



# **Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Administración

## **Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023**

### **Tesis**

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración

### **Autoras**

Yissela Elizabeth Verano Chávez

Melissa Karen Villareal Trinidad

### **Asesor**

M(o). Ángel Cleto Mena Melgarejo

Huacho – Perú  
2024



**Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

## LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Administración

### INFORMACIÓN DE METADATOS

<b>DATOS DEL AUTOR (ES):</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>FECHA DE SUSTENTACIÓN</b>
Yissela Elizabeth Verano Chávez	40189629	14/12/2023
Melissa Karen Villarreal Trinidad	46043628	14/12/2023
<b>DATOS DEL ASESOR:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
M(o). Ángel Cleto Mena Melgarejo	15584845	0000-0003-1277-3548
<b>DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
Dr. Félix Gil Caro Soto	32124959	0000-0002-0946-5395
M(o). Carlos Manuel León Sánchez	41199839	0000-0003-0730-5504
M(o). Williams Ramiro Calla Jaimés	41469196	0000-0002-3174-2248

# Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	3%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
3	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	2%
4	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1%
7	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad de Huanuco Trabajo del estudiante	1%

**Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho,  
año 2023**

**Yissela Elizabeth Verano Chávez  
Melissa Karen Villareal Trinidad**

**TESIS DE PREGRADO**

**ASESOR:**

**M(o). Ángel Cleto Mena Melgarejo**

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**HUACHO – PERÚ**

**2024**

## **DEDICATORIA**

A mis hijos, por ser la inspiración y motivo de lucha cada día de mi vida. A mi esposo, por su paciencia y apoyo constante. A mi madre y hermano, en el cielo con amor, por ser un ejemplo de perseverancia.

**Yissela Elizabeth Verano Chávez**

A mis padres, por ser mi motivación. A mis hermanas, por ser mi admiración. A mis abuelos, por ser mis guías e iluminación.

**Melissa Karen Villarreal Trinidad**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por permitir que goce de buena salud y lograr la culminación de una etapa más, en mi carrera profesional. A mi madre Catalina y a mi hermano Alejandro, por los principios y valores que me inculcaron para ser una persona de bien, A mi Alma mater, la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, por brindarme los conocimientos y orientación necesaria para realizarme como profesional.

### **Yissela Elizabeth Verano Chávez**

Agradezco a Dios, por permitir seguir adelante y poder lograr culminar una etapa de mi carrera profesional. A mis padres Mario y Celia por ser mi motivación, quienes, con su amor, paciencia me han permitido llegar a cumplir hoy un objetivo más. A mis hermanas Herlinda y Cristina, por su cariño y apoyo durante el proceso de mi carrera profesional y por haber sido un ejemplo.

### **Melissa Karen Villarreal Trinidad**

## INDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INDICE GENERAL.....	iv
INDICE DE TABLAS.....	vi
INDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
<b>CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>1</b>
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.....	6
1.5. Delimitación del estudio .....	7
<b>CAPITULO II MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
2.1. Antecedentes de la investigación.....	8
2.1.1. Investigaciones internacionales.....	8
2.1.2. Investigaciones nacionales.....	10
2.2. Bases teóricas.....	13
2.3. Bases filosóficas .....	18
2.4. Definición de términos básicos .....	23
2.5. Hipótesis de la investigación.....	24
2.5.1. Hipótesis general.....	24
2.5.2. Hipótesis específicas .....	24
2.6. Operacionalización de las variables .....	25

CAPITULO III METODOLOGIA .....	28
3.1. Diseño metodológico .....	28
3.2. Población y muestra.....	28
3.2.1. Población .....	28
3.2.2. Muestra .....	28
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	29
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información .....	30
CAPITULO IV RESULTADOS .....	31
4.1. Análisis de los resultados .....	31
4.2. Contratación de hipótesis .....	48
CAPITULO V DISCUSIÓN .....	54
5.1. Discusión de resultados .....	54
CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	57
6.1. Conclusiones.....	57
6.2. Recomendaciones .....	59
REFERENCIAS.....	60
7.1. Fuentes bibliográficas .....	60
7.2. Fuentes electrónicas.....	60
ANEXOS.....	64

**ÍNDICE DE TABLAS**

	Pág.
Tabla 1 Calidad de servicio .....	31
Tabla 2 Fiabilidad .....	32
Tabla 3 Capacidad de respuesta .....	33
Tabla 4 Seguridad .....	34
Tabla 5 Empatía.....	35
Tabla 6 Elementos tangibles .....	36
Tabla 7 Satisfacción del usuario.....	37
Tabla 8 Desempeño percibido.....	38
Tabla 9 Expectativa del usuario .....	39
Tabla 10 Nivel de satisfacción .....	40
Tabla 11 Calidad de servicio*satisfacción del usuario.....	41
Tabla 12 Fiabilidad*satisfacción del usuario .....	42
Tabla 13 Capacidad de respuesta*satisfacción del usuario .....	43
Tabla 14 Seguridad*satisfacción del usuario .....	44
Tabla 15 Empatía*satisfacción del usuario.....	45
Tabla 16 Elementos tangibles*satisfacción del usuario .....	46
Tabla 17 Supuesto de normalidad de las variables y dimensiones.....	47
Tabla 18 Correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario .....	48
Tabla 19 Correlación entre fiabilidad y satisfacción del usuario .....	49
Tabla 20 Correlación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario .....	50
Tabla 21 Correlación entre seguridad y satisfacción del usuario .....	51

Tabla 22 Correlación entre empatía y satisfacción del usuario.....	52
Tabla 23 Correlación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario .....	53

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Calidad de servicio .....	31
Figura 2. Fiabilidad .....	32
Figura 3. Capacidad de respuesta .....	33
Figura 4. Seguridad .....	34
Figura 5. Empatía .....	35
Figura 6. Elementos tangibles .....	36
Figura 7. Satisfacción del usuario .....	37
Figura 8. Desempeño percibido del servicio.....	38
Figura 9. Expectativa del usuario .....	39
Figura 10. Nivel de satisfacción.....	40
Figura 11. Calidad de servicio y satisfacción del usuario.....	41
Figura 12. Fiabilidad y satisfacción del usuario.....	42
Figura 13. Capacidad de respuesta y satisfacción del usuario .....	43
Figura 14. Seguridad y satisfacción del usuario.....	44
Figura 15. Empatía y satisfacción del usuario .....	45
Figura 16. Elementos tangibles y satisfacción del usuario .....	46

## RESUMEN

La **finalidad** principal de este estudio fue determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023. La **Metodología** aplicada fue de tipo básico, con enfoque cuantitativo de nivel correlacional y de diseño no experimental transversal. La técnica que se utilizó fue la encuesta y como instrumento fue el cuestionario para ambas variables. La población estuvo constituida por 400 usuarios atendidos en la clínica y una muestra de 196 usuarios, a quienes se les aplicó un test de 26 ítems en la escala de Likert. El **Resultado** fue; el 68.37% de los usuarios afirman que la calidad de servicio es regular y además indican que su satisfacción es de nivel moderado. También, el 25.51% de los encuestados revelan que la calidad de servicio es buena y además señalan que su satisfacción es de nivel alto. Y finalmente, el 5.61% mencionan que la calidad de servicio es deficiente y su satisfacción es de nivel bajo. Se **concluyó** determinando que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023, con un nivel de significancia de  $P=0.001$ . Además, el Rho de Spearman es de 0.755, Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva alta. Es decir, en la clínica se tiene en cuenta regularmente la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Razón por el cual el nivel de satisfacción del usuario es bueno en dicha empresa.

**Palabras clave:** Calidad, servicio, clínica, satisfacción, usuario.

## ABSTRACT

The main purpose of this study was to determine the relationship that exists between the quality of the service and user satisfaction at the San Pedro Clinic, Huacho, year 2023. The Methodology applied was basic, with a quantitative approach at a correlational and design level. non-experimental cross-sectional. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire for both variables. The population was made up of 400 users treated at the clinic and a sample of 196 users, to whom a 26-item test on the Likert scale was applied. The result was; 68.37% of users affirm that the quality of service is regular and also indicate that their satisfaction is of a moderate level. Also, 25.51% of those surveyed reveal that the quality of service is good and also indicate that their satisfaction is of a high level. And finally, 5.61% mention that the quality of service is poor and their satisfaction is low. It was concluded by determining that there is a significant relationship between the quality of service and user satisfaction in the San Pedro clinic, Huacho, year 2023, with a significance level of  $P=0.001$ . Furthermore, Spearman's Rho is 0.755. According to the Bisquerra scale, this correlation is high positive. That is, in the clinic, reliability, responsiveness, security, empathy and tangible elements are regularly taken into account. Reason why the level of user satisfaction is good in said company.

**Keywords:** Quality, service, clinic, satisfaction, user.

## INTRODUCCIÓN

En este mundo tan competitivo es importante no descuidar la calidad en el servicio, las organizaciones deben de enfocar su trabajo en los clientes, de modo que su experiencia en cada atención sea satisfactoria, buscando que superen sus expectativas brindando calidez y eficiencia. Además, se debe de considerar que la satisfacción de los clientes depende también de la buena relación con el personal de atención en las diferentes áreas y ello conducirá a que los clientes se sientan encantados, incrementando su nivel de satisfacción y muchas veces obteniendo su lealtad independientemente del costo de los servicios, caso contrario si la relación con los clientes es negativa los clientes estarán insatisfechos y no regresarán por la mala experiencia vivida, esto no ayudará a las empresas a mejorar su calidad de servicio.

De manera que, el presente estudio titulado “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023”, tiene como finalidad determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica en mención.

La investigación contiene 6 capítulos, siendo las siguientes: **En el primer capítulo:** se realizó la descripción del problema, tomando en consideración la realidad problemática a nivel mundial, internacional, nacional y local. También, se formuló el problema y los objetivos que se persiguen, así mismo la justificación y delimitaciones. **En el segundo capítulo:** se desarrolló el marco teórico, presentando antecedentes con relación a la investigación. Asimismo, las bases teóricas que están respaldadas en estudios anteriores a la presente tesis, además las hipótesis y la operacionalización de las variables. **En el tercer capítulo:** se indicó la metodología, en la cual se describe el diseño metodológico. Asimismo, la población, muestra, las técnicas de recolección de datos, las técnicas para el procesamiento de la información y la matriz de consistencia. **En el cuarto capítulo:** se presentan los resultados de la investigación en base a la encuesta realizada.

**En el quinto capítulo:** se realizó la discusión de los resultados. **En el sexto capítulo:** se presentó las conclusiones y recomendaciones para una mejora continua.

## CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

En la actualidad los usuarios son cada vez más exigentes, en su atención no sólo buscan precios bajos, buscan también calidad en los servicios para cubrir sus necesidades, expectativas y superar sus expectativas a través de una excelente atención y servicio que hoy en día es fundamental en toda organización. Brindar calidad en el servicio es complejo, porque requiere del compromiso de toda la organización. En ese sentido las empresas deben poner énfasis en otorgar calidad de servicio a sus clientes o usuarios, ya que ellos serán quienes determinen que tan buena o mala fue su experiencia, tomando en consideración el desempeño, el costo y la atención. Por este motivo se realizó una investigación de nivel correlacional entre la calidad de servicio y su asociación con la satisfacción de los usuarios en la clínica San Pedro, Huacho, 2023.

A nivel mundial, según la OMS (2020) señala que, cada año en los países de ingresos bajos y medianos, mueren entre 5,7 y 8,4 millones de personas, debido a una atención inadecuada, lo que representa hasta el 15% de las muertes en estos países. También afirma que el 60% de las muertes por enfermedades que requieren una mayor atención médica en países de ingresos bajos y medianos se deben a la mala calidad de atención, y el resto son consecuencia de que no se utilice el sistema de salud.

También indica que 1 de cada 10 pacientes en países de altos ingresos sufre daños durante la atención hospitalaria, es probable que 7 de cada 100 pacientes hospitalizados contraigan una infección relacionada con la atención de salud. Asimismo, refiere que, a nivel mundial, existen estructuras inadecuadas que son esenciales para una atención de calidad, además, 1 de cada 8 establecimientos de salud, no cuentan con suministro de agua, 1 de cada

5 no cuenta con instalaciones sanitarias y 1 de cada 6 no tiene instalaciones para lavarse las manos en los puntos de atención.

También, indica que aproximadamente 1800 millones de personas, es decir, el 24% de la población mundial, viven en entornos frágiles donde el acceso a servicios de salud esenciales y de calidad es difícil. La mayoría de las muertes maternas, infantiles y neonatales evitables se registran en estos entornos.

A nivel internacional, en España en el estudio de Martínez (2001) indica que “La calidad se ha convertido en un factor clave en la implementación de estrategias competitivas, especialmente en el sector de servicios”.

Asimismo, en España, en el estudio de Moreno, García, y Pomar, (2012) manifiestan que, “En los últimos años se ha puesto mucho énfasis en mejorar la eficiencia de los servicios. También, indica que es importante la implementación de sistemas destinados a mejorar la eficacia y eficiencia de los procesos para lograr la fidelización y complacencia de los usuarios”.

Lograr la complacencia de los usuarios en los centros de salud ha sido un desafío en las últimas décadas, debido a las exigencias de los usuarios de recibir una atención rápida y adecuada para aliviar sus enfermedades, especialmente en los establecimientos públicos.

A nivel nacional, en Perú, en el estudio de Vera (2022) indica que, “El presupuesto asignado al sector salud en el año 2020, aumentó levemente un 2.2% respecto al año 2019 (MINSA), siendo este presupuesto bajo en comparación con otros países de la región”. También, añade que, “Según la Superintendencia Nacional de Salud (SUSALUD), al realizar las supervisiones, han evidenciado en muchos hospitales, la falta de medicamentos, las colas para sacar una cita, los trámites burocráticos y esto se ha convertido en un problema común

que afronta el paciente y su entorno. Por otro lado, la actitud que toma el personal de salud hacia los pacientes y su entorno es indiferente y fría”.

De acuerdo con lo antes mencionado, cabe resaltar que, el bajo presupuesto designado al sector salud, genera limitaciones y deficiencias en la gestión de las instituciones de salud pública, así como tiempo de espera largo y lentitud en los servicios que brinda a los usuarios, muchas veces rebasando su capacidad de atención, así como el escaso abastecimiento de productos farmacéuticos y la falta de empatía de parte del personal asistencial y administrativo.

En ese sentido, en el distrito de Huacho, desde hace algunos años se han aperturado varios centros de salud de carácter privado con la finalidad de atender las necesidades de salud de los habitantes. A pesar de ello, no es suficiente sólo los servicios que se brindan, sino también la calidad humana de servicio que se debería ofrecer para cubrir las necesidades y perspectivas de los pacientes o usuarios que acuden a sus establecimientos.

En el distrito mencionado, desde hace 49 años viene realizando sus actividades en beneficio de la población, la Clínica San Pedro, que ofrece diversos servicios como: hospitalización, centro quirúrgico, emergencia, ambulancia tipo II, farmacia, equipos biomédicos, laboratorios, consultorios en las diversas especialidades (ginecología, traumatología, cirugía general, dermatología, endocrinología, medicina interna, nefrología, neumología, odontología, oftalmología, otorrinolaringología, pediatría, psiquiatría, reumatología, urología, nutrición, medicina general). Sus usuarios provienen del Centro de Huacho y poblaciones cercanas que se encuentran ubicadas en el norte, este y sur del distrito de Huacho.

La presente investigación surge por las dificultades que se ha observado en cuanto al servicio que brinda la empresa en la atención de los usuarios asegurados y no asegurados. Estas dificultades se reflejan en un reducido número de personal, generando lentitud e inconvenientes con los pacientes, por el tiempo de espera en el área de admisión para obtener un turno de atención. Del mismo modo en los pasillos de consultorios externos, recibiendo poca empatía, calidad de servicio y calidez por parte del profesional asistencial y administrativo, así como reducido abastecimiento de medicamentos, ausencia de capacitación y formación del personal para atender las exigencias de los usuarios.

En ese sentido, la Clínica San Pedro, como organización prestadora de servicios de salud, está cada vez más preocupada en el desarrollo de estrategias que puedan mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a los usuarios. Esta situación permitirá realizar este estudio con la finalidad de relacionar la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, sugiriendo la mejora continua en dicha organización. El presente estudio pretende brindar aportes con información que conlleven a mejorar la calidad de servicio brindada por la organización hacia los usuarios y lograr su satisfacción.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿De qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?

### **1.2.2. Problemas específicos**

PE1: ¿De qué manera la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?

PE2: ¿De qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?

PE3: ¿De qué manera la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?

PE4: ¿De qué manera la empatía se relaciona con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?

PE5: ¿De qué manera los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

OE1: Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

OE2: Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

OE3: Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

OE4: Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

OE5: Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

## **1.4. Justificación de la investigación**

### **1.4.1. Justificación Teórica**

Bernal (2010) “En investigación existe una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o generar una epistemología del conocimiento existente” p. 106.

El presente estudio de investigación es importante, ya que los servicios de atención de salud que brinda la clínica San Pedro, al igual que otras organizaciones, enfrenta diversos inconvenientes para mantener la calidad de sus servicios, lo que se refleja en la complacencia de las necesidades y perspectivas de los usuarios. Es por ello que, en la investigación se empleó distintas teorías, porque se contó con referencias y bibliografía que permitieron realizar de manera adecuada y correcta esta investigación.

### **1.4.2. Justificación Práctica**

Bernal (2010) “Se considera que una indagación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a solucionar un problema o, por lo menos, sugiere estrategias que al aplicarse contribuirían a solucionar ese problema” p. 106.

El presente estudio es importante, porque mediante los resultados de la investigación es posible recomendar o sugerir alternativas de mejoras para optimizar la calidad del servicio y alcanzar la satisfacción de los usuarios de la Clínica San Pedro.

### **1.4.3. Justificación Metodológica**

Bernal (2010) “En la investigación científica, la justificación metodológica del estudio surge cuando el proyecto que se va a realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable” p. 107.

La presente investigación es importante, porque se aplicó la técnica de recaudación de datos de encuesta mediante el instrumento de cuestionarios formulados por otro autor, adecuándose para esta investigación, la cual fue analizada con la finalidad de comparar los resultados con las hipótesis propuestas. De tal manera, se pretende dar a conocer a la clínica San Pedro, Huacho, la relación de las variables estudiadas, la cual contribuirá a desarrollar nuevas estrategias en su proceso de atención, considerando los objetivos que tiene la organización.

## **1.5. Delimitación del estudio**

### **1.5.1. Delimitación espacial**

Bernal (2010) “Son los límites del espacio geográfico dentro del cual se desarrollará una investigación”. p. 107.

Este estudio se realizó en la clínica San Pedro, en el distrito de Huacho, provincia de Huaura, departamento de Lima.

### **1.5.2. Delimitación temporal**

Bernal (2010) “Es necesario definir cuál será el período de tiempo, sea retrospectivo o prospectivo, dentro del cual se realizará el estudio del hecho, la situación, el fenómeno o población que se estudia”. p. 107.

El presente estudio se ejecutó en el periodo 2023.

## CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Investigaciones internacionales

**Posligua (2022)** realizó una investigación titulada “Plan estratégico para mejorar la Calidad del Servicio en el Departamento de Revisión, Renovación y Matriculación Vehicular de Transvial E.P. de Babahoyo”, la cual fue aprobada por la Universidad estatal de Milagro. Ecuador. El estudio tuvo como finalidad, elaborar un plan estratégico para mejorar la calidad del servicio en el departamento de revisión, renovación y matriculación vehicular de TRANSVIAL E.P. de Babahoyo, según las expectativas de los usuarios sobre la calidad del servicio. Se aplicó una metodología que se centró en un tipo de **investigación descriptiva**. La población fue de 66 usuarios a quienes se les aplicó la técnica de recopilación de datos la observación, entrevistas y la encuesta. Como **resultado** alcanzó precisar que el 71% de los usuarios que usan este servicio indican que la atención del personal es regular, así con un déficit del 61% se identificó que no cumplen con las perspectivas del usuario en cuanto a la calidad del servicio, lo que especifica que el 86% de los usuarios recomendarían mejorar la calidad del servicio en cuanto a tiempo de atención, servicio al usuario, simplicidad de los trámites, entre otros. La investigación **concluyó** que los usuarios no están satisfechos con la calidad del servicio del Departamento de revisión, renovación y matriculación vehicular de Transvial E.P y propone las siguientes mejoras en la calidad del servicio; comunicación eficiente entre el personal y usuarios, actualización de equipos tecnológicos, implementación de buzones de quejas, sugerencias y reclamos, capacitación y formación constante. Se evidenció que la calidad del servicio depende de la

planificación estratégica que el establecimiento brinda a sus usuarios al realizar consultas, realizar trámites o brindar servicios y la satisfacción del usuario es una medida de la efectividad del sistema de servicio.

**Arbeláez & Mendoza (2017)** en Ecuador presentaron una investigación titulada “Relación entre gestión del director y satisfacción del usuario externo en centros de salud de distrito del Ecuador”, teniendo como **finalidad general** determinar la relación entre satisfacción del usuario externo y gestión del director. Se aplicó una metodología del **tipo cuantitativa**, no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Tuvo como muestra a 9 directores y 652 clientes, empleándose como instrumentos un cuestionario SERVQUAL modificado y el formato EVAL 01 MRL para directores. Obteniéndose como **resultados** que el director ejerce una gestión en un nivel regular con 56% y satisfecha con 44%, mientras que se encontró en un nivel moderado con 89% la insatisfacción del cliente y sólo leve un 11%, donde la atención de la institución fue calificada como calidad mala en un 100%. El grado de relación dimensional varió entre la gestión y la insatisfacción tipo: débilmente negativo (-0,28 y -0,16); débilmente positivo (0,31) y fuertemente negativo (-0,52 y -0,70). El estudio **concluyó** que existe una correlación directa significativa entre la mala gestión y la insatisfacción de los usuarios.

**Cobo et. al. (2018)**, realizaron una investigación titulada “Apreciación de los usuarios frente a la calidad del servicio de salud en consulta externa en una Institución Prestadora de Servicios de Salud”. La investigación señala como **objetivo principal** determinar la percepción de los usuarios de la calidad en la prestación del servicio de salud en consulta externa en una Institución Prestadora de Salud durante el segundo

semestre del 2017 en Boyacá-Colombia. Es un **estudio descriptivo**, de enfoque cuantitativo y de diseño transversal, la población para este estudio fue de 143 usuarios utilizando la técnica de recopilación de datos de la encuesta SERVQUAL. Sus **resultados** fueron que el promedio general de las cinco dimensiones de expectativas fue de 4.4714, lo que representa un 89.428% del rango de nivel de satisfacción, lo que significa que existe un rango de satisfacción acorde a las expectativas de los usuarios. El principal resultado de las cinco dimensiones de percepciones fue de 4.1309, lo que corresponde al 82.618% del rango de satisfacción. Esto indica que la percepción del usuario está dentro de un rango satisfactorio. El estudio **concluye** con recomendaciones de que la gestión de los centros de atención sanitaria debe derivar de estrategias organizativas que puedan impulsar cambios en términos de infraestructura, equipamiento, personal, material de información, limpieza y comodidad.

### 2.1.2. Investigaciones nacionales

**Moran (2022)**, en su estudio titulado “Calidad de servicio y estrategias de marketing en las estaciones de servicio en la provincia de Sullana 2020”, aprobada por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Chimbote. El trabajo de investigación indica como **objetivo principal** establecer las características importantes de la calidad de servicio y las estrategias de marketing en las estaciones de servicio en la provincia de Sullana. Es una investigación **descriptiva**, tipo cuantitativa, de diseño no experimental, su población estuvo conformada por 68 clientes para la variable calidad de servicio y 33 colaboradores para la variable estrategias de marketing. La investigación utilizó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario. Como **resultados** principales se obtuvieron que, el 60.4% de usuarios afirmaron que las

estaciones de servicios siempre cuentan con herramientas tecnológicas, y el 63.64% de los empleados cree que la empresa siempre presenta estrategias de CRM para campañas offline. Los clientes están satisfechos con la calidad del servicio y los empleados saben que el valor del marketing radica en tener métricas que puedan confirmar la influencia de la marca y la eficacia de la estrategia. Se **concluyó** que los clientes están complacidos con la calidad de servicio, esto se debe a que la empresa se adhiere a las normas y estándares legales como garantía de calidad, y están de acuerdo con la infraestructura de la estación de servicios. además, el personal es amable y proporciona un nivel de servicio satisfactorio y razonable, por tanto, las empresas consideran ciertos aspectos de la calidad que con herramientas técnicas y señales visibles se pueden lograr cumpliendo normas y estándares que ayudan a aumentar la complacencia del cliente.

**Magallanes & Quevedo (2015)**, en su estudio de maestría titulado: “Calidad de atención y el grado de satisfacción del usuario del servicio de farmacia del hospital Regional de Loreto-Punchana-2015”. El **propósito** principal fue determinar el nivel de calidad de atención y satisfacción del cliente con los servicios de farmacia del Hospital Regional de Loreto. Punchana – 2015. Este estudio es de **diseño descriptivo**, transversal y correlacional. La población total de estudio estuvo conformada por 8,109 asegurados del SIS y la muestra por 200 usuarios del Seguro Integral de Salud (SIS). En la investigación se manejó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario basado en el modelo de Donabedian, en sus tres dimensiones: Estructura, Proceso y Resultados. Este estudio **concluye**, que la dimensión estructura reveló relación directa en los indicadores: oportunidad y seguridad ( $p = <0.001$ ). La dimensión proceso, mostró correlación directa con la satisfacción en términos de eficiencia, accesibilidad,

integralidad y trabajo en equipo ( $p = <0.001$ ). Esto significa que cuanto mayor sea la eficacia, accesibilidad, integralidad y el trabajo en equipo, mayor será la satisfacción del usuario. En cuanto a la dimensión resultados, hubo relación directa con los indicadores participación, social e información completa.

**León (2018)**, presentó un estudio titulado: “Niveles de satisfacción y calidad de atención médica de los usuarios del servicio de consulta externa en el hospital Regional Policía Nacional del Perú. Chiclayo, 2016”, aprobada por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. El **propósito** de este estudio fue evaluar la satisfacción de los usuarios y la calidad de los servicios de atención médica que se les brindan con el fin de desarrollar recomendaciones para mejorar la atención en las consultas externas. Es un estudio de enfoque cuantitativo, de **tipo descriptivo** – prospectivo, la población atendida durante tres meses, fue de 10,316 usuarios de diferentes provincias y regiones que guardan relación directa con el hospital de la policía, de diferente género, edad y nivel educativo, la muestra fue determinada por 384 participantes. Sus **resultados** mostraron que los niveles de calidad de atención médica preponderante fueron bueno 48.2%, y excelente 28.6%, lo que corresponde a un nivel global de satisfacción del usuario de 76.8%. Los niveles de calidad de atención médica según dimensiones más frecuentes fueron bueno y excelente: Trato recibido 48.2%, 36.8%; Empatía 46% y 36.7%; Reporte al paciente 47.3% y 42.7% y confianza 46.2% y 33.3% respectivamente. Perteneciendo a satisfacción: Trato recibido 85%, Empatía 82.8 %, Reporte al paciente 80.5% y Confianza 79.6%. Los niveles bueno y excelente más frecuentes de calidad de atención médica conforme a especialidades fueron: Pediatría 33.1 %, 60.7%, Psiquiatría 75 %, 15% y Cardiovascular 39%, 51% respectivamente. Con respecto a satisfacción:

Pediatría 93.8%, Psiquiatría y Cardiovascular con 90 % cada uno. Predominaron la edad 31 a 49 años con 57 %, sexo femenino 67.9, procedencia urbana 90,6%, y grado de instrucción superior con 68.2%. Este estudio **concluye** que, el porcentaje de usuarios satisfechos es alto en conformidad a niveles apropiados de calidad; elaborando sugerencias para mejorar la atención médica de los usuarios.

## **2.2. Bases teóricas**

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

“La definición de la palabra servicio se remonta desde los inicios de nuestra civilización. No fue hasta la década de los 60 que aparecieron los primeros estudios relacionados con la evaluación y mejora de la calidad del servicio. Desde entonces, ha habido numerosas propuestas y debates sobre cómo definir y medir este concepto, pero no se ha llegado a un consenso. (Brady y Cronin, 2001; Duque, 2005; García y Caro, 2010; Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985; Parasuraman, et al., 1988). En las décadas de los 80 y 90, la cuestión de la calidad del servicio recibió mucha atención debido a los continuos intentos de mantener contentos a los clientes. Es así, que se origina uno de los conceptos más aceptados actualmente, donde se considera a la calidad del servicio como el resultado de la diferencia entre las percepciones y expectativas del cliente sobre un servicio en particular” (Parasuraman et al., 1988). Citado por Jemes (2022) pág. 33.

Lovelock & Wirtz (2009) indican que, “El personal de la empresa necesita conocimientos generales para ser capaz de medir la calidad del servicio, identificar las causas de la mala calidad del servicio y diseñar e implementar acciones correctivas”. p. 418.

Matsumoto (2014) define que “la calidad es producir buenos bienes y servicios. Hacer las cosas de manera apropiada. Es hacer lo que el usuario desea. Asimismo, señala

que, si las empresas entienden lo que sus clientes necesitan y quieren, agregarán valor y se crearán productos y servicios de alta calidad. También indica que, “la calidad del servicio es el resultado de un proceso de evaluación que compara las expectativas frente a las percepciones del consumidor. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa”. p. (184).

## 2. Calidad en el servicio de salud

La Organización Mundial de la Salud (OMS), define la calidad de la atención sanitaria como “el servicio de diagnóstico y tratamiento más adecuado para cada paciente, teniendo en cuenta todos los factores, los conocimientos del paciente y del servicio médico para lograr una atención sanitaria óptima y mejorar el rendimiento de la atención, obteniendo el mejor resultado posible minimizando el riesgo de efectos iatrogénicos y maximizando la satisfacción del paciente en el tratamiento”. Rodríguez (2016). Citado por (Pedraja et al., 2019, p. 516)

## 3. Tipos de calidad

Los autores señalan que la calidad se puede clasificar en tres tipos diferentes:

- **Calidad básica.** La dinámica fundamental de la calidad muestra que el incumplimiento de algunos de los requerimientos del cliente genera una gran insatisfacción. Sin embargo, si están cubiertos no afecta significativamente a la complacencia del cliente. La razón de esto es la calidad que nuestros clientes esperan de nuestros productos o servicios.
- **Calidad en el desempeño.** El segundo tipo de requerimiento del cliente es aquel que crea satisfacción con el desempeño del producto o servicio. este tipo se conoce como calidad en el desempeño y generalmente tiene una respuesta

lineal, es decir, cuanto mayor sea el nivel de desempeño, mayor será la satisfacción.

- **Calidad excitante.** El tercer tipo de calidad brinda una gran satisfacción en cualquier nivel de ejecución. Es conocida como calidad excitante y se genera cuando el cliente recibe características o atributos que no esperaba o no esperaba que fueran posibles. (Carro & Gonzales, p. 42)

#### **4. Importancia de la calidad de servicio**

Grosso (2008) indica que, “La prestación precisa del servicio adecuado en el momento adecuado es crucial y uno de los principios básicos de todas las empresas”. p. 12.

Asimismo, Castro (2022), refiere que:

Para la mayoría de las personas, la experiencia de servicio significa tanto, o incluso más, que el producto o servicio mismo que están adquiriendo. Muchas personas han tomado decisiones de compra o se han mantenido fieles a marcas y empresas gracias al servicio de calidad que recibieron.

También indica que, la importancia de la calidad del servicio se refleja en:

- Incremento de las ventas
- Ahorro de dinero para la empresa
- Mayores recomendaciones positivas
- Mejora de la imagen de la empresa

#### **5. Control de la calidad**

George et. al. (2022) afirman que “Para lograr calidad es necesario controlar y para controlar es imprescindible medir, y medir bien. Por lo tanto, no hay calidad sin control y se puede decir que el control sin medición de la calidad no existe”. p. 48.

#### **6. Modelo Servqual**

“El modelo norteamericano Servqual realizado por Parasuraman et al. (1988), ha experimentado muchos cambios y revisiones. El modelo Servqual es una técnica de estudio comercial, que permite medir la calidad de servicio y conocer que esperan los clientes y como califican el servicio. Este modelo permite el análisis de aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes, se puede detectar factores incontrolables e impredecibles del cliente. El modelo Servqual agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio y son; Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles” (ZEITHAML, BITNER y GREMLER, 2009) citado por Matsumoto (2014). p. 185.

## 7. Dimensiones de la calidad de servicio

Según (ZEITHAML, BITNER y GREMLER, 2009) citado por Matsumoto (2014, p. 186). Señalan que las dimensiones de la calidad de servicio son:

- **Fiabilidad:** Es entregar el servicio ofrecido de manera confiable y precisa. Esto quiere decir, que la empresa cumple las promesas ofrecidas en lo que respecta a la entrega, la prestación de servicio, la resolución de problemas y los precios.
- **Capacidad de respuesta:** Es la voluntad de ayudar a los usuarios y brindar un servicio rápido y adecuado. Esto significa diligencia y rapidez en la atención de consultas, respuesta a preguntas y quejas de los clientes y resolución de problemas.
- **Seguridad:** Se refiere al conocimiento, atención y las habilidades de los empleados para crear confianza y credibilidad.
- **Empatía:** Se refiere al nivel de atención personalizada que una empresa brinda a sus clientes. Debe de comunicarse a través de un servicio personalizado o adaptado según las preferencias del cliente.

- **Elementos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

## 8. Satisfacción del usuario

Según Kotler & Armstrong (2013) refieren que “La satisfacción del cliente depende del desempeño percibido de un producto frente a las expectativas del comprador. Los clientes están insatisfechos cuando un producto o servicio tiene un desempeño inferior a las expectativas. Si su desempeño supera las expectativas, los clientes quedarán muy satisfechos e incluso encantados”. p.14.

Lévy & Varela (2006) citado por Pardo (2020) sostienen que “La satisfacción surge de la experiencia del usuario, muy diferentes a la evaluación que se hace de la experiencia, teniendo en cuenta el nivel de felicidad que concibe una persona, por el servicio, un producto o una marca específica”. p. 456.

## 9. Dimensiones de la satisfacción del usuario

### - **Desempeño percibido del servicio**

“El desempeño percibido de un producto o servicio, es igual a las expectativas del comprador” (Kotler & Armstrong, 2013, p. 14).

### - **Expectativas del usuario**

“Las expectativas son las creencias sobre la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de una organización. Es lo que espera el cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio”. (Matsumoto, 2014, p. 185).

### - **Nivel de satisfacción**

“Las buenas empresas de marketing hacen todo lo posible para satisfacer a sus clientes más importantes. Muchos estudios muestran que un nivel más alto de

satisfacción del cliente lleva a mayor lealtad del cliente, lo que a su vez provoca un mejor desempeño de la empresa”. (Kotler & Armstrong, 2013, p. 14).

### **2.3. Bases filosóficas**

A continuación, se muestran algunas de las contribuciones más importantes de los principales gurús de la calidad. Según Méndez, J., (2013):

#### **a) Filosofía de William Edwards Deming**

Su definición de calidad se basó en las estadísticas, las cuales fueron la base de su filosofía de la calidad:

“La Calidad es una traducción medible de las necesidades futuras de los clientes, sólo entonces es posible diseñar y fabricar productos o servicios que brinden satisfacción al precio que pagarán los clientes”.

“Su propuesta para abordar la gestión de calidad en la empresa, estaba encaminada a aumentar la productividad y la competitividad en el largo plazo y se basó en 14 puntos importantes para la mejora de la calidad, siendo las siguientes:

1. Mejorar los productos y servicios con el objetivo de ser más competitivos, sostener el negocio y crear puestos de trabajo.
2. Adoptar la nueva filosofía. Estamos en una nueva era económica que requiere diferentes objetivos para reconocer los desafíos, aprender sus responsabilidades y tomar la iniciativa para lograr el cambio.
3. Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad. Eliminar la necesidad de inspecciones masivas, integrando la calidad en sus productos desde el principio, desde la capacitación adecuada del personal hasta el servicio posventa.

4. Detener la práctica de hacer negocios basados en el precio. En cambio, a ello, minimizar los costos generales. Tener un único proveedor para cada artículo, lo que genera lealtad y confianza a largo plazo.
5. Mejorar constantemente y siempre los sistemas de producción y servicio, para aumentar la calidad y la productividad, y reducir los costes de forma continua.
6. Métodos modernos de capacitación. Mantenerse actualizado con las últimas novedades de capacitación es fundamental para sacar el máximo partido a las máquinas, herramientas y materias primas.
7. Implementar técnicas de liderazgo. El objetivo del monitoreo es ayudar a las personas, las máquinas y los dispositivos a hacer mejor su trabajo. Al igual que con la supervisión de los operadores, también es necesario revisar la función de supervisión de la dirección.
8. Eliminar la ansiedad, de manera que permita que todos trabajen eficazmente para la empresa.
9. Eliminar los límites entre departamentos. El personal de investigación, diseño, ventas y fabricación debe trabajar en equipo para anticipar posibles problemas de fabricación y uso de un producto o servicio.
10. Eliminar los lemas, recomendaciones y objetivos que exigen cero defectos y nuevos niveles de productividad a los empleados. Dado que la mayoría de las causas de la mala calidad y productividad son organizativas y, por tanto, están más allá de las capacidades del empleado, ese asesoramiento sólo conducirá a relaciones más conflictivas.
11. Suprimir los estándares laborales que dictan la cantidad sobre la calidad.

- a. Eliminar los estándares laborales en las fábricas (cuotas). Sustituir por el liderazgo.
  - b. Eliminar la gestión por objetivos. Eliminar la gestión por números y objetivos numéricos. Sustituir por el liderazgo.
12. Eliminar los obstáculos que impidan el correcto funcionamiento del operador.
- a. Eliminar las barreras que impiden a los trabajadores sentirse orgullosos de su trabajo. La responsabilidad de los supervisores debe pasar de los números mismos a la calidad.
  - b. Derribar barreras que impidan al personal de dirección e ingenieros el derecho a estar orgullosos de su trabajo. Esto significa, entre otras cosas, la eliminación de las calificaciones anuales o por méritos y de la gestión por objetivos.
13. Implementar un riguroso programa de educación y desarrollo personal. Aumentar el conocimiento de los empleados es fundamental para mejorar la productividad empresarial.
14. Involucrar a todos en su organización para lograr el cambio. La transformación es tarea de todos y la participación de todos para mantener la calidad.”

**b) Filosofía de Joseph M. Juran**

“La palabra calidad tiene varios significados, dos de los cuales son los más representativos: 1. La calidad incluye características del producto basadas en las necesidades del cliente y, por tanto, en la satisfacción del producto. 2. Calidad significa ausencia de defectos.”

“La aportación más importante es la denominada “**Trilogía de Juran**”, que muestra los tres procesos necesarios para la administración de la calidad:

#### 1. Planificación de la calidad.

Actividades para desarrollar productos y procesos necesarios para satisfacer las necesidades del cliente.

- a. Determinar quién es el cliente.
- b. Determinar las necesidades del cliente.
- c. Desarrollar características del producto que satisfagan las necesidades del cliente.
- d. Desarrollar los procesos que sean capaces de producir aquellas características del producto.
- e. Presentar el plan preparado al grupo de trabajo.

#### 2. Control de calidad.

El control está activo en el mismo lugar donde trabaja la fuerza operativa, su objetivo es monitorear que los procesos se estén ejecutando con la máxima eficiencia posible.

- a. Evaluar el comportamiento real de la calidad.
- b. Comparar el comportamiento real con los objetivos de calidad.
- c. Actuar sobre las diferencias.

#### 3. Mejora de la calidad.

Este proceso es una acción premeditada y determinada por la alta dirección para introducir nuevos procesos de gestión en el sistema.

- a. Determinar la infraestructura necesaria para lograr mejoras anuales de calidad.
- b. Identificar necesidades específicas para mejorar (proyectos de mejora).
- c. Para cada proyecto, crear un equipo de personas con responsabilidades claras para la finalización exitosa del proyecto.
- d. Proporcionar a los equipos los recursos, la motivación y la capacitación que necesitan para:
  - Diagnosticar las causas.
  - Fomenten el establecimiento de un remedio.
  - Establecer controles para mantener los beneficios”.

c) **Filosofía de Philip B. Crosby**

“Calidad es la conformidad con los requerimientos. Los requerimientos deben estar establecidos claramente para evitar malentendidos, las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad”.

“Entre otras cosas, Crosby menciona, que el problema de la gestión de la calidad no es que la gente no sepa de ella, sino en aquello que cree saber. Sobre la calidad, establece que todos están de acuerdo con ella, todos creen que la entienden y todos simplemente siguen sus inclinaciones naturales y, principalmente, la mayoría de las personas sienten que todos los problemas en estas áreas son ocasionados por otros individuos. Para Crosby, el proceso de mejora de la calidad debe basarse en las acciones de la alta dirección y en una filosofía de que todos los miembros de la organización comprendan su propósito.”

## 2.4. Definición de términos básicos

- **Calidad.** “Calidad significa producir buenos productos y servicios. Hacer las cosas de manera correcta. Es producir lo que el cliente desea. Calidad se asemeja a la perfección”. (Matsumoto, 2014, p. 184).
- **Control de calidad.** “Es un proceso de cumplimiento constante de las normas. Este proceso implica observar el desempeño actual, compararlo con los estándares y tomar medidas cuando el desempeño observado se desvía significativamente de los estándares” (Gryna, Chua, y Defeo, 2007), citado por Ñahuirima (2016), p. 26.
- **Capacidad de respuesta.** “Es estar dispuestos a ayudar a los usuarios y brindarles un servicio rápido y adecuado. Esto significa diligencia y rapidez en la atención de consultas, respuesta a preguntas, quejas de los clientes y resolución de problemas (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009), citado por Matsumoto” (2014), p. 186.
- **Elementos tangibles.** “Es la apariencia física, instalaciones físicas, como infraestructura, equipos, materiales, personal”. (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009), citado por Matsumoto (2014), p. 186.
- **Expectativa.** “Las expectativas son las creencias sobre el desempeño que sirven como estándares o puntos de referencia para evaluar el desempeño de una organización. Es lo que los clientes esperan de un servicio, y se generan a través de la comunicación y de la experiencia de atenciones anteriores. la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencias para juzgar el desempeño de la empresa. Es lo que espera el cliente de un servicio y estas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio” (Matsumoto, 2014, p. 185).

- **Nivel de satisfacción.** “La mayoría de los estudios muestran que una mayor satisfacción del cliente conduce a una mayor retención de clientes, lo que a su vez conduce a un mejor desempeño empresarial” (Kotler & Armstrong, 2013, p. 14).
- **Percepción.** “La percepción es como las personas valoran los servicios, es decir como la reciben y evalúan los servicios de una empresa” (Matsumoto, 2014, p. 185).
- **Satisfacción del usuario.** “La satisfacción del cliente depende del desempeño percibido de un producto o servicio frente las expectativas del consumidor” (Kotler & Armstrong, 2013, p. 14).
- **Servicio.** “Es una actividad económica que crea valor en un momento y lugar determinado, proporciona un beneficio al cliente al provocar un cambio deseado o favorable en el receptor del servicio” (lovelock. C., Reynoso, J., D’ Andrea, G., Huete, L., 2004, p. 4).

## **2.5. Hipótesis de la investigación**

### **2.5.1. Hipótesis general**

Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

### **2.5.2. Hipótesis específicas**

HE1: Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

HE2: Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

HE3: Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

HE4: Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

HE5: Existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

## 2.6. Operacionalización de las variables

### Variable I: Calidad de servicio

#### a. Definición conceptual:

“La calidad del servicio es el resultado de un proceso de evaluación donde el cliente compara sus expectativas frente a sus percepciones. Esto significa, que la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa” (Matsumoto, 2014, p. 184).

#### b. Definición operacional:

Para su mejor comprensión desde el punto de vista operacional, la variable calidad de servicio se subdividió en las siguientes dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles, considerando sus indicadores de cada uno de ellos.

### Variable II: Satisfacción del usuario

#### a. Definición conceptual:

“La satisfacción del cliente depende del desempeño percibido de un producto frente a las expectativas del comprador. Los clientes están insatisfechos cuando un producto o servicio tiene un desempeño inferior a las expectativas. Si su desempeño supera las expectativas, los clientes quedarán muy satisfechos e incluso encantados” (Kotler & Armstrong, 2013, p. 14).

#### b. Definición operacional:

La satisfacción del usuario es el conjunto de actitudes que muestran los usuarios sobre el servicio recibido por parte de la clínica San Pedro, Huacho. Esta variable se subdividió en las siguientes dimensiones: desempeño percibido del servicio, expectativa del usuario, nivel de satisfacción.

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**TITULO: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	NIVELES DE RANGO
<b>VARIABLE I: CALIDAD DE SERVICIO</b>	1.1. Fiabilidad	1.1.1. Cumplimiento de entrega 1.1.2. Suministro del servicio 1.1.3. Fijación de precios	1 - 4	LIKERT	Bueno Regular Deficiente
	1.2. Capacidad de respuesta	1.2.1. Servicio adecuado 1.2.2. Responder dudas 1.2.3. Quejas de los clientes 1.2.4. Solución de problemas	5 - 9	LIKERT	Bueno Regular Deficiente
	1.3. Seguridad	1.3.1. Conocimiento 1.3.2. Atención adecuada 1.3.3. Habilidad para inspirar credibilidad 1.3.4. Habilidad para inspirar confianza	10 -13	LIKERT	Bueno Regular Deficiente
	1.4. Empatía	1.4.1. Atención individualizada	14 - 15	LIKERT	Bueno Regular Deficiente
	1.5. Elementos tangibles	1.5.1. Infraestructura 1.5.2. Equipos 1.5.3. Materiales 1.5.4. Personal	16 - 19	LIKERT	Bueno Regular Deficiente
<b>VARIABLE II: SATISFACCION DEL USUARIO</b>	2.1. Desempeño percibido del servicio	2.1.1. Percepción 2.1.2. Resultado 2.1.3. Precio	20 - 22	LIKERT	Alto Moderado Bajo
	2.2. Expectativa del usuario	2.2.1. Experiencia de las atenciones anteriores 2.2.2. Desempeño del servicio	23 – 24	LIKERT	Alto Moderado Bajo
	2.3. Nivel de satisfacción	2.3.1. Lealtad del usuario 2.3.2. Desempeño de la empresa	25 - 26	LIKERT	Alto Moderado Bajo

## **CAPITULO III. METODOLOGÍA**

### **3.1. Diseño metodológico**

#### **3.1.1. Enfoque**

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, porque se utilizó elementos numéricos apoyados en la ciencia de la estadística, que permitieron llevar a cabo el análisis descriptivo y la prueba de hipótesis.

#### **3.1.2. Diseño**

La presente investigación tiene un diseño no experimental, en el que no se manipuló ninguna de las variables, y es transversal ya que el instrumento se aplicó en un momento determinado.

#### **3.1.3. Tipo**

El presente estudio es de tipo básico, debido a que se aportó conocimientos sobre la correlación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del usuario.

#### **3.1.4. Nivel**

Es una investigación de nivel correlacional, cuyo propósito fue determinar la asociación que existe entre las variables.

### **3.2. Población y muestra**

#### **3.2.1. Población**

La población de este estudio, estuvo conformada por los usuarios que hacen uso del servicio de salud en un promedio de 400 al mes.

#### **3.2.2. Muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula para las poblaciones finitas.

De la siguiente manera:

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)e^2 + Z^2pq}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra que se desea conocer

p= representa a favor de la característica

q= representa a no favor de la característica

Z= representa el nivel de confianza cuyo valor estadístico es 1.96

N= es el total de la población

e= margen de error permitido por el investigador que es 5% equivale a 0.05

$$n = \frac{400(1.96)^2 0.5 \times 0.5}{(400 - 1) 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

Por lo tanto, reemplazando la formula obtenemos que: n = 196

En el presente estudio se trabajó con una muestra de 196 usuarios.

### 3.3. Técnicas de recolección de datos

La técnica de recopilación de datos fue la encuesta, que se aplicó a los usuarios de la Clínica San Pedro en el periodo, 2023.

Se empleó como instrumento el cuestionario tipo escala, adaptado al presente estudio del modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zethaml y Berry, 1988).

### **3.4. Técnicas para el procesamiento de la información**

Para el procesamiento de la información, se utilizó el software SPSS-27 para el análisis descriptivo y la prueba de hipótesis.

## CAPITULO IV. RESULTADOS

### 4.1. Análisis de los resultados

#### 4.1.1. Análisis de resultado de la variable calidad de servicio y sus dimensiones

Tabla 1  
*Calidad de servicio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	50	25.5	25.5	25.5
	DEFICIENTE	12	6.1	6.1	31.6
	REGULAR	134	68.4	68.4	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota: Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

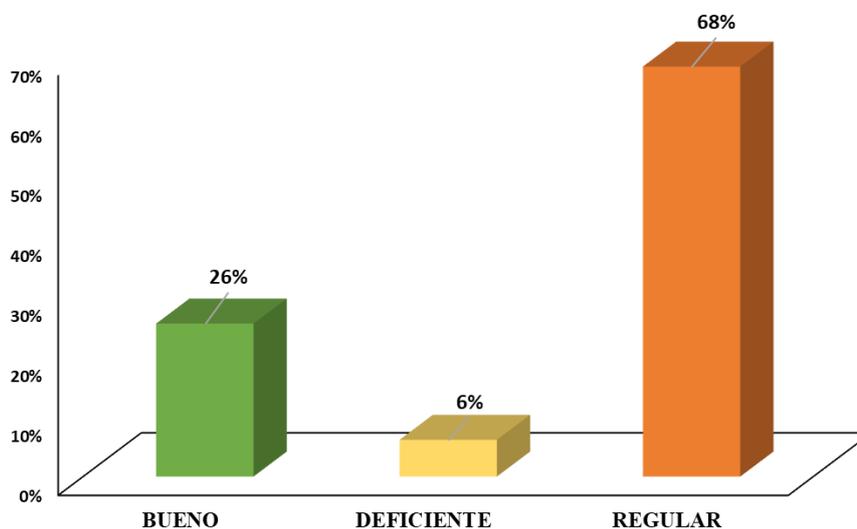


Figura 1. Calidad de servicio

Se aplicó un test a 196 usuarios de la clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 68% de los encuestados manifiestan que la calidad de servicio que reciben en la Clínica es regular, es decir, que en dicha organización se tiene en cuenta regularmente la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los elementos tangibles. Además, el 26% de los encuestados la califican como buena y el 6% la como deficiente dicha calidad de servicio.

Tabla 2  
*Fiabilidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	84	42.9	42.9	42.9
	DEFICIENTE	2	1.0	1.0	43.9
	REGULAR	110	56.1	56.1	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota. Test aplicado a los usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho

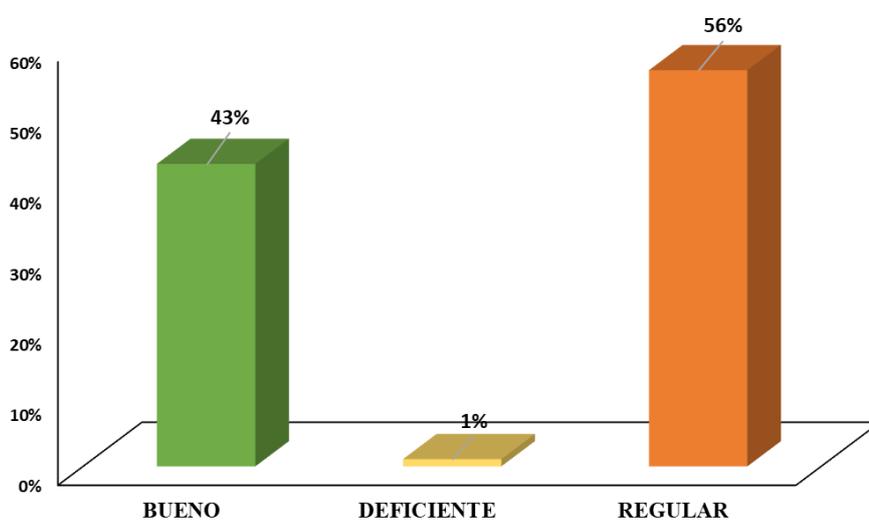


Figura 2. Fiabilidad

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 56% de los encuestados manifiestan que la fiabilidad que reciben de la clínica es regular, es decir, que en dicha empresa se considera regularmente el cumplimiento de entrega, suministro de servicios y fijación de precios. También, el 43% de los encuestados califican como buena dicha fiabilidad y el 1% la califican como deficiente.

Tabla 3  
*Capacidad de respuesta*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	49	25.0	25.0	25.0
	DEFICIENTE	29	14.8	14.8	39.8
	REGULAR	118	60.2	60.2	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota: Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

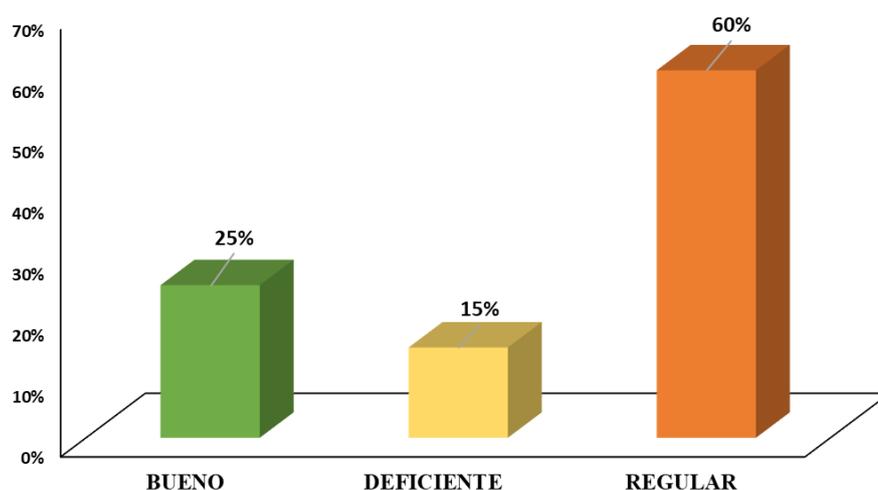


Figura 3. Capacidad de respuesta

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 60% de los encuestados manifiestan que la capacidad de respuesta es regular, es decir, que en dicha empresa se tiene en cuenta regularmente el servicio adecuado, respuesta a dudas, quejas de los clientes y resolución de problemas. También, el 25% de los encuestados califican como buena a dicha capacidad de respuesta y el 15% la califican como deficiente.

Tabla 4  
*Seguridad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	76	38.8	38.8	38.8
	DEFICIENTE	18	9.2	9.2	48.0
	REGULAR	102	52.0	52.0	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota: Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

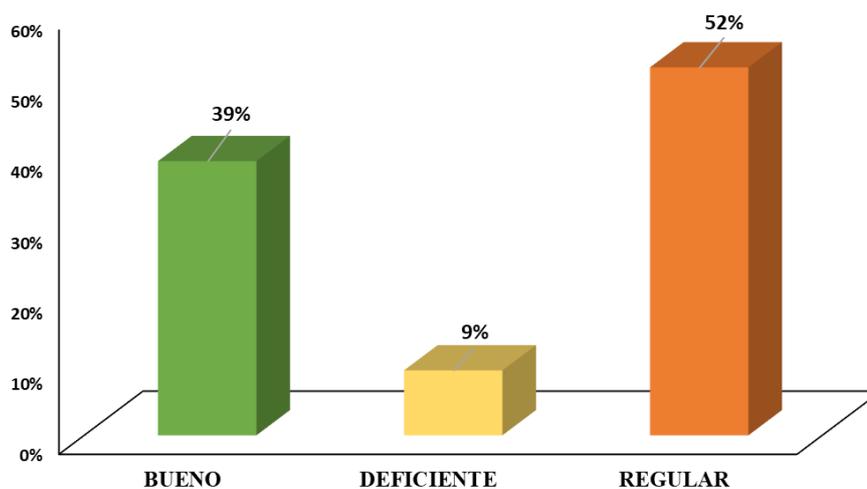


Figura 4. Seguridad

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 52% de los encuestados manifiestan que la seguridad es regular, es decir, que en dicha organización se considera regularmente el conocimiento, atención adecuada, habilidades para generar credibilidad y habilidad para inspirar confianza. También, el 39% de los encuestados califican como buena a dicha seguridad y el 9% la califica como deficiente.

Tabla 5  
*Empatía*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	50	25.5	25.5	25.5
	DEFICIENTE	49	25.0	25.0	50.5
	REGULAR	97	49.5	49.5	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota: Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

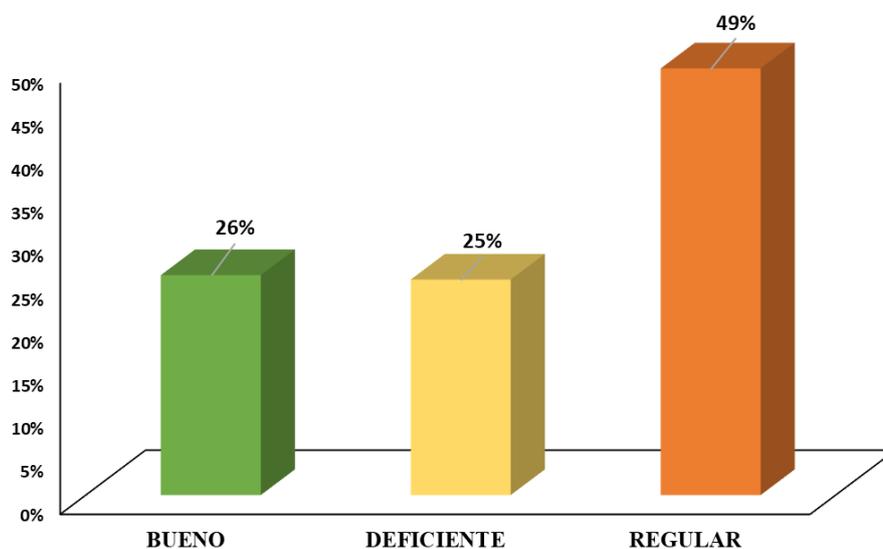


Figura 5. Empatía

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 49% de los encuestados manifiestan que la empatía es regular, es decir, que en dicha organización se considera regularmente la atención individualizada. Asimismo, el 26% de los encuestados califican como bueno y el 25% califican como deficiente dicha empatía.

Tabla 6  
*Elementos tangibles*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	78	39.8	39.8	39.8
	DEFICIENTE	12	6.1	6.1	45.9
	REGULAR	106	54.1	54.1	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota: Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

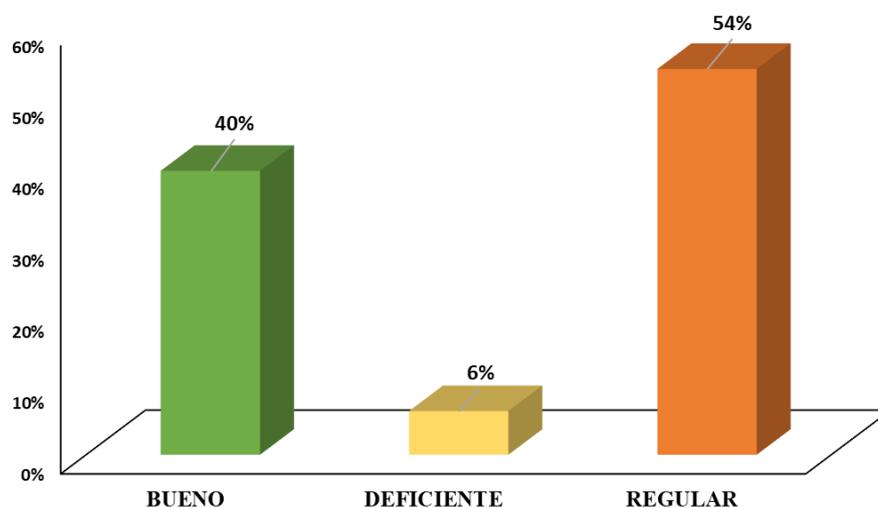


Figura 6. Elementos tangibles

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, el 54% de los usuarios manifiestan que los elementos materiales son regular, es decir, que en dicha empresa se toma en cuenta regularmente la infraestructura, equipos, materiales y personal. También el 40% de los encuestados califican como buena a los elementos tangibles y el 6% califican como deficiente.

#### 4.1.2. Análisis de resultados de la variable satisfacción del usuario y sus dimensiones

Tabla 7  
*Satisfacción del usuario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	50	25.5	25.5	25.5
	BAJO	11	5.6	5.6	31.1
	MODERADO	135	68.9	68.9	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota: Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

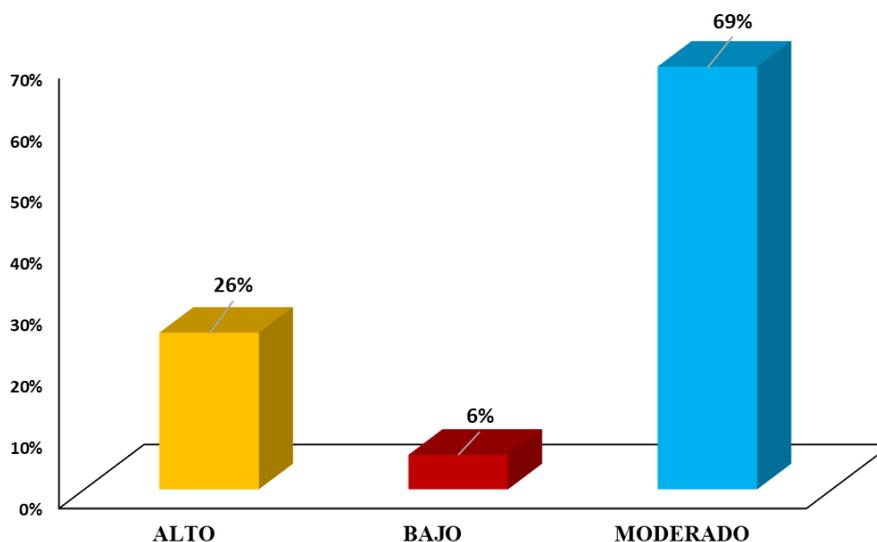


Figura 7. Satisfacción del usuario

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 69% de los encuestados manifiestan que tienen una satisfacción de nivel moderado, es decir, que en dicha empresa se considera regularmente el desempeño percibido del servicio, expectativa del usuario y nivel de satisfacción del usuario. Asimismo, el 26% de los encuestados consideran que tienen una satisfacción de nivel alto y el 6% indican que tienen una satisfacción de nivel bajo.

Tabla 8  
*Desempeño percibido*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	60	30.6	30.6	30.6
	BAJO	18	9.2	9.2	39.8
	MODERADO	118	60.2	60.2	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota: Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

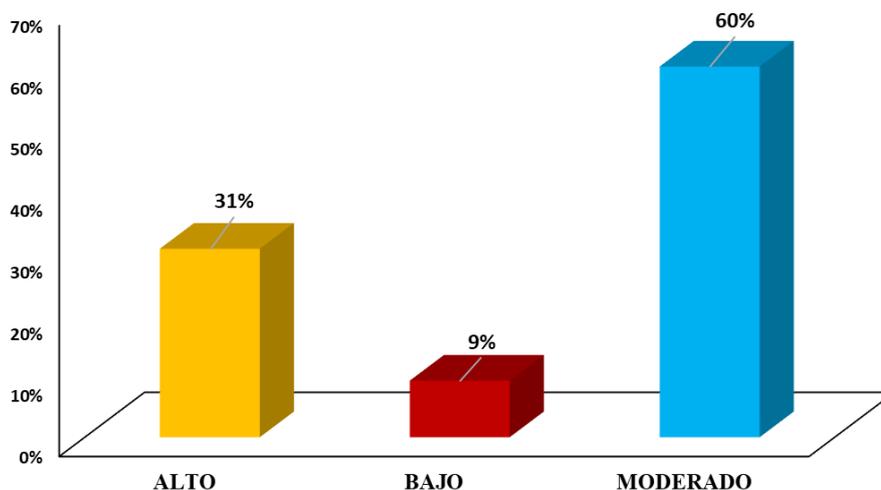


Figura 8. Desempeño percibido del servicio

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 60% de los encuestados manifiestan que el desempeño percibido del servicio es moderado, es decir, que en dicha empresa se considera regularmente la percepción, resultado y precio. Asimismo, el 31% de los encuestados consideran que el desempeño percibido del servicio es alto y el 9% consideran que dicho desempeño percibido del servicio es bajo.

Tabla 9  
*Expectativa del usuario*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	.5	.5	.5
ALTO	32	16.3	16.3	16.8
BAJO	15	7.7	7.7	24.5
MODERADO	148	75.5	75.5	100.0
Total	196	100.0	100.0	

Nota. Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

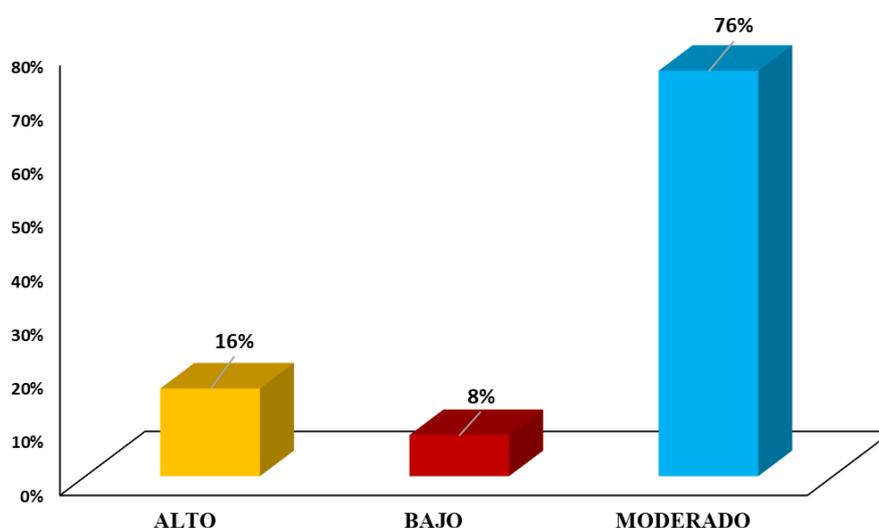


Figura 9. Expectativa del usuario

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 76% de los encuestados manifiestan que sus expectativas son moderadas, es decir, que en dicha empresa se tiene en cuenta regularmente las experiencias de las atenciones anteriores y el desempeño del servicio. También, se evidencia que el 16% de los encuestados consideran que sus expectativas son altas y finalmente el 8% consideran que sus expectativas son bajas.

Tabla 10  
*Nivel de satisfacción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	37	18.9	18.9	18.9
	BAJO	20	10.2	10.2	29.1
	MODERADO	139	70.9	70.9	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Nota. Test aplicado a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho

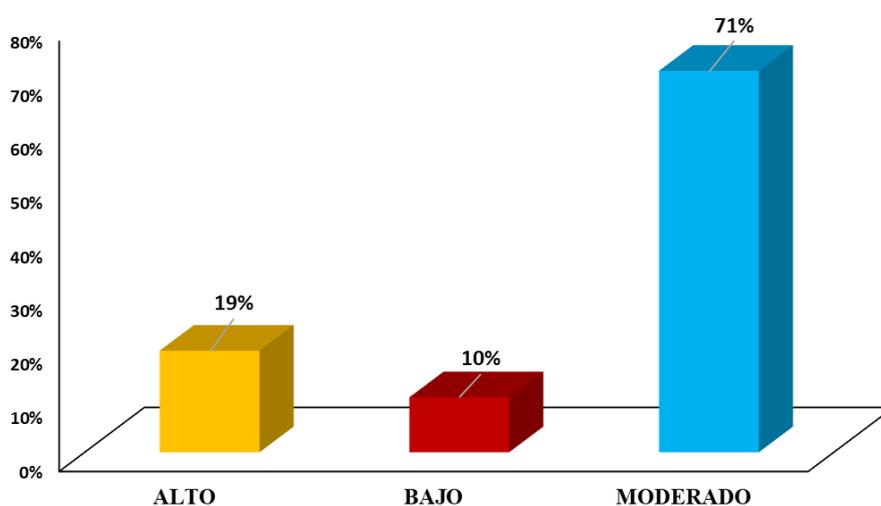


Figura 10. Nivel de satisfacción

Se aplicó un test a 196 usuarios de la Clínica San Pedro de Huacho, de los cuales el 71% de los encuestados manifiestan que tienen un nivel de satisfacción moderado, es decir, que en dicha empresa se tiene en cuenta regularmente la lealtad del usuario y desempeño de la empresa. Además, el 19% de los encuestados consideran que tienen un nivel de satisfacción alto y el 10% consideran que tienen un nivel de satisfacción bajo.

#### 4.1.3. Tablas de contingencia según objetivos de la investigación

Tabla 11

Calidad de servicio\*satisfacción del usuario

% del total

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO			Total
		ALTO	BAJO	MODERADO	
CALIDAD DE SERVICIO	BUENO	25.5%			25.5%
	DEFICIENTE		5.6%	0.5%	6.1%
	REGULAR			68.4%	68.4%
Total		25.5%	5.6%	68.9%	100.0%

Nota. Elaboración propia en base al test

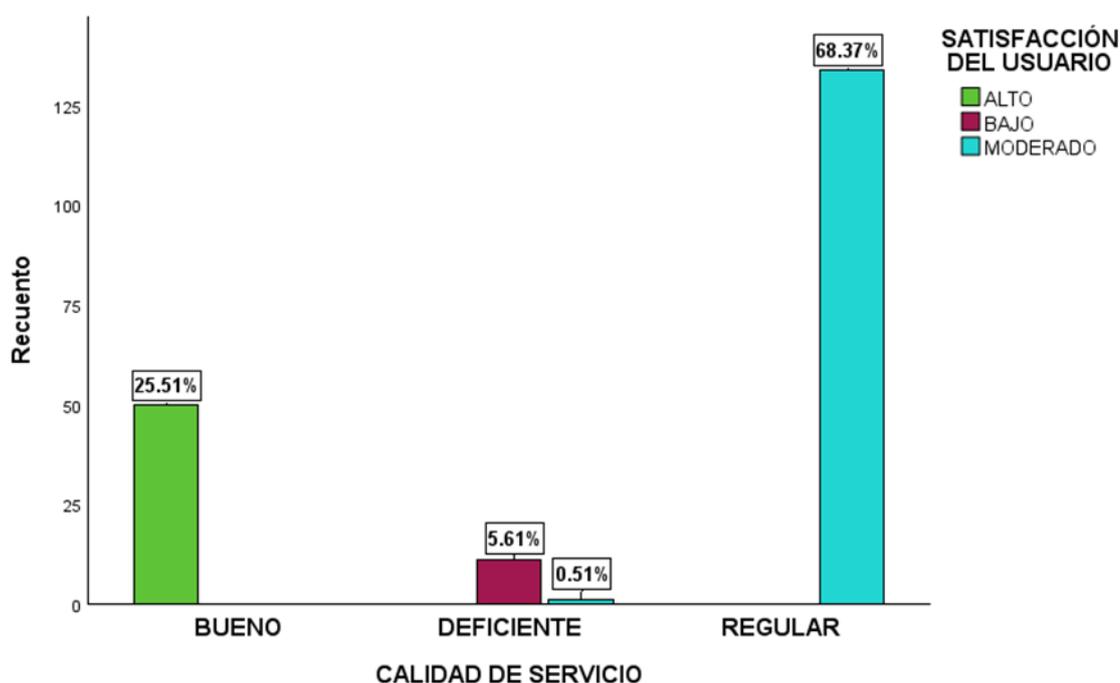


Figura 11. Calidad de servicio y satisfacción del usuario

Se realizó un test a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho de los cuales el 68.37% afirman que la calidad de servicio es regular y además indican que su satisfacción es de nivel moderado. También se aprecia que el 25.51% de los encuestados indican que la calidad de servicio es buena y además afirman que su satisfacción es de nivel alto. Finalmente, el 5.61% afirman que la calidad del servicio es deficiente y su satisfacción es de nivel bajo.

Tabla 12  
 Fiabilidad\*satisfacción del usuario  
 % del total

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO			Total
		ALTO	BAJO	MODERADO	
FIABILIDAD	BUENO	25.5%		17.3%	42.9%
	DEFICIENTE		0.5%	0.5%	1.0%
	REGULAR		5.1%	51.0%	56.1%
Total		25.5%	5.6%	68.9%	100.0%

Nota. Elaboración propia en base al test

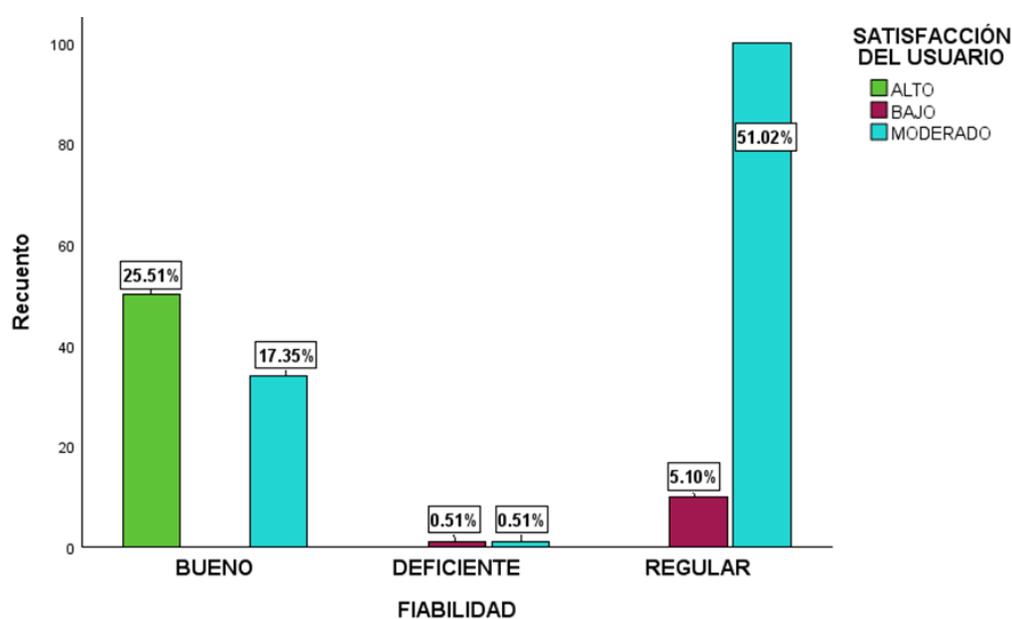


Figura 12. Fiabilidad y satisfacción del usuario

Se realizó un test a los usuarios de la clínica San Pedro de los cuales el 51.02% afirman que la fiabilidad es regular y además afirman que su satisfacción es de nivel moderado. También se evidencia que el 25.51% de los encuestados indican que la fiabilidad es buena y además afirman que su satisfacción es de nivel alto. Asimismo, el 17.35% afirman que la fiabilidad es buena y su satisfacción es de nivel moderado y un 0.51% manifiestan que la fiabilidad es deficiente y su satisfacción es de nivel bajo.

Tabla 13  
Capacidad de respuesta\*satisfacción del usuario

% del total

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO			Total
		ALTO	BAJO	MODERADO	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	BUENO	22.4%		2.6%	25.0%
	DEFICIENTE		5.6%	9.2%	14.8%
	REGULAR	3.1%		57.1%	60.2%
Total		25.5%	5.6%	68.9%	100.0%

Nota. Elaboración propia en base al test

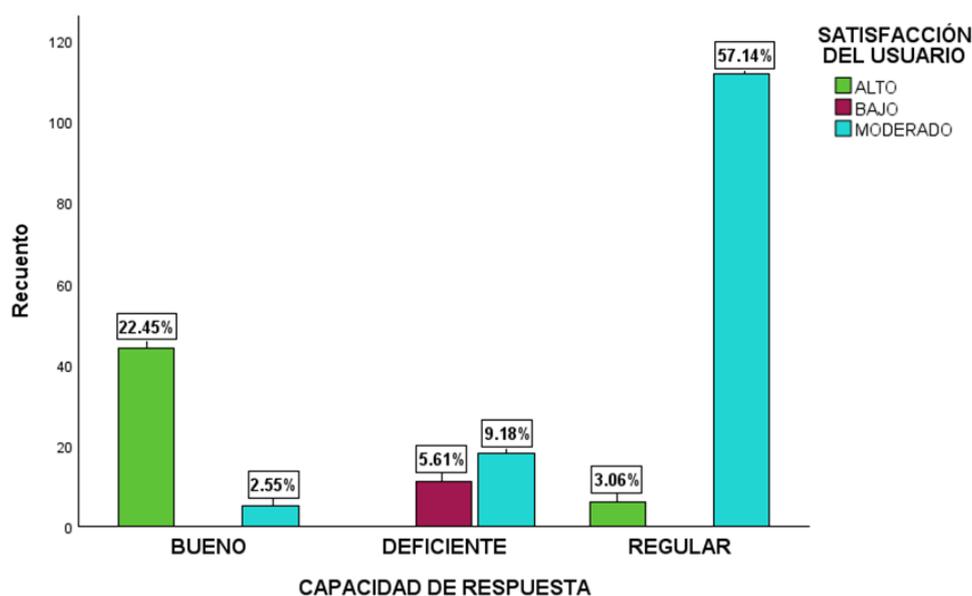


Figura 13. Capacidad de respuesta y satisfacción del usuario

Se realizó un test a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho de los cuales el 57.14% afirman que la capacidad de respuesta es regular y además afirman que su satisfacción es moderada. También se evidencia que el 22.45% de los encuestados señalan que la capacidad de respuesta es buena, además afirman que su satisfacción es de alto nivel. Asimismo, el 5.61% afirman que la capacidad de respuesta es deficiente y además indican que su satisfacción es baja.

Tabla 14  
Seguridad\*satisfacción del usuario  
% del total

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO			Total
		ALTO	BAJO	MODERADO	
SEGURIDAD	BUENO	21.4%		17.3%	38.8%
	DEFICIENTE		5.6%	3.6%	9.2%
	REGULAR	4.1%		48.0%	52.0%
Total		25.5%	5.6%	68.9%	100.0%

Nota. Elaboración propia en base al test

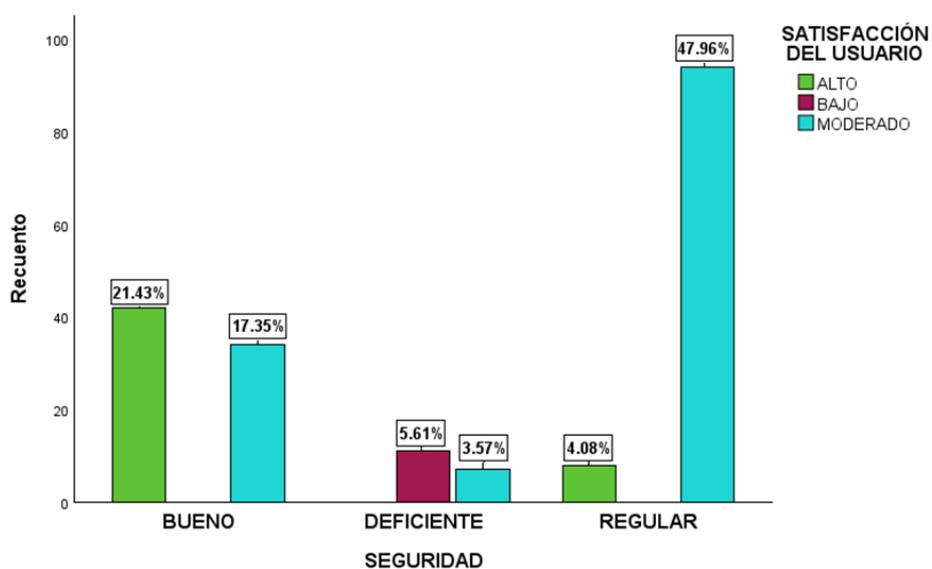


Figura 14. Seguridad y satisfacción del usuario

Se realizó un test a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho de los cuales el 47.96% de los encuestados manifiestan que la seguridad es regular y además aseguran que su satisfacción es moderada. Asimismo, el 21.43% afirman que la seguridad es buena y además afirman que su satisfacción es alta. También se observa que sólo el 5.61% indican que la seguridad es deficiente y además afirman que su satisfacción es baja.

Tabla 15  
Empatía\*satisfacción del usuario

% del total

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO			Total
		ALTO	BAJO	MODERADO	
EMPATÍA	BUENO	23.0%		2.6%	25.5%
	DEFICIENTE		5.6%	19.4%	25.0%
	REGULAR	2.6%		46.9%	49.5%
Total		25.5%	5.6%	68.9%	100.0%

Nota. Elaboración propia en base al test

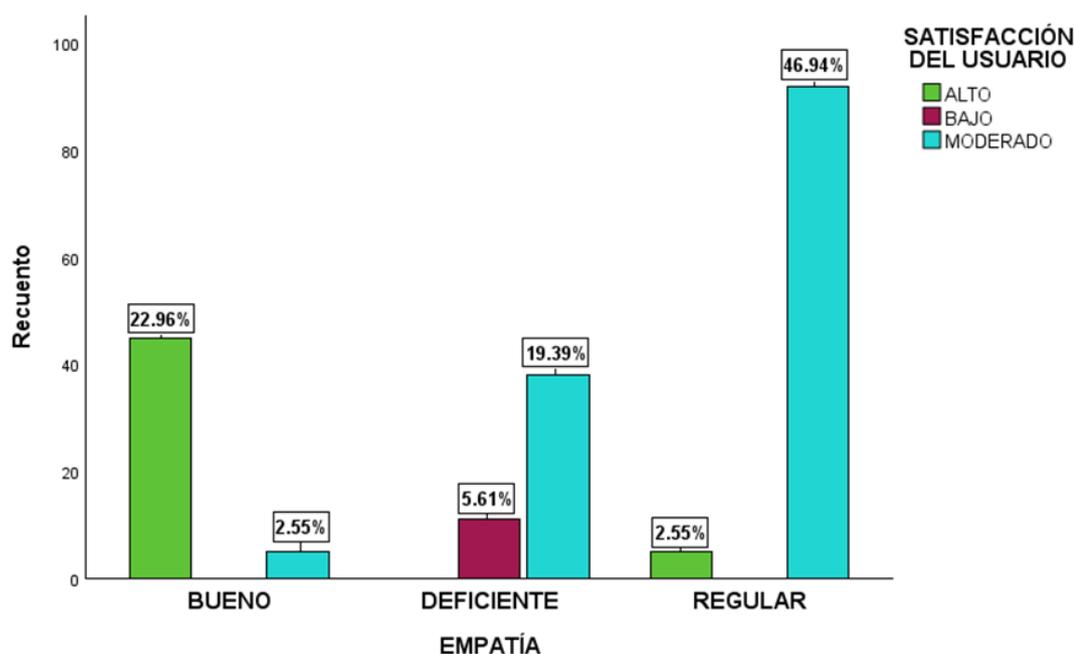


Figura 15. Empatía y satisfacción del usuario

Se realizó un test a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho de los cuales el 46.94% afirman que la empatía es regular y además afirman que su satisfacción es moderada. También se evidencia que el 22.96% de los encuestados indican que la empatía es buena y además afirman que su satisfacción es de nivel alto. Finalmente, el 5.61% afirman que la empatía es deficiente y además indican que su satisfacción es baja.

Tabla 16  
Elementos tangibles\*satisfacción del usuario  
% del total

		SATISFACCIÓN DEL USUARIO			Total
		ALTO	BAJO	MODERADO	
ELEMENTOS TANGIBLES	BUENO	19.9%		19.9%	39.8%
	DEFICIENTE		5.1%	1.0%	6.1%
	REGULAR	5.6%	0.5%	48.0%	54.1%
Total		25.5%	5.6%	68.9%	100.0%

Nota. Elaboración propia en base al test

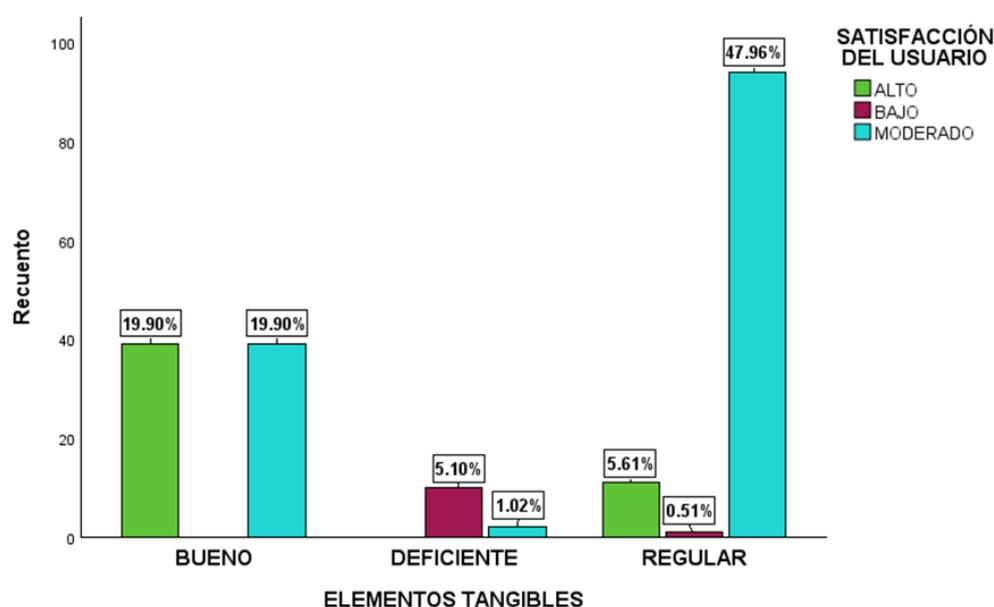


Figura 16. Elementos tangibles y satisfacción del usuario

Se realizó un test a los usuarios de la clínica San Pedro de Huacho de los cuales el 47.96% afirman que los elementos tangibles es regular y además afirman que su satisfacción es moderada. También se evidencia que el 19.90% de los encuestados indican que los elementos tangibles son buenos y además afirman que su satisfacción es de nivel alto. Finalmente, el 5.10% afirman que los elementos tangibles son deficientes y además indican que su satisfacción es baja.

#### 4.1.4. Supuesto de normalidad

*Tabla 17*  
*Supuesto de normalidad de las variables y dimensiones*

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	0.102	196	0.001
Satisfacción del usuario	0.160	196	0.001
Fiabilidad	0.116	196	0.001
Capacidad de respuesta	0.112	196	0.001
Seguridad	0.131	196	0.001
Empatía	0.131	196	0.001
Elementos tangibles	0.145	196	0.001
Desempeño percibido del servicio	0.213	196	0.001
Expectativa del usuario	0.242	196	0.001
Nivel de satisfacción	0.243	196	0.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración propia

El supuesto de normalidad se calculó utilizando el estadístico de Kolmogórov-Smirnov, debido a que la muestra es superior a 30. Además, el nivel de significancia de las variables y dimensiones son inferiores al 5%, lo que confirma que los hallazgos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad. Por esta razón se utilizó el Rho de Spearman para validar la hipótesis de investigación.

## 4.2. Contrastación de hipótesis

### 1. Planteamiento de la hipótesis general

**H<sub>1</sub>.** Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

**H<sub>0</sub>.** No existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

Criterios para la contrastación de la hipótesis:

- Nivel de significancia (P=0.05)
- Si P calculado es menor que 0.05, se rechaza H<sub>0</sub>
- Si P calculado es mayor que 0.05, no se rechaza H<sub>0</sub>

*Tabla 18*

*Correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario*

		Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	1.000	0.755**
		Sig. (bilateral)	. 0.001
		N	196 196
	Satisfacción del usuario	0.755**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.001 .
		N	196 196

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

Nota. Elaboración propia

Se puede observar en la tabla 18, que el nivel de significancia calculado (P=0.001) es menor que el 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula, lo que permite afirmar que existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es 0.755. Esta relación es positiva alta según la escala de Bisquerra.

## 2. Planteamiento de la hipótesis 1 (HE<sub>1</sub>)

**H<sub>1</sub>.** Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

**H<sub>0</sub>.** No existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

Criterios para la contrastación de la hipótesis

- Nivel de significancia (P=0.05)
- Si P calculado es menor que 0.05, se rechaza H<sub>0</sub>
- Si P calculado es mayor que 0.05, no se rechaza H<sub>0</sub>

*Tabla 19*

*Correlación entre fiabilidad y satisfacción del usuario*

			Fiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1.000	0.695**
		Sig. (bilateral)	.	0.001
		N	196	196
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.695**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.001	.
		N	196	196

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

Nota. Elaboración propia

Se puede observar en la tabla 19, que el nivel de significancia calculado (P=0.001) es menor que el 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula, lo que permite afirmar que existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es 0.695. Esta correlación es positiva moderada según la escala de Bisquerra.

### 3. Planteamiento de la hipótesis 2 (HE<sub>2</sub>)

**H<sub>1</sub>.** Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

**H<sub>0</sub>.** No existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

Criterios para la contrastación de la hipótesis:

- Nivel de significancia (P=0.05)
- Si P calculado es menor que 0.05, se rechaza H<sub>0</sub>
- Si P calculado es mayor que 0.05, no se rechaza H<sub>0</sub>

*Tabla 20*

*Correlación entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario*

		Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	1.000	0.698**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	0.001
	N	196	196
Satisfacción del usuario	Capacidad de respuesta	0.698**	1.000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	0.001	.
	N	196	196

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

Nota. Elaboración propia

Se puede observar en la tabla 20, que el nivel de significancia calculado (P=0.001) es menor que el 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula, lo que permite afirmar que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.698. Esta correlación es positiva moderada según la escala de Bisquerra.

#### 4. Planteamiento de la hipótesis 3 (HE<sub>3</sub>)

**H<sub>1</sub>.** Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

**H<sub>0</sub>.** No existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

Criterios para la contrastación de la hipótesis:

- Nivel de significancia (P=0.05)
- Si P calculado es menor que 0.05, se rechaza H<sub>0</sub>
- Si P calculado es mayor que 0.05, no se rechaza H<sub>0</sub>

*Tabla 21*

*Correlación entre seguridad y satisfacción del usuario*

		Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman Seguridad	Coefficiente de correlación	1.000	0.594**
	Sig. (bilateral)	.	0.001
	N	196	196
Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.594**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.001	.
	N	196	196

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

Nota. Elaboración propia

Se puede observar en la tabla 21, que el nivel de significancia calculado (P=0.001) es menor que el 0.05. Entonces, se refuta la hipótesis nula, confirmando que existe una relación importante entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.594. Esta correlación es positiva moderada según la escala de Bisquerra.

## 5. Planteamiento de la hipótesis 4 (HE<sub>4</sub>)

**H<sub>1</sub>.** Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

**H<sub>0</sub>.** No existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

Criterios para la contrastación de la hipótesis:

- Nivel de significancia (P=0.05)
- Si P calculado es menor que 0.05, se rechaza H<sub>0</sub>
- Si P calculado es mayor que 0.05, no se rechaza H<sub>0</sub>

*Tabla 22*  
*Correlación entre empatía y satisfacción del usuario*

			Empatía	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1.000	0.666**
		Sig. (bilateral)	.	0.001
		N	196	196
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.666**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.001	.
		N	196	196

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

Nota. Elaboración propia

Se puede observar en la tabla 22, que el nivel de significancia calculado (P=0.001) es menor que el 0.05. Entonces, se refuta la hipótesis nula, confirmando que existe una relación importante entre la empatía y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.666. Esta correlación es positiva moderada según la escala de Bisquerra.

## 6. Planteamiento de la hipótesis 5 (HE<sub>5</sub>)

**H<sub>1</sub>.** Existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

**H<sub>0</sub>.** No existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.

Criterios para la contrastación de la hipótesis:

- Nivel de significancia (P=0.05)
- Si P calculado es menor que 0.05, se rechaza H<sub>0</sub>
- Si P calculado es mayor que 0.05, no se rechaza H<sub>0</sub>

*Tabla 23*

*Correlación entre elementos tangibles y satisfacción del usuario*

		Elementos tangibles	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.612**
		N	.
		196	196
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.612**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	0.001
		196	.
		196	196

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

Nota. Elaboración propia

Se puede observar en la tabla 23, que el nivel de significancia calculado (P=0.001) es menor que el 0.05. Entonces, se refuta la hipótesis nula, confirmando que existe una relación importante entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.612. Esta correlación es positiva moderada según la escala de Bisquerra.

## CAPITULO V. DISCUSIÓN

### 5.1. Discusión de resultados

En esta investigación se logró demostrar que existe una relación importante entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.755. Esta correlación es positiva alta según la escala de Bisquerra. Este resultado tiene semejanza con lo presentado por **León (2018)** el cual afirma que, el porcentaje de usuarios satisfechos es alto en conformidad a niveles apropiados de calidad, y se elaboró sugerencias de mejora centradas en el usuario.

Así mismo, se evidenció que existe una relación significativa entre fiabilidad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.695. Esta correlación es positiva moderada según la escala de Bisquerra. Este resultado tiene semejanza con lo obtenido por **Moran (2022)** quien afirma que el 60.4% de los usuarios afirmó que las estaciones de servicios siempre cuentan con herramientas tecnológicas, y el 63.64% de los empleados cree que la empresa siempre presenta estrategias de CRM para campañas offline. Por lo tanto, los clientes están satisfechos con la calidad del servicio y los empleados saben que el valor del marketing radica en tener métricas que puedan confirmar la influencia de la marca y la eficacia de la estrategia.

Además, se logró demostrar en esta investigación que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.698. Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada. Este resultado tiene semejanza con lo presentado por **Magallanes & Quevedo (2015)** quienes señalan que, la dimensión estructura reveló relación directa con los indicadores: oportunidad y seguridad ( $p = <0.001$ ). La dimensión

proceso, mostró correlación directa con la satisfacción en términos de eficiencia, accesibilidad, integralidad y trabajo en equipo ( $p = <0.001$ ). Esto significa que cuanto mayor sea la eficiencia, accesibilidad, integralidad y el trabajo en equipo, mayor será la satisfacción del usuario. En cuanto a la dimensión resultados, hubo relación directa con los indicadores participación, social e información completa.

También, se comprobó que existe una relación significativa entre seguridad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.594. Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada. Este resultado es semejante con lo hallado por **Posligua (2022)** el cual afirma que la calidad del servicio depende de la planificación estratégica que la estación de servicios brinda a sus usuarios al realizar consultas, trámites o brindar servicios y que la satisfacción del usuario es una medida de la efectividad del sistema de servicio.

Se logró demostrar que existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.666. Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada. Dicho resultado tiene semejanza con lo presentado por **Arbeláez & Mendoza (2017)** quienes hallaron que el grado de relación dimensional varió entre la gestión y la insatisfacción tipo: débilmente negativo (-0,28 y -0,16); débilmente positivo (0,31) y fuertemente negativo (-0,52 y -0,70). Evidenciando que existe una correlación directa significativa entre una mala gestión y la insatisfacción de los usuarios.

Se logró demostrar que existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Además, el Rho de Spearman es de 0.612. Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada. Este resultado tiene semejanza con lo presentado por **Cobo et. al. (2018)**

quienes hallaron que existe un rango de satisfacción que cumple con las expectativas del usuario y la percepción también está dentro del rango de satisfacción.

## CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

Después de realizar la contrastación de hipótesis concluyo en:

1. Se logró determinar que existe relación importante entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023, con un nivel de significancia de  $P=0.001$ . Además, el Rho de Spearman es de 0.755, Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva alta. Es decir, en la clínica se tiene en cuenta regularmente la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Razón por el cual el nivel de satisfacción del usuario es moderado en dicha empresa.
2. Se logró evidenciar que existe relación significativa entre la fiabilidad y satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023, con un nivel de significancia de  $P=0.001$  y con una correlación de 0.695. Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada, es decir en la clínica se aplica regularmente el cumplimiento de entrega, suministro del servicio y fijación de precios. Razón por el cual el nivel de satisfacción del usuario es moderado en dicha organización prestadora de servicio de salud.
3. Se logró demostrar que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Asimismo, el Rho de Spearman es de 0.698. según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada, es decir en la empresa se aplica regularmente servicio adecuado, responder dudas, quejas de los clientes y solución de problemas. Razón por el cual el nivel de satisfacción del usuario es moderado en dicha organización.

4. Se logró establecer que existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023, con un nivel de significancia de  $P=0.001$ . Además, el Rho de Spearman es de 0.594. Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada. Es decir, en la clínica se tiene en cuenta regularmente el conocimiento, atención adecuada del personal, habilidades para inspirar credibilidad y confianza. Razón por el cual el nivel de satisfacción del usuario es moderado en dicha empresa.
5. Se logró reflejar que existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023, con un nivel de significancia de  $P=0.001$ . Además, el Rho de Spearman es de 0.666, Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada. Es decir, en la clínica se tiene en cuenta regularmente la atención individualizada. Razón por el cual el nivel de satisfacción del usuario es moderado en dicha organización.
6. Se logró probar que existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023. Asimismo, el Rho de Spearman es de 0.612. Según la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva moderada, es decir en la empresa tiene en cuenta regularmente la infraestructura, equipos, materiales y personal. Razón por el cual el nivel de satisfacción del usuario es moderado en dicha organización.

## 6.2. Recomendaciones

1. Se recomienda a la gerencia empresarial continuar con la implementación de la calidad de los servicios, teniendo en cuenta la confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles para mejorar la complacencia de sus usuarios.
2. Se recomienda a los líderes de la empresa que continúen mostrando fiabilidad a sus usuarios, incrementando el cumplimiento de entrega, suministro de servicios y fijación de precios para incrementar la confianza y lealtad de sus usuarios.
3. Se recomienda a los directivos de la organización a continuar mostrando capacidad de respuesta hacia los usuarios, brindando un servicio adecuado, respondiendo dudas, escuchando quejas de los clientes y solucionando problemas, para aumentar la complacencia de sus usuarios.
4. Es recomendable continuar con la aplicación de seguridad, considerando los conocimientos, atención adecuada del personal, habilidades para generar credibilidad y habilidades para inspirar confianza, de tal manera, se satisfagan las necesidades de sus usuarios de manera correcta.
5. También se recomienda incrementar la empatía, tomando en cuenta la atención personalizada, para aumentar la complacencia y bienestar de sus usuarios.
6. Se sugiere a los líderes de la empresa a continuar implementando los elementos tangibles, para mejorar los procesos de consulta y tratamiento médico, teniendo en cuenta la infraestructura, equipos, materiales y al personal.

## REFERENCIAS

### 7.1. Fuentes bibliográficas

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3 ed.) Colombia, Pearson Educación.
- Grosso, F. (2008). *Hipersatisfacción del Cliente*. (1 ed.) México, Panorama Editorial S.A. de C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. (11 ed.) México, Pearson Educación.
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia*. (6 ed.) México, Pearson Educación.
- Lovelock, C., Reynoso, J., D' Andrea, G. y Huete, L. (2004) *Administración de servicios*. (1° ed.) México, Pearson Educación
- Organización Mundial de la Salud (2020) *Servicios sanitarios de calidad*  
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/quality-health-services>

### 7.2. Fuentes electrónicas

- Arbeláez-Rodríguez, G., & Mendoza, P. (2017, April). Relación entre gestión del director y satisfacción del usuario externo en centros de salud de un distrito del Ecuador. In *Anales de la Facultad de Medicina* (Vol. 78, No. 2, pp. 154-160). UNMSM. Facultad de Medicina.
- [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1025-55832017000200007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1025-55832017000200007&script=sci_arttext)
- Carro R. y González D. *Administración de la calidad total*

[https://www.academia.edu/36584358/Libro\\_Administracion\\_De\\_La\\_Calidad\\_Total\\_Carro\\_Paz\\_y\\_Gonzalez\\_Gomez](https://www.academia.edu/36584358/Libro_Administracion_De_La_Calidad_Total_Carro_Paz_y_Gonzalez_Gomez)

Castro, Julio (2022). *Calidad del servicio: Qué es, tipos y como medirlos*.

<https://blog.corponet.com/calidad-del-servicio-que-es-tipos-y-como-medirlo>

Cobo-Mejía, E. A., Estepa-Rodríguez, K. J., Herrera-Triana, C., & Linares-Reyes, P. (2018). Percepción de los usuarios frente a la calidad del servicio de salud en consulta externa en una Institución Prestadora de Servicios de Salud. *Revista Investigación en Salud Universidad de Boyacá*, 5(2), 277-294.

<https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/rs/article/view/321>

George Quintero, Ramón Sergio, Gámez Toirac, Yanine, Matos Laffita, Denny, González Rodríguez, Iván, & Labori Ruiz, Rafael. (2022). *Aspectos fundamentales de la calidad en los servicios de salud*. *Infodir*, (37), e1112.

Epub 08 de abril de 2022. Recuperado en 23 de mayo de 2023, de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1996-35212022000100013&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1996-35212022000100013&lng=es&tlng=es)

Jemes Campana, I. C. (2022). *Calidad de Servicio en Atención Temprana: Influencia sobre la calidad de vida familiar y percepción de los profesionales*. (Tesis doctoral) Universidad de Málaga. España.

<https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/24642>

León Namuche, A. (2018). *Niveles de satisfacción y calidad de atención médica de Los usuarios del servicio de consulta externa en el Hospital Regional Policía Nacional del Perú, Chiclayo, 2016*.

<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/7593/BC-TES-TMP-315%20LEON%20NAMUCHE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Magallanes Flores, S. A., & Quevedo Mori, C. *Calidad de la atención y el grado de*

*satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Hospital Regional de Loreto-Punchana-2015.*

[https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/4675/Sara\\_Tesis\\_Maestria\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/4675/Sara_Tesis_Maestria_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Matsumoto, R. (2014, octubre). “*Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*”, p. 181-209. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Unidad Académica Regional Cochabamba. Recuperado el 10 de mayo de 2023

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>

Martínez, A. C. (2001). Medición de la calidad de servicio: una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico 1. *Estudios de Economía aplicada*, 18(2), 83-104. <https://www.redalyc.org/pdf/301/30118209.pdf>

Méndez Rosey, J. C. (10 de mayo de 2013). Gestipolis. Obtenido de

<https://www.gestipolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>

Moreno, F. C., García, N. M., & Pomar, J. N. (2012). Una aplicación inicial del modelo tridimensional de calidad de servicio en centros deportivos privados. *E-balonmano. com: Revista de Ciencias del Deporte*, 8(1), 67-81.

<https://www.redalyc.org/pdf/865/86524173006.pdf>

Moran Sernaque, M. E. (2022). *Calidad de servicio y estrategias de marketing en las estaciones de servicio en la provincia de Sullana 2020.*

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/28012>

Ñahuirima Tica, Y. M. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las*

*pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. Tesis de pregrado.*

<https://repositorio.unajma.edu.pe/handle/20.500.14168/240>

Pardo Saliz, S. X. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad distrital de Aucallama Huaral 2019.*

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/4059>

Pedraja-Reja, L., Valdés-González, G., Riveros-Crawford, I., & Santibáñez-Rey, D. (2019). *Percepción de la calidad de servicio de salud en la ciudad de Arica, Chile: Hacia un plan de mejora. Interciencia, 44(9), 514-520.*

<https://www.redalyc.org/journal/339/33961096009/33961096009.pdf>

Posligua Villegas, E. S. (2022). *Plan Estratégico para mejorar la Calidad del Servicio en el Departamento de Revisión, Renovación y Matriculación Vehicular de Transvial EP de Babahoyo* (Master's thesis).

<https://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/5914>

Vera, S. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de los pacientes del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN), Surquillo - 2021* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Perú, Lima, Perú.

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1773>

# **ANEXOS**

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

### TITULO: Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables, Dimensiones e Indicadores	Metodología
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿De qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>PE1: ¿De qué manera la fiabilidad se relaciona con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?</p> <p>PE2: ¿De qué manera la capacidad de respuesta se relaciona con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?</p> <p>PE3: ¿De qué manera la seguridad se relaciona con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?</p> <p>PE4: ¿De qué manera la empatía se relaciona con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?</p> <p>PE5: ¿De qué manera los elementos tangibles se relacionan con la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>OE1: Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p>OE2: Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p>OE3: Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p>OE4: Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p>OE5: Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>HE1: Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p>HE2: Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p>HE3: Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p>HE4: Existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p> <p>HE5: Existe relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en la clínica San Pedro, Huacho, año 2023.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Variable I: Calidad de servicio</b></p> <p>1.1. Fiabilidad</p> <p style="padding-left: 20px;">1.1.1. Cumplimiento de entrega</p> <p style="padding-left: 20px;">1.1.2. Suministro del servicio</p> <p style="padding-left: 20px;">1.1.3. Fijación de precios</p> <p>1.2. Capacidad de respuesta</p> <p style="padding-left: 20px;">1.2.1. Servicio adecuado</p> <p style="padding-left: 20px;">1.2.2. Responder dudas</p> <p style="padding-left: 20px;">1.2.3. Quejas de los clientes</p> <p style="padding-left: 20px;">1.2.4. Solución de problemas</p> <p>1.3. Seguridad</p> <p style="padding-left: 20px;">1.3.1. Conocimiento</p> <p style="padding-left: 20px;">1.3.2. Atención adecuada</p> <p style="padding-left: 20px;">1.3.3. Habilidad para inspirar credibilidad</p> <p style="padding-left: 20px;">1.3.4. Habilidad para inspirar confianza</p> <p>1.4. Empatía</p> <p style="padding-left: 20px;">1.4.1. Atención individualizada</p> <p>1.5. Elementos tangibles</p> <p style="padding-left: 20px;">1.5.1. Infraestructura</p> <p style="padding-left: 20px;">1.5.2. Equipos</p> <p style="padding-left: 20px;">1.5.3. Materiales</p> <p style="padding-left: 20px;">1.5.4. Personal</p> <p style="text-align: center;"><b>Variable II: Satisfacción del usuario</b></p> <p>2.1. Desempeño percibido del servicio</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.1. Percepción</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.2. Resultado</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.3. Precio</p> <p>2.2. Expectativa del usuario</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.1. Experiencia de las atenciones anteriores</p> <p style="padding-left: 20px;">2.2.2. Desempeño del servicio</p> <p>2.3. Nivel de satisfacción</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.1. Lealtad del usuario</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.2. Desempeño de la empresa</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Básica</p> <p><b>Alcance de investigación:</b> Correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> No experimental</p> <p><b>Población:</b> La población está conformada por 400 usuarios.</p> <p><b>Muestra:</b> 196 usuarios, calculado mediante formula.</p> <p><b>Técnica:</b> Se utilizó la encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario tipo escala de Likert.</p> <p><b>Instrumento de procesamiento de datos:</b> Software SPSS-27</p>



**Universidad Nacional**  
**José Faustino Sánchez Carrión**

**Cuestionario de la Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023**

El presente cuestionario tiene como objetivo principal reunir información sobre la calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, 2023. El cuestionario es anónimo y la información recolectada será utilizada únicamente con fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

**I. Datos del encuestado (Obligatorio)**

**1) Género**

Femenino     ()

Masculino    ()

**2) Edad**

\_\_\_\_\_ años

**3) Estado civil**

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Viudo
- d. Divorciado
- e. Unión libre

**4) Grado de estudios**

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Técnico
- d. Universitario
- e. Maestría

## II. Instrucciones:

A continuación, se presenta una serie de preguntas, se pide marcar con una (X) según considere y teniendo en cuenta el cuadro de calificación siguiente:

Calificación	
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

VARIABLE I: CALIDAD DE SERVICIO		Puntajes				
		1	2	3	4	5
<b>FIABILIDAD</b>						
1	¿Encuentra citas en las especialidades que necesita para atender su dolencia?	1	2	3	4	5
2	¿Considera que se respeta el orden de llegada de los pacientes para ser atendidos?	1	2	3	4	5
3	¿Encuentra en el servicio de farmacia todos los medicamentos que el médico le indica en su receta?	1	2	3	4	5
4	¿Considera que los precios de los servicios están acordes con el mercado?	1	2	3	4	5
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
5	¿La atención en el área de admisión para solicitar una cita es adecuada?	1	2	3	4	5
6	¿La atención en el área de farmacia es adecuada y pronta?	1	2	3	4	5
7	¿El personal de la Clínica despeja sus dudas de forma clara e inmediata?	1	2	3	4	5
8	¿Cuándo tiene una queja es atendida inmediatamente?	1	2	3	4	5
9	¿Ante un problema en la atención recibe solución rápida?	1	2	3	4	5
<b>SEGURIDAD</b>						
10	¿El médico realiza una minuciosa revisión física para identificar el origen de su dolencia?	1	2	3	4	5
11	¿Considera usted que el personal brinda atención adecuada?	1	2	3	4	5
12	¿Considera que respetan su privacidad en el consultorio?	1	2	3	4	5
13	¿El personal de la clínica le inspira confianza?	1	2	3	4	5
<b>EMPATÍA</b>						
14	¿Considera usted que el personal de la clínica le brinda una atención personalizada?	1	2	3	4	5
15	¿El médico es claro y preciso para explicar su diagnóstico y la forma de tomar sus medicamentos?	1	2	3	4	5
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>						
16	¿La infraestructura e instalaciones de la clínica son modernas, atractivas y cómodas?	1	2	3	4	5

17	¿Los equipos de la clínica son modernos?	1	2	3	4	5
18	¿Los materiales de la clínica se encuentran en buen estado?	1	2	3	4	5
19	¿El personal asistencial y administrativo se encuentran presentables y debidamente identificados?	1	2	3	4	5
<b>VARIABLE II: SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>						
<b>DESEMPEÑO PERCIBIDO DEL SERVICIO</b>						
20	¿Considera usted que obtuvo una buena percepción al servicio que acudió en la clínica?	1	2	3	4	5
21	¿Considera usted que obtuvo el resultado del servicio que esperaba?	1	2	3	4	5
22	¿Está usted de acuerdo con el precio según al servicio brindado?	1	2	3	4	5
<b>EXPECTATIVA DEL USUARIO</b>						
23	¿Considera usted que la atención brindada actualmente fue mejor que las anteriores?	1	2	3	4	5
24	¿Cree usted que el personal desempeña un buen servicio?	1	2	3	4	5
<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>						
25	¿Cree usted que con las campañas brindadas se está captando su fidelidad?	1	2	3	4	5
26	¿Considera usted que el desempeño de los empleados de la clínica es satisfactorio?	1	2	3	4	5

\*DATA SSPS TESIS encuesta calidad de serv. Clínica San Pedro.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Aplicación de búsqueda

11 : Visible: 20 de 20 variables

	X	Y	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	XAGRUPADO	YAGRUPADO	D1AGRUPADO
1	77	29	15	20	16	10	16	11	8	10	BUENO	ALTO	BUENO
2	71	25	16	20	13	7	15	11	7	7	BUENO	ALTO	BUENO
3	74	27	16	20	15	9	14	11	8	8	BUENO	ALTO	BUENO
4	72	29	17	19	14	8	14	13	8	8	BUENO	ALTO	BUENO
5	75	27	17	18	14	8	18	12	7	8	BUENO	ALTO	BUENO
6	70	27	16	17	13	8	16	11	8	8	BUENO	ALTO	BUENO
7	56	23	11	14	11	6	14	10	7	6	REGULAR	MODERADO	REGULAR
8	64	21	15	17	11	6	15	9	6	6	REGULAR	MODERADO	BUENO
9	61	21	14	16	11	7	13	8	7	6	REGULAR	MODERADO	BUENO
10	62	23	12	14	14	8	14	10	7	6	REGULAR	MODERADO	REGULAR
11	51	16	13	15	8	4	11	6	5	5	REGULAR	MODERADO	REGULAR
12	51	21	11	13	11	6	10	9	6	6	REGULAR	MODERADO	REGULAR
13	61	23	14	16	12	6	13	9	7	7	REGULAR	MODERADO	BUENO
14	65	21	12	19	12	8	14	9	6	6	REGULAR	MODERADO	REGULAR
15	69	25	16	18	14	6	15	10	7	8	BUENO	ALTO	BUENO
16	56	20	12	11	14	6	13	8	6	6	REGULAR	MODERADO	REGULAR
17	68	21	13	20	14	7	14	8	6	7	REGULAR	MODERADO	REGULAR
18	62	23	13	15	13	5	16	10	7	6	REGULAR	MODERADO	REGULAR
19	80	29	18	21	15	10	16	12	8	9	BUENO	ALTO	BUENO
20	84	27	19	22	17	9	17	11	8	8	BUENO	ALTO	BUENO
21	64	21	14	15	14	6	15	9	6	6	REGULAR	MODERADO	BUENO
22	79	28	17	23	16	7	16	12	8	8	BUENO	ALTO	BUENO
23	75	27	16	19	16	8	16	11	8	8	BUENO	ALTO	BUENO
24	70	26	16	18	13	8	15	12	6	8	BUENO	ALTO	BUENO
25	55	21	12	14	12	6	11	9	6	6	REGULAR	MODERADO	REGULAR

Visión general **Vista de datos** Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO Clásico

Buscar 21°C Nublado 8:52 a. m. 8/09/2023

\*DATA SPSS TESIS encuesta calidad de serv. Clinica San Pedro.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Aplicación de búsqueda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	X	Númerico	3	0	CALIDAD DE SERVICIO	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
2	Y	Númerico	3	0	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
3	D1	Númerico	3	0	FIABILIDAD	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
4	D2	Númerico	3	0	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
5	D3	Númerico	3	0	SEGURIDAD	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
6	D4	Númerico	3	0	EMPATÍA	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
7	D5	Númerico	3	0	ELEMENTOS TANGIBLES	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
8	D6	Númerico	3	0	DESEMPEÑO PERCIBIDO DEL SERVICIO	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
9	D7	Númerico	3	0	EXPECTATIVA DEL USUARIO	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
10	D8	Númerico	3	0	NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
11	XAGRUPADO	Cadena	15	0	CALIDAD DE SERVICIO	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
12	YAGRUPADO	Cadena	15	0	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
13	D1AGRUPA...	Cadena	15	0	FIABILIDAD	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
14	D2AGRUPA...	Cadena	15	0	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
15	D3AGRUPA...	Cadena	15	0	SEGURIDAD	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
16	D4AGRUPA...	Cadena	15	0	EMPATÍA	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
17	D5AGRUPA...	Cadena	15	0	ELEMENTOS TANGIBLES	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
18	D6AGRUPA...	Cadena	15	0	DESEMPEÑO PERCIBIDO DEL SERVICIO	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
19	D7AGRUPA...	Cadena	15	0	EXPECTATIVA DEL USUARIO	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
20	D8AGRUPA...	Cadena	15	0	NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Ninguna	Ninguna	17	Izquierda	Ordinal	Entrada
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											

Visión general Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ACTIVADO Clásico

Buscar 21°C Nublado ESP 8:52 a. m. LAA 8/09/2023



## Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Unidad de Grados y Títulos

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACION

En Huacho, el día **jueves 14 de diciembre del 2023**, siendo las **12:00pm**, reunidos en la Sala de Conferencias de la Facultad de Ciencias Empresariales, los Miembros del Jurado Evaluador y Asesor, integrado por:

PRESIDENTE:	Dr. FELIX GIL CARO SOTO	DNI N° 32124959
SECRETARIO:	M(o). CARLOS MANUEL LEON SANCHEZ	DNI N° 41199839
VOCAL:	M(o). WILLIAMS RAMIRO CALLA JAIMES	DNI N° 41469196
ASESOR:	M(o). ANGEL CLETO MENA MELGAREJO	DNI N° 15584845

Las postulantes al Título Profesional, doña: **YISSELA ELIZABETH VERANO CHAVEZ**, identificada con D.N.I N°40189629 & doña: **MELISSA KAREN VILLARREAL TRINIDAD**, identificada con D.N.I N°46043628, procedió a la Sustentación de Tesis, titulada: **Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Clínica San Pedro, Huacho, año 2023**, autorizado mediante **Resolución de Decanato N°0808-2023-FCE**, de fecha **13 de diciembre del 2023**, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados Académicos y Títulos Profesionales vigente, **N°0944-2021-CU- UNJFSC**, absolviéron las interrogantes que le formularon los señores miembros del Jurado.

Concluida la Sustentación de la investigación, se procedió a la votación correspondiente, resultando las candidatas **Aprobadas** por **unanimidad** con la nota de:

CALIFICACIÓN		EQUIVALENCIA	CONDICIÓN
NÚMERO	LETRAS		
18	Dieciocho	EXCELENTE	APROBADO

Siendo las **13:00pm** del día **jueves 14 de diciembre del 2023**, se dio por concluido el acto de Sustentación, firmando el Jurado Evaluador y Asesor(a) las Actas de Sustentación de tesis, para obtener el Título Profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACION**, inscrito en el folio N° **45** del **LIBRO DE ACTAS DE SUSTENTACION DE TESIS N° IV**.

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

JURADO EVALUADOR  
PRESIDENTE

Dr. FELIX GIL CARO SOTO  
PRESIDENTE

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

JURADO EVALUADOR  
SECRETARIO

M(o). CARLOS MANUEL LEON SANCHEZ  
SECRETARIO

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

JURADO EVALUADOR  
VOCAL

M(o). WILLIAMS RAMIRO CALLA JAIMES  
VOCAL

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ASESOR DE TESIS

M(o). ANGEL CLETO MENA MELGAREJO  
ASESOR(A)