



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de un
establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Gerencia

AUTOR

Rotondo Cortez, Gianpier
ORCID: 0009-0005-7015-4683

ASESORA

Casas Quispe, María Isabel
ORCID: 0000-0002-0445-374X

Lima, Perú

2024

Metadatos

Datos de autor

Rotondo Cortez, Gianpier

Tipo de documento de identidad del AUTOR: DNI

Número de documento de identidad del AUTOR: 70786056

Datos de asesora

Casas Quispe, María Isabel

Tipo de documento de identidad de la ASESORA: DNI

Número de documento de identidad de la ASESORA: 45705128

Datos del jurado

JURADO 1: Mendez Vicuña Carlos Alberto, DNI 07128084, ORCID 0000-0001-7809-5781

JURADO 2: Rada Bernasconi Eduardo, DNI 08193533, ORCID 0000-0001-5472-1274

JURADO 3: Romero Alarcón Naty Alejandrina, DNI 41005435, ORCID 0000-0003-2481-1628

JURADO 4: Murga Prieto María Judith, DNI 08797385, ORCID 0000-0003-2291-2396

Datos de la investigación

Campo del conocimiento OCDE: 5.02.04

Código del programa: 413256

Declaración Jurada de Originalidad

Yo, Gianpier Rotondo Cortez, con código de estudiante N° 201811062 con DNI N° 70786056, con domicilio en Av. General Edmundo Aguilar Pastor 451 distrito Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, en mi condición de Bachiller de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, declaro bajo juramento que:

La presente tesis titulada: “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023” es de mi única autoría, bajo el asesoramiento de la docente María Isabel Casas Quispe, y no existe plagio y/o copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación presentado por cualquier persona natural o jurídica ante cualquier institución académica o de investigación, universidad, etc. La cual ha sido sometido al anti plagio Turnitin y tiene el 20% de similitud final.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en la tesis, el contenido de estas corresponde a las opiniones de ellos, y por las cuales no asumo responsabilidad, ya sean de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o de internet.

Asimismo, ratifico plenamente que el contenido íntegro de la tesis es de mi conocimiento y autoría. Por tal motivo, asumo toda la responsabilidad de cualquier error u omisión en la tesis y soy consciente de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de falsa declaración, me someto a lo dispuesto en las normas de la Universidad Ricardo Palma y a los dispositivos legales nacionales vigentes.

Surco, 02 de febrero del 2024



Gianpier Rotondo Cortez

70786056

Índice de Similitud

Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%	22%	7%	19%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	9%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	7%
3	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	docplayer.es Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES

[Handwritten signature]
DR. JAVIER DEMETRIO RAMOS DE ROSAS ALVAREZ DEL VILLAR
Jefe de Unidad Grados y Títulos - PACBE



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

MAG. CHRISTIAN ALEJANDRO BARRERA BAZURRI
BOCADO RESPONSABLE DEL TÍTULO - UNIDAD DE GRADOS Y TÍTULOS
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Dedicatoria

La presente tesis se lo dedico a Dios; a mis padres y hermanos, por ser un ejemplo para mí, por la confianza y fortaleza que me dieron y por todo el apoyo incondicional que me brindaron.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, a mis padres y hermanos por confiar en mí, a mi asesora María Isabel Casas por su apoyo incondicional durante toda la presente tesis, a los profesores que me brindaron conocimientos durante toda mi etapa profesional y a la Universidad Ricardo Palma, por brindarme un lugar donde puedo llamar mi segundo hogar.

Introducción

La presente tesis titulada Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023 se dio con el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, ya que cuenta con algunas deficiencias dentro de ella.

La presente tesis está compuesta por los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se da a conocer el planteamiento del problema, describiendo la problemática del establecimiento de salud, estableciendo el problema general y los problemas específicos, asimismo identificando el objetivo general y específicos, además se explica la importancia y justificación del estudio, el alcance y las limitaciones.

En el capítulo II, se da a conocer los antecedentes nacionales e internacionales con relación entre mis variables: calidad de servicio y satisfacción del cliente; asimismo se desarrolló las bases teóricas y científicas como: marco histórico, marco legal y el marco teórico, además se mencionó las definiciones de términos básicos.

En el capítulo III, se presenta la hipótesis general y específicas, la identificación de ambas variables de estudio, de las cuales se usaron para realizar la matriz de operacionalización y la matriz lógica de consistencia.

En el capítulo IV, se da a conocer la metodología usada en la presente tesis, en la cual se menciona el método y diseño usado, asimismo la población estuvo conformada por 100 clientes que mediante el muestreo probabilístico se obtuvo una muestra de 80 clientes. Complementando, el instrumento utilizado fue el cuestionario virtual, enviado a los clientes a través de un enlace en Google forms y la técnica fue la encuesta, la cual permitió la obtención de datos de forma práctica y eficiente. Así mismo. Se utilizó el programa SPSS versión 27 para los resultados.

En el capítulo V, se pudo visualizar los resultados y la discusión partiendo del análisis de datos según la muestra obtenida mediante las tablas y figuras.

En el capítulo VI, se mencionan las conclusiones y recomendaciones del estudio, y para finalizar se colocaron las referencias y apéndices correspondientes.

Índice

Metadatos	II
Declaración Jurada de Originalidad	III
Índice de Similitud	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Introducción	VII
Índice.....	IX
Lista de tablas.....	XII
Lista de figuras	XV
Resumen.....	XVII
Abstract	XVIII
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	1
1. Formulación del problema	1
2. Objetivos General y Específicos	10
3. Justificación e importancia del estudio	11
4. Alcance y Limitaciones.....	12
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	14
1. Antecedentes de la investigación	14

2. Bases teórico - científicas.....	19
3. Definición de términos básicos	26
CAPÍTULO III.....	29
HIPÓTESIS Y VARIABLES	29
1. Hipótesis y/o supuestos básicos	29
2. Las Variables de estudio y su operacionalización.....	30
3. Matriz lógica de consistencia	31
.....	32
CAPÍTULO IV.....	33
MÉTODO.....	33
1. Tipo y método de investigación	33
2. Diseño específico de investigación	34
3. Población y muestra	34
4. Instrumentos de obtención de datos:	36
5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	40
6. Procedimiento de ejecución del estudio	40
CAPÍTULO V	41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	41
1. Datos Cuantitativos	41
2. Análisis de Resultados	59
3. Discusión de resultados.....	67

CAPÍTULO VI..... 71

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 71

 1. Conclusiones 71

 2. Recomendaciones..... 73

REFERENCIAS 75

APÉNDICE 79

 Apéndice 1 79

 Apéndice 2 83

 Apéndice 3 88

 Apéndice 4 89

 Apéndice 5 90

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz de operacionalización	30
Tabla 2. Matriz de consistencia.....	31
Tabla 3. Categorización de la variable Calidad de Servicio	36
Tabla 4. Categorización de la variable Satisfacción del Cliente	37
Tabla 5. Escala de Likert.....	37
Tabla 6. Validez del Instrumento	38
Tabla 7. Coeficientes Alfa de Cronbach	38
Tabla 8. Resumen del procesamiento de casos	39
Tabla 9. Coeficiente de Alfa de Cronbach	39
Tabla 10. Etapas de la Investigación.....	40
Tabla 11. ¿El personal del establecimiento de salud se encuentra capacitado para la atención del cliente?	41
Tabla 12. ¿Considera usted que el tiempo de espera es el más adecuado?	42
Tabla 13. ¿El establecimiento de salud cuenta con equipos tecnológicos modernos y en buen estado?	43
Tabla 14. ¿La infraestructura del establecimiento de salud es la más adecuada?	44
Tabla 15. ¿El personal de salud le transmite un alto grado de confianza?.....	45
Tabla 16. ¿Considera usted que la información brindada es veraz y fiable?	46
Tabla 17. ¿Considera usted que el establecimiento de salud guarda la confidencialidad de sus resultados?	47
Tabla 18. ¿El personal de salud muestra profesionalismo en la atención que brinda?48	
Tabla 19. ¿Considera usted que el establecimiento de salud cumple con las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, señalizaciones, alarmas)?	49

Tabla 20. ¿El personal le demostró interés en solucionar cualquier duda que usted tuvo durante su atención?	50
Tabla 21. ¿El personal de salud es cortés y respetuoso?	51
Tabla 22. ¿El personal de salud cuenta con una tolerancia adecuada?	52
Tabla 23. ¿El establecimiento de salud satisface sus expectativas de calidad en el servicio brindado?	53
Tabla 24. ¿Usted considera que el servicio brindado en el establecimiento de salud ha superado sus expectativas personales?	54
Tabla 25. ¿Siente que el personal de salud logra el resultado deseado en cuanto al servicio que se le brinda?	55
Tabla 26. ¿Considera usted que el personal de salud realiza sus funciones de la mejor manera?	56
Tabla 27. ¿Usted se siente satisfecho con el servicio brindado?	57
Tabla 28. ¿Recomendaría a otros clientes atenderse en este establecimiento de salud?	58
Tabla 29. Tabla cruzada de las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente	60
Tabla 30. Pruebas de Chi-Cuadrado de las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente	60
Tabla 31. Medidas Simétricas de las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente	61
Tabla 32. Tabla cruzada de la dimensión Elementos Tangibles y la variable Satisfacción del client	61
Tabla 33. Pruebas de Chi-Cuadrado de los Elementos Tangibles y Satisfacción del cliente	62

Tabla 34. Medidas simétricas de Elementos Tangibles y Satisfacción del cliente	62
Tabla 35. Tabla cruzada de la dimensión Fiabilidad y la variable Satisfacción del cliente	63
Tabla 36. Pruebas de Chi-cuadrado de Fiabilidad y Satisfacción del cliente	63
Tabla 37. Medidas simétricas de fiabilidad y satisfacción del cliente	64
Tabla 38. Tabla cruzada de la dimensión Seguridad y la variable Satisfacción del cliente	64
Tabla 39. Pruebas de Chi-cuadrado de Seguridad y Satisfacción del cliente	65
Tabla 40. Medidas simétricas de seguridad y satisfacción del cliente	65
Tabla 41. Tabla cruzada de la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente	66
Tabla 42. Pruebas de Chi-cuadrado de Empatía y Satisfacción del cliente	66
Tabla 43. Medidas simétricas de Empatía y Satisfacción del cliente.....	67

Lista de figuras

Figura 1. ¿El personal del establecimiento de salud se encuentra capacitado para la atención del cliente?	42
Figura 2. ¿Considera usted que el tiempo de espera es el más adecuado?.....	43
Figura 3. ¿El establecimiento de salud cuenta con equipos tecnológicos modernos y en buen estado?	44
Figura 4. ¿La infraestructura del establecimiento de salud es la más adecuada?.....	45
Figura 5. ¿El personal de salud le transmite un alto grado de confianza?	46
Figura 6. ¿Considera usted que la información brindada es veraz y fiable?.....	47
Figura 7. ¿Considera usted que el establecimiento de salud guarda la confidencialidad de sus resultados?	48
Figura 8. ¿El personal de salud muestra profesionalismo en la atención que brinda?.....	49
Figura 9. ¿Considera usted que el establecimiento de salud cumple con las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, señalizaciones, alarmas)?	50
Figura 10. ¿El personal le demostró interés en solucionar cualquier duda que usted tuvo durante su atención?.....	51
Figura 11. ¿El personal de salud es cortés y respetuoso?.....	52
Figura 12. ¿El personal de salud cuenta con una tolerancia adecuada?	53
Figura 13. ¿El establecimiento de salud satisface sus expectativas de calidad en el servicio brindado?	54
Figura 14. ¿Usted considera que el servicio brindado en el establecimiento de salud ha superado sus expectativas personales?	55

Figura 15. ¿Siente que el personal de salud logra el resultado deseado en cuanto al servicio que se le brinda?	56
Figura 16. ¿Considera usted que el personal de salud realiza sus funciones de la mejor manera?	57
Figura 17. ¿Usted se siente satisfecho con el servicio brindado?	58
Figura 18. ¿Recomendaría a otros clientes atenderse en este establecimiento de salud?	59

Resumen

La presente tesis titulada *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023* tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre ambas variables, con la finalidad de identificar la insatisfacción de los clientes al momento de su atención. Se empleó la metodología de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo correlacional, con método hipotético deductivo, de diseño no experimental y corte transversal, mediante la técnica de encuesta. La tesis presentó una población de 100 clientes de un establecimiento de salud, dando una muestra de 80 clientes, a las cuales se empleó un cuestionario de tipo Likert con 18 preguntas, que fueron validadas por expertos, dicho instrumento se usó para la recopilación de información. Asimismo, con los datos recopilados del cuestionario, se procedió a utilizar el programa SPSS, dando como resultado el nivel de fiabilidad, la relación y la intensidad de ambas variables. Los resultados obtenidos dieron como conclusión la relación significativa que tiene la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud. Por otro lado, también se pudo concluir que las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, seguridad y empatía se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente.

Palabras claves: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, elementos tangibles, fiabilidad y seguridad.

Abstract

This thesis entitled *Quality of service and its relationship with customer satisfaction in a health facility in the city of Lima, 2023* aimed to determine the relationship between both variables, in order to identify the dissatisfaction of customers at the time of their attention. An applied methodology was used, with a quantitative approach, descriptive correlational scope, hypothetical deductive method, non-experimental design and cross-sectional, using the survey technique. The research presented a population of 100 clients of a health establishment, giving a sample of 80 clients, to whom a Likert-type questionnaire with 18 questions was used, which were validated by experts, this instrument was used for the collection of information. Likewise, with the data collected from the questionnaire, we proceeded to use the SPSS program, giving us as a result the level of reliability, the relationship and the intensity of both variables. The results obtained gave as a conclusion the significant relationship between service quality and customer satisfaction in a health establishment. On the other hand, it was also possible to conclude that the dimensions: tangible elements, reliability, security and empathy are significantly related to customer satisfaction.

Key words: Service quality, customer satisfaction, tangible elements, reliability and safety.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1. Formulación del problema

La presente tesis se genera con la finalidad de dar a conocer cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, asimismo cómo puede afectar directamente a los clientes si tiene deficiencias la calidad de servicio.

Actualmente, lo primordial en una organización es brindar una calidad de servicio óptima y adecuada, dado que afecta principalmente al cliente, va a marcar el nivel de agrado que un cliente puede llegar a tener o superar sus expectativas, con respecto al servicio que le fue brindado.

Para el autor Gronroos (1985), la calidad de servicio va a depender entre lo que espera el cliente y lo que verdaderamente obtiene, esto quiere decir que, el cliente puede esperar mucho de esa compañía, pero quizá no recibe información adecuada y el cliente queda insatisfecho, lo cual causaría quejas, reclamos, etc., y no es beneficiario para la organización.

Según Parasuraman et al. (1988), la calidad de servicio resulta de la semejanza entre las apreciaciones y las perspectivas que tienen los clientes ante un servicio.

En cierto modo, se sabe que los establecimientos de salud en la ciudad de Lima son muy precarios, carecen de equipos de salud adecuados, falta de personal médico e infraestructuras vulnerables.

Asimismo, para Zeithaml y Bitner (2002), la satisfacción es el reconocimiento que practican los clientes sobre un producto o servicio que se brinda, estos llegan a cubrir sus necesidades y por consecuencia cumplir con las expectativas de ellos.

Es decir, cuando la organización no logra cumplir con las necesidades ni las expectativas del cliente, lo que se obtiene es una insatisfacción por el producto o servicio recibido. Por eso el objetivo más importante de las empresas es lograr alcanzar el máximo nivel de satisfacción de sus clientes, ya que, mediante la compra de ellos, genera que la empresa tenga crecimiento.

Hoy en día, las organizaciones optan por tener una mayor visibilidad y generar mayores ganancias, el problema con la mayoría de organizaciones es que no invierten en sus trabajadores, no les brindan las capacitaciones adecuadas para poder ofrecer un servicio eficiente y a la altura que los clientes merecen, no solamente es brindar un buen producto o servicio sino también ofrecer un servicio que vaya de la mano con la calidad y una adecuada atención para el usuario, que en este caso son los pacientes que buscan un servicio de calidad, que se sientan seguros y tranquilos en todo el proceso del servicio brindado, con información correcta y puntual, ya que si el cliente es feliz, le da una mayor rentabilidad a la empresa y se fideliza con ella, haciéndola permanecer en el mercado mucho más tiempo.

Castro (2016), tiene en cuenta que se presentan cambios en el mercado actual, donde la satisfacción del cliente se ha vuelto más compleja y es una base fundamental para la rentabilidad de las organizaciones, no solo al corto plazo, sino a largo plazo para que se mantengan en el mercado.

Por ello, las organizaciones tienen que seguir implementando mejoras dentro de ellas, modificando y descartando lo que no le brinde valor a la empresa, de esta manera

se presenta al cliente de una forma más adecuada, de la cual el cliente se sentirá satisfecho con el producto o servicio que les brindan.

En relación, Soto (2020), dice que la calidad y el servicio van siempre de la mano, es decir, no se puede dar un servicio sin una calidad de por medio.

La calidad y el servicio son pieza fundamental dentro de una organización, las cuales siempre deben ir de la mano, ya que, no se puede brindar un servicio sin calidad, dado que, la calidad es indispensable para cualquier servicio que se brinda, esto es observado por los clientes, generándole buenas expectativas, fidelizándolos.

Para Vázquez (2020), señala que existe una creciente necesidad de que las empresas implementen un sistema de calidad de servicio en los diferentes rubros.

Se ha convertido en una estrategia competitiva que las organizaciones implementen un servicio de calidad independientemente del rubro en que se encuentre, donde la satisfacción del cliente y las ganancias de la empresa son los objetivos principales.

En el presente, el COVID-19 ha mostrado las diferentes deficiencias que enfrentan los diferentes establecimientos de salud, dando a conocer la precariedad de estos, como la falta de agua y servicios de saneamiento en muchos de estos establecimientos, materiales y equipos en mal estado, la larga espera de los clientes para poder atenderse, la falta de disponibilidad de camas, demoras en los procesos internos administrativos, entre otros problemas.

Para Zeithaml (1988), la calidad no es más que la apreciación que tiene el cliente sobre la expectativa de algún producto o servicio.

Esto hace referencia a que va a depender de como el consumidor va a percibir la calidad del servicio de ese establecimiento, y según su percepción se dará cuenta si satisface sus necesidades o no, esto implica muchos aspectos, como: la atención del

personal, su rapidez al momento de hacer la documentación, el tiempo por el cual los usuarios deben esperar , la infraestructura, si existen profesionales calificados para las atenciones médicas, los equipos y materiales que estén en buen estado, etc.; todo ese conjunto de aspectos lo visualiza el consumidor y de acuerdo a eso, sabrá si satisfacen sus necesidades o no.

El cliente tiene el derecho a ser atendido de una forma correcta, con un personal capacitado que los pueda orientar y ayudar en sus problemas que estos cuentan como también estar al tanto de sus pacientes, desde que sacan citas para la atención médica, como la entrega de sus resultados, ya que esto haría que los clientes se sientan seguros con todo el procedimiento, y además estarían fidelizándolos, lo cual sería muy conveniente.

Así mismo, la satisfacción del cliente va a consistir en todo ese conjunto de circunstancias externas que ha estado observando y contemplando en sus visitas hacia ese centro de salud, ocasionando distintos niveles de satisfacción, que pueden ser buenas o malas, a causa de las vivencias que este cliente ha pasado, que inicia desde el ingreso del paciente al centro de salud hasta la salida de este, y lo que se busca es satisfacer al cliente en todas las formas posibles.

FODA:

Fortalezas

F1: Profesionales especializados.

F2: Ubicación adecuada y de fácil acceso.

F3: Equipos informáticos adecuados.

F4: Buen clima organizacional.

F5: Presenta buena limpieza en las diferentes áreas.

F6: Participación comprometida de todo el personal de salud.

Debilidades

- D1: Equipos médicos en mal estado.
- D2: Deficiencia en gestión administrativa.
- D3: No cuentan con capacitaciones constantes.
- D4: Capacidad de respuesta débil.
- D5: Procesos desordenados y baja coordinación entre áreas.
- D6: Largo tiempo de espera.
- D7: Edificación antigua de alta vulnerabilidad.
- D8: Poco personal de salud para la gran demanda.
- D9: Limitada atención del servicio de salud.
- D10: Insatisfacción del cliente en sala de emergencia y consulta externa.
- D11: Prácticas burocráticas.

Oportunidades

- O1: Existencia de problemas de salud.
- O2: Incremento de proveedores.
- O3: Impulso a los proyectos de inversión pública.
- O4: Alta demanda por aumento de población.
- O5: Cambios en las tecnologías médicas.
- O6: Adquisición de equipos modernos.
- O7: Cuenta con infraestructura para ampliar el centro de salud.
- O8: Alianzas estratégicas.
- O9: Convenios con otros hospitales.
- O10: Buena demanda de pacientes.

Amenazas

- A1: Recursos financieros escasos.

A2: Limitados fondos públicos para la obtención de nuevos equipos de salud.

A3: Delincuencia.

A4: Inadecuada organización del sistema de salud.

A5: Gran demanda de la población vulnerable.

A6: Aumento de desempleo

A7: Altos costos en adquisición de nuevos equipos médicos.

Estrategia Ofensiva (Fortaleza – Oportunidad)

- F1-O4: Plan de refuerzo en las capacitaciones del personal dentro del establecimiento de salud para aprovechar eficazmente la gran magnitud de clientes.
- F2-O7: Plan para ampliar la infraestructura del establecimiento de salud.
- F3-O6: Implementación de un plan de actualización para uso de equipos informáticos de última tecnología.
- F8-O3: Promover programas de incentivos dirigidos por el personal de salud.

Estrategia Defensiva (Fortaleza – Amenaza)

- F3-A7: Implementación de mejoras para la adquisición de nuevos equipos de laboratorio e informáticos.
- F5-A7: Implementación de reconocimientos a trabajadores que muestren eficiencia en el trabajo.

Estrategia de Reorientación (Debilidad – Oportunidad)

- D1-O6: Implementación de nuevos equipos médicos.
- D4-D6-O4: Plan de mejora de gestión, el cual permita distribuir mejor los tiempos de atención y el uso de recursos.
- D8-O4: Implementación de contratación de más trabajadores de salud, por la alta demanda de clientes.

- D10-O3: Implementación de aumento de estrategias para cubrir de forma óptima las necesidades de los clientes y superar sus expectativas.

Estrategia de Supervivencia (Debilidades – Amenazas)

- D6-A5: Implementación de un programa de mejora continua para la atención de servicios médicos de consulta externa.
- D2-A4: Implementar vías de comunicación rápidas y efectivas.
- D4-D5-A4: Realización de un programa de supervisión e inspección continua en el área de atención al público.
- D7-A3: Implementación de un plan de seguridad interno del establecimiento de salud.

Diagnóstico

Después de haber analizado la matriz DAFO, se puede observar que, el establecimiento de salud cuenta con diferentes deficiencias, sobre todo en el factor de la calidad de servicio, que es fundamental en cualquier organización, ya que, se el servicio que se debería brindar, debería ser la más adecuada y eficiente, sobre todo si hablamos de un establecimiento de salud, donde las personas acuden buscando una ayuda, ya que muchos de ellos van por algún problema de salud y lo que se debería buscar es agilizarle todo el trámite administrativo y no poniéndoles trabas o incomodidades con los tiempos de espera; lo que busca cualquier organización es hacer sentir cómodos a los usuarios, satisfaciendo sus necesidades y superando sus expectativas que estos tienen, de esta manera los fidelizamos y generamos valor para el establecimiento de salud.

Por otro lado, también se pudo observar en la matriz DAFO que la falta de capacitación del personal es uno de los problemas principales dentro del establecimiento de salud, lo cual perjudica directamente al cliente, ya que, al no tener capacitaciones constantes, hacen que el trato entre el trabajador y cliente no sea el más adecuado, además

del largo tiempo de espera que estos deben pasar, por falta de una buena gestión administrativa, y todo esto genera una insatisfacción total por parte del cliente hacia el establecimiento de salud.

Pronóstico

En base a lo analizado en el diagnóstico, se define que si el establecimiento de salud sigue incurriendo en los mismos problemas que tiene y no realiza ninguna acción para poder mejorar o solucionar esos problemas, el cliente se vería directamente afectado, lo cual haría que nunca llegue a fidelizarse y estos ya no acudirían a este centro de salud. Asimismo, la realización de un plan de fortalecimiento en las capacitaciones del personal, sería de mucha ayuda, ya que, el trato entre el cliente y trabajador sería el más adecuado, brindándole soluciones beneficiarias para el cliente, además de que se agilizaría todo el proceso administrativo y los clientes no tuvieran que esperar tanto al momento de realizarse algún chequeo médico, lo cual de por sí no es de todo satisfactorio.

Por otro lado, la compra de nuevos equipos y materiales médicos, harían que el cliente se sienta seguro de poder atenderse ahí, tendrían la seguridad de que ese establecimiento de salud cuenta con equipos de primera, lo cual harán que sus resultados sean los más verídicos posibles, sin tener ese temor de que hubiese una falla.

Así mismo, contratar mayor número de personal de salud, sería muy beneficioso, ya que se podría cubrir la alta demanda que tiene la organización; normalmente el personal de salud no se da abasto por la gran demanda que tienen, y muchos de los clientes no consiguen citas o demoran mucho en obtener una de ellas, por eso que, al contratar más personal de salud, generaría agilidad tanto en consulta interna como externa.

Control de Pronóstico

De acuerdo al diagnóstico y pronóstico expuesto anteriormente, se pueden plantear diferentes estrategias que ayudarán al establecimiento de salud a solucionar sus problemas.

En primer lugar, si el establecimiento de salud se enfocaría en ofrecer a su personal el apoyo para que se capaciten constantemente, que sientan que van creciendo en sus respectivos puestos, adquiriendo nuevas habilidades y conocimientos, ellos se sentirían estimados por la organización, su desempeño y entusiasmo crecería, haciendo que atiendan bien a sus clientes y estos estén satisfechos. Por otro lado, la obtención de máquinas modernas y materiales de salud con tecnología avanzada, ayudarían a que los clientes se sientan seguros al hacerse cualquier tratamiento o intervención quirúrgica dentro de ese establecimiento, lo cual es muy conveniente para ellos, ya que, le estarían dando un buen prestigio y a la vez, fidelizan al cliente, generándole valor a la organización. Así mismo, algo que incomoda continuamente al cliente, es el tiempo de espera que deben hacer al momento de querer atenderse o sacar una cita, por lo cual, la empresa debería implementar un plan de aumento de contratación de personal, para que puedan cubrir el alto número de paciente que se atienden, además que el tiempo de espera por persona sería menor, lo cual es muy favorable tanto para la organización como para el cliente.

Son varias las estrategias que la organización puede empezar a efectuar para progresar, sobre todo en la calidad del servicio que cuenta con muchas deficiencias, lo cual, al momento de solucionar estos problemas, se verá un cambio total integrado, donde el trabajador se sentirá motivado y el cliente satisfecho con el servicio prestado.

Por lo que se determinan los siguientes problemas:

Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?

Problemas específicos

¿Cuál es la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?

¿Cuál es la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?

¿Cuál es la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?

¿Cuál es la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?

2. Objetivos General y Específicos**Objetivo General**

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Objetivos específicos

Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

3. Justificación e importancia del estudio

Justificación Teórica

La tesis actual analizó la primera variable calidad de servicio y la segunda variable satisfacción del cliente, con el objetivo de buscar relación entre ambas variables. Así mismo, dentro de esta tesis es importante comprender y conocer el motivo de una buena atención al cliente, ya que el cliente es fundamental para cualquier organización, y dependerá de estos como afecta en los ingresos del establecimiento de salud. Por otro lado, es importante considerar los resultados de esta tesis, ya que podrían aportar estrategias adecuadas y propicias para la mejora del establecimiento de salud, sobre todo en el factor más crucial que viene hacer la calidad de servicio brindada, a través de la mejora como en el trato al cliente, atención adecuada, seguridad, fidelización, entre otros factores.

Esta tesis es necesaria para todos los establecimientos de salud, ya que se menciona algunos problemas recurrentes en estos establecimientos y además se brindan algunas estrategias para poder solucionar estos problemas, los cuales dependiendo de cada establecimiento tomara en cuenta los que mejor se les adecue. Por otro lado, es conveniente tanto para los establecimientos de salud y para los clientes, ya que, el establecimiento al tomar en cuenta algunas de estas estrategias, hacen que el cliente se encuentre más satisfecho y en muchas ocasiones, superaran sus expectativas a la hora de tomar ese servicio, lo cual beneficia al establecimiento y le genera valor, además de que el cliente se fideliza.

Justificación Práctica

Con los resultados de esta tesis, el establecimiento de salud se verá beneficiado, ya que, se podrá ver como las estrategias creadas en este trabajo tienen un impacto positivo en los usuarios, especialmente en la calidad de servicio, que engloba a una

atención adecuada, a las capacitaciones del personal, a una gestión administrativa rápida y a equipos de salud propicios para los clientes. Así mismo, esta tesis pretende generar buenos resultados y poder fidelizar a los clientes, superando sus expectativas y satisfaciendo sus necesidades.

Justificación Metodológica

El diseño de esta tesis es de nivel descriptiva-correlacional, la cual permitió analizar con profundidad la primera y segunda variable: de calidad de servicio y satisfacción del cliente de un establecimiento de salud, con el objetivo de determinar la relación de ambas variables. Además, la presente tesis es de corte transversal (en un único momento), no experimental (sin manipular las variables), empleando la encuesta como técnica y como instrumento el cuestionario.

Importancia del estudio

Es importante en esta tesis conocer como la variable 1: calidad de servicio y la variable 2: satisfacción del cliente se relacionan, asimismo, esta tesis ayudará al establecimiento de salud estudiado a conocer en qué aspectos está fallando y que estrategias puede usar para solucionar esos problemas. Por otro lado, la presente tesis puede ser tomada como referencia para otros investigadores.

4. Alcance y Limitaciones

Alcance

Para Zeithaml et al. (1993), las apreciaciones de calidad y el entendimiento sobre la satisfacción, son aspectos explicativos sobre los comportamientos correctos del cliente.

La presente tesis tiene la finalidad de saber la relación que existe entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en Lima, por eso es fundamental poder identificar cuáles son las percepciones

que tienen los clientes de acuerdo a los servicios brindados por este establecimiento. Por ello, en esta tesis se utilizó la técnica encuesta, la misma que ayudó a obtener la información necesaria para que el establecimiento de salud evalué las opciones y tome decisiones que mejorarán su calidad de servicio en beneficio a sus clientes. Así mismo, estos resultados obtenidos pueden ser tomados por organizaciones del mismo rubro que tengan problemas similares, y les servirá de ayuda para tomar sus decisiones a futuro.

Limitaciones

Limitación Espacial

El estudio se efectuó a los clientes de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima.

Limitación Temporal

La tesis se realizó durante el periodo de enero hasta diciembre del 2023.

Limitación Conceptual

Esta tesis analizó las 2 variables: calidad de servicio y satisfacción del cliente de los siguientes autores:

- Calidad de servicio: Gronroos (1984).
- Dirección de Marketing (14ta ed.): Kotler y Keller (2012).
- Marketing (14ta ed.): Kotler y Armstrong (2012)

Limitación Social

Esta tesis realizó una encuesta a 80 clientes de un establecimiento de salud, el cual estuvo compuesto por 18 preguntas, la cual buscó identificar la relación de mis variables.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

1. Antecedentes de la investigación

Antecedentes Internacionales

Según Mera (2022), presenta su tesis titulada *Calidad del servicio de consulta externa, en establecimientos de salud pública nivel II de la ciudad de Portoviejo, Ecuador*, tuvo como finalidad con respecto a la consulta externa evaluar la calidad en el servicio, en el nosocomio de Portoviejo. Este estudio fue de diseño no experimental con corte transversal y enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo. Utilizó una la técnica de encuesta a 315 pacientes. Tuvo el resultado que el grupo predominante fue el sexo femenino con más del 59%, el estado civil soltero con más del 40% y el grupo que conforman entre los 21 a 30 años con más del 28%. Como conclusión, existe pacientes insatisfechos por la calidad del servicio recibido, ya que existen muchas deficiencias como trámites engorrosos, atención lenta y personal no capacitado.

Se seleccionó la presente tesis, ya que ayudó con información necesaria y adecuada a esta tesis, brindándole estrategias para una problemática similar.

Según Vizcaino et al. (2019) titulado *Análisis de la satisfacción de pacientes del servicio de urgencias en un hospital público de Jalisco*, su propósito fue determinar la satisfacción de los clientes en base al servicio que le brinda el personal de emergencia, en el nosocomio del estado de Jalisco. La tesis es cuantitativa – descriptiva, transversal y correlacional, usando el modelo Service Performance, mediante encuestas, con una muestra de 96 usuarios. El resultado fue que las clientes mujeres obtuvieron una mejor atención por parte de los trabajadores, en cambio el sexo masculino, obtuvieron mayor rapidez en lo que fueron atendidos en el turno vespertino. En conclusión, las apreciaciones

de los usuarios de acuerdo a la calidad del servicio brindado, va a depender del cumplimiento que otorgue todos los trabajadores de la organización, donde los altos mandos del hospital tomen decisiones que aseguren una buena calidad en el servicio.

Se seleccionó esta tesis, ya que comparte no solamente variables, objetivos y problemáticas similares, sino también las estrategias brindadas fueron de ayuda para la creación de nuevas estrategias para esta tesis.

Desde Colombia, Cobo et al. (2018), presentan *Percepción de los usuarios frente a la calidad del servicio de salud en consulta externa en una Institución Prestadora de Servicios de Salud*, su finalidad fue determinar la apreciación de los clientes en cuanto a la calidad de servicio en el establecimiento de salud en la ciudad de Boyacá. El estudio fue descriptivo, con diseño transversal y de enfoque cuantitativo, donde se aplicó la encuesta a 143 pacientes como muestra. Dando como resultado que más del 89% de pacientes tienen un rango satisfactorio con respecto a sus expectativas, y más del 82% de pacientes tienen un rango satisfactorio con respecto a sus percepciones dentro del establecimiento de salud. Recomiendan que generen estrategias en cuanto a compras de nuevos equipos, mejorar su infraestructura y mantener capacitado al personal de salud. Se seleccionó esta tesis, ya que comparte los mismos objetivos y problemática que la presente tesis. Además, fue de gran aporte para las nuevas estrategias que se brindan en esta tesis.

Ibarra y Rúa (2018), presentan su tesis *Evaluación de la calidad en la atención al usuario del servicio de urgencias del hospital público de Yopal en Casanare, Colombia*, cuya finalidad era evaluar el desarrollo en la calidad de atención al cliente en urgencias del establecimiento de salud. El tipo de investigación fue descriptiva, exploratoria, utilizando el cuestionario como instrumento. Con esta tesis se determinó la aprobación de los clientes con respecto a la utilidad del área de emergencia y la aplicación de calidad en

los procedimientos de atención, lo cual engloba la atención de los trabajadores hacia los pacientes, las capacitaciones constantes al personal y mejoras en los protocolos de ese hospital. Se concluye que el hospital no dispone con una capacidad adecuada en emergencias para poder cubrir el amplio número de pacientes, el descontento de los pacientes por la atención deficiente y las extensas horas que los pacientes enfermos deben esperar.

Se seleccionó esta tesis, ya que las variables y sus objetivos son similares a la presente tesis. Por otro lado, al ser una investigación internacional, da un panorama diferente, pero a la vez similar, que ayudó a la presente tesis.

Desde Ecuador, Vera (2018), presenta *Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*, su finalidad fue estimar la satisfacción del cliente de acuerdo a la calidad y atención ofrecida en el área de emergencias de ese nosocomio. El estudio tuvo un corte transversal y una muestra de 357 representantes de los menores.

Se pudo determinar que este hospital carece de una buena atención hacia los pacientes, no se brinda seguridad en las gestiones y falta de capacitación del personal. Dado estos problemas, la investigadora propuso estrategias como capacitar adecuadamente al personal, limpieza en toda esa área de emergencia, establecer factores de desempeño y la obtención de nuevos equipos médicos.

Se seleccionó la presente tesis, ya que comparte variables similares, además compartimos estrategias que se adecuan a la problemática del estudio.

Antecedentes Nacionales

Huanes (2022), con su título *La calidad del servicio y satisfacción de los usuarios de un policlínico de salud en la ciudad de Trujillo, 2021*, tuvo como finalidad determinar qué relación existía entre su primera variable calidad de servicio y su segunda variable

satisfacción de los pacientes dentro de un policlínico de salud en la ciudad de Trujillo, en el año 2021.

Tuvo un enfoque cuantitativo y descriptivo correlacional, asimismo empleó el diseño no experimental con corte transversal, en la cual utilizó una muestra de 381 usuarios los cuales fueron encuestados.

Entre las conclusiones de su tesis, se evidenció que existía una relación positiva entre las dos variables estudiadas. Además, a las recomendaciones que se hicieron, fue que deben implementar programas de mejora trimestral o anual, para lograr aumentar la percepción de los clientes.

Se seleccionó esta tesis, porque comparte mis dos variables de estudio. Asimismo, esta investigación es interesante, dado que retrata la realidad problemática de dicho policlínico, la misma que es similar a la problemática de esta tesis.

Según Martin (2021), presenta su tesis titulada *La calidad del servicio en la satisfacción de los clientes de la clínica Primavera en la ciudad de Trujillo en el año 2021*, su motivo principal fue demostrar la relación entre su variable 1 y su variable 2. Tuvo un enfoque cuantitativo y descriptivo correlacional, asimismo empleó el diseño no experimental con corte transversal. Utilizó 64607 clientes como población, y 382 clientes de muestra, los cuales fueron encuestados mediante un cuestionario. El resultado fue que efectivamente existe una relación entre las dos variables en estudio.

Se escogió esta investigación, ya que comparte el mismo objetivo que la presente tesis sobre determinar la relación entre mis dos variables de estudio calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Febres y Mercado (2020), presentan *Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del hospital Daniel Alcides Carrión, Huancayo – Perú* cual tuvo como objetivo primordial determinar la satisfacción del usuario con

respecto a la calidad de la atención de aquel Ipress. Tuvo un estudio observacional, de enfoque descriptivo con corte transversal. Su muestra la conformó 292 pacientes, los cuales fueron encuestados. Dentro de sus resultados se obtuvo que el 57% de la muestra fueron mujeres, y los participantes tuvieron las edades entre 36 y 45 años. Así mismo, su conclusión fue que el hospital implemente estrategias de mejora en el proceso de atención, para poder brindar calidad a sus pacientes.

Se seleccionó esta tesis, ya que comparte variables y objetivos similares sobre un establecimiento de salud con la presente tesis, además brindó información relevante.

Montalvo et al. (2020), titulado *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado*, tuvo por finalidad determinar la relación existente entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente en aquel hospital de Puerto Maldonado. El estudio fue correlacional, con un enfoque cuantitativo, y de forma no experimental. Utilizó cuestionario como instrumento y su muestra la conformó 152 pacientes. Dentro del resultado se pudo observar que más del 59% de clientes indican que es regular el servicio, el 45,5% se encuentran satisfechos. Así mismo, la conclusión que brinda esta tesis es que mientras haya una calidad de servicio adecuada, los clientes estarán satisfechos y muchas veces superaran sus expectativas.

Se escogió esta investigación, ya que comparte las variables de estudio, además es un centro de salud que es similar a la tesis presente. Asimismo, su objetivo principal tiene similitud con el objetivo de la presente tesis.

Según Ramos et al. (2020), con tesis titulada *Calidad de servicio y satisfacción de pacientes sometidos a tratamientos estéticos faciales mínimamente invasivos de una clínica privada, Lima – Perú, 2019*, su tesis tuvo como propósito determinar la relación entre las dos variables calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la clínica privada, asimismo la investigación es descriptiva, transversal, observacional, de estudio

correlacional y cuantitativo, la cual hicieron una encuesta a 123 clientes con un cuestionario que englobaba sus dos dimensiones. Los resultados arrojaron que si existe relación entre sus dos variables.

Se seleccionó esta investigación, ya que comparte variables similares con dicha tesis. Además, esta investigación tiene un plan de mejora que tiene mucha similitud con las estrategias propuestas en esta tesis.

2. Bases teórico - científicas

Marco Histórico

Calidad de servicio

El término calidad de servicio ha ido evolucionando con el tiempo, esta evolución se basa en el desarrollo de progreso en la calidad de los productos y servicios.

En cuanto al término de calidad en el servicio, se inició por el Dr. Deming, mientras se encontraba en un censo de Estados Unidos, desde ese momento nace la concepción de calidad de servicio. Asimismo, ésta existe cuando el personal de una empresa ejerce sus valores hacia los clientes, satisfaciendo sus necesidades.

La percepción en cuanto a la calidad de los productos o servicios, se efectúa en los primeros años de la etapa humana, no de gran magnitud, pero ya se podía valorar la calidad en un servicio brindado (Chávez et al., 2017).

Durante la Revolución Francesa, la calidad comenzó a descubrir en esa etapa, ya que, los proyectiles de ese momento necesitaban estándares de calidad para ese arsenal (Arrascue y Segura, 2016).

Con el pasar de los tiempos, el concepto de calidad fue modernizándose, durante el año 1920, cuando empresas grandes y reconocidas como Ford Motor Company y otras, establecieron estándares de calidad en todos sus procesos (Santomá, 1990).

En la actualidad, gracias a toda la evolución que ha tenido la calidad de servicio, las compañías han mejorado rotundamente su atención hacia los clientes, que son pieza fundamental para cualquier organización, poco a poco, este término es más empleado y usado, para el aprovechamiento de la organización y del usuario.

Satisfacción del cliente

El significado de satisfacción del cliente ha ido variando con el tiempo y muy discutido por diversos autores, algunos de ellos comenzaron a investigar más a profundidad en los años setenta (Evrard, 1993), otros indican en los años noventa.

Por otro lado, la investigación de (Day y Hunt, 1979) indican el desempeño de los mercados y la satisfacción, de forma que, las organizaciones dentro del mercado deben satisfacer a los clientes de la mejor forma posible.

Ya en los noventa, surgen nuevos significados de satisfacción, con criterios de ilustraciones más completas (Oliver, 1993).

El término satisfacción del cliente ha ido variando con el pasar de los tiempos, siendo este término usado en varios temas de investigación, asimismo, (Bachelet, 1992) citado en (Moliner, 2003), habla que los investigadores cuentan con una inquietud dentro del entendimiento de lo que viene hacer la satisfacción, ya que, cada persona tiene un significado diferente de esa palabra, pero con un mismo propósito.

Marco Legal

La Ley General de Salud, N° 27604, indica que el establecimiento de salud ya sea privada o pública, está obligada a atender de manera rápida y eficaz a todos los casos de emergencia que se presenten, de tal modo que, si existe un riesgo grave de la salud, debe ser atendido sin ningún tipo de problema en el proceso.

La Ley General de salud 29414 indica que, dentro del servicio de emergencia, la atención debe ser obligatoria y no es necesario presentar algún documento de identidad

alguno para ser atendido, además tampoco es está condicionado a la suscripción de un pagare o alguna otra forma de pago en ese momento.

En muchas oportunidades, el paciente llega por emergencia de forma rápida, y cabe la posibilidad que éste no traiga consigo su DNI o algún documento de identidad, pero eso no impide que lo atiendan, es una obligación para el establecimiento de salud, darle los servicios necesarios para que el paciente pueda atenderse.

La ley general de salud N° 27604, menciona que la salud es una condición vital del ser humano y medio principal para alcanzar el bienestar personal y colectivo.

Proteger al paciente es una obligación que todo establecimiento de salud debería hacer, y hoy en día la ley ampara al usuario para que en cualquier emergencia grave pueda atenderse sin ningún impedimento.

Marco Teórico

Calidad de servicio

Para Gronroos (1984), la calidad de servicio es el resultado de un proceso de evaluación donde el cliente compara su expectativa con el servicio que percibe haber recibido.

Hoy en día, la calidad del servicio es fundamental para cualquier organización, este término se puede definir como la percepción que tienen clientes, sus expectativas y lo que verdaderamente recibe, lo cual, lo que se busca es superar las expectativas del cliente.

Según Reboloso et al. (2004), la calidad de servicio y los aspectos se trazan para entender la conducta de los clientes e incrementar la eficacia.

Los resultados se consideran eficientes siempre y cuando el servicio excede las expectativas del usuario que tenía anteriormente, y es lo que toda organización busca, ya

que, el cliente se fideliza con la empresa y le genera valor a esta, dándoles ingresos económicos estables.

Para Zeithmal et al., (2009) en base a las apreciaciones del resultado, se juzga la calidad de servicio, según todo el proceso de la entrega y su calidad.

La calidad de servicio que se debe brindar, no solo debe superar las expectativas del cliente, sino también mantenerla en el tiempo, ya que, los usuarios con el pasar del tiempo son más exigentes, y las organizaciones deben estar dispuestos a mejorar su servicio a diario, para que los clientes tengan una satisfacción plena a largo tiempo.

Según Deming (1989), la calidad de servicio se basa en el hallazgo de las necesidades futuras de los clientes, para lo cual las empresas deben diseñar productos o servicios que satisfagan esas necesidades. Por eso, las empresas tienen la obligación de saber qué es lo que el cliente desea, como poder brindarles un servicio que tenga la calidad adecuada para ellos y así poder fidelizarlos. Asimismo, al brindar una alta calidad a nivel de servicio, el beneficio es para todos, tanto para clientes, para trabajadores, para la organización en sí, es una manera de que tanto empresa y cliente vayan de la mano para el beneficio mutuo.

Para Najul (2011), el éxito de las organizaciones está en la calidad de servicio que estos brindan, ya que, es el punto de partida de cómo está reflejada la empresa, aparte de sus productos que van de la mano, pues el servicio debe contar con una calidad adecuada para que el cliente se sienta contento. Por ello, es necesario que la organización y sus trabajadores tengan el mismo objetivo, que estén alineados para un bien común, que es satisfacer a los clientes de la mejor forma posible.

Según Gonzales, et al. (2014), la clave que determina los objetivos estratégicos de una organización que desea permanecer en el mercado es la calidad del servicio que esta brinda, ya que, la empresa al brindar un servicio de calidad, hace que los clientes se

sientan que están pensando en ellos, que les importas y que están dispuestos a no escatimar recursos por brindarles algo de calidad, esto hace que el valiente este feliz y pueda recomendar a más personas tu empresa y así se cree una cadena que traerá demanda a la organización.

Satisfacción del cliente

Para Kotler y Keller (2012), la satisfacción del cliente se define como el grado del estado de ánimo de un cliente que resulta al realizar la comparación del rendimiento percibido de un servicio frente a su expectativa.

La satisfacción del cliente representa aspectos positivos o negativo que perciben cuando reciben algún servicio, de manera que, el aspecto positivo se da cuando el cliente observa que hay una buena gestión administrativa, que el servicio que se brinda es el más adecuado, se siente seguro de esa compañía, en cambio, el aspecto negativo se daría cuando existen deficiencias que perjudican directamente al cliente, lo cual, su nivel de satisfacción seria mínima o nula.

Según Kotler y Armstrong (2012), si el rendimiento no supera las expectativas, el usuario esta disgustado, pero si las expectativas van de acuerdo al rendimiento, el cliente se sentirá contento y si supera, el cliente se sentirá muy satisfecho.

Para que resulte una satisfacción del cliente, es indispensable, que los procesos dentro de la empresa sean de óptimas condiciones, ya que, si la empresa cuenta con un clima laboral adecuado, se majea la información correcta, los tiempos son exactos y no hay fallos dentro de la organización, el resultado final que es el servicio brindado, se dará de una forma correcta, clara y precisa para el cliente, y este, se sentirá satisfecho ya que están cumpliendo con sus necesidades y en muchos casos, sobrepasan sus expectativas.

Para Olmo (2011), la fidelidad y la satisfacción del cliente ocupan un lugar indispensable en la organización y deben estar de la mano para el bien común de la

organización. Asimismo, la satisfacción dependerá si el servicio cuenta con la calidad correspondiente, si el servicio es bueno, aumenta la rentabilidad para la organización, si el servicio es malo, disminuye su rentabilidad y no permite que haya una mejora en el servicio.

Por eso, satisfacer al cliente es indispensable para conseguir la posición en el pensamiento del cliente y por tanto en el mercado objetivo. La empresa tiene como función brindar un servicio de calidad, diferenciándose de las empresas competidoras, ya que, el cliente, tiene el poder de ir a muchas empresas del mismo rubro, pero ahí es donde la empresa debe destacar de las demás, ofreciendo servicios adecuados, tiempos cortos de espera, buen trato, y empatía con los clientes, para que su nivel de satisfacción sea el mejor y puedan regresar con la empresa y así fidelizarlos.

Según Zeithaml et al. (2009), durante la experiencia del servicio, las emociones también afectan el grado de percepción de la satisfacción de los clientes cuando reciben el servicio.

Las organizaciones siempre deben buscar complacer a sus usuarios, cumpliendo sus requerimientos y superando sus niveles de expectativas, asimismo, al tener un cliente satisfecho, la empresa obtiene beneficios que los mantendrá en el mercado con un posicionamiento adecuado.

Cuando la empresa brinda un excelente servicio, con percepciones más altas de lo que esperaba el cliente, ahí es cuando existe la satisfacción y alegría de un cliente el cual se sentirá complacido. (Arias, 2013).

Asimismo, los clientes siempre van con percepciones diferentes, algunas con un alto grado de percepción y otros con un grado menor, lo cual va a depender del servicio que se le brindará para llegar a tener un grado de complacencia bueno.

Para Hoffman y Bateson (2011), la satisfacción del cliente, nace de comparar las percepciones reales del servicio brindado con las expectativas que tienen estos clientes. Va a depender de que tan bueno sea el servicio, para que las expectativas de estos clientes estén satisfechas o insatisfechas.

Estado del arte

Calidad de servicio

Para el autor Gronroos (1984), la calidad de servicio va a depender entre lo que espera el cliente y lo que verdaderamente obtiene.

Asimismo, la apreciación de calidad de servicio es diferente por cada persona, va a depender de sus expectativas con esa organización y la realidad al momento de atenderse; lo que se busca es que la organización supere las expectativas del usuario, satisfaciendo cada necesidad que este tiene y brindándole las soluciones posibles para sus problemas.

La calidad de servicio para Parasuraman et al. (1985), resulta de la semejanza entre las percepciones y las expectativas que tienen los clientes ante un servicio, esto quiere decir que, el servicio que se le brinda a los clientes deben ser las mas adecuadas, superando sus expectativas.

Para el autor Drucker (1990), no solamente la calidad es lo que una organización sitúa en sus servicios, sino es lo que el usuario consigue de este servicio y por lo que está dispuesto a remunerar por ello, de esta manera, la calidad en el servicio es indispensable para tener satisfecho al cliente, ya que, sus necesidades irán de la mano con sus percepciones del lugar y dependerá del servicio para que el usuario este contento o no.

La calidad de servicio para Kotler (1997), es la determinación de las expectativas del usuario y las percepciones de este al momento de recibir el servicio. Asimismo, la calidad de servicio no es inmóvil, sino que está en constante aumento, ya que el cliente va variando sus necesidades y expectativas.

Satisfacción del cliente

Para Kotler y Lane (2012), la satisfacción va a depender de comparar el resultado del rendimiento con las expectativas que tienen los clientes. Lo que busca la organización es tener una buena relación entre ellos y los clientes, y pueden medir sus niveles de satisfacción haciendo encuestas, para que sepa en que están fallando y mejorar esos aspectos, es decir obtener una retroalimentación para la organización.

Asimismo, para Tarodo y Sebai (2015), la satisfacción es evaluada por los clientes en consecuencia del servicio brindado, cumpliendo sus expectativas y necesidades, además esta satisfacción es variable con el tiempo y es subjetiva. Por otro lado, la satisfacción de los clientes va a depender al precio, la calidad del producto o servicio que se le brinda y si es beneficioso para ellos.

Para Churchill y Surprenant (1982), la satisfacción va a depender de la experiencia que tenga el cliente al momento de comprar u obtener algún servicio, aparte de las expectativas con las que el cliente llega, va a depender rotundamente de la empresa, si puede satisfacer esas expectativas o crear algún tipo de incomodidad para el cliente.

3. Definición de términos básicos

Calidad de servicio

La calidad de servicio es percibida por los usuarios de diferente manera, va a depender de como se le brinda el servicio, si hay buen trato, si es rápida la atención, si se siente seguro estando en ese establecimiento, entre otros aspectos que toma en cuenta el cliente (Churchill y Surprenant, 1982).

Elementos tangibles

Todo lo relacionado con los equipos, infraestructura, materiales y personal que representan la parte física de la organización (Zeithaml et al., 2009).

Empatía

Trato adecuado hacia los clientes, con una atención eficiente y personalizada, para que los clientes se sientan especiales y únicos, que sientan que los trabajadores se ponen en su lugar, que los entienden y que tienen la capacidad de resolver sus inquietudes de forma idónea. (Zeithaml et al. 2009).

Establecimiento de salud

El establecimiento de salud es la unidad básica formada por recursos humanos, físicos y tecnológicos, organizada para desarrollar funciones homogéneas y prestar determinados servicios de salud directamente relacionados con su complejidad (Ministerio de Salud, 2005).

Expectativas

Según Kotler y Armstrong (2012), ansias o deseos que tienen los clientes por obtener algo. Es decir, son suposiciones anticipadas sobre un producto o servicio, las cuales pueden ser positivas o negativas.

Fiabilidad

Desempeño del servicio brindado de forma confiable y segura, es decir, que la organización debe cumplir sus promesas, de tal forma que el servicio debe ser el más adecuado desde el principio hasta el final, respetando todo lo acordado por la empresa, ya sea por la misma prestación de servicio, la resolución de los problemas y el precio. (Zeithman y Bitner, 2002)

Niveles de Satisfacción

Existen 3 niveles de satisfacción: insatisfacción, satisfacción y complacencia.

Según Kotler y Armstrong (2003), la satisfacción del usuario es la apreciación buena o mala que tiene el consumidor según el resultado con sus expectativas.

Rendimiento Percibido

Para Kotler y Armstrong (2012), consideran rendimiento percibido al desenvolvimiento que tiene el cliente después de haber obtenido un producto o servicio. Es decir, como impacta en el cliente el servicio o producto obtenido.

Satisfacción del cliente

Para Kotler y Lane (2012), la satisfacción va a depender de comparar el resultado del rendimiento con las expectativas que tienen los clientes.

Seguridad

Los clientes deben sentirse seguros en cuanto adquieren algún producto o servicio, asimismo, los trabajadores deben brindarles la seguridad necesaria a los clientes, como brindarles información adecuada, resolver sus dudas con amabilidad, deben inspirar confianza y credibilidad para que los clientes se sientan tranquilos y aptos para realizar el servicio. (Riveros, 2007)

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

1. Hipótesis y/o supuestos básicos

Hipótesis General

H₁: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₀: La calidad de servicio no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Hipótesis Específicas

H₁: Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₀: Los elementos tangibles no se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₁: La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₀: La fiabilidad no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₁: La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₀: La seguridad no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₁: La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₀: La empatía no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

2. Las Variables de estudio y su operacionalización

Variable 01: Calidad de servicio (Parasuraman et al.)

Variable 02: Satisfacción del cliente (Kotler)

Matriz de operacionalización de Variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems						
Calidad de servicio (Gronroos, 1984)	La calidad de servicio es el resultado de las expectativas que tiene el cliente con las percepciones de estos al momento de recibir el servicio.	La calidad de servicio está compuesta por: elementos tangibles, fiabilidad, seguridad y empatía.	Elementos Tangibles	-Personal Capacitado	1,2						
				-Equipos	3						
				-Infraestructura	4						
			Satisfacción del cliente (Kotler & Keller, 2012)	Es una sensación de complacencia o decepción que resulta de equiparar las expectativas del cliente con las experiencias del producto o servicio brindado.	La satisfacción del cliente está compuesta por: expectativas, rendimiento percibido y niveles de satisfacción.	Fiabilidad	-Confianza	5			
							-Veracidad	6			
							Seguridad	-Confidencialidad	7		
						Empatía	-Profesionalismo	8			
							-Garantía de seguridad	9			
							-Atención	10			
										-Cortesía	11
										-Tolerancia	12
										Expectativas	-Expectativas de calidad
-Expectativas personales	14										
Rendimiento percibido	-Eficacia	15									
-Eficiencia	16										
			Niveles de satisfacción	-Satisfecho	17						
				-Recomendación	18						

3. Matriz lógica de consistencia

Tabla 2

Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?	Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	La calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	Variable 1: Calidad de servicio	D1: Elementos Tangibles	-Infraestructura -Equipos -Personal capacitado	Tipo: Aplicada Enfoque: Cuantitativo Alcance: Descriptivo-correlacional Método: Hipotético-deductivo Diseño: No experimental Corte: Transversal Población: 100 clientes Muestra: 80 clientes Instrumento: Cuestionario Técnica: Encuesta
				D2: Fiabilidad	-Confianza -Veracidad	
				D3: Seguridad	-Confidencialidad -Profesionalismo -Garantía de seguridad	
				D4: Empatía	-Atención -Cortesía -Tolerancia	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable	Dimensiones	Indicadores	
¿Cuál es la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?	Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	Los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	V2: Satisfacción del cliente	D1: Expectativas	-Expectativas de calidad -Expectativas personales	

¿Cuál es la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?	Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	La fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	D2: Rendimiento Percibido	-Eficacia -Eficiencia
¿Cuál es la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?	Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	La seguridad se relaciona con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	D3: Niveles de satisfacción	-Satisfecho -Recomendación
¿Cuál es la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023?	Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.	La empatía se relaciona con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.		

CAPÍTULO IV

MÉTODO

1. Tipo y método de investigación

Tipo

Para Baena (2017), la investigación aplicada, se formulan problemas específicos que necesitan diferentes soluciones de manera rápida.

Para la presente tesis, se utilizó el tipo aplicada, dado que, mediante este tipo de investigación, se identifican problemas específicos y se busca soluciones o mejoras de acuerdo a los problemas hallados.

Enfoque

Esta tesis utilizó el enfoque cuantitativo, donde la información de esta investigación ha sido recogida mediante la técnica de estudio de las encuestas, utilizando como instrumento el cuestionario.

Según Hernández et al. (2014), este enfoque recopila información para sustentar hipótesis en cuanto a una medición numérica y estadística, para implementar modelos de comportamiento.

Alcance

Esta tesis utilizó el alcance descriptivo-correlacional, dado que, se ha obtenido información necesaria para poder analizarla posteriormente, además de ver si las dos variables estudiadas calidad de servicio y satisfacción del cliente tienen relación entre sí. Según Hernández et al. (2014), la investigación descriptiva tiene como función principal describir situaciones, asimismo, también menciona que la investigación correlacional busca la relación entre dos o más variables.

Método

Esta tesis utilizó el método hipotético-deductivo, ya que empieza de lo general a lo específico, donde en primer lugar se encuentra el problema, en segundo lugar, se formula la hipótesis y en tercer lugar se pone a prueba dicha hipótesis, donde habrá un resultado positivo o negativo.

Según Hernández et al. (2014), este método inicia con encontrar el problema, siguiendo de formular las hipótesis correspondientes, que permitirán encontrar conclusiones, las cuales estarán sujetas a revisión o verificación.

2. Diseño específico de investigación

Diseño

En esta tesis se utilizó el diseño no experimental, dado que se observan los acontecimientos de forma natural que ya existen, para que después se puedan analizar con detalle.

Según Hernández et al. (2010), en el diseño no experimental no se alteran las variables propuestas, solo se analizan los fenómenos tal y como son, sin alterarlas.

Corte

En esta tesis se utilizó el corte transversal, dado que el estudio recolecta información en un único momento.

Según Hernández et al. (2014), describen las variables y las analizan su relación en un único instante.

3. Población y muestra

Población

Según Bernal (2010) considera a la población como un grupo de elementos que tienen características semejantes entre ellas. En la presente tesis la población es de 100 clientes de un establecimiento de salud.

En otras palabras, se utilizará a un conjunto de clientes con características semejantes que serán objeto de estudio.

Muestra

De acuerdo a Arias (2006), la muestra es el subconjunto de elementos que representa al total de la población que representa. Así mismo, la muestra es de 80 clientes de un establecimiento de salud, a los cuales se le aplicó las herramientas para obtener datos.

Muestra probabilística aleatoria simple

Los valores considerados son los siguientes:

Población	N	100
Nivel crítico de confiabilidad	z	95% = 1.96
Probabilidad de éxito	p	50% = 0.50
Probabilidad de fracaso	q	50% = 0.50
Error máximo permitido	e	5% = 0.05
Tamaño de la muestra	n	80

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 100}{(0.05)^2 (100-1) + (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = 80$$

4. Instrumentos de obtención de datos:

La presente tesis utilizó el instrumento cuestionario, la cual constara de 18 preguntas, de las cuales 12 hacen referencia a la variable calidad de servicio y 6 hacen referencia a la variable satisfacción del cliente, las cuales fueron medidas con la escala de Likert.

Según Pérez (1991), define al instrumento como un conjunto de preguntas variadas, que detallan aspectos de importancia para la investigación. Es decir, son un conjunto de preguntas que están compuestas a partir de las dos variables de estudio, recolectando información necesaria y concisa para la investigación.

Dimensiones de Calidad de Servicio

El cuestionario tuvo las siguientes dimensiones e indicadores de la variable Calidad de Servicio

Tabla 3

Categorización de la variable Calidad de Servicio

Dimensión	Indicador	Nro. de Pregunta
Elementos Tangibles	Personal Capacitado	Pregunta Nro. 1 y 2
	Equipos	Pregunta Nro. 3
	Infraestructura	Pregunta Nro. 4
Fiabilidad	Confianza	Pregunta Nro. 5
	Veracidad	Pregunta Nro. 6
Seguridad	Confidencialidad	Pregunta Nro. 7
	Profesionalismo	Pregunta Nro. 8
	Garantía de seguridad	Pregunta Nro. 9
Empatía	Atención	Pregunta Nro. 10
	Cortesía	Pregunta Nro. 11
	Tolerancia	Pregunta Nro. 12

Dimensiones de Satisfacción del Cliente

El cuestionario tuvo las siguientes dimensiones e indicadores de la variable Satisfacción del Cliente

Tabla 4

Categorización de la variable Satisfacción del Cliente

Dimensión	Indicador	Nro. de Pregunta
Expectativas	Expectativas de calidad	Pregunta Nro. 13
	Expectativas personales	Pregunta Nro. 14
Rendimiento Percibido	Eficacia	Pregunta Nro. 15
	Eficiencia	Pregunta Nro. 16
Niveles de Satisfacción	Satisfecho	Pregunta Nro. 17
	Recomendación	Pregunta Nro. 18

Escala de Likert

La escala de Likert engloba aspectos donde se evalúa las opiniones y conductas de los clientes sobre un servicio brindado (Hernández et al., 2014).

Tabla 5

Escala de Likert

5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Ni satisfecho, ni insatisfecho
2	Insatisfecho
1	Muy insatisfecho

Validez y confiabilidad del instrumento

Validez del instrumento

El presente instrumento fue sometido a juicio de expertos, los cuales validaron las preguntas del cuestionario.

Tabla 6

Validez del Instrumento

Cargo	Nombres y Apellidos	DNI	Especialidad
Mag.	Mirella del Rosario Ugaz Urviola	45599359	Marketing
Mag.	Luis Fernando Valeriano Ortiz	06003883	Calidad investigación e
Mag.	Jorge Luis Escalante Flores	09390378	Marketing
Mag.	Renzo Daniel Minchola Guardia	45614158	Logística
Mag.	Jessica Fernandez Espinoza	70193395	Ciencias Empresariales

Confiabilidad del instrumento

Hernández et al. (2014), indica que para hallar la confiabilidad de la investigación se utiliza uno de los procesos más reconocidos que es el Alfa de Cronbach.

Tabla 7

Coefficientes Alfa de Cronbach

1-. Coeficiente Alfa de Cronbach > 0.90 es Confiabilidad muy alta
2-. Coeficiente Alfa de Cronbach > 0.80 es Confiabilidad alta
3-. Coeficiente Alfa de Cronbach > 0.70 es Confiabilidad aceptable
4-. Coeficiente Alfa de Cronbach > 0.60 es Confiabilidad baja
5-. Coeficiente Alfa de Cronbach > 0.50 es Confiabilidad muy baja
6-. Coeficiente Alfa de Cronbach < 0.50 es Confiabilidad inaceptable

En la presente tesis se consideraron 80 respuestas del cuestionario por parte de los clientes, con un total de 18 preguntas que estuvo compuesto el instrumento, que se elaboraron con el objetivo de manifestar la confiabilidad del instrumento, asimismo se calculó el Coeficiente Alfa de Cronbach mediante el programa SPSS.

Tabla 8

Resumen del procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	80	100
	Excluido ^a	0	0
	Total	80	100

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 9

Coeficiente de Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.972	18

En la tabla N°9 indica que el coeficiente de Alfa de Cronbach es un 0.972, lo que significa que la confiabilidad del instrumento es alta.

Asimismo, la validez del presente estudio se realizó a través de la validación de 5 expertos como se muestra en la tabla N°6, además a través del coeficiente del Alfa de Cronbach, nos indicó el grado de fiabilidad de cada pregunta del cuestionario con respecto a los resultados obtenidos.

5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La presente tesis utilizó la técnica de encuesta, la cual permitió la obtención de datos de forma práctica y eficiente. Así mismo, se utilizó el programa SPSS versión 27 para los resultados.

Según Bernal (2010), define la encuesta como la técnica más usada para la obtención y transformación de información de forma eficiente y rápida.

6. Procedimiento de ejecución del estudio

La presente tesis se ejecutó mediante las siguientes etapas:

Tabla 10

Etapas de la Investigación

1-. Elaboración de la matriz AQP para identificar los problemas y elección del título de investigación.
2-. Elaboración del planteamiento de estudio, diagnóstico, pronóstico y control de pronóstico.
3-. Formulación del problema principal y secundario.
4-. Formulación de objetivos generales y específicos.
5-. Justificación, alcance y limitaciones del estudio.
6-. Búsqueda de antecedentes nacionales e internacionales.
7-. Búsqueda y elaboración del marco teórico, marco legal, marco histórico.
8-. Planteamiento de hipótesis general y específicas.
9-. Elaboración de la matriz de consistencia y operacionalización de las variables.
10-. Elaboración de la metodología de la investigación.
11-. Elaboración y validación del instrumento por juicio de expertos.
12-. Recolección de datos y análisis de resultados.
13-. Elaboración del informe final.
14-. Elaboración del benchmarking y plan de mejora.
15-. Sustentación de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Datos Cuantitativos

Análisis e interpretación de los resultados descriptivos

A continuación, se realizó el análisis e interpretación de los resultados en base a las 18 preguntas dirigidas a la muestra de 80 clientes.

1. ¿El personal del establecimiento de salud se encuentra capacitado para la atención del cliente?

Tabla 11

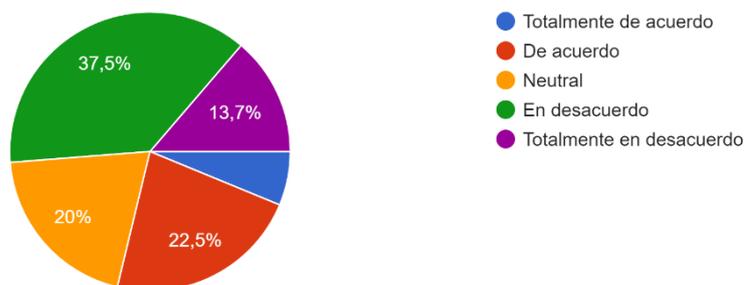
¿El personal del establecimiento de salud se encuentra capacitado para la atención del cliente?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	5	6.3
	De acuerdo	18	22.5
	Neutral	16	20.0
	En desacuerdo	30	37.5
	Totalmente en desacuerdo	11	13.7
	Total	80	100.0

Figura 1

¿El personal del establecimiento de salud se encuentra capacitado para la atención del cliente?

80 respuestas



En la tabla 11 y figura 1 se puede observar que el 6.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 22.5% están de acuerdo, el 20% neutral, el 37.5% en desacuerdo, y el 13.7% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 1, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el personal de salud no se encuentra capacitado, ya que no les brinda una información adecuada, ni son organizados al momento de brindarles atención.

2. ¿Considera usted que el tiempo de espera es el más adecuado?

Tabla 12

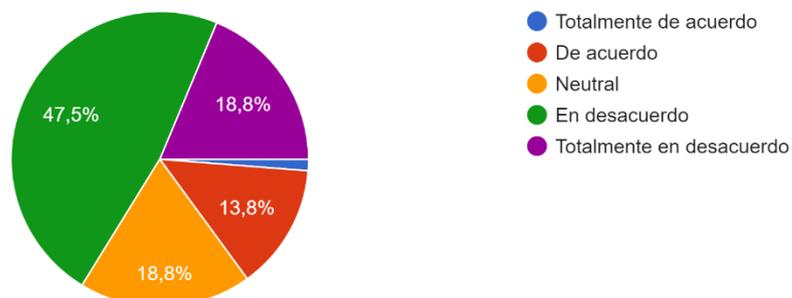
¿Considera usted que el tiempo de espera es el más adecuado?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	1	1.3
	De acuerdo	11	13.8
	Neutral	15	18.8
	En desacuerdo	38	47.5
	Totalmente en desacuerdo	15	18.8
	Total	80	100.0

Figura 2

¿Considera usted que el tiempo de espera es el más adecuado?

80 respuestas



En la tabla 12 y figura 2 se puede observar que el 1.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 13.8% están de acuerdo, el 18.8% neutral, el 47.5% en desacuerdo, y el 18.8% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 2, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el tiempo de espera no es el más adecuado, dado que, deben esperar horas para ser atendidos, y en diversas ocasiones no pueden ser atendidos

3. **¿El establecimiento de salud cuenta con equipos tecnológicos modernos y en buen estado?**

Tabla 13

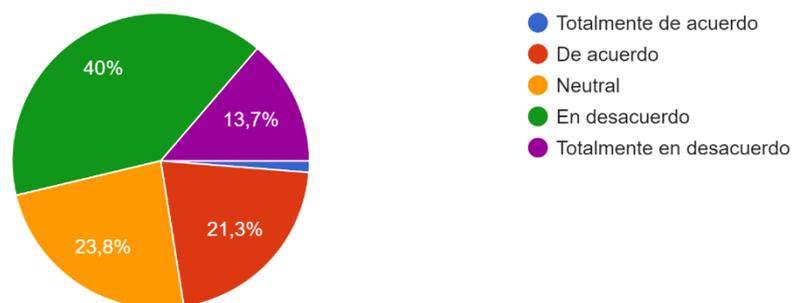
¿El establecimiento de salud cuenta con equipos tecnológicos modernos y en buen estado?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	1	1.3
	De acuerdo	17	21.3
	Neutral	19	23.8
	En desacuerdo	32	40
	Totalmente en desacuerdo	11	13.7
	Total	80	100.0

Figura 3

¿El establecimiento de salud cuenta con equipos tecnológicos modernos y en buen estado?

80 respuestas



En la tabla 13 y figura 3 se puede observar que el 1.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 21.3% están de acuerdo, el 23.8% neutral, el 40% en desacuerdo, y el 13.7% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 3, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el establecimiento de salud no cuenta con equipos modernos ni en buen estado, lo cual hacen que los resultados no sean los más precisos, además los equipos deberían estar en buen estado para la seguridad de los pacientes.

4. ¿La infraestructura del establecimiento de salud es la más adecuada?

Tabla 14

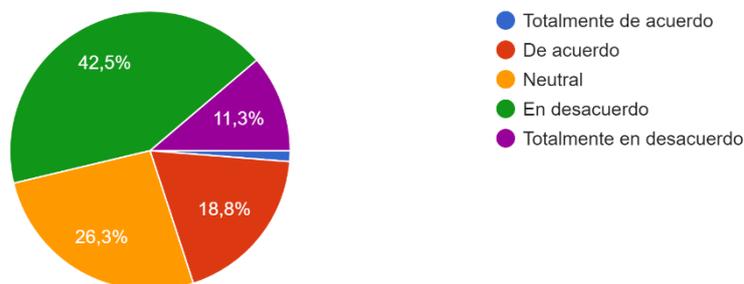
¿La infraestructura del establecimiento de salud es la más adecuada?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	1	1.3
	De acuerdo	15	18.8
	Neutral	21	26.3
	En desacuerdo	34	42.5
	Totalmente en desacuerdo	9	11.3
	Total	80	100.0

Figura 4

¿La infraestructura del establecimiento de salud es la más adecuada?

80 respuestas



En la tabla 14 y figura 4 se puede observar que el 1.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 18.8% están de acuerdo, el 26.3% neutral, el 42.5% en desacuerdo, y el 11.3% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 4, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que la infraestructura del establecimiento de salud no es la más adecuada, ya que, en muchas oportunidades en el área de espera no hay espacio suficiente para los clientes, lo cual se vuelve una incomodidad para ellos.

5. ¿El personal de salud le transmite un alto grado de confianza?

Tabla 15

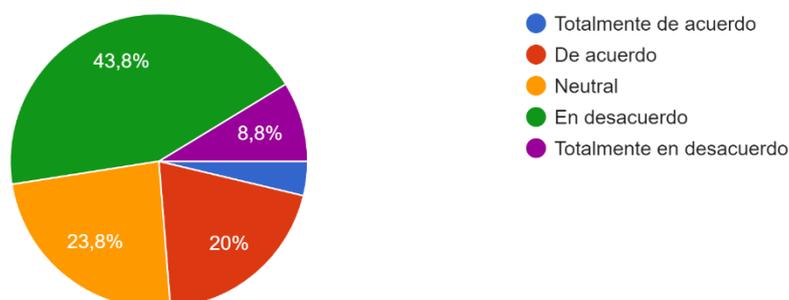
¿El personal de salud le transmite un alto grado de confianza?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	3.8
	De acuerdo	20
	Neutral	23.8
	En desacuerdo	43.8
	Totalmente en desacuerdo	8.8
	Total	80

Figura 5

¿El personal de salud le transmite un alto grado de confianza?

80 respuestas



En la tabla 15 y figura 5 se puede observar que el 3.8% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 20% están de acuerdo, el 23.8% neutral, el 43.8% en desacuerdo, y el 8.8% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 5, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el personal de salud no le transmite un alto grado de confianza, ya que, su trato no es el más adecuado.

6. ¿Considera usted que la información brindada es veraz y fiable?

Tabla 16

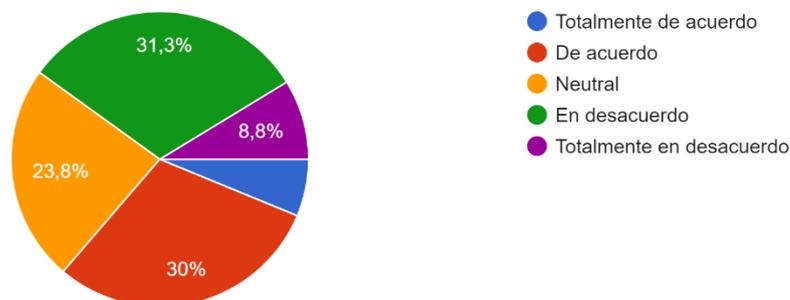
¿Considera usted que la información brindada es veraz y fiable?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	5	6.3
	De acuerdo	24	30
	Neutral	19	23.8
	En desacuerdo	25	31.3
	Totalmente en desacuerdo	7	8.8
	Total	80	100.0

Figura 6

¿Considera usted que la información brindada es veraz y fiable?

80 respuestas



En la tabla 16 y figura 6 se puede observar que el 6.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 30% están de acuerdo, el 23.8% neutral, el 31.3% en desacuerdo, y el 8.8% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 6, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que la información brindada no es del todo veraz ni fiable, puesto que, muchas veces tienen dudas de los resultados obtenidos.

7. ¿Considera usted que el establecimiento de salud guarda la confidencialidad de sus resultados?

Tabla 17

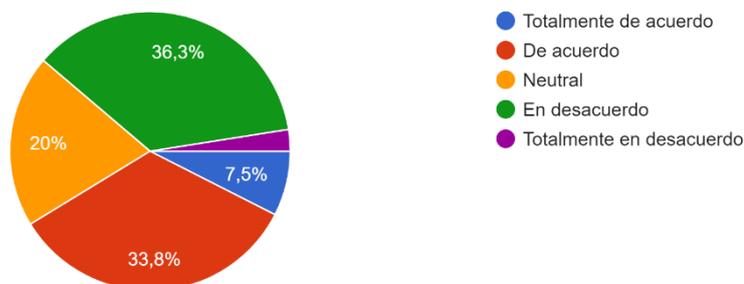
¿Considera usted que el establecimiento de salud guarda la confidencialidad de sus resultados?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	6	7.5
	De acuerdo	27	33.8
	Neutral	16	20
	En desacuerdo	29	36.3
	Totalmente en desacuerdo	2	2.5
	Total	80	100.0

Figura 7

¿Considera usted que el establecimiento de salud guarda la confidencialidad de sus resultados?

80 respuestas



En la tabla 17 y figura 7 se puede observar que el 7.5% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 33.8% están de acuerdo, el 20% neutral, el 36.3% en desacuerdo, y el 2.5% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 7, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el establecimiento de salud no guarda la confidencialidad de sus resultados, lo cual genera insatisfacción por parte de los clientes.

8. ¿El personal de salud muestra profesionalismo en la atención que brinda?

Tabla 18

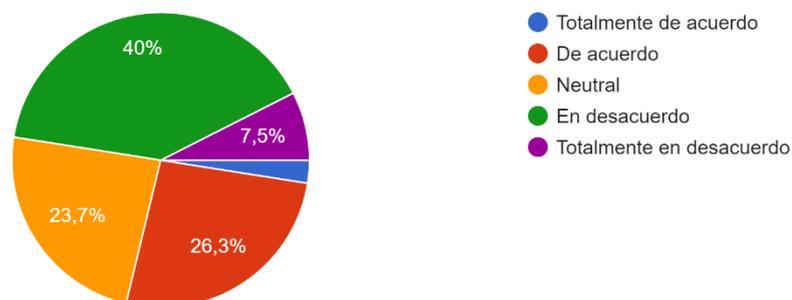
¿El personal de salud muestra profesionalismo en la atención que brinda?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	2.5
De acuerdo	21	26.3
Neutral	19	23.7
En desacuerdo	32	40
Totalmente en desacuerdo	6	7.5
Total	80	100.0

Figura 8

¿El personal de salud muestra profesionalismo en la atención que brinda?

80 respuestas



En la tabla 18 y figura 8 se puede observar que el 2.5% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 26.3% están de acuerdo, el 23.7% neutral, el 40% en desacuerdo, y el 7.5% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 8, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el personal de salud no muestra profesionalismo, lo cual genera insatisfacción e incomodidad en algunos clientes.

9. ¿Considera usted que el establecimiento de salud cumple con las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, señalizaciones, alarmas)?

Tabla 19

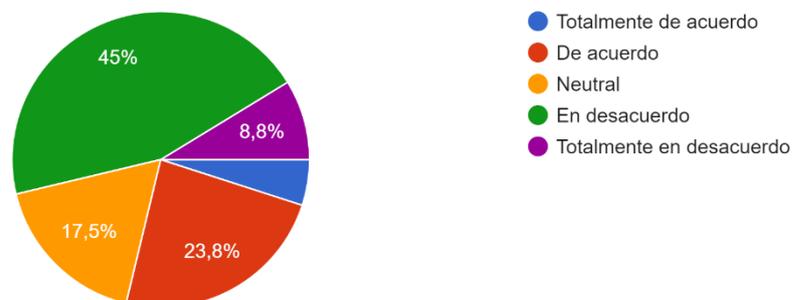
¿Considera usted que el establecimiento de salud cumple con las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, señalizaciones, alarmas)?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	5
	De acuerdo	23.8
	Neutral	17.5
	En desacuerdo	45
	Totalmente en desacuerdo	8.8
	Total	80
		100.0

Figura 9

¿Considera usted que el establecimiento de salud cumple con las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, señalizaciones, alarmas)?

80 respuestas



En la tabla 19 y figura 9 se puede observar que el 5% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 23.8% están de acuerdo, el 17.5% neutral, el 45% en desacuerdo, y el 8.8% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 9, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el establecimiento de salud no cuenta con las medidas de seguridad correspondientes como tener cámaras de vigilancia, extintores en funcionamiento, señalizaciones adecuadas y alarmas operativas.

10. ¿El personal le demostró interés en solucionar cualquier duda que usted tuvo durante su atención?

Tabla 20

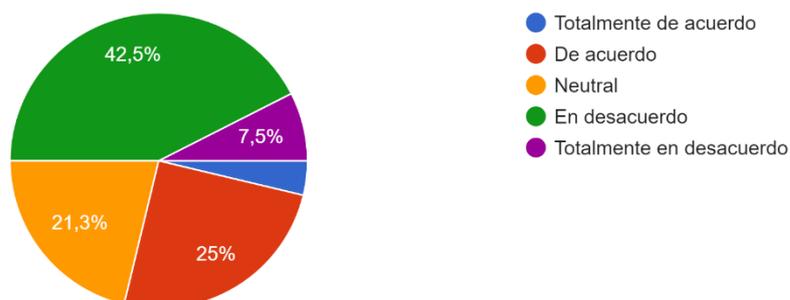
¿El personal le demostró interés en solucionar cualquier duda que usted tuvo durante su atención?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	3	3.8
	De acuerdo	20	25
	Neutral	17	21.3
	En desacuerdo	34	42.5
	Totalmente en desacuerdo	6	7.5
	Total	80	100.0

Figura 10

¿El personal le demostró interés en solucionar cualquier duda que usted tuvo durante su atención?

80 respuestas



En la tabla 20 y figura 10 se puede observar que el 3% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 25% están de acuerdo, el 21.3% neutral, el 42.5% en desacuerdo, y el 7.5% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 10, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el personal no tuvo ningún interés de solucionar cualquier duda durante la atención de los clientes, lo cual genera un malestar por parte de ellos.

11. ¿El personal de salud es cortés y respetuoso?

Tabla 21

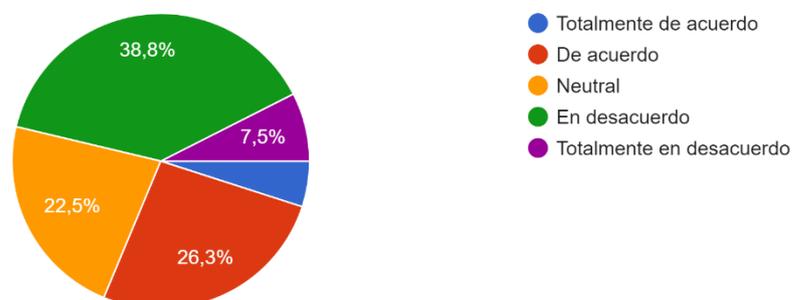
¿El personal de salud es cortés y respetuoso?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	4	5
De acuerdo	21	26.3
Neutral	18	22.5
En desacuerdo	31	38.8
Totalmente en desacuerdo	6	7.5
Total	80	100.0

Figura 11

¿El personal de salud es cortés y respetuoso?

80 respuestas



En la tabla 21 y figura 11 se puede observar que el 5% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 26.3% están de acuerdo, el 22.5% neutral, el 38.8% en desacuerdo, y el 7.5% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 11, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el personal no es cortés ni respetuoso, lo cual perjudica netamente a la organización y afecta directamente al cliente.

12. ¿El personal de salud cuenta con una tolerancia adecuada?

Tabla 22

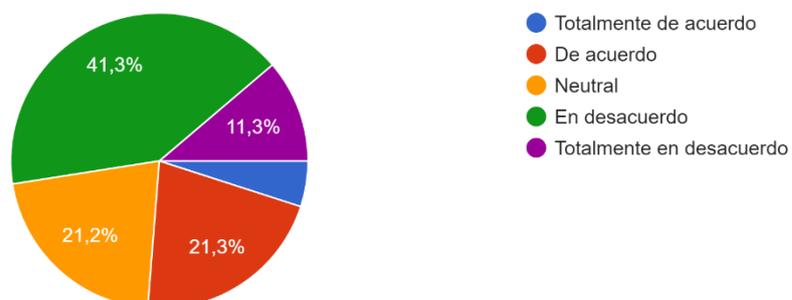
¿El personal de salud cuenta con una tolerancia adecuada?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	5
	De acuerdo	21.3
	Neutral	21.2
	En desacuerdo	41.3
	Totalmente en desacuerdo	11.3
	Total	80
		100.0

Figura 12

¿El personal de salud cuenta con una tolerancia adecuada?

80 respuestas



En la tabla 22 y figura 12 se puede observar que el 5% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 21,3% están de acuerdo, el 21,2% neutral, el 41,3% en desacuerdo, y el 11,3% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 12, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el personal no cuenta con una tolerancia adecuada, no soy muy tolerantes a la hora de brindar el servicio.

13. ¿El establecimiento de salud satisface sus expectativas de calidad en el servicio brindado?

Tabla 23

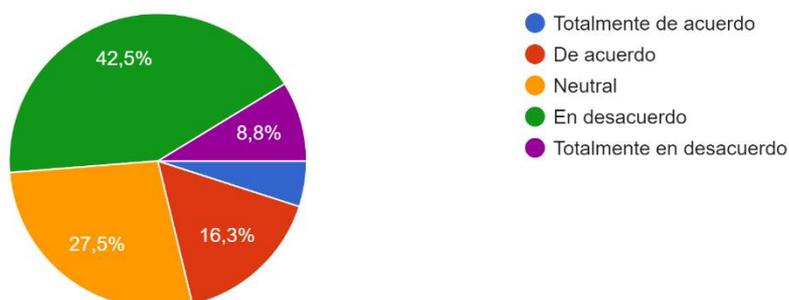
¿El establecimiento de salud satisface sus expectativas de calidad en el servicio brindado?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	4	5
	De acuerdo	13	16.3
	Neutral	22	27.5
	En desacuerdo	34	42.5
	Totalmente en desacuerdo	7	8.8
	Total	80	100.0

Figura 13

¿El establecimiento de salud satisface sus expectativas de calidad en el servicio brindado?

80 respuestas



En la tabla 23 y figura 13 se puede observar que el 5% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 16.3% están de acuerdo, el 27.5% neutral, el 42.5% en desacuerdo, y el 8.8% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 13, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el establecimiento de salud no satisface sus expectativas de calidad al momento de recibir el servicio.

14. ¿Usted considera que el servicio brindado en el establecimiento de salud ha superado sus expectativas personales?

Tabla 24

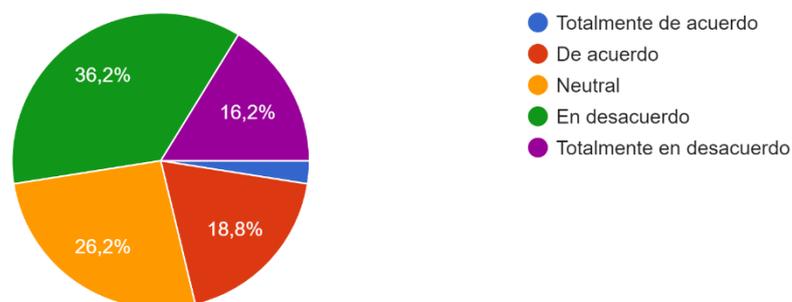
¿Usted considera que el servicio brindado en el establecimiento de salud ha superado sus expectativas personales?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	2	2.5
	De acuerdo	15	18.8
	Neutral	21	26.2
	En desacuerdo	29	36.2
	Totalmente en desacuerdo	13	16.2
	Total	80	100.0

Figura 14

¿Usted considera que el servicio brindado en el establecimiento de salud ha superado sus expectativas personales?

80 respuestas



En la tabla 24 y figura 14 se puede observar que el 2.5% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 18.8% están de acuerdo, el 26.2% neutral, el 36.2% en desacuerdo, y el 16.2% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 14, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el establecimiento de salud no ha superado sus expectativas personales al recibir el servicio, lo cual es perjudicial para la organización

15. ¿Siente que el personal de salud logra el resultado deseado en cuanto al servicio que se le brinda?

Tabla 25

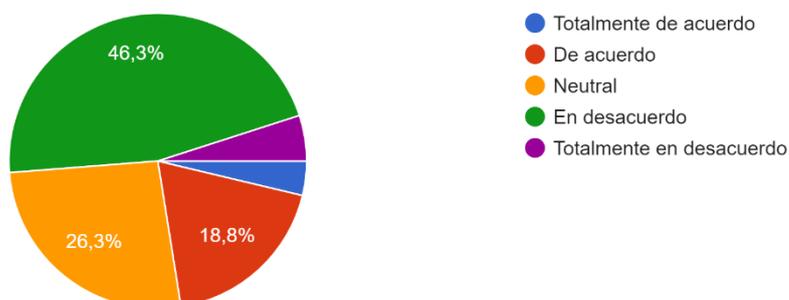
¿Siente que el personal de salud logra el resultado deseado en cuanto al servicio que se le brinda?

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	3.8
De acuerdo	15	18.8
Neutral	21	26.3
En desacuerdo	37	46.3
Totalmente en desacuerdo	4	5
Total	80	100.0

Figura 15

¿Siente que el personal de salud logra el resultado deseado en cuanto al servicio que se le brinda?

80 respuestas



En la tabla 25 y figura 15 se puede observar que el 3.8% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 18.8% están de acuerdo, el 26.3% neutral, el 46.3% en desacuerdo, y el 5% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 15, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el personal de salud no logra el resultado deseado en cuanto al servicio que les brinda, ya que, ocurren muchos errores en el proceso de la atención brindada.

16. ¿Considera usted que el personal de salud realiza sus funciones de la mejor manera?

Tabla 26

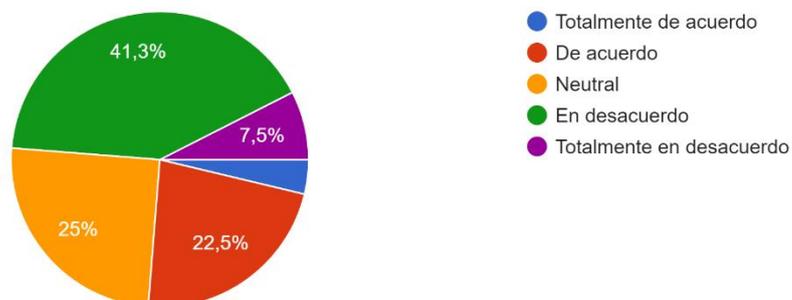
¿Considera usted que el personal de salud realiza sus funciones de la mejor manera?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	3	3.8
	De acuerdo	18	22.5
	Neutral	20	25
	En desacuerdo	33	41.3
	Totalmente en desacuerdo	6	7.5
	Total	80	100.0

Figura 16

¿Considera usted que el personal de salud realiza sus funciones de la mejor manera?

80 respuestas



En la tabla 26 y figura 16 se puede observar que el 3.8% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 22.5% están de acuerdo, el 25% neutral, el 41.3% en desacuerdo, y el 7.5% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 16, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que el personal de salud no realiza su trabajo de forma eficiente, demoran en sus delegaciones y no llevan un buen manejo de información de los clientes.

17. ¿Usted se siente satisfecho con el servicio brindado?

Tabla 27

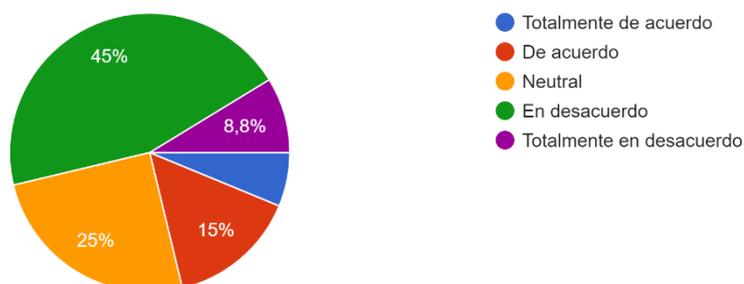
¿Usted se siente satisfecho con el servicio brindado?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	5	6.3
	De acuerdo	12	15
	Neutral	20	25
	En desacuerdo	36	45
	Totalmente en desacuerdo	7	8.8
	Total	80	100.0

Figura 17

¿Usted se siente satisfecho con el servicio brindado?

80 respuestas



En la tabla 27 y figura 17 se puede observar que el 6.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 15% están de acuerdo, el 25% neutral, el 45% en desacuerdo, y el 8.8% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 17, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que no se encuentran satisfechos con el servicio brindado por parte del personal del establecimiento de salud.

18. ¿Recomendaría a otros clientes atenderse en este establecimiento de salud?

Tabla 28

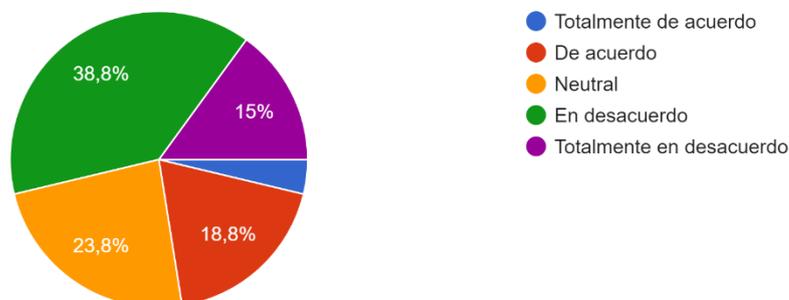
¿Recomendaría a otros clientes atenderse en este establecimiento de salud?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válido	Totalmente de acuerdo	3	3.8
	De acuerdo	15	18.8
	Neutral	19	23.8
	En desacuerdo	31	38.8
	Totalmente en desacuerdo	12	15
	Total	80	100.0

Figura 18

¿Recomendaría a otros clientes atenderse en este establecimiento de salud?

80 respuestas



En la tabla 28 y figura 18 se puede observar que el 3.8% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 18.8% están de acuerdo, el 23.8% neutral, el 38.8% en desacuerdo, y el 15% totalmente en desacuerdo.

De acuerdo a la figura 18, se afirma que, la mayoría de los encuestados manifiestan que no recomendarían a otros clientes a atenderse en ese establecimiento de salud, por los diferentes motivos ya expuestos.

2. Análisis de Resultados

Análisis e interpretación de los resultados inferenciales

Contrastación de hipótesis general

H_1 (hipótesis alternativa): La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H_0 (hipótesis nula): La calidad de servicio no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 29

Tabla cruzada de las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente					
		Bajo		Alto		Total	
		N	%	N	%	N	%
Calidad de servicio	1	50	89.3%	4	16.7%	54	67.5%
	2	6	10.7%	20	83.3%	26	32.5%
Total		56	100.0%	24	100.0%	80	100.0%

Tabla 30

Pruebas de Chi-Cuadrado de las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40.385 ^a	1	<.001
Corrección de continuidad^b	37.143	1	<.001
Razón de verosimilitud	41.130	1	<.001
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	39.880	1	<.001
N de casos válidos	80		

a. 0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 7.80.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Como se puede observar en la Tabla 30, la cual nos indica que el estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson es 40.385 con un 1 de libertad que resulta relevante, ya que la significancia asintótica es <0.001, valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 31

Medidas Simétricas de las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente

		Valor	Significación
		aproximada	
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	.579	<.001
N de casos válidos		80	

Asimismo, el valor del coeficiente de contingencia es de 0.579 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderadamente fuerte entre las dos variables: calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Contrastación de hipótesis específicas:

Elementos Tangibles y Satisfacción del cliente

H₁ (hipótesis alternativa): Los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₀ (hipótesis nula): Los elementos tangibles no se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 32

Tabla cruzada de la dimensión Elementos Tangibles y la variable Satisfacción del cliente

		Satisfacción al cliente					
		Bajo		Alto		Total	
		N	%	N	%	N	%
Elementos tangibles	1	53	94.6%	8	33.3%	61	76.3%
	2	3	5.4%	16	66.7%	19	23.8%
Total		56	100.0%	24	100.0%	80	100.0%

Tabla 33*Pruebas de Chi-Cuadrado de los Elementos Tangibles y Satisfacción del cliente*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	34.871 ^a	1	<.001
Corrección de continuidad^b	31.567	1	<.001
Razón de verosimilitud	33.760	1	<.001
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	34.435	1	<.001
N de casos válidos	80		

a. 0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5.70.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

El estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson es 34.871 con un 1 de libertad que resulta relevante ya que la significancia asintótica es <0.001, valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente en un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 34*Medidas simétricas de Elementos Tangibles y Satisfacción del cliente*

	Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal Coeficiente de contingencia	.551	<.001
N de casos válidos	80	

El valor del coeficiente de contingencia es de 0.551 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderadamente fuerte entre los elementos tangibles y satisfacción del cliente.

Fiabilidad y Satisfacción del cliente

H₁ (hipótesis alternativa): La fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₀ (hipótesis nula): La fiabilidad no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 35

Tabla cruzada de la dimensión Fiabilidad y la variable Satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente					
		Bajo		Alto		Total	
		N	%	N	%	N	%
Fiabilidad	1	49	87.5%	5	20.8%	54	67.5%
	2	7	12.5%	19	79.2%	26	32.5%
Total		56	100.0%	24	100.0%	80	100.0%

Tabla 36

Pruebas de Chi-cuadrado de Fiabilidad y Satisfacción del cliente

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	34.036 ^a	1	<.001
Corrección de continuidad^b	31.065	1	<.001
Razón de verosimilitud	34.131	1	<.001
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	33.611	1	<.001
N de casos válidos	80		

a. 0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 7.80.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

El estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson es 34.036 con un 1 de libertad que resulta relevante ya que la significancia asintótica es <0.001 , valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que la fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 37

Medidas simétricas de fiabilidad y satisfacción del cliente

		Significación	
		Valor aproximada	
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	.546	$<.001$
N de casos válidos		80	

El valor del coeficiente de contingencia es de 0.546 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderadamente fuerte entre la fiabilidad y satisfacción del cliente.

Seguridad y Satisfacción del cliente

H_1 (hipótesis alternativa): La seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H_0 (hipótesis nula): La seguridad no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 38

Tabla cruzada de la dimensión Seguridad y la variable Satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente					
		Bajo		Alto		Total	
		N	%	N	%	N	%
Seguridad	1	51	91.1%	5	37.5%	60	75.0%
	2	5	8.9%	19	62.5%	20	25.0%
Total		56	100.0%	24	100.0%	80	100.0%

Tabla 39*Pruebas de Chi-cuadrado de Seguridad y Satisfacción del cliente*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25.714 ^a	1	<.001
Corrección de continuidad^b	22.937	1	<.001
Razón de verosimilitud	24.520	1	<.001
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	25.393	1	<.001
N de casos válidos	80		

a. 0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 6.00.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

El estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson es 25.714 con un 1 de libertad que resulta relevante ya que la significancia asintótica es <0.001, valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 40*Medidas simétricas de seguridad y satisfacción del cliente*

	Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal Coefficiente de contingencia	.493	<.001
N de casos válidos	80	

El valor del coeficiente de contingencia es de 0.493 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderada entre la fiabilidad y satisfacción del cliente.

Empatía y Satisfacción del cliente

H₁ (hipótesis alternativa): La empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

H₂ (hipótesis nula): La empatía no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023.

Tabla 41

Tabla cruzada de la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente					
		Bajo		Alto		Total	
		N	%	N	%	N	%
Empatía	1	50	89.3%	3	12.5%	53	66.3%
	2	6	10.7%	21	87.5%	27	33.8%
Total		56	100.0%	24	100.0%	80	100.0%

Tabla 42

Pruebas de Chi-cuadrado de Empatía y Satisfacción del cliente

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	44.301 ^a	1	<.001
Corrección de continuidad^b	40.933	1	<.001
Razón de verosimilitud	46.077	1	<.001
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	43.747	1	<.001
N de casos válidos	80		

a. 0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 8.10.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

El estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson es 44.301 con un 1 de libertad que resulta relevante ya que la significancia asintótica es <0.001 , valor que es menor que el $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que la empatía se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad Lima, 2023.

Tabla 43

Medidas simétricas de Empatía y Satisfacción del cliente

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	.597	<.001
N de casos válidos		80	

El valor del coeficiente de contingencia es de 0.597 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderadamente fuerte entre la empatía y satisfacción del cliente.

3. Discusión de resultados

Conforme al objetivo general basado en señalar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023, se consiguió una correlación positiva entre ambas variables. Para obtener los resultados, se realizó una encuesta virtual mediante Google Forms, la cual estaba conformada por 12 preguntas correspondiente a la variable 1 (calidad de servicio) y 6 preguntas correspondientes a la variable 2 (satisfacción del cliente), dando un total de 18 preguntas, las cuales fueron completadas por 80 clientes. Con respecto a estas encuestas, se afirma que la existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, dando como resultado en el Alfa de Cronbach de un 0.972, confirmando que la confiabilidad del instrumento es muy alta. Con respecto al estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson de ambas variables es de 40.385 y la significancia asintótica es

<0.001 , valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de un establecimiento de salud en la ciudad de Lima, 2023, además en el coeficiente de contingencia se obtuvo 0.579 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderadamente fuerte entre las dos variables.

Asimismo, se observa resultados que se asemejan en la tesis de Huanes (2022), titulada *La calidad del servicio y satisfacción de los usuarios de un policlínico de salud en la ciudad de Trujillo, 2021*, también se confirmó la relación entre sus dos variables: calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, en el cual se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.942, confirmando que la confiabilidad del instrumento es muy alta. Asimismo, con respecto a la correlación de Pearson, se observó que el coeficiente de correlación es significativo, ubicándose en el nivel de 0,01 (99%), donde los resultados muestran un valor p igual a 0,000 menor a $\alpha=0,05$; lo cual se pudo afirmar que existe una correlación significativa moderada ($r =,535$) entre el nivel de relación de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.

Por su parte, conforme al objetivo específico basado en señalar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente, el estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson dio como resultado 34.871 y la significancia asintótica es <0.001 , valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente, además en el coeficiente de contingencia se obtuvo 0.551 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderadamente fuerte. En la investigación de Ibarra (2021) titulada: *Calidad de atención y satisfacción del usuario en la municipalidad de Chorrillos, 2021* , en la cual se confirmó la relación entre la dimensión elementos tangibles y satisfacción del usuario, en la cual se realizó prueba a través del coeficiente

de correlación Rho de Spearman, lo cual dio un resultado de correlación de 0.959 y una significancia menor a 0.005, indicando que existe una relación significativa alta entre elementos tangibles y satisfacción del usuario.

De la misma forma, conforme al objetivo específico basado en señalar la relación entre Fiabilidad y la Satisfacción del cliente, el estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson dio como resultado 34.036 y la significancia asintótica es <0.001 , valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que la fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente, además en el coeficiente de contingencia se obtuvo 0.546 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderadamente fuerte. En la investigación de García (2021) titulada: *Calidad de servicio y satisfacción del paciente del hospital Universitario-Castilla, Piura, 2021*, en la cual también se confirmó la relación entre la dimensión Fiabilidad y satisfacción del cliente, en el cual se realizó la prueba a través del coeficiente de correlación Rho de Spearman, la cual dio un resultado de correlación de 0.812 y una significancia menor a 0.005, indicando que existe una relación significativa alta entre fiabilidad y satisfacción de cliente.

Por otro lado, conforme al objetivo específico basado en señalar la relación entre Seguridad y la Satisfacción del cliente, el estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson dio como resultado 25.714 y la significancia asintótica es <0.001 , valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente, además en el coeficiente de contingencia se obtuvo 0.493 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderada. En la investigación de Guerra (2020), con su tesis titulada: *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del paciente de medicina general en el policlínico Clínica Santa Rosa de Manchay 2020*, en la cual se confirmó la relación entre la

dimensión Seguridad y la satisfacción del paciente, en el cual se realizó la prueba a través del coeficiente de correlación Rho de Spearman, la cual dio un resultado de correlación de 0.415 y una significancia menor a 0.005, indicando que existe una relación significativa moderada entre seguridad y satisfacción del paciente.

Por último, conforme al objetivo específico basado en señalar la relación entre la Empatía y la Satisfacción del cliente, el estadístico de prueba Chi-cuadrado de Pearson dio como resultado 44.301 y la significancia asintótica es <0.001 , valor que es menor que el nivel de significación $\alpha = 0.05$, rechazando la hipótesis nula y afirmando que los elementos tangibles se relacionan significativamente con la satisfacción del cliente, además en el coeficiente de contingencia se obtuvo 0.597 lo cual indica que la fuerza de la asociación es moderadamente fuerte. En la investigación de Chávez y Lachira (2021) titulada: *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en Argenper SA sucursal Chimbote 2021*, en la cual también se confirmó la relación entre la dimensión Empatía y Satisfacción del cliente, en el cual se realizó la prueba a través del coeficiente de correlación Rho de Spearman, la cual dio un resultado de correlación de 0.831 y una significancia menor a 0.005, indicando que existe una relación significativa alta entre fiabilidad y satisfacción de cliente.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos en la tesis, se concluye lo siguiente:

Se concluye respecto al objetivo general planteado en la presente tesis, que sí existe una relación entre la variable independiente calidad de servicio y la variable dependiente satisfacción del cliente, dicha relación se observó en el coeficiente de contingencia de 0.579 dando como resultado una relación moderadamente fuerte entre las dos variables, dado que la calidad de servicio juega un papel primordial en la satisfacción del cliente, de este dependerá si el cliente está satisfecho o no, según el servicio ofrecido. Por eso es esencial que el establecimiento de salud establezca estrategias de calidad de servicio que les permita conocer sus aspectos más importantes como organización: elementos tangibles, fiabilidad, seguridad y empatía, y así poder obtener la satisfacción del cliente.

En relación a los Elementos Tangibles se relacionan con la satisfacción del cliente, dicha relación se observó en el coeficiente de contingencia de 0.551 dando como resultado una relación moderadamente fuerte. En esta dimensión se identificó que el indicador de personal capacitado es el más observado por los clientes, dado que gran porcentaje están de acuerdo que existe un personal no capacitado y que el tiempo de espera es demasiado alto, lo cual genera incomodidad en los clientes. Asimismo, también encontramos dos indicadores más en esta dimensión: equipos e infraestructura, en las cuales gran parte de los clientes observaron que el establecimiento de salud no cuenta con equipos en buen estado ni equipos modernos, además que la infraestructura del

establecimiento de salud no es la más adecuada, muchas veces no cuentan con agua o la limpieza es escasa, por otro lado, algunas áreas de espera se llenan por completo y generando incomodidad entre los clientes.

En relación a la Fiabilidad se relaciona con la satisfacción del cliente, esta relación tuvo un coeficiente de contingencia de 0.546. Se identificó en esta dimensión que el indicador confianza es el más observado por los clientes, ya que, sienten que el personal del establecimiento de salud no les transmite un alto grado de confianza, lo cual perjudica a toda la organización y el cliente no se encuentra satisfecho. Por otro lado, también se identificó el indicador veracidad, en la cual los clientes sienten que la información que le brinda el establecimiento de salud no es veraz ni del todo confiable, lo cual genera dudas en ellos y no confían al 100% en los resultados.

En relación a la Seguridad se relaciona con la satisfacción del cliente, esta relación se observó en el coeficiente de contingencia de 0.493 dando como resultado una relación moderada. Dentro de esta dimensión destacaron dos indicadores, profesionalismo y garantía de seguridad, las cuales fueron observadas por los clientes, dado que sienten que el personal de salud no muestra profesionalismo a la hora de la atención, asimismo el establecimiento de salud no cuenta con las medidas de seguridad correspondientes, como la falta de cámaras de seguridad, de extintores, señalizaciones y alarmas, lo cual hacen que los clientes no se sientan seguros estando en ese lugar.

En relación a la Empatía se relaciona con la satisfacción del cliente, esta relación tuvo un coeficiente de contingencia de 0.597 dando como resultado una relación moderadamente fuerte. En esta dimensión se observaron los indicadores atención, cortesía y tolerancia, de las cuales se identificó que los clientes se encontraban insatisfechos con el comportamiento del personal de salud, ya que, carecían de empatía,

no eran tolerantes y muchas veces no eran respetuosos, lo cual generaba insatisfacción por parte de los clientes.

2. Recomendaciones

Al analizar la tesis, se logró demostrar que existe relación significativa entre la variable independiente Calidad de servicio y la variable dependiente Satisfacción del cliente; por lo que, se recomienda evaluar constantemente el nivel de relación de estas variables, a través de encuestas periódicas a los clientes, de este modo efectuar comparaciones a través del tiempo, y de esta manera desarrollar estrategias de mejora continua que contribuyan al mejoramiento de la calidad del servicio de la organización y aumentar la satisfacción de los clientes. Asimismo, evaluar trimestralmente el nivel de satisfacción de los clientes, de esa manera identificar los puntos de mejora y tomar acciones sobre ello, potenciando esos puntos y dándoles soluciones óptimas.

En cuanto en relación Elementos tangibles, los clientes no se sienten satisfechos con el personal, ya que sienten que no están capacitados para la atención, dado que no les brindan una información adecuada; por lo que la recomendación es brindar capacitaciones constantes a los trabajadores del establecimiento de salud, las cuales servirán de mucho para la organización, ya que los resultados no solamente serán para los trabajadores sino para los clientes, los cuales estarán satisfechos. Adicional a ello, también se identificó que el establecimiento de salud cuenta con equipos médicos en mal estado y que algunos equipos adquiridos anteriormente nuevos, no los usan y están amontonados, por lo cual se recomendaría evaluar los equipos médicos en buen estado y darles el uso correspondiente y así los empleados puedan trabajar de la mejor manera y los clientes se sientan más seguros al realizarse cualquier intervención.

Seguidamente con relación a la Fiabilidad, se observa de acuerdo a los resultados obtenidos, que hay una falta de confiabilidad con el personal de salud respecto a los clientes, sienten que no transmiten una confiabilidad al momento de interactuar y en los resultados, por lo que la recomendación es la contratación de un especialista para charlas interactivas entre trabajadores y clientes, para un buen manejo de confianza mutua, con el objetivo de fortalecer la confianza entre trabajador y cliente, donde ambos se sientan cómodos y los clientes puedan estar tranquilos.

En cuanto a la relación Seguridad, se observó que los clientes están insatisfechos con la falta de medidas de seguridad del establecimiento de salud, ya que faltan cámaras de seguridad, extintores vencidos, señalizaciones deterioradas y alarmas en mal estado, por lo que se recomienda el seguimiento al mantenimiento de los elementos de seguridad, para que el cliente se sienta que se encuentra en un lugar seguro y le dé la confianza de que es un establecimiento de salud adecuado.

Finalmente, en relación a la Empatía, se observa que los clientes se encuentran insatisfechos con el comportamiento del personal de salud, por lo que se recomienda un plan de integración laboral, donde se realiza días de integración y recreación con todos los trabajadores en fechas especiales, para que los trabajadores se sientan cómodos y más relajados, y así poder brindar una atención adecuada, con la mejor actitud hacia los clientes, entendiéndolos y poder satisfacer sus necesidades de una forma correcta.

REFERENCIAS

- Borré, Y. (2013). Calidad percibida de la atención de enfermería por pacientes hospitalizados en institución prestadora de servicios de salud de Barranquilla. *Ciencia y enfermería*. Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/20123/539597.2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cobo, E., Estepa, K., Herrera, C., y Linares, P. (2018). Percepción de los usuarios frente a la calidad del servicio de salud en consulta externa en una Institución Prestadora de Servicios de Salud. *Revista Investigación En Salud Universidad de Boyacá*, 5(2), 277–294. <https://doi.org/10.24267/23897325.321>
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. *Revista Innovar*, 8(15), 64-65. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Febres, R., Mercado, M. (2020). Satisfacción del usuario del servicio de medicina interna sobre la calidad de atención en el Hospital Daniel Alcides Carrión, Huancayo – Perú. *Revista De La Facultad De Medicina Humana*, 20(3). <https://doi.org/10.25176/RFMH.v20i3.3123>
- Grönroos, C. (1982). *Una teoría aplicada del marketing de servicios*. *Revista Europea de Marketing*, 16 (7), 30-41. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/1902-marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>

- Grönroos, C. (1984). *Un modelo de calidad de servicio y sus implicaciones de marketing*.
Revista Europea de Marketing, 18, 36-44.
<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Huanes, J. (2022). *La calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de un policlínico de salud en la ciudad de Trujillo, 2021* [Tesis de maestría, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
<https://hdl.handle.net/11537/31620>
- Ibarra, A., y Rúa, E. (2018). Evaluación de la calidad en la atención al usuario del servicio de urgencias del hospital público de Yopal en Casanare, Colombia. *NOVA*, 16(29), 21-31.
<https://doi.org/10.22490/24629448.2686>
- Kloter, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing. Marketing (Decimocuar, Vol. 53)*. Pearson educación, México.
<https://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>
- Maggi, W. (2018). *Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro*. [Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9976>
- Martin, D. (2021). *La calidad del servicio en la satisfacción de los clientes de la Clínica Primavera en la ciudad de Trujillo en el año 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
<https://hdl.handle.net/11537/28957>

- Mera, X. (2022). Calidad del servicio de consulta externa, en establecimientos de salud pública nivel II de la ciudad de Portoviejo, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(4-1), 474-486.
<https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1274>
- Montalvo, S., Estrada, E., & Mamani, H. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. *Ciencia y Desarrollo*, 23(2), 21-26.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7437230>
- Najul, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. Observatorio Laboral Revista Venezolana, 4(8),23-35.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). *Un modelo conceptual de calidad de servicio y sus implicaciones para la investigación futura*. Revista de marketing, (42), 41-50.
<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Ramos, K., Podesta, L., Ruiz, R. (2020). Calidad de servicio y satisfacción de pacientes sometidos a tratamientos estéticos faciales mínimamente invasivos de una clínica privada. Lima-Perú. 2019. *Horizonte Médico (Lima)*, 20(3), e1248.
<https://dx.doi.org/10.24265/horizmed.2020.v20n3.07>
- Torres, G. y León, R. (2015). *Nivel de satisfacción de los pacientes atendidos en el Servicio de Ortodoncia de una Clínica Dental Docente peruana*. Revista de Estomatología peruana.25(2),122-132.
<https://doi.org/10.20453/reh.v25i2.2458>

Vandamme, R., y Leunis, J. (1993). *Desarrollo de una escala de ítems múltiples para medir la calidad del servicio hospitalario*. Revista internacional de gestión de la industria de servicios, 4(3), 30-40.

<https://www.redalyc.org/pdf/205/20503411.pdf>

Vizcaíno, A., Marín, V., Jasso, G. (2019). Análisis de la satisfacción de pacientes del servicio de urgencias en un hospital público de Jalisco. *Horizonte Sanitario*, 18(1), 027-036.

<https://doi.org/10.19136/hs.a18n1.2103>

Zeithaml, V. (1988). *Percepciones del consumidor de precio, calidad y valor: un modelo de medios y fines y síntesis de evidencia*. Revista de Marketing, 52 (3), 2-22.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6ecaf47a-124f-4389-bbea-a00d854688ec/content>

	Subcategoría: Fiabilidad								
5	¿El personal de salud le transmite un alto grado de confianza?								
6	¿Considera usted que la información brindada es veraz y fiable?								
	Subcategoría: Seguridad								
7	¿Considera usted que el establecimiento de salud guarda la confidencialidad de sus resultados?								
8	¿El personal de salud muestra profesionalismo en la atención que brinda?								
9	¿Considera usted que el establecimiento de salud cumple con las medidas de seguridad (cámaras de vigilancia, extintores, señalizaciones, alarmas)?								

	Subcategoría: Empatía								
10	¿El personal le demostró interés en solucionar cualquier duda que usted tuvo durante su atención?								
11	¿El personal de salud es cortés y respetuoso?								
12	¿El personal de salud cuenta con una tolerancia adecuada?								
	Subcategoría: Expectativas								
13	¿El establecimiento de salud satisface sus expectativas de calidad en el servicio brindado?								
14	¿Usted considera que el servicio brindado en el establecimiento de salud ha superado sus expectativas personales?								
	Subcategoría: Rendimiento Percibido								

15	¿Siente que el personal de salud logra el resultado deseado en cuanto al servicio que se le brinda?								
16	¿Considera usted que el personal de salud realiza sus funciones de la mejor manera?								
	Subcategoría: Niveles de satisfacción								
17	¿Usted se siente satisfecho con el servicio brindado?								
18	¿Recomendaría a otros clientes atenderse en este establecimiento de salud?								

Apéndice 2

Validación de expertos



OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir []
] No aplicable []

01 de octubre del 2023

Apellidos y nombres del juez evaluador: Minchola Guardia Renzo Daniel

Especialidad del evaluador: Logística

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.

FIRMA

Renzo Daniel Minchola Guardia

DNI: 45614158



OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Los ítems son suficientes para medir la categoría

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir []
No aplicable []

01 de octubre del 2023

Apellidos y nombres del juez evaluador: Escalante Flores Jorge Luis

Especialidad del evaluador: Marketing

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.

FIRMA

Jorge Luis Escalante Flores

DNI: 09390378

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

01 de octubre del 2023

Apellidos y nombres del juez evaluador: *Ugaz Urviola Mirella del Rosario*
Especialidad del evaluador: *Marketing*

- 1 Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- 2 Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo
- 3 Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.

Mirella del Rosario Ugaz Urviola

FIRMA

Nombre y Apellidos del evaluador

DNI: 45599359

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:**Observaciones (precisar si hay suficiencia): SuficienciaOpinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

01 de octubre del 2023

Apellidos y nombres del juez evaluador:

Especialidad del evaluador:

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.**2 Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo**3 Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.

FIRMA

Nombre y Apellidos del evaluador

DNI: 70193395

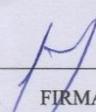
Mg. Jessica Fernandez Espinoza

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

01 de octubre del 2023

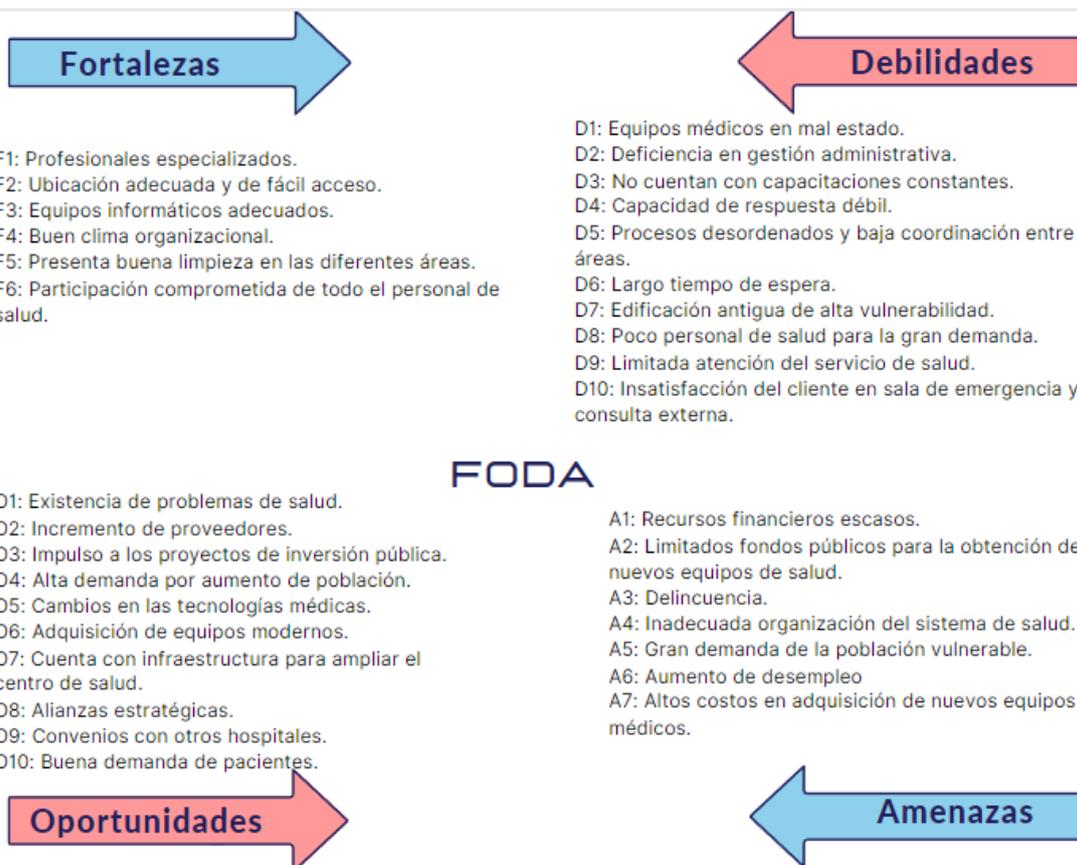
Apellidos y nombres del juez evaluador: *Valentino Ortiz, Luis Fernando*Especialidad del evaluador: *Docente - Mag. Calidad e investigación***1 Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.**2 Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo**3 Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.
FIRMA

Nombre y Apellidos del evaluador

DNI: *0600 3883*

Apéndice 3

Diagnóstico – Foda Cruzado



Estrategia Ofensiva (Fortaleza - Oportunidad)

F1-O4: Plan de refuerzo en las capacitaciones del personal dentro del establecimiento de salud para aprovechar eficazmente la gran magnitud de clientes.
F2-O7: Plan para ampliar la infraestructura del establecimiento de salud.
F3-O6: Implementación de un plan de actualización para uso de equipos informáticos de última tecnología.
F8-O3: Promover programas de incentivos dirigidos por el personal de salud.

Estrategia de Reorientación (Debilidad - Oportunidad)

D1-O6: Implementación de nuevos equipos médicos.
D4-D6-O4: Plan de mejora de gestión, el cual permita distribuir mejor los tiempos de atención y el uso de recursos.
D8-O4: Implementación de contratación de más trabajadores de salud, por la alta demanda de clientes.
D10-O3: Implementación de aumento de estrategias para cubrir de forma óptima las necesidades de los clientes y superar sus expectativas.

Estrategia Defensiva (Fortaleza - Amenaza)

F3-A7: Implementación de mejoras para la adquisición de nuevos equipos de laboratorio e informáticos.
F5-A7: Implementación de reconocimientos a trabajadores que muestren eficiencia en el trabajo.

Estrategia de Supervivencia (Debilidades - Amenazas)

D6-A5: Implementación de un programa de mejora continua para la atención de servicios médicos de consulta externa.
D2-A4: Implementar vías de comunicación rápidas y efectivas.
D4-D5-A4: Realización de un programa de supervisión e inspección continua en el área de atención al público.
D7-A3: Implementación de un plan de seguridad interno del establecimiento de salud.

Apéndice 4

Benchmarking en Empresas Nacionales

Empresa	Rubro / Categoría	Tipo de Competencia	Buenas Prácticas	Estrategias
Clínica Maisón de Santé	Establecimiento de salud	Directa	Cuentan con variedad de certificaciones que garantizan las buenas prácticas que se realizan dentro de esa clínica. Asimismo, tienen un financiamiento sólido, lo cual les permite aumentar sus proyectos de inversión, así como la adquisición de equipos tecnológicos modernos y sistematizados, los cuales benefician a la clínica y a sus pacientes. Cuentan con avances científicos como: la obtención de células madre, vacunas modernas y otros avances que van actualizándose con el tiempo.	Desarrollo de planes sobre publicidad y promociones para la obtención de nuevos clientes. Establecen convenios con empresas de salud del Estado para atender pacientes ambulatorios. Capacitaciones constantes a todo el personal médico y administrativo. Obtención de nuevos equipos médicos, traídos desde el extranjero para un mejor servicio al cliente.
Clínica Delgado	Establecimiento de salud	Directa	Cuentan con sus objetivos bien definidos, con proyecciones nacionales e internacionales. Cuentan con recursos financieros para su expansión y arreglo de su infraestructura, también para las compras de equipos de salud modernos e invierten en sus profesionales para avances científicos y/o materiales que ellos necesiten.	Capacitaciones constantes a todo el personal de salud, por la alta demanda de pacientes y que esto no genere altas horas de espera. Utilizan estrategias de posicionamiento en el mercado, fidelizando a sus clientes, brindándoles un servicio de calidad. Inversión en publicidad (tv, radio, folletos, banners, etc.) Adquisición de equipos de salud.
Clínica Ricardo Palma	Establecimiento de salud	Directa	Cuentan con convenios nacionales e internacionales en beneficio de sus pacientes, brindándoles un servicio de salud no solo en Perú sino también en el extranjero (en caso el paciente lo amerite). Asimismo, su financiamiento es alto, lo cual hace que puedan invertir en diferentes proyectos, así como en adquisiciones de nuevos materiales y equipos tecnológicos para la clínica. También cuentan con avances científicos.	Adquisiciones de nuevos equipos de salud con tecnología avanzada, para una atención de calidad a sus clientes. Constantes capacitaciones al personal médico y administrativo de la clínica. Promociones de acuerdo a la demanda del mercado e inversión en publicidad. Aumento de convenios con más empresas para el beneficio del cliente.

Benchmarking en Empresas Internacionales

Empresa	Rubro / Categoría	Tipo de Competencia	Buenas Prácticas	Estrategias
El Hospital Albert Einstein	Establecimiento de salud	Directa	Cuentan con avanzados recursos de la medicina, con una prioridad absoluta de la calidad de atención y la seguridad del paciente. Asimismo, cuentan con personal especializados en función a sus áreas, supervisiones continuas y tienen claro sus objetivos. También cuentan con convenios con otros hospitales y clínicas nacionales e internacionales para un mejor servicio a sus pacientes.	Capacitaciones continuas a todo el personal de salud, profesionales y administrativos para brindar un servicio de calidad a los clientes. Obtención de equipos altamente calificados y modernos para los diferentes tratamientos. Actualizaciones constantes de programas de software para la agilización de documentos dentro del establecimiento de salud.
Clínica Alemana de Santiago de Chile	Establecimiento de salud	Directa	Cuentan con servicios innovadores, invirtiendo en sus plataformas digitales, para que las citas virtuales no tengan ningún tipo de problemas. Asimismo, cuentan con diferentes tipos de campañas, las cuales hacen que las personas donen sangre, plaquetas, etc., voluntariamente para salvar vidas de muchas personas. Por otro lado, cuentan con convenios con diferentes clínicas y hospitales.	Realizan iniciativas para los nuevos talentos profesionales que deseen trabajar en la clínica, brindándoles cursos, talleres y capacitaciones para ser las promesas del mañana. Adquisiciones de nuevos materiales y equipos de salud con una alta tecnología. Proyecciones para ampliar la infraestructura de establecimiento de salud.
Hospital Italiano de Buenos Aires	Establecimiento de salud	Directa	Convenios con empresas locales para ofertar servicios de salud, además de tener convenios con otros establecimientos de salud internacionales. Además, cuentan con certificaciones que garantizan las buenas prácticas que se realizan dentro del hospital, asimismo cuentan con avances científicos.	Obtención de equipos tecnológicos modernos para una atención de calidad a los clientes, asimismo apoyo continuo a todo el personal de salud con capacitaciones constantes. Monitoreos continuos para la agilización de documentación para no tener altos horarios de espera.

Apéndice 5

Actividades para la mejora continua

Dimensión	Debilidad/ Problema	Acción Correctiva	Estrategia	Verificación	Responsable	Duración	Producto o servicio	Proveedor	Presupuesto + IGV	Frecuencia
Elementos Tangibles	Falta de capacitación a los trabajadores del establecimiento de salud.	Contratación de especialistas para capacitaciones.	Brindar capacitaciones constantes a los trabajadores.	Cotizaciones	Área Administrativa	N/A	Servicio		N/A	Mensual
Fiabilidad	Falta de confiabilidad con el personal de salud	Fortalecer la confianza entre el trabajador y cliente.	Contratación de un especialista para charlas interactivas entre trabajadores y clientes para un buen manejo de confianza mutua.	Seguimiento a los clientes para la verificación si las charlas están siendo productivas	Área administrativa	2 semanas	Servicio		2,500.00	1 vez cada 3 meses
Seguridad	Falta de mantenimiento de equipos y sistemas de seguridad dentro del establecimiento de salud	Revisión y verificación del estado de los equipos y sistemas de seguridad.	Seguimiento al mantenimiento de los elementos de seguridad, para poder con todos estos operativos y puedan ser utilizados de la mejor forma posible.	Supervisión constante de todos los sistemas y equipos de seguridad	Área administrativa	N/A	Servicio		N/A	Trimestral
Empatía	Falta de empatía por parte de los trabajadores	Organizar días de recreación e integración	Plan para realizar días de integración y recreación con todos los trabajadores en fechas especiales.	Verificación por los diferentes jefes de áreas según comentarios de los clientes.	Jefe de cada área	N/A	Servicio	N/A	N/A	Semestral
Expectativas	Incumplimiento de los estándares solicitados	Poder obtener los estándares que solicita el cliente.	Certificar que el servicio cumpla con todos los requisitos que demandan los clientes.	Verificación que se cumpla con los requerimientos del cliente.	Área administrativa	N/A	Servicio	N/A	N/A	Semanal
Rendimiento Percibido	Horario de jornada laboral excesiva	Incentivar con días libres o flexibilidad en sus horarios a trabajadores destacados.	Brindar beneficios a los trabajadores que mas se destaquen por su desempeño laboral.	Verificación por cada jefe de área	Jefe de cada área	N/A	Servicio	N/A	N/A	Semestral
Niveles de Satisfacción	Poca satisfacción del cliente con el servicio brindado	Monitoreo a los clientes para saber su nivel de insatisfacción por el servicio brindado	Solicitar un feedback al cliente y trabajar en mejoras según sus necesidades.	Verificación mediante los jefes de cada área.	Jefe de cada área	N/A	Servicio	N/A	N/A	1 vez cada dos semanas