

# Evaluación de la calidad del servicio percibido por el usuario en una Isapre de la ciudad de Chillán

Paola Martínez <sup>1</sup>

## RESUMEN

---

*La presente investigación se realizó con la finalidad de conocer la calidad del servicio percibida por el usuario de una Isapre de la ciudad de Chillán y verificar la influencia de la edad, nivel de ingresos, sexo, escolaridad, tipos de servicios utilizados, tiempo de permanencia y motivo de ingreso a la Isapre en dicha satisfacción.*

*Para el estudio se utilizó como instrumento de medición la encuesta SERVPERF. Dicho instrumento, mide 5 dimensiones de la calidad: confianza, responsabilidad, empatía, seguridad y tangibles, utilizando para cada una de sus preguntas, respuestas en base a escalas Lickert de 7 intervalos.*

*El estudio se realizó a partir de una muestra aleatoria tomada en esta Isapre, Sucursal Chillán, durante el mes de abril del año 2007. La muestra se calculó en función de la población afiliada a esta sucursal al 28 de febrero de 2007.*

*El 59% de los beneficiarios de la Isapre considera buena la calidad del servicio, el 30% la considera regular y el 11% la considera mala. Se determinó que el nivel de ingresos, la edad, el sexo y el nivel de escolaridad no influyen en la calidad del servicio percibido por el beneficiario de Sucursal Chillán. Solo influyen en forma directa en la calidad del servicio percibido, el tiempo de permanencia en la Isapre, el motivo de ingreso y el tipo de servicio solicitado.*

*Palabras Claves: calidad del servicio, satisfacción, Serperf.*

## ABSTRACT

---

*The present investigation was made with the purpose of knowing the quality the service perceived by the user of Isapre Colmena Golden Cross, Chillán Branch, and of verifying the influence of the age, level of income, sex, schooling, types of used services, dwell time and reason for entrance to the Isapre in this satisfaction. For the study survey SERVPERF was used like measuring instrument. This instrument, measures 5 dimensions of the quality: confidence, responsibility, empathy, security and tangible, using for each one of its questions, answers on the basis of Lickert scales of 7 intervals.*

*The study was made from a random sample taken in Isapre, Chillán Branch, during the month of April of year 2007. The sample calculated based on the population affiliated with this branch to the 28 of February of 2007.*

---

<sup>1</sup> Jefe de Capacitación, Hospital Clínico Herminia Martín. Costa Dorada 2052, Chillán, VIII Región, Chile. [paolamartinezosorio@gmail.com](mailto:paolamartinezosorio@gmail.com)

*59% of the beneficiaries of Colmena Golden Cross consider the quality of the service good, 30% consider it to regulate and 11% consider it bad. It was determined that the level of income, the age, the sex and the level of schooling do not influence in the quality of the service perceived by the beneficiary of Colmena Golden Cross, Chillán Branch. Single they influence in direct form in the quality of the perceived service, the dwell time in the Isapre, the reason for entrance and the asked for type on watch. Key words: quality of the Service, satisfaction, Serperf.*

## **INTRODUCCIÓN**

Las isapres son instituciones que permiten el acceso libre, individual e igualitario a todas las acciones que tengan relación con la protección y recuperación de la salud, de acuerdo a las necesidades y posibilidades particulares de cada individuo. En estas instituciones el afiliado traspasa todo o parte del riesgo financiero asociado a una eventual pérdida del estado de salud, sustituyendo un gasto individual incierto por un gasto fijo conocido: la cotización de salud pactada, y un gasto menor en relación al evento sin seguro: copago.

En el desarrollo de las isapres, la calidad es de vital importancia, debido a que los clientes son cada vez más exigentes, las tecnologías en el ámbito médico son más complejas y la industria es altamente competitiva. A esto se suma la constante figuración de esas organizaciones en los medios de comunicación, especialmente durante el último año, debido a la promulgación de la Ley N° 19.966 de Régimen General de Garantías en Salud y la Ley N° 19.937 de Autoridad Sanitaria y Gestión.

## **OBJETIVOS**

### Objetivo General

Determinar la calidad percibida del servicio otorgado por Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, por sus afiliados.

### Objetivos específicos

- Determinar la influencia del nivel de ingreso sobre la calidad percibida por los beneficiarios de la Isapre.
- Establecer la influencia en la calidad percibida del servicio, del tipo de prestación utilizada por el beneficiario de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán.
- Determinar la influencia del sexo en la calidad del servicio percibida por los beneficiarios de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán.
- Determinar la influencia de la edad en la calidad del servicio percibida por los beneficiarios de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán.
- Determinar la influencia del nivel de escolaridad del beneficiario en la percepción de calidad que este tiene de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán.
- Determinar la influencia del tiempo de permanencia del beneficiario en la Isapre, en la percepción de calidad que este tiene de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán.
- Determinar la influencia del motivo de afiliación del beneficiario a la Isapre, en la calidad del servicio percibida que este tiene de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán.

### **HIPOTESIS**

- Los beneficiarios de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, están satisfechos con la calidad del servicio recibido.
- Los beneficiarios de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, cuya última prestación correspondió a una atención hospitalaria, perciben una mayor calidad en el servicio que aquellos cuya última atención fue ambulatoria.
- Los beneficiarios de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, cuya última prestación correspondió a una atención ambulatoria, perciben una mayor calidad en el servicio que aquellos cuyo último servicio solicitado fue por mantención de contrato.
- Los beneficiarios de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, cuya última prestación correspondió a solicitud de mantención de contrato consideran que la calidad del servicio es alta.

- Los beneficiarios de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, con ingresos altos, perciben una mayor calidad del servicio que aquellos de ingresos bajos.
- Los beneficiarios jóvenes de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, tienen una mejor percepción de la calidad del servicio que los adultos y adultos mayores.
- La calidad percibida por las mujeres beneficiarias de Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, es mayor que la percibida por los hombres.
- A mayor nivel de escolaridad mayor es la calidad percibida por el beneficiario, del servicio otorgado por Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán.
- Los beneficiarios que ingresaron a Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, por la cobertura de sus planes son quienes tienen la mejor percepción de la calidad del servicio.
- A mayor tiempo de permanencia en Colmena Golden Cross, Sucursal Chillán, mayor es la calidad percibida de la calidad del servicio por el beneficiario.

## **MATERIAL Y MÉTODO**

Este estudio es de tipo descriptivo correlacional. Se consideró como universo a los beneficiarios de esta isapre sucursal Chillán, entendiendo como beneficiarios a los titulares de contratos y a sus cargas, tanto legales como médicas. Este dato se extrajo del informe interno Análisis Prorup, el que se emite mensualmente, donde se informa el número total de afiliados y beneficiarios vigentes al último día del mes anterior. La muestra se calculó en función de la población afiliada a esta sucursal al 28 de febrero de 2007: 837 afiliados y 1.487 beneficiarios.

Se trabajó con un error del 5% con el objetivo de poder obtener resultados conclusivos y detallados para cada segmento de mercado. Se trabajó con un nivel de confianza del 95%, dando la misma probabilidad de existencia de clientes con una percepción favorable de la calidad del servicio como de una percepción desfavorable.

Se obtuvo una magnitud muestral de 313 personas. Se utilizó un muestreo aleatorio simple.

La aplicación del instrumento incluyó un consentimiento informado donde se explica al encuestado que la información requerida será utilizada para elaborar una tesis

para optar al grado de Magíster en Salud Pública en la Universidad del Bío Bío. En este documento se le asegura la confidencialidad de los datos recolectados.

La recolección de datos se realizó en la sala de espera de la sucursal Chillán de esta isapre, posteriormente a que el afiliado hubo solicitado algún servicio. El cuestionario fue auto administrado.

El estudio se realizó en el mes de abril del año 2007. Se utilizó como instrumento de medición la encuesta Serperf, que es una escala validada para la medición de la calidad de servicios.

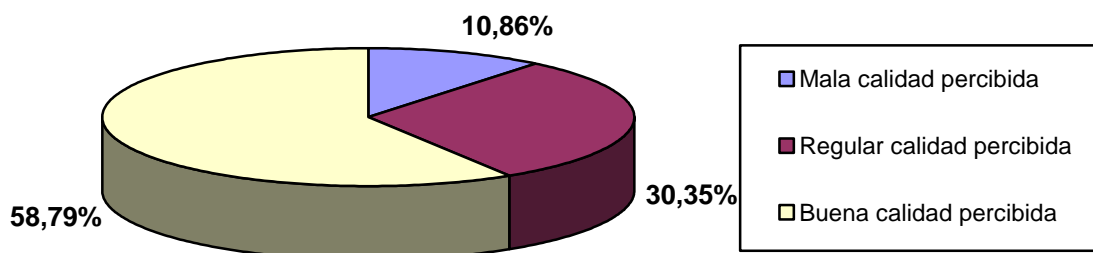
El instrumento Serperf, mide 5 dimensiones de la calidad: confianza, responsabilidad, empatía y tangibles, utilizando para cada una de sus preguntas, respuestas en base a escalas Lickert de 7 intervalos.

El modelo Serperf es una herramienta que se divide en 2 cuestionarios. El primer cuestionario capta las percepciones específicas del encuestado respecto a la compañía en estudio. Contiene 22 preguntas, redactadas en forma general para aplicarse a cualquier empresa de servicio, por lo que, para cada aplicación específica es posible – y deseable – se adapten los enunciados sobre la base de las características específicas de la empresa donde se aplicará.

En el segundo cuestionario los clientes evalúan la importancia que tiene cada una de las cinco dimensiones del servicio.

En el análisis de los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta Serperf se utilizó estadística descriptiva. Para el procesamiento de los datos se utilizó el programa Excel.

**Gráfico 1: Distribución porcentual de la calidad del servicio percibida por el afiliado.**



Fuente: Cuestionario Serperf

## RESULTADOS

El gráfico 1 muestra que un 58,79% de los afiliados considera que la calidad del servicio es buena, un 30,35% que es regular y solo un 10,86% considera que la calidad es mala. Por lo que se confirma la hipótesis planteada: “Los beneficiarios de esta Isapre, Sucursal Chillán, están Satisfechos con la calidad del servicio recibido”. Los afiliados consideran que la “tangibilidad” es la dimensión que menos les satisface con solo un 5,42. La dimensión mejor evaluada en la calidad del servicio es la “garantía” con un 5,96. Además, se observa que la “tangibilidad” y la “fiabilidad” son consideradas como de regular calidad, y la “capacidad de respuesta”, la “garantía” y la “empatía” son consideradas de buena calidad. Quienes consideran que la calidad del servicio es mala, otorgan la menor puntuación a la dimensión “empatía”, con un 3,07. Para ellos, la dimensión mejor evaluada en la calidad del servicio es la “tangibilidad” con un 4,25. Este último valor se encuentra dentro del rango de regular calidad. Quienes consideran que la calidad del servicio es regular, otorgan la menor puntuación a la dimensión “fiabilidad”, con un 4,33. Para ellos, la dimensión mejor evaluada en la calidad del servicio es la “garantía” con un 5,23. Quienes consideran que la calidad del servicio es buena, otorgan la menor puntuación a la dimensión “tangibilidad”, con un 5,88. La dimensión mejor evaluada en la calidad del servicio es la “garantía” con un 6,64. Se puede destacar que todos los valores se encuentran en el en el rango de buena calidad del servicio.

Un 2% de los encuestados tienen menos de 18 años, un 11% tiene entre 18 y 24 años, un 41% tiene entre 25 y 59 años y un 46% tiene más de 60 años. Un 28% de los encuestados es hombre y un 72% es mujer. El ingreso familiar de un 14% de los encuestados se encuentra por debajo de los \$500.000, un 25% se encuentra entre \$500.001 y \$750.000; un 18% entre 750.001 y 1.035.000 y un 43% gana más de \$1.035.000.

El mayor nivel de escolaridad alcanzado por un 14% de los encuestados es educación media o menos. Un 16% ha cursado hasta educación técnico profesional, un 50% hasta educación universitaria y un 20% educación de post grado.

Un 7% de los encuestados acude a la Isapre para cobrar el pago de una licencia, un 8% acude a tramitar una solicitud de tratamiento por algún tipo de intervención hospitalaria, un 71% se acerca a realizar reembolsos o sacar bonos, un 10% acude a realizar trámites de mantención de contrato y un 4% solicita otros servicios.

Un 51 % de los encuestados decidió ingresar a esta Isapre por la cobertura de sus planes, un 12% por los convenios médicos que posee la Isapre, un 14% por el consejo de un conocido, un 7% por el bajo nivel de reclamos, un 5% por la gestión que de las licencias y un 11% por otro motivo. Un 15% de los afiliados lleva menos de un año afiliado, un 36% lleva entre uno y cuatro años y un 49% lleva más de 5 años.

## ANALISIS DE CORRELACION ENTRE VARIABLES

### Calidad percibida / Tipo de servicio solicitado

Tabla 1: Tabla de contingencia para variable Tipo de servicio y Calidad percibida

Tipo de servicio	Calidad percibida			Total
	mala	regular	buena	
Pago de Licencia hospitalaria (sol. tto.)	5	10	8	23
Bono/reembolso	5	9	11	25
mantención de contrto	13	60	149	222
Otro	6	14	12	32
Total	5	2	4	11
	34	95	184	313

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis se utilizó tablas para diferencias de proporciones.

Tabla 2: Proporciones para variable Calidad percibida / Hospitalaria / Bono - reembolso

Calidad percibida	hospitalaria (sol. Tto.)	bono / reembolso	Z
buena	0,44	0,671	-2,218
regular	0,36	0,27	0,895
mala	0,2	0,059	1,729

Fuente: Elaboración propia

Se considera un  $p=0,05$ , con un Z crítico de  $|1,96|$ , por lo tanto, la calidad percibida como buena por los beneficiarios de la Sucursal Chillán presenta diferencias significativas, lo que permite establecer que quienes solicitaron reembolsos o bonos tienen, en mayor proporción, una buena calidad percibida que quienes recibieron bonificación de atenciones hospitalarias. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis: “Los beneficiarios de Sucursal Chillán, cuya última prestación correspondió a una atención hospitalaria, perciben una mayor calidad en el servicio que aquellos cuya última atención fue ambulatoria”.

Tabla 3: Proporciones para variable Calidad percibida / Mantención de contrato / Bono - reembolso.

Calidad percibida	mantención de contrato	bono / reembolso	Z
buena	0,375	0,671	-3,245
regular	0,438	0,27	1,814
mala	0,188	0,059	1,821

Fuente: Elaboración propia

Se considera un  $p=0,05$ , con un Z crítico de  $|1,96|$ , por lo tanto, la calidad percibida como buena por los beneficiarios de Sucursal Chillán presenta diferencias significativas, lo que permite establecer que quienes solicitaron reembolsos o bonos tienen, en mayor proporción, una buena calidad percibida que quienes solicitaron mantención de contrato. Por lo tanto, se acepta la hipótesis: “Los beneficiarios de Sucursal Chillán, cuya última prestación correspondió a una atención ambulatoria, perciben una mayor calidad en el servicio que aquellos cuyo último servicio solicitado fue por mantención de contrato”.

#### Calidad percibida / Nivel de ingreso

Tabla 4: Tabla de contingencia para variable Nivel de ingreso y Calidad percibida

Nivel de ingreso	Calidad percibida			Total
	mala	regular	buena	
menos de 500.000	7	16	22	<b>45</b>
500.001 - 750.000	7	23	47	<b>77</b>
750.001 - 1.035.000	9	14	33	<b>56</b>
más de 1.035.000	11	42	82	<b>135</b>
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>95</b>	<b>184</b>	<b>313</b>
Chi cuadrado	5.31503527			

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se observa un Chi cuadrado de 5,32 con grado de libertad 6 y nivel de significancia de 0,05, lo que indica que no existe correlación entre el nivel de ingreso y la calidad percibida por el beneficiario de esta Isapre, Sucursal Chillán. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis: “Los beneficiarios de Sucursal Chillán, con ingresos altos, perciben una mayor calidad del servicio que aquellos de ingresos bajos”.

### Calidad percibida / Edad

Tabla 5: Tabla de contingencia para variable Edad y Calidad percibida

Edad	Calidad percibida			Total
	mala	regular	buena	
0 - 17 años	2	0	3	<b>5</b>
18 - 24 años	7	6	21	<b>34</b>
25 - 59 años	12	41	74	<b>127</b>
60 o más años	13	48	86	<b>147</b>
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>95</b>	<b>184</b>	<b>313</b>
Gama	0.02548744			

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se observa un indicador Gama 0,025, el cual indica una muy baja correlación positiva entre la calidad percibida del servicio y la edad del beneficiario de esta Isapre, Sucursal Chillán. O sea, la percepción de calidad del servicio no está correlacionada con la edad del beneficiario de sucursal Chillán. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis: “Los beneficiarios jóvenes de Sucursal Chillán, tienen una mejor percepción de la calidad del servicio que los adultos y adultos mayores”.

### Calidad percibida / Sexo

Tabla 6: Tabla de contingencia para variable Sexo y Calidad percibida

Sexo	Calidad percibida			Total
	mala	regular	buena	
Masculino	15	26	47	<b>88</b>
Femenino	19	69	137	<b>225</b>
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>95</b>	<b>184</b>	<b>313</b>
Chi cuadrado	4.93633757			

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se observa un Chi cuadrado de 4,93 con grado de libertad 2 y nivel de significancia de 0,05, lo que indica que no existe correlación entre el sexo y la calidad percibida por el beneficiario de esta Isapre, Sucursal Chillán. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis: “La calidad percibida por las mujeres beneficiarias de Sucursal Chillán, es mayor que la percibida por los hombres”.

### Calidad percibida / Escolaridad

Tabla 7: Tabla de contingencia para variable Escolaridad y Calidad percibida

Escolaridad	Calidad percibida			<b>Total</b>
	mala	regular	buena	
Ed. Media o menos	8	18	18	<b>44</b>
Ed. Tecnico profesional	9	20	21	<b>50</b>
Ed. Universitaria	8	43	106	<b>157</b>
Ed. De post grado	9	14	39	<b>62</b>
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>95</b>	<b>184</b>	<b>313</b>
Gama	0.25063857			

Fuente: Elaboración propia

El análisis de los datos arrojó un indicador Gama de 0,25 lo que indica una baja correlación positiva entre la calidad percibida del servicio en sucursal Chillán y el nivel de escolaridad del beneficiario. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis: “A mayor nivel de escolaridad mayor es la calidad percibida por el beneficiario, del servicio otorgado por esta Isapre, Sucursal Chillán”.

### Calidad percibida / Tiempo de permanencia

Tabla 8: Tabla de contingencia para variable Tiempo de permanencia y Calidad percibida

Tiempo de permanencia	Calidad percibida			<b>Total</b>
	mala	regular	buena	
Menos de 1 año	10	14	24	<b>48</b>
Entre 1 año y 4 años	13	46	55	<b>114</b>
5 años o más	11	35	105	<b>151</b>
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>95</b>	<b>184</b>	<b>313</b>
Chi cuadrado	18.2938255			

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se observa un Chi cuadrado de 18,29 con grado de libertad 4 y con un nivel de significancia de 0,05, lo que indica que existe correlación entre el tiempo de permanencia y la calidad percibida por el beneficiario de Sucursal Chillán. Incluso con nivel de significancia de 0,005 aún hay una fuerte correlación. Esto implica que la calidad percibida por el beneficiario de esta Isapre, sucursal Chillán, está correlacionada con el

tiempo de permanencia en la Isapre. Por lo tanto, se acepta la hipótesis: “A mayor tiempo de permanencia en esta Isapre, Sucursal Chillán, mayor es la calidad percibida de la calidad del servicio por el beneficiario”.

### Calidad percibida / Motivo del ingreso

Tabla 9: Tabla de contingencia para variable Motivo de ingreso y Calidad percibida

Motivo de ingreso	Calidad percibida			Total
	mala	regular	buena	
Cobertura de planes	8	50	104	<b>162</b>
Convenios	6	8	22	<b>36</b>
Consejo de un conocido	3	17	23	<b>43</b>
Bajo nivel de reclamos	5	6	11	<b>22</b>
Gestión de licencias	7	4	6	<b>17</b>
Otro	5	10	18	<b>33</b>
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>95</b>	<b>184</b>	<b>313</b>

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis se utilizó proporciones

Tabla 10: Proporciones para variable Cobertura de planes / Convenios.

Calidad percibida	Cobertura de planes	Convenios	Z
buena	0,642	0,611	0,346

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Proporciones para variable Cobertura de planes / Consejo de un conocido.

Calidad percibida	Cobertura de planes	Consejo de conocido	Z
buena	0,642	0,535	1,261

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: Proporciones para variable Cobertura de planes / Nivel de reclamos.

Calidad percibida	Cobertura de planes	Nivel de reclamos	Z
buena	0,642	0,5	1,256

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13: Proporciones para variable Cobertura de planes / Gestión de licencias.

Calidad percibida	Cobertura de planes	Gestión de licencias	Z
buena	0,642	0,353	2,371

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14: Proporciones para variable Cobertura de planes / Otro.

Calidad percibida	Cobertura de planes	Otro	Z
buena	0,642	0,545	1,026

Fuente: Elaboración propia

Se considera un  $p=0,05$ , con un Z crítico de  $|1,96|$ . De los Z obtenidos en la comparación de proporciones en las tablas 10, 11, 12, 13 y 14, de cada una de las variables, se desprende que la diferencia de proporciones para la buena calidad percibida solo es significativa en el caso de la “Gestión de licencias” comparada con la “Cobertura de planes”. Respecto al “Consejo de un conocido”, “Nivel de reclamos” y “Otro”, no se puede establecer una diferencia significativa. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis: “Los beneficiarios que ingresaron a Sucursal Chillán, por la cobertura de sus planes son quienes tienen la mejor percepción de la calidad del servicio”.

## **DISCUSION**

Un estudio Sisp – Adimark realizado entre septiembre y octubre de 2004 buscaba medir el nivel de satisfacción de las personas con su sistema de salud. Sabiendo que la satisfacción se define como un estado psicológico resultante de la ecuación a que dan lugar las expectativas no confirmadas, acompañadas de un sentimiento a priori del consumidor sobre las expectativas de consumo, satisfacción es una valoración de una transacción específica, mientras que calidad es una valoración global, por tanto, sobre la base de esta distinción, una acumulación de valoraciones de transacciones, específicamente conduce a una valoración global. Viendo que el estudio midió la satisfacción global de los encuestados, se puede considerar la satisfacción como similar a la buena calidad percibida.

El estudio Sisp – Adimark contempló un universo de 1245 personas residentes en las ciudades de Santiago, Iquique, Antofagasta, Viña del Mar, Valparaíso, Talca, Concepción, Talcahuano, Temuco, Valdivia y Puerto Montt, tanto cotizantes de isapre como de Fonasa, de todos los niveles socio-económicos, mayores de 18 años. Midió el nivel de satisfacción de los usuarios con el sistema de salud actual.

Dentro del 84,7 % que declaró altos niveles de satisfacción, un 57% calificó su sistema con notas 6 y 7 .El porcentaje de insatisfacción alcanzó un 15,3%. Sin embargo, al comparar entre Fonasa e Isapres, los beneficiarios del sistema público expresaron mayor satisfacción con un 61%, mientras los afiliados a Isapres que se declararon satisfechos, alcanzan a un 42,3%.

Los beneficiarios de Fonasa que expresaron mayor satisfacción con su sistema, sienten menor protección con un 57,2%, en tanto los afiliados de Isapres con un 66,9% sienten que su sistema les protege más.

Los resultados del presente estudio no son consistentes con los resultados del estudio realizado por Sisp – Adimark. En este estudio, un 59 % de los beneficiarios consideran que la calidad del servicio es buena, y en el estudio mencionado, solo el 42,3% se declara satisfecho con su Isapre. Hay que considerar que el estudio Sisp – Adimark considera afiliados a todas las Isapres lo que influye el resultado, pudiendo existir beneficiarios de otras aseguradoras que posean una menor calidad del servicio percibida.

## CONCLUSION

La calidad percibida por los beneficiarios de esta Isapre, Sucursal Chillán es buena, siendo la Garantía la dimensión mejor evaluada. Esto implica que los beneficiarios consideran que el conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad es el mejor atributo que posee esta sucursal. Por otra parte, la tangibilidad es la dimensión peor evaluada, esto quiere decir que la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación no son del agrado de los beneficiarios. Es importante destacar que quienes perciben como buena y como regular la calidad del servicio coinciden en la apreciación general, o sea se destaca que la calidad del personal de esta sucursal es la mejor evaluada en términos de calidad percibida por el beneficiario.

Respecto a la fiabilidad y la empatía, estas dimensiones obtienen las puntuaciones menores, lo que indica que todos los beneficiarios, independientemente de su opinión respecto a la calidad del servicio, consideran que la capacidad para ofrecer el servicio prometido formalmente y correctamente, y la atención cuidada e individualizada que la empresa proporciona a sus clientes es menor que el conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad. Lo que significa que los beneficiarios consideran que el servicio otorgado por los empleados es mejor que el otorgado por la empresa.

Referente a las variables independientes, se confirmó que el nivel de ingresos, la edad, el sexo y el nivel de escolaridad no influyen en la calidad del servicio percibido por el beneficiario de esta Isapre, Sucursal Chillán.

El tiempo de permanencia es un factor influyente en la percepción de la calidad del servicio, ya que aquellas personas que están afiliadas a la Isapre hace más de 5 años, tienen la mejor percepción de la calidad del servicio. Esto tiene una doble interpretación. Quienes han permanecido por más tiempo en la Isapre, han utilizado sus servicios una mayor cantidad de veces, lo que les ha permitido formarse una mejor opinión de la calidad del servicio. O, lo más probable es que aquellas personas que tenían una mala percepción de la calidad del servicio hayan decidido desafilarse y sólo permanecen en el tiempo aquellas

personas que tienen una buena percepción del servicio. La desafiliación se puede realizar en cualquier momento luego de un año de permanencia como afiliado, por lo tanto es de suma importancia lograr una buena percepción de la calidad del servicio en aquellas personas que llevan menos de un año afiliadas. Es preocupante que solo un 50% de los pertenecientes a este último grupo consideren buena la calidad del servicio y un 22% la considere mala, ya que estos, al cumplir un año en la Isapre, la abandonarán.

Respecto al motivo de ingreso, quienes ingresaron por la cobertura de los planes son quienes tienen la mejor percepción de la calidad del servicio. Esto significa que el producto que contrataron, está prestando los servicios esperados. Esto lleva a que la calidad de la venta realizada por el agente de ventas es buena, ya que fue capaz de transmitir eficientemente las características del plan ofrecido.

El tipo de servicio solicitado mejor evaluado fue el bono y/o reembolso, lo que se explica porque el procedimiento para la venta de un bono o para realizar un reembolso es de baja complejidad, no requiere casi de espera y es un procedimiento que los beneficiarios conocen por la frecuencia con la que se realiza. Además, implica un desembolso monetario de menor cuantía que una intervención hospitalaria. Respecto a esta última, el tiempo de resolución es mayor y el beneficiario desconoce el procedimiento por tratarse de un servicio que se solicita con baja frecuencia, lo que lleva a que se considere como de menor calidad.

Al comparar la percepción de la calidad del servicio de quienes solicitaron bonos y/o reembolsos con quienes solicitaron mantención de contrato, encontramos que estos últimos beneficiarios consideran menor la calidad del servicio. Este punto es fundamental, ya que quien solicita mantención de contrato puede ya cambiar de Isapre, lo que podría provocar una fuga de afiliados.

En una próxima investigación sería interesante determinar la influencia de cada una de las variables independientes sobre cada una de las dimensiones de la calidad percibida, para determinar, por ejemplo, cómo influye el tipo de servicio solicitado en la empatía y la garantía, y así determinar qué servicios son considerados de buena calidad debido al conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad, y cuáles son considerados de buena calidad debido a la capacidad para ofrecer el

servicio prometido formalmente y correctamente, y a la atención cuidada e individualizada que la empresa proporciona a sus clientes.

## **REFERENCIAS**

Berry, L. (1993). “ Marketing en las empresas de servicios: Compita mediante la calidad”. Colombia: Editorial Norma.

Berry, L. L. Y Parasuraman, A. (1991): Marketing de Servicios: La Calidad como Meta, Free Press, Nueva York.

Cardinale, Sergio. “Calidad en los servicios periféricos en el sector turístico” Tesis de Maestría, Universidad de Cema, Argentina, 2004.

Diario El Mercurio, Miércoles 7 de Abril de 2004 , pg.C3

Decreto con Fuerza de Ley N°3, publicado en el diario oficial el 19 de marzo de 1981

Fransi, Eduard. “Conceptualización de la calidad de servicio al cliente percibida en el comercio electrónico”. Tesis Doctoral, Facultad de Derecho y Economía, Universidad de Lleida, España.

Kotler , P (1991) Dirección de Marketing . Análisis Planificación y control. España .ED Prentice..Séptima edición.

Ley N° 18.469, publicada en el Diario Oficial de 23 de noviembre de 1985

Medina, Manuel. “La gestión de la calidad y el Marketing en los servicios sociales”, Revista de Asuntos Sociales, España. Pp.13 – 25.

Montaña J., Ramirez E., Ramirez H. “Evaluación de la calidad de los servicios públicos domiciliarios”, Revista Colombiana de Marketing, Año 3, N° 5, Diciembre 2002, pp. 47 – 62.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A. Y Berry, L.L. (1994b): "Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria". Journal of Retailing, Vol. 70 (otoño).

Stanton, Etzel y Walter, “Fundamentos de Marketing”, décima edición, Mc Graw Hill, Mexico. (1998)

Taylor, S.A. Y Baker, T.L. (1994): "An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentions". Journal of Retailing, Vol. 70, N° 2.

Vicuña, Marisol “Nivel de Satisfacción y disfunciones percibidas sobre la calidad de atención de los servicios obstetricos”, Anales de la Facultad de Medicina, Universidad Nacional Mayor de San Marco, Volumen 63, N° 1, 2002 pg. 40 – 50.

[www.fonasa.cl](http://www.fonasa.cl)

[www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

[www.hellerconsulting.com](http://www.hellerconsulting.com)

[www.ias-uchile.cl](http://www.ias-uchile.cl)

Zeithaml y Bitner, “Marketing de servicios”, 2° edición, Mc Graw Hill, Mexico. (2002)