



**UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**CONTABLES.**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN,**  
**FINANZAS Y NEGOCIOS GLOBALES**

**TESIS**  
**LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCION DEL**  
**PACIENTE EN EL POLICLINICO LAURA CALLER**  
**IBÉRICO E.I.R.L – 2020**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y NEGOCIOS**  
**GLOBALES**

**AUTOR:**  
**Bach. PAREDES CARRANZA, ROCIO DEL PILAR**

**LIMA – PERÚ**  
**2021**

**ASESOR DE TESIS**

.....  
Dr. GONZALEZ ZAVALA EDMUNDO

## **JURADO EXAMINADOR**

.....  
Dr. FERNANDO LUIS TAM WONG  
Presidente

.....  
Mg. ARCE GUEVARA ERNESTO  
SECRETARIO

.....  
Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE  
Vocal

## **DEDICATORIA**

A mis padres que siempre me inculcaron valores y propósito en esta vida, ayudándome a mejorar como persona, aconsejándome a fortalecer mis conocimientos con profesionalismo y humildad poniéndolos en práctica cada día de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por permitir agradecer cada instante de mi vida, basada en experiencias y aprendizajes que fortalecen mis conocimientos y ganas de vivir cada día en ser mejor.

A mis padres y hermana por su confianza y respaldo de motivación, apoyándome en fortalecer mis conocimientos y el logro de objetivos.

A mis profesores y asesores de la universidad que por medio de sus experiencias y conocimientos fortalecieron mi aprendizaje en el campo de la administración durante toda mi etapa de estudios y de investigación.

Gracias.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar, si la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.

Esta investigación es de tipo aplicada de nivel descriptivo- correlacional, cuantitativo en un diseño no experimental – transversal, donde no se manipulo la información recolectada en un determinado tiempo.

La población estuvo conformada por los usuarios que asistieron al policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L en Los Olivos, se utilizó para la muestra de esta investigación a los pacientes de forma aleatoria de las diferentes especialidades de atención, el tamaño de la muestra a utilizar fue de 195 pacientes, se utilizó la técnica de entrevista y un cuestionario como instrumentó de recolección de datos, donde el nivel de significancia es de  $p=0.916$  en alfa de Cron Bach.

Los resultados estadísticos obtenidos en la prueba de correlación de Rho de Spearman  $\rho= 0.444$  tiene una correlación positiva con significancia de  $p=0.00 < 0.05$ , se acepta la Hipótesis alterna, donde se concluye que ambas variables de investigación están correlacionadas de manera significativa, según la información brindada por los pacientes del policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L- Los Olivos 2020.

**Palabras calves:** Policlínico atención al usuario, Paciente en atención de Policlínico, Calidad de servicio en policlínico.

## ABSTRACT

The objective of this research was to determine whether the Quality of service is related to patient satisfaction at the polyclinic Laura Caller Ibérico E.I.R.L

This research is applied type of descriptive-correlational level, quantitative in a non-experimental - transversal design; the information collected in a certain time is not manipulated.

The population was made up of users who attend polyclinic Laura Caller Ibérico E.I.R.L in Los Olivos, patients were randomly sampled by different care specialties, the sample size to be used was 195 patients, the interview technique and a questionnaire were used as a data collection instrument, the level of significance of  $p=0.916$  alpha de Cron Bach.

The statistical results obtained in the correlation test of Rho de spearman  $\rho= 0.444$  has a moderate positive correlation with significance of  $p=0.00 < 0.05$ , it was rejected  $H_0$ , it is concluded that both research variables are significantly correlated, information provided by polyclinic patients Laura Caller Ibérico E.I.R.L- Los Olivos 2020.

Keywords: Polyclinic customer service, Polyclinic patient care, Quality service in polyclinic.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA .....	i
ASESOR DE TESIS .....	ii
JURADO EXAMINADOR .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	xiv
<b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>16</b>
1.1. Planteamiento del Problema .....	16
1.2. Formulación del problema .....	19
1.2.1. Problema general .....	19
1.2.2. Problema específico .....	19
1.3. Justificación del problema .....	19
1.3.1. Práctica.....	19
1.3.2. Teórica.....	19
1.3.3. Social.....	20
1.4. Objetivo de la investigación.....	21
1.4.1. Objetivo general.....	21
1.4.2. Objetivo específico .....	21
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>22</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	22
2.1.1. Antecedentes Nacionales .....	22
2.1.2. Antecedentes Internacionales.....	25
2.2. Bases teóricas de las variables .....	28
2.2.1. Calidad de servicio .....	28
2.2.2. Satisfacción de servicio .....	36
2.3. Definición de términos básicos .....	41



<b>III. MÉTODO Y MATERIALES.....</b>	<b>45</b>
3.1. Hipótesis de la investigación .....	45
3.1.1. Hipótesis general .....	45
3.1.2. Hipótesis específicas .....	45
3.2. Variables de estudio .....	46
3.2.1. Definición conceptual.....	47
3.2.2. Definición Operacional.....	49
3.3. Tipo y nivel de la investigación .....	51
3.4. Diseño de la investigación .....	52
3.5. Población y muestra de estudio.....	52
3.5.1. Población.....	52
3.5.2. Muestra.....	53
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	54
3.6.1 Técnicas de recolección de datos .....	54
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos .....	54
3.6.3. Validación y confiabilidad del instrumento .....	57
3.7. Métodos de análisis de datos .....	57
3.8. Aspectos éticos .....	58
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>59</b>
4.1. Resultados descriptivos:.....	59
4.2. Confiabilidad del instrumento .....	66
4.3. Frecuencias de las variables y sus dimensiones:.....	67
4.4. Prueba de normalidad: .....	76
4.5. Contrastación de la Hipótesis.....	78
4.5.1. Hipótesis general .....	78
4.5.2. Hipótesis específicas .....	79
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>85</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>87</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>89</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>91</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>97</b>
Anexo 1. Matriz de consistencia .....	98
Anexo 2. Matriz de operacionalización .....	99

Anexo 3. Instrumento.....	100
Anexo 4. Validación del instrumento.....	102
Anexo 5. Matriz de datos .....	104
Anexo 6. Propuesta valor.....	115

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización / Definición .....	50
Tabla 2.	Población de Pacientes del Policlínico Laura Caller Ibérico .....	53
Tabla 3.	Ficha técnica: cuestionario Calidad de Servicio .....	55
Tabla 4.	Ficha técnica. Satisfacción del Paciente. ....	56
Tabla 5.	Sexo /Paciente .....	59
Tabla 6.	Estado Civil .....	60
Tabla 7.	Rango de Edad.....	61
Tabla 8.	Especialidad de Atención Médica.....	62
Tabla 9.	Especialidad de atención/Sexo del paciente .....	63
Tabla 10.	Especialidad de atención / Edad .....	64
Tabla 11.	Especialidad de atención/ Estado civil.....	65
Tabla 12.	Estadísticos de Fiabilidad Cuestionario.....	67
Tabla 13.	Confiabilidad / Calidad de Servicio .....	67
Tabla 14.	Confiabilidad / Satisfacción del paciente .....	67
Tabla 15.	Frecuencia de la Calidad de servicio.....	67
Tabla 16.	Frecuencia Fiabilidad .....	68
Tabla 17.	Frecuencia Seguridad. ....	69
Tabla 18.	Frecuencia Capacidad de Respuesta.....	70
Tabla 19.	Frecuencia Empatía .....	71
Tabla 20.	Frecuencia Elementos Tangibles .....	72
Tabla 21.	Frecuencia Satisfacción Paciente.....	72
Tabla 22.	Frecuencia Rendimiento Percibido.....	73
Tabla 23.	Frecuencia Expectativa .....	74
Tabla 24.	Frecuencia Nivel de Satisfacción.....	75
Tabla 25.	Pruebas de normalidad de las variables.....	76
Tabla 26.	Prueba de normalidad - Kolmogorov-Smirnov de las variables.....	76
Tabla 27.	Normalidad de dimensiones .....	77
Tabla 28.	Puntuaciones de Interpretación del Coeficiente de Correlación .....	77
Tabla 29.	Correlación de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	78
Tabla 30.	Correlación de Fiabilidad de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	79

Tabla 31. Correlación de Seguridad de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	80
Tabla 32. Correlación de Capacidad de Respuesta de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	81
Tabla 33. Correlación de Empatía de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	83
Tabla 34. Correlación de Elementos Tangibles de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	84

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de estudio / variables .....	46
Figura 2. Sexo del Paciente.....	59
Figura 3. Estado Civil. ....	60
Figura 4. Rango de edad /Paciente .....	61
Figura 5. Especialidad de atención Médica .....	62
Figura 6. Especialidad / Sexo del paciente.....	64
Figura 7. Especialidad de atención/ Edad .....	65
Figura 8. Especialidad de atención/ Estado Civil.....	66
Figura 9. Frecuencia Calidad de Servicio .....	68
Figura 10. Frecuencia Fiabilidad .....	69
Figura 11. Frecuencia Seguridad .....	70
Figura 12. Frecuencia Capacidad de Respuesta.....	71
Figura 13. Frecuencia Empatía .....	71
Figura 14. Frecuencia Elementos Tangibles .....	72
Figura 15. Frecuencia Satisfacción del Paciente.....	73
Figura 16. Frecuencia Rendimiento Percibido.....	74
Figura 17. Frecuencia Expectativa .....	75
Figura 18. Frecuencia Nivel de Satisfacción.....	76
Figura 19. Correlación de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	79
Figura 20. Correlación de Fiabilidad de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	80
Figura 21. Correlación de Seguridad de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	81
Figura 22. Correlación de Capacidad de Respuesta de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	82
Figura 23. Correlación de Empatía de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	83
Figura 24. Correlación de Elementos Tangibles de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.....	84

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación, fue elaborada para medir y analizar la correlación que existe entre las variables de calidad de servicio y la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L - Los Olivos 2020, debido a que presento de manera eventual algunas quejas que involucraron la insatisfacción de los pacientes en la calidad de servicio que brinda el policlínico. (RPP, 2016)

El objetivo de esta investigación es medir la calidad de servicio y si está incide en la satisfacción del paciente, de acuerdo a la información recolectada de los usuarios del policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L. Se estructura los resultados de la investigación en los siguientes capítulos:

En el primer capítulo, “Problema de investigación”, se abordó la problemática de como la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente, comprende el planteamiento del problema, la formulación del problema, justificación y objetivos de la investigación.

En el segundo capítulo, “Marco Teórico”, este capítulo comprende los antecedentes de investigación que se tomaron como base para la investigación y conjuntamente se fundamenta con bases teóricas para ambas variables, incluyendo la definición de términos básicos para su mejor entendimiento.

En tercer capítulo: “Métodos y Materiales”, se incluye en este capítulo, la hipótesis, definición conceptual y operacionalidad de las variables abarcando el tipo, nivel y diseño de la investigación, la población - muestra, técnicas e instrumento de la investigación donde comprende la recolección de datos, métodos de análisis y aspectos éticos.

En el cuarto capítulo: “Resultados”, se presenta el procesamiento de datos con tablas y figuras estadísticas con sus respectivos análisis e interpretación de los datos procesados en el programa SPSS 15.0 para Windows.

En el quinto capítulo: “Discusión”, Finalmente se concluye en este capítulo con las conclusiones relacionadas a la investigación, y los capítulos de recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos donde se muestra la matriz

de consistencia, operacionalidad de las variables, el instrumento de investigación y la validación del instrumento, la matriz de datos e información complementaria.

## **I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

En este capítulo se presenta el planteamiento del problema, abordando la situación problemática basado en referencias nacionales, internacionales y local, esta investigación permitirá formular el problema general y problemas específicos, la justificación del problema y objetivos de la investigación que se está abordando como estudio en la calidad de servicio y la satisfacción de servicio del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.

### **1.1. Planteamiento del Problema**

Según, Acuña (2004) "La alta competitividad obliga a las organizaciones a luchar por las preferencias de los clientes en un mundo globalizado; las empresas deben implementar de forma eficiente, eficaz sus procesos de calidad y productividad de los productos y servicios que brindan, para un mejoramiento continuo".

Las organizaciones, al ser más competitivas deben de permitirse brindar un mejor servicio a sus clientes, conservar a los actuales y atraer a posibles clientes potenciales. La calidad de un servicio depende mucho de las actitudes del personal que trabaja en la organización o empresa, debe brindar un servicio de esmero, seguridad y ayuda a otras personas en la solución de un problema o de una necesidad.

La mejor estrategia de calidad y satisfacción de los clientes es evitar sorpresas desagradables por faltas en el servicio, por el contrario, su deber es sorprender y ser favorable ante una situación imprevista, con una solución ágil y oportuna al cliente. Los usuarios o pacientes que se dirigen a los establecimientos de salud: Hospitales , Clínicas o Policlínicos, esperan poder satisfacer sus necesidades y atención, con empatía, amabilidad, credibilidad, seguridad y servicio rápido, siendo el centro hospitalario el responsable, de tener un fácil acceso de atención individualizada, comunicación adecuada y personalizada del personal que labora en estos centros de salud, con los cuidados necesarios y de dar resultados satisfactorios a los tratamientos o procedimientos que los pacientes esperan ,deben



transmitir una buena apariencia física, equipos limpios y modernos. (El Comercio, 2015)

Si los pacientes están satisfechos con el servicio que se les brinda, regresaran; pero si los pacientes se encuentran insatisfechos con la calidad de servicio, es probable que tengan razones para quejarse y no recomendar a otros posibles usuarios, lo que podría llegar a ser perjudicial para la organización en términos económicos, imagen y marketing.

“Un informe publicado por la Organización Mundial de la Salud conjuntamente con el Banco Mundial indica que visitar un centro médico implica un riesgo en países bajos y de medianos ingresos, debido a que los pacientes pueden llegar a adquirir una infección por la mala calidad de atención médica que brindan y refleja que los servicios de salud se encuentran deficientes, son llamados oportunamente como el cáncer que afecta a los niveles económicos de cualquier país; todo esto debido a diagnósticos inexactos, errores médicos, tratamientos inapropiados hasta innecesarios, realizando prácticas en instalaciones inseguras e inadecuadas, donde el personal médico incluso carece de experiencia y capacitaciones, a la vez todo esto incurre en un gasto de un 15% para el paciente, los errores de una mala atención, afectan a incrementar costos económicos y sociales que alteran a largo plazo al deterioro y pérdida de la productividad de las familias y los sistemas de salud”. (Noticias ONU, 2018).

La Conamed o Comisión Nacional de Arbitraje Médico en México, en los últimos 20 años ha recibido más de 33 mil quejas y denuncias de una mala calidad de atención médica siendo estas 1673mil aprox. por año, las áreas más quejadas son urgencias y obstetricia ,siguiendo las demás áreas por una mala atención de calidad, según los porcentajes por un mal diagnóstico es 36.1%, tratamientos inadecuados 24.9% y trato del personal médico 16% , incluso ahondan en su datos separando por edades a los pacientes ,menores de 15 años en un 8.7%,16-34 años 25.7%, 35 - 64 años 50.9% y adulto mayor 65 años en 14.6% y para ser más exactos mujeres 58% y hombres 42%. (Excelsior, 2018) .

El Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), El Ministerio de Salud del Perú identifica la calidad de la atención como un principio básico de la atención en salud,

y establece que la calidad es el conjunto de características técnico científicas, humanas y materiales que debe tener la atención de salud brindada a los usuarios, para satisfacer sus expectativas en torno a ella. El SGC, considera como uno de sus componentes la información para la Calidad, que está definido como el conjunto de estrategias, metodologías, instrumentos y procedimientos que permitan contar con evidencias, de manera permanente y organizada, sobre la calidad de atención y los niveles de satisfacción de los usuarios internos y externos. (Art. Del Minsa ,2014).

En los últimos años, las principales clínicas del país se han propuesto, mediante inversiones, expansión y planes estratégicos, ofrecer servicios de calidad a la clase emergente que empieza a demandar más y mejorar la salud en sus vidas. (El Comercio, 2015).

Para esta investigación tomamos como referencia al policlínico Laura Caller Ibérico, (RPP, 2016), debido a que presento de manera fortuita casos que dejan el aspecto de la calidad de servicio con bajas expectativas, clientes que denunciaron con indignación la falta de profesionalismo en la atención brindada, por el médico a cargo de su cita médica o el cambio de sus doctores; quejas e información de su página web del Facebook que no está completa y no tiene información relevante del policlínico, el policlínico no cuenta con un buzón de sugerencias y con el que pueda medir el nivel de experiencias satisfactorias de sus pacientes o usuarios que asisten al policlínico, lo que conlleva a que el policlínico este dentro del 21% de entidades privadas de la salud que no cumplen con las exigencias de brindar un servicio de calidad en salud , fomentando quejas y reclamos, que a nivel nacional llega hasta 50,000 quejas, preocupando de esta manera el profesionalismo de brindar un servicio de calidad, más si este es de salud. (Gestión, 2017).

En conclusión, la calidad de servicio en cualquier ámbito, si es negativa conlleva a la pérdida de clientes y a futuro a clientes potenciales, debido a la difusión de información de malas experiencias difundidas por cualquier medio social, sea páginas web, redes sociales, etc.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico?

### **1.2.2 Problema específico**

¿Cómo la calidad de servicio en la fiabilidad incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico?

¿Cómo la seguridad de la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico?

¿En qué medida la capacidad de respuesta de la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico?

¿Cómo la empatía de calidad de servicio impacta en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico?

¿De qué manera la calidad de servicio en los elementos tangibles incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico?

## **1.3. Justificación del problema**

### **1.3.1. Práctica.**

La presente investigación, se realizó en el Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, donde se identificará si cumple de manera eficiente con la calidad del servicio en la satisfacción del paciente, ofrecido a sus pacientes, y si estas experiencias cumplen con las expectativas de sus pacientes en la satisfacción de sus servicios, se medirá si el policlínico cumple con la calidad ofrecida y si brinda una atención de calidad en la salud de sus pacientes.

### **1.3.2. Teórica.**

La investigación se basó en la teoría Parasuraman, Zeithml y Berry (1993) en el modelo Servaqual, para la variable calidad de servicio donde se medirá sus

dimensiones de fiabilidad, seguridad, capacidad de repuesta, empatía y elementos tangibles y cómo influyen en la variable de satisfacción del paciente, teniendo está como teoría Philip Kotler (2008) y sus dimensiones de rendimiento percibido, expectativas y nivel de satisfacción medidas en una escala de Likert del 1 como menor puntuación al 5 como mayor puntuación. Estas teorías son utilizadas en la actualidad y lo mencionan en su tesis:

Reyes (2017), Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el supermercado metro de la Av. Próceres de la Independencia- Hacienda 2016, Redhead (2015) en su investigación calidad de servicio y satisfacción del usuario en el centro de salud Miguel Grau distrito de Chaclacayo.

Barrientos (2018) Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del centro de salud Laura Caller-los Olivos, Maggi (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-Guayaquil, Revista Salud pública (2010) Gestión de la calidad de atención en laboratorios clínicos de hospitales públicos en Maracaibo,

Domínguez (2018) Análisis de la calidad de los servicios en línea y satisfacción de los clientes del banco internacional de la ciudad de Guayaquil.

### **1.3.3. Social.**

En esta investigación se pretende obtener información que permita: saber, analizar, comparar y tomar referencias si el Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, está o no está contribuyendo positivamente a la sociedad, brindar una atención de calidad de servicio que debe de estar adecuada para la satisfacción de servicios de sus pacientes y ser fuente de capital que genere ingresos a sus inversionistas y a la vez diferenciarse de los otros centros de salud que se encuentran cercanos a su área, como el centro de salud "Clas" Laura Caller (del estado), policlínico Roal laboratorio, centro fisio salud, policlínico San Cristóbal, policlínico Solidaridad, y otros centros odontológicos.

Lo que permitirá identificar si el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, cumple en ser un centro de salud de calidad para brindar una atención adecuada, confiable, segura para la salud de pacientes en caso de asistir en urgencia o emergencia en la zona de Laura Caller los Olivos.

## **1.4. Objetivo de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.

### **1.4.2. Objetivo específico**

Determinar como la fiabilidad en la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

Establecer como la seguridad en la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

Analizar en que forma la capacidad de respuesta en la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.

Indicar de qué manera la empatía en la calidad del paciente impacta en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

Determinar cómo los elementos tangibles de en la calidad de servicio impacta en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

## II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo la investigación se enfoca en investigar antecedentes nacionales y antecedentes internacionales que nos ayuden a identificar otras problemáticas de la calidad de servicio y la satisfacción del paciente, para poder identificar si la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente que se requiere en el sector de la salud sea este nacional o privado y si cumplen con la calidad ofrecida a las necesidades de los pacientes, fundamentadas en bases teóricas para cada variable calidad de servicio y satisfacción de servicio, con la definición de términos básicos para su mejor comprensión de la investigación.

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes Nacionales

Ruiz (2017) en su tesis de investigación, *Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital Es salud II, Tarapoto, San Martín*, Tesis para optar grado académico de Magister en Gestión de los Servicios de la Salud, Universidad César Vallejo. Establece como objetivo de su investigación, conocer la relación entre el nivel de la calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el hospital Es Salud II.

Su investigación tiene diseño descriptivo – correlacional, su población es 48,988 usuarios, tomando como muestra 377 usuarios , para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario , los resultados fueron: el alfa de Cron Bach de calidad de los procesos de atención  $p=0.886$  y satisfacción del usuario  $p=0.858$  con una significancia de 0.00 demostrando el nivel de confiabilidad ,en la prueba de hipótesis obtuvieron rho spearman de  $\rho= 0.255$  correlación positiva baja, aceptando la hipótesis alterna donde existe una relación directa y significativa entre el grado de calidad de procesos de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario.

Reyes (2017) en su tesis de investigación, *La calidad de servicio y satisfacción del cliente en el supermercado metro de la Av. Próceres de la Independencia – Hacienda año 2016*, tesis para obtener título de Licenciado en Administración, Universidad Cesar Vallejo. Establece como objetivo de su

investigación, determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el supermercado metro de la Av. Próceres de Independencia.

Su investigación tiene es de tipo no experimental – transversal, método descriptivo, su población es 500 clientes tomando como muestra 109 clientes, para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario; los resultados fueron: el alfa de Cron Bach  $p=0.816$  con una significancia de 0.00 demostrando el nivel de confiabilidad, en la prueba de hipótesis obtuvieron rho spearman de  $\rho=0.591$  correlación moderada , aceptando la hipótesis alterna donde existe una correlación entre las variables calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el supermercado Metro de Av. Próceres de Independencia.

Redhead (2015) *en su tesis de investigación, La calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013* Grado Académico de Magister en Gerencia de Servicio de Salud, Universidad Nacional Mayor de San Marcos; esta investigación utiliza la teoría de Parasuraman donde se reafirma la utilización de esta teoría y sigue vigente en la actualidad para el estudio de investigación en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.

Establece como objetivo de su investigación, determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el centro de salud Miguel Grau de Chaclacayo.

Su investigación es de tipo descriptiva- transversal, nivel cuantitativo, diseño no experimental, su población es 19147 usuarios tomando como muestra 317 usuarios, para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario; los resultados fueron: el alfa de Cron Bach  $p=0.90$  con una significancia de 0.00 demostrando el nivel de confiabilidad, en la prueba de hipótesis obtuvieron Rho Spearman de  $\rho=0.609$  correlación positiva , aceptando la hipótesis alterna donde existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del centro Salud Miguel Grau de Chaclacayo.

Barrientos (2018) , en su tesis de investigación, *Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del centro de Salud Laura Caller – Los Olivos 2018*, tesis para optar Grado de Maestro en Gestión de los Servicios de Salud. Universidad Cesar Vallejo, esta investigación utiliza la teoría de Parasuraman donde se reafirma la utilización de esta teoría y sigue vigente en la actualidad para el estudio de investigación en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.

Establece como objetivo de su investigación, determinar si existe relación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el servicio de farmacia del centro de Salud –Laura –Caller.

Su investigación es tipo básico, nivel descriptivo –correlacional, diseño no experimental- transversal, su población es 1000 usuarios tomando como muestra 60 usuarios, para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario para cada variable; los resultados fueron: el alfa de Cron Bach calidad  $p=0.940$  Satisfacción de servicio  $p=0.950$  con una significancia de 0.00 demostrando el nivel de confiabilidad, en la prueba de hipótesis obtuvieron Rho Spearman de  $Rho=0.852$  correlación positiva, aceptando la hipótesis alterna donde existe relación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del área de farmacia del centro de Salud Laura Caller- Los Olivos, demuestra en sus resultados para sus dimensiones tienen una correlación positiva moderada en fiabilidad  $rho= 0.838$ , capacidad de respuesta= $0.871$ , seguridad  $rho=0.790$ , empatía  $rho=0.785$  y elementos tangibles  $rho=0.745$ .

Rodríguez, (2018), en su tesis de investigación, *calidad de la atención y su influencia en la satisfacción del paciente del Instituto Regional de Oftalmología IRO-Trujillo 2017*, para optar título de Licenciado en administración y finanzas, Universidad Autónoma de Ica.

Establece como objetivo de su investigación, determinar de qué manera influye la calidad de la atención en la satisfacción del paciente del Instituto Regional de Oftalmología IRO.

Su investigación es tipo puro, nivel correlacional, diseño no experimental- transversal, su población es 3,321 pacientes, tomando como muestra 293



pacientes, para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario para cada variable, los resultados fueron: el alfa de Cron Bach de calidad de servicio  $p=0.995$  y satisfacción del paciente  $p=0.986$  con una significancia de 0.00 demostrando el nivel de confiabilidad, en la prueba de hipótesis obtuvieron Pearson de  $s=0.842$  relación muy alta, aceptando la hipótesis alterna donde la calidad de la atención tiene influencia positiva sobre la satisfacción del paciente del Instituto Regional de Oftalmología IRO.

### **2.1.2. Antecedentes Internacionales**

Maggi, (2018), menciona en su investigación, *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*, para optar título de Magister en Gerencia en Servicios de la Salud, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Esta investigación utiliza la teoría de Parasuraman donde se reafirma la utilización de esta teoría y que sigue vigente en la actualidad para el estudio de la investigación en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.

Establece como objetivo de su investigación evaluar el nivel de satisfacción del usuario con respecto a la atención y calidad brindada en los servicios de emergencia pediátrica del Hospital General de Milagro.

Su investigación es de método deductivo enfoque cuantitativo, alcance descriptivo tipo transversal analítica, su población es 4,950 tomando como muestra a 357 usuarios representante de los niños atendidos en emergencia, para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario. Los resultados de su investigación demostraron para las dimensiones de calidad de servicio la fiabilidad  $p=0.5675$  demostrando insatisfacción, tangible  $p=0.1575$  demostrando insatisfacción, capacidad de respuesta  $p=-0.162$  parcialmente satisfecho con baja calificación, seguridad  $p=0.5933$  demostrando insatisfacción, empatía  $p=0.054$  demostrando insatisfacción, mostrando en su investigación la falta de cumplimiento de la calidad de servicio a sus pacientes y como esta correlación entre las variables afecta directamente a la satisfacción de los usuarios.

Menciona Jiménez, (2020), Menciona en su investigación, *Calidad en atención primaria en estomatología y su relación con la satisfacción de los usuarios de los prestadores externos del instituto de seguridad social en la provincia de El Oro*. Para optar título Magister Gerencia en Servicios de la Salud. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Establece como objetivo de su investigación evaluar la calidad de atención primaria en estomatología y su relación con la satisfacción de los usuarios.

Su investigación es de enfoque cuantitativo, método deductivo, tipo no experimental –transversal, su población es 84,100 usuarios, tomando como muestra 383 pacientes, para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario para cada variable, los resultados fueron: el alfa de Cron Bach de calidad de atención  $p=0.978$  y satisfacción  $p=0.986$  con una significancia de 0.00 demostrando el nivel de confiabilidad, en la prueba de hipótesis obtuvieron Pearson  $s=0.836$  es positiva fuerte, aceptando la hipótesis alterna ,la calidad sí tiene relación en la satisfacción de los usuarios.

Menciona Molero, et. (2010) *Gestión de la calidad de atención en laboratorios clínicos de hospitales públicos en Maracaibo, Revista de Salud Pública de Venezuela*. Establece como objetivo evaluar la gestión de la calidad de los laboratorios según perspectiva de sus usuarios, determinando la calidad se relaciona con la satisfacción por características sociodemográficas. El estudio tipo descriptivo descriptiva y diseño transversal, su población es 1500000 habitantes utilizo una muestra de 1875 pacientes encuestados de los laboratorios de los hospitales públicos del estado de Zulia, para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario, los resultados alfa de Cron Bach  $p=0.895$  de confiabilidad, demostró la gestión de calidad puede ser valorado a través de dimensiones y el análisis estadístico fue superior Anova  $=0.81$  demostrando la relación de las dimensiones con la gestión de la calidad tienen una correlación alta.

Menciona, López, (2018) Menciona en su investigación, *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's*. Para optar grado Magíster en Administración de Empresas Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Establece como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's, para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La investigación es de tipo descriptiva, enfoque mixto cuantitativo y cualitativo., su población es 7280 clientes promedio por mes, tomando como muestra 365 clientes, para la recolección de datos utilizo como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario, los resultados fueron: Kmo y prueba de Bartlett  $p=0.95$  con una significancia de 0.00 demostrando el nivel de confiabilidad adecuada ,en la prueba de hipótesis obtuvieron Pearson de  $s= 0.697$  relación positiva, aceptando la hipótesis alterna donde la calidad deservicio que brinda el restaurante Rachy's se relaciona en forma positiva con la satisfacción del cliente.

Menciona, Domínguez, (2018) en su tesis de investigación, *Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil*, para optar grado de Magister en Administración de Empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Establece como objetivo analizar la relación entre la calidad de los servicios en la banca en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional. La investigación es tipo descriptiva correlacional de tipo transversal enfoque cuantitativo, con una población 12,300 usuarios de banca en línea tomando como muestra 373 clientes, para la recolección de datos utilizo dos métodos primario encuesta y secundario fuentes de estudios pasados de Business Source. Los resultados del alfa de Cron Bach  $p=0.822$  con una significancia de 0.00 demostrando el nivel de confiabilidad, utiliza test de Barlett. para contrastar el valor 0.406 donde rechaza  $H_0$  y apoyado como medida muestral de adecuación Káiser Meyer- Olkin (KMO) que compara correlaciones parciales 0.711 que valida el modelo conceptual de sus variables. Aceptando la hipótesis alterna existe correlación de las expectativas de los clientes y son adecuadas para la creación de un instrumento de medición de la calidad del servicio de la banca en línea.

## **2.2. Bases teóricas de las variables**

### **¿Qué entendemos por Calidad?**

Según, (Acuña, 2004), Es la propiedad de un servicio que permite al cliente calificarlo de acuerdo con el grado de satisfacción que este le genere, desde muy baja, hasta muy alta.

Según, (Crosby, 1988), La Calidad es conformidad con los requerimientos que tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar la conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad.

#### **2.2.1. Calidad de servicio**

Según, Acuña, (2004) “Es el grado en que el cliente satisface sus requerimientos, dado que el servicio reunió sus expectativas”.

“Es la satisfacción de los clientes por algún servicio o productos, si este tiene que ofrecer mostrara una distribución desde la insatisfacción extrema hasta la mayor complacencia de satisfacción” (Deming, 1982, p.32)

*Según, Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1993),*

Esta debe estar constituida por los deseos de los clientes, utilizando como herramienta aplicada a la calidad de servicio identificando el acceso de fidelización, comunicación y cortesía, teniendo en cuenta que estas sean tangibles y de seguridad. Esta actitud debe ser directa o indirecta hacia un producto físico y /o servicio, llegando a una negociación entre el consumidor y el proveedor. (p.56)

##### **2.2.1.1 Modelos de la calidad de servicio**

Basada en la investigación Colmenares & Saavedra,(2007) Técnicas Administrativas, gestionar la calidad de servicio es un factor determinante y clave para garantizar el excelente empeño empresarial y a través de este aumentar la capacidad competitiva y crecimiento económico.

La calidad de servicio es de carácter subjetiva y compleja, a esto surgen diferentes modelos de interpretación de la calidad percibido del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas, surgen varias escuelas que se basaron en el

paradigma de des confirmación, teoría del comportamiento del consumidor (Rust & Oliver, 1994).

La implantación de sistemas de la calidad como normas ISO 9000 o modelos de autoevaluación, es para mejorar los procesos y la calidad de gestión.

### **Escuela nórdica O Norteeuropea**

Los aportes de Gronroos 1988 y Lehtinen 1991 mencionado por (Colmenares & Saavedra, Técnicas Administrativas, 2007); sus contribuciones se fundamentan en modelos tridimensionales de la calidad de servicio, medido a partir de la opinión del cliente y este determina el servicio recibido.

Se focalizan en el concepto de calidad de servicio de no buscar evidencias empíricas, es por eso que no es aplicada para los investigadores.

#### *Modelo de Calidad de Servicio de Gronroos (1983 – 1994)*

Plantea la integración de tres dimensiones:

- Calidad técnica; que se da
- Calidad funcional; como se da
- Imagen corporativa; están incluidos los atributos que pueden influir o condicionar la percepción que tiene un sujeto de un objeto sea producto/servicio, siendo la imagen un elemento básico para medir la calidad percibida.

Este modelo define y explica la calidad de servicio asociando la gestión de actividades del marketing y la relación de intercambio en un mercado de consumidores.

(Grönroos, 1994), indica que la calidad total percibida se produce cuando la calidad experimentada satisface la calidad esperada, ósea el cliente está influido por el resultado del servicio.

Es un estudio transversal que estudia las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio ((Duque, 2005)

Este modelo explica la calidad de servicio percibida a través de experiencias evaluadas a través de dimensiones de calidad, paralelamente conectadas a las experiencias del marketing tradicional en la calidad, teniendo los siguientes factores:

- Comunicación
- Recomendaciones

- Necesidades del cliente
- Imagen corporativa: se divide en:
  - Calidad técnica; conduce a un servicio correcto a resultados aceptables (soporte físico, materiales, etc.), lo “que” recibe el cliente.
  - Calidad funcional; se encarga del consumidor de “como” es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio. Como el consumidor recibe el servicio.

*Modelo la oferta de servicios incrementada de (Grönroos, 1994)*

Propone analizar el servicio, como un producto tangible, producto desarrollado, producido, distribuido, comercializado y consumido. Aplicado a cuatro elementos:

- Desarrollo del concepto de servicio
- Desarrollo de un paquete básico de servicios
- Desarrollo de la oferta de servicios incrementada
- Gestión de imagen y comunicación

Este modelo se apoya en las intenciones básicas que la organización presta, en el diseño y desarrollo de la oferta, en tres tipos de servicio:

- Servicio esencial es la razón de ser de la organización
- Servicios que facilitan el uso del servicio esencial
- Servicios de apoyo son de carácter auxiliar que se hace patente a la hora de aumentar su valor y diferenciarse de los demás competidores que están en el mismo mercado.

La oferta de servicios incrementada, se destaca tres elementos:

- Primero. Accesibilidad; relacionada localización y diseño del local, Número de empleados; preparación, horario de atención al público,
- Segundo. Es la interacción que se produce entre los empleados y clientes a través de sistemas y equipo.
- Tercero. Participación del cliente en la prestación del servicio.

*Modelo de “Servucción” de Eigllier y Langeard (1989).*

Esta teoría se dio para sistematizar la producción, en el proceso de creación y fabricación del servicio.

Según, Eigllier y Langeard (1989), mencionado por (Duque O. E., 2005), “**Servuccion**”, es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos (cliente-empresa) que interviene en la realización de una prestación de servicio, teniendo características comerciales y niveles de calidad determinados.

Diseñan un sistema de procesos; Planificados, Controlados y Cuantificados, para la prestación de servicio, donde los cuatro elementos básicos del sistema “**Servuccion**” son:

- **Cliente.** Consumidor del servicio; es el elemento clave, ya que si no hay cliente no hay servicio.
- **Soporte físico.** Son los materiales necesarios para la producción del servicio, instrumentos dispuestos para el personal y cliente que estén en contacto, sea objetos, muebles maquinas, etc.; y que faciliten la realización del servicio, con un todo bien constituido alrededor de los instrumentos como local, decoración, señalización, ambiente, etc.
- **Personal en contacto.** Son los empleados de la empresa, su función requiere estar en contacto directo con el cliente. No interviene el personal en forma directa cuando el servicio es autoservicio.
- **Servicio:** Es el resultado de la interacción de los anteriores elementos, este resultado es el “beneficio” que debe satisfacer la necesidad del cliente, con la mayor calidad.

**Sistema de organización interna:** es la administración con los objetivos perseguidos, estructura adoptada, operaciones que efectúa la empresa, esto la parte no visible por el cliente.

La satisfacción experimentada por los clientes puede ser positivas o negativas, esto es influenciado por la calidad de servicio brindada y va depender que esta sea real y ofrecida por la empresa.

Tres tipos prestaciones del servicio:

- Base de sistema: interacción de los elementos de la empresa de servicio con el mercado.
- Relaciones internas; interacción del elemento de la empresa de servicio.
- Relaciones de concomitancia; presencia de distintos clientes.

Son las interacciones que se producen entre los clientes y las consecuencias que afectan a los respectivos servicios, es por eso que este modelo es considerado como instrumento basado en la teoría de sistemas (calidad de servicio), todos deben estar involucrados para que la expectativa percibida del cliente sea más satisfactoria, cubriendo sus necesidades y así sobrepasar el nivel de expectativa que el servicio brinda.

*Modelo de los tres componentes de (Rust & Oliver, 1994).*

Fundamentan a Gronroos, donde justifican su investigación en evidencias encontradas por otros autores como, McDougall y Levsque y McAlexander (mencionado por (Duque O. E., 2005), Este modelo se compone de tres elementos de la calidad de servicio:

- **Características del servicio:** es el diseño del servicio antes de ser entregado al cliente, incluyen sus características específicas ofrecidas.
- **Estrategia del servicio:** los elementos se determinan según el mercado objetivo, según expectativas, ligadas a parámetros (benchmarks) de comparación, muy aparte de la empresa cumpla o no con el estándar.

Para medir la gestión de calidad hay una metodología "Quality Function Deployment" (QFD); utilizada para establecer las características del servicio.

- **Ambiente del servicio:** se divide en dos perspectivas
  - Interna; enfoca la cultura de la organización y filosofía de la eliminación.
  - Externa; enfocado ambiente físico de la prestación del servicio.

### **Escuela norteamericana**

Los aportes de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), mencionado por (Colmenares & Saavedra, Técnicas Administrativas, 2007), creadores del modelo SERVQUAL, desarrollado como resultado de una investigación hecha en diferentes tipos de servicios, definiendo a la calidad de servicio como un desajuste entre las expectativas previas al servicio y la percepción del servicio prestado y esta puede ser medible a partir de la diferencia de ambos conceptos; cuanto mayor sea la



diferencia entre percepción del servicio y expectativas, mayor será la calidad, esta escuela ha generado mayores estudios.

Después Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994), basaron su investigación de la calidad de servicio a la actitud del consumidor ante el servicio prestado. Cambiando el enfoque desde un punto de vista psicológico; generando a la escuela moderna.

*Modelo de Servqual (Service Quality):* Parasuraman, Zeithaml Y Berry (1988, 1992, 1994), mencionado por (Mora, 2011)

En las organizaciones, la gestión recibió un gran desarrollo de la calidad de servicio, dada por las investigaciones de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988, 1992,1994).

Definen la calidad de servicio percibida como el juicio global del cliente acerca de la excelencia del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben de ofrecer) y sus percepciones resultado del servicio ofrecido.

Explican que a la hora de evaluar la calidad de servicio donde no haya criterios objetivos es necesario realizar un diagnóstico de dicho servicio a partir del análisis de las percepciones de los clientes o usuarios en relación al servicio recibido. Es definida como la amplitud de las diferencias o brechas que existe entre las expectativas o deseos y las percepciones dadas por el servicio, desarrollando un modelo conceptual de la calidad del servicio y diseñaron un instrumento de medida SERVQUAL (Service Quality).

Según, Bolton & James, (1991)

Se deriva del paradigma de des confirmación de la satisfacción del cliente, donde evalúa la calidad de servicio comparando su percepción del servicio recibido con sus expectativas; y esto puede ser medida operativamente sustituyendo las puntuaciones correspondientes a la medida de las expectativas correspondientes a la percepción. (p.87)

Para Schiffman & Lazar, (2010)

Es una técnica de investigación comercial que permite realizar la medición del nivel de calidad de una empresa de servicios, permite conocer las expectativas que tienen los clientes y como ellos aprecian el servicio y

diagnostica de manera global el proceso de servicio objetivo de estudio, la calidad de servicio se mide a partir de cinco dimensiones:

- **Fiabilidad:** Capacidad para brindar un servicio prometido en forma precisa y de digna confianza.
- **Seguridad:** Cortesía y Conocimientos de los empleados y su capacidad de transmitir seguridad y confianza.
- **Capacidad de respuesta:** buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio libre.
- **Empatía:** cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes.
- **Elementos tangibles:** apariencia de las instalaciones de la empresa, equipos, personal y materiales para la comunicación.

Las dimensiones de la calidad de servicio son identificadas como el modelo SERVQUAL, que son medidas a una escala constante de dos secciones:

- **Expectativas:** registra 22 puntos de las expectativas de los clientes excelentes en la industria de los servicios
- **Percepciones:** registra 22 puntos de las percepciones de los consumidores de una empresa dada

Estos resultados son comparados para determinar las calificaciones de las brechas de cada dimensión.

Hay cinco Brechas (GAPS); cuatro que se pueden originar dentro de la organización internamente (1 – 4 gaps) y una más (5 gaps) que es percibidas por los clientes.

**Gap5 = f (Gap1, Gap2, Gap3, Gap4).**

- **Gap 1:** muestra la diferencia entre las expectativas de los clientes sobre el servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor del servicio.
- **Gap 2:** mide la diferencia entre las percepciones de los directivos y las normas de calidad.
- **Gap 3:** calcula la diferencia entre especificaciones o normas de calidad del servicio y la prestación del mismo.
- **Gap 4:** mide la diferencia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

- **Gap 5:** mide la diferencia entre servicio esperado y servicio percibido, determinando el nivel de calidad alcanzado, reducir estas brechas es controlar y disminuir los anteriores gaps.

Estas diferencias entre las percepciones y expectativas para cada pareja de afirmaciones dan como resultado:

- Percepciones sobrepasen las expectativas = altos niveles de calidad.
- Percepciones sean inferiores que las expectativas = bajo nivel de calidad.
- Percepciones iguallen las expectativas = niveles modestos de calidad.

Las dimensiones también son evaluadas para determinar su ponderación según su nivel de importancia para el consumidor.

*Modelo Servperf. Cronin & Taylor, (1992)*

Se enfoca en el desempeño; este modelo mide solo las percepciones que tiene los consumidores acerca del rendimiento del servicio. En la escala SERVPERF, produce como resultado puntaje acumulada de la calidad general de un servicio, representado en una gráfica relativa al tiempo y subgrupos específicos de consumidores (Segmentos demográficos).

Este modelo emplea veintidós (22) puntos identificados por el método SERVPERF, simplificando el método de medición de la calidad del servicio, implicando las teorías sobre las actitudes y satisfacción.

Según, Duque (2005) Esta escala intenta superar las limitaciones de utilizar las expectativas en la medición de la calidad percibida, sin definir el tipo y nivel de expectativas a utilizar (expectativas de desempeño, experienciales, predictivas, normativas, etc.), la escala es la misma lo que varía es el enfoque de evaluación y las preguntas en los instrumentos.

*Modelo jerárquico multidimensional. (Brady & Cronin, 2001)*

Parte de los planteamientos de Gronroos (1984), Parasuraman, Zeithml y Berry(1988),Rust y Oliver(1994), y Dabholkar, Thorpe y Rentz (1996), definido por los consumidores que forman sus percepciones sobre la calidad de servicio en base a una evaluación del desempeño en múltiples niveles y al final combinan esa evaluaciones para llegar a la percepción global de la calidad del servicio, los autores reconocen la complejidad de la teoría y afirman que ninguna perspectiva es equivocada, cada una es incompleta sin la otra, siendo la investigación cualitativa

y empírica donde se muestra como la calidad de servicio conforma una estructura de tercer orden, donde la percepción de calidad es definida por claras y procesables dimensiones constituidas por diversas subdirecciones.

Brady & Cronin, (2001), sostiene:

Que su modelo es la mejor medición para explicar la complejidad de las percepciones humanas teniendo en cuenta la conceptualización de calidad de servicio vigente que se manifiesta a través de una serie de teorías con un alto grado de correlación. Estos factores no son universales sino son específicos del tipo de servicio evaluado. Se realizan estudios cualitativos en caso no haya referencias bibliográficas sobre el sector específico y cultura concreta. (pp.46-47)

### **Mejoramiento continuo de la calidad.**

Según Acuña, (2004) es una necesidad en el campo de los servicios que debe ser implementada mediante mecanismos de búsqueda continua de mejora. Se solicita a la alta gerencia, a los mandos intermedios, a los prestadores de servicios y a los demás miembros del personal indirecto que no solo alcancen los estándares, sino que los excedan como un medio de elevar el nivel de satisfacción del cliente. En un plan de mejoramiento continuo, los miembros del equipo trabajan juntos para identificar y resolver los problemas que comprometen la calidad de atención, de acuerdo con demandas potenciales y reales del usuario.

#### **2.2.2. Satisfacción de servicio**

¿Qué entendemos por servicio?

Según, Acuña, (2004), Es un conjunto de procesos mediante los cuales un cliente es complacido ante un requerimiento planteado. El cliente desea una alta calidad de servicio tal que su meta sea obtenida, mientras que el servidor desea que el cliente quede totalmente satisfecho para que retorne por una nueva compra o un nuevo servicio en un futuro cercano.

##### **2.2.2.1. Modelos de servicio al cliente**

Horovitz, (1990) menciona que: Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.

Según, Gaither, (1983) El servicio al cliente, es una gama de actividades que, en conjunto, originan una relación.

**Estrategias para un buen servicio.** Juran, (2001) Menciona cuatro estrategias;

- Propuesta Estratégica; Es parte del ciclo anual de planificación del servicio.
- Diseño; Se toma en cuenta un diseño de capacitación de servicio
- Estructura organizativa; Se forma al ciclo de vida del servicio.
- Área operativa; Se maneja los procesos de servicios al cliente centrándose en la capacidad de los trabajadores control de procesos y capacitación.

**Barreras contra el buen servicio.**

Según, Escobar (2009) **Se** pueden generar barreras en contra, por:

- No hay políticas enfocadas al cliente.
- No tienen estrategias claras, coordinación.
- Las decisiones están lejos de los propósitos de los clientes.
- Personal indiferente, sin motivación, sin autoridad de tomar el control.
- No hay solución de problemas.

Según Carmona (1998), **La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente**, es un estado Psicológico resultado de un proceso de compra de consumo, algunas dimensiones del producto o servicio influyen en la insatisfacción del cliente.

Para medir la satisfacción del cliente indica cinco dimensiones:

- Rapidez
- Disponibilidad
- Acogida
- Trato al Cliente
- Niveles de Precio

Según (Kotler & Armstrong, 2008), Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto con las expectativas de benéficos, pues para conseguir la lealtad de un consumidor es proporcionarle un gran valor, cita a Lanning indicando que los empresarios deben implementar una

propuesta de valor dirigida a un segmento concreto del mercado, donde debe incluir los beneficios que la organización promete entregar a sus clientes, explicando la descripción de la experiencia que tendrá el cliente a partir de la oferta del mercado.

Para medir la satisfacción del cliente indica tres dimensiones:

- Rendimiento Percibido
- Expectativas
- Nivel de Satisfacción / complacencia

Según, Gosso, (2008) es un estado de ánimo que resulta de la asimilación de las expectativas del cliente y la atención ofrecida por parte de la empresa.

Las expectativas de los clientes se componen de dos dimensiones:

- Estructural; elementos tangibles
- Emocional; como el cliente espera sentir la experiencia del servicio.

Estas expectativas tienen influencia de elementos como:

- Las opiniones que el cliente escuche de otros usuarios
- Experiencias anteriores con el servicio
- Publicidad de los proveedores
- Precio
- Necesidades de los consumidores

Para medir la Satisfacción del cliente indica cinco dimensiones:

- **Actitud:** Es el comportamiento de todo individuo para realizar algún trabajo, para ello debe mostrar un comportamiento flexible y positivo buscando mejorar continuamente para aumentar la satisfacción del cliente
- **Accesibilidad:** es la posibilidad de acceder a ciertas cosas donde el directivo o empleado debe de estar disponible para satisfacer las necesidades del cliente.
- **Confianza:** sensación que transmite una persona, los empleados deben de transmitir dicha sensación a los clientes para que ellos se sientan seguros de lo que están comprando o adquiriendo.
- **Carisma:** Cualidad que posee toda persona debido a su presencia, si una empresa cuenta con carisma siempre será del gusto del

consumidor, generando la intención de adquirir sus servicios o productos.

- **Alegría:** Es un sentimiento grato que irradia toda persona, es por eso que todos los empleados deben irradiar dicho sentimiento y transmitirlo a sus clientes.

Según, James, (2000) Es primordial y considerado la acción de generar contacto inmediato entre cliente y el empleado de la empresa, por eso los empleados deben estar en constante capacitación, para estar al nivel del cliente, y cuando esto sucede el empleado tiene una alta productividad en su puesto de trabajo y la satisfacción de los clientes, pasos del servicio al cliente:

- Una bienvenida calurosa
- Anticiparse y actuar ante las necesidades del cliente
- Una despedida calurosa

Según, (Paz, Servicio al Cliente, 2005), Servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa, es de interés fundamental y clave para el éxito o fracaso de la empresa.

Todo lo que se aplique a un área es aplicable a todas las áreas que estén involucradas directa o indirectamente con el servicio al cliente.

La empresa debe tener las siguientes actividades para asegurar el producto/servicio, que sea a tiempo y adecuado.

- Relación interpersonal entre empresa y cliente.
- Servicio de asistencia y posventa.
- Servicio de atención, información y reclamaciones de clientes

Estas actividades van a ser principales y secundarias, siendo estas últimas lo máximo en conseguir la empresa para la satisfacción de los clientes.

Para que las empresas sean más competitivas, maneja tres aspectos:

- Servicio: La empresa se orienta al cliente como objetivo integral y prioritario para obtener su satisfacción y permanencia en el mercado
- Relaciones: conseguir la fidelización de clientes.
- Valor Añadido: sé diferenciará de sus competidores, generando preferencia.

**Satisfacción del cliente:** puede ser la diferencia entre lo que se espera recibir y lo que está percibiendo un cliente.

- Percepción: proceso mental que selecciona, organiza e interpreta la información para darle significado y varía de acuerdo a sus circunstancias.
- Expectativa: es aquello que una persona cree o debe ocurrir, y está condicionada por referencias externas y experiencias anteriores.
- La percepción global: es la valoración que hace el cliente respecto a la empresa con otras, estos pueden ser:
  - Elementos tangibles: esto se percibe a través de las instalaciones, médicos, técnicos, equipos, productos/servicios que ofrece y personal que atiende.
  - Elementos intangibles: es fiabilidad y confianza, capacidad de respuesta a las condiciones prometidas, prestigio, experiencia en el mercado, cultura y nivel de compromiso con el cliente, cartera de clientes que confían en la empresa

#### **2.2.2.2. En la Salud**

Según, (Mezomo, 2001), también señala que la **calidad de la salud** se basa en la filosofía de la mejora continua de calidad, aprobado en la industria, desde hace cincuenta años con excelentes resultados, elevando la conciencia de los servicios en la salud de muchos países para resolver los problemas que les afectan.

Según, (Ribeiro, Satisfacción de los Usuarios, 2003), La **satisfacción de los usuarios**, se refiere a la amplia gama de reacciones de los usuarios a la experiencia de la atención de la salud y tiene en sí mismo un uso complejo. Teniendo diferentes significados en diferentes contextos, es un término subjetivo, dinámico, con un fuerte valor cultural y por lo tanto está sujeto a cambios constantes.

##### *Calidad de los servicios de salud*

La preocupación por la calidad en el cuidado de la salud surge en los años sesenta del siglo XX, por el importante avance de la ciencia y la tecnología y el contexto social, habiendo sido Donabedian (1969) el fundador del área de calidad en materia de salud en la segunda mitad de la década.

Esta preocupación surge no sólo por los resultados obtenidos, pero también por los crecientes costos de atención en la salud, implicando una evaluación a la eficacia de sus servicios.



La búsqueda de la calidad en los servicios de salud representa un desafío y prioridad estratégica para los profesionales de la salud, considerando la Organización Mundial de la Salud; Para, (Gilmore & Moraes, H. Manual de Gerencia de Calidad, 1996), la calidad como el concepto clave hoy en día para los servicios de la salud y la define como:

- Un alto nivel de excelencia profesional.
- Uso eficiente de los recursos.
- Un mínimo de riesgo para el paciente.
- Un alto grado de satisfacción por parte del paciente.
- Impacto final en la salud.

Para, (Vidal, Pineda, & Reyes, Diseño de un Sistema de Monitoreo para el Desarrollo de Programas de Garantía de Calidad. Salud Pública, 1993), Garantizar la calidad en los servicios significa asegurar condiciones organizacionales óptimas, que permitan otorgar el máximo de beneficio con el menor riesgo en la atención a la salud o en la prestación de un servicio. Para lograr esta garantía se debe efectuar un seguimiento casi permanente de procesos de atención (monitoreo) y comparar los resultados alcanzados con los programados (evaluación) para que se puedan establecer medidas correctivas y necesarias para alcanzar la calidad en metas y objetivos establecidos.

### **2.3. Definición de términos básicos**

**Atención en salud:** Es la asistencia sanitaria esencial, accesible a un costo que el país y la comunidad puedan soportar, realizada con métodos prácticos, científicamente fundados y socialmente aceptables. (OMS).

**Calidad:** Es una herramienta para una propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor y que sea comparada con otro de su misma especie. (RAE, 2014).

**Calidad de servicio:** el servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. (Duque 2005).

**Calidad en la salud:** Es la aplicación de la ciencia y la tecnología médica en beneficio de la salud, sin aumentar sus riesgos, es la medida de atención que logre el equilibrio beneficio del usuario. (Glosario Essalud)

**Capacidad de respuesta:** Es la disposición y voluntad que se tiene para atender a los clientes con rapidez de proporcionar el mejor servicio. (Diccionario CCM)

**Cliente:** Persona u organización encargado de comprar bienes en adquirir un servicio (Kotler, 2003).

**Cliente potencial:** son todos aquellos que tienen necesidades o expectativas no satisfechas y que pueden ser incorporados como clientes de la empresa. (Diccionario ADM.)

**Empatía:** Es la capacidad de situarse en el lugar de otra persona y comprender su punto de vista, aunque no se esté de acuerdo con él. (Diccionario CCM)

**Encuesta de satisfacción:** Es una herramienta que recoge datos y permite conocer todos los matices respecto a la opinión de un cliente, para entender sus necesidades, esta herramienta se utiliza para mejorar el producto o servicio. (Diccionario CCM).

**Entidades de salud:** Empresas e instituciones públicas o privadas, distintas de Essalud, cuyo único fin es el de prestar servicios de atención para la salud, con infraestructura propia o de terceros. (Glosario Essalud).

**Escala de Likert:** escala psicométrica utilizada en cuestionarios para la investigación, mide el grado positivo-acuerdo, negativo-desacuerdo de cada enunciado, son de tipo sumativas. (Diccionario ADM.)

**Estadística:** Método científico o ciencia de previsión de hechos futuros con base en el conocimiento de datos pasados y presentes. (Diccionario ADM.)

**Expectativa:** aspiraciones propias de una empresa hasta la reacción de un cliente con respecto a un producto o servicio. (Diccionario CCM).

**Expectativas del cliente:** Se mide la reacción de un cliente, para verificar la calidad y la gestión de un producto, sino también aplicar mejoras en el equipo y los controles de eficiencia y productividad. (Diccionario CCM).

**Gestión de calidad:** Conjunto de actuaciones que resultan necesarias para dotar de confianza necesaria al servicio o producto que ha puesto una empresa dentro del mercado. También pone el foco en que se satisfagan debidamente los requisitos necesarios en materia de calidad. (Diccionario CCM).

**Historia médica:** documento médico legal que registra los datos de identificación y procesos relacionados con la atención del paciente, en forma ordenada, integrada, secuencial e inmediata que el médico brinda al paciente. (Glosario Essalud)

**Investigación por encuesta:** obtención de datos primarios mediante preguntas a las personas acerca de sus conocimientos, actitudes, preferencias y comportamiento de compra.

(Kotler & Armstrong, Administración y Economía, 2008).

**Marketing:** proceso mediante el cual las compañías crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas. (Kotler 2008).

**Marketing local:** adaptar marcas y promociones a las necesidades y deseos de grupos locales de clientes, ciudades, barrios. (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2008)

**Nivel de satisfacción:** mide el grado de satisfacción, insatisfacción y complacencia que percibe el cliente. (Kotler 2008).

**Paciente:** persona que padece física y corporalmente, y recibe los servicios de un médico u otro profesional de la salud y se somete a un examen, tratamiento o intervención (RAE, 2014)

**Percepción:** Mecanismo individual de recibir, interpretar y comprender las señales que provienen del exterior, codificándolas a partir de la actividad sensitiva.

**Satisfacción:** Consiste en complacer a un deseo o necesidad que quiere una persona u organización (RAE, 2014).

**Procedimientos:** Planes que establecen un método para manejar las actividades futuras. Series cronológicas de acciones requeridas, guías de acción que detallan la forma exacta en que se deben realizar ciertas actividades administrativas. (Diccionario ADM.)

**Policlínico:** Centro médico, generalmente privado, con distintas especialidades médicas y quirúrgicas. (RAE, 2014).

**Salud:** es el estado completo de bienestar físico y social que tiene una persona. (Glosario Essalud)

**Servicio:** Cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico (Kotler, 2003).

**Satisfacción del cliente:** el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler, 2003).

**SPSS:** Programa estadístico para ciencias sociales desarrollado por la Universidad de Chicago. (Diccionario ADM.)

**Teoría:** Es una explicación sistemática de los hechos que son observados y leyes relacionadas con un particular aspecto de la vida. (Diccionario ADM.)

**Usuario:** Es quien usa ordinariamente algo; El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público. (RAE, 2014).

### **III. MÉTODO Y MATERIALES**

En este capítulo la investigación se plantea la hipótesis general y la hipótesis específicas identificando las variables independiente y la dependiente de estudio cada una con sus conceptos y definición operacional, se utilizara un tipo y nivel de investigación para el estudio de la población tomada y sacar la muestra pro medio, para la recolección de datos se usó técnicas y herramientas que permitió realizar el análisis de la calidad de servicio y la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L ,permite identificar si la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente en el sector de la salud y si cumplen con la calidad de servicio ofrecido por el policlínico.

#### **3.1. Hipótesis de la investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

**H<sub>0</sub>**. La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

**H<sub>1</sub>**. La calidad de servicio en la fiabilidad incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**H<sub>2</sub>**. La seguridad de la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.

**H<sub>3</sub>**. La capacidad de respuesta de la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**H<sub>4</sub>**. La empatía de calidad de servicio impacta en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**H<sub>5</sub>**. La calidad de servicio en los elementos tangibles incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

### 3.2. Variables de estudio



**Figura 1.** Modelo de estudio / variables

Se muestra en la figura 1, las variables a estudiar con sus respectivas teorías y dimensiones a utilizar para la investigación de la calidad de servicio y la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.

### 3.2.1. Definición conceptual

#### 3.2.1.1 Modelo de estudio la calidad de servicio

Se tomó la teoría, (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1993) Para la variable **Calidad de servicio** como variable independiente, Se toma la valoración de la variable en la teoría y modelo que lo justifica.

Según, (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1993), Esta debe estar constituida por los deseos de los clientes, utilizando como herramienta aplicada a la calidad de servicio identificando el acceso de fidelización, comunicación y cortesía, teniendo en cuenta que estas sean tangibles y de seguridad, esta actitud debe ser directa o indirecta hacia un producto físico y /o servicio, llegando a una negociación entre el consumidor y el proveedor.

#### **Modelo Servaqual**

Según, (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1992), Este modelo está diseñado para medir la calidad de los servicios.

Identifica cinco dimensiones que utilizan los clientes para valorar la calidad de servicio:

- **Fiabilidad**, Promesa de Servicio; habilidad para hacerlo cuidadoso y fiable.
- **Seguridad**, Confianza; brinda conocimientos y atención demostrado por los empleados teniendo habilidades para concitar credibilidad y confianza hacia los clientes.
- **Capacidad de respuesta**; Asesoría, y ayuda; es la disposición y voluntad para ayuda a los usuarios con un servicio rápido.
- **Empatía**, Comprensión, atención personalizada que prioriza la organización a sus clientes.
- **Elementos tangibles**, Excelentes ambientes y tecnología; es la apariencia de personal, instalaciones físicas, equipos y materiales de comunicación.

#### 3.2.1.2 Modelo de estudio de satisfacción de servicio

Se tomó la teoría, Kotler & Armstrong 2008, para la variable **satisfacción de servicio**, Se toma la valoración de la variable en la teoría y modelo que lo justifica.

Según, Kotler & Armstrong, (2008) Es una sensación de placer o decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a

las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado depende del desempeño percibido de un producto en relación a las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto es inferior a las expectativas el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es igual a las expectativas el cliente estará satisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado.

Los clientes se forman expectativas sobre el valor y la satisfacción que les entregaran, varias ofertas del mercado y realizan sus compras de acuerdo con ellas. Los clientes insatisfechos con frecuencia cambian y eligen productos de la competencia, y menosprecian el producto original ante los demás.

Dimensiones de la Satisfacción. Por (Kotler & Armstrong, 2008)

- **Rendimiento percibido;** Es el resultado que el cliente obtiene por el producto o servicio, determinado desde el punto de vista del cliente y no de la empresa, basado en las percepciones del cliente no necesariamente basados en la realidad, basados en el estado de ánimo y razonamiento.
- **Expectativas;**  
(Esperanzas) Estas pueden ser:
  - Servicio Adecuado, Se basa en cliente alcance expectativas reales que abarquen lo que necesitan, sin embargo, no siempre llegara a complacerlos al 100%, reconociendo un mínimo de tolerancia con respecto al desempeño.
  - Servicio Deseado, Es la expectativa que tiene el cliente en referencia a lo que él considera que “debería ser” el servicio y en realidad con lo que podría ser.
- **Nivel de satisfacción;** Es el grado de lealtad hacia una marca o empresa con el grado de experiencia del cliente:
  - Insatisfacción, Cambiara de proveedor
  - Satisfacción, Leal hasta oferta mejor



- Complacencia, Leal a la marca; afinidad emocional > preferencia racional.

**Beneficios de lograr la satisfacción del cliente:** Por Kotler & Armstrong, (2008)

En toda empresa existen diversos beneficios que puede lograr al obtener la satisfacción de sus clientes y estas pueden ser:

- Primer Beneficio: El cliente satisfecho vuelve a comprar, por consiguiente, obtiene el beneficio de lealtad y la posibilidad de vender el mismo u otros productos adicionales en el futuro.
- Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus expectativas positivas del producto o servicio, obteniendo el beneficio de difusión gratuita a familiares, amigos y amistades del cliente satisfecho.
- Tercer Beneficio El cliente satisfecho deja de lado a la competencia, obteniendo un lugar determinado de participación en el mercado.

### **3.2.2. Definición Operacional**

#### **Variable 1. Calidad de servicio**

La variable independiente será medida según el modelo Servqual en cinco dimensiones: fiabilidad, seguridad, empatía, capacidad de respuesta y elementos tangibles con una valoración en la escala de Likert, en un rango del 1 al 5, compuesto por 15 ítems (preguntas afirmativas), elaborado en un cuestionario para a los pacientes a encuestar del Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L. detallado en la tabla 1.

#### **Variable 1. Satisfacción del Paciente**

La variable dependiente será medida en tres dimensiones; Rendimiento percibido, Expectativa y Nivel de satisfacción con una valoración en la escala de Likert, en un rango del 1 al 5 compuesto por 9 ítems (preguntas afirmativas), elaborado para la muestra en un cuestionario a los pacientes del Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L. detallado en la tabla 1.

**Tabla 1.**Operacionalización / Definición

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems*</b>	<b>Escala**</b>	
<b>Calidad de Servicio</b>	Fiabilidad	Trato	V5		
		Asesoría	V6		
		Compromiso	V7		
	Seguridad	Garantía	V8		
		Privacidad	V9		1.Completamen te en
		Confianza	V10		desacuerdo
	Capacidad de Respuesta	Disponibilida d	V11		2.Desacuerdo
		Rapidez	V12		3.Indiferente
		Tiempo	V13		4.De acuerdo
	Empatía			V14	5.Complemente de acuerdo
		Atención	V15		
		Comprensión	V16		
		Comunicació n	V17		
	Elementos Tangibles			V18	
		Personal uniformado	V19		
		Equipamient o			
	<b>Satisfacción del Paciente</b>	Rendimiento Percibido	Limpieza y orden		
			Trato	V20	
			Información	V21	
Expectativa		Tiempo	V22		1.Totalmente Insatisfecho
		Rapidez	V23		2. Insatisfecho
		Limpieza	V24		3.Indiferente
Nivel de Satisfacción		Pago	V25		4. Satisfecho
		Privacidad	V26		5. Totalmente Satisfecho
	Comunicació n	V27			
	Seguridad	V28			

\* Ítems: datos de ficha técnica mostrados en la tabla 3 y tabla 4

\*\* Escala: datos de ficha técnica mostrados en la tabla 3 y tabla 4

### 3.3. Tipo y nivel de la investigación

**Tipo:** Aplicada Existe y se fundamenta la teoría desarrollada por los autores como Parasuraman, Zeithaml, Berry, Kotler y Armstrong, donde se utilizó sus investigaciones y conceptos para el estudio de esta investigación y determinar si la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R. L, medido en una escala de respuesta obtenidas por los usuarios encuestados en el Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.

Es aplicada debido a que se caracteriza por la búsqueda de respuestas dadas al problema de investigación, sin dañar a la naturaleza de la misma. Según (Ortiz & Oviedo, Metodología de la investigación interdisciplinaria, 2013).

**Nivel:** Descriptivo- Correlacional.

**Descriptivo:** Como principal objetivo es determinar si la relación entre la calidad de servicio influye en la satisfacción y como las dimensiones de la calidad inciden en la satisfacción del paciente mostrando datos positivos o no para poder medir el grado de correlación entre las dos variables.

**Correlacional:** en la investigación se relacionan las variables independiente y dependiente, calidad de servicio y satisfacción del paciente y se mide el grado de relación que existe entre ellas en un contexto particular, en este caso el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L

Esta investigación es descriptivo correlacional, dado que se busca el análisis de las variables, medir, recoger información de manera independiente o conjunta para buscar el nivel de correlación que existe entre las variables, ya que describen rasgos, perfiles, procesos, de individuos que se someten a una investigación. Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010).

**Cuantitativa:** se desarrolla esta investigación para resolver la problemática planteada y determinar de qué manera calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, planteado en un cuestionario de veinticuatro preguntas afirmativas donde para la calidad de servicio cuenta con 15 ítems y satisfacción del paciente 9 ítems, se cuantifican los datos basado en opiniones medibles de hechos(encuesta)empleados con el fin de medir la relación de las variables en un análisis estadístico que van a ser

interpretados y analizados estadísticamente, para completar los objetivos de la investigación.

Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010) , al utilizar un enfoque cuantitativo para la recolección de datos, se prueba la hipótesis en base a la medición numérica y los análisis estadísticos, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

### **3.4. Diseño de la investigación**

Esta investigación es **no experimental**, porque no se manipularon las variables de estudio durante la investigación, se recoge los datos de las personas encuestadas en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L en el horario de atención al público; Es **transversal** la recolección de datos fue en el mes de marzo del 2020, en un solo momento, en un tiempo único, dentro del horario de atención del policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L. El propósito indagar la incidencia de las variables y como se relacionan.

Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010), indica que la investigación no experimental, se ejecuta sin maniobrar las variables, observando los fenómenos en su ambiente de manera normal para ser analizados.

### **3.5. Población y muestra de estudio**

La investigación se desarrolló en el Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, situado en Av. Río Marañón, Los Olivos Lima Metropolitana.

Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010), la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación.

#### **3.5.1. Población**

Conjunto de todos los elementos que forman parte del espacio territorial al que pertenece el problema de investigación. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010).

Se determinó la población; por la cantidad de usuarios o clientes que llegan al policlínico en promedio en los dos turnos del Policlínico Laura Caller Ibérico

E.I.R.L y contrastado con algunas de las historias médicas de los pacientes del año 2019 promedio.

**Tabla 2. Población de Pacientes del Policlínico Laura Caller Ibérico**

	Pacientes atendidos aprox.
Total, Prom:	440

### 3.5.2. Muestra

Fragmento representativo de la población que debe poseer las mismas propiedades y características de ella. Para ser objetiva requiere ser seleccionada con técnicas adecuadas (Carrasco, 2005, p. 237).

Se determinó el tamaño de la muestra de una población promedio semanal, la cual se distribuye de manera similar a otros años en promedio, tabla 2.

Formula del tamaño de muestra aleatoria simple de probabilística en poblaciones conocidas o finitas.

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

Dónde:

n = .....tamaño de población

Z = 1.96 con un nivel de confianza del 95%

p = 0.5                      50% probabilidad de éxito o aceptación

q = 0.5                      probabilidad de no ocurrencia

e = 0.05 error de muestra o precisión expresada en %

Remplazando valores se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (440) \times (0.5) \times (0.5)}{(0.0025) \times (440 - 1) + (3.84) \times (0.5) \times (0.5)}$$

n= 205    personas a encuestar.

### **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.6.1 Técnicas de recolección de datos**

Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010), en los estudios de investigación, existe una gama de instrumentos o técnicas para la recolección de datos. La elección del tipo de investigación y método que se va utilizar es de acuerdo a las técnicas a criterio del investigador, la técnica de recolección elegida es a través de una encuesta a los clientes o consumidores y esta sea confiable para la investigación.

La técnica utilizada para la investigación en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, fue la encuesta, realizada a un promedio de 205 usuarios y utilizando como instrumento un cuestionario elaborado para obtener respuestas e información que ayuden a justificar, analizar y fundamentar los objetivos de estudio.

Se realizó la encuesta a 205 personas, solo 195 cuestionarios fueron llenados de manera correcta, tomando los 195 cuestionarios como la muestra a utilizar en la investigación y poder estudiar de manera confiable las variables sobre las respuestas dadas por los pacientes del policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L

#### **3.6.2. Instrumentos de recolección de datos**

Hernandez, Fernandez, & Baptista, Metodología de la investigación, (2010) refiere que:

Los instrumentos pueden ser de escalas actitudinales, pruebas cognoscitivas, formularios, nota de campo, inventarios, listas de chequeos, fichas de datos, los medios materiales que emplea el investigador para recolectar y almacenar la información. Los instrumentos serían las herramientas que se emplean para obtener y procesar la información. (p.17)

Se utiliza como instrumento de investigación un cuestionario que incluyen una serie de preguntas afirmativas, que permitirá medir en cinco categorías la escala de Likert. Para la variable calidad de servicio se toma el modelo Servaqual para medir sus cinco dimensiones y valorar la calidad de servicio, como se muestra tabla 3.

**Tabla 3. Ficha técnica: cuestionario Calidad de Servicio**

<b>Aspectos Complementarios</b>	<b>Detalles</b>
Objetivo	Determinar La Calidad de Servicio - Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R. L
Tiempo	15 a 25 min aprox.
Lugar	Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L - Los Olivos
Hora	10:00 am - 6:00 pm
Encuestadora	Individual
Dimensiones*	Número de Dimensiones 5 Dimensión V5: V7 ítems Dimensión V8: V10 ítems Dimensión V11: V13 ítems Dimensión V14: V16 ítems Dimensión V17: V19 ítems
Escalas	1. Completamente en desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Indiferente 4. De acuerdo 5. Completamente de acuerdo
Descripción	Uso del Programa SPSS versión 15.0 para Windows Valor de escala: Si las respuestas son Deficientes: total, de ítems $1 * 15 = 15$ Si las respuestas son Eficientes: total, de ítems $5 * 15 = 75$ Rango = Val Max. - Val Min. $75 - 15 = 60$ La constante = Rango entre número de niveles: $60 / 5 = 12$
Valorización	$15 - 26 = 1$ $51 - 62 = 4$ $27 - 38 = 2$ $63 - 75 = 5$ $39 - 50 = 3$

\* Son las preguntas afirmativas de cada dimensión representadas en ítems, se muestra en el anexo 9.

En la tabla 3, se muestra método y proceso que se ha seguido para realizar el análisis de investigación de la variable que es cuantitativa y establecer los resultados de los objetivos.

**Tabla 4.** Ficha técnica. Satisfacción del Paciente.

<b>Aspectos Complementarios</b>	<b>Detalles</b>
Objetivo	Determinar La Satisfacción del Paciente - Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R. L
Tiempo	15 a 25 min aprox.
Lugar	Policlínico Laura Caller ibérico E.I.R.L - Los Olivos
Hora	10:00 am - 6:00 pm
Encuestadora	Individual
Dimensiones	Número de Dimensiones 5 Dimensión V20: V22 ítems Dimensión V23: V25 ítems Dimensión V26: V28 ítems
Escalas	1. Totalmente insatisfecho 2. Insatisfecho 3. Indiferente 4. Satisfecho 5. Totalmente satisfecho
Descripción	Uso del Programa SPSS versión 15.0 para Windows Valor de escala: Si las respuestas son No confiables: total, de ítems $1 * 9 = 9$ Si las respuestas son Confiable: total, de ítems $5 * 9 = 45$ Rango = Val Max. - Val Min. $45 - 9 = 36$ La constante = Rango entre número de niveles: $36 / 5 = 7$
Valoración	$9 - 15 = 1$ $30 - 36 = 4$ $16 - 22 = 2$ $37 - 45 = 5$ $23 - 29 = 3$

\* Son las preguntas afirmativas de cada dimensión representadas en ítems, se muestra en el anexo 9.

En la tabla 4, se muestra método y proceso que se ha seguido para realizar el análisis de investigación de la variable que es cuantitativa y establecer los resultados de los objetivos.



### **3.6.3. Validación y confiabilidad del instrumento**

La validez y fiabilidad del instrumento fue analizada y evaluada por 2 jueces expertos, docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Privada Telesup, mostrado en los anexos 3 y anexo 4 validación del instrumento.

1. Mg. Economía: Sr. Percy Jorge Suarez Ymbertis – Asesor Temático
2. Dr. Administración: Sr. Edmundo Gonzalez Zavaleta – Asesor Metodológico.

La validez del instrumento evaluada por los 2 jueces expertos mencionados, docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Privada Telesup obtuvo:

Promedio de Valoración: Aplicación sin corrección

Opinión de Aplicabilidad: Buena

Aceptando y aprobando el instrumento de medición para la investigación en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L; cuestionario adecuado y aprobado con rúbrica y formato de validación de los juicios de expertos de la universidad, mostrado en los anexos 3 y anexo 4 validación del instrumento.

### **3.7. Métodos de análisis de datos**

La recolección de datos de las encuestas realizadas, se procesaron y analizaron, ordenado en un formato (Microsoft Excel), donde se alzaron las observaciones que no eran relevantes para la investigación (descartar encuestas mal llenada, vacías, etc.) y se almaceno la información útil.

Recolectada la información útil y necesaria de las encuestas bien llenadas, se procede a la codificación, tabulación, medición de escalas, análisis e interpretación de datos.

Para el análisis de datos se utilizó el programa estadístico SPSS 15.0 para Windows, versión 15.0.1 en español, donde se codificó, tabulo y se validó la confiabilidad del instrumento con el Alpha de Cron Bach, de una muestra de 195 encuestas bien llenada, donde se elaboró tablas y gráficos estadísticos para cada variable y sus dimensiones de la investigación y su debida interpretación.

### **3.8. Aspectos éticos**

La recolección de datos se realizó en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, Los Olivos, donde se encuestó a 205 personas de forma anónima, respetando la libertad y opinión del paciente y los principios éticos de la salud (se pidió permiso a cada persona, mayores de edad, en preguntarle si aceptarían responder a una encuesta con fines de investigación y preguntarles sobre la experiencia recibida en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L), validando los datos recolectados con una constancia entregada por Sr. Jovany Alexis. Chunga Chinchay, gerente general del Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L y de Servicios Médicos y Ambulancias E.I.R.L, mostrado en el anexo 7.

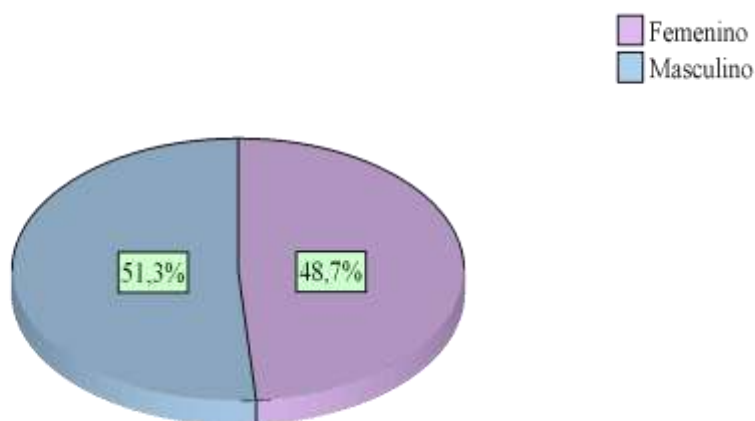
## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados descriptivos:

**Tabla 5.** *Sexo /Paciente*

	Frecuencia /Pacientes	Porcentaje
Masculino	100	51.3%
Femenino	95	48.7%
Total	195	100.0%

En el estudio realizado a 205 personas solo se aprobaron 195 encuestas, debido a que mostraban datos mal llenados, respuestas incompletas, procediendo a retirar esta información, de las 195 encuestas revisadas, aprobadas y rotuladas, se encontró que el 48.7% de los encuestados son del sexo Femenino y el 51.3% son de sexo Masculino. Los resultados de los datos encuestados fueron analizados en el programa SPSS 15.0 para Windows en estadísticos descriptivos de frecuencia donde muestra los porcentajes validos de la categoría de Sexo del Paciente, encuestados en el Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L. Tal como se muestra en la figura 2. Se muestra de forma detallada.

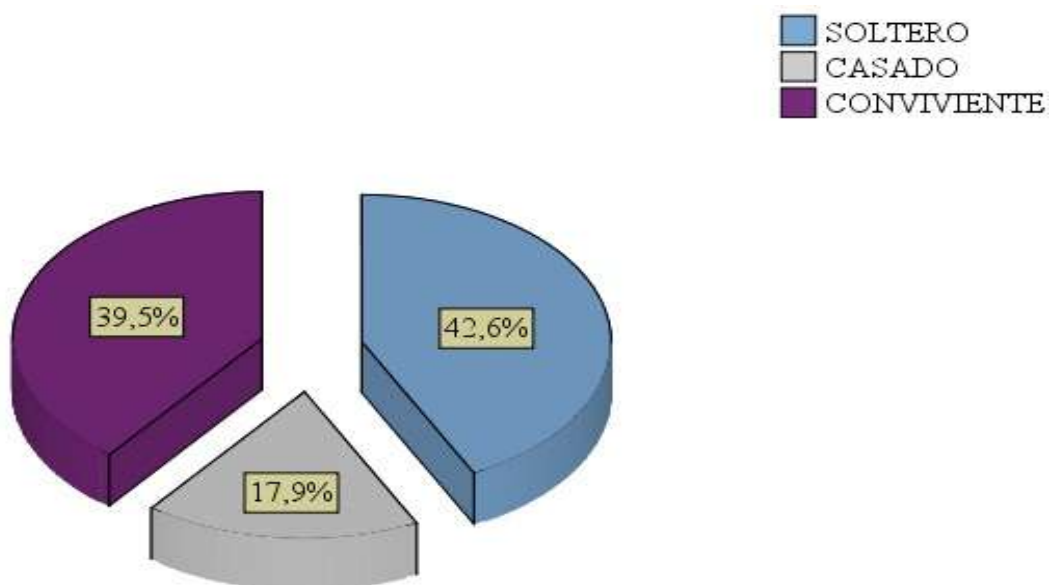


**Figura 2.** *Sexo del Paciente*

**Tabla 6. Estado Civil**

	Frecuencia/ Pacientes	Porcentaje
Soltero	83	42.6%
Casado	35	17.9%
Conviviente	77	39.5%
Total	195	100.0%

En el estudio realizado de las 195 encuestas, donde el estado civil de los pacientes en la categoría soltero es de 42.6%, conviviente de 39.5% y casado de 17.9%. los resultados de los datos encuestados fueron analizados en el programa SPSS 15.0 para Windows en estadísticos descriptivos de frecuencia donde muestra los porcentajes validos de la categoría de estado civil de los pacientes encuestados en el Policlínico Laura Caller Ibérico. Tal como se muestra en la figura 3.

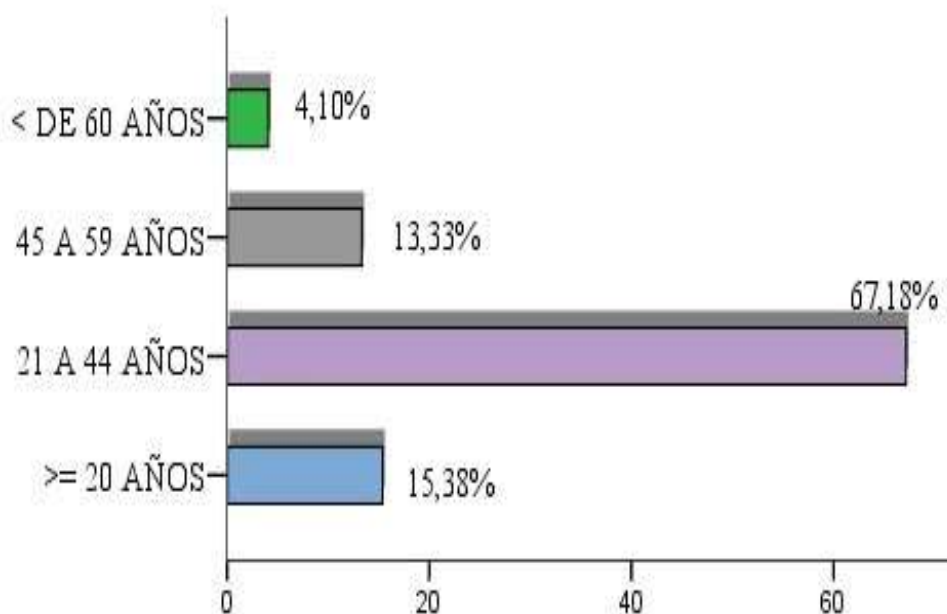


**Figura 3. Estado Civil.**

**Tabla 7. Rango de Edad**

	Frecuencia/ Pacientes	Porcentaje
<= 20 Años	30	15.4%
21 a 44 Años	131	67.2%
45 a 59 Años	26	13.3%
>= De 60 Años	8	4.1%
Total	195	100.0%

En el estudio realizado de las 195 encuestas, donde el estado civil de los pacientes diferenciado en categoría de cuatro rangos, para simplificar tiempo y respuesta de las personas encuestadas como: menor o igual a 20 años es de 15.4%, 21 a 44 años del 67.2% ,45 a 59 años del 13.3%, mayores e igual a 60 años es de 4.1%, los resultados de los datos encuestados fueron analizados en el programa SPSS 15.0 para Windows en estadísticos descriptivos de frecuencia donde muestra los porcentajes validos de la categoría de rango de edad de los pacientes encuestados en el policlínico Laura Caller Ibérico. Tal como se muestra en la figura 4.

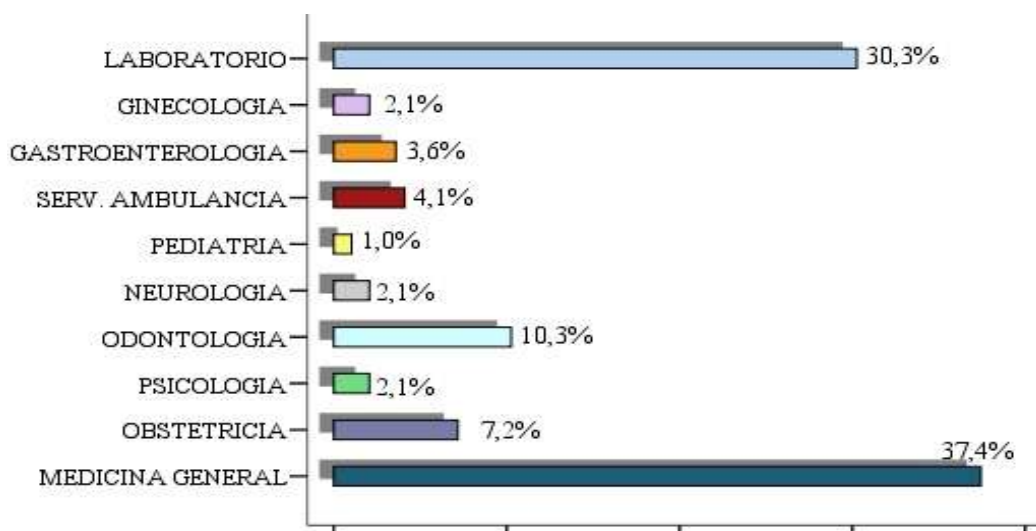


**Figura 4. Rango de edad /Paciente**

**Tabla 8. Especialidad de Atención Médica**

	Frecuencia/ Pacientes	Porcentaje
Medicina General	73	37.4%
Obstetricia	14	7.2%
Psicología	4	2.1%
Odontología	20	10.3%
Neurología	4	2.1%
Pediatría	2	1.0%
Serv. Ambulancia	8	4.1%
Gastroenterología	7	3.6%
Ginecología	4	2.1%
Laboratorio	59	30.3%
Total	195	100.0%

El Policlínico Laura Caller Ibérico, cuenta con diez servicios de atención médica desde medicina general y con siete especialidades como: Obstetricia, Psicología, Odontología; Neurología; Pediatría, Gastroenterología y Ginecología adicional tiene servicio de laboratorio y Ambulancia, los resultados muestran el porcentaje valido de un total de 195 pacientes encuestados , tal como se muestra detalladamente en la tabla 8 y validados en el programa SPSS 15.0 para Windows en estadísticos descriptivos de frecuencia de tablas y gráficos mostrado en la figura 5.



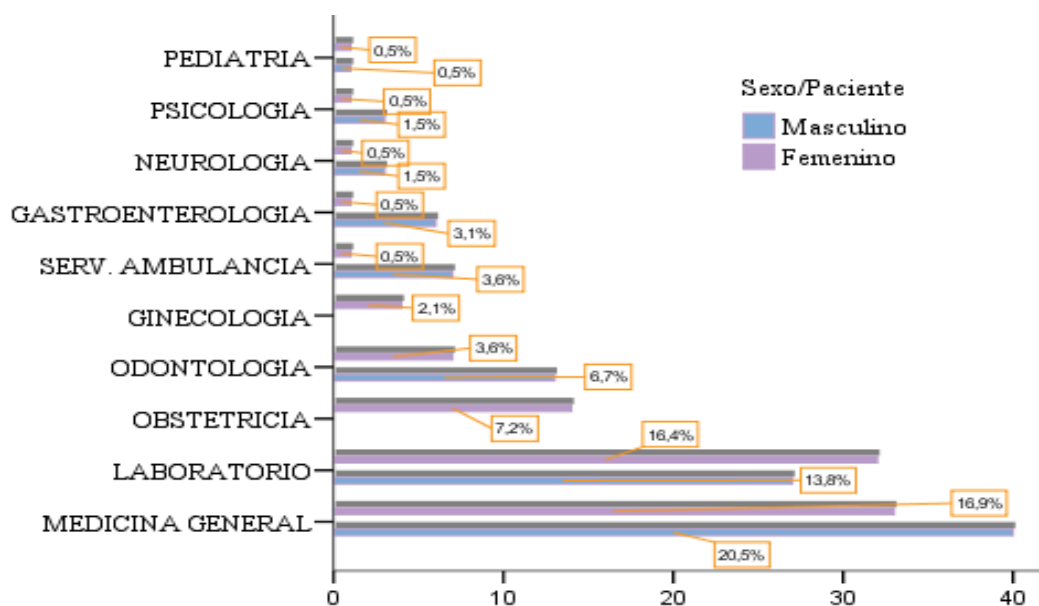
**Figura 5. Especialidad de atención Médica**

Se muestra la relación entre las variables generales

**Tabla 9. Especialidad de atención/Sexo del paciente**

		Sexo		Total
		Masculino	Femenino	
Medicina General	recuento	40	33	73
	% del total	20.5%	16.9%	37.4%
Obstetricia	recuento	0	14	14
	% del total	.0%	7.2%	7.2%
Psicología	recuento	3	1	4
	% del total	1.5%	.5%	2.1%
Odontología	recuento	13	7	20
	% del total	6.7%	3.6%	10.3%
Neurología	recuento	3	1	4
	% del total	1.5%	.5%	2.1%
Pediatria	recuento	1	1	2
	% del total	.5%	.5%	1.0%
Serv. Ambulancia	recuento	7	1	8
	% del total	3.6%	.5%	4.1%
Gastroenterología	recuento	6	1	7
	% del total	3.1%	.5%	3.6%
Ginecología	recuento	0	4	4
	% del total	.0%	2.1%	2.1%
Laboratorio	recuento	27	32	59
	% del total	13.8%	16.4%	30.3%
Total	recuento	100	95	195
	% del total	51.3%	48.7%	100.0%

Se muestra los resultados de la especialidad de atención en función al sexo del paciente, mostrando el recuento y porcentaje de los usuarios encuestados como se muestra la información recolectada en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L de la tabla 9.



**Figura 6. Especialidad / Sexo del paciente**

Muestra los porcentajes de los pacientes atendidos en cada especialidad en función al sexo del paciente.

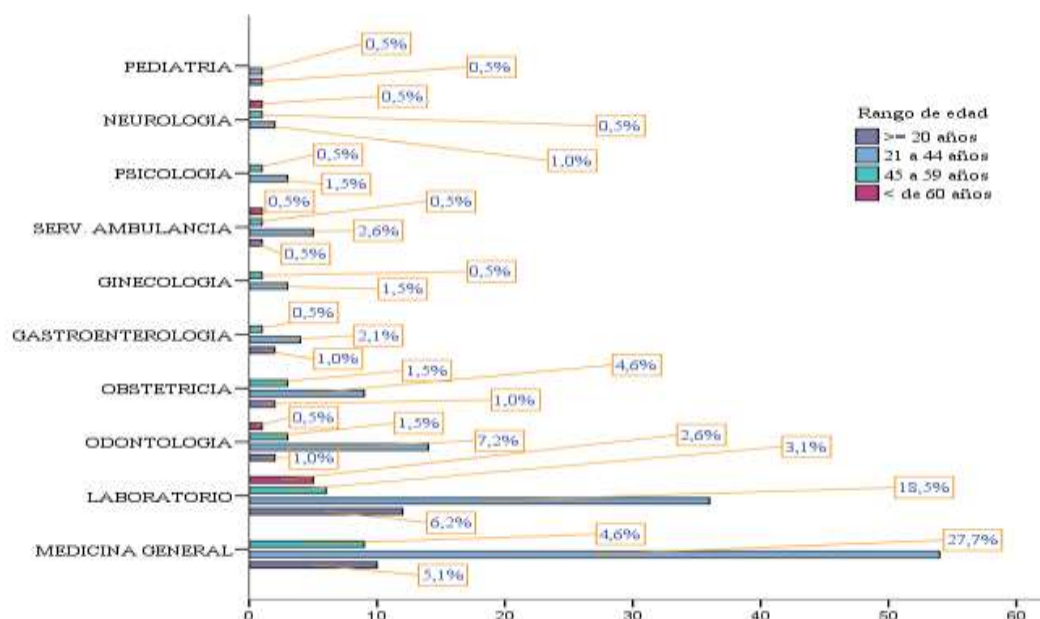
**Tabla 10. Especialidad de atención / Edad**

Especialidad		Edad				Total
		>= 20 años	21 a 44 años	45 a 59 años	< de 60 años	
Medicina General	recuento	10	54	9	0	73
	% del total	5.1%	27.7%	4.6%	.0%	37.4%
Obstetricia	recuento	2	9	3	0	14
	% del total	1.0%	4.6%	1.5%	.0%	7.2%
Psicología	recuento	0	3	1	0	4
	% del total	.0%	1.5%	.5%	.0%	2.1%
Odontología	recuento	2	14	3	1	20
	% del total	1.0%	7.2%	1.5%	.5%	10.3%
Neurología	recuento	0	2	1	1	4
	% del total	.0%	1.0%	.5%	.5%	2.1%
Pediatria	recuento	1	1	0	0	2
	% del total	.5%	.5%	.0%	.0%	1.0%
Serv. Ambulancia	recuento	1	5	1	1	8
	% del total	.5%	2.6%	.5%	.5%	4.1%
Gastroenterología	recuento	2	4	1	0	7
	% del total	1.0%	2.1%	.5%	.0%	3.6%
Ginecología	recuento	0	3	1	0	4
	% del total	.0%	1.5%	.5%	.0%	2.1%
Laboratorio	recuento	12	36	6	5	59
	% del total	6.2%	18.5%	3.1%	2.6%	30.3%
Total	recuento	30	131	26	8	195
	% del total	15.4%	67.2%	13.3%	4.1%	100.0%

Se muestra los resultados de la especialidad de atención en función a la edad del paciente, mostrando el recuento y porcentaje de los usuarios encuestados



como se muestra la información recolectada en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L de la tabla10.



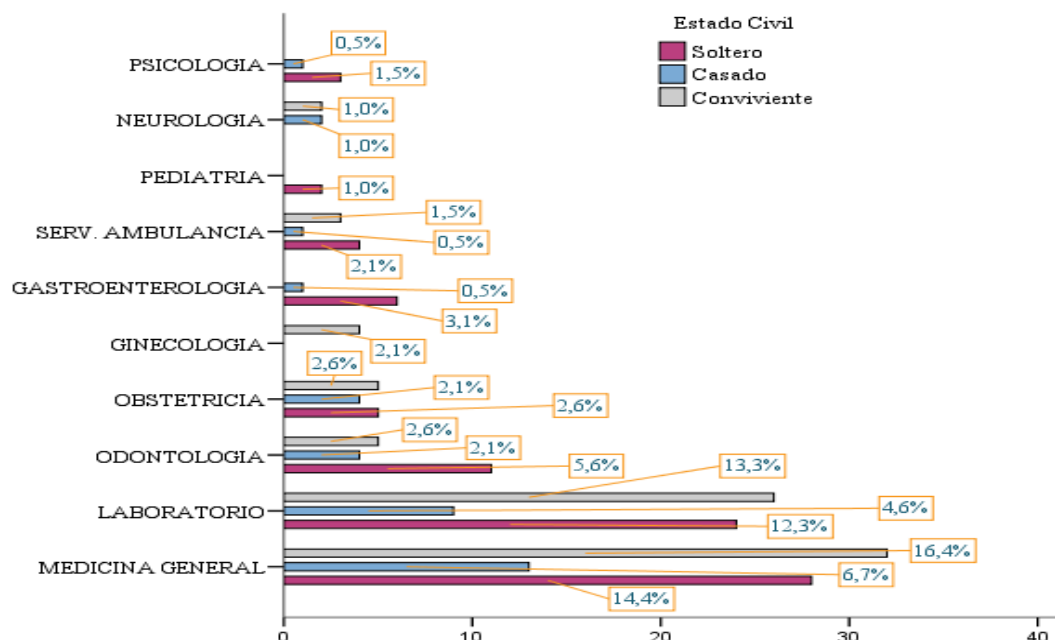
**Figura 7.** Especialidad de atención/ Edad

Muestra los porcentajes de los pacientes atendidos en cada especialidad en función a la edad del paciente.

**Tabla 11.** Especialidad de atención/ Estado civil

Especialidad	Estado	Soltero	Casado	Conviviente	Total
Medicina General	recuento	28	13	32	73
	% del total	14.4%	6.7%	16.4%	37.4%
Obstetricia	recuento	5	4	5	14
	% del total	2.6%	2.1%	2.6%	7.2%
Psicología	recuento	3	1	0	4
	% del total	1.5%	.5%	.0%	2.1%
Odontología	recuento	11	4	5	20
	% del total	5.6%	2.1%	2.6%	10.3%
Neurología	recuento	0	2	2	4
	% del total	.0%	1.0%	1.0%	2.1%
Pediatria	recuento	2	0	0	2
	% del total	1.0%	.0%	.0%	1.0%
Serv. Ambulancia	recuento	4	1	3	8
	% del total	2.1%	.5%	1.5%	4.1%
Gastroenterología	recuento	6	1	0	7
	% del total	3.1%	.5%	.0%	3.6%
Ginecología	recuento	0	0	4	4
	% del total	.0%	.0%	2.1%	2.1%
Laboratorio	recuento	24	9	26	59
	% del total	12.3%	4.6%	13.3%	30.3%
Total	recuento	83	35	77	195
	% del total	42.6%	17.9%	39.5%	100.0%

Se muestra los resultados de la especialidad de atención en función al estado civil del paciente, mostrando el recuento y porcentaje de los usuarios encuestados como se muestra la información recolectada en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L de la tabla11.



**Figura 8. Especialidad de atención/ Estado Civil**

Muestra los porcentajes de los pacientes atendidos en cada especialidad en función al estado civil del paciente.

#### 4.2. Confiabilidad del instrumento

Para medir el instrumento de la investigación de la calidad de servicio y la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L. catalogado en una escala de Likert para las variables independiente (calidad de servicio) y dependiente (satisfacción del paciente) en 5 categorías detalladas en las tablas de cada variable.

Para la fiabilidad de interpretación se utilizó para la correlación de todas las variables el valor de Alfa de Cron Bach, donde (George & Mallery, Set. 2009), recomiendan que cuando mayor sea la correlación más confiable será el instrumento utilizado: > .9 a 95 es excelente, > .8 es bueno, > .7 es aceptable, > 6 es cuestionable, > .5 es pobre, < .5 es inaceptable.

Aclarado esta definición se demuestra que el instrumento utilizado:

**Tabla 12. Estadísticos de Fiabilidad Cuestionario**

Alfa de Cron Bach	Alfa de Cron Bach- basada en los elementos tipificados	N de elementos
.903	.916	24

Tiene un grado de aceptación y su confiabilidad es de  $p = 0.903$  de 24 elementos que son distribuidos en el total de los ítems realizado en las encuestas, se analizan los datos en el programa SPSS 15.0 para Windows, escala de análisis de la fiabilidad para comprobar el grado de aceptación de las 195 encuestas, como se muestra en la tabla 12.

**Tabla 13. Confiabilidad / Calidad de Servicio**

Alfa de Cron Bach	N de Elementos
.858	15

El coeficiente Alfa Cron Bach es  $p=0.858$ , teniendo como resultado Bueno y esto permite que el cuestionario para la variable Calidad de servicio desde ítems V5 al V19 tiene una alta confiabilidad y consistencia interna entre los ítems, como se muestra en la tabla 13.

**Tabla 14. Confiabilidad / Satisfacción del paciente**

Alfa de Cron Bach	N de elementos
.782	9

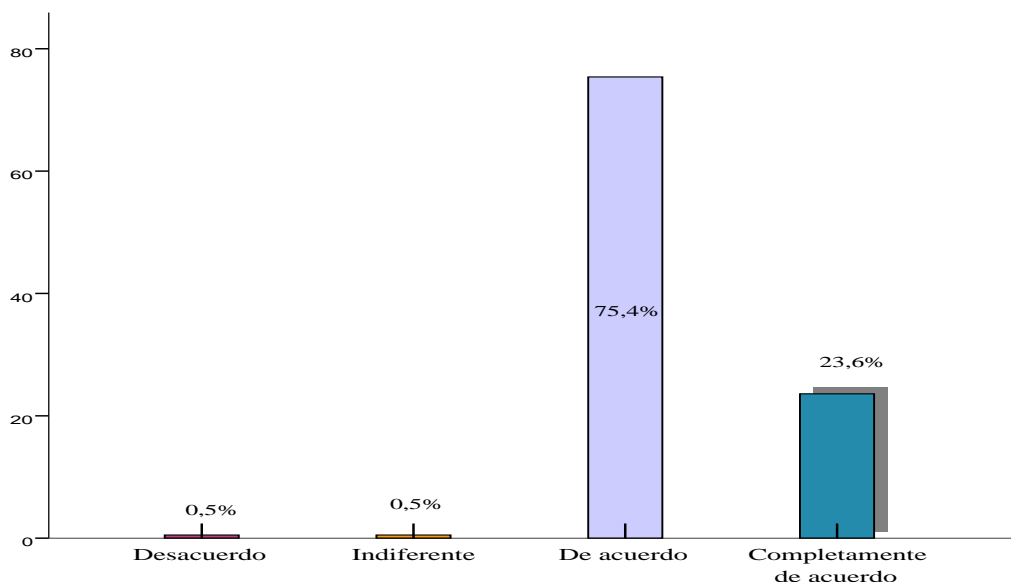
El coeficiente Alfa Cron Bach es  $p= .782$ , teniendo como resultado Aceptable y esto permite que el cuestionario para la variable Satisfacción del paciente desde ítems V20 al V28 tiene una buena confiabilidad y consistencia interna entre los ítems, como se muestra en la tabla 14.

#### **4.3. Frecuencias de las variables y sus dimensiones:**

**Tabla 15. Frecuencia de la Calidad de servicio.**

	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	1	.5
Indiferente	1	.5
De acuerdo	147	75.4
Completamente de acuerdo	46	23.6
Total	195	100.0

En la suma de frecuencia de Calidad de servicio, muestra de las 195 encuestas, 147 respuestas están De acuerdo con la calidad que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 75.4% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 9.

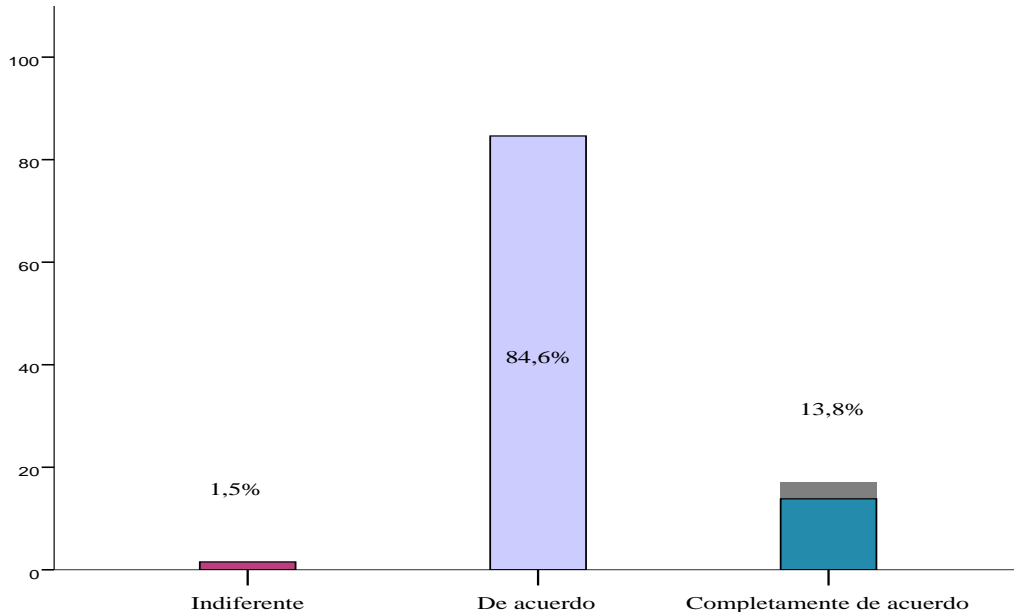


**Figura 9.** Frecuencia Calidad de Servicio

**Tabla 16.** Frecuencia Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	3	1.5
De acuerdo	165	84.6
Completamente de acuerdo	27	13.8
Total	195	100.0

En la suma de frecuencia de la dimensión Fiabilidad, muestra de las 195 encuestas, 165 respuestas están De acuerdo con la Fiabilidad que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 84.6% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 10.

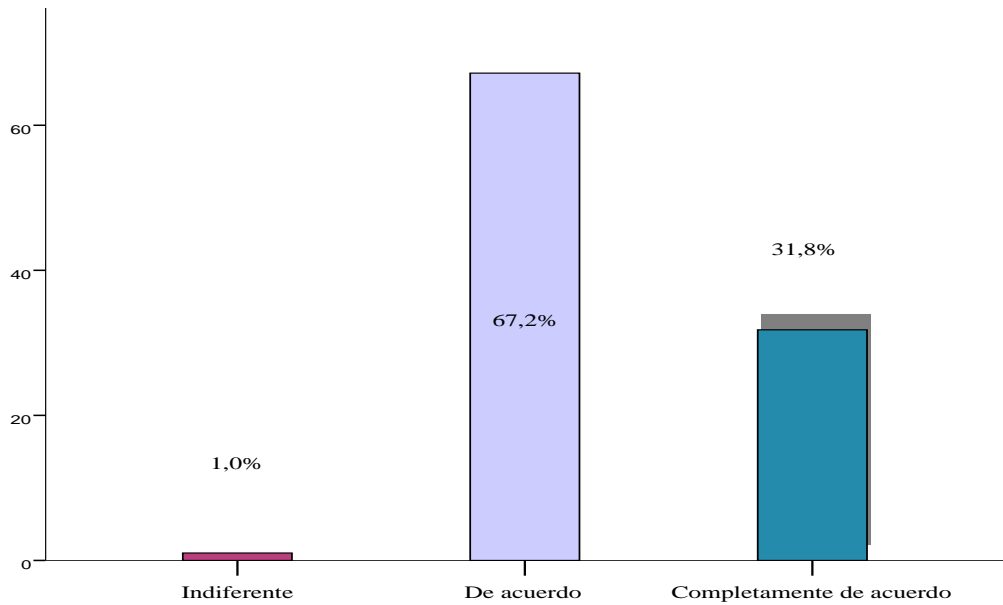


**Figura 10.** Frecuencia Fiabilidad

**Tabla 17.** Frecuencia Seguridad.

	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	2	1.0
De acuerdo	131	67.2
Completamente de acuerdo	62	31.8
Total	195	100.0

En la suma de frecuencia de la dimensión Seguridad, muestra de las 195 encuestas, 131 respuestas están De acuerdo con la Seguridad que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 67.2% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura11.

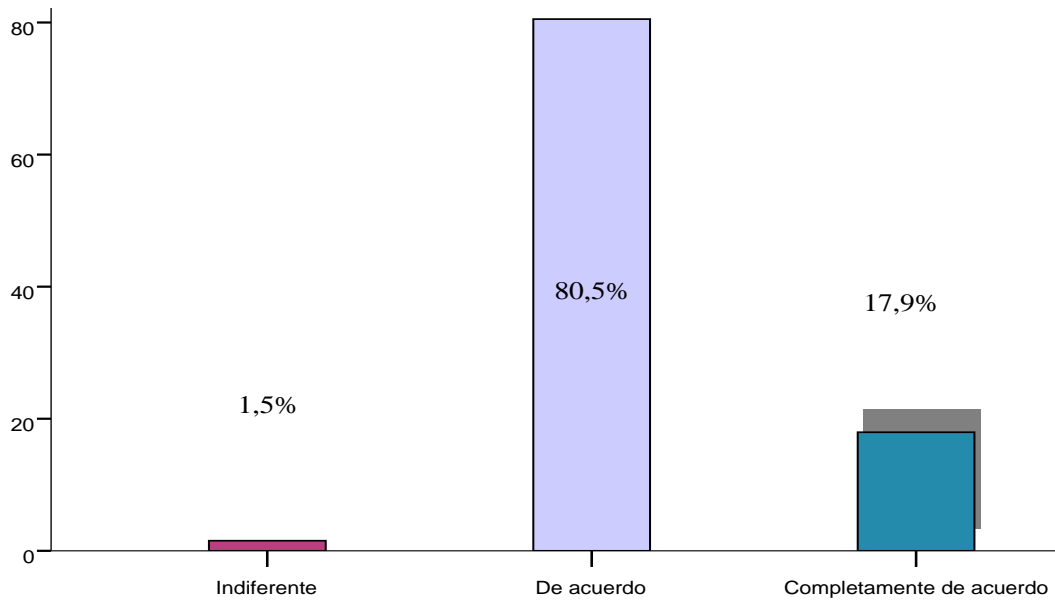


**Figura 11.** *Frecuencia Seguridad*

**Tabla 18.** *Frecuencia Capacidad de Respuesta*

	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	3	1.5
De acuerdo	157	80.5
Completamente de acuerdo	35	17.9
Total	195	100.0

En la suma de frecuencia de la dimensión Capacidad de respuesta, muestra de las 195 encuestas, 157 respuestas están De acuerdo con la Capacidad de Respuesta que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 80.5% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 12.

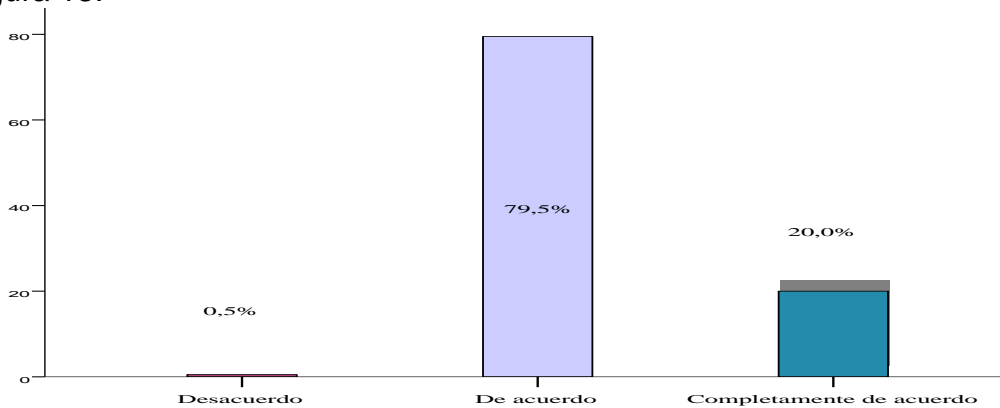


**Figura 12. Frecuencia Capacidad de Respuesta**

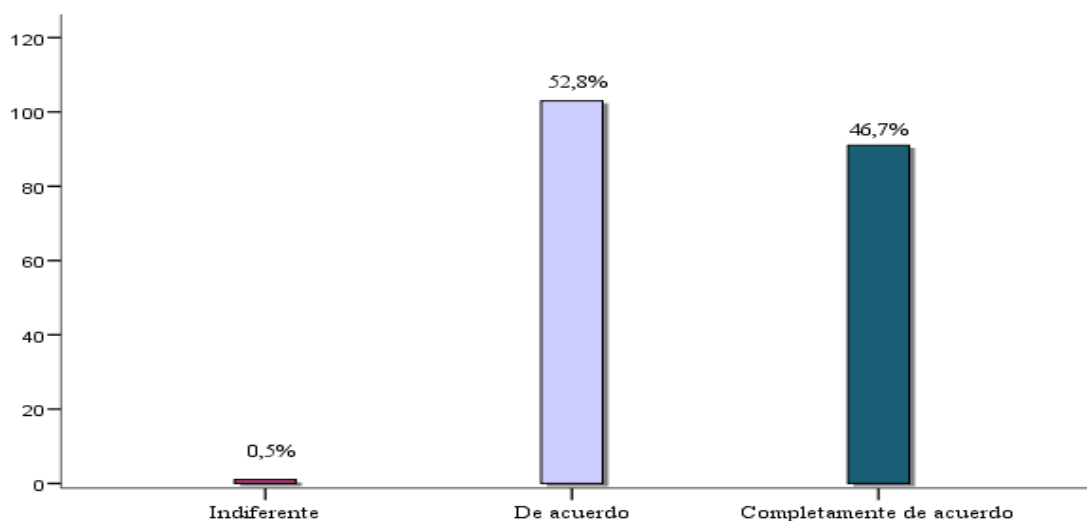
**Tabla 19. Frecuencia Empatía**

	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	1	.5
De acuerdo	155	79.5
Completamente de acuerdo	39	20.0
Total	195	100.0

En la suma de frecuencia de la dimensión Empatía, muestra de las 195 encuestas, 155 respuestas están De acuerdo con la Empatía que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 79.5% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 13.



**Figura 13. Frecuencia Empatía**



**Figura 14.** Frecuencia Elementos Tangibles

**Tabla 20.** Frecuencia Elementos Tangibles

	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	1	.5
De acuerdo	103	52.8
Completamente de acuerdo	91	46.7
Total	195	100.0

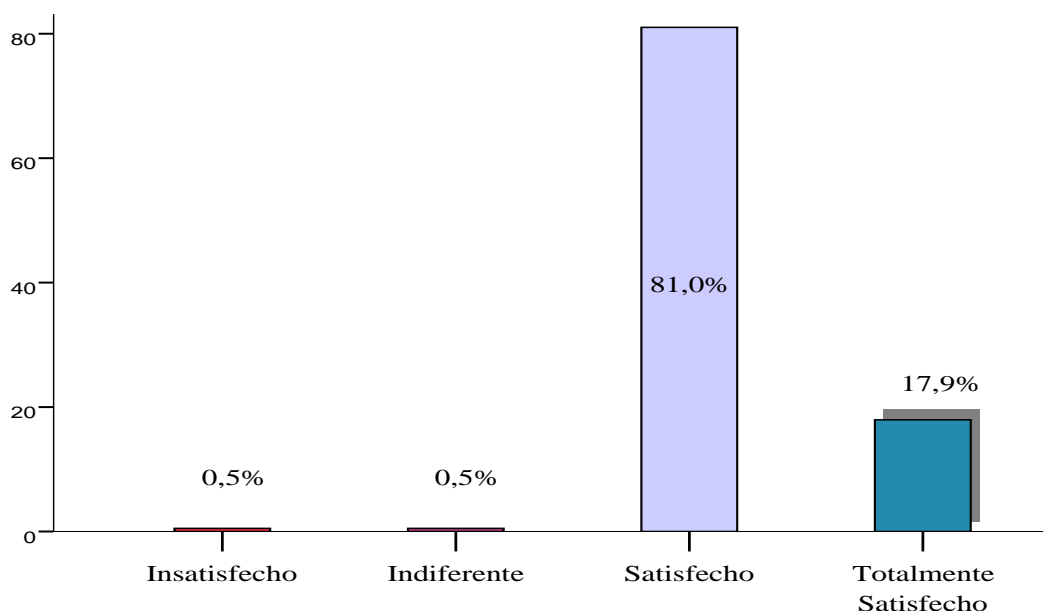
En la suma de frecuencia de la dimensión Empatía, muestra de las 195 encuestas, 103 respuestas están De acuerdo con la Empatía que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 52.8% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 14.

**Tabla 21.** Frecuencia Satisfacción Paciente

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	1	.5
Indiferente	1	.5
Satisfecho	158	81.0
Totalmente Satisfecho	35	17.9
Total	195	100.0



En la suma de frecuencia de Satisfacción del Paciente, muestra de las 195 encuestas, 158 respuestas están Satisfechos con el servicio brindado por el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando el porcentaje de aprobación de un 81%. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 15.

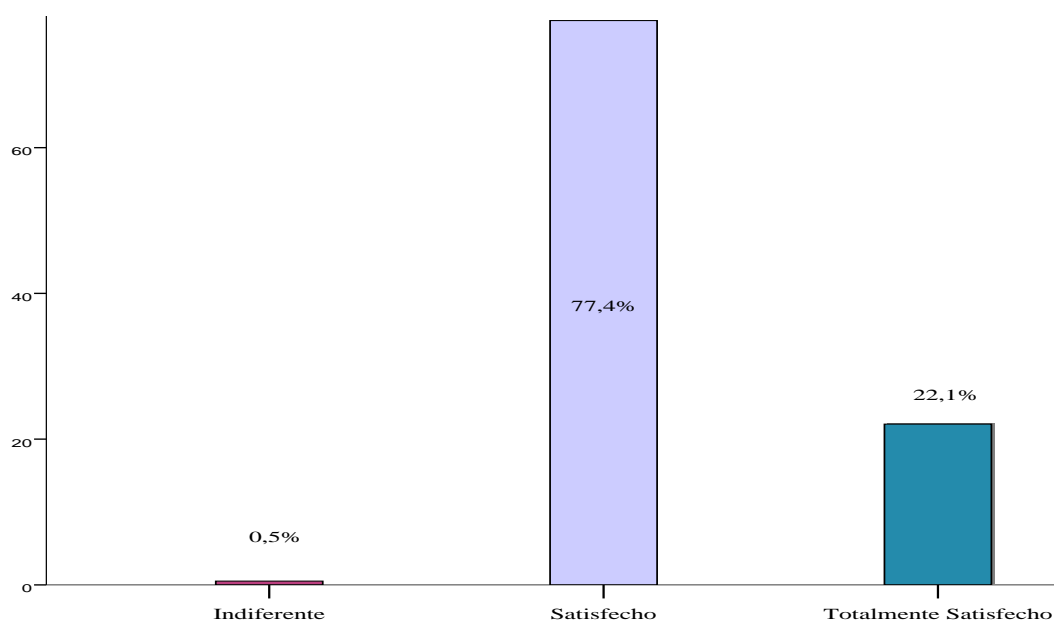


**Figura 15.** Frecuencia Satisfacción del Paciente

**Tabla 22.** Frecuencia Rendimiento Percibido

	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	1	.5
Satisfecho	151	77.4
Totalmente Satisfecho	43	22.1
Total	195	100.0

En la suma de frecuencia de la dimensión Rendimiento Percibido, muestra de las 195 encuestas, 151 respuestas están satisfechos con el rendimiento percibido que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 74.4% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 16.

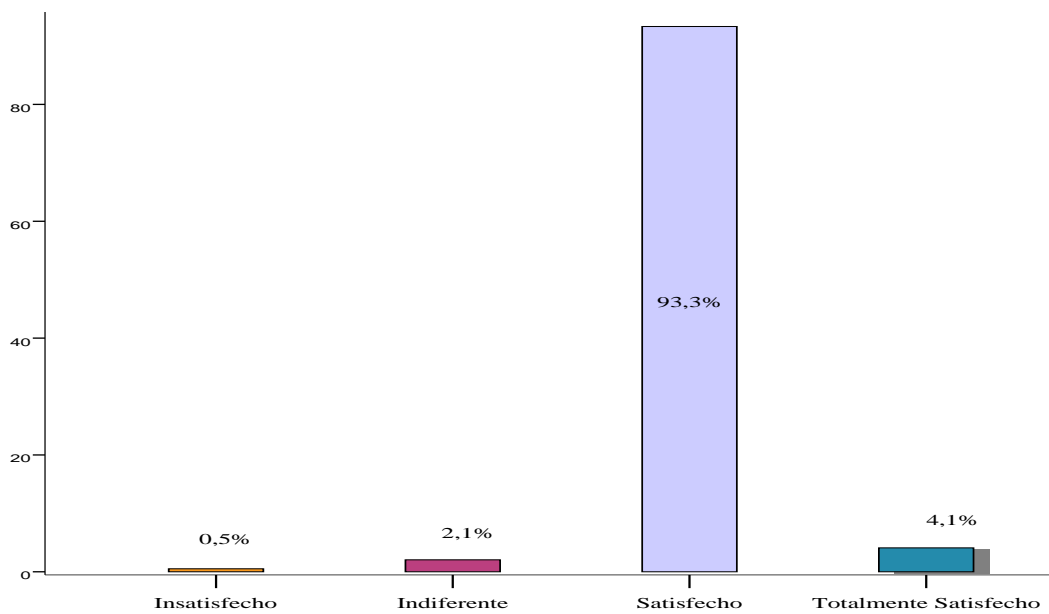


**Figura 16.** Frecuencia Rendimiento Percibido

**Tabla 23.** Frecuencia Expectativa

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	1	.5
Indiferente	4	2.1
Satisfecho	182	93.3
Totalmente Satisfecho	8	4.1
Total	195	100.0

En la suma de frecuencia de la dimensión expectativa, muestra de las 195 encuestas, 182 respuestas están satisfechos con las expectativas que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 93.3% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 17.

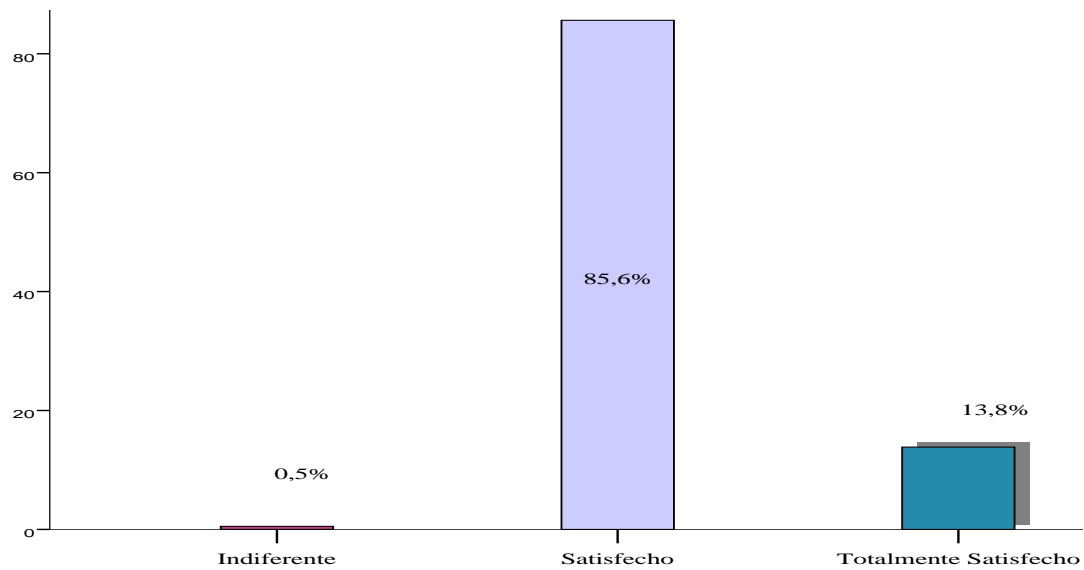


**Figura 17.** Frecuencia Expectativa

**Tabla 24.** Frecuencia Nivel de Satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	1	.5
Satisfecho	167	85.6
Totalmente Satisfecho	27	13.8
Total	195	100.0

En la suma de frecuencia de la dimensión Nivel de Satisfacción, muestra de las 195 encuestas, 167 respuestas están satisfechos con el nivel de satisfacción que brinda el Policlínico Laura Caller Ibérico resultando como porcentaje 85.6% de aprobación. Los datos fueron analizados en el programa SPSS 15.0. Tal como se muestra en la figura 18.



**Figura 18.** Frecuencia Nivel de Satisfacción

#### 4.4. Prueba de normalidad:

Para conocer la normalidad de la distribución de las variables se debe contrastar si estas se distribuyen normalmente, para esto se utiliza las pruebas estadísticas de:

Shapiro Wilk: para tamaño de muestra menor a 30.

Kolmogorov – Smirnov: para tamaño de muestra mayor a 30.

**Tabla 25.** Pruebas de normalidad de las variables

	Kolmogorov-Smirnov (a)			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de Servicio	.204	195	.000	.766	195	.000
Satisfacción del paciente	.229	195	.000	.742	195	.000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Los resultados muestran de la tabla 25:

**Tabla 26.** Prueba de normalidad - Kolmogorov-Smirnov de las variables

	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de Servicio	.204	195	.000
Satisfacción del paciente	.229	195	.000

Tabla 26, Se muestra como resultado para calidad de servicio y satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, una estadística no paramétrica donde la significancia es  $0.00 < 0.05$  para ambas variables, se elige la prueba no paramétrica de correlación Rho Spearman.

Para las dimensiones se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov (195 > 50, condición), y verificar si muestran una distribución normal y que tipo de prueba estadístico utilizar.

**Tabla 27.** Normalidad de dimensiones

	Kolmogorov-Smirnov(a)		
	Estadístico	gl	Sig.
Fiabilidad	.320	195	.000
Seguridad	.348	195	.000
Capacidad de Respuesta	.387	195	.000
Empatía	.385	195	.000
Elementos Tangibles	.274	195	.000
Rendimiento Percibido	.395	195	.000
Expectativa	.275	195	.000
Nivel de Satisfacción	.423	195	.000

a Corrección de la significación de Lilliefors

Se observa que la normalidad de las dimensiones no cumple con una distribución normal, su correlación es no paramétrica (usa escala de Likert), dada que la significancia  $0.00 < 0.05$  es menor a la regla de decisión y la opción para una mejor aprobación de la hipótesis es Rho de Spearman.

**Tabla 28.** Puntuaciones de Interpretación del Coeficiente de Correlación

Valor de Rho	Interpretación
-1	Correlación negativa perfecta
-0.9	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa muy considerable
-0.5	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.1	Correlación negativa muy débil
0	No existe relación entre las variables
+0.1	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.5	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva muy considerable
+0.9	Correlación positiva muy fuerte
+1	Correlación positiva perfecta

Fuente. Hernández, Fernández y Bautista (2010, p. 312)

Hernández, Fernández y Bautista (2010, p. 312) Dónde:

Valor significativo: Sig. = p; Nivel de significancia (alfa)  $\alpha = 5\%$  o 0.05

Nivel de Significancia:  $\alpha$  debe estar entre  $0 < \alpha < 1$ , si  $\alpha = 0.05$

- ✓ Regla de Decisión:  $p > 0.05$ ; se acepta  $H_0$  (hipótesis nula) y rechaza  $H_1$  (hipótesis alterna)
- ✓ Regla de Decisión:  $p < 0.05$ ; se rechaza  $H_0$  (hipótesis nula) y acepta  $H_1$  (hipótesis alterna)

#### 4.5. Contrastación de la Hipótesis

##### 4.5.1. Hipótesis general

**H<sub>a</sub>.** La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.

**H<sub>0</sub>.** La calidad del servicio no se relaciona con la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.

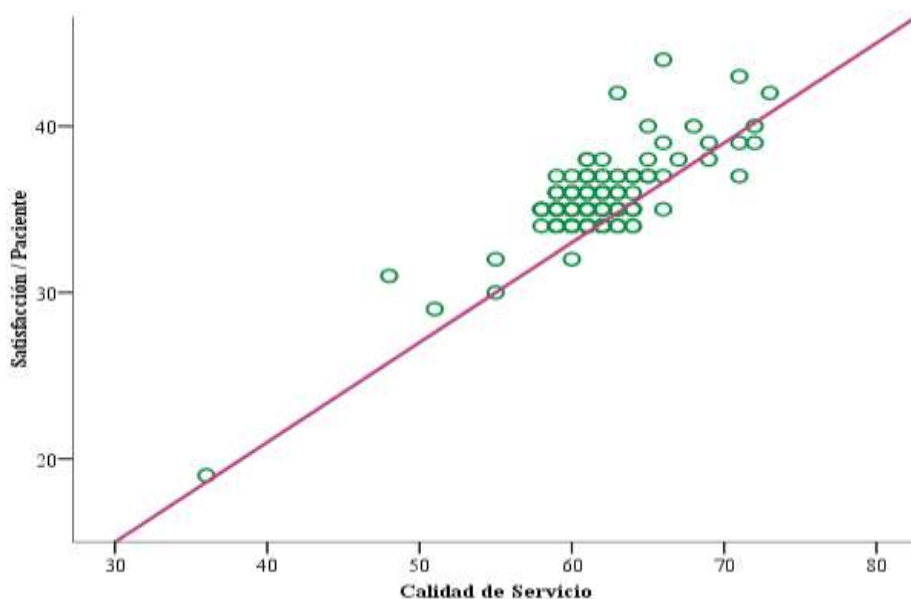
**Tabla 29.** Correlación de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente

		Calidad de Servicio	Satisfacción del Paciente	
Rho de Spearman	Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación	.444*	
		Sig. (bilateral)	.000	
	Satisfacción del Paciente	N	195	
		Coefficiente de correlación	.444*	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	195	195

\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados muestran estadísticamente una relación de  $Rho = 0.444$ , una correlación positiva moderada y una significancia de  $p = 0.00 < 0.05$ , donde se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, indicando que ambas

variables se correlacionan de manera significativa donde; la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.



**Figura 19.** *Correlación de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.*

Gráfico de dispersión simple de las variables, muestran la tendencia de la correlación que hay entre las variables de investigación y su comportamiento.

#### 4.5.2. Hipótesis específicas

**H<sub>1</sub>.** La calidad de servicio en la fiabilidad incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

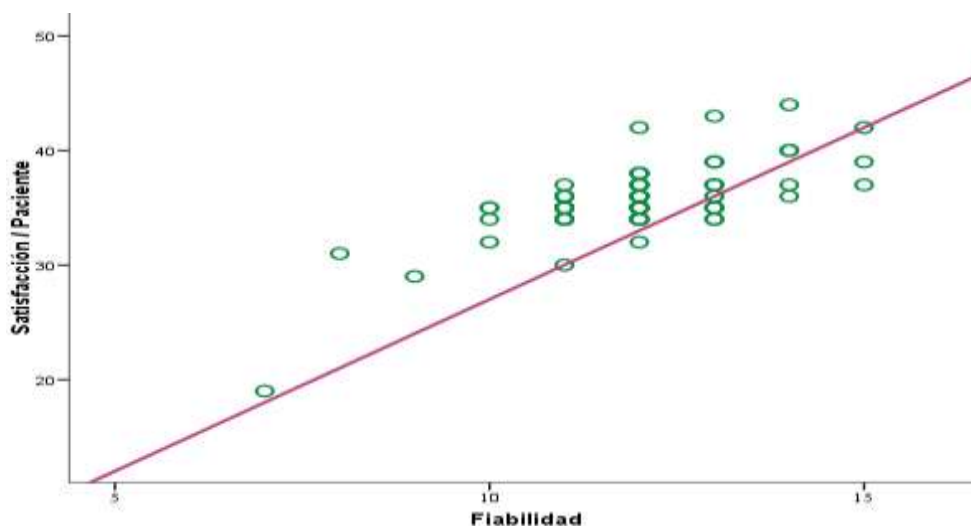
**H<sub>0</sub>.** La calidad de servicio en la fiabilidad no incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**Tabla 30.** *Correlación de Fiabilidad de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente*

		Fiabilidad	Satisfacción/ Paciente
Rho de Spearman		1.000	.414*
	Fiabilidad	.	.000
	N	195	195
		.414*	1.000
Satisfacción / Paciente		.000	.
	Sig. (bilateral)	.	.
	N	195	195

\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados muestran estadísticamente una relación de  $Rho = 0.414$ , una correlación positiva moderada y una significancia de  $p = 0.00 < 0.05$ , donde se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, indicando que ambas variables se correlacionan de manera significativa, donde la calidad de servicio en la fiabilidad incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.



**Figura 20.** Correlación de Fiabilidad de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.

Gráfico de dispersión simple de las variables, muestran la tendencia de la correlación que hay entre las variables de investigación y su comportamiento

**H<sub>2</sub>.** La seguridad de la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.

**H<sub>0</sub>.** La seguridad de la calidad de servicio no influye en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.

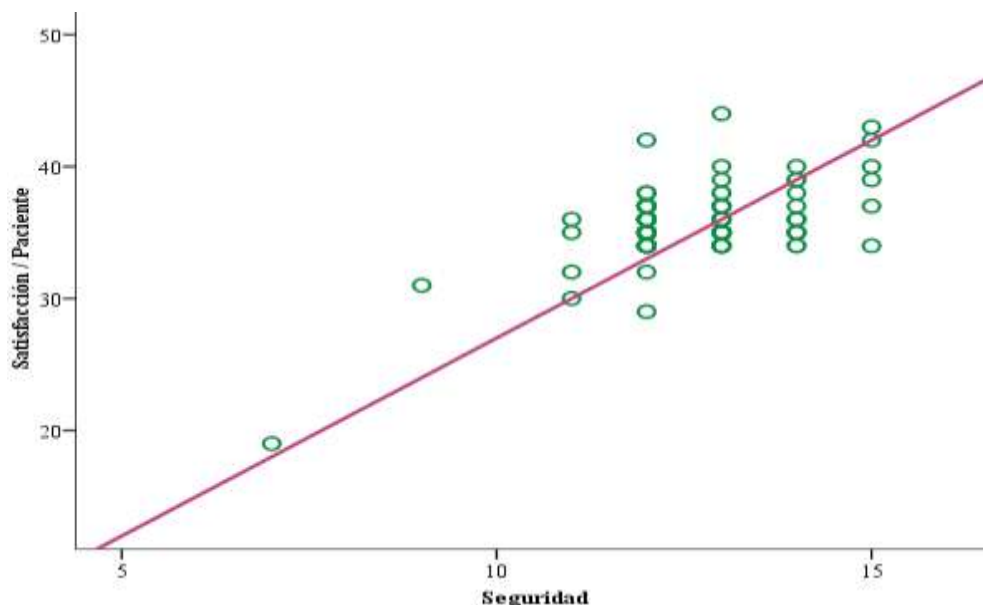
**Tabla 31.** Correlación de Seguridad de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente

		Seguridad	Satisfacción / Paciente
Seguridad	Coeficiente de correlación	1.000	.273*
	Sig. (bilateral)	.	.000
Rho de Spearman	N	195	195
	Coeficiente de correlación	.273*	1.000
Satisfacción / Paciente	Sig. (bilateral)	.000	.
	N	195	195

\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).



Los resultados muestran estadísticamente una relación de  $Rho = 0.273$ , una correlación positiva débil y una significancia de  $p = 0.00 < 0.05$ , donde se rechaza Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, indicando que ambas variables se correlacionan de manera significativa donde; La seguridad de la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico.



**Figura 21.** Correlación de Seguridad de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente

Gráfico de dispersión simple de las variables, muestran la tendencia de la correlación que hay entre las variables de investigación y su comportamiento.

**H<sub>3</sub>.** La capacidad de respuesta de la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

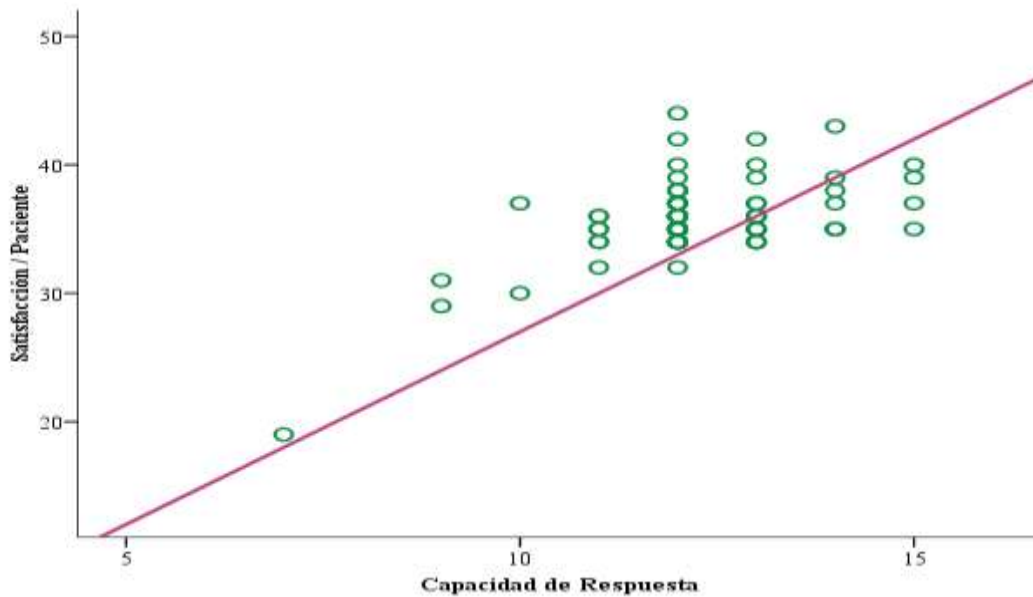
**H<sub>0</sub>.** La capacidad de respuesta de la calidad de servicio no incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**Tabla 32.** Correlación de Capacidad de Respuesta de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente

		Capacidad de Respuesta	Satisfacción / Paciente
	Capacidad de Respuesta	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.000
Rho de Spearman		N	195
	Satisfacción / Paciente	Coeficiente de correlación	.250*
		Sig. (bilateral)	.000
		N	195

\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados muestran estadísticamente una relación de  $Rho= 0.250$ , una correlación positiva débil y una significancia de  $p= 0.00 < 0.05$ , donde se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, indicando que ambas variables se correlacionan de manera significativa donde; La capacidad de respuesta de la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.



**Figura 22.** *Correlación de Capacidad de Respuesta de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente*

Gráfico de dispersión simple de las variables, muestran la tendencia de la correlación que hay entre las variables de investigación y su comportamiento.

**H<sub>4</sub>.** La empatía de calidad de servicio impacta en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**H<sub>0</sub>.** La empatía de calidad de servicio no impacta en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**Tabla 33.** Correlación de Empatía de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente

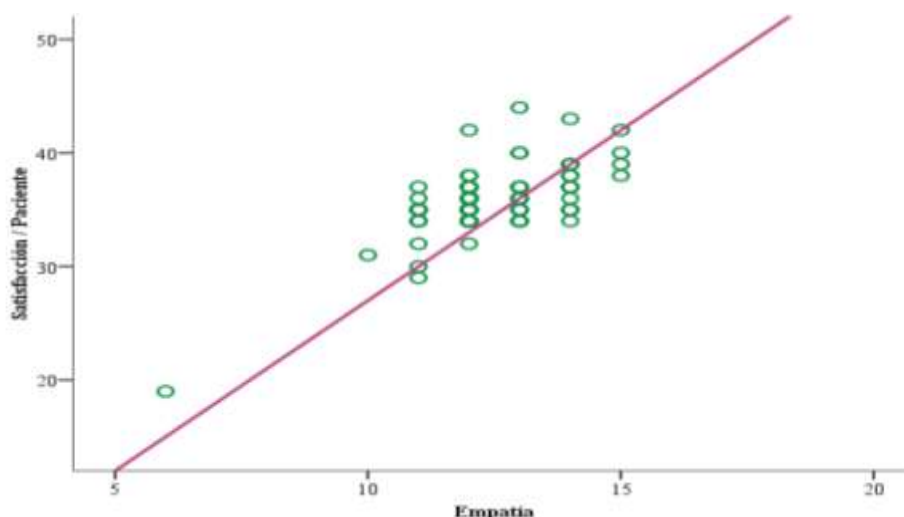
		Empatía	Satisfacción / Paciente	
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1.000	
		Sig. (bilateral)	.000	
	N	195	195	
	Satisfacción / Paciente	Coefficiente de correlación	.392*)	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	195	195

\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados muestran estadísticamente una relación de  $Rho = 0.392$ , una correlación positiva débil y una significancia de  $p = 0.00 < 0.05$ , donde se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, indicando que ambas variables se correlacionan de manera significativa donde; La empatía de calidad de servicio impacta en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**H5.** La calidad de servicio en los elementos tangibles incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.

**Ho.** La calidad de servicio en los elementos tangibles no incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.



**Figura 23.** Correlación de Empatía de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente.

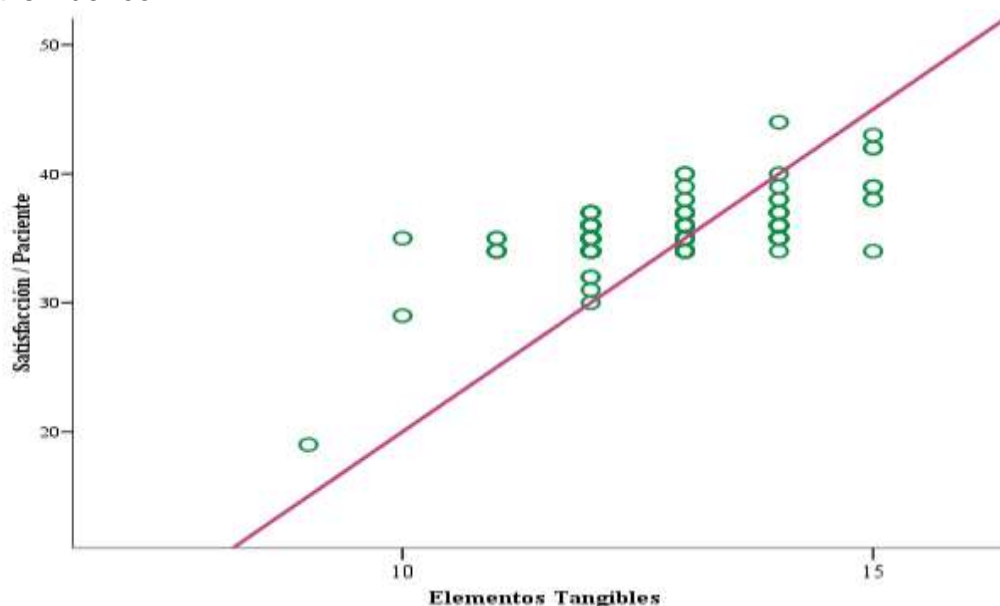
Gráfico de dispersión simple de las variables, muestran la tendencia de la correlación que hay entre las variables de investigación y su comportamiento.

**Tabla 34.** *Correlación de Elementos Tangibles de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente*

		Elementos Tangibles	Satisfacción / Paciente	
Rho de Spearman	Elementos Tangibles	Coeficiente de correlación	1.000	
		Sig. (bilateral)	.000	
	Satisfacción / Paciente	Coeficiente de correlación	.397*	
		Sig. (bilateral)	.000	
	N		195	195
	N		195	195

\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados muestran estadísticamente una relación de  $Rho = 0.397$ , una correlación positiva débil y una significancia de  $p = 0.00 < 0.05$ , donde se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, indicando que ambas variables se correlacionan de manera significativa donde; La calidad de servicio en los elementos tangibles incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico.



**Figura 24.** *Correlación de Elementos Tangibles de Calidad de servicio y Satisfacción del paciente*

Gráfico de dispersión simple de las variables, muestran la tendencia de la correlación que hay entre las variables de investigación y su comportamiento.

## V. DISCUSIÓN

A partir de los hallazgos encontrados, se acepta la hipótesis general que estable que la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L. Se determinó la hipótesis con la prueba de correlación de Rho Spearman se acepta la hipótesis general donde los resultados demuestran  $Rho = 0.444$  tiene una correlación positiva con una significancia de  $p = 0.00$  y es menor a  $< 0.05$  por regla de decisión estadística, rechazando así la hipótesis nula, se concluye que ambas variables están correlacionadas de manera significativa y directamente proporcional (signo positivo).

Estos resultados permiten contrastar con lo que sostiene Ruiz (2017) y Redhead (2015), mediante una prueba de Rho spearman, determinaron en sus investigaciones que la calidad de servicio guarda una relación directa y significativa con la satisfacción del paciente, donde Redhead (2015) indica correlación positiva de  $\rho = 0.609$  en su investigación y de Ruíz (2017) correlación positiva baja de  $\rho = 0.255$  en su investigación, en ambas con una significancia  $< 0.05$ , se concluye que ambas investigaciones aceptan la hipótesis general de sus investigaciones y afianzando la investigación realizada en el policlínico Laura Caller Ibérico, que guarda relación significativa entre las variables.

Para contrastar las hipótesis específicas de la investigación, donde las dimensiones de la calidad de servicio inciden e influyen la satisfacción del paciente mostrando resultados de fiabilidad = 0.414, seguridad = 0.273, capacidad de respuesta = 0.250, empatía = 0.392, elementos tangibles = 0.397, estos resultados guardan relación con los resultados de las siguientes investigaciones cómo:

Barrientos (2018), de muestra en su investigación una relación directa y positiva donde sus dimensiones tienen una correlación positiva moderada en fiabilidad  $\rho = 0.838$ , capacidad de respuesta = 0.871, seguridad  $\rho = 0.790$ , empatía  $\rho = 0.785$  y elementos tangibles  $\rho = 0.745$ , demostrando que la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente y en la investigación de Maggi (2018), de muestra en su investigación, una correlación y dispersión de sus variables son positiva alta, mide cada dimensión con una correlación para fiabilidad

= 0.567, empatía = 0.054, elementos tangible = 0.157, capacidad respuesta = 0.162, seguridad = 0.593, demostrando la correlación directa con la satisfacción del paciente mide la satisfacción, se concluye que ambas investigaciones guardan relación con la investigación realizada en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, donde las dimensiones guardan relación directa e influyen en la satisfacción del paciente.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **Primera**

Se determina que la calidad de servicio se relaciona de manera significativa con la Satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, con un valor de relación  $Rho=0.444$  correlación positiva moderada, donde la calidad de servicio tiene una frecuencia de aceptación del 75.4% y la Satisfacción del paciente de un 81 % según los pacientes encuestados en el policlínico Laura Caller Ibérico EIRL.

### **Segunda**

Incide la Fiabilidad en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, con un valor de relación  $Rho= 0.414$ , correlación positiva moderada, donde la fiabilidad tiene una frecuencia de aceptación del 84.6%, según los pacientes encuestados en el policlínico Laura Caller Ibérico EIRL.

### **Tercera**

Influye la Seguridad en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, con un valor de relación  $Rho= 0.273$ , correlación positiva débil, donde la Seguridad tiene una frecuencia de aceptación del 67.2%, según los pacientes encuestados en el policlínico Laura Caller Ibérico EIR.L.

### **Tercera**

Incide la Capacidad de respuesta en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, con un valor de relación  $Rho= 0.250$ , correlación positiva débil, donde la Capacidad de respuesta tiene una frecuencia de aceptación del 80.5%, según los pacientes encuestados en el policlínico Laura Caller Ibérico EIR.L.

### **Cuarta**

Impacta la Empatía en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, con un valor de relación  $Rho= 0.392$ , correlación positiva débil,

donde la Capacidad de respuesta tiene una frecuencia de aceptación del 79.5%, según los pacientes encuestados en el policlínico Laura Caller Ibérico EIRL.

### **Quinta**

Inciden los Elementos tangibles en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, con un valor de relación  $Rho= 0.397$ , correlación positiva débil, donde elementos tangibles tienen una frecuencia de aceptación del 52.8%, según los pacientes encuestados en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.



## **VII. RECOMENDACIONES**

Aunque se demuestren en los análisis de resultado un alto % de aprobación de la calidad de servicio y la satisfacción del paciente, no podemos dejar el 0.5% es de indiferencia, desacuerdo e insatisfacción, quede en el aire sin tomar medidas que ayuden y sostengan una buena referencia para el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L

Por ello se recomienda:

### **Primera**

El personal administrativo y médico debe de reforzar las capacitaciones de atención al cliente para esta sea más dinámica y efectiva, ya que la razón de ser de un negocio son los clientes y en el sector médico, los usuarios buscan un centro de salud donde les garanticen una fiabilidad ,seguridad, empatía , capacidad de respuesta y elementos tangibles sean a un 100% en su totalidad para garantizar que eligieron correctamente un centro médico donde su recuperación de salud sea efectiva y favorable ante una dolencia presentada, más aun que en nuestro país hay muchas brechas que faltan subsanar en el sector salud.

### **Segunda**

Realizar seguimiento del servicio donde se tuvo alguna queja o reclamo, e implementar una estrategia de recuperación de la calidad en la satisfacción del paciente, para futuras recomendaciones a clientes potenciales y a la vez innovar ante la competencia cercana.

### **Tercera**

El policlínico debe de realizar pequeñas evaluaciones de la calidad de servicio y la satisfacción del paciente o usuarios en forma anónima, para verificar si los resultados se mantienen constantes y positivos, en caso contrario puedan formular estrategias de mejora continua y posibles recomendaciones que sugieran sus clientes.

#### **Cuarta**

Evaluar o realizar campañas médicas donde exista la posibilidad de ofrecer precios más accesibles y acorde a las posibilidades de usuarios de acuerdo con la ubicación del policlínico, teniendo en cuenta la competencia directa que existe a alrededor de la zona.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña, A. J. (2004). *Mejoramiento de la Calidad - Un enfoque a los servicios* (1a. ed.). Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Barrientos, V. J. (2018). Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Laura Caller - Los Olivos , 2018. *Tesis Maestro en Gestión de los Servicios de la Salud , Universidad Cesar Vallejo*. Lima, Perú.
- Bolton, R. N., & James, D. H. (20 de Setiembre de 1991). Un modelo de múltiples etapas de evaluaciones de los clientes sobre la calidad y el valor del servicio. (P. p. Press, Ed.) *Revista de investigación del consumidor*, 17(4), 375-384.
- Brady, M. K., & Cronin, J. (01 de julio de 2001). Algunas ideas sobre conceptualización de la calidad de servicio percibida:un enfoque jerárquico. *Revista de Marketing*, 65(3), 34-49.
- Carmona , L. A. (1998). La teoria de los dos factores en la satisfaccion del cliente. Sevilla, España: Investigaciones Europea.
- Carmona , L. A. (1998). La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente. Sevilla, España: Investigaciones Europea.
- Colmenares, O., & Saavedra, J. (28 de 09 de 2007). *Tecnicas Administrativas*, 06. Obtenido de Aproximacion teorica de los modelos conceptuales de la calida del servicio: [www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm](http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm)
- Colmenares, O., & Saavedra, J. (28 de 09 de 2007). *Técnicas Administrativas*, 06. Recuperado el Dic de 2019, de Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio: [www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm](http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm)
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (01 de julio de 1992). Medición de la calida del servicio: un reexameny una extensión. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Crosby, P. B. (1988). *La organización permanentemente exitosa*. (M. G. Hill, Ed., & R. Haas, Trad.) México.
- Deming, W. E. (1982). Calidad,Productividad y Competitividad. En *out of the crisis - quality, productivity and competitive position* (1989 ed.).

- Diccionario ADM. (s.f.). *Gestiopolis- Diccionario -Administración-Empresas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/diccionario-administracion-empresas/>
- Diccionario CCM. (s.f.). *Buljan & Partners*. Recuperado el Dic de 2019, de <https://buljanandpartners.com/ccm/>
- Domínguez, A. J. (2018). Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil. *Tesis de Maestría en Administración de Empresas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Ecuador.
- Duque, E. (2005). revisión del concepto de calidad del servicio y sus Modelos de medición, revista de ciencias administrativas y sociales.
- Duque, O. E. (Enero a Junio de 2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus Modelos de medición, revista de ciencias administrativas y sociales. *Innovar, Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad de Colombia.*, 80.
- El Comercio. (04 de Setiembre de 2015). "*El 87% de pacientes esta satisfecho con atención en clínicas*". (Romainville, Izaguirre Mirian) Recuperado el Dic. de 2019, de Periodico, "El Comercio": <https://elcomercio.pe/economia/peru/87-pacientes-satisfecho-atencion-clinicas-197648-noticia/?ref=ecr>
- Excelsior. (11 de 04 de 2018). *Urgencias y gineco lideran denuncias ;recibe Conamed mil 673 quejas al año*. Recuperado el Nov. de 2019, de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/urgencias-y-gineco-lideran-denuncias-recibe-conamed-mil-673-quejas-al-ano/1231782>
- Gaither, F. T. (1983). Gestión creativa del servicio al cliente. *Revista internacional de distribución física y gestión de materiales*, 13(3), 34-50.
- George, D., & Mallery, P. ( Set. 2009). Evaluar coeficientes alfa cronbrach. In Allyn (Ed.), *SPSS para windows paso a paso: una guía de estudios y una referencia simple* (10 ed., p. 400). Bostón, EEUU: Pearson Education Canadá.
- Gestión. (29 de 8 de 2017). *Hay 50,000 quejas por mala atención en centros de salud*. (G. e. Comercio, Ed.) Recuperado el Dic. de 2019, de <https://gestion.pe/economia/hay-50-000-quejas-mala-atencion-centros-salud-142552-noticia/>

- Gilmore, C., & Moraes. (1996). H. Manual de Gerencia de Calidad. *Volumen III N° 9 O.P.S.*
- Gilmore, C., & Moraes. (1996). H. Manual de Gerencia de Calidad. *Volumen III N° 9 O.P.S.*
- Glosario Essalud. (s.f.). *Glosario de Essalud*. Obtenido de [http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/GLOSARIO\\_06052016.pdf](http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/GLOSARIO_06052016.pdf)
- Gosso, F. (2008). *Hipersatisfacción del cliente* (1 ed.). México: Panorama S.A.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios, La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. (L. R. Ramírez, & F. J. Criado, Trads.) Madrid: Lexington Books y Macmillan , Inc. Traducción: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Hernandez, S. R., Fernandez, C. C., & Baptista, L. M. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). (C. J. Mares, Ed.) D.F, México: Mc Graw Hill /Interamericana Editores, S.A de C.V.
- Hernandez, S. R., Fernandez, C. C., & Baptista, L. M. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). (C. J. Mares, Ed.) México: Mc Graw Hill /Interamericana Editores, S.A de C.V.
- Horovitz. (1990). *La calidad del servicio* (4 ed., Vol. 7). (M. G.-H. España, Ed.) España: Mac Graw - Hill de management.
- James, R. (2000). Calidad de Servicio. En *Administración y Control de la Calidad* (6 a ed., Vol. 2004). Benavides,R.
- Jiménez, G. F. (2020). Calidad en atención primaria en estomatología y su relación con la satisfacción de los usuarios de los prestadores externos del instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en la Provincia de El Oro. *Tesis de Maestría en Gerencia en Servicio de la Salud, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador.
- Juran, M. (2001). Estrategias para un Buen Servicio. En *Manual de Calidad de Juran* (4 a. ed.). D.F, Mexico: Mcgraw-Hill.
- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de marketing* (1 ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (8 ed.). (G. M. Martinez, Trad.) México: Pearson Educación. 2008.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (8 ed.). (G. M. Martinez, Trad.) México: Pearson Educación. 2008.

- Kotler, Philip. (2013). *Dirección de Mercadotecnia* (12 va. ed.).
- López, M. D. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's . *Tesis para optar Grado de Magíster en Administración de Empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador.
- Maggi, V. 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 en Gerencia en Servicio de la Salud, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador.
- Mezomo, J. C. (2001). Calidad de la Salud. En *Gestão da Qualidade na Saúde: Princípios Básicos*. Brasil: Manole Ltda.
- Molero, T., Panunzio, A., Cruz, S., Nuñez, M., Zambrano, M., Parra, I., y otros. (Agosto de 2010). Gestión de la Calidad de atención en laboratorios clínicos de hospitales públicos en Maracaibo, Venezuela. *Revista de Salud Pública.*, 12(4), 668.
- Mora, C. C. (Mayo - Agosto de 2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileña de Marketing, Universidad Nove de Julho*, 10(2), 146-162.
- Noticias ONU. (5 de 7 de 2018). *La atención médica de baja calidad afecta el bolsillo y empeora la salud*. (Castro, Itzel) Recuperado el Dic de 2019, de Naciones Unidas: <https://news.un.org/es/story/2018/07/1437292>
- Ortiz, U., & Oviedo, G. M. (2013). En *Metodología de la investigación interdisciplinaria*. México.
- Ortiz, U., & Oviedo, G. M. (2013). En *Metodología de la investigación interdisciplinaria*. Mexico.
- Parasuraman, U. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios* (1 ed.). (E. D. S.A, Ed., & S. C. Soriano, Trad.) Madrid, España: Publicado permiso "The free press" 1990 a División of Macmillan, Inc.
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1992). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. En *Journal of Marketing* (Vol. 58, págs. 111-124).
- Paz, C. R. (2005). Servicio al Cliente. En *Gestión Empresarial*. Ideas Propias S.L.

- Paz, C. R. (2005). Servicio al Cliente. En *Gestion Empresarial*. Ideas Propias S.L. RAE. (Octubre de 2014). *Diccionario de la lengua Española*, 23 Ed. Electrónica 23.3. Recuperado el Dic de 2019, de <https://dle.rae.es/contenido/actualizaci%C3%B3n-2019>
- Redhead, G. R. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el centro de salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013. *Tesis Magíster en Gerencia de Servicios de la Salud, Universidad Mayor de San Marcos*. Lima, Perú.
- Reyes, C. O. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el supermercado metro de la Av. Próceres de la Independencia - Hacienda año 2016. *Tesis en Licenciado en Administración, Universidad Cesar Vallejo*. Lima, Perú.
- Ribeiro, A. L. (2003). *Satisfacción de los Usuarios*. Satisfação dos utentes com os cuidados de enfermagem. Construção e validação de um instrumento de medida. Dissertação apresentada à Escola Superior de Enfermagem S. João, para concurso de Provas Públicas para professor coordenador na área científica de ci, Porto.
- Ribeiro, A. L. (2003). *Satisfacción de los Usuarios*. Satisfação dos utentes com os cuidados de enfermagem. Construção e validação de um instrumento de medida. Dissertação apresentada à Escola Superior de Enfermagem S. João, para concurso de Provas Públicas para professor coordenador na área científica de ci, Porto.
- Rodríguez, S. M. (2018). Calidad de la atención y su influencia en la satisfacción del paciente del Instituto Regional de oftalmología IRO - Trujillo. *Optar Título profesional de Licenciado en Administración y Finanzas*. Chinchá, Perú.
- RPP. (18 de Julio de 2016). *Los Olivos: paciente es atendida mientras médico conversa por celular*. (Grupo RPP) Recuperado el Nov de 2019, de RPP Noticias: <https://rpp.pe/lima/actualidad/los-olivos-noticia-980377?ref=rpp>
- Ruiz, P. R. (2017). Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II, Tarapoto, San Martín - 2016. *Tesis Magister en Gestión de los Servicio de la Salud , Universidad Cesar Vallejo*. Perú.

- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). *Calidad del servicio: nuevas direcciones en la teoría y la práctica*. (J. L. Hunter, Ed.) California, EEUU: Sage Publications, Inc.
- Schiffman, L. G., & Lazar, K. L. (2010). *Comportamiento del Consumidor* (10 ed.). (D. C. Guillermo, Ed., & R. V. Alba, Trad.) México: Pearson Educación Inc.
- Vía, P. L. (2018). Nivel de satisfacción con la calidad de atención del área de salud percibido por el personal usuario externo de la Marina de Guerra del Perú-Callao 2017. *Repositorio*, 110. Callao, Perú.
- Vidal, V., Pineda, L., & Reyes, H. (1993). *Diseño de un Sistema de Monitoreo para el Desarrollo de Programas de Garantía de Calidad. Salud Pública*. Salud Pública, México.
- Vidal, V., Pineda, L., & Reyes, H. (1993). *Diseño de un Sistema de Monitoreo para el Desarrollo de Programas de Garantía de Calidad. Salud Pública*. Salud Publica, Mexico.



## **ANEXOS**

## Anexo 1. Matriz de consistencia

Problema de Investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis de investigación	Variables y Dimensiones	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo influye la calidad del servicio en la satisfacción del paciente en el policlínico Laura Caller Ibérico?</p>	<p>Objetivos General</p> <p>Determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>HG. La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del paciente en el Policlínico Laura Caller Ibérico. H 0. La calidad del servicio no se relaciona con la satisfacción del paciente en el Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>Calidad de servicio</p>	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>*Aplicada: objetivo resolver problema, búsqueda y consolidación de datos usando teoría. Nivel:</p> <p>*Descriptiva: describe y analiza las variables. *Correlacional: Determinar el grado de correlación entre las variables.</p>
<p>Problema Específico</p> <p>¿Cómo la calidad de servicio en la fiabilidad incide en la satisfacción del paciente del policlínico Laura Caller Ibérico?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar como la fiabilidad en la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>H1. La calidad de servicio en la fiabilidad incide en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico. H0. La calidad de servicio en la fiabilidad incide en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>Fiabilidad Seguridad Capacidad de respuesta Empatía Elementos tangibles</p>	<p>Diseño:</p> <p>*No Experimental: no se manipulan las variables. *Transversal: La investigación se hizo en un determinado tiempo. *Cuantitativa: recolección de datos que van hacer medidos en una escala (Likert)</p>
<p>¿Cómo la seguridad de la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente en el Policlínico Laura Caller Ibérico?</p>	<p>Establecer como la seguridad en la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>H2. La seguridad de la calidad de servicio influye en la satisfacción del paciente en el Policlínico Laura Caller Ibérico. H0. La seguridad de la calidad de servicio no influye en la satisfacción del paciente en el Policlínico Laura Caller Ibérico</p>	<p>Variable dependiente</p> <p>Satisfacción del paciente</p>	<p>Población: 440 atenciones promedio, información del policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R. L</p>
<p>¿En qué medida la capacidad de respuesta de la calidad de servicio incide en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico?</p>	<p>Analizar en que forma la capacidad de respuesta en la calidad del paciente incide en la satisfacción del paciente en el Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>H3. La capacidad de respuesta de la calidad de servicio incide en la satisfacción del Paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico. H0. La capacidad de respuesta de la calidad de servicio no incide en la satisfacción del Paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>		<p>Muestra: 195 usuarios encuestados.</p>
<p>¿Cómo la empatía de calidad de servicio impacta en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico?</p>	<p>Indicar de qué manera la empatía en la calidad del paciente impacta en la satisfacción del Paciente Del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>H4. La empatía de calidad de servicio impacta en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico. H0. La empatía de calidad de servicio no impacta en la satisfacción del Paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>		<p>Nota: Se encuestaron total 205 usuarios, se tomaron 195 encuestas llenadas correctamente.</p>
<p>¿De qué manera la calidad de servicio en los elementos tangibles incide en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico?</p>	<p>Estudiar como los elementos tangibles de la calidad del paciente incide en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>H5 La calidad de servicio en los elementos tangibles incide en la satisfacción del paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico. H0. La calidad de servicio en los elementos tangibles no incide en la satisfacción del Paciente del Policlínico Laura Caller Ibérico.</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>Rendimiento percibido Expectativa Nivel de satisfacción</p>	<p>Técnica de recolección de datos: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Medir las variables Calidad de servicio (Parasuraman1993), y Satisfacción del paciente (Kotler 2008); en una escala de Likert del 1 – 5. Confiabilidad del instrumento en Alfa de Cron Bach. Prueba de normalidad: Kolmogorov. Prueba de correlación: no paramétrica Comprobar hipótesis: Rho spearman.</p>

## Anexo 1. Matriz de operacionalización

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicador	Instrumento	Definición Operacional / Indicadores
<b>Calidad De Servicio</b>	Esta debe estar constituida por los deseos de los clientes, utilizando como herramienta aplicada a la calidad de servicio identificando el acceso de fidelización, comunicación y cortesía, teniendo en cuenta que estas sean tangibles y de seguridad. (Parasuraman, Zeithaml, Berry 1993)	<p>Fiabilidad</p> <p>Seguridad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Empatía</p> <p>Elementos tangibles</p>	Se llevará a cabo a través de la aplicación de un cuestionario de 15 preguntas, para la variable independiente medida en la escala de Likert.	<p>Trato</p> <p>Asesoría</p> <p>Compromiso</p> <p>Garantía</p> <p>Privacidad</p> <p>Confianza</p> <p>Disponibilidad</p> <p>Rapidez</p> <p>Tiempo</p> <p>Atención</p> <p>Comprensión</p> <p>Comunicación</p> <p>Personal uniformado</p> <p>Equipamiento</p> <p>Limpieza y orden</p>	<b>Cuestionario</b>	<p>Trato de buena atención en el área de recepción.</p> <p>Asesoría brindar información oportuna.</p> <p>Compromiso de disponer con citas a los usuarios.</p> <p>Garantía de personal capacitado para atender.</p> <p>Privacidad en la atención del usuario.</p> <p>Confianza del médico que atiende al usuario.</p> <p>Disponibilidad del personal orientar explicar usuario.</p> <p>Rapidez de atención en una emergencia.</p> <p>Tiempo corto sin demora alta médica- tramites</p> <p>Atención en los procedimientos médicos del paciente</p> <p>Comprensión solucionar problema de salud.</p> <p>Comunicación de decepcionar queja observada.</p> <p>Personal bien uniformado.</p> <p>Equipos modernos y materiales disponibles</p> <p>Instalaciones se mantienen ordenadas y limpias.</p>
<b>Satisfacción del Paciente</b>	Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comprar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler & Armstrong 2008)	<p>Rendimiento percibido</p> <p>Expectativa</p> <p>Nivel de Satisfacción</p>	Se llevará a cabo a través de la aplicación de un cuestionario de 9 preguntas, para la variable dependiente medida en la escala de Likert.	<p>Trato</p> <p>Información</p> <p>Tiempo</p> <p>Rapidez</p> <p>Limpieza</p> <p>Pago</p> <p>Privacidad</p> <p>Comunicación</p> <p>Seguridad</p>	<b>Cuestionario</b>	<p>Trato recibido en la atención.</p> <p>Información específica y sencilla al usuario.</p> <p>Tiempo de atención adecuada al usuario.</p> <p>Rapidez de atención en administración</p> <p>Observa la limpieza de los ambientes</p> <p>Pagos adecuados al estándar de zona.</p> <p>Privacidad historia médica del usuario.</p> <p>Comunicación adecuada doctor –paciente.</p> <p>Seguridad de confianza en su atención total.</p>

### Anexo 3. Instrumento

#### Instrumento

#### Cuestionario: Medición de la Calidad del Servicio y Satisfacción del Paciente en el Policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L.

Soy alumna de la Universidad Privada Telesup, estoy realizando una investigación sobre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de Servicio del Paciente en el Policlínico Laura Caller Ibérico; para obtener mi título profesional.

Su participación es totalmente anónima y voluntaria; sus respuestas serán de vital importancia y ayudara a esta investigación.

Marcar con ( X ) la alternativa que considere correcta a su opinión.

#### Datos Generales:

Sexo: M ( ) F ( )  
 Estado Civil: Soltero ( ) Casado ( ) Conviviente ( )  
 Edad: >20 años ( ) 21 - 44 años ( ) 45 - 59 años ( ) +60 años ( )  
 Especialidad de Atención:  
 Medicina General ( ) Obstetricia ( ) Psicología ( ) Odontología ( ) Neurología ( )  
 Pediatría ( ) Serv.Ambulancia ( ) Gastroenterología ( ) Ginecología ( ) Laboratorio ( )

Calidad de servicio		Completamente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Ítem	Fiabilidad					
1	El Policlínico Laura Caller Ibérico, le brinda una buena atención en el área de recepción.					
2	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, el personal le brinda información oportuna.					
3	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, Encuentra disponibilidad para encontrar una cita médica.					
<b>Seguridad</b>						
4	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, el personal está totalmente calificado para atenderlo.					
5	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, respetan su privacidad durante su atención médica.					
6	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, el personal médico que lo atendió le inspira confianza.					
<b>Capacidad de respuesta</b>						
7	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, el personal está disponible para orientarlo.					
8	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, fue atendido rápido en emergencia / urgencia.					
9	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, al término de su alta médica los trámites administrativos fueron rápido.					
<b>Empatía</b>						
10	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, el médico que ve su caso le explico los procedimientos y tratamientos, que recibirá.					
11	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, el médico mostro interés en solucionar su problema de salud.					
12	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, tiene alguna queja del servicio recibido.					
<b>Elementos tangibles</b>						

13	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, todo el personal cuenta con una presentación adecuada.					
14	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, cuenta con materiales y equipos modernos, disponibles para su atención.					
15	En el Policlínico Laura Caller Ibérico, las instalaciones se encuentran limpias y buenas condiciones para atenderlo.					
<b>Satisfacción del paciente</b>		<b>Total ment e Insati sfech o</b>	<b>Insatis fecho</b>	<b>Indifer ente</b>	<b>Satisf echo</b>	<b>Totalmen te Satisfech o</b>
<b>Rendimiento percibido</b>						
16	El trato en la atención médica recibida fue adecuado en el Policlínico Laura Caller Ibérico.					
17	La información de su historia médica brindado por su médico fue específica, en el Policlínico Laura Caller Ibérico.					
18	El tiempo de espera para su atención médica fue dentro de los 30 minutos, en el Policlínico Laura Caller Ibérico.					
<b>Expectativa</b>						
19	En el área administrativa fue atendido dentro de los 10 minutos de espera en cola, en el Policlínico Laura Caller Ibérico.					
20	Los ambientes en general están limpios y cómodos, en el Policlínico Laura Caller Ibérico.					
21	El pago de su atención médica estuvo al alcance de sus posibilidades, en el Policlínico Laura Caller Ibérico.					
<b>Nivel de satisfacción</b>						
22	En su atención médica, se respetó su privacidad en el Policlínico Laura Caller Ibérico.					
23	El médico mantuvo una comunicación correcta en todo momento al darle seguimiento a su problema de salud, en el Policlínico Laura Caller Ibérico.					
24	Se sintió seguro al ser atendido por el personal médico y administrativo del Policlínico Laura Caller Ibérico.					

Gracias por su participación.

## Anexo 4. Validación del instrumento

### PROMEDIO DE VALORACIÓN

Aplicar SIM Conexión

### OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente    b) Baja    c) Regular     d) Buena    e) Muy buena

Nombres y Apellidos: Edmundo González Zavate

DNI N°: 06408486    Teléfono/Celular: 999 004420

Dirección domiciliaria: Munión 255 Cr. Molina

Título Profesional: Ingeniero

Grado Académico: Doctorado Administración

Mención: Psicología / Investigación

  
Firma

Lugar y fecha: Lima 08 Febrero 2020

PROMEDIO DE VALORACIÓN

APLICACIÓN SIN CORRECCIÓN

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

a) Deficiente    b) Baja    c) Regular     d) Buena    e) Muy buena

Nombres y Apellidos: PERCY JORGE SUAREZ YMBERTIS

DNI N°: 07260837    Teléfono/Celular: 994481177

Dirección domiciliaria: Jr. MAMA OCLLO N° 1987 - LINCE

Título Profesional: ECONOMISTA

Grado Académico: MAGISTER

Mención: DESARROLLO EMPRESARIAL Y REGIONAL

  
Firma

Lugar y fecha: LIMA, 09/02/2020

## Anexo 5. Matriz de datos

Base de Datos Calidad de Servicio

ID	Fiabilidad				Seguridad				Capacidad de Respuesta				Empatía				Elementos Tangibles				
	V5	V6	V7		V8	V9	V10		V11	V12	V13		V14	V15	V16		V17	V18	V19		
1	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	7
2	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14	7
3	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	6
4	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	14	7
5	5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13	6
6	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	6
7	5	5	5	15	4	5	5	14	5	4	4	13	5	5	5	15	5	4	5	14	7
8	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10	4	4	3	11	4	4	4	12	5
9	3	4	4	11	5	5	5	15	5	2	3	10	5	5	4	14	5	4	5	14	6
10	4	4	4	12	4	4	5	13	4	3	5	12	5	5	4	14	5	4	5	14	6
11	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	4	10	5
12	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	4	13	6
13	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	7
14	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	5	13	6
15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	6
16	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	6
17	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	6
18	4	5	5	14	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	6
19	3	4	3	10	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	5
20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	6
21	2	3	3	8	3	3	3	9	4	3	2	9	4	3	3	10	4	4	4	12	4
22	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	6
23	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	4	13	6
24	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	4	13	6
25	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	6
26	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	5	14	6
27	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	5	15	6



28	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	5	4	1 3	4	4	4	1 2	6 1
29	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	5 9
30	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
31	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
32	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 2
33	5	4	4	1 3	5	4	5	1 4	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 4
34	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	5	4	1 4	6 4
35	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	5 8
36	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 2
37	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
38	5	4	4	1 3	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 2
39	3	3	4	1 0	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 8
40	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 0
41	4	4	4	1 2	5	5	4	1 4	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 3
42	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
43	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	3	1 1	4	4	4	1 2	5 9
44	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
45	4	4	4	1 2	4	5	5	1 4	4	4	4	12	4	4	3	1 1	5	3	4	1 2	6 1
46	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	3	3	1 0	5 8
47	4	4	3	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	5 8
48	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
49	2	4	4	1 0	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 0
50	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 0
51	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	5	4	4	13	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 2
52	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5	4	4	13	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 2
53	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	5 8
54	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	3	1 1	4	4	4	1 2	5 9
55	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 0
56	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 2
57	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
58	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	3	4	1 1	5 9

59	5	5	4	1 4	5	4	4	1 3	4	4	4	12	4	5	4	1 3	5	4	4	1 3	6 5
60	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
61	4	4	4	1 2	4	5	5	1 4	4	4	4	12	4	5	4	1 3	4	4	4	1 2	6 3
62	3	4	4	1 1	4	5	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
63	5	4	4	1 3	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 2
64	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
65	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	5	4	1 3	5	4	4	1 3	6 2
66	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
67	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
68	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
69	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
70	5	4	4	1 3	4	4	4	1 2	5	5	5	15	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 5
71	5	4	4	1 3	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 4
72	4	3	4	1 1	4	4	5	1 3	4	5	5	14	4	5	5	1 4	4	4	4	1 2	6 4
73	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	5	4	1 3	4	4	4	1 2	6 1
74	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
75	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
76	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	5	4	4	13	4	5	4	1 3	4	4	4	1 2	6 3
77	4	3	4	1 1	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	5	4	1 3	5	4	4	1 3	6 2
78	4	5	4	1 3	4	4	5	1 3	5	4	4	13	4	5	4	1 3	5	4	5	1 4	6 6
79	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	3	4	11	4	5	4	1 3	5	4	4	1 3	6 2
80	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	5	4	1 3	5	4	4	1 3	6 3
81	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	5	4	1 3	5	4	4	1 3	6 3
82	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	5	4	1 3	5	4	4	1 3	6 3
83	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	5	4	1 3	5	5	4	1 4	6 3
84	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
85	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 2
86	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 0
87	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	5	4	4	13	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 2
88	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	3	4	1 1	5 9
89	4	4	4	1 2	4	5	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 3

90	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
91	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
92	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
93	4	4	5	1 3	5	4	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 2
94	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 2
95	4	3	4	1 1	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	6 1
96	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 3
97	3	4	4	1 1	4	4	5	1 3	4	4	4	12	4	4	3	1 1	4	4	5	1 3	6 0
98	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
99	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	6 1
100	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	6 1
101	4	4	4	1 2	4	5	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	6 2
102	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	3	4	1 1	5 8
103	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
104	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
105	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
106	4	4	3	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 0
107	4	4	3	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
108	5	3	3	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
109	3	4	3	1 0	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	5 9
110	4	4	4	1 2	4	5	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
111	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
112	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	3	1 1	4	4	4	1 2	5 9
113	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
114	4	4	4	1 2	5	5	4	1 4	5	4	4	13	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 3
115	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
116	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	3	11	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
117	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
118	4	4	4	1 2	4	4	3	1 1	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
119	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
120	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0

12 1	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
12 2	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
12 3	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 0
12 4	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
12 5	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 1
12 6	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 3
12 7	4	4	4	1 2	3	4	4	1 1	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
12 8	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
12 9	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	3	1 1	4	4	4	1 2	5 9
13 0	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
13 1	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
13 2	5	4	4	1 3	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
13 3	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
13 4	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
13 5	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	5	5	4	1 4	4	4	4	1 2	6 3
13 6	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	5	4	4	1 3	4	4	4	1 2	6 1
13 7	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
13 8	4	4	4	1 2	5	5	4	1 4	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	3	4	1 1	6 1
13 9	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
14 0	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
14 1	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	5	1 3	4	4	4	1 2	6 1
14 2	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	5	4	4	1 3	5	4	4	1 3	6 2
14 3	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
14 4	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
14 5	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
14 6	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
14 7	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
14 8	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
14 9	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
15 0	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
15 1	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	5	5	5	1 5	5	5	5	1 5	6 7

15 2	5	4	4	1 3	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
15 3	5	4	5	1 4	5	4	4	1 3	4	4	4	12	5	4	4	1 3	5	4	5	1 4	6 6
15 4	1	2	4	7	2	3	2	7	2	3	2	7	3	2	1	6	3	3	3	9	3 6
15 5	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
15 6	4	4	4	1 2	5	5	4	1 4	5	5	4	14	4	5	5	1 4	5	5	5	1 5	6 9
15 7	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
15 8	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	6 1
15 9	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
16 0	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	3	4	11	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	6 0
16 1	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	4	4	4	12	5	5	4	1 4	4	4	4	1 2	6 3
16 2	3	4	4	1 1	4	4	5	1 3	4	3	4	11	4	5	4	1 3	4	4	4	1 2	6 0
16 3	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
16 4	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	6 1
16 5	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
16 6	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	4	5	5	14	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 3
16 7	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	5	4	13	5	5	4	1 4	4	4	4	1 2	6 3
16 8	4	4	4	1 2	5	4	4	1 3	5	5	5	15	4	5	4	1 3	4	4	5	1 3	6 6
16 9	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
17 0	4	4	4	1 2	5	5	4	1 4	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 2
17 1	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
17 2	3	4	4	1 1	5	4	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
17 3	4	3	4	1 1	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
17 4	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	3	4	4	11	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	5 9
17 5	4	4	4	1 2	4	5	4	1 3	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
17 6	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	5	1 3	6 1
17 7	4	4	5	1 3	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 1
17 8	4	4	5	1 3	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 3
17 9	4	4	5	1 3	5	5	5	1 5	5	5	4	14	4	5	5	1 4	5	5	5	1 5	7 1
18 0	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	6 0
18 1	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	4	4	4	1 2	5	4	5	1 4	6 2
18 2	4	4	4	1 2	4	4	4	1 2	4	4	4	12	3	4	4	1 1	4	4	4	1 2	5 9

183	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	61
184	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	62
185	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	61
186	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	61
187	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	60
188	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	4	13	63
189	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	59
190	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	59
191	4	4	3	11	5	5	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	61
192	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	5	14	65
193	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	60
194	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
195	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	61

### Base de Datos Satisfacción del Paciente

ID	Rendimiento Percibido				Expectativa				Nivel de Satisfacción				
	V20	V21	V22		V23	V24	V25		V26	V27	V28		
1	5	4	4	13	4	5	2	11	5	5	5	15	39
2	4	5	4	13	5	5	3	13	5	5	4	14	40
3	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
4	5	4	4	13	4	5	2	11	5	4	4	13	37
5	5	4	4	13	4	5	3	12	5	5	5	15	40
6	4	4	4	12	5	5	3	13	5	5	4	14	39
7	5	5	4	14	4	5	3	12	5	4	4	13	39
8	4	4	3	11	3	4	2	9	3	4	3	10	30
9	5	5	2	12	4	4	4	12	4	5	4	13	37
10	4	5	3	12	4	4	4	12	5	5	4	14	38
11	3	4	3	10	3	3	2	8	4	4	3	11	29
12	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	39
13	5	5	5	15	4	5	3	12	5	5	5	15	42
14	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	34
15	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	35
16	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
17	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
18	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	5	14	37
19	4	3	3	10	3	4	3	10	4	4	4	12	32
20	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
21	4	4	3	11	3	4	2	9	4	4	3	11	31
22	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	14	42
23	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	13	36
24	4	5	4	13	4	4	2	10	4	4	4	12	35
25	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34

26	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
27	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
28	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
29	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
30	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
31	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	4	12	37
32	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
33	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
34	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
35	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
36	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
37	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
38	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
39	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
40	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
41	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
42	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
43	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
44	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
45	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
46	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
47	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
48	4	5	4	13	4	4	1	9	4	5	4	13	35
49	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
50	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
51	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
52	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
53	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
54	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
55	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
56	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
57	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
58	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
59	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14	40
60	5	4	4	13	4	5	3	12	4	4	4	12	37
61	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
62	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
63	4	3	4	11	4	4	4	12	5	4	4	13	36
64	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
65	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	4	12	37
66	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
67	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
68	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
69	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
70	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	37
71	4	4	4	12	4	4	3	11	5	5	4	14	37
72	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
73	4	5	4	13	4	4	3	11	5	4	4	13	37
74	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
75	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
76	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
77	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
78	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	37
79	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35

80	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
81	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	37
82	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
83	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
84	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
85	4	5	4	13	4	4	2	10	4	4	4	12	35
86	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	11	34
87	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
88	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
89	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
90	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
91	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
92	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
93	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
94	4	5	4	13	4	4	3	11	5	4	4	13	37
95	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
96	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
97	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
98	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
99	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
100	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
101	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
102	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
103	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
104	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
105	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
106	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
107	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
108	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
109	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
110	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
111	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
112	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
113	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
114	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
115	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
116	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
117	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
118	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
119	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
120	4	2	4	10	4	4	2	10	4	4	4	12	32
121	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	37
122	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13	38
123	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
124	4	4	4	12	4	5	2	11	4	4	4	12	35
125	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
126	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	4	12	37
127	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
128	5	5	4	14	4	4	3	11	5	4	4	13	38
129	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	4	12	37
130	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
131	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
132	4	4	4	12	4	4	3	11	5	5	4	14	37
133	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35



134	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
135	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
136	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
137	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
138	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
139	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
140	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
141	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
142	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	34
143	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	34
144	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
145	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
146	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
147	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
148	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
149	5	5	5	15	4	4	3	11	4	4	4	12	38
150	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	11	34
151	5	5	4	14	4	4	3	11	5	4	4	13	38
152	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
153	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	44
154	2	3	2	7	1	3	1	5	3	2	2	7	19
155	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
156	5	5	4	14	4	5	2	11	4	4	5	13	38
157	4	4	4	12	4	5	3	12	4	4	4	12	36
158	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
159	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
160	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	34
161	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
162	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	12	36
163	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
164	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
165	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
166	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
167	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
168	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
169	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
170	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
171	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
172	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
173	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
174	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
175	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
176	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
177	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
178	4	4	4	12	4	5	3	12	4	4	4	12	36
179	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	15	43
180	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
181	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
182	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	34
183	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	4	12	37
184	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
185	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	34
186	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	34
187	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	34

188	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
189	4	5	4	13	4	4	2	10	3	4	4	11	34
190	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	35
191	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35
192	5	4	4	13	4	5	3	12	4	4	4	12	37
193	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	36
194	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	34
195	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	35

## **Anexo 6. Propuesta valor**

### **Propuesta de investigación:**

Implementar un plan de marketing local, según los resultados mostrados en la investigación.

### **Introducción**

A través de esta propuesta se propone generar una importante expectativa a la satisfacción del usuario del policlínico Laura Caller Ibérico con opción de poder incrementar grado de aceptación en los pagos sean accesibles y beneficiosos.

### **Objetivo**

Incrementar el nivel de satisfacción de pago /beneficio, obteniendo una cita médica por el cual el usuario perciba preciso pagar.

### **Resultado esperado**

Al elaborar una estrategia de marketing se puede segmentar a un grupo de usuarios que estén en un promedio de pagos acordes a la zona geografía de personas socio económicas que puedan acceder a la atención de salud ,de los niveles B y C entre las edades 21 a 44 años, demostrado en la investigación tienen una participación del 67.2% de asistencia al policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L, este valor puede ayudar a cumplir expectativas y tener nuevas oportunidades de lograr mejores resultados en el incremento de la satisfacción del usuario.

### **Estrategia:**

Fidelizar a los usuarios que se atienden en el policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L; En promedio atienden a 440 usuarios semanales, demostrado en esta investigación que el 2.1% se muestran indiferentes a las expectativas de la satisfacción del paciente. Se propone para este pequeño grupo de usuarios, como plan de marketing:

- Implementar un pack de salud que ofrezca evaluaciones preventivas anuales a personas que estén afiliados a un seguro privado y esta le permita acceder como beneficio a una evaluación anual.
- Revisar la estructura de costos para brindar un mejor servicio de accesibilidad de atención en el policlínico, tanto para afiliados por un seguro privado y atraer a posibles usuarios nuevos, por capacidad de pago pueden acceder a un servicio especial adultos jóvenes que viven zona norte, mostrando su DNI.

- Fomentar servicios preventivos con campañas on line, ya que este medio en la actualidad es muy utilizado, al mostrar la publicidad pueda acceder a una oferta especial de prevención en el que garanticen un diagnóstico oportuno y preciso para el bienestar del usuario.
- Realizar encuestas online a cada usuario atendido en el policlínico, enviándole a su WhatsApp o correo electrónico una encuesta que permita medir la satisfacción de atención del paciente, con preguntas sencillas y bien elaboradas y de esta manera asegurar seguimiento y constancia en la calidad del servicio.
- Como plus el policlínico Laura Caller Ibérico debería brindar charlas informativas de prevención de la salud para sus pacientes, ingresando a la web del policlínico con su código de paciente.

**Conclusión:**

Como conclusión se propone esta propuesta de valor, demostrado en la investigación que se busca determinar y medir en qué grado la calidad de servicio índice en la satisfacción del paciente ,al proponer un plan de marketing, se busca darle seguimiento a pequeños inconvenientes que se generaron al inicio de esta investigación y no dejar que el nivel de expectativa que tienen los usuarios con respecto al policlínico Laura Caller Ibérico E.I.R.L baje a tal grado que sea imposible de controlar y seguir manteniendo su calidad de servicio a sus usuarios frecuentes - satisfechos y poder captar nuevos clientes a futuro.