

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS A
LOS CLIENTES Y SU CONTRIBUCIÓN
EN LA ADMINISTRACIÓN DE LA
CLÍNICA GINECOLÓGICA SOFÍA
VÍCTORIA DEL DISTRITO DE
HUACHO-2018**

PRESENTADO POR:

ROSALIN ESTELA PATRONI ESTRADA

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GERENCIA DE
SERVICIOS DE SALUD**

ASESOR:

DR. MIGUEL ANGEL LUNA NEYRA

HUACHO - 2021

**LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS A LOS CLIENTES Y SU
CONTRIBUCIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN DE LA CLÍNICA
GINECOLÓGICA SOFÍA VÍCTORIA DEL DISTRITO DE HUACHO-
2018**

ROSALIN ESTELA PATRONI ESTRADA

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR

DR. MIGUEL ANGEL LUNA NEYRA

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRO EN GERENCIA DE SERVICIOS DE SALUD
HUACHO
2021**



DEDICATORIA

La presente tesis ésta dedicada a mí madre Estela a mis hijas Sofía, Alejandra y mi amado esposo Juan, quienes son el motor de mi vida y me han motivado para lograr optar mí grado de maestro y así ser más competitiva para enfrentar los escenarios laborales que cada día son más competitivos

Rosalin Estela Patroni Estrada



AGRADECIMIENTO

En primer lugar mi agradecimiento a Dios quién con su bendición me ha dado fuerza sabiduría para alcanzar una de mis metas para ser cada día mejor en mi vida y en mí profesión, así también mi agradecimiento a mi familia y asesor el Dr. Miguel Angel Luna Neyra por su asesoría correspondiente.

Rosalin Estela Patroni Estrada

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Problema general	4
1.2.2 Problemas específicos	4
1.3 Objetivos de la investigación	5
1.3.1 Objetivo general	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Justificación de la investigación	5
1.5 Delimitaciones del estudio	6
1.6 Viabilidad del estudio	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación	8
2.1.1 Investigaciones internacionales	8
2.1.2 Investigaciones nacionales	9
2.2 Bases teóricas	11
2.3 Bases filosóficas	24
2.4 Definición de términos básicos	26
2.5 Hipótesis de investigación	27
2.5.1 Hipótesis general	27
2.5.2 Hipótesis específicas	27
2.6 Operacionalización de las variables	27

**CAPÍTULO III
METODOLOGÍA**

3.2	Población y muestra	31
3.2.1	Población	31
3.2.2	Muestra	31
3.3	Técnicas de recolección de datos	32
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	33

**CAPÍTULO IV
RESULTADOS**

4.1	Análisis de resultados	34
4.2	Contrastación de hipótesis	40

**CAPÍTULO V
DISCUSIÓN**

5.1	Discusión de resultados	51
------------	--------------------------------	-----------

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1	Conclusiones	56
6.2	Recomendaciones	59
REFERENCIAS		60
7.2	Fuentes bibliográficas	60
7.3.	Fuentes hemerográficas	61
7.4	Fuentes electrónicas	61
ANEXOS		63
	Tabla de distribución del chi cuadrado ((Y ²)	64
	Modelo de encuesta	65
	Acta de sustentación	66

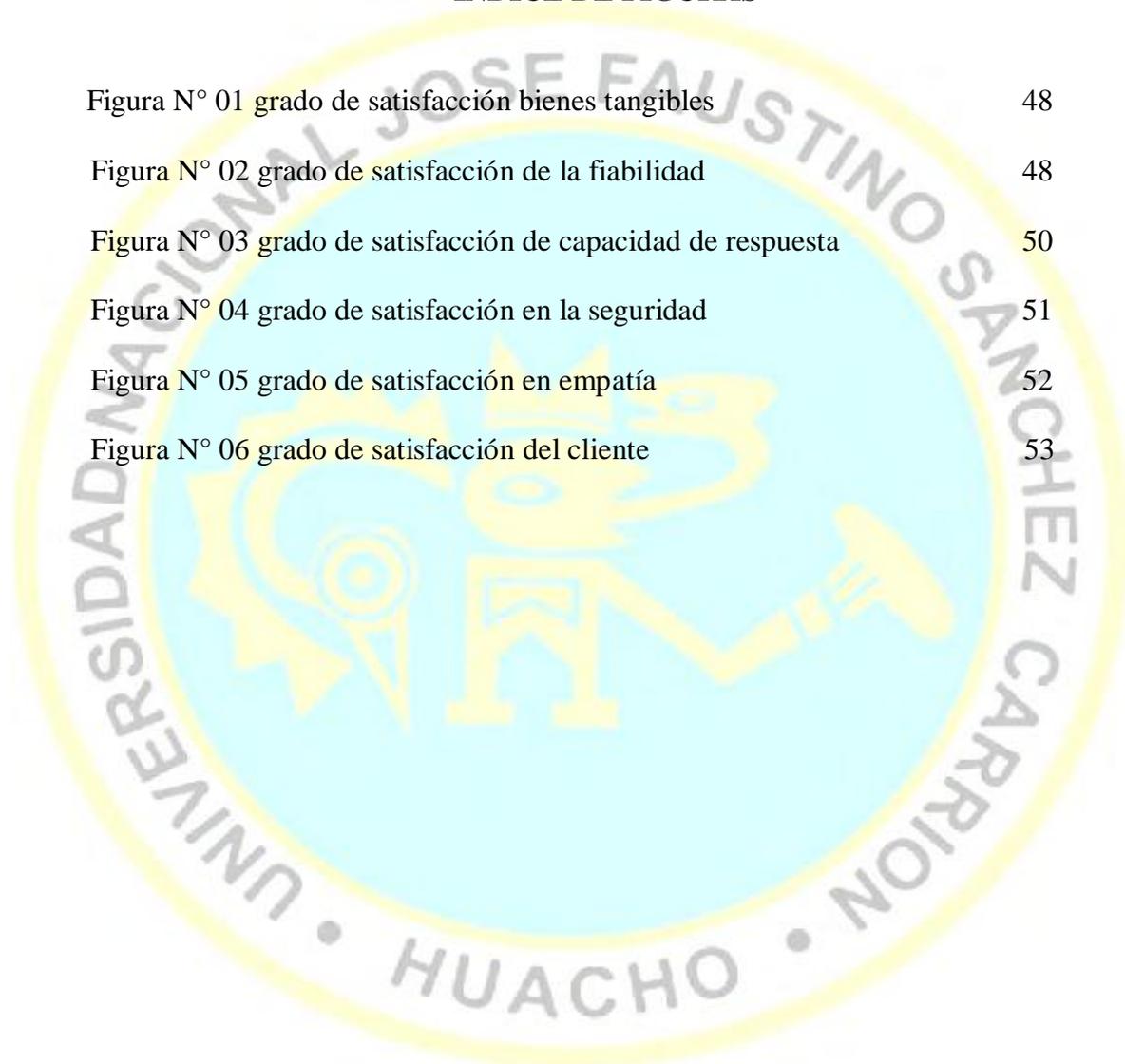
INDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 variable independiente y dependiente	41
Tabla N° 02 Operacionalización de variables	42
Tabla N° 03 Población y zona	43
Tabla N° 04 Incidencias para hacer encuestas	46
Tabla N° 05 Satisfacción de la dimensión tangible	48
Tabla N° 06 Satisfacción de la dimensión fiabilidad	48
Tabla N° 07 Satisfacción de la dimensión de capacidad de respuesta	50
Tabla N° 08 Satisfacción de la dimensión de la seguridad	51
Tabla N° 09 satisfacción de la dimensión de la empatía	52
Tabla N°10 Satisfacción del servicio de la clínica Sofía Victoria	53
Tabla N° 11 Frecuencias observadas dimensión tangibles	55
Tabla N° 12 Frecuencias esperadas dimensiones tangibles	55
Tabla N° 13 Frecuencias observadas dimensión de fiabilidad	57
Tabla N° 14 frecuencias esperadas dimensión de fiabilidad	57
Tabla N° 15 frecuencias observadas dimensión de capacidad de respuesta	58
Tabla N° 16 Frecuencia esperada dimensión de capacidad de respuesta	58
Tabla N° 17 Frecuencia observada dimensión de seguridad	60
Tabla N° 18 Frecuencia esperada dimensión de seguridad	60
Tabla N° 19 Frecuencia observada dimensión sobre empatía	61
Tabla N° 20 Frecuencia esperada dimensión sobre empatía	62

Tabla N° 21 Frecuencia observada de satisfacción al cliente	63
Tabla N° 22 Frecuencia esperada de satisfacción al cliente	64

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 01 grado de satisfacción bienes tangibles	48
Figura N° 02 grado de satisfacción de la fiabilidad	48
Figura N° 03 grado de satisfacción de capacidad de respuesta	50
Figura N° 04 grado de satisfacción en la seguridad	51
Figura N° 05 grado de satisfacción en empatía	52
Figura N° 06 grado de satisfacción del cliente	53



RESUMEN

La investigación en referencia tuvo como objetivo determinar en qué medida la calidad de los servicios a los clientes contribuye en la administración de la clínica ginecológica "Sofía Victoria" del Distrito de Huacho, 2018, para tal efecto se consideró una población de 532 clientes de acuerdo a los registros estadísticos por zonas de donde vienen sus clientes de acuerdo a los archivos existentes de la empresa, obteniendo una muestra de 156 clientes de acuerdo al estadístico aplicado. La encuesta fue diseñada de acuerdo al método SERVQUAL (Zeithaml, 2009) en ese sentido se elaboró un cuestionario bajo la escala de Likert determinado por 21 ítems. Así mismo se empleó el método del Ji cuadrado que permitió contrastar cada una de las hipótesis específicas (5) establecidas por las dimensiones de la variable independiente y dependiente (Calidad de servicios y administración) respectivamente, obteniendo como resultados que todas las hipótesis nulas fueron rechazadas toda vez que el valor de X^2 siempre fue mayor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$ es decir si $X^2 < 0,05$ por ello es rechazada la hipótesis nula aceptando la hipótesis alternativa. Se concluye ante estos resultados que el criterio de decisión fue que la calidad de los servicios a los clientes sí contribuye en la administración de la clínica ginecológica "Sofía Victoria" del distrito de Huacho, 2018 demostrándose la presencia de una correlación de mucho significado entre la calidad de servicios y la administración.

Palabras clave: -Calidad, servicios, clientes, administración.

ABSTRACT

The objective of the research in question was to determine the extent to which the quality of client services contributes to the administration of the Sofia Victoria gynecological clinic in the Huacho District-2018, for this purpose a population of 532 clients was considered according to the Statistical records by areas where your client comes from according to the existing files of the company, obtaining a sample of 156 clients according to the statistic applied. The survey was designed according to the SERVQUAL method (Zeithaml, 2009) for which a questionnaire was prepared under the Likert scale determined by 21 items. Likewise, the Chi-square method was applied, which allowed each of the specific hypotheses (5) established by the dimensions of the independent and dependent variable (Quality of services and administration) respectively, obtaining as results that all the null hypotheses were rejected. since the value of X^2 was always greater than the level of significance $= 0.05$, that is, if $X^2 < 0.05$, then the null hypothesis rejected and the alternative hypothesis is accepted. In conclusion before these results, the decision criterion was that the quality of the services to the clients if it contributes in the administration of the gynecological clinic Sofía Victoria of the Huacho district.2018 demonstrating that there is a very significant correlation between the quality of services and the administration.

Keywords: Quality, services, clients, administration.

INTRODUCCIÓN

A partir de los años 60s los servicios son considerados como un producto por tanto toma una gran relevancia en todo proceso de producción sea de bienes o servicios, hoy como sabemos todo servicio es parte de un producto bien y vis versa y que lo único que los diferencia es la intangibilidad que tiene todo servicio. Ante esta situación los servicios se constituyen como una de las tácticas más empleadas por las empresas considerando que hoy en día la exigencia de los clientes hace que la calidad de servicios hace que se debe brindar y exigen productos de mayor calidad a menos precio. Es evidente que el empleo de la noción de calidad a los servicios de salud hoy en día adquiere mayor trascendencia en nuestro país. Por tanto, implementar un proceso de administración en los servicios no es una actividad fácil por cuanto se requiere de un cambio en nuestra sociedad y de nuestras organizaciones e incluir a todos los actores que participan en estas, con el propósito de paliar en los pacientes las carencias y exigencias correspondientes

La gestión de la calidad de los servicios esta sustentada en la eficiencia, eficacia y capacidad de atención que toda organización ponga en evidencia en la etapa de atención y satisfacción de los usuarios mediante la aplicación de una mejora continua. Hoy cuando los servicios se constituyen en las actividades de mayor participación en toda organización, y sobre todo en el campo de la salud es importante considerar algunos factores de producción de los servicios como estandarizar los procesos, el trabajo en equipo, uso de la tecnología de punta, capacitación a los trabajadores, instrumentos y escenarios ergonómicos, y la práctica de una empatía evidente que singularice a la organización y que se presta el servicio personal. En tal sentido

considerando la gran importancia que hoy en día tiene la buena atención hacia los clientes me vi motivada a desarrollar la presente tesis para conocer en qué medida la calidad de los servicios a los clientes contribuye en la administración de la clínica ginecológica "Sofía Victoria" Distrito de Huacho-2018. Para lo cual se desarrolló en una serie de capítulos:

Capítulo I. Se determina el planteamiento del problema donde se determina la realidad problemática observada en la clínica ginecológica "Sofía Victoria" del Distrito de Huacho referente a la calidad de servicio que viene prestando y la contribución que debe tener en la administración que viene desarrollando. Así además se determina la formulación del problema, los objetivos de la investigación, las justificaciones, delimitaciones y por último la viabilidad de la investigación.

Capítulo II. Aquí se establece el marco teórico donde se consideran los antecedentes de estudios internacionales y nacionales, de estas investigaciones se han considerado las conclusiones que me han servido para fundamentar las discusiones de los resultados obtenidos en la presente tesis. Así también se considera el marco teórico desarrollado en función a las variables de estudio, las dimensiones e indicadores, también se considera la definición de términos y la formulación de hipótesis de la tesis complementado por la operacionalización de variables.

Capítulo III. Aquí encontramos la metodología, el diseño de investigación que prepara este estudio es no experimental transversal correlacional, también se determina la población conformada por los clientes clasificados por zona de la clínica ginecológica "Sofía

Victoria del distrito de Huacho, la muestra obtenida mediante una encuesta por cuestionarios de acuerdo al método SERVQUAL.

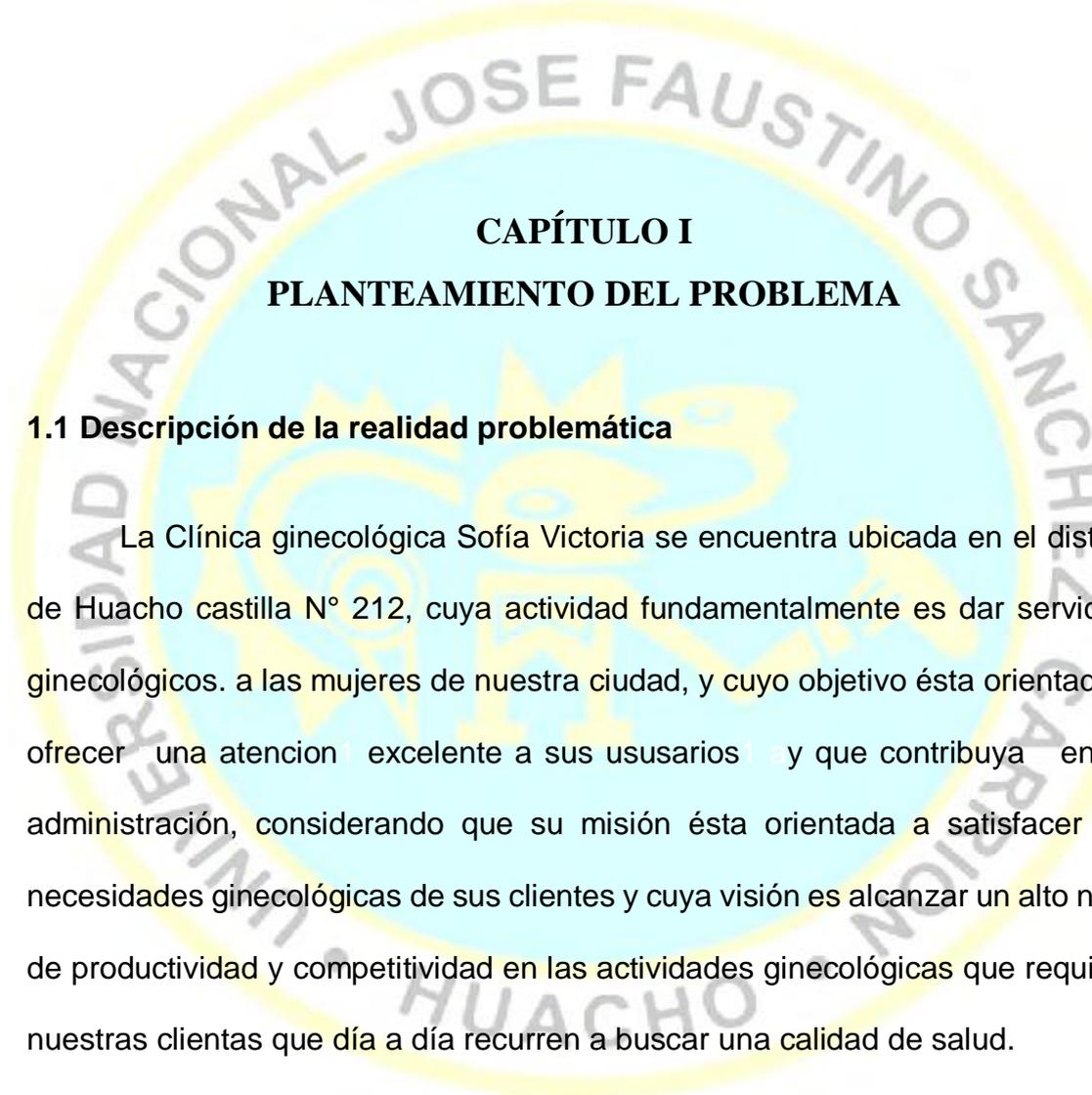
Capítulo IV. Considera el análisis de todos los resultados obtenidos mediante las tablas y graficas diseñadas, y el contraste de hipótesis .

Capítulo V. En este capítulo se define la discusión de los resultados obtenidos, basado en los antecedentes citados y lo manifestado en la parte teórica de cada una de las variables y cada una de sus dimensiones .

Capítulo VI. En este capítulo se consideran las conclusiones y recomendaciones que propongo como consecuencia de los resultados logrados y la descripción de la realidad problemática .

Capítulo VII. Se ha considerado fuentes bibliograficas constituida por fuentes documentales , bibliografía, hemerografía , electrónicas , y los anexos pertinentes.

Rosalin Estela Patroni Estrada



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La Clínica ginecológica Sofía Victoria se encuentra ubicada en el distrito de Huacho castilla N° 212, cuya actividad fundamentalmente es dar servicios ginecológicos. a las mujeres de nuestra ciudad, y cuyo objetivo ésta orientado a ofrecer una atención excelente a sus usuarios y que contribuya en su administración, considerando que su misión ésta orientada a satisfacer las necesidades ginecológicas de sus clientes y cuya visión es alcanzar un alto nivel de productividad y competitividad en las actividades ginecológicas que requiere nuestras clientas que día a día recurren a buscar una calidad de salud.

El servicio es una de las estrategias y la potencia que requiere toda entidad para sostenerse donde está , y evitar de esta manera perder posición en el mercado en la prestación de sus servicios. Con el servicio, la empresa puede comenzar a alcanzar un alto nivel de beneficios para sus

clientes, determinando de esta manera una mayor capacidad para poder alcanzar sus metas y objetivos en la prestación de sus servicios.

A quien no le gusta que le llamen por su nombre o los atiendan bien es evidente que todos los que concurrimos a obtener un servicio sea del sector público como privado, esta actitud permitirá comentar a otras personas la calidad de atención recibida por la entidad. cuando las empresas evidencian un nivel de calidad en sus servicios a sus clientes determinando una influencia en la administración que esta realiza. (Tschohl, 2008).

Ante estas conceptualizaciones y motivada por la gran importancia que tiene la calidad de los servicios que deben prestar las entidades en función de una eficiente administración, considere relevante desarrollar mi proyecto de tesis titulada: LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS A LA LOS CLIENTES Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN DE LA CLÍNICA GINECOLÓGICA SOFÍA VICTORIA DEL DISTRITO DE HUACHO-2018, ya que considero trascendental la implementación de un Sistema de Calidad de los servicios a la administración de toda organización ya sea para los productos bienes o servicios, se constituye en un soporte para afianzar internamente la entidad, mediante una serie de labores, evoluciones y procedimientos, dirigidos a obtener que los atributos presentes tanto en los productos bienes o servicios cumplan con los requisitos requeridos por el usuario desde su diseño hasta la satisfacción de los clientes, y así lograr un mayor posicionamiento en el mercado y alcanzar los objetivos y metas de conformidad a lo previsto en el planeamiento estratégico de la entidad.

1.1 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿En qué medida la calidad de los servicios a los clientes contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria” Distrito de Huacho-2018?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿En qué grado los elementos tangibles contribuyen en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018?
- b) ¿En qué medida la fiabilidad contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018?
- c) ¿Cuál es el grado de capacidad de respuesta que contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018?
- d) ¿Cuál es el grado de seguridad que contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018?
- e) ¿Cuál es el nivel de empatía que contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho – 2018?

1.2 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Hallar en qué medida la calidad de los servicios a los clientes contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria” del Distrito de Huacho-2018.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Establecer en qué grado los elementos tangibles contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018
- b) Determinar en qué medida la fiabilidad contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018
- c) Determinar el grado de seguridad que contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018
- d) Establecer el nivel de empatía que contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018
- e) Obtener el grado de capacidad de respuesta que contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018.

1.3 Justificación de la investigación

Golder (2012), nos dice que “La calidad es quizás la esencia de las tácticas empresariales más trascendentes y engorroso. Las entidades concursan en calidad, los usuarios eligen las mejores calidades, y los mercados son modificados por la calidad”. (p.1).

En este sentido es necesario determinar que el presente estudio está orientado a contribuir y demostrar como un servicio de calidad bien planificado puede contribuir a las aspiraciones y objetivos que toda empresa busca posicionarse en el mercado que aspira a liderar y posicionarse, por cuanto los resultados obtenidos aportaran a mejorar la calidad de los servicios que la Clínica Ginecológica Sofía Victoria” piensa brindar a sus clientes. (Golder,2012).

1.4 Delimitaciones del estudio

Delimitación Temporal: El estudio en referencia se efectuara durante seis (6) meses, dentro de los cuales se desarrollará las mediciones de las variables de investigación.

Delimitación geográfica o espacial: La presente investigación se llevará a cabo en la clínica ginecológica “Sofía Victoria” situada en el Distrito de Huacho, Provincia de Huaura, Departamento de Lima. Av. Mariscal Castilla 212 Huacho.

Delimitación Social: El grupo social considerado para el presente estudio fueron los clientes o usuarios de la clínica ginecológica Sofía Victoria, como es evidente los clientes son de sexo femenino sin distinción de clase social.

Delimitación semántica: Comprende la satisfacción efectiva del cliente como paciente.

1.5 Viabilidad del estudio

La investigación en referencia es inédito, y presenta un escenario determinante para su desarrollo como es el Distrito de Huacho, toda vez que va

a contribuir al mejoramiento de la administración de la Clínica Ginecológica “Sofía Victoria” por medio de la aplicación de un sistema de calidad de servicios de acuerdo a las carencias y exigencia de los clientes y/o usuarios del Distrito de Huacho lo cual permitirá a la empresa alcanzar sus expectativas previstas en su plan estratégico, así mismo se cuenta con una amplia información que posibilita el desarrollo del estudio y datos que serán obtenidos de las encuestas que se llevaran a cabo a los clientes, con los recursos económicos y logísticos necesarios para su desarrollo.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Sánchez (2012) Efectuó una investigación que llevo por título: “Satisfacción de los Usuarios de Consulta Externa en una Institución de Seguridad Social en Guadalupe, Nuevo León”,

Esta fue aprobada por la Universidad Autónoma de Nuevo León Monterrey –México. La investigación tuvo entre sus objetivos generales el hallazgo del grado de satisfacción de los usuarios asistentes al consultorio externo en una Institución de Seguridad Social en Guadalupe, Nuevo León. La población de la investigación estuvo conformada por 246 usuarios. Las técnicas utilizadas en la investigación fueron las entrevistas mediante aplico el muestreo no probabilístico por conveniencia. Se llega a la conclusión que los usuarios de esta institucion le otorga a la atención que reciben generalmente de los colaboradores, la comodidad, pulcritud, holgura de las instalaciones y al tiempo de duración de la consulta una gran trascendencia a pesar de los grandes momentos de espera, los obstáculos para ingresar a la consulta, y una inadecuada atención de la receta. (p.55)

Urriago (2010) “Calidad de atención en salud percepción de los usuarios”, La cual fue publicada en el Hospital Universitario del Valle, HUVX, Evaristo García”, ESE, Colombia.

El objetivo general es encontrar la captación de los clientes frente a la calidad de atención y servicio de salud y la línea de base empleando un primer proceso de medición del usuario en el hospital de Valle Evaristo García. Este estudio es de tipo descriptiva, cualitativa y cuantitativa. La población estuvo determinada por 18 usuarios, por cuanto como sabemos si la población es pequeña esta determino a la vez su muestra (18 usuarios). La encuesta estuvo determinada por la entrevista a los usuarios como directivos y expertos en investigaciones que valoren la atención en la calidad de la salud. Concluyendose se determinó que se encuentra la percepción de que los médicos que brindan atención en el HUV en su especialidad son muy buenos, sin embargo carecen de mayor contacto con los usuarios y más vocación de servicio.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Pardo (2015) Hizo la tesis “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del área de farmacia de la clínica Maison de Santé, sede Surco, Lima”.

Esta fue aprobada por la Universidad Cesar vallejo- Lima Perú. La tesis presento como objetivo general establecer la vinculación

entre la calidad de los servicios y la satisfacción de las personas consumidoras en la Farmacia de la Clínica Maisón de Santé sede Surco, Lima 2015. El estudio fue de tipo básico, con un diseño no experimental, de corte transversal con una muestra de 70 clientes que requieren servicios de farmacia, a los cuales se les aplicó como instrumento un cuestionario tipo escala de Likert considerando ambas variables, se efectuó la invalidez de contenido debido al juicio de expertos y se determinó su confiabilidad a través del software Alpha de Cronbach para las dos variables, del mismo modo se empleó el análisis de prueba no paramétrica y se efectuó el análisis con la prueba Rho de Spearman. En los resultados se concluye que la calidad del servicio está relacionada con la satisfacción del cliente del área de farmacia de la Clínica Maisón de Santé sede Surco, Lima 2015, contando con un coeficiente de correlación de .738, interpretándose como una correlación positiva, con un $p = 0.00$ ($p < 0.01$). (Pardo, 2015)

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Variable independiente :

Calidad de los servicios

Berry et.al (1993) “La **calidad de servicio** es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los **clientes** y sus percepciones en función de la intangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía” (p.67)

Redhead, (2015) considera que la calidad de servicios Es la asignación que aporta, principalmente a la determinación de la postura de la entidad en un plazo largo referente a la apreciación de los usuarios referente al producto o servicio recibido. Como se puede observar el presente concepto emitido por el autor se basa en la percepción que tiene el cliente cuando recibe el servicio. (p.14)

Características de los servicios

Según Parazuraman (2009) los principios de los servicios son los siguientes:

-Intangibilidad :

Las peculiaridades que mas se distinguen de los servicios. Los servicios son hechos, no objetos , en ese sentido no pueden verse , sentirse , degustarse , o palpase de la forma en que sí se podría efectuar con un bienes

tangible . Para ello cuenta con implicancias trascendentes: Los servicios no deben ser reinventados, es complejo manipular las modificaciones en la demanda ; Los servicios no deben patentarse fácilmente , esto origina definiciones innovadoras de servicio sean imitados fácilmente por la competencia; Los servicios no deben exhibirse ni comunicarse fácilmente a los usuarios, esto ocasiona que la calidad sea dificultosa de reevaluar por parte de los usuarios.

- Heterogeneidad:

Los servicios no podrá haber semejanzas , debido a que son acciones efectuadas por personas. Los trabajadores pueden retrasar el ejercicio de sus labores de un día a otro, cada usuario cuenta con requerimientos distintos experimentando el servicio de una manera particular. En ese sentido, la variedad de los servicios es el producto de la socialización humana y las voluntades que poseen. Esta variedad posee trascendentes responsabilidades: Afirmar la calidad de servicio será un desafío perseverante efectuado por los gerentes de servicio , debido a la calidad depende de demasiadas circunstancias que no pueden ser descontrolados totalmente por el proveedor del servicio

- Inseparabilidad

Con frecuencia los servicios no se pueden separar de sus proveedores o persona. El servicio siempre está presente en la relación cliente organización, y a través del trato personal o factor humano como medio idóneo se logra brindar un servicio.

- Perfectibilidad:

Los servicios son susceptibles de perecer y no se pueden almacenar. Es decir el servicio deja de existir en el momento que la persona deja de hacerlo. No hay producción masiva de servicio, no existe una producción en serie, el servicio depende de ese contacto personal organización-cliente, en donde el resultado es el valor agregado y nunca va a ser igual.

Cualidades de los Servicios

Zeithaml (2004) determina las siguientes facultades:

Hallasgo: Son peculiaridades que el usuario puede establecer y calcular antes de la compra. Están inmersas el color, estilo, precio, ajuste, sensación, dureza y olfato. Ciertos productos con grandes cualidades de hallazgo son los vehículos, ropa, mobiliario y joyas.

Experiencia: Son cualidades que los clientes pueden diferenciar luego de la compra o durante el consumo. Estas comprometen el buen gusto y probabilidad de uso. Ciertos productos de grandes

cualidades de experiencia son las vacaciones y comidas en restaurantes.

Credibilidad: Son peculiaridades que el usuario puede hallar prácticamente imposibles de valorar inclusive luego de la compra o el consumo. En ese sentido el cliente ignora o desconoce el conocimiento necesario para establecer si el producto o servicio complace sus expectativas o deseos. Ciertos productos de grande peculiaridades creibles son las operaciones quirúrgicas y las restauraciones de vehículos.

Los artículos de mayores percibibilidad se evalúan con mejor facilidad, luego tenemos a las grandes experiencias con más complejidad de calcular debido a su consumo previamente, y finalmente los de mayor complejidad de evaluar son los de mayores cualidades y credibilidad, ya que mayormente los consumidores adolecen de conocimientos de evaluación de un producto. (p. 52).

Calidad del Satisfacción en el Servicio.

Caruana (2000) "La calidad del servicio y satisfacción son dos elementos pese a ser intrínsecos, cumplen un papel importante en la impresión de las alternativas de los usuarios, sus decisiones sobre abandonar o cortar una vinculación y, en ese sentido, en el atasco de clientes y sus dividendos a largo plazo".

Existe bastantes indicaciones en diversas manifestaciones en relacion a dos constructos, y es reconocida su trascendencia entre los gerentes de servicios, sin embargo, comúnmente suelen haber confusiones entre ellos y los valores percibidos, y las personas digan de ellos como si fuera definiciones intercambiables (9).

Satisfacción del cliente

Feigenbaum, (2005) La esperanza de todo cliente son las expectativas que esperan obtener de todo producto (bien o servicio), y que a la vez producen algunos efectos como promesas determinadas por las empresas de acuerdos a los beneficios que brinda el producto, experiencias de compras ya realizadas, los amigos quienes son una fuente información directa llamada boca a boca y algunos líderes de opinión utilizados por los medios de comunicación. Es así que frente ha los 9 factores dependientes de manera 9 directa 9 por la institución estos deben ser bien definidos de conformidad a las exigencias del mercado. (p. 87).

Medición de la Satisfacción

Parasuraman, (1988) En tal sentido al definir este concepto, los autores establecen que los usuarios consideran que la calidad de los servicios ésta basado con las apreciaciones del resultado técnico equilibrado, aplicados a la evolucion y que determino como producto de la calidad de la configuración física del producto y el escenario donde se brinda el servicio, por tanto debe darse

los tres factores de intergración : Calidad del resultado , calidad de la interacción y calidad del ambiente físico . (p. 52).

El valor del cliente

Morgan, (1994) El marketing relacional, es una de las mejores técnicas que permite crear relaciones sólidas y satisfactorias con los clientes, esto fue propuesto por Leonard Berry (1983), quien determino sus planteamientos en la capacidad y necesidad del cliente de las organizaciones y este se, adecuen a la oferta, sus expectativas y dirija su estrategia hacia la satisfacción de sus deseos actuales y potenciales. (p. 69).

Relación Empresa Cliente

Por muchos años se ha utilizado esta frase “El cliente siempre tiene la razón” frase que ya ha sido desterrada considerando que no siempre el cliente tiene la razón ya que este puede equivocarse y esto toda empresa debe enfrentarlo. Es así que debemos evidenciar cual es la necesidad de todo cliente. Como sabemos nadie compra un producto bien o servicio que no le brinde beneficios. En su libro Teoría de la miopía del marketing T. Lewint sostiene que los fines de la institución es manifestar la unidad hallada por el usuario y no cerrarse con el producto o servicio físico . (Manual de análisis de satisfacción del cliente , 2008).

Satisfacción del Cliente :

Kotler (2007) sostiene que la satisfacción de un cliente es ésta determinado por :

El grado del estado de ánimo de un individuo producto de la comparación de la rentabilidad recaudada de un producto o servicio con sus aspiraciones. Satisfacción del cliente es un requisito necesario para ocupar un sitio en el pensamiento de los usuarios y por consiguiente, en las metas financieras. En ese sentido, el propósito de tener conforme a cada usuario ha cruzado las fronteras del departamento de mercadotecnia para formar uno de los principales propósitos de todas las zonas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas. (p.58).

Dimensiones de la Calidad de Servicios

Parasuraman et al (1988) determina las 5 dimensiones que he considerado para el desarrollo de mi investigación,):

Confiabilidad: Es la disposición de entregar el servicio ofrecido de manera segura y precisa. Por ello decimos que una empresa que cumple sus promesas (referente al suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios). Los usuarios prefieren a las empresas que cumplen sus promesas, en particular sus promesas sobre los resultados del

servicio y los atributos centrales del servicio . Las empresas que no otorgan el servicio central que los clientes creen que están comprando les fallan a sus clientes en la forma más directa . (p.24)

Capacidad de Respuesta^{w9}: Es la actitud de brindar un servicio expedito y a apoyar a los usuarios. En esta magnitud se destaca la atención^{q9} y la prisa^{q9} al atender^{q9} a las solicitudes^{q9}, interrogantes, quejas y problemas^{q9} del cliente^{q9}. Esta extensión de respuesta^{q9} se comunica^{q9} a los usuarios^{q9} mediante^{q9} de la suma^{q9} de tiempo^{q9} que deben^{q9} esperar^{q9} por^{q9} la asistencia^{q9}, las respuestas a sus interrogantes o la atención a los problemas^{q9}. La trascendencia^{q9} que las instituciones^{q9} tengan^{q9} la capacidad^{q9} de ver^{q9} el proceso^{q9} de entrega del servicio^{q9} y de manejo^{q9} de solicitudes desde el punto^{q9} de vista^{q9} del cliente^{q9}, y no^{q9} desde^{q9} el punto^{q9} de vista^{q9} de la empresa. (p.24)

Seguridad: Es^{q8} definido cómo el conocimiento^{q8} y cortesía^{q8} de los empleados, y la capacidad de la institución y sus trabajadores para inspirar^{q8} al^{w8} cliente^{q8} credibilidad^{w8} y confianza. Esta dimensión toma particular trascendencia^{w8} en los servicios que los clientes perciben como de alto riesgo o para servicios en los que se hallan inseguros sobre su capacidad para evaluar los resultados . La confianza y credibilidad pueden

encarnarse en un individuo que vincula al cliente con la empresa, o en la organización misma. (p.24)

Empatía : Es la atención de manera personal otorgada por la empresa proporciona a sus clientes. La esencia está en que , a través de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente , el cliente se sienta único y especial. Sabemos que para los usuarios es trascendente sentirse comprendido e importante para las empresas que les proporcionan servicios. En esta dimensión las empresas pequeñas tienden a tener cierta ventaja pues tienden a conocer mejor a sus clientes y forman relaciones que reflejan este conocimiento de sus preferencias y requerimientos. (pp.24-25).

Tangibles: Comprende la infraestructura, equipo, personal y materiales de comunicación. Estos componentes brindan representaciones físicas o imágenes del servicio que los usuarios, particularmente los nuevos, emplearán para evaluar la calidad. Lo concreto es comúnmente empleados por las empresas de servicio en las que sus estrategias introduzcan servicios donde el cliente visita el local para recibirlo (ejemplo: restaurants, hoteles, clínicas etc. (pp.24-25).

2.2.2. Variable dependiente: La Administración

Definiciones sobre Administración

Etimológicamente proviene del latín (hacia, dirección, tendencia) y minister (subordinación u obediencia), y quiere decir el que efectúa una función bajo el liderazgo de otros, es decir, que brinda un servicio o otro.

Harold Koontz (2010) define a la **administración**, como un elemento presente en toda organización cuya práctica es esencial para garantizar la coordinación de los esfuerzos individuales para crear un superávit. (p.32)

Para Robbins y Coulter,(2015) la **administración** es la "coordinación de las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ella.

James A. F. Stoner (2014) : Es el proceso de planificación, organización, dirección y control del trabajo de los miembros de la organización y de usar los recursos disponibles de la organización para alcanzar las metas establecidas.

El Proceso Administrativo y las Funciones de la administración

1. El Proceso Administrativo

Tristán (2001) sostiene que:

Es el conjunto de operaciones directivas básicas, comunes a cualquier organización o actividad que incluye

la planificación, es decir, la determinación de objetivos y los medios y las tareas que son necesarias para lograr los; la organización, que implica la adecuada combinación de los factores (humanos y materiales) y el tiempo para obtener la ejecución de las labores planificadas; la regulación, dirección o mando, que surge por la necesidad de dinamizar el sistema y; el control, o sea, la determinación del nivel de cumplimiento de lo planificado. Las funciones o elementos de la administración referidas se identifican en las diversas de organización social, dado que administrar actividades se requiere de planificar, organizar de acuerdo a lo planificado, y controlar los resultados. con Cada una de estas funciones tiene sus características existirían de manera independiente pero, por su presencia, están muy vinculadas y se interrelacionan en el momento de su aplicación. (p. 78).

Función y elementos de la Administración

a) La Planificación como función administrativa.

Terry (1986) establece “la planificación comprende seleccionar datos y hacer conjeturas referente al futuro para enunciar las actividades necesarias y lograr los objetivos ” (p. 48).

En tanto Idalberto Chiavenato (1999) sostiene “La planificación es una táctica para subestimar la incertidumbre y brindar más solidez al desempeño de cualquier labor ” (p. 6).

Kloter, (2011) De los conceptos determinados por los diferentes autores con respecto a la planificación se puede inferir que una de las actividades de mayor incidencia en la actividad de planificar es hacer una recopilación de datos en torno a lo que deseamos realizar establecidos por los objetivos y metas a realizar, lo que permitirá aplicar una de las herramientas más significativas de la planificación como es la prevención mediante un curso de acción bien definido y cuya función es evitar la menor desviación posible del objetivo previsto por la organización o empresa.(p. 55).

b) La organización como función administrativa.

Kloter, (2011) Es evidente que la función administrativa de la organización es contribuir a alcanzar los sus objetivos, por tanto toda organización debe poner en orden todos sus recursos (Personal, Recursos financieros, materiales y tecnología) que van a ser utilizados y sobre todo su estructura y documentos administrativos que son necesarios para poder administrar todo tipo de organización. (p. 69).

Peréz, (2003) Es necesario entender que existen muchos puntos de vista con relación a la función de organización administrativa pero lo que no se puede perder de vista la visión de organización que se debe tener porque si esta función bien establecida ninguna empresa puede llegar a sus metas y objetivos previstos. (p. 78)

c) Función de mando o dirección

Alvarez, (2000) La dirección es una de las actividades más trascendentes de la administración , desde los conceptos más tradicionales como los de Taylor y Fayol este ha estado sustentado en el mando más aun cuando consideramos que para que este funcione solo bastan dos personas para poder administrar es decir esta función ésta orientada fundamentalmente en dirigir a los trabajadores de toda organización bajo las dimensiones de la motivación, liderazgo y sobre todo de una empatía a toda prueba sustentada en la capacidad de quienes dirigen organizaciones en base a una toma de decisiones.

La comunicación.

Una de las formas más expectantes en la historia de la comunicación fue la relación que vivieron Sócrates y Platón y que dio lugar a las relaciones interpersonales que hoy en día es parte transcendental en la administración de las empresas y organizaciones ya que esta es un intercambio mutuo de información ya que si esta información no es bien difundida puede generar grandes problemas. Hoy quien maneje mayor información actualizada, tomara decisiones de mayor acierto y alcanzara sus metas y objetivos y una mayor productividad.

Motivación.

Acosta, (1998) La motivación es uno de los factores sociales demás trascendentes utilizados por la dirección de una empresa, ya que es un estado interno en el cual los elementos externos se activan, guían y sostienen la conducta al incidir en el comportamiento de los individuos

Así mismo incluye tanto los estímulos conscientes como los inconscientes, y se da antes de obtener los resultados y simboliza el empeño para halagar un deseo o meta. No existe acciones que pueda alcanzarse sin el compromiso y la buena voluntad de los individuos encargadas de su cumplimiento donde resulta importante la motivación del sujeto, la cual se origina por la acción equitativa entre la persona y los factores que le rodea, y varía de una persona a otra.

d) Función administrativa de control.

Como se puede observar en esta definición, no determina lo que verdaderamente es el control. En ese sentido, el concepto brindado por Robert J. Mockler. Es una apreciación que, adjunta los elementos necesarios de la función de control. Este investigador considera que el control administrativo consta de un esfuerzo sistemático para establecer niveles de desempeño con objetivos de planeación, para retrazar los sistemas de retroalimentación de la información, comparar lo esperado con lo obtenido, adoptar cambios si existen desviaciones y tomar las medidas necesarias a garantizar que todos los recursos se empleen en la manera más eficaz y eficiente posible en la obtención de los objetivos.

2.3 Bases filosóficas

El término calidad es tan antiguo como el hombre, considerando que en la parte evolutiva de este, el hombre y la mujer fueron cazadores y

recolectores respectivamente, lo cual era evidente que el hombre como cazador no iba a cazar al animal más débil (enfermo) y la mujer no iba a recolectar los frutos malogrados. Ante esta situación podemos decir que el hombre siempre tubo presente la calidad sin conocer su concepto, sin embargo hoy en día todos hablamos de calidad y exigimos cada día mayor calidad tanto en la producción de bienes como servicios. Pero para administrar la calidad primero hay que entender que es calidad y en esta ocasión me apoyare en las definiciones de los más grandes gurúes como:

Crosby, (2002) "La calidad es traducirse las falencias futuras de los usuarios en particularidades medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente". (p.82).

En consecuencia es evidente que la calidad siempre será un punto de gran controversia debido a que es subjetiva considerando que todo cliente tiene una percepción diferente de uno a otro, lo cual lo hace más vulnerable a determinar una definición perfecta. Sin embargo muchos tratadistas de esta materia coinciden en que esta se da desde el diseño del producto, aunque otros piensan que esta no termina ahí debido a la velocidad del conocimiento para lo cual Deming considera la trazabilidad como una herramienta básica para sustentar que la calidad no culmina al obtener el producto en las mejores condiciones sino cuando este es aceptado por el consumidor final y llega a asumir una lealtad por el producto sea bien o servicio que consume. (Feigenbaum.,1974 p.78).

2.4 Definición de Términos Básicos

Administración

Es el desarrollo de planear, organizar, liderar y verificar las entidades sociales, requerido a la existencia de la organización sistémica de medios y es el mecanismo integral de toma de decisiones guiado al logro de los propósitos a través de la planificación, organización, mando y verificación. La administración es muy importante porque aporta muchos beneficios para la buena marcha de muchas ocupaciones. (Chiavenato 2000, p. 58)

Simplificación del trabajo

Es aquello que está orientado a la reducción de labores y la realización de los propósitos programados para efectuar actividades al constituir principios, mecanismos y métodos para obtener más aceleración y efectividad. (Chiavenato, 2000 p. 14)

Productividad y eficiencia

La productividad y eficiencia de diferentes actividades con vinculación directa con el empleo de una administración buena, dirigida a la obtención de propósitos programados. (Chiavenato, 2000, p. 36)

Flexibilidad

Los fundamentos y labores administrativas se adhieren a diversas actividades con propósitos establecidos (Chiavenato, 2000 p. 55).

2.5. Hipótesis de investigación.

2.5.1 Hipótesis general.

La calidad de los servicios a los clientes contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018.

2.5.2. Hipótesis específicas.

- a) Los elementos tangibles contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018
- b) La fiabilidad contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018
- c) El grado de seguridad contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del distrito de Huacho-2018
- d) El nivel de empatía que contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho.-2018
- e) El grado de capacidad de respuesta a los usuarios contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho.-2018.

2.6. Operacionalización de variables.

Tabla 01 Variables Independientes y Dependientes

Variables	Dimensiones
X: Variables Independiente Calidad de los servicios	-Elementos tangibles -Fiabilidad -Capacidad de repuesta -Seguridad -Empatía
Y: Variable Dependiente La Administración	Planeamiento Organización Dirección Control

Tabla 02 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
<p>X.VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Calidad de los Servicios</p>	<p>Elementos Tangibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estado físico de instalaciones . - Limpieza de las instalaciones - Presentación personal de empleados . - Atractivo de los materiales de comunicación . - Comodidad de recepción 	<p>1-5</p>
	<p>fiabilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento en la prestación de los servicios programados - Oportunidad de la atención de urgencias - Continuidad y orden lógico en la atención - Interés en la resolución de problemas de los usuarios - Cuidado en el registro de información de los usuarios - Sencillez de los trámites para la atención . - Oportunidad en asignación de citas médicas . - Disposición para atender preguntas . 	<p>6-10</p>
	<p>Capacidad de respuesta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Agilidad del trabajo para atención más pronta . - Cooperación entre funcionarios . - Oportunidad en la respuesta a quejas y reclamos - Confianza transmitida por empleados . - Efectividad en la solución de necesidades . - Recibimiento de los medicamentos adecuados . - Ubicación apropiada del usuario para reducir riesgos y complicaciones . - Idoneidad del personal de salud . 	<p>11-16</p>
	<p>Seguridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de los empleados para responder preguntas de usuarios . - Cumplimiento de medidas de seguridad . - Amabilidad en el trato , por parte de médicos , enfermeras , auxiliares y otros profesionales de salud . - Amabilidad en el trato , por parte de porteros , cajeros , facturadores y otro personal administrativo . 	<p>17-25</p>
	<p>Empatía</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Atención individualizada al usuario . - Conveniencia de horarios de trabajo . - Claridad en orientaciones brindadas al usuario , sobre la enfermedad , cuidados , tratamiento y uso de medicamentos . - Comprensión de las necesidades específicas de los usuarios . <p>1. Misión 2. Visión 3. Principios Institucionales</p>	<p>26-31</p> <p>32-36</p>

Y. VARIABLE DEPENDIENTE Administración	Planeamiento	4. Valores corporativos 5. Planes estratégicos.	37-40
	Organización	1. Recursos 2. Procesos 3. Producto 4. Clientes	
	Dirección	5. Productividad 6. Calidad 7. Competitividad 8. Rentabilidad	41-44
	Control	1. Ingresos 2. Egresos 3. Liquidez 4. Apalancamiento	45-48



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Diseño de estudio

El estudio ha sido diseñado dentro de contexto no experimental porque analiza las dificultades cotidianas y no hace uso deliberado de los aspectos resaltantes de las variables, Transversal porque compromete la información de referentes en un único momento.

Tipo de Investigación

De conformidad al problema planteado el estudio es de tipo transversal correlacional. Por tanto, el propósito fue recopilar, ordenar, analizar e interpretar los datos que permitan exponer la contribución que tiene la calidad de los servicios de los clientes en la administración de la Clínica Ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018.

Enfoque

El enfoque es metodológico que determina un primer acercamiento total al diseño metodológico personificando la posición del autor frente a la existencia investigada. Cotidianamente se ocupan dos enfoques: el cualitativo, y el cuantitativo.

3.2 Población y muestra

Población

Sex8 ha determinado a 532 clientes de acuerdo a los registros estadísticos de la Clínica Ginecológica Sofía Victoria en el Distrito de Huacho distribuida en las diferentes zonas de donde vienen sus clientes, que de acuerdo a los archivos existentes de la empresa he tomado el informe estadístico zonal para determinar la población, configurada de la siguiente manera:

Tabla 03 Población por zonas

ZONAS	SUB TOTAL	%
NORTE	102	19
SUR	196	37
ESTE	130	24
OESTE	140	29
TOTA	532	100

Nota: Elaboración propia

Muestra

Por tanto se aplicó la fórmula siguiente para hallar n:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N-1) + Z^2 P Q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (532)}{(0.05)^2 (532-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = \frac{511}{2.30}$$

$$n = 222$$

En consecuencia la muestra es de **222** clientes

Corrección o castigo:

$$\text{No}/N > 10\% \Rightarrow \frac{\text{No}}{N} = 10\%$$

$$n = \frac{n}{N} = \frac{222}{532} = \frac{222}{1 + 0.42} = \frac{222}{1.42} = 156$$

Habiendo realizado la corrección de castigo correspondiente en función de poder ajustar la muestra, esta es de 156 clientes, que será la muestra representativa para la presente investigación.

3.3 Técnicas de recolección de datos

La Encuesta. Técnica empleada para hallar la calidad de los servicios a los clientes que viene brindando la clínica ginecológica “Sofía Victoria” del Distrito de Huacho y establecer como esta influye en su administración.

Entre los instrumentos se utilizarán:

Cuestionario. Instrumento confeccionado para poder lograr respuestas de algunas interrogantes efectuadas, para que de una forma directa la información recolectada en función a los datos estadísticos vertidos por la empresa para lo cual se estructuró el cuadro de incidencias mediante la fórmula siguiente:

$$Z = \frac{UP \times NM}{TP}$$

TP = Población

UP = Unidad de población

NM = Muestra

Z = Zonas

Tabla 4 de incidencia para realizar encuestas

N°	Zonas	Unidad poblacional	N° de entrevistas
1	Norte	102	31
2	Sur	196	57
3	Este	130	38
4	Oeste	104	30
Total		532	156

Nota: Elaboración propia

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Test de Licker . Elaborado con el fin de identificar la contribución de la variable independiente y su vínculo con la dependiente en la administración de la clínica ginecológica "Sofía Victoria" ubicada en el Distrito de Huacho.

Escalas: Que permite saber las opiniones de los clientes sobre el grado de calidad de servicio que viene contribuyen a una eficiente o deficiente administración.

Para contrastar las hipótesis se empleó la prueba del Ji-cuadrado (X^2).

La prueba el Ji-Cuadrado (χ^2)

Fernando (2011). Considera que el estadístico Ji cuadrado (o chi cuadrado) o también conocido como distribución de probabilidad, es utilizado para sirve para probar las hipótesis aludidas a distribuciones de frecuencia s. (p.48).

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Análisis de la variable 1: Calidad de los servicios

Tabla 05 Satisfacción de las dimensiones tangibles

Pregunta	Equipo	Inst. Física	Empleados	Elementos	Sub	
	Moderno	Atractiva	Pulcros	Mat. Moder	Total	%
Insatisfecho.	0	05	0	0	5	3
Satisfecho	28	42	32	28	130	84
Muy satisfecho	03	10	06	02	21	13
Total	31	57	38	30	156	100

Nota: Elaboración propia

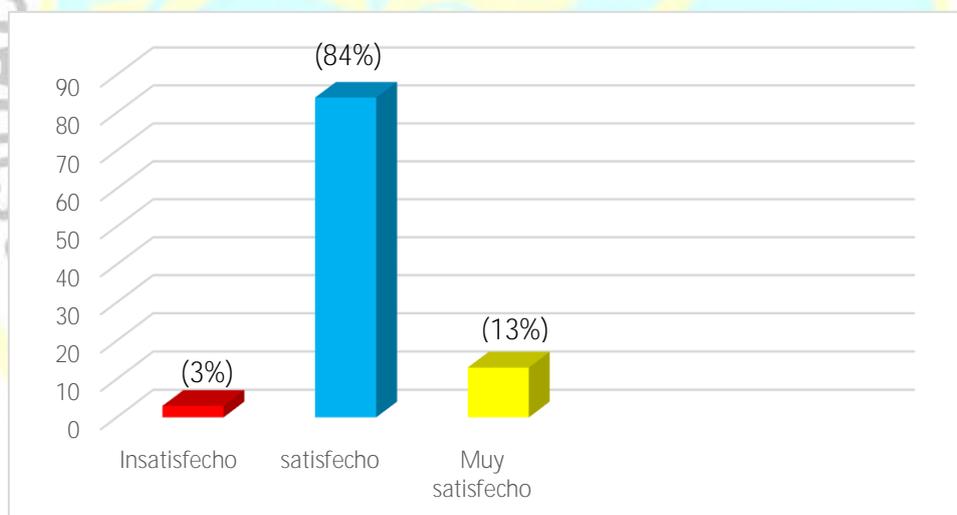


Figura 1. Grado de satisfacción tangible

Nota. Las muestras corresponden a las proporciones de la tabla 5

Tabla 06 Satisfacción de las dimensiones de fiabilidad

Preguntas	Cumple con citas	Solución de problema	Satisfacción de servicio	Servicio en tiempo prog.	Sub Total	%
Insatisfecho	0	3	0	0	3	2
Satisfecho	27	49	33	26	135	87
Muy satisfecho	4	5	5	4	18	11
TOTAL	31	57	38	30	156	100

Nota: Elaboración Propia

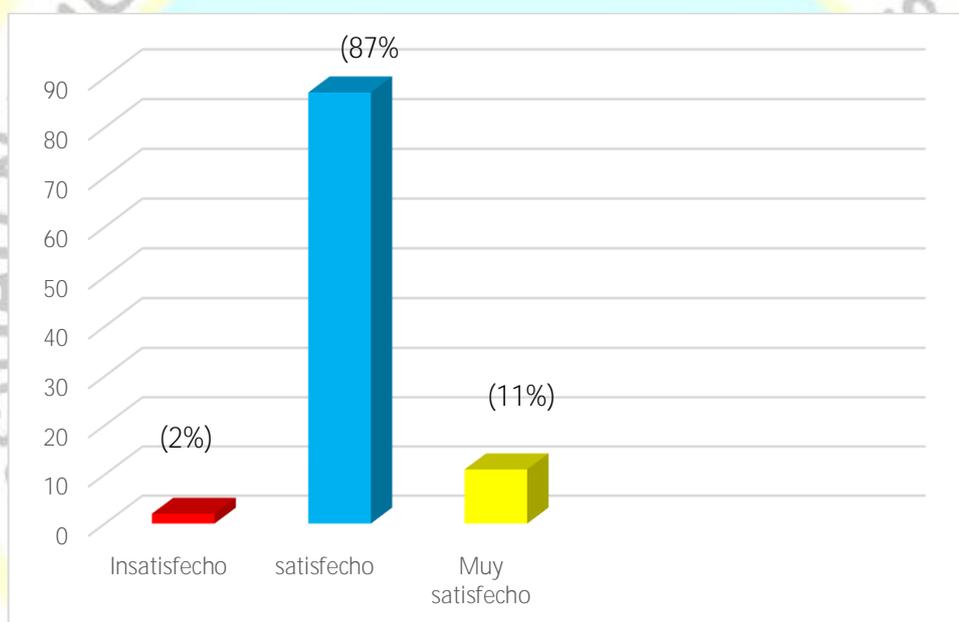


Figura 2. Grado de satisfacción en la fiabilidad

Nota. Las muestras corresponden a las proporciones de la tabla 6

Tabla 07 Satisfacción de las dimensiones de capacidad de respuesta

Pregunta	Comunic. con clientes	Serv, rápido al clientes.	Empld. disp. Ayud. al cliente	Empled. resp preg.del clien	Sub Total	%
Insatisfecho	0	0	0	2	2	1
Satisfecho	29	51	35	23	138	89
Muy satisfecho	2	06	3	5	16	10
TOTAL	31	57	38	30	56	100

Nota: Elaboración propia

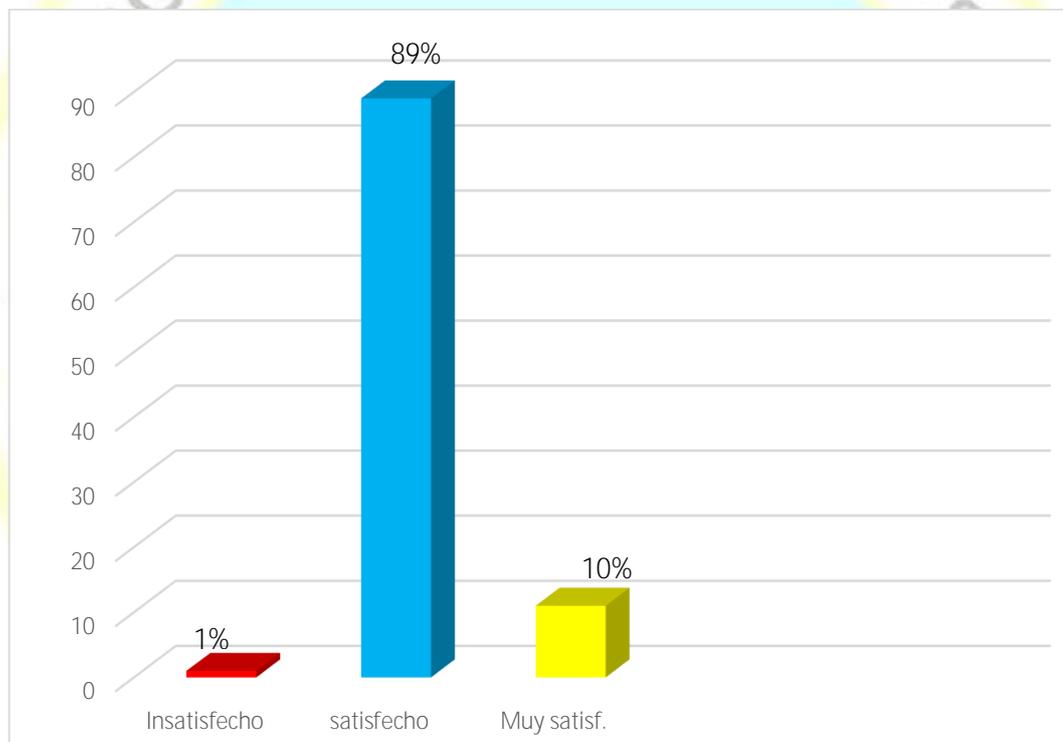


Figura 3. Grado de satisfacción en la capacidad de respuesta de la empresa.

Nota. La muestra corresponde a las proporciones de la tabla 7.

Tabla 08 Satisfacción de las dimensiones de seguridad

Preguntas Respuesta	Trasm.confz. a su clientes	Seguridad en el serv. Client.	Los empled. son amables	Los empleados están capc.resp	Sub Total	%
Insatisfecho	2	0	0	0	2	1
Satisfecho	28	56	33	27	144	92
Muy satisfecho	1	1	5	3	10	7
TOTAL	31	57	38	30	156	100

Nota: Elaboración propia

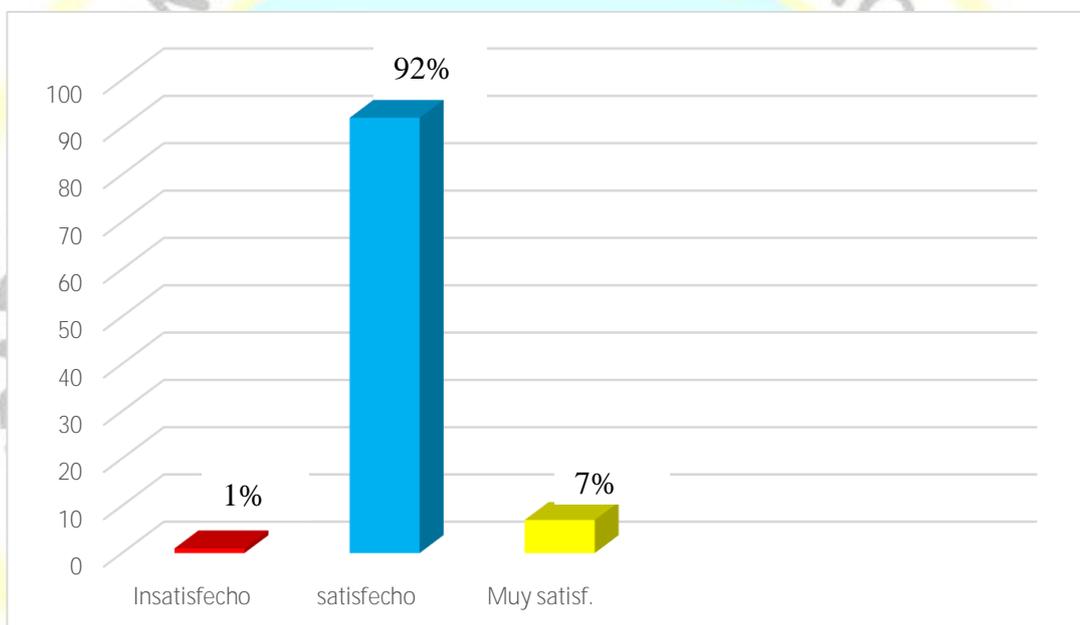


Figura 4. Expectativas de seguridad que brinda la empresa.

Nota. Las muestras corresponden a las proporciones de la tabla 8

Tabla 09 Satisfacción de las dimensiones de empatía

Pregunta	La empr.da una atencion Indiv.a clien	Se adapta a los horario de sus clientes	La empr. se preoc. en dar mej.serv clien	La empresa entiende las nec.espc. clien	Sub total	%
Insatisfecho	03	0	0	0	03	2
Satisfecho	26	55	36	27	144	92
Muy satisfecho	2	2	2	3	9	6
TOTAL	31	57	38	30	156	100

Nota: Elaboración propia

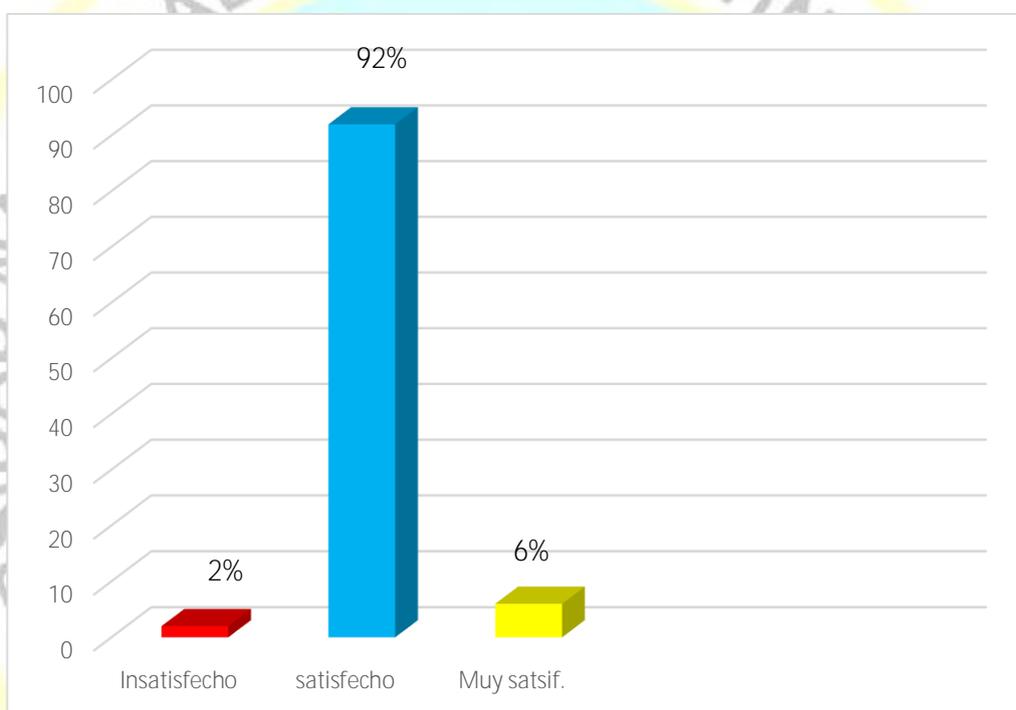


Figura 5. Grado de satisfacción de empatía que brinda la empresa a sus Clientes.

Nota. Las muestras corresponden a las proporciones de la tabla 9

Tabla 10 Ésta satisfecho con la calidad de los servicios que presta la clínica

Pregunta	Cumple con las citas	Servicio rápido	Da Seguridad en el servicio	Da una atención individual	Sub total	%
Respuestas						
Insatisfecho	02	0	0	0	02	1.3
Satisfecho	28	55	36	27	146	94.7
Muy satisfecho	1	2	2	3	8	4.0
TOTAL	31	57	38	30	156	100

Nota: Elaboración propia.

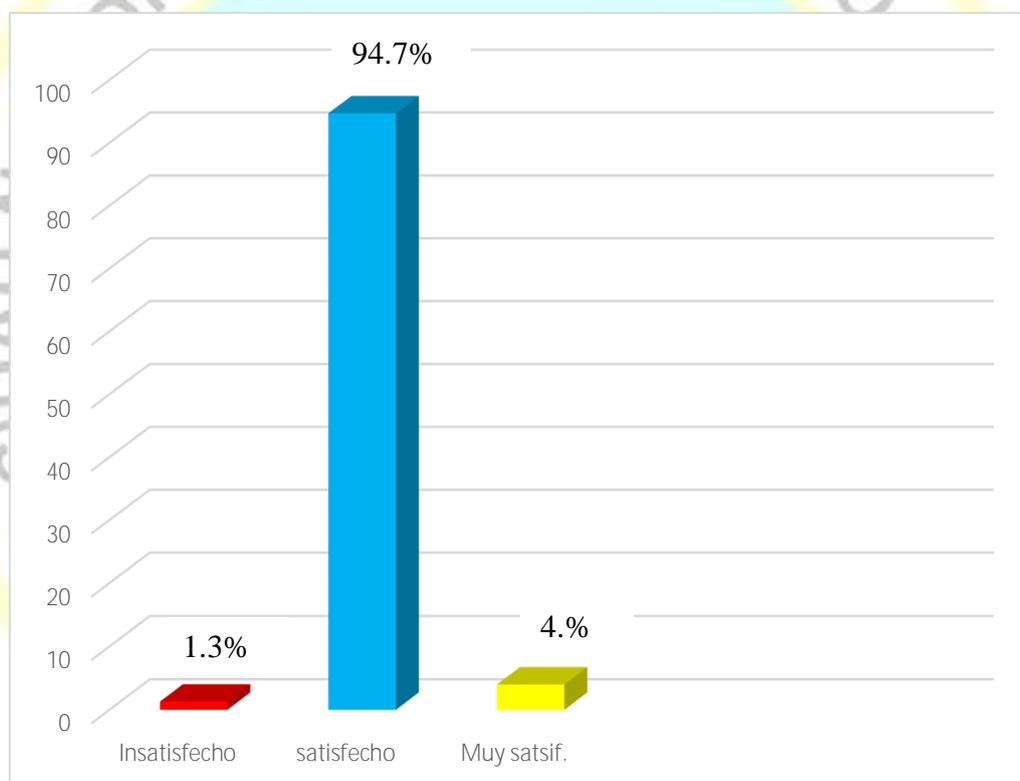


Figura 6. Nivel de satisfacción de los clientes, mediante la calidad de servicios que brinda la clínica Sofía Victoria.

Nota. Las muestras corresponden a las proporciones de la tabla 10

4.2 Contrastación de hipótesis

Quevedo (2011) determina que este punto es empleado para contrastarse o compararse las hipótesis sugeridas con los datos originales recepcionados en el curso de la reunión de datos. Para efectuar todo esto es necesario someter la información al cálculo estadístico de tal forma que suprimir los resultados logrados. Para tales efectos he considerado pertinente, contrastar nuestra Hipótesis mediante la prueba del Ji-cuadrado. (p.2).

Prueba del Ji-Cuadrado (χ^2)



Contrastación de Hipótesis específica N° 1

Los elementos tangibles contribuyen en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018.

H₀: Los elementos tangibles no contribuyen en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018.

H₁: Los elementos tangibles si contribuyen en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho-2018.

1. Frecuencias Observadas:

Tabla 11 frecuencia observadas dimensiones tangibles

Pregunta Respuestas	Equipo Moderno	Inst. Física Atractiva	Empleados Pulcros	Elementos Mat. Moder	t ₁	μ ₁
Insatisfecho.	0	05	0	0	5	0.032
Satisfecho	28	42	32	28	130	0.834
Muy satisfecho	03	10	06	02	21	0.134
t₁	31	57	38	30	156	1.000
V1	0.1987	0.3654	0.2436	0.1923	1.00	

Nota: Elaboración propia

2. Frecuencias Esperadas (t_e)

Se obtiene de la siguiente manera: $t_e = \frac{5 \times 31}{156} = 2$ (idem)

Tabla N° 12 frecuencias esperadas dimensiones tangibles

Pregunta Respuestas	Equipos Modernos	Inst. Física Atractivas	Empleados Pulcros	Elementos Mat. Moderno	Sub Total
Insatisfecho	1	2	1	1	5
Satisfecho	26	47	32	25	130
Muy satisfecho	4	8	5	4	21
TOTAL	31	57	38	30	156

3. Calculo del estadístico de prueba



$$X^2 = \frac{(0-1)^2}{1} + \frac{(5-2)^2}{2} + \frac{(0-1)^2}{1} + \frac{(0-1)^2}{1} + \frac{(28-27)^2}{27} + \frac{(42-47)^2}{47} + \frac{(32-32)^2}{32} + \frac{(28-25)^2}{25} + \frac{(3-4)^2}{4} + \frac{(10-8)^2}{8} + \frac{(6-5)^2}{5} + \frac{(2-4)^2}{4}$$

$$X^2 = 9.56$$

4. Seguidamente determinare el grado de libertad (gl).

Grado de libertad = (N° de filas - 1) (N° de columnas - 1) ó $gl = (r-1) (c-1)$
 $gl = (3-1) (4-1) = (2)(3) = 6$, que según la tabla de Yi cuadrado es igual a 12.59

5. Criterio de decisión

Según los resultados obtenidos, el valor de X^2 es igual a 9.56 y es menor que el nivel de insignificancia $=0,05$, que es igual a 12.59, (Si $X^2 < 0,05$), por tanto se rechaza la hipótesis nula, lo cual nos indica que existe una correlación positiva entre las dimensiones tangibles de la empresa y su administración.

Contrastación de Hipótesis específica N° 2

La confiabilidad contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho -2018

H₀: Los elementos fiables no contribuyen en la administración

H₁: Los elementos fiables si contribuyen en la administración

Significancia y regla de decisión

Nivel de significancia = 5% = 0,05

Regla de decisión:

Si $X^2 < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Si $X^2 > 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula.

1. Frecuencias Observadas:

Tabla 13 Frecuencias observadas dimensiones de fiabilidad

Pregunta / Respuestas	Cumple las citas	Solución de problema	Satisfacción de servicio	Servicio en tiempo prog	t ₁	μ ₁
Insatisfecho.	0	3	0	0	3	0.02
Satisfecho	27	49	33	26	135	0.87
Muy satisfecho	4	5	5	4	18	0.11
t ₁	31	57	38	30	156	1.00
V ₁	0.1987	0.3654	0.2436	0.1923	1.00	

Nota: Elaboración propia

2. Frecuencias Esperadas (t_e)

Se obtiene de la siguiente manera: $t_e = \frac{3 \times 31}{156} = 0.6$ (ídem)

Tabla 14 frecuencias esperadas dimensión fiabilidad

Preguntas \ Respuestas	Cumple las citas	Solución de problema	Satisfacción de servicio	Servicio en tiempo prog.	Sub Total	%
Insatisfecho	0,6	1	0,7	0,6	3	3
Satisfecho	27	49	33	26	135	87
Muy satisfecho	2	4	3	2	18	11
TOTAL	31	57	38	30	156	100

Nota: Elaboración propia

3. Calculo del estadístico de prueba



$$X^2 = \frac{(0-0,6)^2 + (3-1)^2}{0,6 \quad 1} + \frac{(0-0,7)^2 + (0-0,6)^2}{0,7 \quad 0,6} + \frac{(27-27)^2 + (49-49)^2}{27 \quad 49} + \frac{(33-33)^2}{33} + \frac{(26-26)^2 + (4-2)^2}{26 \quad 2} + \frac{(5-4)^2 + (5-3)^2 + (4-2)^2}{4 \quad 3 \quad 2}$$

$$X^2 = 11.15$$

4. Seguidamente determinare el grado de libertad (gl).

Grado de libertad = (n° de filas -1) (n° de columnas -1) ó gl = (r-1) (k-1)
 gl= (3-1) (4-1) = (2) (3) = 6, que según la tabla de Yi cuadrado es igual a 12.59

5. Criterio de decisión

Según los resultados obtenidos, se puede observar, que el valor de X^2 es de 11.15, y para el nivel de significancia $\alpha=0,05$, es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$) por tanto se rechaza la hipótesis nula, lo que / sostiene que existe una correlación positiva entre la fiabilidad de la empresa y su administración.

Contrastación de Hipótesis específica N° 3

El grado de capacidad de respuesta a los 8 usuarios contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho.

H₀: Los elementos de capacidad de respuesta no contribuyen en la administración

H₁: Los elementos de capacidad de respuesta si contribuyen en la administración

Significancia y regla de decisión

Nivel de significancia $\alpha = 5\% = 0,05$

Regla de decisión:

Si $X^2 < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Si $X^2 > 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula

1. Frecuencias Observadas:

Tabla 15 Satisfacción de las dimensiones de capacidad de respuesta

Pregunta / Respuestas	Comunic. con clientes	Serv. rápido al clientes.	Empld. disp. Ayud. al cliente	Empld. resp preg.del clien	t ₁	μ ₁
Insatisfecho	0	0	0	2	2	0.01
Satisfecho	29	51	35	23	138	0.88
Muy satisfecho	2	6	3	5	16	0.11
t₁	31	57	38	30	156	1.00
v₁	0,1987	0,3654	0,2436	0,1923		

Nota: Elaboración propia

Tabla 16 observaciones esperadas dimensión capacidad y resp.

Pregunta	Comunic.	Serv, rápido	Empld. disp.	Empld. resp	Sub	%
Respuestas	con clientes	al clientes.	Ayud. al cliente	preg.del clien	Total	
Insatisfecho	0,4	0,7	0,5	0,4	2	1
Satisfecho	27	50	34	27	138	88
Muy satisfecho	3	06	4	3	16	11
TOTAL	31	57	38	30	156	100

2. Frecuencias Esperadas (t_e)

Se obtiene de la siguiente manera: $t_e = \frac{2 \times 31}{156} = 0,4$ (ídem)

Nota: Elaboración propia.

3. Calculo del estadístico de prueba



$$X^2 = \frac{(0-0,4)^2}{0,4} + \frac{(0-0,7)^2}{0,7} + \frac{(0-0,5)^2}{0,5} + \frac{(2-0,4)^2}{0,4} + \frac{(29-27)^2}{27} + \frac{(51-50)^2}{50} + \frac{(35-34)^2}{34} + \frac{(23-27)^2}{27} + \frac{(2-3)^2}{3} + \frac{(6-6)^2}{6} + \frac{(3-4)^2}{4} + \frac{(5-3)^2}{3}$$

$$X^2 = 10.42$$

4. Seguidamente determinare el grado de libertad (gl).

Grado de libertad = (n° de filas -1) (n° de columnas -1) ó gl = (r-1) (k-1)

Gl= (3-1) (4-1) = (2)(3) = 6 , que según la tabla de Yi cuadrado es igual a 12.59

5. Criterio de decisión

Según los resultados obtenidos, se puede observar, que el valor de X^2 es de 10.42,

y para el nivel de significancia $\alpha = 0,05$ es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$) por tanto

se rechaza la hipótesis nula, lo cual nos indica que existe una correlación positiva

entre la capacidad de respuesta de la empresa y su contribución en su administración.

Contrastación de Hipótesis específica N° 04

El grado de seguridad contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del distrito de Huacho

H₀: Los elementos de seguridad no contribuyen en la administración

H₁: Los elementos de seguridad si contribuyen en la administración.

Significancia y regla de decisión

Nivel de significancia = 5% = 0,05

Regla de decisión:

Si $X^2 < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Si $X^2 > 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula

1. Frecuencias Observadas:

Tabla 17 Frecuencias observadas dimensiones de seguridad

Pregunta / Respuestas	Trasm.confz. a sus clientes	Seguridad en el serv. Client.	Los empled. son amables	Los empleados están capc.resp	t ₁	μ ₁
Insatisfecho	02	0	0	0	2	0.01
Satisfecho	28	56	33	27	144	0.92
Muy satisfecho	1	1	5	3	10	0.07
t₁	31	57	38	30	156	1.00
V₁	0.1987	0.3654	0.2436	0.1923		

Nota: Elaboración propia

2. Frecuencias Esperadas (t_e)

Se obtiene de la siguiente manera: $t_e = \dots = 0.4$ (ídem)

Tabla 18 Frecuencia esperada dimensión de seguridad

Preguntas Respuestas	Trasm.confz. a sus clientes	Seguridad en el serv. Client.	Los empled. son amables	Los empleados están capc.resp	Sub Total	%
Insatisfecho	0,4	0,7	0,5	0,4	2	1
Satisfecho	27	52	35	28	144	92
Muy satisfecho	2	4	2	2	10	7
TOTAL	31	57	38	30	156	100

Nota: Elaboración propia

2. Calculo del estadístico de prueba



$$X^2 = \frac{(2-0,4)^2}{0,4} + \frac{(0-0,7)^2}{0,7} + \frac{(0-0,5)^2}{0,5} + \frac{(0-0,4)^2}{0,4} + \frac{(28-27)^2}{27} + \frac{(56-52)^2}{52} + \frac{(33-35)^2}{35} + \frac{(27-28)^2}{28} + \frac{(1-2)^2}{2} + \frac{(1-4)^2}{4} + \frac{(5-2)^2}{2} + \frac{(3-2)^2}{2}$$

$X^2 = 9.84$

4. Seguidamente determinare el grado de libertad (gl).

Grado de libertad = (n° de filas -1) (n° de columnas -1) ó gl = (r-1) (k-1)

Gl= (3-1) (4-1) = **(2)(3) = 6** , que según la tabla de Yi cuadrado es igual a 12.59

5. Criterio de decisión

Según los resultados obtenidos, se puede observar que el valor de X^2 es de 9.84, y para el nivel de significancia $\alpha=0,05$ es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$) por tanto se rechaza la hipótesis nula, lo cual nos indica que existe una correlación positiva en la seguridad de la empresa que contribuye en su administración.

Contrastación de Hipótesis específica N° 05

El nivel de empatía contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del distrito de Huacho

H₀: Los elementos de empatía no contribuyen en la administración

H₁: Los elementos de empatía si contribuyen en la administración

Significancia y regla de decisión

Nivel de significancia $\alpha = 5\% \alpha = 0,05$

Regla de decisión:

Si $X^2 < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Si $X^2 > 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula

1. Frecuencias Observadas:

Tabla 19 frecuencia observadas dimensiones sobre empatía

Pregunta	La empr.da una atención Indiv.a clien	Se adapta a los horario de sus clientes	La empr. se preoc. en dar mej.serv clien	La empresa entiende las nec.espc. clien	t1	μ_1
Insatisfecho	03	0	0	0	3	0.02
Satisfecho	26	55	36	27	144	0.92
Muy satisfecho	2	2	2	3	9	0.06
t1	31	57	38	30	156	1.00
v1	0.1987	0.3654	0.2436	0.1923		1.00

Nota: Elaboración propia.

1. Frecuencias Esperadas (t_e)

3 x 31

Se obtiene de la siguiente manera: $t_e = \frac{\text{Subtotal} \times \text{Total}}{\text{Total}} = 0.6$ (ídem)

156

Tabla N° 20 frecuencias esperadas sobre empatía

Pregunta / Respuestas	La empr.da una atención Indiv.a clien	Se adapta a los horario de sus clientes	La empr. se preoc. en dar mej.serv clien	La empresa entiende las nec.espc. clien	Sub total	%
Insatisfecho	0,6	0,5	0,7	0,6	03	2
Satisfecho	29	53	35	28	144	92
Muy satisfecho	2	2	2	2	9	6
TOTAL	31	57	38	30	156	100

Nota: Elaboración propia

3. Calculo del estadístico de prueba



$$X^2 = \frac{(3-0,6)^2}{0,6} + \frac{(0-0,5)^2}{0,5} + \frac{(0-0,7)^2}{0,7} + \frac{(0-0,6)^2}{0,6} + \frac{(26-29)^2}{29} + \frac{(55-53)^2}{53} + \frac{(36-35)^2}{35} + \frac{(27-28)^2}{28} + \frac{(2-2)^2}{2} + \frac{(2-2)^2}{2} + \frac{(2-2)^2}{2} + \frac{(2-2)^2}{2} + \frac{(3-2)^2}{2}$$

$$X^2 = 3.35$$

4. Seguidamente determinare el grado de libertad (gl).

Grado de libertad = (n° de filas -1) (n° de columnas -1) ó $gl = (r-1) (k-1)$

$1gl = (3-1) (4-1) = (2)(3) = 6$, que según la tabla de Yi cuadrado es igual a 12.59

5. Criterio de decisión

Según los resultados obtenidos se puede observar, que el valor de X^2 es de 3.35, y para el nivel de significancia $\alpha = 0,05$ es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$), porque tanto se rechaza la hipótesis nula, lo cual nos indica que existe una correlación positiva en las dimensiones de la empatía de la empresa que contribuye en la administración de la clínica Sofía Victoria.

Prueba de hipótesis general

H.G: La calidad de los servicios a los clientes contribuye en la administración de la clínica ginecológica "Sofía Victoria" Distrito de Huacho-2018.

H₀. La calidad de los servicios a los clientes **no** contribuye en la administración de la clínica ginecológica "Sofía Victoria" del Distrito de Huacho-2018.

H₁. La calidad de los servicios a los clientes **si** contribuye en la administración de la clínica ginecológica "Sofía Victoria" Distrito de Huacho-2018.

Significancia y regla de decisión α

Nivel de significancia $\alpha = 5\% \alpha = 0,05$

Regla de decisión α :

Si $X^2 < 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula

Si $X^2 > 0,05$ entonces se acepta la hipótesis nula

1. Frecuencias Observadas:

Tabla 21 frecuencia observadas la satisfacción de los clientes

Pregunta	Cumple con las citas	Servicio rápido	Seguridad en el servicio	Da una atención	t ₁	μ_1	
Respuestas	individual						
Insatisfecho	02	0	0	0	02	1.3	
Satisfecho	28	55	36	27	146	94.7	
Muy satisfecho	1	2	2	3	8	4.0	
t₁	31	57	38	30	156	100	
v₁	0.1987	0.3654	0.2436	0.1923		1.00	

Nota: Elaboración propia

2. frecuencias esperadas

$$2 \times 31$$

Se obtiene de la siguiente manera: $t_e = \frac{2 \times 31}{156} = 0.4$ (ídem)

$$156$$

Tabla 22. Frecuencias esperadas sobre satisfacción del cliente

Pregunta Respuestas	Cumple con las citas	Servicio rápido	Seguridad en el servicio	Da una atención individual	Sub Total	%
Insatisfecho	0.40	0.70	0.49	0.44	2	1.3
Satisfecho	29.60	53.00	35.60	28.08	146	94.7
Muy satisfecho	1.60	2.41	2.00	1.54	8	4.0
total	31	57	38	30	156	100

3. Calculo del estadístico de prueba



$$X^2 = \frac{(2-0.4)^2}{0.4} + \frac{(0-0.7)^2}{0.7} + \frac{(0-0.5)^2}{0.5} + \frac{(0-0.44)^2}{0.44} + \frac{(28-30)^2}{30} + \frac{(55-53)^2}{53} + \frac{(36-36)^2}{36} \\ + \frac{(27-29)^2}{29} + \frac{(1-2)^2}{2} + \frac{(2-2.41)^2}{2.41} + \frac{(2-2)^2}{2} + \frac{(3-1)^2}{1}$$

$$X^2 = 9.9$$

4. Seguidamente determinare el grado de libertad (gl).

Grado de libertad = (N° de filas - 1) (N° de columnas - 1) ó $gl = (r-1) (k-1)$

$gl = (3-1) (4-1) = (2)(3) = 6$, que según la tabla de Yi cuadrado es igual a 12.59

5. Criterio de decisión

Según los hallazgos recepcionados, si el valor de X^2 es de 9.9, y para el nivel de significancia $\alpha = 0,05$ que es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$), por tanto se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis (H_1), lo que determina que existe una correlación positiva en las dimensiones de los servicios que presta la empresa y que contribuye en la administración de la clínica Sofía Victoria.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Durante el desarrollo de este estudio se investigó la calidad de los servicios a los clientes y su contribución en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del distrito de Huacho-2018. Para ello se determinó el objetivo General: Determinar en qué medida la calidad de los servicios a los clientes contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria” del Distrito de Huacho-2018.

Es así que Tschoh (2001) sostiene que, dado que la calidad de servicio está dirigida más como una táctica de ventas, es estimada además como, una desventaja comparativa, y en ciertas oportunidades es la única que la entidad cuenta sobre todo en instituciones que trabajan en economías de servicios y en el cual todas aportan el mismo servicio. Con el servicio, la empresa puede empezar un veloz desarrollo de niveles de beneficios, creando más impulso en la medida en que camina al logro de su objetivo. (p.222).

En la primera hipótesis específica se estableció que los elementos tangibles si contribuyen en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria -2018. Es así que mediante la contrastación o prueba de hipótesis mediante el estadístico Yi cuadrado se obtuvo un nivel de significancia $9.56 < 12.59$ (si $X^2 < 0,05$) lo cual determino que existe una

correlación estadística significativa entre los elementos tangibles y la administración, este resultado se confirma por los estudios realizados por Zeitham et al (2009): considera que la apariencia de las áreas físicas, equipo, personal y materiales de comunicación. Los tangibles son frecuentemente usado por las empresas de servicio en las que sus tácticas consideren servicios donde el usuario visite la entidad prepara recibirlo (ejemplo: restaurants, hoteles, clínicas etc.).

Así mismo en la segunda hipótesis específica se ha determinado que existe una contribución significativa entre la fiabilidad y la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho, sea podido observar que al contrastar esta hipótesis se obtuvo un nivel de significancia $11.15 < 12.59$ (si $X^2 < 0,05$) lo que permite afirmar que existe una correlación estadística significativa entre la fiabilidad y la administración, es indudable que la confiabilidad es una de las dimensiones importantes en los servicios que preste una empresa y sobre todo aquellas orientadas fundamentalmente al servicio de personas donde la percepción, la sensibilidad son factores determinantes en calificar el grado de calidad que una empresa preste a sus clientes. Según Zeitham et al (2009): considera que es una habilidad que prestar el servicio prometido mediante el error cero rediseñado.

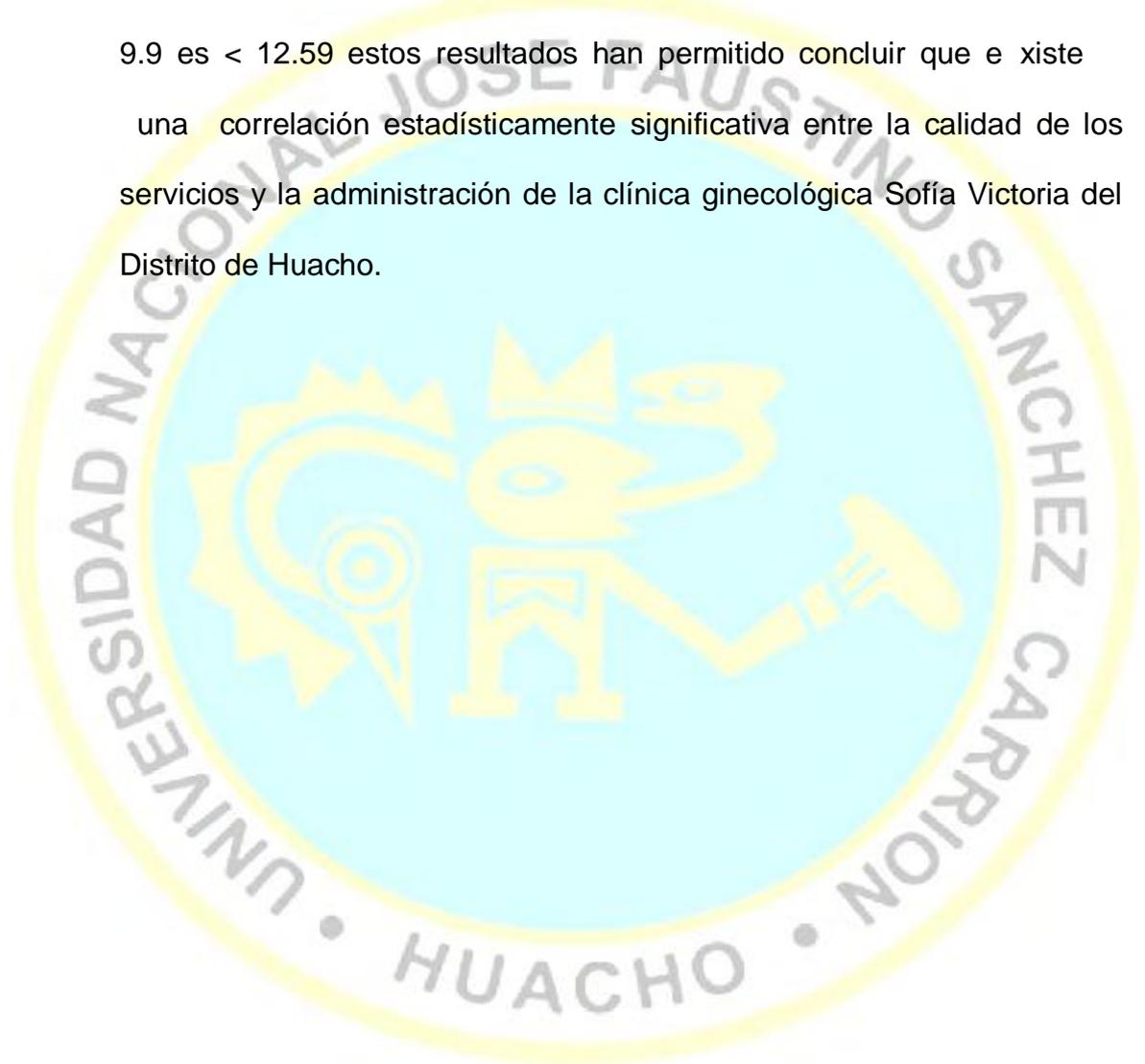
De acuerdo a la tercera hipótesis específica sobre seguridad, se ha concluido que existe una contribución significativa entre la seguridad y la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del distrito de Huacho 2018. Es así que a través de la contrastación de hipótesis se

alcanzó un nivel de significancia $10.42 < 12.59$ ($X^2 < 0,05$) que me ha permitido determinar la existencia de correlación entre la seguridad y la administración.

En relación a la cuarta hipótesis específica se determinó que existe una contribución significativa entre la empatía y la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del distrito de Huacho 2018. En tal sentido habiendo realizado la contrastación de hipótesis revelo un nivel de significancia $9.48 < 12.59$ ($X^2 < 0,05$) que me ha permitido determinar que existe una correlación estadística significativa entre la empatía y la administración. Como sabemos la empatía hoy en día es un factor determinante en las actividades de servicios considerando que ésta diseñado en un 75% de capacidades del personal que lo brinda y un 20% de aspectos materiales y un 5% en otras actividades, la empatía generalmente la entendemos como ponerse en el lugar del cliente o en el zapato de los demás, hace que hoy sea parte de toda actividad administrativa, considerando que la administración científica requiere de esta capacidad en todos los colaboradores de una empresa.

Así también la quinta hipótesis específica se ha determinado el hallazgo de la contribución significativa entre la capacidad de respuesta y la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del distrito de Huacho 2018. Y habiendo procedido a realizar la contrastación de hipótesis revelo un nivel de significancia $3.5 < 12.59$ ($X^2 < 0,05$) que me ha permitido determinar la existencia de la correlación estadística significativa entre la capacidad de respuesta y la administración.

En cuanto a hipótesis general debo confirmar que existe una relación significativa que la calidad de los servicios a los clientes si contribuye en la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho. Es así que el proceso estadístico aplicado ha permitido alcanzar una significancia de ($X^2 < 0,05$) es decir 9.9 es < 12.59 estos resultados han permitido concluir que e xiste una correlación estadísticamente significativa entre la calidad de los servicios y la administración de la clínica ginecológica Sofía Victoria del Distrito de Huacho.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1. Como podemos observar en cuanto al grado de satisfacción tangibles que viene brindando la clínica Sofía Victoria del distrito de Huacho, el 84% de los clientes esta satisfechos, un 13% muy satisfechos y un 3 % insatisfechos, de lo cual se puede inferir que las instalaciones físicas, los equipos modernos, así como colaboradores pulcros le dan un grado de satisfacción aceptable. Y en merito a los hallazgos encontrados durante contrastación de hipótesis existe una relación significativa considerando que el valor de X^2 es de 9.56, y para el nivel de significancia $\alpha=0,05$ es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$) por tanto se rechazó la hipótesis nula, lo cual nos indica que existe una correlación positiva entre las dimensiones tangibles de la empresa y su administración.

2. De conformidad a los resultados obtenidos en cuanto al grado de satisfacción sobre fiabilidad que viene brindando la clínica Sofía Victoria del distrito de Huacho un 87% de los clientes consideraron que están satisfecho seguido de un 11% que estaban muy satisfechos y un 2% considero que no ésta satisfechos. De lo cual se puede inferir que el cumplimiento de citas, la solución a sus problemas, satisfacción del servicio y el prestar servicio en el tiempo programado determinan un grado de satisfacción aceptable. En merito a los hallazgos encontrados durante la contrastación de hipótesis existe una relación significativa,

considerando, que el valor de X^2 es de 11.15, y para el nivel de significancia $\alpha=0,05$ es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$), por tanto es rechazada la hipótesis nula, lo cual nos indica la existencia de una correlación positiva entre la fiabilidad de la empresa y su administración.

3. De acuerdo a los datos obtenidos en función a la capacidad de respuestas emitidas por la clínica ginecológica Sofía Victoria a sus clientes, podemos observar que un 89% de los clientes consideran que están satisfecho, un 11 % de los clientes determinaron están muy satisfecho, estos resultados están relacionados con el grado de respuesta en cuanto a la comunicación, ayuda a la rapidez en el servicio como a la repuestas a las preguntas realizadas por los clientes y un 1% no están insatisfechos. Es así que puedo inferir que el nivel de capacidad de respuesta de la empresa es aceptable. Ya que según los resultados obtenidos en la contrastación de hipótesis se aprecia, que el valor de X^2 es de 10.42, y para el nivel de significancia $\alpha=0,05$ es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$), por tanto se rechaza la hipótesis nula, lo cual nos indica que existe una correlación positiva entre el grado de respuesta de la empresa y su contribución en su administración.

4. De acuerdo a la tabla se puede observar que un 92 % de los clientes en cuanto a la seguridad se sienten satisfechos ya que la que la empresa les trasmite seguridad en el servicio, amabilidad y capacidad para responder a de los empleados, así también un 7% de los clientes están muy satisfechos y un 1% no están satisfechos ante esta situación se puede inferir que la empresa cubre las expectativas que todo cliente desea alcanzar en torno a la seguridad. Es así que de acuerdo a la

contrastación de hipótesis realizada en los resultados hallados, se aprecia, que el valor de X^2 es de 9.48, y para el nivel de significancia

$=0,05$ que es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$), por tanto se rechaza la hipótesis nula, lo cual nos indica que existe una correlación positiva en la seguridad de la empresa que contribuye en su administración.

5. Como se puede observar un 92% de los clientes manifestaron que están satisfechos con la actitud empática de los empleados de la empresa relacionado con la atención individual, adaptación de horarios de acuerdo al cliente, preocupación en dar un mejor servicio, entiéndelas expectativas de los usuarios Un 6% tiene una satisfacción buena y un 2% no está satisfecho. Por lo que se puede inferir que la empresa viene cumpliendo eficientemente las necesidades de sus clientes en relación a las actividades empáticas que debe desarrollar para poder administrar de la manera más eficaz. Y Según los resultados obtenidos mediante las contrastaciones de hipótesis, se puede observar, que el valor de X^2 es de 3.5 y para el nivel de significancia $=0,05$ que es igual a 12.59 (Si $X^2 < 0,05$), por tanto se rechazó la hipótesis nula, lo cual determina que existe una correlación positiva en la dimensión de la empatía y la administración de la empresa.

6.2 Recomendaciones

Es recomendable que la clínica Sofía Victoria asuma los resultados estadísticos obtenidos como base para poder valorar la calidad de los servicios que viene brindando a sus clientes en función de sus cinco dimensiones: bienes tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, mediante una trazabilidad (seguimiento) continua lo que permitirá afrontar algunas desviaciones que se puedan dar en su administración.

En relación a los bienes tangibles es recomendable que la empresa siempre este a la vanguardia de los avances tecnológicos que hoy en día la modernidad exige en el campo de la salud a efectos de brindar cada día un servicio más eficiente y eficaz a sus clientes y de esta manera pueda alcanzar una mayor productividad, ya que se ha demostrado que los bienes tangibles si contribuyen en la administración de la empresa.

Considerando que la confiabilidad se puede comparar con la efectibilidad toda vez que ésta orientada hacia el acceso a un servicio a través de un mecanismo preciso basado en el cumplimiento de la perspectiva esperada para ese fin, es recomendable que la gerencia de la clínica se preocupe constantemente en revisar los protocolos de cada uno de los servicios que presta a efecto de que el servicio se de en forma efectiva y evitar que estos se repitan, lo cual conlleva a elevar los costos económico en tiempo y materiales.

En cuanto a la capacidad de respuesta que se sustenta en el periodo de permanencia de los clientes para poder recibir la atención que le corresponde por cuanto es recomendable que la clínica sea capaz de observar el desarrollo, cumplimiento del servicio en el tiempo y de la función de consultas aplicando la perspectiva de los usuarios mas no de la entidad. Así mismo debe promover un sistema de comunicación eficiente y eficaz utilizando los medios de comunicación internos y externos que fortalezcan su grado de respuesta.

En referencia a la seguridad cuyas capacidades ésta conformada por el conocimiento y atención mostrado por el personal administrativo al momento de brindar un servicio, así también como la confianza y credibilidad por parte de los clientes, es recomendable que la clínica invierta de una manera constante en capacitar a sus colaboradores ya que esto fortalecerá la seguridad de sus clientes.

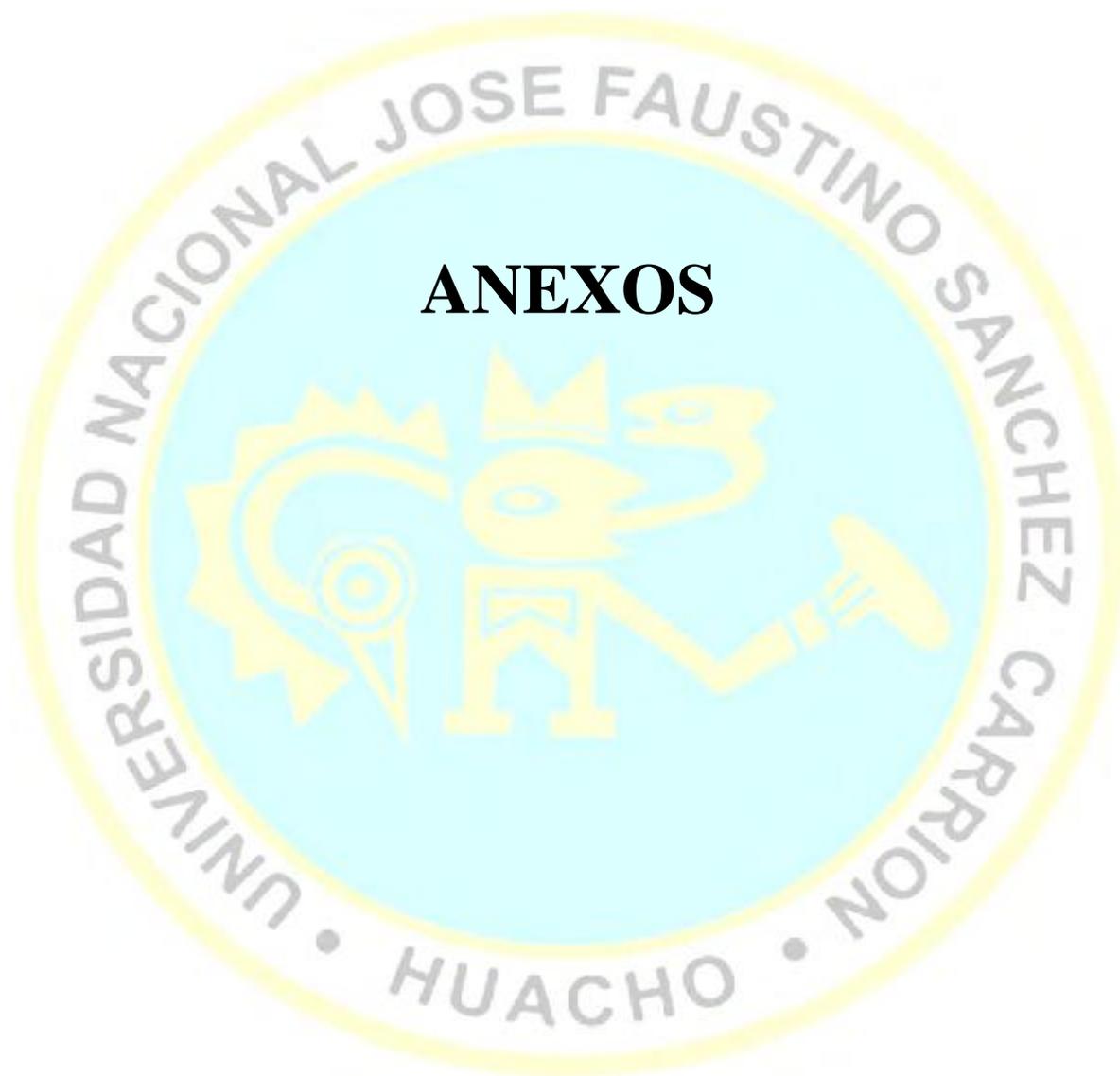
En cuanto a la empatía que se sustenta en el grado de atención personalizada que ofrece la empresa en la atención a sus clientes es recomendable que la gerencia de la clínica promueva mejoras continuas debido a la existencia de una correlación positiva en la dimensión de la empatía y de la administración de la empresa.

REFERENCIAS

6.1 Bibliografía

- Acosta, M. (1998). *Creatividad, motivación y rendimiento académico*. . España: Granada: Aljibe.
- Alvarez, C. (2000). *Hacia una escuela de excelencia*. Cuba: La Habana: Academia.
- Barquero, M. (2007). *Marketing de clientes ¿quién se ha llevado mi cliente?* España: McGraw – Hill interamericana.
- Caruana, A. (2000). *Service Quality and satisfaction the moderating Role of Value*. España: European journal of Marketing.
- Chiavenato. (2000). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México.: McGraw Hill.
- Crosby, M. (2002). *¿Es importante medir la calidad de la educación?* . Madrid: Generis.
- Del Salto, E. (2014). *Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario que asiste a la consulta en el departamento médico del instituto nacional Mejía en el periodo 2012*. Quito-Ecuador : Universidad Central del Ecuador.
- Feigenbaum, A. (2005). *La satisfacción del cliente y su importancia para la empresa*. Argentina: Calidad y Gestion.
- Kloter, F. (2011). *The perceived service quality concept a mistake*. Canada: Managing Service Quality,.
- Morgan, R. y. (1994). *La Teoría del Compromiso-Confianza del Marketing Relacional*. Mexico: Diario de Marketing, .
- Oliver, R. (1980). *Un modelo cognitivo de los antecedentes y consecuencias de las decisiones de satisfacción*. Argentina: investigación de mercados, .

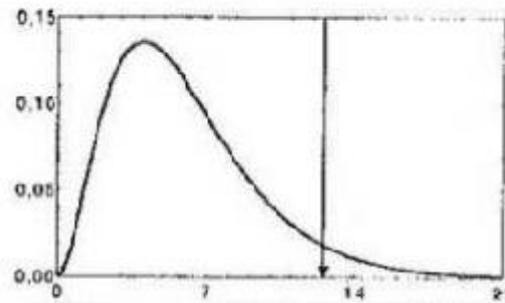
- Parasuraman, L. (1988). *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality*. New York: Journal of Retailing, .
- Pardo, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del área de farmacia de la clínica Maisón de Santé, sede Surco, Lima*. . Lima-Perú.: Universidad César Vallejo.
- Peréz, M. (2003). *Fundamento de marketing. Odontología ejercicio profesional*. Mexico: Odonto marketing.
- Redhead, R. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau*. . Lims: UNMSM.
- Roldan, L., & Balbena, J. y. (2010). *Calidad de Servicio y Lealtad de Compra del Consumidor en Supermercados Limeños*. Lima –Perú: Pontificia Universidad Católica .
- Sanchez, G. (2005). *Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas*. Esaña: Cuadernos de Estudios Empresariales, .
- Sanchez, L. (2012). *Satisfacción de los Usuarios de Consulta Externa en una Institución de Seguridad Social en Guadalupe, Nuevo León”* . México: Universidad Autónoma de Nuevo León Moterrey .
- Urriago, L. y. (2010). *Calidad de la atención en salud. Percepción de los usuarios” Hospital Universitario del Valle, HUV, “Evaristo García*. Colombia: ESE Cali, Valle, .



ANEXOS

CUADRO ESTADISTICO Y²

Tabla de la Distribución de Chi-cuadrado (c2). $P(\chi^2_{(10)} < 12,55) = 0,75$



gl	Valor-p							
	0.5	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
1	0.45	1.32	2.71	3.84	5.02	6.63	7.88	10.83
2	1.39	2.77	4.61	5.99	7.38	9.21	10.60	13.82
3	2.37	4.11	6.25	7.81	9.35	11.34	12.84	16.27
4	3.36	5.39	7.78	9.49	11.14	13.28	14.86	18.47
5	4.35	6.63	9.24	11.07	12.83	15.09	16.75	20.52
6	5.35	7.84	10.64	12.59	14.45	16.81	18.55	22.46
7	6.35	9.04	12.02	14.07	16.01	18.48	20.28	24.32
8	7.34	10.22	13.36	15.51	17.53	20.09	21.95	26.12
9	8.34	11.30	14.68	16.92	19.02	21.67	23.59	27.68
10	9.34	12.55	15.99	18.31	20.48	23.21	25.19	29.59
11	10.34	13.70	17.28	19.68	21.92	24.72	26.76	31.26
12	11.34	14.85	18.55	21.03	23.34	26.22	28.30	32.91
13	12.34	15.98	19.81	22.36	24.74	27.69	29.82	34.53
14	13.34	17.12	21.06	23.68	26.12	29.14	31.32	36.12
15	14.34	18.25	22.31	25.00	27.49	30.58	32.80	37.70
16	15.34	19.37	23.54	26.30	28.85	32.00	34.27	39.25
17	16.34	20.49	24.77	27.59	30.19	33.41	35.72	40.79
18	17.34	21.60	25.99	28.87	31.53	34.81	37.16	42.31
19	18.34	22.72	27.20	30.14	32.85	36.19	38.58	43.82
20	19.34	23.83	28.41	31.41	34.17	37.57	40.00	45.31
21	20.34	24.93	29.62	32.67	35.48	38.93	41.40	46.80
22	21.34	26.04	30.81	33.92	36.78	40.29	42.80	48.27
23	22.34	27.14	32.01	35.17	38.08	41.64	44.18	49.73
24	23.34	28.24	33.20	36.42	39.36	42.98	45.56	51.18
25	24.34	29.34	34.38	37.65	40.65	44.31	46.93	52.62
26	25.34	30.43	35.56	38.89	41.92	45.64	48.29	54.05
27	26.34	31.53	36.74	40.11	43.19	46.96	49.64	55.48
28	27.34	32.62	37.92	41.34	44.46	48.28	50.99	56.89
29	28.34	33.71	39.09	42.56	45.72	49.59	52.34	58.30
30	29.34	34.80	40.26	43.77	46.98	50.89	53.67	59.70
40	39.34	45.62	51.81	55.76	59.34	63.69	68.77	73.40
50	49.33	56.33	63.17	67.50	71.42	76.15	79.49	85.66
60	59.33	66.98	74.40	79.08	83.30	88.38	91.95	99.61
70	69.33	77.58	85.53	90.53	95.02	100.43	104.21	112.32
80	79.33	88.13	96.58	101.88	106.63	112.33	116.32	124.84
90	89.33	98.65	107.57	113.15	118.14	124.12	128.30	137.21
100	99.33	109.14	118.50	124.34	129.56	136.81	140.17	149.45

ENCUESTA

La presente encuesta está orientada a los clientes del Distrito de Huacho, la cual permitirá medir el nivel de calidad de servicios que ofrece la Clínica “Sofía Victoria a sus clientes y de esta manera concluir con el grado de contribución que tienen estos en su administración. Por tanto ponemos en consideración la siguiente encuesta por cuestionarios. Para tal efecto le agradecería mucho a usted calificar marcando con una (X) cuyas valoraciones son: insatisfecho, (1) insatisfecho (2) satisfecho (3) Muy satisfecho.

CUESTIONARIO				
DIMENSIONES	PREGUNTAS	1	2	3
Tangibles	¿La empresa tiene equipos modernos?			
	¿Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son visualmente atractivas?			
	¿Los empleados de la empresa de servicios tienen apariencia pulcra?			
	¿Los elementos materiales (sala de espera, maquinarias y equipos para la atención) son visualmente modernos?			
Fiabilidad	¿La atención por parte de la empresa cumple de acuerdo a la cita programada?			
	¿Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo?			
	¿Cuál es el nivel de satisfacción que usted ha obtenido después del servicio prestado por la empresa?			
	¿La empresa concluye el servicio en el tiempo programado?			
Capacidad de respuesta	¿Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio?			
	¿Los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?			
	¿Los empleados de la empresa de servicios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes?			
	¿Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes?			
Seguridad	¿El comportamiento de los empleados de la empresa transmite confianza a sus clientes?			
	¿Los clientes se sienten seguro en sus transacciones de servicios con la empresa?			
	¿Los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes?			
	¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes?			
Empatía	¿La empresa da a sus clientes una atención individualizada?			
	¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?			
	¿La empresa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes?			
	¿La empresa se preocupa por dar un mejor servicio a sus clientes?			
	¿La empresa comprende las necesidades específicas de sus clientes?			

UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION
Dr. Miguel Angel Luna Neyra
PROFESOR PRINCIPAL

Dr. Miguel Angel Luna Neyra
ASESOR

Dra. Flor de María Lioo Jordán
DNI 15612743

Dra. Flor de María Lioo Jordán]
PRESIDENTE

Dr. Santiago E. Ramos y Yovera

DNI:15697556

Dr. Santiago Ernesto Ramos y Yovera
SECRETARIO

Mg. Oscar Otazu Montes
Investigación - Inglés

M(o) Oscar Carlos Otazu Montes
VOCAL

