

# ASPECTOS TÉCNICO-AFECTIVOS DE LA PRÁCTICA ODONTOLÓGICA, VALORADOS POR EL USUARIO EN EL PROCESO DE ATENCIÓN

## AFECTIVE TECHNICAL ASPECTS OF DENTAL PRACTICE, VALUED BY THE USER IN THE PROCESS OF CARE

Manuel Higinio Morales García\*, Heberto Romeo Priego Álvarez\*\*, María Isabel Ávalos García\*\*

### RESUMEN.

**Introducción:** Durante el proceso de atención odontológica se establece una interacción afectiva y profesional, entre el odontólogo y paciente, en donde surgen muchos aspectos relacionados con la atención, desde el servicio hasta las condiciones del entorno. El conocimiento de esta información es fundamental para el odontólogo ya que puede influir en la adopción de conductas y prácticas para mejorar el servicio.

**Material y método:** Se realizó un estudio transversal, descriptivo, exploratorio, mediante un instrumento de opinión. Durante el ciclo escolar febrero - julio 2013, se realizaron 104 entrevistas a los usuarios de servicios odontológicos de la clínica central de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco considerando las variables de respeto, equidad, imagen, accesibilidad, competencia profesional, y resultados.

**Resultados:** Con relación al respeto 24% de los encuestados estuvo de acuerdo con el trato personal recibido; en cuanto a la equidad 33.6% percibió que sí le dan importancia a su tratamiento; la imagen profesional del odontólogo fue favorable según 22.1% de los usuarios; con relación a la accesibilidad 27.8% consideró accesible el costo de la consulta; la competencia profesional más destacada fue la comunicación con el odontólogo (31.7%); asimismo el 31.7% de los usuarios consideró le resolvieron su problema de salud.

**Conclusiones:** Los resultados indican aspectos que son valorados por el usuario en el proceso de atención odontológica. En



este contexto, es fundamental considerar las necesidades técnicas y afectivas, con el propósito de fortalecer la práctica odontológica. Asimismo es necesario diseñar instrumentos metodológicos más específicos para la evaluación de la percepción y la calidad en el servicio.

**Palabra clave:** Calidad en la atención, percepción del usuario, servicios de salud, proceso de atención odontológica.

### ABSTRACT.

**Introduction:** During the process of dental care sets an affective and professional interaction between the dentist and patient, where there are many aspects related to the care, from the service to the surrounding conditions. The knowledge of this

information is vital to the dentist because it can have an impact on the adoption of behaviors and practices to improve the service.

**Methods:** We performed a cross-sectional, descriptive, and exploratory study, by an instrument in mind. During the school year february - july 2013, 104 interviews were conducted with users of dental services in the central clinic of the University of Juarez Autonomous Tabasco considering the variables of respect, fairness, image, accessibility, professional competence, and results.

**Results:** In relation to respect 24% of the respondents agreed with the personal treatment received; in terms of equity 33.6% perceived that they do give importance to their treatment; the

\*Cirujano dentista. Maestro en Ciencias de Salud Poblacional. Docente de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

\*\*Dr. en C. Docente de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

**Correspondencia:** Manuel Higinio Morales García. Correo electrónico: moralesgarciamh@hotmail.com, mchiginio@live.com.mx

professional image of the dentist was favorable according to 22.1% of users; in relation to accessibility 27.8% considered accessible the cost of the consultation; the most outstanding professional competence was communication with the dentist (31.7%); also 31.7% of users considered solved their problem of health.

**Conclusions:** The results indicate aspects that are valued by the user in the process of dental care. In this context it is essential to consider the technical and emotional needs, with the purpose of strengthening the dental practice. It is necessary to design more specific methodological tools for the evaluation of the perception and quality of service.

**Keywords:** Quality of care, user perception, health services, dental care process.

## INTRODUCCIÓN.

Las estructuras sociales, la dinámica económica, geográfica e ideológica pueden determinar las expectativas de consumo en una sociedad, sobre todo en los servicios de salud, donde los aspectos de calidad, efectividad, eficiencia y oportunidad pueden influenciar en la decisión de compra o consumo.

La percepción y expectativas de un servicio cambian de generación en generación, por tal razón es necesario conocer las nuevas tendencias, intereses y necesidades de los usuarios de servicios médicos, específicamente los odontológicos, con el propósito de identificar las debilidades que se presentan en el proceso de atención, y establecer las estrategias así como identificar las competencias que debe desarrollar el profesional de salud para mejorar la relación odontólogo paciente.

Cuando el paciente acude a un servicio de salud, lo hace con la intención de recibir información o conocimiento profesional ya sea bajo la forma de diagnóstico, tratamiento, procedimientos o cuidados especializados. En este contexto el paciente decide la compra del servicio (información-conocimiento), cuando deposita en el profesional la confianza para ser atendido, es por eso que en esta

decisión la relación médico-paciente es de gran importancia dado que los usuarios o clientes continuamente evalúan la calidad de los servicios que reciben.<sup>(1)</sup>

Por lo tanto es necesario abordar el concepto de servicio de salud, pues en realidad se está ofertando y otorgando un servicio que al final está centrado en la capacidad de otorgar un estado de bienestar. En este aspecto se encuentran muchas definiciones de servicio de salud en las que se le describe como algo etéreo, intangible y por heterogéneo, difícil de delimitar.

Una forma de clarificar el concepto de servicio consiste en compararlo con un producto industrial,<sup>(1)</sup> tal como lo hizo Richard Norman afirmando que un servicio:

1. Tiene consecuencias pero no forma.
2. Es intangible.
3. En él producción y consumo son hechos simultáneos.
4. No puede existir sin la participación del cliente.
5. La creación de valor a lo largo del proceso de producción tiene lugar por medio de instrumentos no inventariables o controlables (como puede ser: la seguridad, el confort, la flexibilidad, etc.).
6. Las percepciones subjetivas desempeñan un papel básico en él (relación médico-paciente).
7. Utiliza con intensidad los recursos humanos.
8. Clientes, pacientes y empleados participan conjuntamente en su producción.
9. Es difícil asegurar en él estándares de calidad que sean consistentes debido a:
  - a. Incertidumbre respecto a su rendimiento cuantitativo y cualitativo.
  - b. Interacciones mutuas entre productores y clientes.
  - c. Dificultad de utilización de mecanismos adecuados de control.
  - d. Subjetividad con que se percibe el resultado del proceso productivo.
10. Su prestación además de una actividad económica supone un sistema de relaciones sociales.

Es importante revisar también los aspectos

relacionados con la calidad en la prestación de un servicio. En 1980 se propuso una definición que ha trascendido: *“Calidad de la atención es aquella que se espera que pueda proporcionar al usuario el máximo y más completo bienestar después de valorar el balance de ganancias y pérdidas que pueden acompañar el proceso en todas sus partes”*.

Años más tarde la International Organization for Standardization (ISO) definió que: *“Calidad es el grado en que las características de un producto o servicio cumplen los objetivos para los que fue creado”*.<sup>(2)</sup>

En este sentido cuando se pretende evaluar la calidad de la atención médica es necesario considerar los aspectos de: conocimientos y destrezas del personal sanitario; accesibilidad, rapidez y continuidad en la atención; comunicación e información en un lenguaje entendible; trato cortés, amable y respetuoso; y seguridad y confiabilidad en la atención.<sup>(2)</sup>

El factor denominado “calidad subjetiva” engloba los aspectos relacionados con la amabilidad, la empatía o si al paciente le pareció adecuado el tiempo de consulta que se le dedicó. Cuando se mide la calidad en los servicios de salud con algún instrumento consensuado ésta se vuelve más objetiva. Las dimensiones medibles pueden agruparse en tres principales categorías: la calidad científico técnica; la satisfacción de los usuarios; y la accesibilidad al servicio. La satisfacción del paciente constituye uno de los más versátiles indicadores de calidad; es la medida en que la atención médica y el estado de salud resultante cumplen con las expectativas del usuario.<sup>(2)</sup>

Tomando como base el concepto de calidad de atención médica de Donabedian, se pueden diferenciar de modo muy general tres dimensiones principales en el proceso de atención odontológica:<sup>(2)</sup>

El componente técnico de la atención consiste en la aplicación de la ciencia y tecnología odontológica para obtener un máximo beneficio a la salud del paciente minimizando sus riesgos.

En la dimensión interpersonal se expresan las características cualitativas de las relaciones humanas que se establece en los profesionales de la salud conjuntamente con el resto del equipo y el paciente.

El tercer componente está constituido por el ambiente o entorno donde se desarrolla el proceso de atención.

El objetivo de la investigación fue identificar cuáles son los aspectos técnicos y afectivos valorados por el usuario durante el proceso de atención odontológica. Estos aspectos relacionados con el usuario de servicios odontológicos deben tenerse muy presentes para la construcción y la planeación de una estrategia adecuada en su manejo, cuyo impacto se vea reflejado en la percepción del usuario, la cual contribuirá al mejoramiento permanente de los procesos de atención, si se quiere reorientar la práctica odontológica centrada en la satisfacción y respuesta a las demandas de los usuarios.

## MATERIALES Y MÉTODOS.

Se llevó a cabo un estudio transversal, descriptivo, exploratorio, con los usuarios de servicios odontológicos de la clínica central de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco atendidos durante el ciclo escolar febrero - julio 2013, estableciéndose un universo de 142 usuarios.

Se realizó un muestreo aleatorio simple y se calculó el número de unidades de estudio mediante el programa STATS 2.0, con un nivel de confiabilidad del 95% y un error estándar de 5%, obteniéndose 104 unidades muestrales.

La recolección de datos se hizo en la clínica central de la Escuela de Odontología a través de la aplicación del instrumento: "Encuesta de percepción técnico-afectiva en el proceso de atención odontológica", elaborado por el equipo de investigadores, el cual fue validado mediante el índice de Cronbach,<sup>(3)</sup> logrando un índice de 0.988, lo que determinó una confiabilidad aceptable para el instrumento.

Las variables que se consideraron para el estudio se centraron en aspectos afectivos y técnicos. Las variables en la dimensión

afectiva fueron:

Respeto: atención o consideración por parte del odontólogo hacia el paciente.

Equidad: igualdad en el trato o servicio por parte del odontólogo.

Imagen: conjunto de rasgos que caracterizan ante los usuarios a la clínica y al odontólogo.

Las variables en la dimensión técnica fueron:

Accesibilidad: Aspectos relacionados con la atención oportuna y cobertura de costos de la clínica.

Competencia profesional: Conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas que posee el odontólogo para prestar el servicio de manera eficaz.

Resultados: Aspectos de la atención odontológica en términos de tratamiento e intervenciones hechas por el odontólogo.

Los sujetos de estudio fueron entrevistados después de la consulta odontológica en los horarios matutino y vespertino en los horarios de 9 a 13 hrs. y de 14 a 18 hrs.

fueron presentados en distribuciones porcentuales.

## RESULTADOS.

Se aplicaron un total de 104 encuestas a los usuarios de servicios odontológicos de la clínica central de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. El rango más sobresaliente con relación a la edad se centra entre los 18 y 30 años constituyendo 33.6%, siendo el de menor representatividad el rango de 60 y más años con 10.5%, considerando que en las clínicas de atención se atienden a partir de los 18 años.

Asimismo el sexo femenino fue el sobresaliente conformando 52.8% de la población estudiada. En cuanto a la ocupación, 46.1% de los encuestados refirieron ser empleados, 23.0% son estudiantes y los jubilados y pensionados 16.3% y 14.4%, respectivamente (Tabla 1).

En cuanto a la variable respeto, se

**Tabla 1.** Variables sociodemográficas de los usuarios. Clínica de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. 2013.

		fx	%
EDAD	18 - 30	35	33
	31 - 40	28	26
	41 - 50	18	17
	51 - 60	12	11.5
	60 Y MÁS	11	10.5
OCUPACIÓN	Estudiante	24	23
	Empleado	18	46.1
	Jubilado	17	16.3
	Pensionado	16	14.4
SEXO	Masculino	48	46.1
	Femenino	56	52.8

**Fuente:** Encuesta de percepción técnico afectiva en el proceso de atención odontológica.

respectivamente. Previamente se solicitó su colaboración y consentimiento para ser encuestados, de la misma manera se le informó al responsable de la clínica sobre la aplicación del instrumento.

Los datos obtenidos fueron tabulados y graficados de acuerdo a cada índice y a las variables de estudio para ser analizadas en los programas estadísticos MS Excel y el SPSS versión 19.0, cuyo datos

consideró la percepción de los aspectos: actitud cortés del odontólogo, puntualidad en el inicio de la consulta, trato personal recibido, actitud atenta del odontólogo, el tiempo suficiente de la consulta, así como la posibilidad que el odontólogo ofrece al paciente de expresar sus ideas. El 24% de los encuestados estuvo de acuerdo con el trato personal recibido y la posibilidad de expresar sus ideas durante

la consulta (18.2%); en contraste 8.6% de los entrevistados estuvo de acuerdo con la puntualidad de la consulta. (Gráfico 1). En cuanto a la equidad en el trato y servicio

odontólogo tiene mayor preferencia con otros pacientes (Gráfico 2). Con lo que respecta a la imagen de la clínica y el odontólogo percibida por

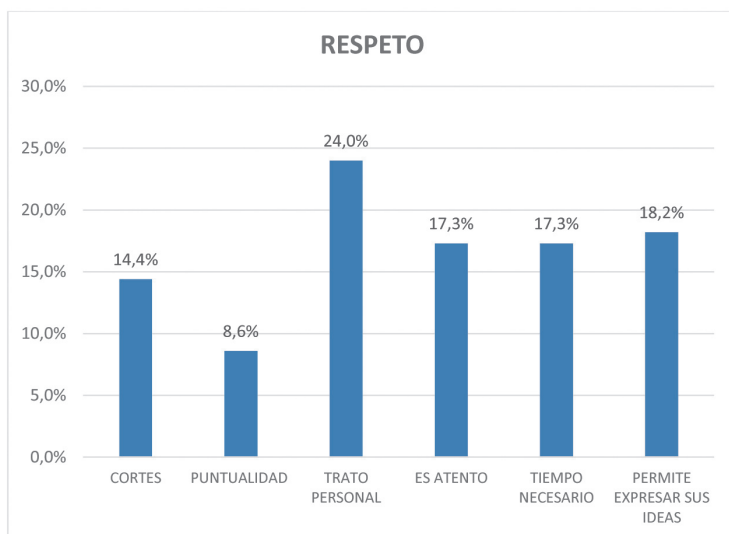
ordenado (Gráfico 3).

Con relación a la accesibilidad, la cual fue definida como los aspectos relacionados con la atención oportuna y la cobertura de costos de la clínica, es importante destacar que 27.8% consideró como alcanzable y accesible el costo de la consulta; 22.1% de los entrevistados está de acuerdo con los horarios de atención y 7.6% consideró relevante las diversas formas de pago (Gráfico 4).

Otra variable analizada fue la competencia profesional, en donde 31.7% de los usuarios consideró la comunicación verbal como una de las habilidades mejor desarrolladas por el odontólogo; asimismo el conocimiento que el odontólogo tiene de su área fue percibido de manera positiva por el 20.1% de los encuestados. (Gráfico 5).

Al analizar la variable resultado, refiriéndose a los aspectos de atención odontológica en términos de tratamiento e intervenciones hechas por el odontólogo, 31.7% de los encuestados consideró que le resolvieron su problema de salud bucal y 25.9% está satisfecho con los resultados obtenidos (Gráfico 6).

**Gráfico 1.** Distribución porcentual con relación a la variable afectiva de respeto.

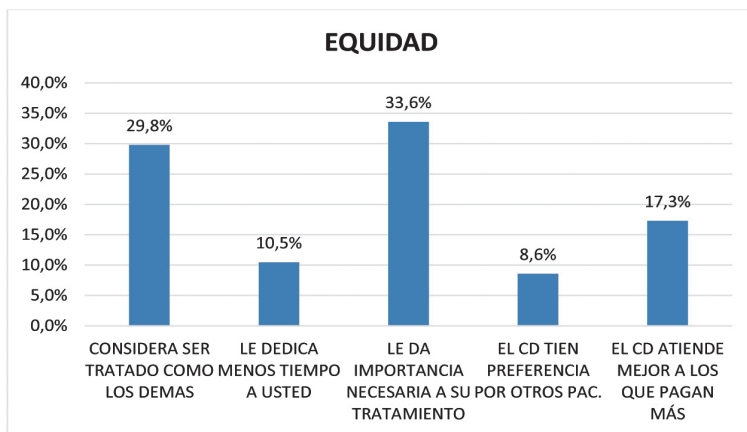


**Fuente:** Encuesta de percepción técnico afectiva en el proceso de atención odontológica.

los usuarios consideraron que sí le dan importancia a su tratamiento (33.6%), además 29.8% percibió que son tratados igual que a los demás pacientes que acuden a las clínicas odontológicas. Sin embargo, cabe destacar que 17.3% percibió que el odontólogo atiende mejor a los que pagan más; en contraste 8.6% mencionó que el

los usuarios, destaca que 22.1% de los encuestados los recomendaría; asimismo durante el proceso de atención 17.3% consideró que el odontólogo usó ropa o indumentaria clínica; la limpieza de la clínica fue evaluada en forma positiva por 14.4% de los entrevistados; y 11.5% consideró que la clínica o consultorio esta

**Gráfico 2.** Distribución porcentual con relación a la variable afectiva de equidad.



**Fuente:** Encuesta de percepción técnico afectiva en el proceso de atención odontológica.

## DISCUSIÓN.

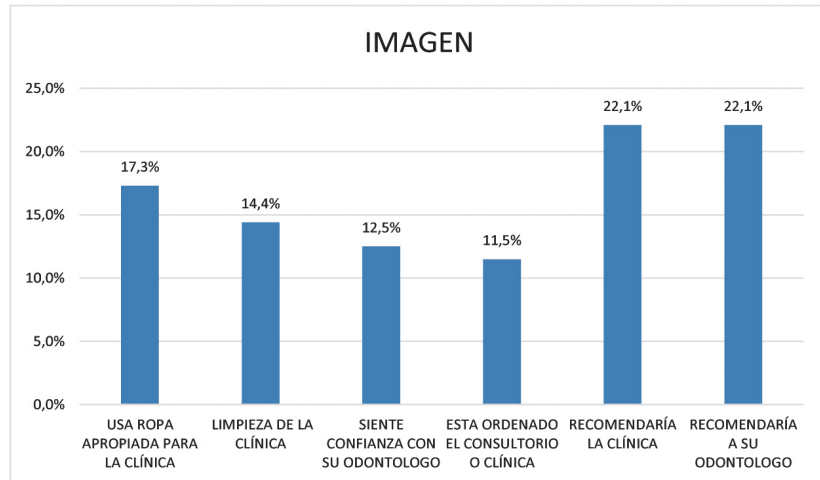
Los resultados obtenidos y analizados en este estudio indican aspectos importantes a reflexionar en la relación odontólogo – usuario. En este sentido con referencia a la variable respeto y trato al usuario, en un estudio similar en México <sup>(4)</sup> se determinó un buen trato personal recibido con respeto y amabilidad en el 60% de los usuarios; en el ámbito internacional un estudio determinó una alta satisfacción global en el aspecto afectivo (96%), acompañada de elementos que resaltan la confianza técnica y profesional del personal odontológico y de la institución en sí. La mayoría de las personas estaban satisfechas por el trato recibido del personal; para el caso del trato por parte del odontólogo el porcentaje de los que estuvieron muy satisfechos fue mayor del 60%.<sup>(5)</sup> Estos datos coinciden con los resultados encontrados en esta investigación, aunque esta variable fue más dirigida al aspecto afectivo considerando

aspectos como la cortesía, la puntualidad, el trato personal recibido y dedicación, en donde los resultados indican que 24.0% de los encuestados estuvo de acuerdo con el trato personal recibido y la atención que el odontólogo presta al paciente durante el proceso de atención (17.3%).

En términos de equidad en la atención, destaca la percepción del usuario con relación a la igualdad en el trato y la atención del odontólogo, siendo que 33.6% de los entrevistados respondió que el odontólogo le da la importancia necesaria a su tratamiento. En un estudio de percepción de satisfacción de los usuarios<sup>(6)</sup> los resultados determinaron pocas observaciones negativas con relación a estos aspectos afectivos; asimismo en un estudio similar se evidencia que un 53.5% manifestó satisfacción en este rubro.<sup>(7)</sup>

En cuanto a la variable de imagen se encontró que 22.1% de los participantes recomendaría la clínica y al odontólogo, lo que podría suponer que en la percepción de una imagen favorable el usuario le da mayor importancia a la presencia del odontólogo y la propia imagen física de la clínica. En este contexto y hablando en términos de mercadotecnia, el manejo de una imagen de marca y su posicionamiento, permite ubicar en la

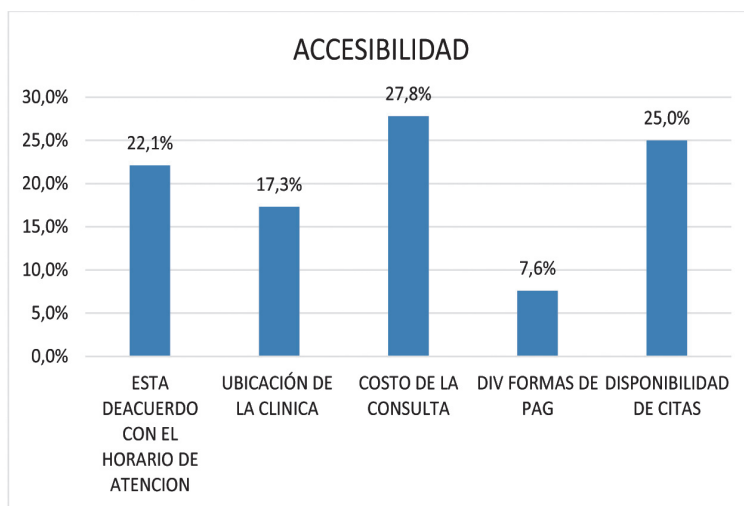
**Gráfico 3.** Distribución porcentual con relación a la variable afectiva de imagen.



mente de usuarios reales y potenciales de la practica odontológica algunos aspectos que se pueden manejar con respecto a esta interacción, o lo que también podríamos llamar un “posicionamiento puro”, ya que no depende en cierto sentido de una promoción mercadológica planificada, sino más bien de un conjunto de acciones que se realizan en el consultorio de manera normal durante el proceso de consulta.<sup>(8)</sup> Los resultados de la variable de accesibilidad revelaron que 22.1% de la población evaluó de manera positiva los

horarios de atención y el 27.8% considera el costo de la consulta en términos alcanzables y accesibles. En un estudio presentado sobre el costo de la atención odontológica, los hallazgos encontrados revelan que el costo de la consulta es adecuado a los tratamientos efectuados. Asimismo el 25.0 %, considera tener acceso a las citas.<sup>(9)</sup> En un estudio de marketing odontológico el 52% de la población comentó estar satisfechos con la flexibilidad y disposición de los horarios de atención.<sup>(10)</sup>

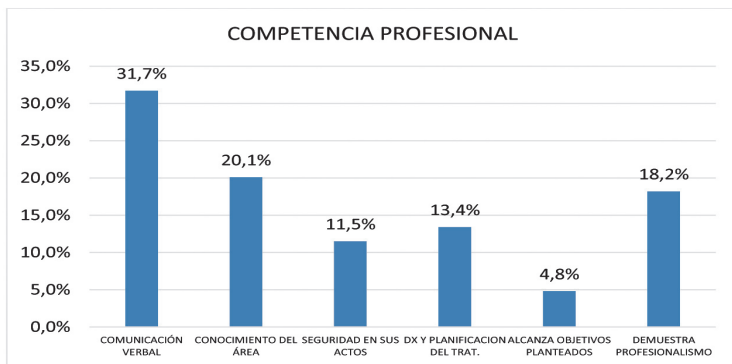
**Gráfico 4.** Distribución porcentual con relación a la variable técnica de accesibilidad.



En cuanto a lo relacionado a las competencias profesionales percibidas por los usuarios, Pietrosky y Zini, demostraron que el 83% de los pacientes estaban satisfechos por las habilidades profesionales del odontólogo;<sup>(11)</sup> sin embargo en otro estudio realizado por Iguaran sostiene que la percepción de la competencia profesional fue evaluado con una puntuación muy baja, en criterios de insatisfacción.<sup>(7)</sup> En este sentido, los hallazgos de esta investigación indicaron que 31.7% de la población estudiada consideró la comunicación verbal como una de las principales competencias desarrolladas por el odontólogo, sin embargo hubo una diferencia significativa con relación a la planificación y establecimiento del plan de tratamiento, es decir fue evaluado en una proporción baja (13.4%).

**Fuente:** Encuesta de percepción técnico afectiva en el proceso de atención odontológica.

**Gráfico 5.** Distribución porcentual con relación a la variable técnica de competencia profesional.



**Fuente:** Encuesta de percepción técnico afectiva en el proceso de atención odontológica.

Con relación a los resultados 31.7% de los encuestados refiere que le resolvieron su problema de salud bucal al acudir a consulta; 25.9% está satisfecho con los resultados obtenidos y 22.1%, destaca que el servicio cumplió con sus expectativas. En contraste, un estudio reveló que en cuanto las expectativas y resultado de la atención odontológica se observó que sólo el 20% de los pacientes con algún grado de insatisfacción considera que el odontólogo le ayuda a mantener la salud oral; <sup>(12)</sup> así mismo en un estudio similar 30.8% de los encuestados manifestaron no estar satisfechos con los resultados esperados. <sup>(7)</sup>

### CONCLUSIÓN.

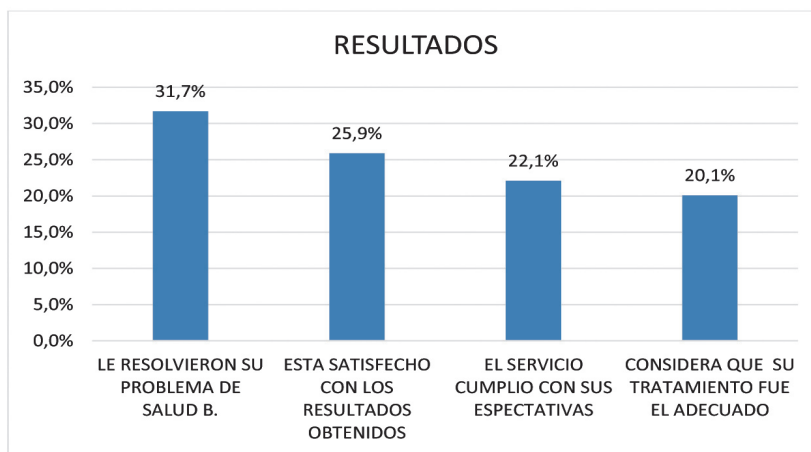
Es importante destacar la relevancia que tiene el conocer la percepción que tiene

el usuario o paciente de los servicios odontológicos, ya que es éste quien evalúa realmente el servicio recibido y percibe de primera impresión las fortalezas y

debilidades en el proceso de atención. En este sentido como se pudo evidenciar en esta investigación hay algunos aspectos a mejorar desde la perspectiva del usuario, pues manifiestan estar parcialmente satisfechos en algunas variables evaluadas, por tal razón, es necesario mantener de manera constante mecanismos que permitan al odontólogo identificar las necesidades de los usuarios para establecer las estrategias que permita la innovación y transformación de la práctica hacia una verdadera y auténtica calidad técnica y afectiva para lograr una sana relación odontólogo usuario.

Asimismo es necesario diseñar instrumentos de medición más específicos centrados en la calidad del servicio y atención bajo una perspectiva de diseño metodológico mixto para evitar sesgos en el proceso de investigación.

**Gráfico 6** Distribución porcentual con relación a la variable técnica de resultados.



### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Rubilar A, Rossi M. ¿Que producen los servicios de salud y cómo podemos medirlo? Asociación Médica Argentina: Argentina Editorial. 2010. 8(3):8-13.
- Donabedian A. Garantía y monitoria de la calidad de la atención médica perspectiva en salud pública. Instituto Nacional de Salud pública. México 1992; 1(1): 3-11
- Hernández, Sampieri R. Metodología de la Investigación. México: Mcgraw Hill; 2010. 45
- Coria Fierros. La calidad en la atención de las clínicas Iztacala, Acatlán y Aragón dependientes de la Fes Iztacala Facultad de odontología de la Universidad Nacional Autónoma de México; 2010.1 3-6.
- Agudelo AA, Valencia LY, Oullón E, Betancur LG, Restrepo LM, Peláez LV. Satisfacción y factores asociados en estudiantes usuarios del servicio odontológico de la institución prestadora de servicios de salud “IPS

- Universitaria” (Medellín). Rev. Fac Odontol Univ Antioq 2008; 19 (2):13-23.
- Rodríguez Montejó Y, Quintal R, Manzanilla N, Suchite S, Tho Euán D, Castillo Castillo H. Satisfacción de los usuarios de las clínicas odontológicas de la universidad Anáhuac Mayab. (Spanish). Revista Oral [serial on the Internet]. (2010, May 2), [cited September 19, 2013]; 11(S2): 24-26. Available from: Dentistry & Oral Sciences Source.
- Iguaran R, Chávez E. Satisfacción de los clientes del servicio médico odontológico de la universidad de Zulia. Núcleo Costa Oriental del Lago. Revista Venezolana de Ciencias Sociales /vol.10 número 001, Universidad Nacional experimental Rafael María Baralt-UNERMB Cabimas Venezuela (001) 2006. 176-203
- Morales García, Priego Álvarez. La importancia del marketing odontológico en el ejercicio profesional. Revista Horizonte Sanitario Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (7):12-18

- De la Fuente-Hernández J, Sifuentes-Valenzuela M, Ortega-Maldonado M, de Cossio M. Costo de la atención odontológica por caries dental en estudiantes preuniversitarios mexicanos. (Spanish). Universitas Odontológica [serial on the Internet]. (2010, July), [cited September 19, 2013]; 29(63): 67-75. Available from: Academic Search Complete.
- Jakupović, V., Martinović, M., Özgüven, K., & Vuković, A.). Services Marketing in Dentistry - Knowledge, Practice, Attitude in Bosnia and Herzegovina. Materia Socio Medica. 2010; 22(4):195-199.
- Elizondo J. Variables relacionadas con la satisfacción del paciente de los servicios odontológicos. Universidad de granada; 2008. 7-172.
- López-Soto Op, Cerezo MP, Paz-Delgado AL. Variables relacionadas con la satisfacción del paciente de los servicios odontológicos. Rev. Gerenc. Polit. Salud, Bogotá (Colombia). 2010;9(18):124-136.