factores de limpieza y salubridad en el servicio prestado. En este contexto, autores como Molina-Marím et al. (2016), detallan que la presentación personal en el sector salud se encuentra asociada a la apariencia física, la buena

actitud y el interés en el trabajo, por tal motivo, se infiere que a nivel cultural existen atributos sólidos en el aspecto referido.

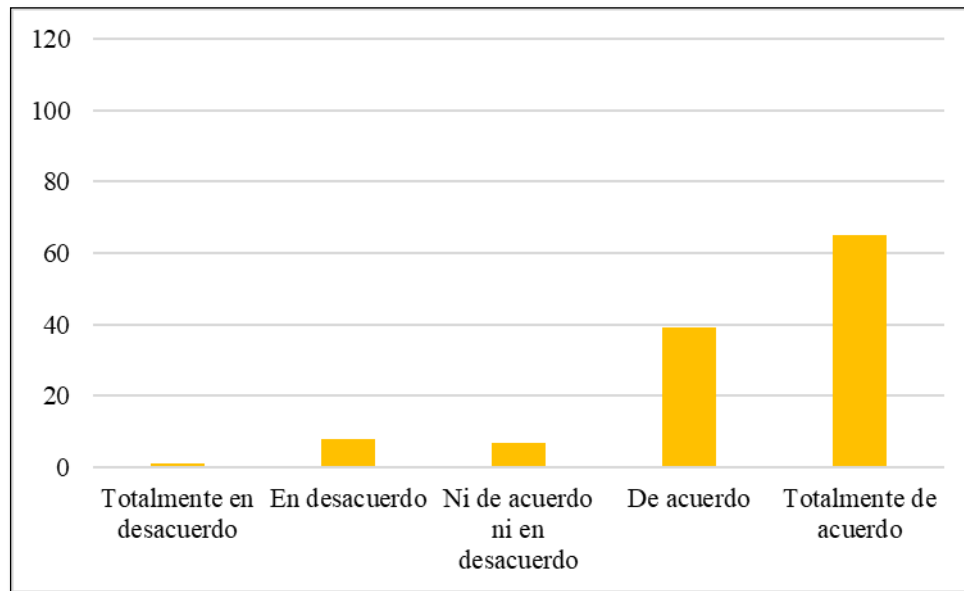
Figura 26. Salas de espera y tiendas de óptica



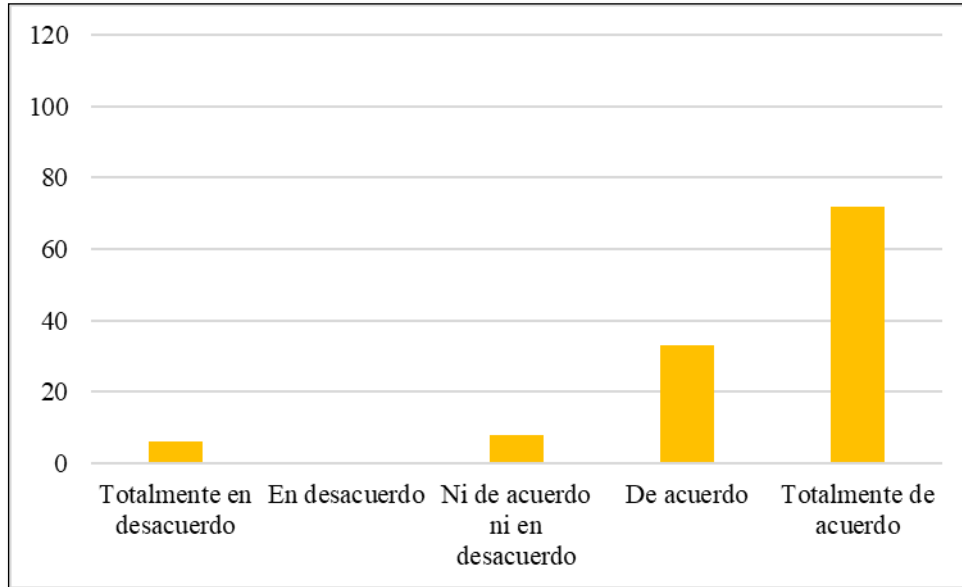
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 51% está totalmente de acuerdo, seguidamente 23% de acuerdo, 13% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8% en desacuerdo y que el 6% está en totalmente en desacuerdo. El 51% de los pacientes encuestados afirman que las salas de espera y las tiendas de la óptica son cómodas y modernas, por tal motivo, se podrían inferir que el mobiliario asociado a los espacios en mención es confortable y ameno para el paciente, brindando calificativos positivos en torno a la calidad del servicio. En este contexto, autores como Cedrés (2000), precisa que el ambiente físico debe contemplar características de privacidad, en tal sentido, denota que hay espacios que deben considerar el contacto entre los usuarios, dicho tópico podría vincular experiencias favorables o desfavorables del servicio.

Figura 27. *Horario programado*

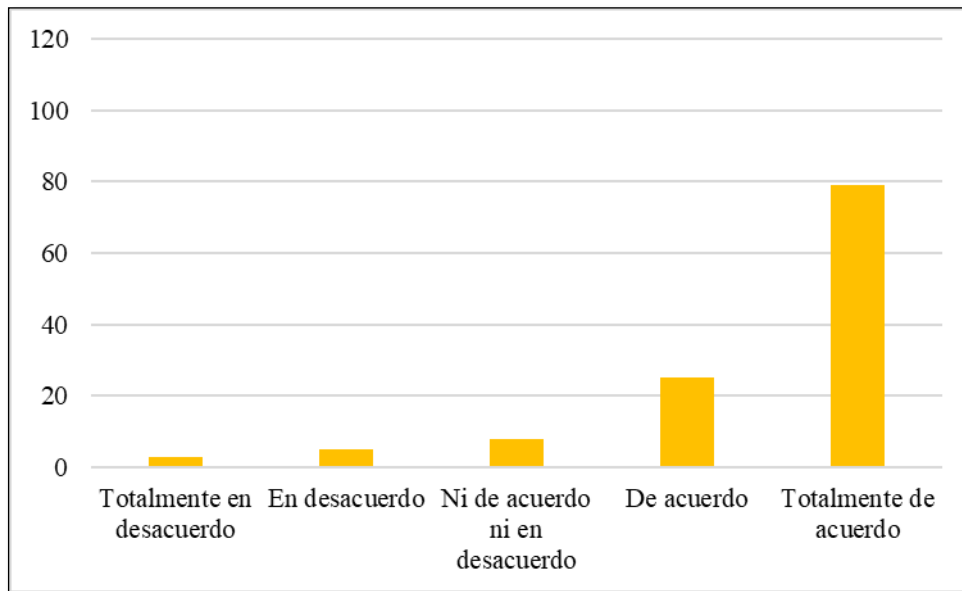
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 73% está totalmente de acuerdo, seguidamente 18% de acuerdo, 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Frente al tópico asociado al horario, más del 70% de los pacientes indican que fueron atendidos en los tiempos esperados, siendo esto bastante favorable, dado que así se podría afirmar que las agendas de los profesionales de la salud son cumplidos en alto grado, brindando atención a la totalidad de los usuarios programados. En este contexto, autores como Molina et al. (2004), manifiestan que uno de los factores clave en la atención de los usuarios en el sector salud es reconocer y mejorar los tiempos de espera inherente servicio contratado.

Figura 28. *Interés en la resolución de problemas*

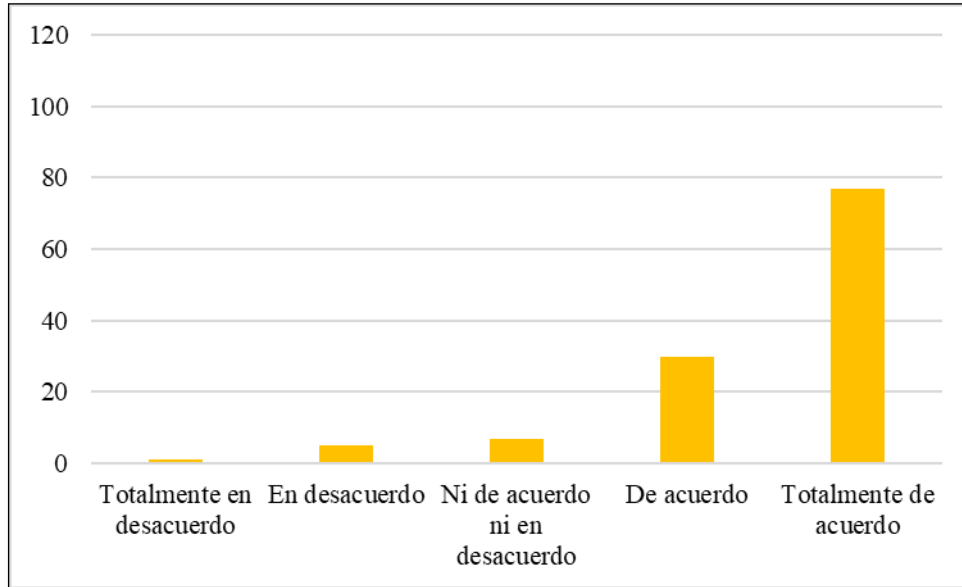
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 54% está totalmente de acuerdo, seguidamente 33% de acuerdo, 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 7% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. En relación con el interés por la resolución de problemas, se denota que es alto por parte del personal asociado a la prestación del servicio en la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, siendo esto positivo, dado que el paciente puede llegar a tener la intención de desarrollar procesos de voz a voz con individuos cercanos en el entorno laboral o familiar. En este contexto, autores como Duque (2005) destaca que la resolución de problemas debe basarse en la credibilidad, contemplando características de integridad, confiabilidad y honestidad en las relaciones empresa – cliente, dado que así su vínculo con la organización puede llegar a ser perdurable en el tiempo.

Figura 29. Servicio de calidad

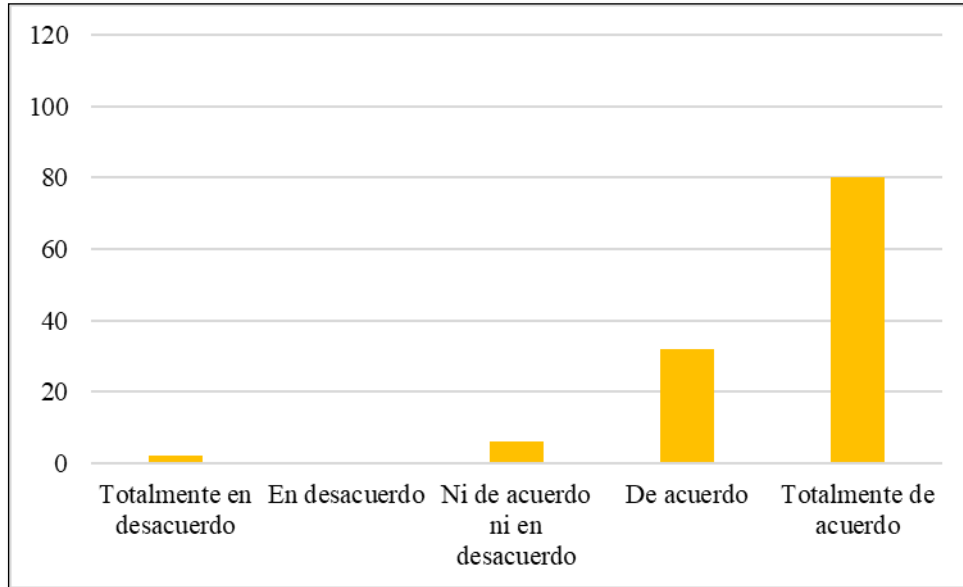
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 60% está totalmente de acuerdo, seguidamente 28% de acuerdo, 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 5% está en totalmente en desacuerdo. Por otro lado, en lo referido a la calidad del servicio se evidencia que más del 80% de los pacientes reconocen atributos favorables en las dinámicas operativas de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, siendo esto positivo, dado que es la base del negocio ofrecido por la compañía, en otros términos, es el generador de utilidad. En este contexto, autores como De La Hoz et al. (2008), indican que la rentabilidad asociada a la utilidad es uno de los objetivos más importantes para las empresas, dado que así esperan un rendimiento de lo invertido y se asocia como el resultado de las decisiones que toma la administración de una empresa.

Figura 30. *Atención en el tiempo programado*

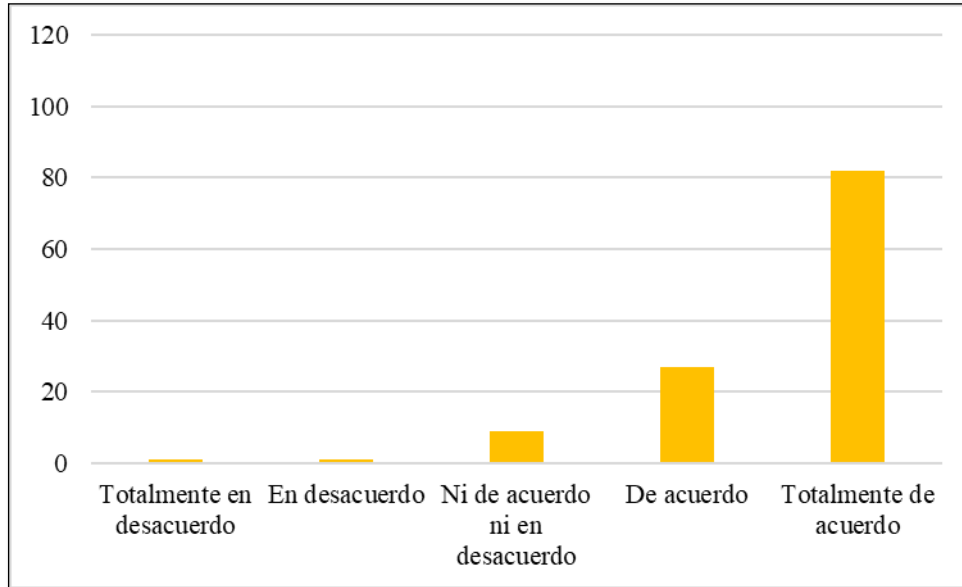
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 66% está totalmente de acuerdo, seguidamente 21% de acuerdo, 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4% en desacuerdo y que el 3% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes encuestados reconocen que en las dinámicas operativas de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás se valora positivamente la atención en el tiempo programado, siendo esto favorable, dado que así no se limita o condiciona las agendas laborales o familiares de los usuarios, propendiendo la satisfacción en los sujetos. En este contexto, autores como Losada y Rodríguez (2007) detallan que la puntualidad es uno de los principales determinantes de la calidad del servicio en salud, lo cual permite afirmar que una ventaja competitiva en dicho aspecto podría generar excelentes resultados en torno a la eficacia organizacional.

Figura 31. *Hora y fecha de cita*

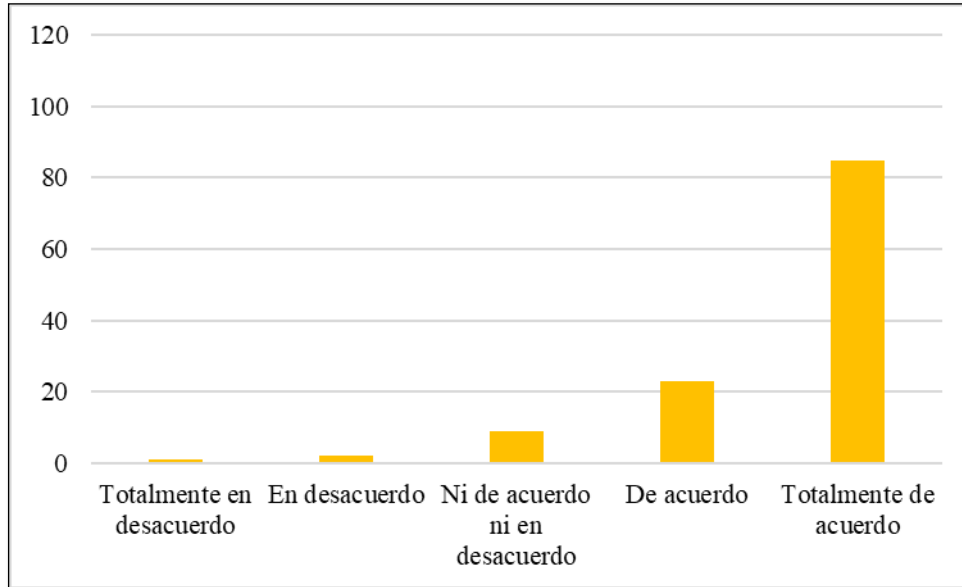
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 64% está totalmente de acuerdo, seguidamente 25% de acuerdo, 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. En complemento a lo anteriormente dicho, se evidencia que operativamente se les recuerda a los pacientes la hora y la fecha de la cita, contemplando las modificaciones no planeadas que pueden llegar a ocurrir, en tal sentido, se infiere que la vigencia de los datos personales del usuario es una base fundamental del negocio. En este contexto, autores como Meraz (2018) reconoce que las organizaciones deben estar preparadas para posibles riesgos técnicos y legales inherentes a la privacidad de la información del personal y de los clientes, dado que en la actualidad existen escenarios no deseados en la operatividad del negocio.

Figura 32. *Claridad en la información*

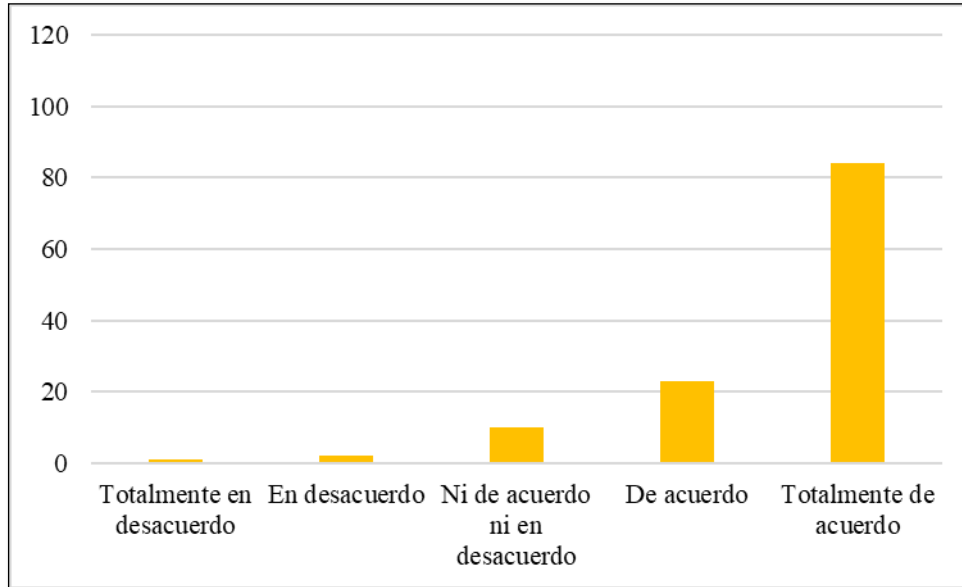
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 67% está totalmente de acuerdo, seguidamente 27% de acuerdo, 5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 2% está en totalmente en desacuerdo. De igual manera, se identifica que un alto porcentaje de los pacientes manifiestan que el personal de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás le brinda información clara, tal afirmación es relevante en la dinámica del negocio, dado que así el usuario reconoce el estado de la salud visual. En este contexto, autores como García (2009) detalla que la información brindada al sujeto es un factor clave en la prestación del servicio en el sector salud, debido a que se contemplan características de trazabilidad en los procedimientos y los tratamientos clínicos.

Figura 33. *Tiempos ofrecidos por el usuario*

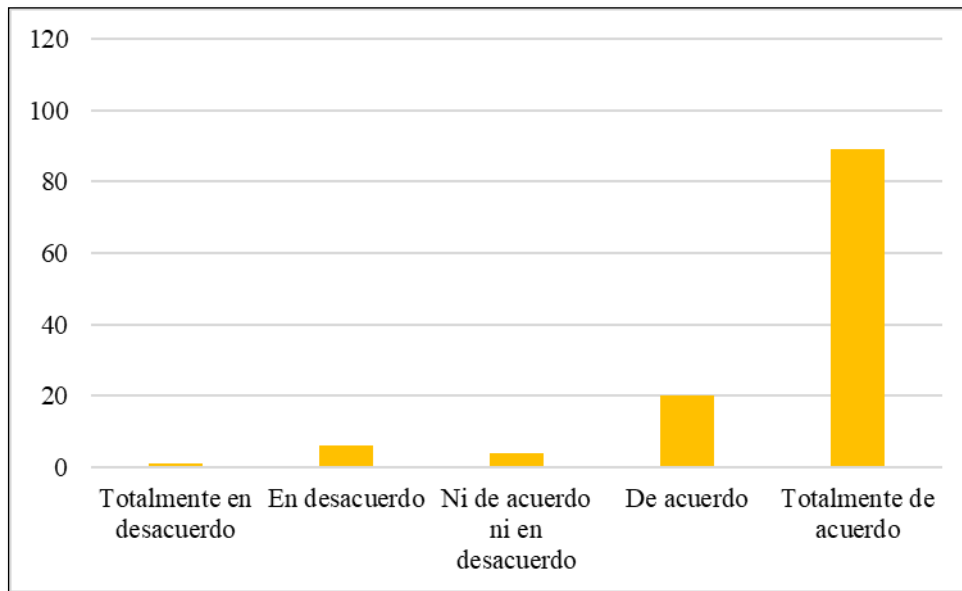
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 68% está totalmente de acuerdo, seguidamente 23% de acuerdo, 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes indican que la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás reconocen que en alto grado el tiempo de estancia fue productivo, razón por la cual se podría afirmar que el personal de salud y asistencial tiene claridad en las funciones asociadas al usuario brindando una experiencia favorable antes, durante y después del servicio. En este contexto, autores como Chacón et al. (2010), detallan que un entorno productivo en el sector salud deberá considerar aspectos tecnológicos y racionalización de las tareas de los diferentes colaboradores.

Figura 34. *Satisfacción de las necesidades*

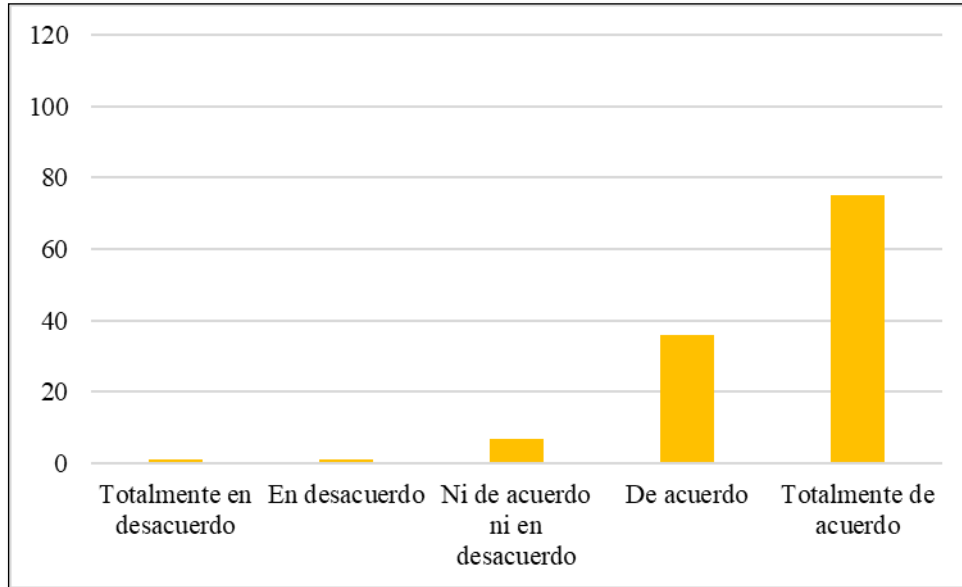
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 71% está totalmente de acuerdo, seguidamente 19% de acuerdo, 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. En relación con la satisfacción de las necesidades, más del 80% de los pacientes encuestados indican que es favorable, razón por la cual se puede afirmar que los profesionales de salud asociados al servicio buscan brindar una atención y un servicio de calidad a los individuos en el marco de vislumbrar la mejora en la calidad de vida. En este contexto, autores como Romero-Chávez et al. (2019), consideran que un aspecto clave en la dinámica del sector salud es importante el desempeño y el actuar de los sujetos se contemple el cumplimiento de principios bioéticos.

Figura 35. *Formación de los colaboradores*

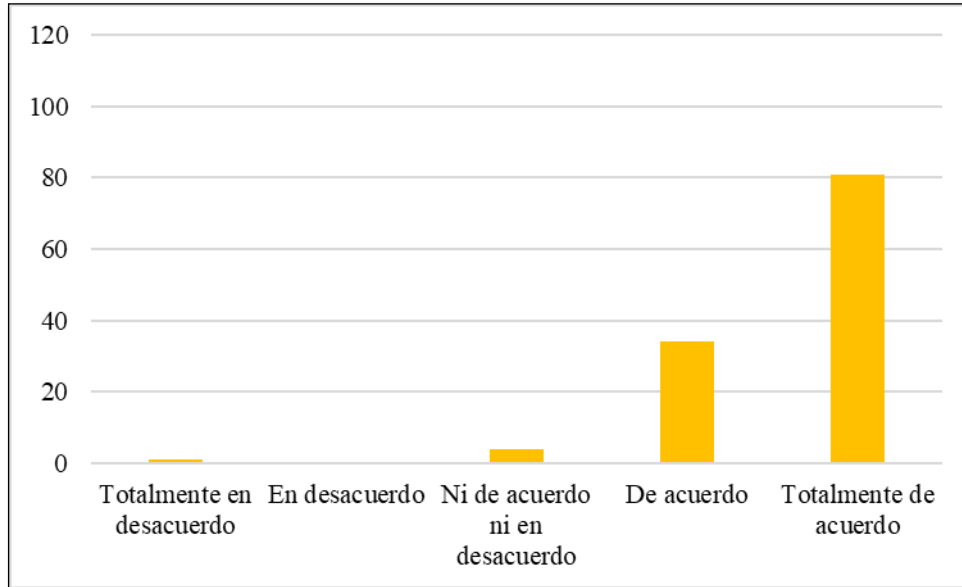
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 70% está totalmente de acuerdo, seguidamente 19% de acuerdo, 8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La formación de los colaboradores del personal asociado a la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás es calificada positivamente por parte de los pacientes encuestados, en tal sentido, dicha medición posibilita vislumbrar calificativos de confianza en la relación organización – cliente. En este contexto, autores como Díaz y Marrero (2021) indican que la capacitación debe ser considerada como un asunto estratégico en las empresas, dado que contempla efectos en el desempeño táctico de los diferentes procesos y operativo de los sujetos.

Figura 36. Confianza

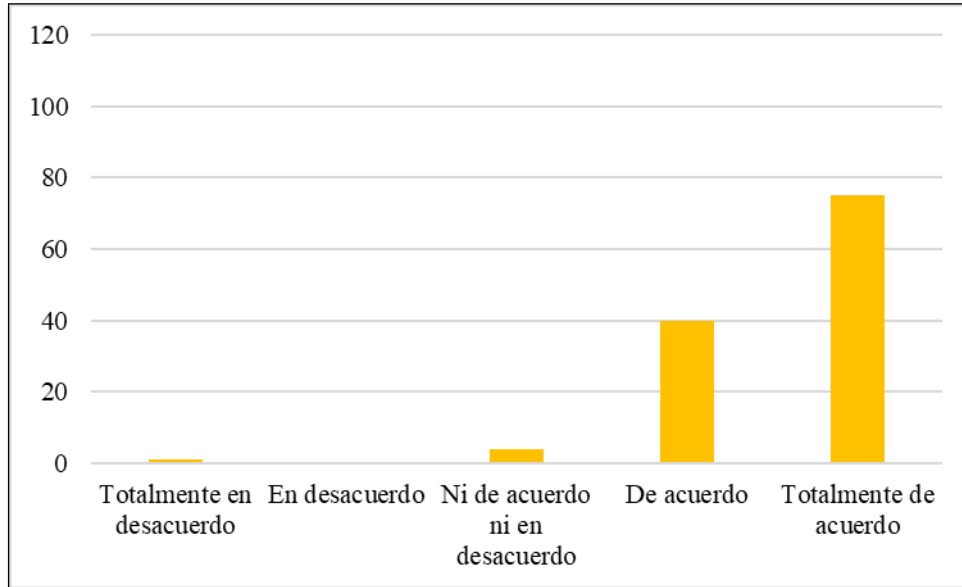
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 74% está totalmente de acuerdo, seguidamente 17% de acuerdo, 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La confianza es un atributo altamente percibido por los pacientes encuestados de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, por tal motivo, se podría afirmar que las personas creen en la veracidad de los diagnósticos clínicos suministrados por el personal de salud, lo cual se convierte en un habilitador de supervivencia y rentabilidad del negocio. En este contexto, autores como Aguilera y Puerto (2018) conciben que la confianza es altamente relacionada con la reputación de una organización, por consiguiente, el hecho de que los usuarios reconozcan dichos rasgos de forma positiva se concibe como las bases para el desarrollo de procesos de posicionamiento en el mercado.

Figura 37. Seguridad

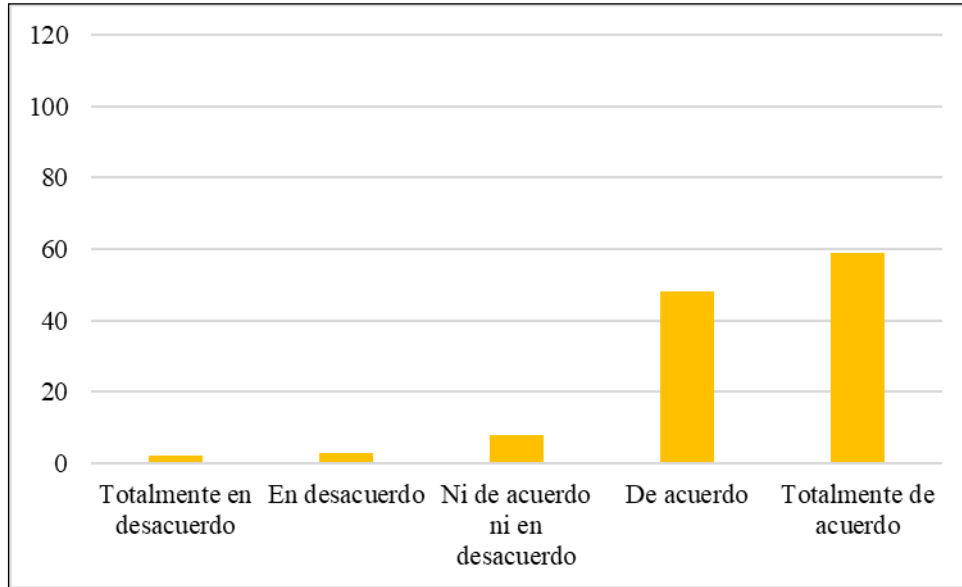
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 63% está totalmente de acuerdo, seguidamente 30% de acuerdo, 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes perciben características de seguridad durante la totalidad del servicio brindado por la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, siendo esto representativo en la perspectiva estratégica y táctica, dado que así los diferentes procesos se pueden desarrollar con idóneos indicadores de eficacia y eficiencia. En este contexto, autores como Hernández et al. (2013), reconocen que la gestión de procesos es un claro diferenciador en el sector salud, el cual puede generar beneficios en la satisfacción de las partes interesadas del servicio ofertado, conllevando mejores tasas de supervivencia.

Figura 38. *Amabilidad*

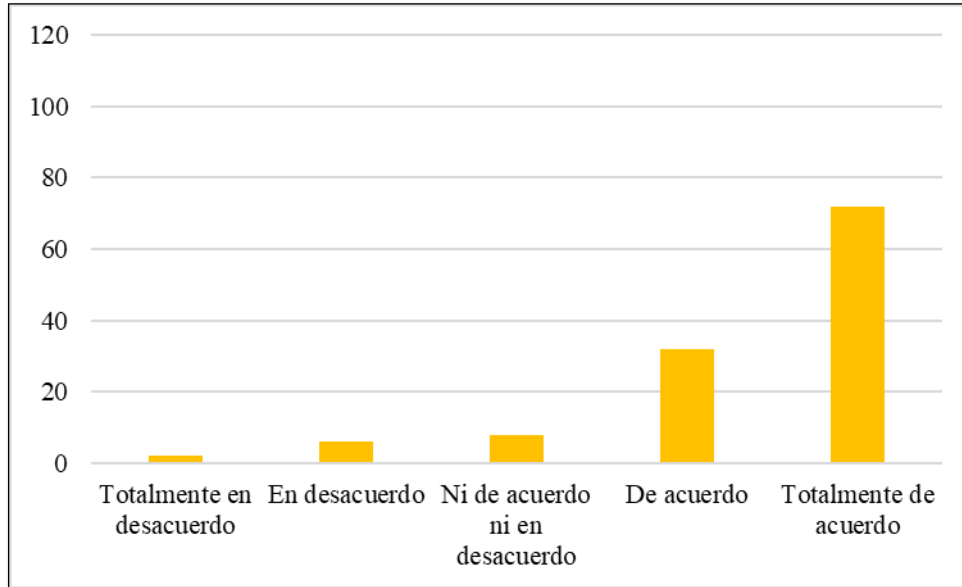
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 68% está totalmente de acuerdo, seguidamente 28% de acuerdo, 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La amabilidad es un atributo altamente observable por los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, siendo esto representativo, dado que experimentan un momento de verdad positivo en los diferentes escenarios de la empresa oferente del servicio de salud. En este contexto, autores como Duque (2005). Precisan que un momento de verdad es una situación en la que el usuario interactúa con una variable organizacional, la cual podría impactar positivamente o negativamente la calidad del servicio experimentada.

Figura 39. Información

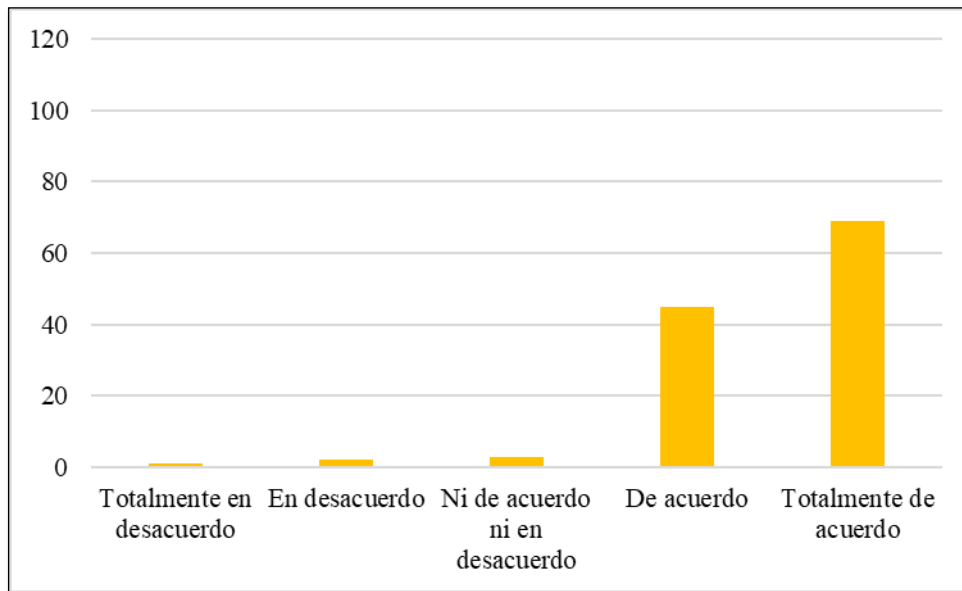
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 63% está totalmente de acuerdo, seguidamente 33% de acuerdo, 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. La mayoría de los pacientes encuestados reconocen que el personal inherente al servicio de salud de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás tiene un alto dominio de la información asociada a los procedimientos, por lo tanto, se podría afirmar que las orientaciones son precisas conllevando a indicadores positivos de eficiencia operativa. En este contexto, autores como Lam y Hernández (2008) destacan que las empresas del sector salud deben reconocer los recursos disponibles en torno al cumplimiento de los objetivos empresariales y la satisfacción del usuario, haciendo énfasis en los procesos técnicos.

Figura 40. *Atención personalizada*

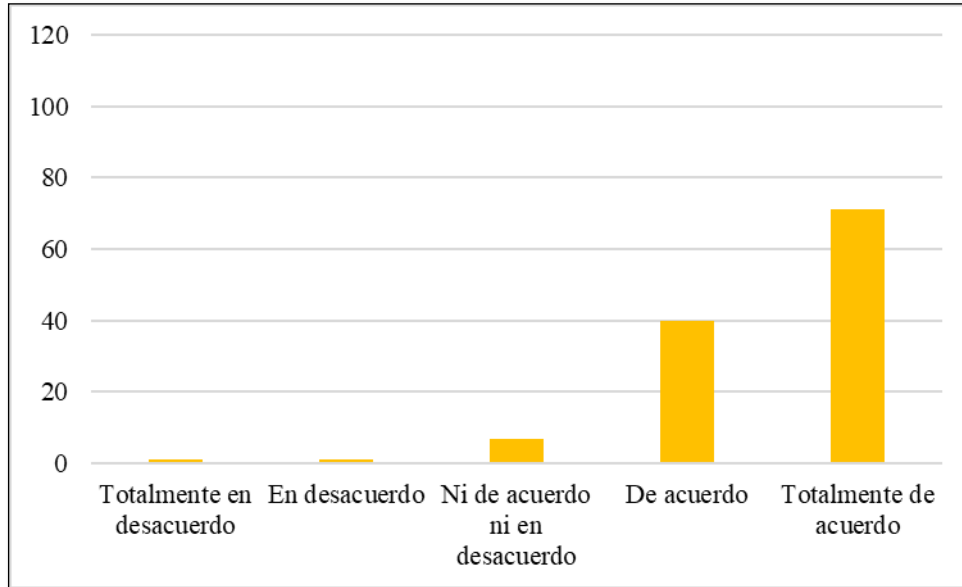
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 49% está totalmente de acuerdo, seguidamente 40% de acuerdo, 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 3% en desacuerdo y que el 2% está en totalmente en desacuerdo. En complemento a lo anteriormente dicho, se evidencia que más del 90% de los pacientes encuestados reconocen aspectos asociados a la personalización en la atención, por consiguiente, se puede inferir que el trato brindado por el personal asistencial y los profesionales del sector salud es humanizado, y no se basa exclusivamente en factores comerciales. En este contexto, autores como Gutiérrez (2017) detallan que para humanizar la relación asistencial se requiere impregnarla de valores y actitudes genuinamente humanos, en otros términos, agregar características de empatía en las relaciones empresa – cliente.

Figura 41. Horarios en el marco de las necesidades

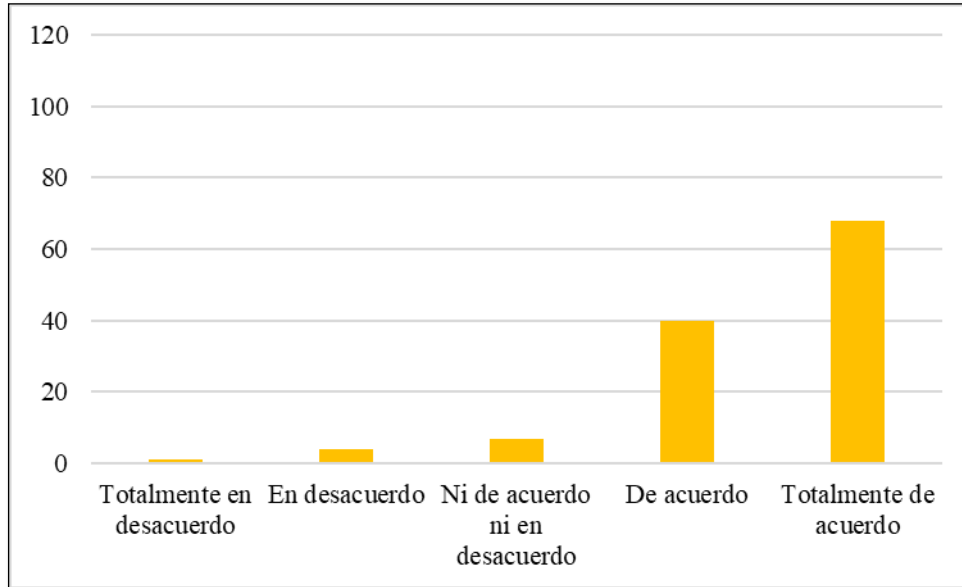
En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 60% está totalmente de acuerdo, seguidamente 27% de acuerdo, 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5% en desacuerdo y que el 2% está en totalmente en desacuerdo. Los pacientes encuestados indican que los horarios ofrecidos por la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás son favorables frente a las necesidades, por consiguiente, se podría inferir que se alinean correctamente con las características poblacionales de los usuarios fomentando la atención idónea en salud y la mejora en la calidad de vida del sujeto. En este contexto, autores como De la Guardia y Ruvalcaba (2020) detallan que el estado de salud de los individuos considera factores ambientales, biológicos, conductuales, sociales, económicos, laborales y culturales, por consiguiente, la correcta comprensión de dichos factores es una clara fuente de ventaja competitiva.

Figura 42. *Características del lenguaje*

En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 58% está totalmente de acuerdo, seguidamente 38% de acuerdo, 3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Los usuarios encuestados de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás reconocen que el lenguaje usado por el personal asistencial y los profesionales de salud tiene características de amabilidad y comprensión, razón por la cual la experiencia vivida en las instalaciones es favorable, conllevando a dinámicas competitivas en el servicio prestado. En este contexto, autores como Ramírez et al., (2021) destacan que la competitividad en el sector salud es altamente representativo, considerando la oferta existente a nivel privado y tópicos asociados al envejecimiento poblacional, sumado al riesgo latente a nivel financiero.

Figura 43. *Interés por la resolución de necesidades*

En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 59% está totalmente de acuerdo, seguidamente 33% de acuerdo, 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 1% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. El personal asistencial y los profesionales del sector salud de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás tienen un desempeño enmarcado al enfoque al cliente, razón por la cual los usuarios reconocen una clara intención a la resolución de las necesidades, por consiguiente, se podría inferir que se denotan atributos de calidad en el servicio brindado. En este contexto, autores como Silva-Treviño et al. (2021), destacan que la competitividad de las empresas pequeñas y medianas se puede vincular a una mayor calidad en el servicio, debido a que existen limitantes en las capacidades empresariales, teniendo en cuenta los recursos existentes.

Figura 44. *Identificación de necesidades*

En el comportamiento estadístico del reactivo se visualiza que el 57% está totalmente de acuerdo, seguidamente 33% de acuerdo, 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 3% en desacuerdo y que el 1% está en totalmente en desacuerdo. Finalmente, los pacientes de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás perciben que la entidad objeto de estudio continuamente identifica las necesidades existentes en los diferentes momentos de la relación empresa – cliente, siendo esto favorable para el diseño de servicios especializados y acotados a las características específicas del mercado. En este contexto, autores como Duque (2005), indica que la calidad se enmarca en traducir las necesidades futuras de los usuarios o clientes en características medibles, dado que así se pueden estructurar productos o servicios que el cliente pagará, satisfaciendo los requerimientos percibidos.

4.3 Identificación de brechas

La identificación de brechas inherente a la determinación de criterios de mejora se realizó por medio de la técnica de promedio ponderado, considerando las respuestas emitidas por los usuarios en los diferentes reactivos, en tal sentido, los resultados se exponen en la siguiente Tabla.

Tabla 6. *Brechas – Criterios de mejora*

Nivel de respuesta	Expectativas					Percepciones					Brecha
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Equipos modernos para el servicio	3	0	6	13	98	5	10	24	21	60	82
Instalaciones físicas	1	0	8	22	89	3	6	27	22	61	69
Presentación personal	1	0	9	13	97	2	2	11	34	71	35
Salas de espera y tiendas de óptica	3	0	10	22	85	7	10	15	27	61	61
Horario programado	1	0	2	26	91	1	1	10	21	87	14
Interés en la resolución de problemas	1	0	6	32	81	1	8	7	39	65	33
Servicio de calidad	1	0	3	30	86	6	0	8	33	72	38
Atención en el tiempo programado	1	0	3	39	77	3	5	8	25	79	19
Hora y fecha de cita	2	0	5	28	85	1	5	7	30	77	17
Claridad en la información	1	0	1	32	86	2	0	6	32	80	14
Tiempos ofrecidos por el usuario	1	0	1	38	80	1	1	9	27	82	8
Satisfacción de las necesidades	1	0	1	30	88	1	2	9	23	85	15
Formación de los colaboradores	1	0	5	34	80	1	2	10	23	84	5
Confianza	1	0	1	32	86	1	6	4	20	89	12
Seguridad	1	0	1	24	94	1	1	7	36	75	27
Amabilidad	1	0	2	28	89	1	0	4	34	81	10
Información	1	0	5	33	81	1	0	4	40	75	5
Atención personalizada	1	0	8	38	73	2	3	8	48	59	23
Horarios en el marco de las necesidades	1	2	9	21	87	2	6	8	32	72	25
Características del lenguaje	1	0	2	26	91	1	2	3	45	69	27

Interés en la resolución de necesidades	1	0	2	35	82	1	1	7	40	71	18
Identificación de las necesidades	2	0	4	34	80	1	4	7	40	68	20

En este contexto, según los resultados generados la totalidad de los elementos inherentes al modelo SERVQUAL deberían ser objeto de mejora por la Universidad, no obstante, los cinco más representativos son: Equipos modernos para el servicio, Instalaciones físicas, Salas de espera y tiendas de óptica, Servicio de calidad y Presentación personal, los cuales generan escenarios de estudio para la Institución y los educandos en el marco de garantizar la mejora continua de las Clínicas de Optometría de la Universidad Santo Tomás. En complemento a lo anteriormente dicho, se detalla que se realizó el proceso por medio de un promedio móvil ponderado, contemplando la frecuencia en cada nivel por reactivo, así mismo, se precisa que el nivel de satisfacción del cliente es alto, no obstante, los usuarios esperaban más de la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás.

En este contexto, algunas acciones de mejora que podría aplicar la Clínica son:

- Actualizar los equipos para brindar servicios con tecnología de vanguardia y precisión en los exámenes visuales.
- Renovar las instalaciones físicas para crear un ambiente acogedor y funcional para los pacientes.
- Ampliar el espacio en las salas de espera para proporcionar mayor comodidad a los pacientes durante la espera.
- Reorganizar la disposición de la tienda de óptica para mejorar la accesibilidad y presentación de los productos.

- Capacitar al personal en técnicas de atención al cliente para ofrecer un servicio más empático y personalizado.
- Implementar encuestas de satisfacción para evaluar la calidad del servicio y detectar áreas de mejora.
- Establecer protocolos de limpieza y desinfección rigurosos para mantener la higiene en todas las áreas.
- Modernizar los sistemas de registro y archivos para agilizar los procesos administrativos.
- Promover la puntualidad en las citas mediante recordatorios automáticos a los pacientes.
- Ampliar la gama de productos ópticos ofrecidos en la tienda para satisfacer diversas necesidades visuales.
- Mejorar la iluminación en las áreas de examen para optimizar la precisión en los diagnósticos.
- Capacitar al personal en técnicas de venta para ofrecer asesoramiento experto a los pacientes.
- Implementar un sistema de gestión de citas en línea para facilitar la programación de consultas.
- Renovar la decoración de las áreas comunes para crear un ambiente más relajado y agradable.
- Establecer un programa de fidelización para premiar la lealtad de los pacientes frecuentes.

- Actualizar el mobiliario de las salas de espera para brindar mayor comodidad a los pacientes.
- Promover la cultura de la excelencia en el servicio entre el personal a través de reconocimientos.
- Realizar campañas de promoción de la salud visual para educar a la comunidad universitaria.
- Implementar un sistema de seguimiento post-consulta para verificar la satisfacción del paciente.
- Ofrecer servicios de atención en línea para consultas o dudas oculares básicas.
- Mejorar la señalización dentro de la clínica para facilitar la orientación de los pacientes.
- Establecer estándares de vestimenta profesional para el personal, proyectando una imagen de profesionalismo.
- Ofrecer charlas y talleres gratuitos sobre cuidado visual en la comunidad universitaria.
- Digitalizar los expedientes médicos para facilitar el acceso a la información y reducir el uso de papel.
- Fomentar la formación continua del personal en las últimas tendencias y avances en optometría.

5. Conclusiones

La demanda de modernización en la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás es innegable, reflejada en la expectativa de los pacientes por equipos y tecnología avanzados. Esta exigencia se entrelaza con la reputación de la institución en la sociedad. Además, la mejora de competencias laborales se erige como una necesidad crítica, subrayada por diversos autores, para asegurar un servicio de calidad en un entorno altamente tecnológico y en constante evolución.

La experiencia del paciente se moldea por múltiples factores más allá de las instalaciones: la puntualidad, resolución de problemas eficiente y la adaptación de los horarios a sus necesidades cotidianas. Esta gestión del tiempo y la atención meticulosa a cada etapa de la visita, enfatizadas por varios autores, son esenciales para brindar un servicio integral que supere las expectativas y cultive una relación duradera con los usuarios.

La comunicación efectiva, la seguridad en los procedimientos y un trato personalizado son elementos intrínsecos a una atención de calidad en la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás. La información clara, la confianza generada por la seguridad en cada paso del proceso y la conexión humana expresada a través del trato, destacadas por varios autores, son pilares fundamentales para establecer vínculos sólidos y duraderos con los pacientes.

La formación continua del personal y la adaptación a las necesidades particulares de los usuarios son aspectos vitales para elevar la calidad del servicio en la Clínica de Optometría. Esta capacitación permanente, subrayada por varios autores, no solo asegura un desempeño laboral óptimo, sino que permite reconocer y atender las demandas específicas de los pacientes, fortaleciendo así la experiencia del usuario y fomentando su fidelización a largo plazo.

El reconocimiento de los usuarios sobre atributos favorables en los equipos utilizados en la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás sugiere que los continuos mantenimientos y reposición de equipos han tenido un efecto positivo. A pesar de que un grupo significativo no puede reconocer la modernidad de los equipos, la mayoría percibe cualidades favorables. La implementación de dinámicas predictivas en los equipos y la promoción de una cultura de mantenimiento, como sugieren Fonseca-Junio et al. (2015), han contribuido al impacto positivo percibido en el servicio brindado.

Los pacientes reconocen y valoran distintos aspectos que contribuyen a una experiencia positiva en la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás, tales como la limpieza y modernidad de las instalaciones físicas, la presentación personal de los colaboradores, la puntualidad en la atención, la resolución de problemas, la calidad de la información proporcionada, entre otros. Esto indica una atención centrada en el paciente, donde se busca satisfacer sus necesidades y brindar un servicio de calidad en múltiples niveles, como respaldan diversos autores especializados en gestión y prestación de servicios de salud.

La Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás muestra un enfoque estratégico hacia la satisfacción del cliente al alinear los horarios de atención con las necesidades de la población usuaria y brindar información clara y personalizada. Esto sugiere una comprensión profunda de las necesidades del mercado objetivo, como respaldan De la Guardia y Ruvalcaba (2020), lo que se traduce en una adaptación acertada de sus servicios al entorno poblacional y en una mejora en la calidad de vida de los usuarios.

La valoración positiva de la formación de los colaboradores y el reconocimiento de aspectos humanizados en la atención sugieren que la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás apuesta por la capacitación constante de su personal y enfoca sus esfuerzos en

proporcionar una atención médica que va más allá de lo meramente técnico. Esta estrategia, respaldada por autores como Díaz y Marrero (2021) y Gutiérrez (2017), destaca la importancia de la empatía y los valores humanos en la relación entre la organización y sus clientes, impactando positivamente en la experiencia del usuario y fortaleciendo la confianza en los servicios ofrecidos.

Las brechas más representativas en torno a la calidad del servicio en la Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás son los equipos modernos para el servicio, instalaciones físicas, salas de espera y tiendas de óptica, servicio de calidad y presentación personal, por consiguiente, las directivas y la alta dirección de la Institución deberá analizar a profundidad los tópicos referidos en el marco de vislumbrar atributos competitivos en la organización.

6. Recomendaciones

La Clínica de Optometría de la Universidad Santo Tomás podría realizar un análisis macro de las tendencias del sector salud, las cuales podría atender en el marco de impactar la dinámica competitiva.

Por otro lado, se podrían analizar indicadores de competitividad del establecimiento objeto de estudio haciendo comparación con estándares nacionales e internacionales, promoviendo la generación de escenarios de mejora.

De igual manera, realizar un estudio basado en la gestión de procesos, detectando factores clave de éxito y no conformidades en el marco de promover la calidad como cultura en el establecimiento.

Así mismo, evaluar la sostenibilidad financiera y operativa de Clínica de Optometría, considerando un enfoque de gestión de riesgos y planes de contingencia.

Finalmente, desarrollar estudios hacia dinámicas administrativas, las cuales tengan el potencial de impactar indicadores de eficacia, eficiencia y efectividad.

Referencias

- Aguilera Castro, A. y Puerto Becerra, D. P. (2012) Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, num 32.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002
- Álvarez Díaz, M. A., López Mancilla, J. P., & Sanmiguel Jaimes, M. (2017). Implementación del método Servqual para evaluar la calidad del servicio en el parque ecológico cascadas de Juan Curi. *Innovando En La U*, 9, 21–31.
<https://doi.org/10.18041/2216-1236/innovando.9.2017.3892>
- Babakus, E., & Boller, G. W. (1992). An empirical assessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Business Research*, 24(3), 253–268. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(92\)90022-4](https://doi.org/10.1016/0148-2963(92)90022-4)
- Bonilla Jurado, D. M., Macero Mendez, R. M. y Mora Zambrano, E. R. (2018) La importancia de la capacitación en el rendimiento del personal administrativo de la Universidad Técnica de Ambato. *Conrado*. Vol 14, num 63. <https://acortar.link/ZhTaIz>
- Cedres de Bello, S. (200) Humanización y calidad de los ambientes hospitalarios. *Revista de la Facultad de Medicina*. Vol 23, num 2.
https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-04692000000200004
- Crespo González, J., & Criado Grande, J. I. (2011). Evaluando el impacto de la implantación de la calidad en las Administraciones Públicas. *Las Cartas de Servicios en la Comunidad de Madrid. Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*. *Published*.
<https://doi.org/10.24965/reala.vi298-299.9277>

Clemenza, C., Gotera, A. y Araujo, R. (2010) Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Revista Venezolana de Gerencia*. Vol 15, num 49.

https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). Servperf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125–131. <https://doi.org/10.1177/002224299405800110>

Cusicanqui-Zavaleta, I. S. S., Martínez-Quintanilla, R. F., & Valdiviezo-López, R. (2021). Propuesta de mejora del servicio al cliente en una óptica en Lima Perú. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1885>

Chacon, Y., Chacon, L. y Berrios, M. (2010) Productividad en la emergencia de los Servicios Médicos Odontológicos en universidades públicas. *Revista de Ciencias Sociales*. Vol 16, num 3.

https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000300011

Decreto 780 de 2.016. [Ministerio de Salud] Decreto Único Reglamentario del Sector Salud y Protección Social. Mayo 6 de 2016.

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%200780%20de%202016.pdf

Decreto 1330 de 2019. "Por el cual se sustituye el Capítulo 2 y se suprime el Capítulo 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 -Único Reglamentario del Sector Educación". Julio 25 de 2019. https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-387348_archivo_pdf.pdf

De la Guardia Gutierrez, M. A. y Ruvalcaba Ledezma, J. C. (2020) La salud y sus determinantes, promoción de la salud y educación sanitaria. *Journal of Negative and No Positive Results*. Vol 5, num 1.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2529-850X2020000100081

Diaz Leyva, C. D. L. A. y Marrero Fornaris, C. E. (2021) La evaluación del impacto de la capacitación: retos y beneficios para las organizaciones actuales. Revista *Universidad y Sociedad*. Vol.13 no.6. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000600028

Duque Oliva, E. J. (2005) Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar vol.15* no.25. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0121-50512005000100004

Espinoza, O., & González, L. E. (2006). Procesos universitarios dinámicos: el modelo de gestión de la calidad total. *Calidad en la Educación*, 24, 17.
<https://doi.org/10.31619/caledu.n24.265>

Fajardo-Dolci, G., Gutierrez, J. P. y Garcia-Saiso, S. (2015) Acceso efectivo a los servicios de salud: operacionalizando la cobertura universal en salud. *Salud Pública de México*. Vol 57, num 2.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342015000200014

Figueroa Uribe, A. F. y Hernandez Ramirez, J. (2021) Seguridad hospitalaria, una visión de seguridad multidimensional. Revista de la Facultad de *Medicina Humana*. Vol 21, num 1.
<http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3490>

- Fonseca-Junior, M., Holanda-Bezerra, U., Cabral-Leite, J. y Reyes-Carvajal, T. L. (2015) Programa de gestión de mantenimiento a través de la implementación de herramientas predictivas y de TPM como contribución a la mejora de la eficiencia energética en plantas termoeléctricas. *Dyna*. Vol 28, num 194.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532015000600018
- Fontalvo Herrera, T., De la Hoz Granadillo, E. y Morelos Gomez, J. (2018) La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión. Empresarial*. Vol 16, num 1. <https://doi.org/10.15665/dem.v16i1.1375>
- Forrellat Barrios, M. (2014) Calidad en los servicios de salud: un reto ineludible. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*. Vol 30, num 2.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892014000200011
- García Millán, A. (2009) La información al Paciente como pieza clave de la Calidad Asistencial. *Revista Clínica de Medicina de Familia*. Vol 2, num 6.
https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1699-695X2009000100005
- Gutiérrez Fernández, R. (2017) La humanización de (en) la Atención Primaria. *Revista Clínica de Medicina de Familia*. Vol.10 no.1. <https://acortar.link/AzfbEJ>
- Gutiérrez Pulido, Humberto, Gutiérrez González, Porfirio, Garibay López, Cecilia, & Díaz Caldera, Lizbeth. (2014). Análisis multivariado y QFD como herramientas para escuchar la voz del cliente y mejorar la calidad del servicio. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 22(1), 62-73. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052014000100007>
- Hernández Nariño, A. (2022) Pertinencia de la gestión de tecnología sanitaria para la seguridad y calidad en entornos hospitalarios. *Revista Cubana de Salud Pública*. Vol 48, num 4.

- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662022000400007&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Hernandez Nariño, A., Nogueira Rivera, D., Medina Leon, A. y Marquez Leon, M. (2012) Inserción de la gestión por procesos en instituciones hospitalarias. Concepción metodológica y práctica. *Revista de Administracion, São Paulo*, v.48, n.4, p.739-756. DOI: 10.5700/rausp1118
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Ibarra Cisneros, M. A., Gonzalez Torres, L. A. y Demuner Flores, M. D. R. (2017) Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, vol 18, num 35. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Johansson, P., Oléni, M., & Fridlund, B. (2002). Satisfacción del paciente con el cuidado de enfermería en el contexto del cuidado de la salud: un estudio de la literatura. *Caring Sciences*, 16(4).
- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192012000300006
- Koerich, C., Lorenzini Erdmann, A. y De Melo Lanzoni, G. M. (2020) Interacción profesional en la gestión de la tríada: educación permanente en salud, seguridad de los pacientes y calidad. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, num 28. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1518-8345.4154.3379>.
- La trece P. (2013) *Revista de la Facultad de Medicina (México)*. Vol 56, num 3. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0026-17422013000700001

- Lam Diaz, R. M. y Hernández Ramirez, P. (2008) Los términos: eficiencia, eficacia y efectividad ¿son sinónimos en el área de la salud?. Revista Cubana de *Hematología, Inmunología y Hemoterapia*. Vol 24, num 2. <https://acortar.link/LmJ0BV>
- Lira, M. C. (2009). ¿Cómo puedo mejorar el servicio a cliente?. Primera Edición, Vol. 1. Coordinación Editorial: María Carmen Lira Mejía
<https://es.slideshare.net/erickdiazsanchez/cmo-mejorar-el-servicio-al-cliente>
- Losada Otalora, M. y Rodriguez Orejuela, A. (2007) Calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing *Cuadernos de Administracion* 20(34) 237-258. <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a11.pdf>
- Marulanda, C., Lopez, L. y Cruz, G. (2018) La Cultura Organizacional, Factor Clave para la Transferencia de Conocimiento en los Centros de Investigación del Triángulo del Café de Colombia. *Información tecnológica*. Vol 29, num 6.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642018000600245
- Mendoza, N. B. M., & Palencia, M. (2020). Nivel de satisfacción en pacientes del servicio de oftalmología de un hospital de nivel II en los años 2014 y 2018 y su relación con calidad global. *Acta medica peruana*. 37(1).
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1728-59172020000100019&lng=es
- Meraz Espinosa, A. I. (2018) Empresa y privacidad: el cuidado de la información y los datos personales en medios digitales. *Revista IUS*, vol.12 no.41.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472018000100293

Ministerio de Salud y Seguridad Social. (2021c). Prestadores. <https://prestadores.minsalud.gov.co/>

Molina Astua, M., Quesada Mena, L. D., Ulate Gomez, D. y Vargas Abarca, S. (2004) La calidad en la atención médica. *Medicina Legal de Costa Rica*. Vol 21, num 1.

https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-00152004000100007

Molina-Marím G., Oquendo-Lozano T., Rodríguez-Garzón S., Montoya-Gómez N., Vesga-Gómez C., Lagos-Campos N., Almanza-Payares R., Chavarro-Medina M., Goenaga-Jiménez, E. y Arboleda-Posada G. Gestión del talento humano en salud pública. Un análisis en cinco ciudades colombianas, 2014. *Rev. Gerenc. Polít. Salud*. 15(30): 108-125.

<http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.rgyyps15-30.gtsp>

Monsalve Castro, C., & Hernández Rueda, S. I. (2015). Análisis de la calidad del servicio de los hoteles pymes de Bucaramanga y su área metropolitana. *Sotavento M.B.A.*, 26, 62.

<https://doi.org/10.18601/01233734.n26.07>

Morales-Carrasco, L. V., Morales-Ramos, K. V. y Valle-Alvarez, A.T. (2017) Crecimiento y supervivencia empresarial en el sector de fabricación de calzado en Ecuador. *Panorama económico*. Vol. 25, num 1. <file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/4479.pdf>

Numpaque, P. y Rocha, B., A. A. (2016, diciembre). Modelos Servqual y Servqhos para la evaluación de calidad de los servicios de salud.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-00112016000400715

Organización Panamericana de la Salud (2020). Salud Universal.

<https://www.paho.org/es/temas/salud-universal>.

- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1988). More on improving service quality measurement. *Journal of Retailing*, 69(1), 140–147. [https://doi.org/10.1016/s0022-4359\(05\)80007-7](https://doi.org/10.1016/s0022-4359(05)80007-7)
- Pérez-Urdiales, I., & Goicolea, I. (2018). ¿Cómo acceden las mujeres inmigrantes a los servicios sanitarios en el País Vasco? Percepciones de profesionales sanitarias. *Atención Primaria*, 50(6), 368–376. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2017.05.011>
- Perez Fernandez, A. y Suárez Cuza, I. (2023) Superación profesional del tecnólogo en optometría y óptica en el Tomógrafo de Coherencia Óptica Spectralis. *Educación Médica Superior*. Vol 37, num 3.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S086421412023000300007&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Ramirez Perez, J. F., Lopez Torres, V. G., Vidal Ledo, M. J., Ramirez Perez, A. D. R. y Morejón Valdés, M. (2021) Las tecnologías de la información y la comunicación como factor de desempeño competitivo en instituciones de salud. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*. Vol 32, num 2.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132021000200009
- Rodriguez Sanchez, Y., De Leon Rosales, L., Gomez Figueroa, O., Diéguez Matellan, E., Sablón Cossio, N. (2016) Nivel de servicio y su efecto en la satisfacción de los pacientes en la Atención Primaria de Salud. *Revista Médica Electrónica*. Vol 38, num 2.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242016000200008
- Rodriguez Weber, F. L. y Ramirez Arias, J. L. (2022) Medicina personalizada, individualizada, de precisión y centrada en el paciente; diferencias o sinónimos. Su importancia. *Acta médica Grupo Ángeles*. Vol 20, num 1.

- https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-72032022000100111
- Rodriguez, A. y Carvajal, R. R. (2010) Peculiaridades del lenguaje corporativo. Informe de caso: Pfizer Venezuela, S.A. *Núcleo* v.22 n.27.
- https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-97842010000100003
- Romero, Gerardo E, y Romero, Jorge L. (2006). Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(3), 581-591. Recuperado en 25 de enero de 2024, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000300011&lng=es&tlng=es.
- Romero-Chavez, E., Contreras-Estrada, D. y Cantú-Quintanilla, G. (2019) Calidad de la atención médica desde un punto de vista bioético en un hospital oftalmológico de Ciudad de México. *Acta bioethica*. Vol.25 no.2.
- https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-569X2019000200235
- Servicios sanitarios de calidad. (2020, 20 julio). Servicios sanitarios de calidad.
- <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services>
- Silva-Treviño, J. G., Macias-Hernandez, B. A., Tello-Leal, E. y Delgado-Rivas, J. G. (2021) La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT* vol.15 no.2.
- <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Tamanna, T. (2020). Consumer Perceptions and Expectations of Service Quality: Assessment through SERVQUAL Dimensions. *Journal of Economics and Business*, 3(2).
- <https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.02.213>

- Taype-Huamani, W., Chucas-Ascencio, L., De la Cruz-Rojas, L. y Amado-Tineo, J. (2019) Tiempo de espera para atención médica urgente en un hospital terciario después de implementar un programa de mejora de procesos. *Anales de la Facultad de Medicina*. Vol 80, num 4. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832019000400005
- U.S.T. (2021c). Servicios Clínicas. <http://serviciosclinicas.ustabuca.edu.co/>.
- User, S. (2021). Optometria - Inicio. <http://facultadoptometria.ustabuca.edu.co/>
<http://facultadoptometria.ustabuca.edu.co/>
- Valarieaze (1993). Calidad total en la gestión de servicios Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Publicado con el consentimiento de la editorial «The Free Press»A División of Macmillan, Inc. USA.
- Vargas Celis, I., Soto Guerrero, S., Hernandez Leal, M. J. y Campos Romero, S. (2020) La confianza en la relación profesional de la salud y paciente. *Revista Cubana de Salud Pública*. Vol 46, num 3. <https://acortar.link/HIKICZ>
- Veliz, E., Vergara, T., Pearcy, M. y Dabanch, J. (2018) Importancia del proceso de limpieza y desinfección de superficies críticas en un servicio dental. Impacto de un programa de intervención. *Revista chilena de infectología*. Vol 35, num 1.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0716-10182018000100088
- Villalba Sánchez, C. (2013) La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. <file:///D:/descargas/Dialnet-TheServiceQuality-4776917.pdf>
- Villegas Garcia, M., Alcaraz Martinez, J., Pascual Saura, H., Gonzalez Ortega, J. J., Ballesta Cabrero, A., Moreno Rodriguez, J. M. y Baeza Alcaraz, A. (2018) Mejora de la gestión de

las consultas externas hospitalarias mediante la cita automática directa de interconsultas.

Revista Española de Salud Pública. Vol 92.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272018000100404

Wigodski, J. (2003, 1 noviembre). ¿Qué es Servqual? - Medwave. www.medwave.cl.

<https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Enfermeria/Nov2003/2763>