

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración

Tesis

**Factores relevantes de la percepción de la calidad del
servicio de los pacientes del Centro Médico San Vicente**

Rocio Del Pilar Suasnabar Ricaldi

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración

Huancayo, 2020

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

**FACTORES RELEVANTES DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD
DEL SERVICIO DE LOS PACIENTES DEL CENTRO MÉDICO SAN
VICENTE.**

Asesor

Mg. Carlos Alberto Recuay Salazar

Dedicatoria

A la mujer que supo valerse por sí misma, por su coraje, su fuerza, su alegría, sus lágrimas, su sudor, sus cuitas tímidamente compartidas, por su rebelde y alegre forma de no mostrarse jamás débil, por su indómita pasión por construirme con sólidos principios, por su infinito amor que siempre me ha alimentado, mi madre María del Pilar Ricalde Luna.

Agradecimientos

A mi asesor, Carlos Alberto Recuay Salazar, que con su paciencia supo conducirme en la difícil tarea de poder escribir mi tesis.

A Carolay Suasnabar Ricaldi, por enseñarme que no hay nada como la satisfacción que uno siente por la labor que uno mismo realiza.

A André Nestares Ricaldi, porque con sus apenas 14 años me enseña que solo el esfuerzo constante en el estudio hará que todo pueda ser distinto.

A todos que de una u otra manera han alimentado mi sueño de ser profesional.

Lista de contenidos

Dedicatoria	v
Agradecimientos.....	vi
Lista de Contenidos	vii
Lista de Tablas	xi
Índice Figuras.....	xi
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
Introducción	1
Capítulo I: Planteamiento del estudio.....	3
1.1. Delimitación de la investigación	3
1.1.1. Territorial.....	3
1.1.2. Temporal.....	3
1.1.3. Conceptual	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Formulación del problema	12
1.3.1. Problema general.....	12
1.3.2. Problemas específicos	12
1.4. Objetivos de la investigación	13
1.4.1. Objetivo general.....	13
1.4.2. Objetivos específicos.....	13

1.5.	Justificación de la investigación.....	14
1.5.1.	Justificación teórica.....	14
1.5.2.	Justificación practica	14
1.6.	Variables	14
1.6.1.	Identificación de las variables.....	14
1.6.2.	Operacionalización de las variables	15
Capitulo II: Marco teórico		16
2.1.	Antecedentes de investigación.....	16
2.1.1.	Artículos científicos	16
2.1.2.	Tesis nacionales e internacionales	19
2.2.	Bases teóricas.....	23
2.2.1.	Servicio.....	23
2.2.2.	Características del servicio	23
2.2.3.	Proceso y experiencia de compra.....	25
2.2.4.	Satisfacción del cliente	27
2.2.5.	Calidad del servicio	27
2.2.6.	Calidad.....	27
2.2.7.	Método <i>Service Performance</i> [SERVPERF].....	28
2.2.8.	Dimensiones de la calidad del servicio	29
2.2.9.	Cliente.....	30
2.3.	Definición de términos básicos	32

2.3.1. Servicio	32
2.3.2. Características del servicio	32
2.3.3. Calidad del servicio	32
2.3.4. Método <i>Service Performance</i> [SERVPERF]	32
2.3.5. Dimensiones de la calidad del servicio	33
Capitulo III: Metodología	34
3.1. Enfoque de la investigación	34
3.2. Tipo de investigación	34
3.3. Nivel de la investigación	35
3.4. Métodos de investigación	36
3.5. Diseño de investigación	36
3.6. Población y muestra	37
3.6.1. Población	37
3.6.2. Muestra	37
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
3.7.1. Técnicas	40
3.7.2. Instrumentos.....	40
Capitulo IV: Resultados.....	42
4.1. Descripción del trabajo de campo	42
4.2. Presentación de resultados	42
4.3. Contrastación de resultados	75

Conclusiones	80
Recomendaciones	83
Referencias.....	86

Lista de tablas

Tabla 1 Operacionalización de las variables.....	15
--------------------------------------------------	----

Lista de figuras

Figura 1 Organigrama del centro médico San Vicente.....	7
Figura 2 Atención registrada en cada especialidad que brinda el centro médico San Vicente..	7
Figura 3 Publicidad del centro médico San Vicente	8
Figura 4 Procedimiento de atención del cliente del centro médico San Vicente	9
Figura 5 Ingreso y fachada del centro médico San Vicente.....	10
Figura 6 Recepción y sala de espera del centro médico San Vicente.	10
Figura 7 Dispensa de medicamentos del centro médico San Vicente.	11
Figura 8 Edad de los pacientes atendidos en el centro médico San Vicente.	43
Figura 9 Especialidad en la cual se atendieron los pacientes del centro médico San Vicente.	44
Figura 10 Equipos disponibles y materiales necesarios para la atención en el centro médico San Vicente.....	45
Figura 11 Funcionalidad de los carteles, letreros y/o flechas ubicados en las instalaciones del centro médico San Vicente.	46
Figura 12 Personal capacitado para mantener informado y orientado a los pacientes del centro médico San Vicente.....	47
Figura 13 Comodidad e higiene de los consultorios y la sala de espera del centro médico San Vicente.....	48

Figura 14 Orientación y explicación sobre los pasos o trámites para la atención en las diversas especialidades que ofrece el centro médico San Vicente.	49
Figura 15 Facilidad al encontrar y obtener cita en el centro médico San Vicente.	50
Figura 16 Información sobre el día y/o la hora exacta de la consulta en el área solicitada del centro médico San Vicente.	51
Figura 17 Disponibilidad o apertura de la historia clínica para la atención en el centro médico San Vicente.	52
Figura 18 Atención en el horario programado por parte del médico del área asistida del centro médico San Vicente.	53
Figura 19 Atención acorde la programación y el orden de llegada a la consulta en el centro médico San Vicente.	54
Figura 20 Atención rápida en el centro médico San Vicente.	55
Figura 21 Explicación sencilla por parte del médico sobre el problema de salud o resultado de la consulta de los pacientes del centro médico San Vicente.	56
Figura 22 Explicación sencilla por parte del médico sobre el tratamiento a seguir como: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos.	57
Figura 23 Confianza brindada por parte del médico al paciente para expresar su problema de salud.	58
Figura 24 Seguridad al momento de realizar pagos de servicios, compra de medicamentos y/o obtención de servicios complementarios en el centro médico San Vicente.	59
Figura 25 Trato amable y respetuoso por parte del médico del centro médico San Vicente...	60
Figura 26 Dominio del tema por parte del médico al momento de responder las preguntas de los pacientes del centro médico San Vicente.	61

Figura 27 Tarifas accesibles en las diversas especialidades que ofrece el centro médico San Vicente.	62
Figura 28 El horario de atención conveniente para los pacientes del centro médico San Vicente.	63
Figura 29 Respeto de las creencias de los paciente sobre la enfermedad y la cura por parte del médico del centro médico San Vicente.	64
Figura 30 Interés por parte del médico en solucionar el problema de salud de los pacientes del centro médico San Vicente.	65
Figura 31 Tiempo adecuado en contestar las dudas y/o preguntas sobre el problema de salud de los pacientes del centro médico San Vicente.	66
Figura 32 Resultados de la dimensión tangibilidad.....	70
Figura 33 Resultados de la dimensión confiabilidad.....	71
Figura 34 Resultados de la dimensión capacidad de respuesta.....	72
Figura 35 Resultados de la dimensión seguridad	73
Figura 36 Resultados de la dimensión empatía.....	74

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad de servicio de los pacientes del centro médico San Vicente, basándose en el modelo SERVPEF propuesto por Cronin y Taylor en 1992 que mide y evalúa la calidad del servicio capturando las percepciones a través de 5 dimensiones: 1) tangibilidad, 2) confiabilidad, 3) capacidad de respuesta, 4) seguridad y 5) empatía, dicho modelo es una modificación de SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985, ya que a diferencia del SERVPEF evalúa la calidad del servicio considerando las expectativas y percepciones del cliente. En relación a la metodología, el tipo de investigación es aplicada, por diseño es no experimental, por método es científico, por enfoque es cuantitativo y por nivel es descriptiva. La muestra estuvo conformada por 65 pacientes atendidos en el área de medicina general, pediatría y/o ginecología entre los primeros días del mes de abril de 2018 y el cierre del mes de diciembre del mismo año, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta y de instrumento el cuestionario, utilizando la herramienta SERVQUAL constituida por 22 ítems adaptándose al rubro de la unidad de análisis a investigar, el cual luego del procesamiento e interpretación de los datos se concluyó que el centro médico San Vicente tiene mayor acogida en las personas de 27 a 59 años de edad, encontrando mayor oportunidad de captación en ese grupo de clientes potenciales; el área con mayor demanda de servicios es medicina general; por otro lado en cuanto a los factores relevantes se concluye que en primer lugar, la dimensión seguridad es un factor relevante para que los pacientes del centro médico San Vicente perciban un servicio de calidad, en segundo lugar la dimensión que es vital para lograr la satisfacción de los pacientes es el factor confiabilidad, en la tercera y cuarta posición están la dimensión tangibilidad y capacidad de respuesta, por último la dimensión que tiene menor influencia en una positiva percepción de la calidad de servicio es la dimensión empatía.

Palabras Claves: Calidad de servicio, Servqual, Servpef, Tangibilidad, Confiabilidad.

Abstract

The main objective of this research is to determine the relevant factors in the perception of the service quality of patients at the San Vicente medical center, based on the SERVPEF model proposed by Cronin and Taylor in 1992 that measures and evaluates the service quality by capturing the perceptions through 5 dimensions: 1) tangibility, 2) reliability, 3) response capacity, 4) security and 5) empathy, this model is a modification of SERVQUAL proposed by Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985, since unlike SERVPEF evaluates the service quality considering the expectations and perceptions of the client. Concerning the methodology, the type of research is applied, by design it is non-experimental, by the scientific method, by focus it is quantitative and by the level it is descriptive. The sample consisted of 65 patients treated in the area of general medicine, pediatrics and/or gynecology between the first days of April's 2018 and the closing of December of the same year, for the data collection technique was applied of the survey and of instrument the questionnaire, using the SERVQUAL tool constituted by 22 items adapting to the item of the unit of analysis to be investigated, which after the processing and interpretation of the data it was concluded that the San Vicente medical center has greater reception in people from 27 to 59 years of age, finding greater opportunity for recruitment in that group of potential clients; the area with the greatest demand for services in general medicine; On the other hand, as regards the relevant factors, it is concluded that, in the first place, the safety dimension is a relevant factor for the patients of San Vicente medical center to receive a quality service, secondly, the dimension that is vital to achieving satisfaction of the patients is the reliability factor, in the third and fourth positions are the tangibility dimension and responsiveness, finally, the dimension that has less influence on a positive perception of the service quality is the empathy dimension.

Keywords: Quality of service, Servqual, Servperf, Tangibility, Reliability.

Introducción

Actualmente la calidad de servicio en el sector salud ha tomado mayor relevancia en la ciudad de Huancayo, ello no implica que dichas empresas no estén en una constante mejora de sus servicios si no que dicha mejoría debe estar acorde a las expectativas del usuario y sean percibidas como tal, por lo que, como menciona Forellat (2014), en la prestación de servicios de salud se encuadran 4 palabras claves los cuales son: 1) equidad, brindar el servicio a quien lo requiera; 2) eficacia, que el servicio posea metodología y tecnología; 3) efectividad, alcanzar cobertura e impacto adecuado; y por ultimo 4) eficiencia, que los costos y la rentabilidad estén acordes a lo planificado. Por consiguiente las evaluaciones deben ser constantes, enfocadas en las expectativas y perspectivas de los usuarios, holísticas y deben incluir dentro de la investigación los cuatro pilares mencionados líneas arriba, por esas razones SERVQUAL es el modelo ideal para evaluar la calidad de servicio de manera ágil, sencilla y holísticamente, debido a que la herramienta SERVQUAL está constituida por cinco dimensiones los cuales son: 1) tangibilidad, aspectos observables como las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación; 2) confiabilidad, capacidad para brindar un servicio de forma precisa; 3) capacidad de respuesta, disposición para brindar un servicio rápido; 4) seguridad, capacidad de transmitir confianza y nivel de conocimientos de parte del talento humano; y por ultimo 5) empatía, atención personalizada. Por lo que la presente investigación está conformada por cuatro capítulos, los cuales se detallan a continuación:

El capítulo I, corresponde al planteamiento del problema, el cual contiene la delimitación de la investigación, el planteamiento y formulación del problema, los objetivos y justificación de la investigación y por último la identificación y operacionalización de las variables.

El capítulo II, corresponde al marco teórico, el cual contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y la definición de los términos básicos.

El capítulo III, corresponde a la metodología, el cual contiene el enfoque, tipo, nivel, método y diseño de la investigación, la población y muestra, y la técnica e instrumento de recolección de datos.

El capítulo IV, corresponde a los resultados, el cual contiene la descripción del trabajo de campo, la presentación y la contrastación de resultados.

Por último, la presenta investigación finaliza con las conclusiones y sus respectivas recomendaciones dirigidas al centro médico San Vicente, las referencias y apéndices.

Capítulo I: Planteamiento del estudio

1.1. Delimitación de la investigación

1.1.1. Territorial

La presente tesis se realizó en el centro médico San Vicente, el cual se encuentra ubicado en Av. Mariscal Castilla N° 4476 - Ciudad Universitaria, que pertenece al distrito de El Tambo, provincia de Huancayo, departamento de Junín y es considerado como centro urbano.

1.1.2. Temporal

La presente investigación considerara el servicio prestado a los pacientes desde el mes de abril, fecha en la cual se apertura e inicia sus actividades el centro médico, hasta el cierre del mes de diciembre del 2018.

1.1.3. Conceptual

La presente investigación se limita a trabajar sobre la operacionalización de conceptos y teorías contenido en el modelo SERVPERF, el cual trabaja la evaluación de la calidad a través de la percepción del usuario considerando cinco dimensiones, siendo las mismas, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

1.2. Planteamiento del problema

Lara, (2002) manifiesta en su artículo científico La gestión de la calidad en los servicios, que los servicios no suelen brindarse puros ya en el proceso de producción se involucran elementos tangibles como intangibles por esta razón es importante identificar los elementos predominantes para determinarlos como tal o como un bien, dicho proceso se denomina Servucción y fue acuñado por Eiglier y Langeard, por otro lado, calidad significa brindar un servicio acorde a las expectativas del usuario o en el mejor escenario que dicho servicio supere las mismas, para lo cual es importante que las organizaciones conozcan las

necesidades de los potenciales usuarios y en un futuro no se presente errores. En este mundo globalizado es importante brindar un servicio de calidad, debido a que las exigencias de los consumidores aumentaron en las últimas décadas, ello debido a diversos factores por ende las organizaciones están comprometidas a mejorar constantemente mediante la formulación de normas específicas.

Gutierrez, (2017) expresa en su artículo Importancia de la calidad del servicio al cliente que contar con una política efectiva entorno a la calidad del servicio es una ventaja estratégica debido a que los usuarios relacionaran a la empresa con referencias de excelencia en el servicio transmitiéndolo a su entorno social cercano dando como resultado la captación de nuevos usuarios, incremento de ventas, ventas de servicios complementarios, menor gastos en marketing, así como en gestiones de reclamos y quejas.

Duque, (2005) manifiesta en su artículo Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición que, para comprender los diferentes modelos de medición de calidad es necesario entender los conceptos de servicio y calidad, por lo que cita a Parasuraman, Zeithaml y Berry, los cuales identifican las siguientes características que diferencian a un servicio de un bien tales como: la intangibilidad; la heterogeneidad y la inseparabilidad. Debido a lo mencionado anteriormente se dificulta la evaluación de los servicios, la calidad tiene una gran variabilidad, dicha evaluación se basa en expectativas y se dan en el proceso como en el resultado. El segundo término por comprender es calidad, el cual se traduce en la conformidad de todos los requerimientos establecidos por el productor del servicio o por el consumidor, diversos autores establecen dimensiones para evaluar el constructo y las dos más representativas se son: el modelo de la imagen y [SERVQUAL], la primera se basa en la imagen corporativa de la empresa y la segunda en vacíos, gaps o desajustes en el proceso.

Alcaraz & Martínez, (2012) en su artículo calidad en el servicio publicado en la revista panorama administrativo manifiestan que, cualquier ente productivo que ampare sus bases en

la administración para el manejo de sus recursos y logro de objetivos tiene que considerar como elemento esencial a la calidad la cual debe permear a toda la organización y proyectarlo en su entorno de tal forma no solo se conozca qué es lo que hace dicha organización si no como lo hace adquiriéndolo como filosofía empresarial. Para brindar calidad el primer punto es conocer las necesidades de los clientes internos y externos para luego trabajar en los diversos factores de una empresa y de tal forma crear el servicio ideal, en la administración se determinó 4As para satisfacer a los clientes: entender al cliente, aclarar la situación, actuar satisfaciendo la necesidad y asegurar la satisfacción; el objetivo primordial de dichos pasos es reconocer puntos importantes de la calidad.

Vega, (2017) en la revista cubana de medicina expresa que en los últimos años el concepto calidad en las empresas dedicadas a la salud humana ha ganado mayor terreno, enfocándose en los pacientes, por lo que se encuadran 4 palabras claves, equidad traducida en accesibilidad, eficacia, efectividad y eficiencia. El reto actual es evaluar los procesos de calidad de manera holística, objetiva y comparativa para determinar e implementar estándares en los procedimientos y tomar medidas correctivas para una mejora continua. Es de suma importancia que todos los profesionales de la organización entiendan la importancia de la calidad incentivando la responsabilidad propia de los resultados obtenidos e interrelacionar los servicios para mejorar la atención, por otro lado, es importante la recolección, análisis y actualización de la información para reducir errores basándonos en datos certeros. En el sector salud los pilares de desempeño en calidad son las mediciones de resultados a través de indicadores, materialización de protocolos y la satisfacción de los usuarios y de sus familiares. Por último, los esfuerzos de mejora deben orientarse en estandarizar los procesos y acreditar los servicios.

Los artículos mencionados párrafos arriba concuerdan que los servicios cuentan con características que dificultan la evaluación de la calidad otorgada en cada experiencia por lo

que debemos tangibilizarlos mediante la estandarización de procesos, buenas prácticas, políticas efectivas de calidad, planes de contingencia para establecer medidas correctivas, modelos de gestión, estilos de dirección, cumplimiento de requerimientos, establecimiento de indicadores, evaluación del desempeño y proactividad de los colaboradores, entre otros. Todo lo antedicho se logra con la obtención, procesamiento y análisis de datos respecto a las percepciones de los usuarios para moldear los procedimientos, actitudes de los colaboradores, infraestructura y filosofía empresarial en virtud a lograr la satisfacción, dicha información podemos obtenerlas mediante dos modelos brindados por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988), y Grönroos (1988, 1994) denominadas el modelo americano que utiliza la herramienta [SERVQUAL] y el modelo nórdico que utiliza la herramienta de la imagen respectivamente. Lograr un sistema de gestión de la calidad requiere una mejora continua, un cambio de cultura organizacional y la inclusión de todos los colaboradores, los beneficios que se obtendrán a partir de ello serán visibles al público y los mismos tendrán referencias de excelencia en el servicio logrando mayor afluencia de usuarios, mayor rentabilidad, mayor prestigio empresarial, incremento de ventas de servicios y/o productos complementarios, menores gastos en marketing, en gestiones de reclamos y demandas de mala praxis, y mayor participación en el mercado.

Según sus actas de constitución los hermanos Pérez Garavito aperturan el centro médico San Vicente el 21 de abril del 2018, ubicado en la avenida Mariscal Castilla N°4476 - El Tambo, brindando las siguientes especialidades: (a) medicina general, (b) ginecología, (c) pediatría, (d) servicios complementarios de tópico y (e) farmacia. Cubriendo una necesidad importante de salud de los pobladores del distrito del Tambo y los centros poblados colindantes.

La torre médica del centro médico San Vicente cuenta con una amplia variedad de especialidades médicas, que viabiliza la ejecución de todos los servicios ofertados.

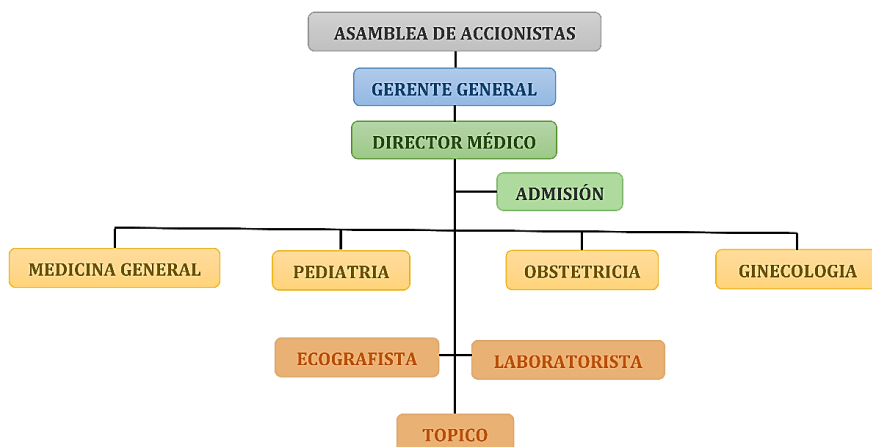


Figura 1 Organigrama del centro médico San Vicente

Como se observa en la figura 1, el organigrama del centro médico San Vicente está conformado por un staff de profesionales capacitados y respaldados por la experiencia adquirida en instituciones de renombre dentro y fuera de la región para brindar un excelente servicio en el rubro de la salud. La asamblea de accionistas es conformada por la familia Pérez, la responsabilidad de director médico recae sobre el Dr. Luis Alberto Alvarado Erazo, el cual cuenta con una amplia experiencia en diversas clínicas, así como en el hospital nacional Hipólito Unanue y en el cuartel 9 de diciembre. En las diversas especialidades y áreas se cuenta con médicos especialistas y licenciados que trabajan al llamado.

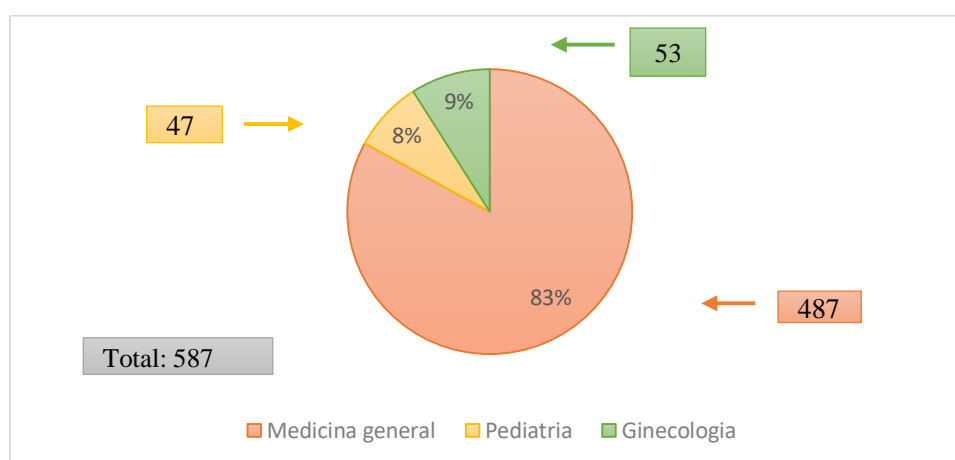


Figura 2 Atención registrada en cada especialidad que brinda el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 2, el centro médico San Vicente en los nueve meses de funcionamiento ha registrado 587 pacientes atendidos en las tres especialidades que brinda. El total de pacientes atendidos en medicina general fueron 487, representando el 83% de los servicios prestados y convirtiéndose en el área con mayor consulta, en el área de pediatría se registra 47 pacientes siendo el 8% del total y en el área de ginecología 53 pacientes representando el 9%.



Figura 3 Publicidad del centro médico San Vicente

Como se observa en la figura 3, la publicidad y promoción de servicios del centro médico San Vicente es mediante trípticos, volantes, gigantografías y afiches informativos que son difundidos por redes sociales como páginas en Facebook por el bajo costo y por la gran cobertura e impacto que tiene y también mediante materiales físicos.

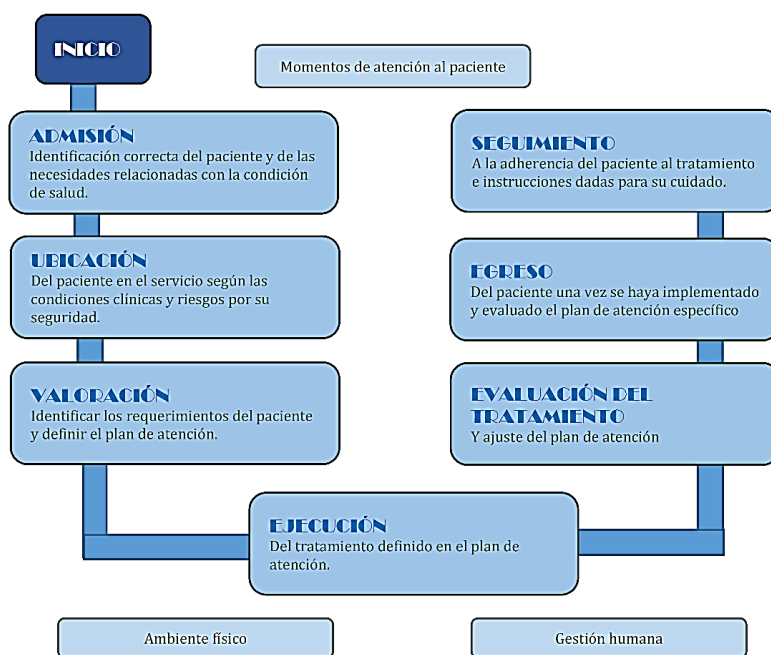


Figura 4 Procedimiento de atención del cliente del centro médico San Vicente

Como se observa en la figura 4, el procedimiento de atención del cliente del centro médico San Vicente, inicia en admisión, donde se registra los datos y antecedentes del paciente, identificando su condición de salud para la entrega de información oportuna, luego si el medico se encuentra disponible, el paciente es ubicado en el servicio pertinente donde el profesional de salud evalúa, planifica, registra el diagnóstico médico e identifica los requerimientos del paciente derivándolo a los otros servicios tales como la dispensación de medicamentos, imagenología, laboratorio clínico y procedimiento diagnóstico, una vez ejecutado se ajusta el plan de atención y se brinda nuevas indicaciones para el egreso del paciente y coordina una reevaluación para el seguimiento de la evolución del paciente.

El centro médico San Vicente cuenta con alianzas estratégicas ya que su capacidad resolutive es limitada y no puede atender casos complejos, operaciones, hospitalizaciones, no cuenta con un banco de sangre, entre otros para una atención completa que brinde a sus pacientes la seguridad de una recuperación exitosa, por lo que la clínica Santo Domingo y Salazar se han puesto a disposición de los pacientes del centro médico.



Figura 5 Ingreso y fachada del centro médico San Vicente

Como se observa en la figura 5, el centro médico cuenta con una fachada vistosa con salida a la avenida Mariscal Castilla y con un letrero publicitario llamativo con el nombre de la empresa, alrededor se encuentra publicidad informativa sobre los diversos servicios que ofrece.

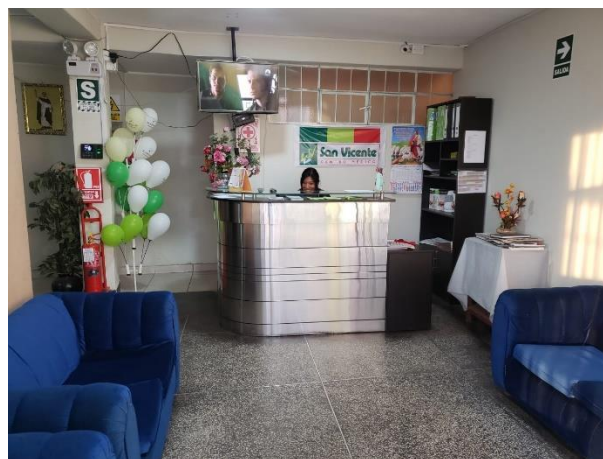


Figura 6 Recepción y sala de espera del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 6, la recepción y sala de espera del centro médico se encuentra al ingresar al establecimiento, y cuenta con un televisor con cable para que los familiares del paciente se distraigan mientras pasan por un momento de estrés al saber que un ser querido se encuentra delicado de salud.



Figura 7 Dispensa de medicamentos del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 7, el centro médico San Vicente cuenta con un área exclusivamente para la dispensación de medicamentos, el 80% son genéricos para mayor acceso al público objetivo al cual se dirige San Vicente que son el sector socioeconómico C y D, también brinda productos complementarios tales como toallas higiénicas, vaselinas, mentoles, etc.

Sus informes mensuales son producto de la información registrada en una hoja Excel que permite hacer un balance de sus ingresos y egresos para determinar la ganancia o pérdida que tienen mes a mes. Desde su apertura se han presentado grandes pérdidas económicas debido a la poca afluencia de usuarios y a las cuotas bancarias que se paga mes a mes por concepto de la compra del ecógrafo y la construcción.

Luego de describir a la empresa, sus servicios y su forma de trabajo, los problemas identificados son los siguientes:

- Bajo poder adquisitivo del público objetivo.
- Baja disposición del 90% del staff de médicos, debido al bajo presupuesto para la planilla.

- Base de datos básico, limitado a brindar información general de las pérdidas y ganancias mes a mes.
- Informes básicos realizado por la encargada de admisión que reflejan la situación económica de cada mes.
- Ausencia de evaluaciones o investigaciones que permitan conocer la percepción que tienen los pacientes sobre el servicio prestado.
- Carencia de un plan de atención.

Por lo cual se realizará la siguiente investigación con el fin de conocer que percepción tienen los usuarios respecto a la calidad del servicio que brinda el centro médico San Vicente considerando las tres especialidades que brinda tales como medicina general, pediatría y ginecología, por lo cual he planteado las siguientes interrogantes:

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cuáles son los factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente?

1.3.2. Problemas específicos

P_{E1}. ¿Cuáles son las características relevantes del factor tangibilidad de los pacientes del centro médico San Vicente?

P_{E2}. ¿Cuáles son las características relevantes del factor fiabilidad de los pacientes del centro médico San Vicente?

P_{E3}. ¿Cuáles son las características relevantes del factor capacidad de respuesta de los pacientes del centro médico San Vicente?

P_{E4}. ¿Cuáles son las características relevantes del factor seguridad de los pacientes del centro médico San Vicente?

P_{E5}. ¿Cuáles son las características relevantes del factor empatía de los pacientes del centro médico San Vicente?

1.4.Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad de servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.

1.4.2. Objetivos específicos

O_{E1}. Identificar las características relevantes del factor tangibilidad de los pacientes del centro médico San Vicente.

O_{E2}. Identificar las características relevantes del factor fiabilidad de los pacientes del centro médico San Vicente.

O_{E3}. Identificar las características relevantes del factor capacidad de respuesta de los pacientes del centro médico San Vicente.

O_{E4}. Identificar las características relevantes del factor seguridad de los pacientes del centro médico San Vicente.

O_{E5}. Identificar las características relevantes del factor empatía de los pacientes del centro médico San Vicente.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica

La presente investigación releva su justificación teórica en la medida que operativiza el análisis de las categorías que dimensionan la calidad del servicio, y ello se constituye como un aporte significativo para el estudio de la gestión en salud.

1.5.2. Justificación practica

La presente investigación identifica como punto de partida para una gestión de calidad en los servicios privados de salud, la implementación de sistemas de calidad centradas en la percepción cuantitativa de los usuarios del servicio. La presente investigación encuadra su justificación práctica, en tanto utiliza instrumentos de medición de calidad, los cuales van a permitir una mejora de los procesos de la institución.

1.6. Variables

1.6.1. Identificación de las variables

La percepción es el proceso cognitivo a través del cual el cliente capta del entorno las características y atributos considerados valiosos y reales durante el proceso de entrega del servicio. (Vargas & Aldana, 2014, p. 216).

1.6.2. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	UNIDAD DE MEDICIÓN
Factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.	Elementos tangibles	Disponibilidad de equipos y materiales.	Escala de Likert del 1 al 5
		Señalización funcional al servicio.	Escala de Likert del 1 al 5
		Recurso humano capacitado.	Escala de Likert del 1 al 5
		Comodidad y limpieza de espacios.	Escala de Likert del 1 al 5
	Confiabilidad	Recurso humano capacitado.	Escala de Likert del 1 al 5
		Puntualidad en el sistema de atención.	Escala de Likert del 1 al 5
		Orden en el sistema de atención.	Escala de Likert del 1 al 5
		Disponibilidad de información para la atención del paciente.	Escala de Likert del 1 al 5
		Accesibilidad programada de citas.	Escala de Likert del 1 al 5
	Capacidad de respuesta	Adecuado sistema de información de citas.	Escala de Likert del 1 al 5
		Procedimientos médicos eficientes.	Escala de Likert del 1 al 5
		Claridad explicativa y lenguaje sencillo.	Escala de Likert del 1 al 5
		Calidad explicativa de programación de tratamiento.	Escala de Likert del 1 al 5
	Seguridad	Calidez humana en el trato.	Escala de Likert del 1 al 5
		Confiabilidad en el servicio.	Escala de Likert del 1 al 5
		Percepción de respeto.	Escala de Likert del 1 al 5
		Apertura a inquietudes.	Escala de Likert del 1 al 5
	Empatía	Precio social.	Escala de Likert del 1 al 5
		Adecuación horaria	Escala de Likert del 1 al 5
		Interculturalidad, interseccionalidad, género y generacional	Escala de Likert del 1 al 5
Disposición.		Escala de Likert del 1 al 5	
Uso de tiempos adecuados.		Escala de Likert del 1 al 5	

Capítulo II: Marco teórico

2.1. Antecedentes de investigación

2.1.1. Artículos científicos

Villagarcía, Delgadillo, Argüello, & González, (2016) realizaron el artículo cuyo título es Percepción usuaria de la calidad en los servicios de salud del ISSEMyM, Tabasco, México. El presente artículo tiene como objetivo general conocer la perspectiva de los derechohabientes con respecto a la calidad en el servicio de salud que brinda el Instituto de Seguridad Social del Estado de México y Municipios [ISSEMyM], teniendo como nivel de investigación descriptivo, de diseño no experimental de tipo transversal y usando un instrumento de recolección de datos una encuesta con una muestra de 355 personas que contaban con el beneficio asistencial aproximadamente por un año, logrando los siguientes resultados: la insatisfacción con la calidad de los servicios es reportada con puntajes bajos por otro lado, el análisis correlacional arrojó puntajes bastante significativos lo que indicó la interrelación de las percepciones del trato con el personal, elaboración de trámites y confianza en la institución y determinando la conclusión, que los aspectos de trámites y confianza en la institución son los mejores evaluados, seguido de la interacción con el personal; correlacionalmente, la interacción con el personal de cualquier área, influencia la percepción hacia otras, mientras que la confianza en la institución depende de la percepción del personal de enfermería y trámites.

Najera, Ramírez, & López, (1997) realizaron el artículo cuyo título es Percepción de la calidad de la atención de los servicios de salud en México: perspectiva de los usuarios. El presente artículo tiene como objetivo general describir la percepción de la calidad de la atención recibida por los usuarios en servicios ambulatorios de salud en México y analizar su relación con algunas características predisponentes y habilitadoras de la población usuaria, teniendo como nivel de investigación descriptivo, de diseño es no experimental de

tipo transversal y usando un instrumento de recolección de datos una encuesta con una muestra de 3 324 usuarios que acudieron a los servicios de salud en las dos últimas semanas previas a la encuesta, logrando los siguientes resultados: se encontró que 81.2% de los usuarios percibió que la atención recibida fue buena y 18.8% mala, los principales motivos que definen la calidad como buena fueron: el trato personal (23.2%) y mejoría en salud (11.9%); en tanto que los motivos de mala calidad aludidos fueron: los largos tiempos de espera (23.7%) y la deficiencia en las acciones de revisión y diagnóstico (11.7%) y por último los motivos más importantes por los cuales los usuarios no regresarían al mismo lugar de atención fueron: no lo atendieron bien (18.2%) y los largos tiempos de espera (11.8%) y determinando la conclusión que los resultados sugieren profundizar en el conocimiento de la perspectiva poblacional, y determinar la necesidad de implementar en los servicios de salud acciones para la mejoría continua de la calidad de la atención.

Reyes, y otros, (2013) desarrollan el artículo cuyo título es Percepción de los usuarios sobre la calidad de la atención ambulatoria en servicios de salud en México. El presente artículo tiene como objetivo general identificar la percepción de los usuarios de los servicios de salud ambulatorios en México sobre la calidad de atención y los factores asociados con dicha percepción, teniendo como nivel de investigación descriptivo, de diseño es no experimental de tipo transversal y usando un instrumento de recolección de datos entrevistas con una muestra de 14 104 personas que solicitaron y recibieron servicios ambulatorios de salud, logrando los siguientes resultados: la buena percepción de atención se elevó de 82 a 85%, y la de mejoría del estado de salud, de 79 a 81%, entre los años 2006 y 2012. La explicación sobre la enfermedad y tratamiento, la consulta sin cita previa, la oportunidad de elegir el servicio de salud y menor tiempo de espera se asociaron con la percepción de mejoría y determinando la conclusión, que existen avances en la calidad de atención percibida en la atención ambulatoria en México y es necesario fortalecer

estrategias organizacionales para brindar atención con mayor oportunidad y responder a las expectativas de los usuarios.

Seclén & Darras, (2005) desarrollan el artículo cuyo título es Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados. Perú, 2000. El presente artículo tiene como objetivo general determinar el nivel de satisfacción del usuario en centros de salud y hospitales del MINSA; analizar la relación entre la satisfacción del usuario y nivel socioeconómico; e identificar los factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados, teniendo como nivel de investigación descriptivo, de diseño es no experimental de tipo transversal y usando un instrumento de recolección de datos entrevistas con una muestra de 376 y 327 usuarios de los CS y hospitales respectivamente, logrando los siguientes resultados: los usuarios de los establecimientos muestran características diferenciadas. La satisfacción del usuario fue 68,1% y 62,1% para los centros de salud y hospitales, respectivamente. Los usuarios de menor NSE presentaron mayor satisfacción. La edad, educación, distancia al establecimiento y el tiempo de espera presentan asociaciones con la satisfacción del usuario y determinando la conclusión, que existen factores sociodemográficos, económicos y de accesibilidad para la atención, que muestran relación con la satisfacción del usuario; tales factores se comportan de manera particular según el tipo de establecimiento de salud (centro de salud, hospital), debido fundamentalmente a que la población usuaria es distinta. Esto último relativiza la comparación del nivel de satisfacción y de sus factores asociados entre tales establecimientos.

Cabello & Chirinos, (2012) desarrollan el artículo cuyo título es Validación y aplicabilidad de encuestas SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud. El presente artículo tiene como objetivo general validar y evaluar la aplicabilidad de encuestas para medir la satisfacción de los usuarios en consulta

externa y emergencia de un hospital público, teniendo como nivel de investigación descriptivo, de diseño es no experimental de tipo transversal y usando un instrumento de recolección de datos una encuesta con una muestra de 383 usuarios de consulta externa y 384 de emergencia, logrando los siguientes resultados: el análisis factorial mostró que el 88,9 % de la varianza de las variables en CE y 92,5% en E, explicaban los 5 componentes o dimensiones de la calidad. La satisfacción global de los usuarios en CE fue 46,8% y 52,9 % en E. Las variables con mayor insatisfacción en CE fueron: difícil acceso a citas, demora para la atención en farmacia, caja, módulo SIS y el trato inadecuado; en emergencia: deficiente mejora o resolución del problema de salud, deficiente disponibilidad de medicinas y demora para la atención en farmacia, caja y admisión y determinando la conclusión, encuestas de CE y E, han demostrado propiedades psicométricas para ser considerados como instrumentos válidos, confiables y aplicables, para medir el nivel de satisfacción de los usuarios externos, identificar las principales causas de insatisfacción e implementar proyectos de mejora.

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales

Churampi, (2016) desarrolló la investigación cuyo título es Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la percepción de la calidad del servicio del sistema de administración académica en los estudiantes de la Facultad De Ingeniería de Sistemas de la UNCP 2016, Huancayo, Perú. La presente investigación tiene como objetivo general determinar el nivel de percepción de los estudiantes sobre la calidad de servicios del sistema de administración académica de la Facultad de Ingeniería de Sistemas de la UNCP, teniendo como nivel de investigación descriptivo, de diseño no experimental de tipo transversal y usando un instrumento de recolección de datos una encuesta con una muestra de 333 estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Sistemas de la UNCP matriculados al semestre 2016, logrando los siguientes resultados: los estudiantes de la Facultad de

Ingenieras de sistemas perciben que la calidad de las 5 dimensiones evaluadas tales como la confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y los bienes tangibles es eficiente, por otro lado la aplicación práctica del modelo SERVQUAL permitió identificar ventajas y desventajas, en ventajas dicho modelo permite comparar datos al implementar mejoras en el servicio y permite obtener un mapa de la situación actual de la empresa respecto a la satisfacción que los servicios generan y por ultimo determinando la conclusión, que el nivel de percepción de los estudiantes sobre la calidad de servicios del sistema de administración académica de la Facultad de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Nacional del Centro del Perú, es eficiente.

Miranda, (2017) realizó la investigación cuyo título es Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017. La presente investigación tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, Tienda 500 Huancayo; 2016 - 2017, teniendo como nivel de investigación correlacional, de diseño no experimental de tipo transversal y usando un instrumento de recolección de datos una encuesta con una muestra de 384 clientes, logrando los siguientes resultados: existe correlación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú tienda 500 Huancayo; 2016 – 2017, dicha afirmación se sustenta en que el coeficiente gamma es 0.924 y determinando la conclusión, que la calidad de servicio está asociada con la percepción y la comparación de dicha percepción con sus expectativas del servicio en particular, si es frecuente el no cumplimiento de sus expectativas el cliente percibirá que el servicio es de mala calidad por lo que estará insatisfecho.

Ballón, (2016) realizó la investigación cuyo título es Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de

Abancay. La presente investigación tiene como objetivo general analizar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay, teniendo como nivel de investigación explicativo, de diseño no experimental de tipo transversal y usando un instrumento de recolección de datos una encuesta con una muestra de 431 turistas, logrando los siguientes resultados: mediante el análisis de regresión múltiple se afirmó la hipótesis 1, los elementos tangibles influyen en la satisfacción del cliente al igual que la hipótesis 2, la capacidad de respuesta influye en la satisfacción del cliente y del mismo modo se afirmó la hipótesis 3, la empatía influye en la satisfacción del cliente todo ello debido a que el nivel de significancia fue menor a 5% y determinando la conclusión, que la variable que tiene mayor influencia en la satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay es la empatía, en segundo lugar la variable con mayor influencia es la capacidad de respuesta y finalmente los elementos tangibles.

Valencia, (2015) realizó la investigación cuyo título es Aplicación del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY. La presente investigación tiene como objetivo general elaborar un modelo de gestión SERVQUAL para facilitar la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de los establecimientos públicos en la empresa SYRY, teniendo como nivel de investigación descriptivo, de diseño no experimental y usando como instrumentos de recolección de datos encuestas y entrevistas con una muestra de 355 encuestas entre padres de familia y docentes, 14 encuestas a los trabajadores y 8 entrevistas a los directivos, logrando los siguientes resultados: no cuentan con un plan estratégico, no existe un manual de calidad ni de operaciones, no hay supervisión continua respecto a las actividades operativas y por último no hay capacitaciones al personal y determinando la conclusión, se identificó que los conserjes de

la empresa SYRY no tienen buen trato, no son amables, ocasionalmente se presentan discusiones con los maestros y padres de familia, su impuntualidad genera deficiencias en la limpieza de diversas áreas y por último no cumplen con la política del correcto uso del uniforme.

Castillo, (2016) realizó la investigación cuyo título es Diagnóstico de la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario, año 2015. La presente investigación tiene como objetivo general determinar la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario Ltda N° 222 - Cajabamba, teniendo como nivel de investigación descriptivo, de diseño no experimental de tipo transversal y usando instrumentos de recolección de datos encuesta por entrevista, cuestionario y observación de hecho con una muestra de 368 usuarios externos, logrando los siguientes resultados: la dimensión donde se presenta mayor brecha entre las expectativas y percepciones de los usuarios externos es capacidad de respuesta, referido al personal capacitado para responder las preguntas y la cooperación del personal con los usuarios. La dimensión donde se presenta menor brecha entre las expectativas y percepciones de los usuarios externos es elementos tangibles, referido a la limpieza óptima en las instalaciones y el aspecto agradable del personal y determinando la conclusión, se determinó que la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la cooperativa es la fiabilidad, el indicador con menor satisfacción es el tiempo de espera es satisfactorio en la atención, por otro lado el de mayor grado es la información de la publicidad es veraz.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Servicio

Según Vargas & Aldana, (2014). El servicio se define como un conjunto de esfuerzos humanos diseñados por el hombre y para el hombre, que se traducen en actividades armonizadas y esbozadas para incrementar la satisfacción de necesidades, deseos y expectativas de quien lo requiera. Esto debe hacerse con disposición de entrega generosa a los demás y de esta forma promover y crear valor nuevo en un marco axiológico tal que derive desarrollo mutuo, culturas transformacionales y cambios duraderos. (p. 156)

Según Camisón, Cruz, & González, (2006). El estándar ISO 9000:2000, el producto (bienes o servicios) se define como <resultado de un proceso>. Sustituyendo en la primera definición el vocablo proceso por su significado en la norma, el producto se definirá, pues, como <el resultado de un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman entradas en salidas. Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible. (p.164)

Asimismo, los servicios se definen como hechos, actividades o desempeños. La principal diferencia entre los bienes y los servicios es la propiedad de intangibilidad. (Hoffman & Bateson, 2012, p. 4).

2.2.2. Características del servicio

Según Vargas & Aldana, (2014). Dentro de la conceptualización del texto, son las características del servicio, entendidas como un rango distintivo medible que permite determinar los atributos peculiares de una persona o cosa. Ellas son:

- La propiedad: los clientes ni adquieren la propiedad sino el uso o disponibilidad del servicio.

- El contacto directo: a medida que el contacto aumenta, hay más compromiso con la zona servicio.
 - Participación del cliente: en el servicio, la producción y el consumo son inseparables, de tal modo que el usuario forma parte de aquella y de la prestación. La participación se realiza a través de algunas funciones: especificaciones del servicio, coproducción, mantenimiento de ethos, comercialización de servicio y la intangibilidad.
 - La inseparabilidad del proceso: el servicio se elabora, se comercializa y se consume en el mismo momento.
 - Heterogeneidad: no hay dos consumidores iguales ni dos proveedores iguales.
 - Caducidad: como consecuencia de la intangibilidad y de la simultaneidad de la producción-consumo, los servicios son mercedores.
 - Fiabilidad humana: es el complemento del error humano.
 - Control de calidad: esta característica orienta a la organización en la evaluación periódica de la capacidad de los procesos para dar satisfacción a los requerimientos y especificaciones planteados por los usuarios.
 - Desarrollo y perfeccionamiento del sistema: un cliente exigente, seguro y muy bien documentado ofrece la oportunidad de realizar un trabajo de mejor nivel.
- (p. 162)

Según Camisón, Cruz, & González, (2006) Las características del servicio que destacan son:

- La intangibilidad: es posiblemente la única característica en común de todos los servicios y la que supone mayor riesgo percibido para los consumidores.
- La heterogeneidad: hace referencia a la alta variabilidad potencial que existe en el desempeño de los servicios (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985. p 34)

- La inseparabilidad: indica que en los servicios la producción y el consumo se realizan simultáneamente; por lo tanto, son indiciados.
- El carácter perecedero: expresa que los servicios deben consumirse cuando son producidos ya que no son inventariables (Gronroos, 1978). (p. 894)

Según Hoffman & Bateson, (2012) La mayoría de las diferencias que existen entre los bienes y los servicios se atribuye a cuatro características únicas: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad, y naturaleza perecedera de los servicios. Se dice que los servicios son intangibles debido a que son desempeños del proveedor, en lugar de los objetos. Los servicios no se pueden tocar ni ver en la misma forma que los bienes. Más bien se experimentan, y los juicios de los consumidores acerca de ellos tienden a ser más subjetivos que objetivos. Por otra parte, la inseparabilidad de la producción y el consumo se refiere al hecho que, mientras que los bienes se producen, después se venden y finalmente se consumen, los servicios primero se venden y después se producen, pero son consumidos por el cliente de manera simultánea. La heterogeneidad de los servicios se refiere al potencial para que el desempeño varíe significativamente de una operación de servicio a la siguiente. Las personas producen el servicio, por consiguiente, la variabilidad es inherente al proceso de producción. Esta falta de consistencia no se puede eliminar como con frecuencia se hace de los bienes. Por último, la naturaleza perecedera de los servicios significa que estos no se pueden guardar, la capacidad no utilizada en los servicios no se puede reservar, y los servicios en sí mismos no se pueden inventariar. En consecuencia, la naturaleza perecedera conduce a formidables desafíos relacionados con el equilibrio de la oferta y la demanda. (p. 55)

2.2.3. Proceso y experiencia de compra

Según Vargas & Aldana, (2014) Albrecht identifico tres características importantes que se han convertido en factores clave para las organizaciones y se representan en los

vértices del triángulo. A su vez, cada una de ellas se dirige al cliente, quien es el centro de la misión institucional. El triángulo externo se encuentra constituido por:

- La estrategia del servicio: es el resultado del pensamiento empresarial y toma en cuenta tres elementos: la investigación de mercadeo, la misión del negocio y los valores, principios y objetivos, los cuales se encuentran en los grandes propósitos organizacionales.
- Conducción de recursos humanos: se puede considerar como personal de contacto permanente a aquellos integrantes de la empresa cuya función consiste en atender público o clientes.
- Sistemas y recursos: toda la organización, desde la alta dirección hasta los empleados de base, debe desempeñarse conforme a los diferentes sistemas, procesos y actividades establecidos en los cuales se apoya el empleado. (p. 164)

Según Hoffman & Bateson, (2012) Un modelo particularmente simple, pero poderoso que ilustra los factores que influyen en la experiencia de servicio es el modelo de la servucción:

- Serviespacio: Uso de evidencia física para diseñar los entornos de servicio.
- Personal de contacto/proveedores de servicio: personal de contacto; empleados, distintos del principal proveedor de servicios, que interactúan brevemente con el cliente y proveedores de servicio; principales proveedores de servicio como un mesero o mesera, un dentista, un medio, o un profesor universitario,
- Otros clientes: clientes que comparten la experiencia de servicio del cliente principal.
- Organizaciones y sistemas invisibles: parte de una empresa que refleja las reglas, regulaciones y procesos e los cuales se basa la organización. (p. 8)

2.2.4. Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio prestado con calidad. Depende de la respuesta que se le dé a sus necesidades y expectativas. (Vargas & Aldana, 2014, p. 216)

La satisfacción del cliente se percibe cuando la calidad realizada está a la altura de la calidad esperada, respondiendo el producto a sus necesidades del cliente. (Camisón, Cruz, & González, 2006, p. 923)

La satisfacción de los clientes depende del desempeño que se perciba en un producto en cuanto a la entrega de valor en relación con las expectativas del comprador. (Kotler & Armstrong, 2003, p. 10)

2.2.5. Calidad del servicio

Según Vargas & Aldana, (2014) La calidad en el servicio es el dinamismo permanente para la búsqueda de la excelencia en las actividades e interrelaciones que se generan en el proceso de construcción respecto a la satisfacción de necesidades y expectativas de quien busca el servicio. (p. 331).

Según Camisón, Cruz, & González, (2006) La calidad de servicio viene dada por la proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido. La calidad de servicio mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por el tras forjarse una impresión del servicio recibido. (p. 193),

La calidad en el servicio es una actitud formada por medio de la evaluación a corto plazo de un desempeño. (Hoffman & Bateson, 2012, p. 319).

2.2.6. Calidad

Según Vargas & Aldana, (2014) La calidad se puede considerar como la búsqueda continua de la perfección, proceso que tiene como centro al hombre y a partir del cual se

construyen productos o servicios que le llevaran a satisfacer deseos, expectativas y necesidades dentro de un marco razonable. (p. 178)

Según Camisón, Cruz, & González, (2006) La calidad de un producto no se define como un concepto absoluto sino relativo, que viene determinado por la diferencia que existe entre las necesidades y las expectativas que el consumidor tiene (calidad deseada o esperada) y el nivel al cual la empresa consigue satisfacerlas (calidad realizada). Cuanto más próximo este el servicio que la empresa ofrece a lo que el cliente inicialmente esperaba, la empresa tendrá más calidad. (p. 169)

Según Alcalde, (2010) De acuerdo con la norma UNE-EN ISO 900, el termino calidad debe entenderse como el grado en el que un conjunto de características (rasgos diferenciadores) cumple con ciertos requisitos (necesidades o expectativas establecidas). Los requisitos deben satisfacer las expectativas del cliente. (p. 7)

2.2.7. Método *Service Performance* [SERVPERF]

Según Vargas & Aldana, (2014) La herramienta SERVPERF fue creada por Cronin y Taylor en 1992. Su objetivo es medir la percepción de los clientes, la misma se encuentra conformada por 22 elementos asociados con la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, que sirven de indicadores de las diferentes dimensiones que consideran los clientes. Estos indicadores se evaluarán con la escala Likert de 7 puntos desde 1 (totalmente en desacuerdo) y 7 (totalmente de acuerdo). La herramienta en el modelo analiza las expectativas y las percepciones a la luz de la tangibilización del servicio y de los momentos de la verdad. (p. 205)

Según Camisón, Cruz, & González, (2006) Como alternativa al modelo SERVQUAL, Cronin y Taylor (1992) desarrollan una escala para medir la calidad percibida únicamente en las percepciones del cliente sobre el servicio prestado. El modelo emplea las 22 afirmaciones referentes a las percepciones sobre el desempeño extraídas

directamente del modelo SERVQUAL. Reduce por lo tanto a la mitad las mediciones con respecto al SERVQUAL y lo convierte en un instrumento mucho más manejable y menos costoso de utilizar. (p. 923)

Según Duque, (2005) Cronin y Taylor (1992), establecieron una escala más concisa que SERVQUAL y la llamaron SERVPERF. Esta nueva escala está basada exclusivamente en la valoración de las percepciones, con una evaluación similar a la escala SERVQUAL, la cual tiene en cuenta tanto las expectativas como las percepciones. (p. 12)

2.2.8. Dimensiones de la calidad del servicio

Según Vargas & Aldana, (2014). Las siguientes dimensiones del servicio son:

- Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, materiales, personal y materiales para comunicaciones
- Confiabilidad: capacidad para brindar el servicio prometido de forma precisa y digna.
- Capacidad de respuesta: buena disposición para ayudar a clientes y proporcionarles un servicio expedito.
- Seguridad: conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza.
- Empatía: cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes. (p. 203)

Según Camisón, Cruz, & González, (2006). Estudios posteriores de estos autores (Parasuraman, Zeithaml y Berry) permitieron reducir estas diez dimensiones y, actualmente, se consideran cinco las dimensiones de la calidad de servicio: (1) los elementos tangibles que acompañan y apoyan el servicio; (2) la fiabilidad o habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidados; (3) la capacidad de respuesta o disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido; (4) la

seguridad o conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza; y (5) la empatía o atención individualizada que se ofrece a cada cliente. (p. 901)

Según Hoffman & Bateson, (2012). Las dimensiones de la calidad del servicio son las siguientes:

- Dimensión de tangibles: el componente de tangibles en SERVQUAL es bidimensional: una dimensión se centra en equipos e instalaciones, y la otra en el personal y los materiales de comunicación
- Dimensión de confiabilidad: refleja la congruencia y confiabilidad del desempeño de una empresa.
- Dimensión de capacidad de respuesta: se refiere a la voluntad y/o disposición de los empleados a proporcionar un servicio.
- Dimensión de garantía: se refiere a la competencia de la empresa, la amabilidad que ofrece a sus clientes y la seguridad de sus operaciones. La competencia se refiere a los conocimientos y habilidades de la empresa en el desempeño de sus servicios. Cortesía se refiere a como el personal interactúa con el cliente y las posesiones del mismo. La seguridad refleja el sentimiento de un cliente de no estar en seguro, riesgo o duda.
- Dimensión de empatía: evaluación de SERVQUAL de la capacidad de una empresa para colocarse en el lugar de sus clientes. (p. 328)

2.2.9. Cliente

Según Vargas & Aldana, (2014) El cliente es el núcleo de la gestión. Se define como todo ser humano que espera que la organización o las personas que la componen den solución o respuesta a algún tipo de necesidad o inquietud y que busca un producto o servicio que se ajuste a sus deseos y expectativas. (p. 168)

El cliente es el que depende de nosotros para poder cubrir una necesidad no satisfecha. (Barquero, Rodríguez, Barquero, & Huertas, 2007, p.1)

Según Schnarch, (2011) Philip Kotler dice acerca de los clientes: si no prestan atención a sus clientes, alguna otra empresa lo hará; las empresas deben considerar a sus clientes como un activo que debe ser gestionado como cualquier otro activo de la empresa; y los productos van y vienen. El reto de las empresas se centra en que sus clientes duren más que sus productos. Tienen que considerar más los conceptos ciclo de vida del mercado y ciclo de vida del cliente en lugar del concepto ciclo de vida del producto. (p. 201)

2.2.10. Percepción:

Según Zeithaml & Bitner, (2002) la percepción del cliente es como perciben los clientes el servicio, como valoran cuando han experimentado un servicio de calidad o si están satisfechos. Los clientes perciben los servicios en términos de su calidad y del grado en que se sienten satisfechos con sus experiencias en general. (p. 92).

La percepción es el proceso cognitivo a través del cual el cliente capta del entorno las características y atributos considerados valiosos y reales durante el proceso de entrega del servicio. (Vargas & Aldana, 2014, p. 216).

Según Vargas L. , (1994) La percepción es el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización. (p. 48)

2.3. Definición de términos básicos

Servicio. Según Vargas & Aldana, (2014) El servicio se define como un conjunto de esfuerzos humanos diseñados por el hombre y para el hombre, que se traducen en actividades armonizadas y esbozadas para incrementar la satisfacción de necesidades, deseos y expectativas de quien lo requiera. Esto debe hacerse con disposición de entrega generosa a los demás y de esta forma promover y crear valor nuevo en un marco axiológico tal que derive desarrollo mutuo, culturas transformacionales y cambios duraderos.

Características del servicio Según Vargas & Aldana, (2014) Dentro de la conceptualización del texto, son las características del servicio, entendidas como un rango distintivo medible que permite determinar los atributos peculiares de una persona o cosa. Ellas son: La propiedad: los clientes ni adquieren la propiedad sino el uso o disponibilidad del servicio.

Calidad del servicio. Según Vargas & Aldana, (2014) La calidad en el servicio es el dinamismo permanente para la búsqueda de la excelencia en las actividades e interrelaciones que se generan en el proceso de construcción respecto a la satisfacción de necesidades y expectativas de quien busca el servicio.

Método *Service Performance* [SERVPERF]. Según Vargas & Aldana, (2014) La herramienta SERVPERF fue creada por Cronin y Taylor en 1992. Su objetivo es medir las percepciones de las clientes formadas por 22 elementos asociados con la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, que sirven de indicadores de las diferentes dimensiones que consideran los clientes. Estos indicadores se evaluarán con la escala Likert de 7 puntos desde 1 (totalmente en desacuerdo) y 7 (totalmente de acuerdo). La herramienta en el modelo analiza las expectativas y las percepciones a la luz de la tangibilización del servicio y de los momentos de la verdad.

Dimensiones de la calidad del servicio Según Vargas & Aldana, (2014) Las siguientes dimensiones del servicio son: Elementos tangibles, Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.

Capítulo III: Metodología

3.1. Enfoque de la investigación

Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis. (p.5)

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que se desarrollara cada una de las nueve fases (omitiendo la quinta debido a que la presente investigación se encargara de describir la percepción de los pacientes independientemente si es positiva o negativa) de manera ordenada y estructurada iniciando con la delimitación de lo que se investigará así como la unidad donde se ejecutara dicha investigación para poder determinar las preguntas y objetivos y finalizando con la elaboración de los resultados y conclusiones que generaran nuevos conocimientos, todo ello a través de la recolección de datos a los pacientes del centro médico San Vicente mediante la herramienta SERVQUAL que mide el nivel de la calidad percibida considerando 5 dimensiones y utilizando un método estadístico para el análisis de dicha información, programa estadístico informático SPSS. Cabe señalar que los resultados encontrados en la muestra se generalizan en todos los pacientes que han adquirido el servicio

3.2. Tipo de investigación

Se llaman aplicadas porque con base en la investigación básica, pura o fundamental, en las ciencias fácticas o formales, que hemos visto, se formulan problemas e hipótesis de

trabajo para resolver los problemas de la vida productiva de la sociedad. (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014, p.93)

Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p.151).

La presente investigación es aplicada, ya que utilizaremos una herramienta ya establecida gracias a la investigación básica como es el SERVPERF con el cual buscaremos indagar las percepciones de los usuarios respecto a la calidad de servicio mediante 22 preguntas ya planteadas y puestas a prueba en otras instituciones privadas o públicas, empresas, etc., para luego construir conclusiones generales para que los interesados (gerente general, dueños, empleados, etc.) planteen estrategias que mejoren los ítems en las cuales las percepciones sean negativas. Dicha indagación será de corte transversal, ya que, se realizará en un momento dado el cual es, luego que los pacientes experimentaron el servicio.

3.3.Nivel de la investigación

Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se medirá (qué conceptos, variables, componentes, etc.) y sobre qué o quiénes se recolectarán los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos, etc.). (p.80)

El nivel de la presente investigación es descriptivo, ya que se describirá de manera objetiva la percepción que tienen los usuarios del centro médico San Vicente a través de 5 dimensiones las cuales son elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Este estudio pretende únicamente medir dichas variables y mediante sus resultados describir cada una de ellas, no se buscará establecer relaciones ni asociar dichas

variables y en lo que respecta a estudios previos, existen diversas investigaciones e información relacionadas a dicho tema.

3.4.Métodos de investigación

Según Sierra, (2007) El método de investigación científico consiste en formular cuestiones sobre la realidad del mundo y la humana, basándose en las observaciones de la realidad y en las teorías ya existentes, en anticipar soluciones a estos problemas y en contrastarlas con la misma realidad, mediante la observación de los hechos, su clasificación y su análisis. (p. 19)

La presente investigación utiliza el método científico, por las siguientes razones: 1) parte y culmina con un método teórico, parte de la utilización de una teoría previa la cual es la medición de la percepción respecto a la percepción de la calidad de un servicio y culmina con la generación de una nueva teoría respecto al tema ya mencionado que da lugar y servirá de base a nuevas investigaciones; 2) los problemas están formuladas en base a la realidad; 3) las conclusiones se darán a partir de la experiencia ya que observaremos, recolectaremos y analizaremos datos reales; 4) es crítico ya que cada fase fue sometida a la revisión constante y no se dio ninguna idea como definitivo todo lo contrario estuvo sujeta a modificaciones y cambios constantemente y por ultimo 5) el desarrollo de la investigación se ajustó a las reglas metodológicas.

3.5.Diseño de investigación

Investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p.149)

La presente investigación es no experimental ya que se recolecta información en un grupo de personas después de experimentar el servicio brindado por parte de los profesionales del centro médico es decir en su estado natural, sin alterar ninguna variable o manipular alguna

situación que pueda brindar un resultado diferente para luego analizarla y brindar resultados entorno a la percepción que tiene el usuario respecto a la calidad del servicio

3.6.Población y muestra

3.6.1.Población

De acuerdo con Fracica (1988), población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”. (Bernal, 2010, p.160).

La población para la presente investigación son los pacientes atendidos en las especialidades de medicina general, pediatría y ginecología del centro médico San Vicente, de acuerdo al registro de las fichas clínicas desde su apertura en el mes de abril hasta el cierre del mes de diciembre de 2018 han sido atendidos 587 personas, captando en el mes de abril 67 pacientes, en el mes de mayo 51, en el mes de junio 45, en el mes de julio 55, en el mes de agosto 49, en el mes de setiembre 48, en el mes de octubre 50, en el mes de noviembre 57 y por último en el mes de diciembre 65, teniendo como población a 587 pacientes que servirán de base para el cálculo de la muestra.

3.6.2.Muestra

Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra logren generalizarse o extrapolarse a la población. (p.173)

a) Unidad de análisis

“Qué o quiénes”, es decir, en los participantes, objetos, sucesos o comunidades de estudio (las unidades de análisis). (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p.172)

La unidad de análisis en la presente investigación serán los pacientes del centro médico San Vicente atendidos en las especialidades de medicina general, pediatría y ginecología entre el mes de abril y el cierre del mes de diciembre de 2018, de ambos sexos, con edades entre 13 a 90 años y sin discriminación alguna por características diferenciales, en el caso de los pacientes atendidos en pediatría cuyas edades oscilan de 0 a 12 años, los padres serán los responsables en evaluar el servicio brindado.

b) Tamaño de la muestra

En la investigación científica, el tamaño de la muestra debe estimarse siguiendo los criterios que ofrece la estadística, y por ello hay que conocer algunas técnicas o métodos de muestreo. (Bernal, 2010, p.190)

La presente investigación trabajara con una muestra finita ya que conocemos el número total de la población y contamos con un registro detallado de las características de cada uno de los pacientes atendidos en el área de medicina general del centro médico San Vicente, los datos registrados son nombres y apellidos, sexo, edad, número de DNI, teléfono celular y/o fijo, dirección de domicilio y por último diagnóstico. El tamaño de la muestra es de 65 pacientes.

c) Selección de la muestra

Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2006) Cuando no basta que cada grupo de los elementos muestrales tengan la misma posibilidad de ser escogidos, sino que además es necesarios estratificar la muestra en relación con los estratos o categorías que se presentan en la población, y que además son relevantes para los objetivos del estudio, se diseña una muestra probabilística estratificada. (p.248)

En la presente investigación, el método de muestreo será probabilístico estratificado, debido a que se cuenta con tres categorías o estratos las cuales son los

servicios que brinda el centro médico San Vicente, 1) medicina general, 2) ginecología y 3) pediatría, por lo que y como señala la teoría, cada paciente de cada categoría tendrá la posibilidad de ser elegido para responder cada una de las 22 preguntas planteadas en el cuestionario para luego procesarlas y describir cual es la percepción que tiene del servicio prestado.

Para obtener la muestra utilizamos el siguiente procedimiento matemático – estadístico:

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

Donde:

- n = tamaño necesario de la muestra de pacientes atendidos en el área de medicina general del centro médico San Vicente.
- N = total de pacientes atendidos en el área de medicina general, pediatría y obstetricia del centro médico San Vicente desde el mes de abril hasta el cierre del mes de diciembre del 2018, que en total son 587 pacientes.
- Z = margen de confiabilidad, en este caso utilizaremos el 95% de confianza, Z = 1.96
- p = el error máximo aceptable en el cual admitimos que la muestra no sea representativa es de 5%
- q = el porcentaje de la representatividad de la muestra es de 95%, ya que en el ítem anterior aceptamos el 5% de margen de error
- e = la precisión será del 5%

Haciendo cálculos, el tamaño de la muestra es de 65.01668 pacientes, debido a que estamos tratando con personas redondearemos dicho resultado al más próximo que son 65 pacientes.

$$n = \frac{1.96^2 * 487 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 (487 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 65.01668 = 65 \text{ usuarios}$$

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1. Técnicas

La técnica que se utilizara en la investigación es la encuesta a través de la modalidad del cuestionario.

3.7.2. Instrumentos

El instrumento de medición es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p.200)

a) Diseño

El instrumento utilizado en la presente investigación, se encuentra pre establecido gracias a Zeithaml, Parasuraman & Berry y modificado para su simplificación por Cronin y Taylor, está diseñado para captar información de las percepciones de un servicio a través de 22 preguntas cerradas con un escala de Likert de nivel 5 donde 1 significa que el paciente está en desacuerdo total con el enunciado y 5 que el paciente está de acuerdo completamente con el enunciado, el instrumento abarca 5 dimensiones y están agrupadas de la siguiente manera: 1) tangibilidad: Ítems de 1 al 4; 2) fiabilidad: Ítems del 5 al 9; 3) capacidad de respuesta: Ítems del 10 al 13; 4) Seguridad: Ítems del 14 al 17 y por ultimo 5) empatía: Ítems del 18 al 22. En la presente investigación cada pregunta fue adaptada al centro médico San

Vicente sin perder su esencia para recolectar información respecto a las percepciones de los pacientes respecto al nivel de calidad del servicio.

b) Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se sustenta gracias al resultado del Alfa de Cronbach que se obtuvo mediante el cálculo del índice de fiabilidad a través del software SPSS versión 22, el cual es 0,874, ubicándose en la categoría de confiabilidad muy alta. [Ver el apéndice G]

c) Validez

La validez del instrumento comprende, la validez del contenido y del constructo, por lo que dicha evaluación fue sometida al juicio de tres expertos que dieron visto bueno a los siguientes criterios: 1) los ítems del instrumento de recolección de datos reflejan el contenido temático, 2) los ítems están de acuerdo a las dimensiones e indicadores planteados en la operacionalización de variables, 3) los ítems del instrumento permiten recoger información de acuerdo a los objetivos planteados, 4) los ítems permiten demostrar las hipótesis, 5) el instrumento tiene estructura lógica, 6) los ítems tienen una buena redacción, 7) existe relación entre el ítem y la opción de respuesta y 8) los ítems son suficientes. El primer evaluador fue el Dr. Vicente Ramos Wagner especialista en investigación, el cual brindo como sugerencia: considerar el factor sexo, edad y tipo de especialidad en la que se atendió el paciente dentro del instrumento; el segundo evaluador fue el Mg. Santillán Zapata Nivardo especialista en administración, el cual no brindo sugerencia alguna; por último la Dra. Ríos Castaño Claudia especialista en ciencias fue la tercera evaluadora, la cual comento que el instrumento se adecua a los objetivos propuestos en el trabajo de investigación. [Ver el apéndice D, E y F]

Capítulo IV: Resultados

4.1.Descripción del trabajo de campo

El recojo de información se realizó durante el mes de febrero y marzo de 2019, ejecutándose mediante dos maneras debido gracias a la obtención de la base de datos completa de los pacientes atendidos en medicina general, ginecología o pediatría entre el mes de abril y diciembre de 2018 en el centro médico San Vicente, ello debido a que se presentó previamente una carta de presentación de la investigación dirigido al director médico solicitando brindar las facilidades y apoyo para la ejecución del presente trabajo de investigación. Se recogió información en las instalaciones del centro médico, a los pacientes que tenían una cita para su reevaluación ello quiere decir que ya habían experimentado el servicio previamente, por otro lado, se recogió información mediante llamadas telefónicas. A cada participante se le explico antes de contestar, cada una de las 22 preguntas planteadas, los objetivos de la investigación, la metodología de la encuesta y el anonimato que tendrán en la ya mencionada investigación

4.2.Presentación de resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos mediante la ejecución de la encuesta basada en el modelo SERVQUAL y adaptada para la presente investigación, para el procesamiento de datos se utilizó el programa estadístico informático SPSS v.22. y se elaboró tablas y figuras que muestran las frecuencias y porcentajes de cada una de las dimensiones mencionadas anteriormente para una explicación sencilla y un entendimiento holístico.

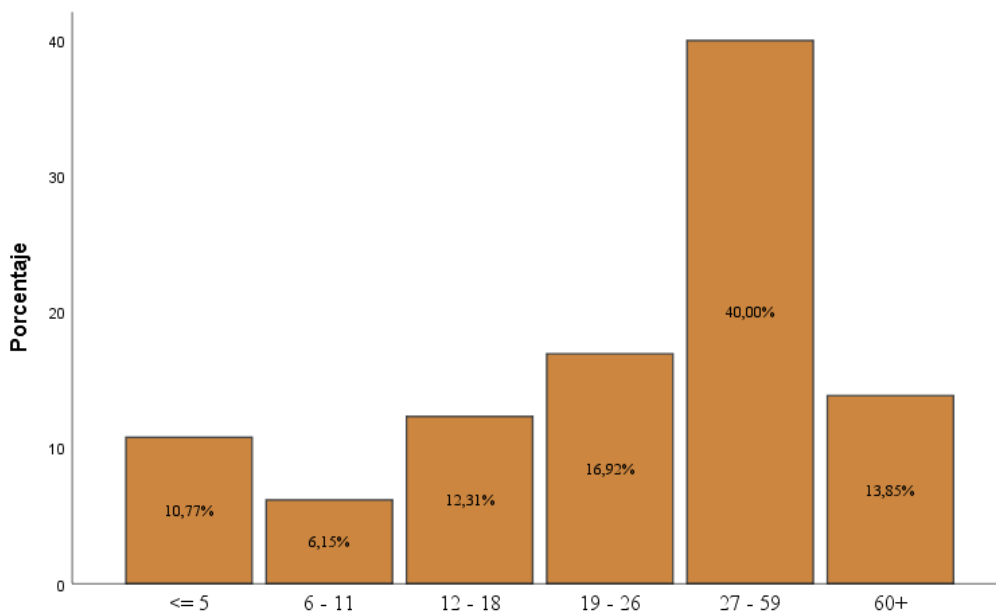


Figura 8 Edad de los pacientes atendidos en el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 8, el centro médico San Vicente tiene mayor acogida en las personas de 27 a 59 años de edad, encontrando mayor oportunidad de captación en ese grupo de clientes potenciales, por lo que sus estrategias comerciales, publicitarios y de alianzas con otras instituciones deben ser pensados mayormente en sus necesidades de dicho grupo que en su mayoría lo conforman las personas que se encuentran en la etapa de adultez; por otro lado se observa que el servicio de pediatría no está atendiendo en un porcentaje promedio aceptable a los niños cuyas edades están comprendidas entre los 6 y 11 años por lo que se debería realizar un estudio de mercado para identificar, analizar y determinar qué otros tipos de servicios se deben ofertar, cuáles son los precios más convenientes para ese sector, que tipo de publicidad es la más adecuada y que medio es el más eficiente para mantener informados de las promociones y servicios actuales y que servicios complementarios requieren; por último se observa una asistencia baja pero lineal en cuatro grupos de edades, por lo que se recomienda impulsar con mayor intensidad los servicios existentes para cada grupo con el objetivo de incrementar ventas.

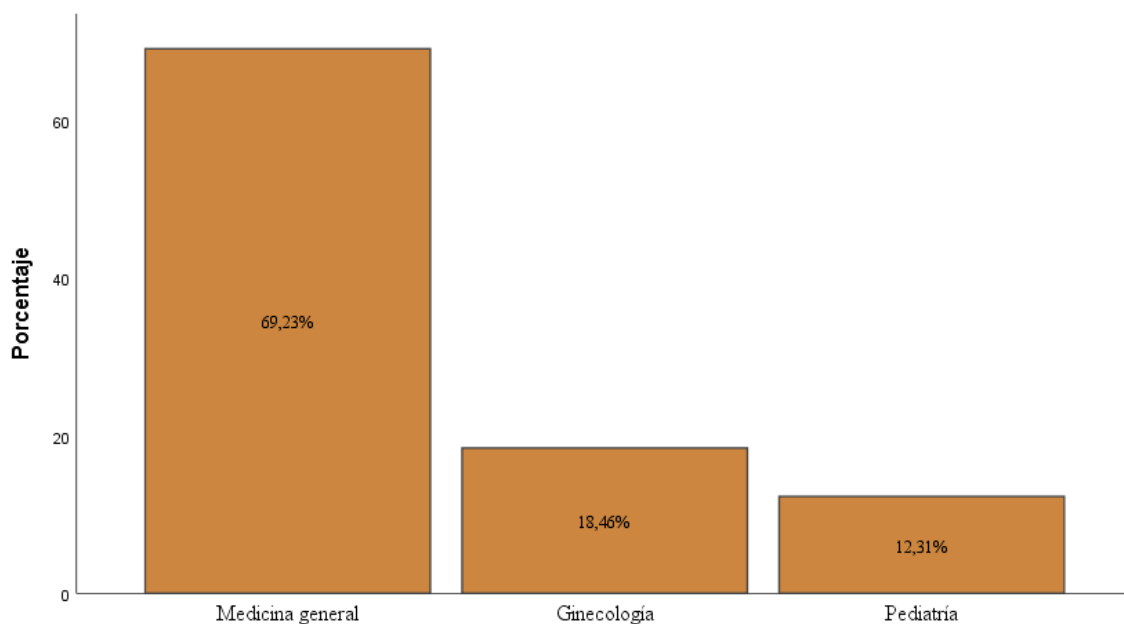


Figura 9 Especialidad en la cual se atendieron los pacientes del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 9, entre las tres especialidades que atiende el centro médico San Vicente, medicina general es la que cuenta con mayor demanda de servicios, por lo que tenemos la certeza que la acogida positiva se debe a la gama de servicios que ofrece dicha especialidad, ya sea preventiva, promocional, de diagnóstico, de tratamiento o de rehabilitación. A partir de este ítem comprendemos que las dimensiones: a) tangibilidad, b) confiabilidad, c) capacidad de respuesta, d) seguridad y e) empatía han sido evaluadas en su mayoría desde este servicio y que las percepciones positivas o negativas. Según la experiencia brindada por los médicos generales de San Vicente, debido a que la especialidad mencionada anteriormente es la más solicitada, se debe realizar una investigación específica de la calidad del servicio de medicina general para determinar cuáles son los factores que influyen en la satisfacción del paciente y establecer estrategias de mejora, de tal modo convertir el servicio en el caballo de batalla del centro médico y afianzar las relaciones con nuestros pacientes para ofrecer los servicios de ginecología, pediatría y otros servicios complementarios que brinda San Vicente. Por otro lado, observamos que el servicio de pediatría es poco solicitado por lo que su estrategia de contar con personal médico pediátrico al llamado es eficiente ya que no

ubre un sueldo fijo por determinadas horas, si no por las atenciones prestadas, de tal modo no genera egresos que en el transcurso del mes no podrán ser recuperadas en ventas por la poca asistencia.

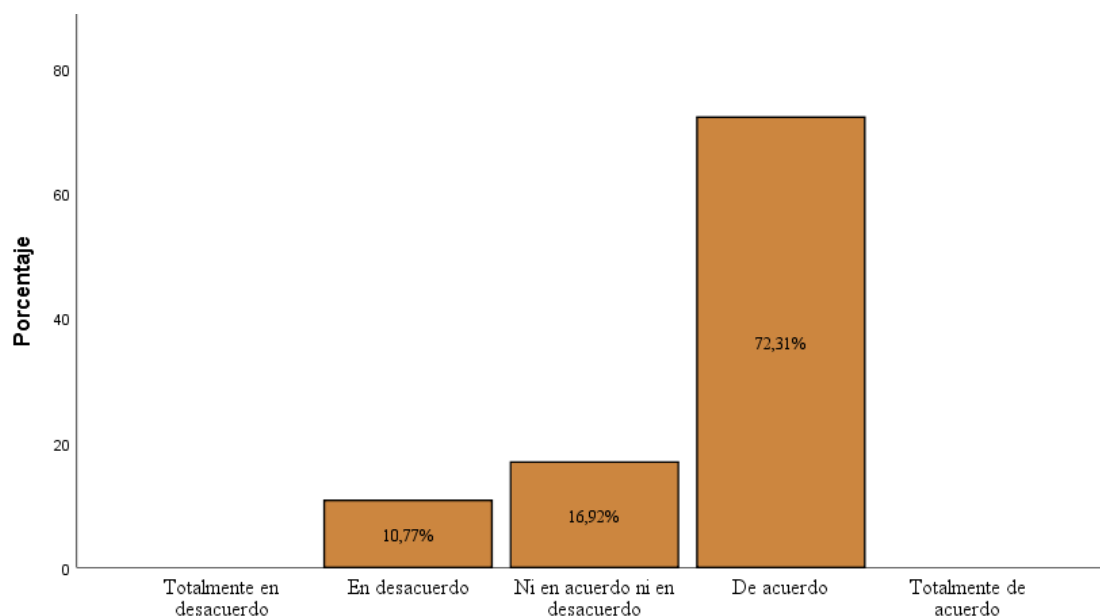


Figura 10 Equipos disponibles y materiales necesarios para la atención en el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 10, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión tangibilidad, existe un gran porcentaje de pacientes que están de acuerdo que el centro médico San Vicente conto con equipos disponibles y materiales necesarios para su atención, ello les brinda una gran ventaja ya que los pacientes concebirán a San Vicente como un centro médico que dispone de reservas adecuadas de medicamentos, suministros y materiales para la atención de cualquier emergencia o urgencia y consideraran sin duda alguna acudir a la empresa para su oportuna atención, por otro lado existe un porcentaje mínimo de pacientes que está en desacuerdo con el anterior ítem, por lo que están insatisfecho con la calidad de atención y a partir de la experiencia conciben a San Vicente como un centro médico que no cuenta con equipamiento básico y optaran por atenderse en otros centros médicos, clínicas o hospitales.

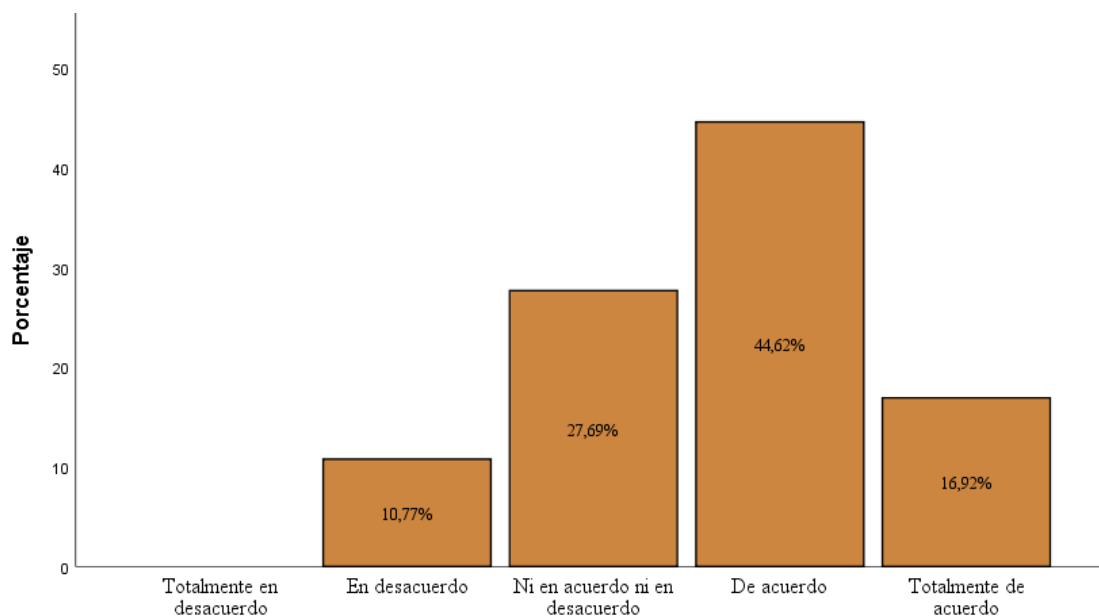


Figura 11 Funcionalidad de los carteles, letreros y/o flechas ubicados en las instalaciones del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 11, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión tangibilidad, más de la mitad de pacientes encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo que las señaléticas (carteles, letreros y/o flechas) del centro médico San Vicente, ubicadas en las instalaciones externas e internas, fueron funcionales al momento de su orientación, resaltando la importancia de este ítem ya que contribuye en cierta medida a mejorar la calidad de atención, mediante el control de espacios, mensajes claros e información oportuna para que tanto el personal médico y administrativo así como los pacientes y usuarios en general se encuentren en todo momento guiados, orientados e informados, por otro lado se observa un porcentaje considerable de pacientes que fueron neutrales en cuanto a su respuesta, optando por marcar la opción ni en acuerdo ni en desacuerdo, por último existe un porcentaje menor que está en desacuerdo con que las señaléticas cumplieron su objetivo de orientarlos, por lo que no percibieron como ordenado al centro médico.

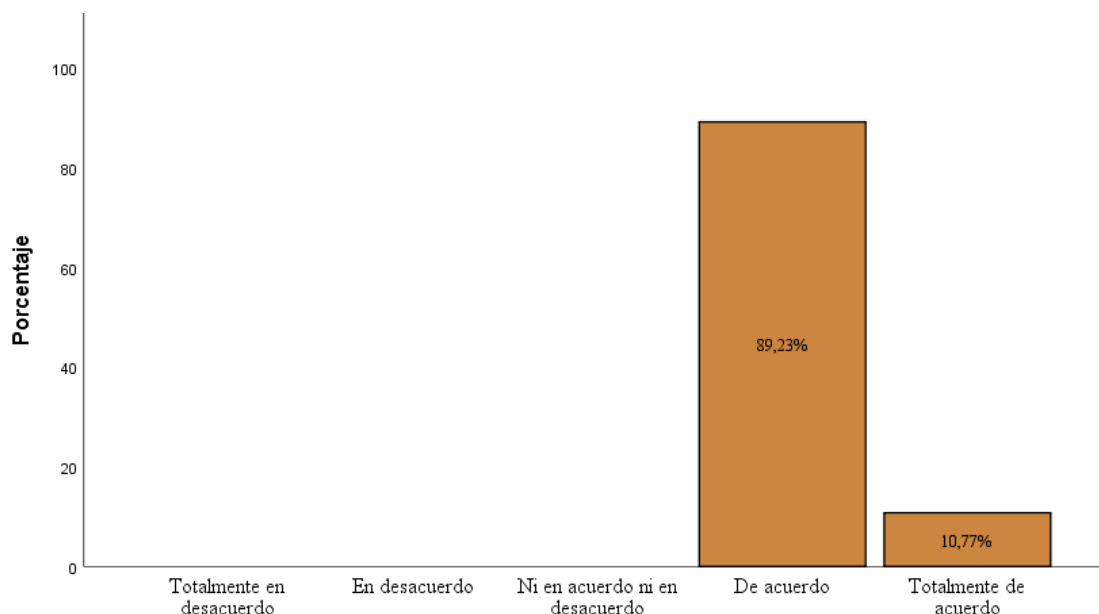


Figura 12 Personal capacitado para mantener informado y orientado a los pacientes del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 12, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión tangibilidad, un porcentaje importante y mayoritario de pacientes está de acuerdo en que el centro médico San Vicente conto con personal capacitado que lo mantuvo informado y orientado a todo momento mientras duro su estancia, en la misma línea positiva el porcentaje restante está totalmente de acuerdo, ello quiere decir que la totalidad de los pacientes se encuentran satisfechos con la atención recibida en admisión, se puede pensar que la calidad de atención se encuentra en mayor grado en la atención brindada por el personal médico al resolver su problema de salud, no obstante la atención al público ha obtenido mayor importancia en el sector salud ya que los potenciales pacientes acuden a estos establecimientos en situaciones delicadas que los convierte en personas emocionalmente vulnerables por lo que la calidez, la orientación e información oportuna y rápida son factores que influyen mucho al momento de la evaluación de la calidad.

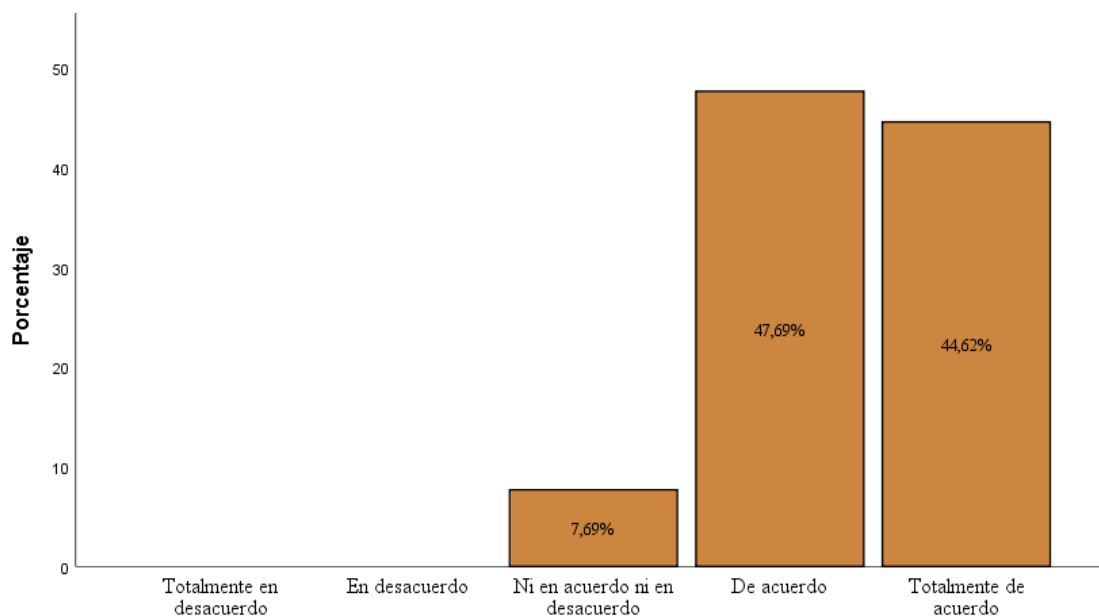


Figura 13 Comodidad e higiene de los consultorios y la sala de espera del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 13, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión tangibilidad, existen dos grandes grupos el cual están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que los consultorios y la sala de espera del centro médico San Vicente se encontraron limpios y fueron cómodos, el presente ítem cobra mayor importancia en este sector ya que la limpieza refleja la desinfección de cada ambiente y otorga a los pacientes la seguridad de no contagio de otras enfermedades y la generación de ambientes cómodos, acogedores es importante para la satisfacción del cliente al momento de la espera para su atención o la atención de sus familiares. Por último, se observa un pequeño grupo de pacientes que no califico dichos detalles marcando la tercera alternativa, ni en acuerdo ni en desacuerdo.

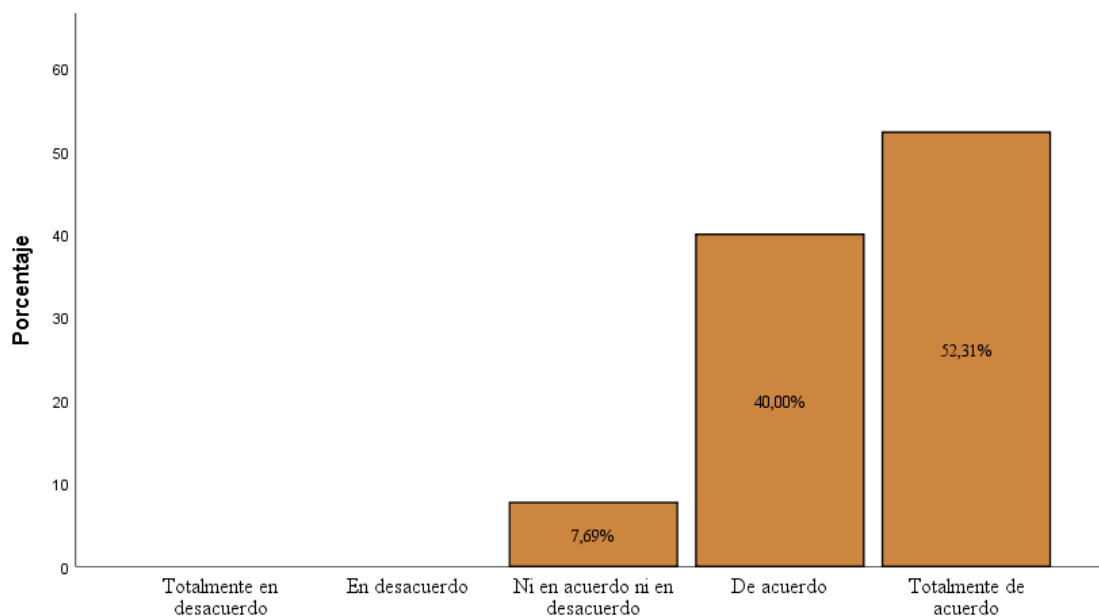


Figura 14 Orientación y explicación sobre los pasos o trámites para la atención en las diversas especialidades que ofrece el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 14, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión confiabilidad, gran porcentaje de los pacientes encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el personal de admisión los oriento y explico de manera clara y adecuada los pasos o trámites para la atención en la especialidad solicitada por cada uno de ellos, este resultado refuerza el ítem de la figura , asegurando que la persona encargada de admisión del centro médico San Vicente establece una comunicación efectiva con los pacientes brindando una atención de calidad, contribuyendo al mejor desarrollo del proceso asistencial médico de la especialidad solicitada y garantizando que el paciente cumplan con los trámites necesarios para que la atención sea oportuna y rápida, por último se observa un porcentaje mínimo de pacientes que no están ni en acuerdo ni en desacuerdo, debido mayormente al mal estado de salud de su familiar o de el mismo.

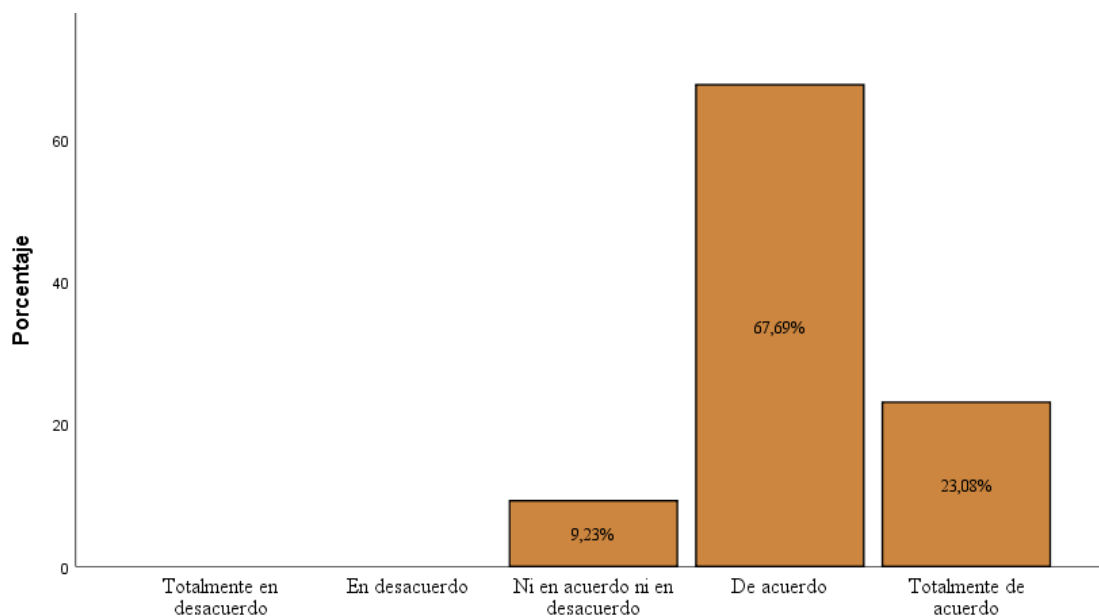


Figura 15 Facilidad al encontrar y obtener cita en el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 15, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión confiabilidad, existe un gran porcentaje de pacientes del centro médico San Vicente que está de acuerdo en que encontraron y obtuvieron fácilmente cita, ello debido a la flexibilidad que tiene el paciente de agendar una cita las 24 horas, mediante llamadas telefónicas al número fijo, mensajes de texto al celular, WhatsApp o mediante *inbox* a la página oficial de San Vicente, otro motivo del porque este gran porcentaje es la poca afluencia que ha tenido el centro médico en los primeros meses de apertura permitiendo agendar y programar de manera eficiente las citas de cada paciente, por otro lado existe un grupo de pacientes que está totalmente de acuerdo con el presente ítem obteniendo una experiencia satisfactoria, por ultimo existe un porcentaje menor que establece una respuesta neutral ante la presente pregunta, marcando ni en acuerdo ni en desacuerdo, debido a que fueron atendidos directamente.

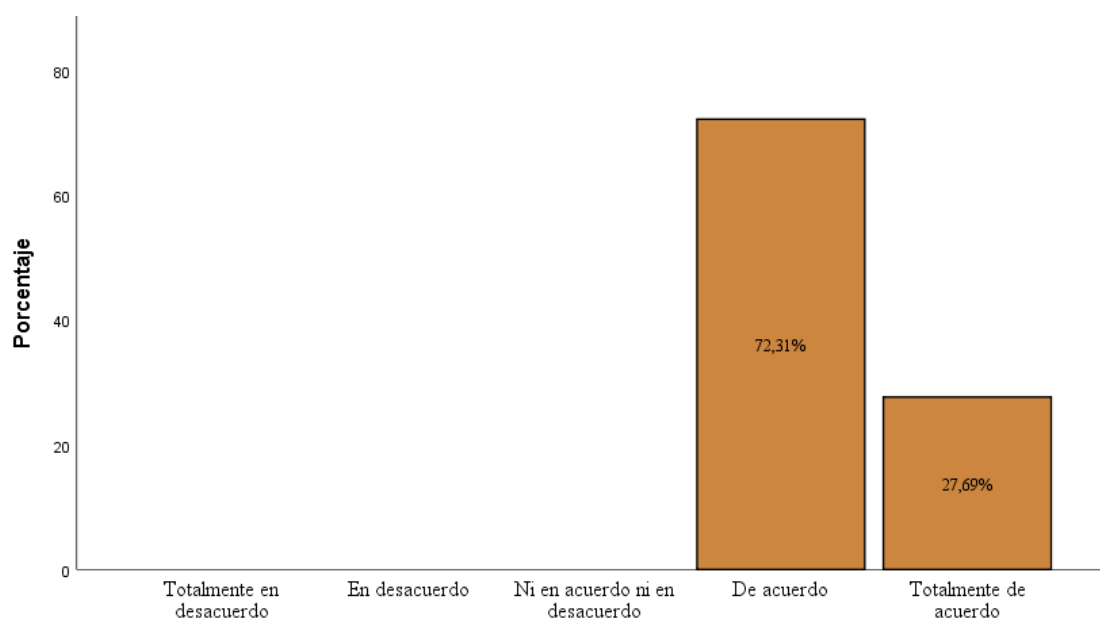


Figura 16 Información sobre el día y/o la hora exacta de la consulta en el área solicitada del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 16, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión confiabilidad, la totalidad de los pacientes encuestados están satisfechos con la gestión de citas del centro médico San Vicente ya que manifiestan que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que fueron informados del día y la hora exacta de su consulta en la especialidad solicitada, por lo que se encuentran satisfechos en el presente ítem. La programación efectiva se debe a una buena comunicación entre los médicos y a que San Vicente cuenta con dos o más médicos generales y especialistas que logran adecuarse a los horarios de los pacientes logrando planificar la cita.

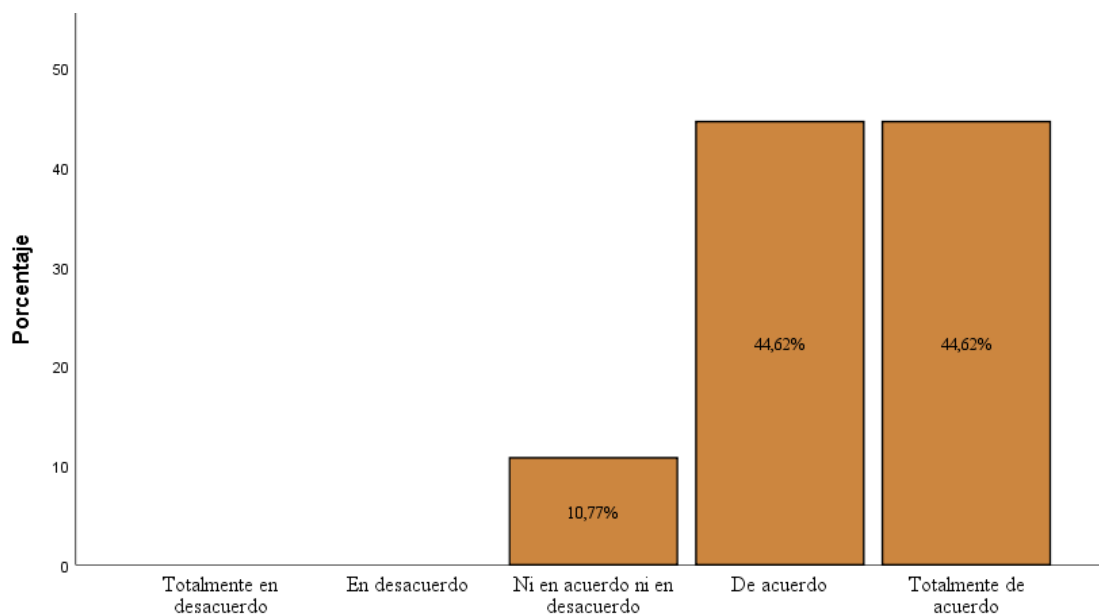


Figura 17 Disponibilidad o apertura de la historia clínica para la atención en el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 17, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión confiabilidad, existen dos grupos con porcentajes altos e iguales que determinan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en que su historia clínica estuvo disponible o fue aperturada de manera rápida para su atención, este es un punto importante en cuanto a la efectividad del centro médico ya que la historia clínica es un elemento fundamental e importante de la comunicación paciente – medico, por lo que implementarla de manera eficiente, confiable y rápida permite mejorar la calidad en la atención médica y la seguridad del paciente. Los resultados determinan que San Vicente está realizando una gran labor en cuanto a la gestión de estos documentos, por otro lado, se observa un porcentaje mínimo pero considerable que no considero dicho aspecto por lo que se mostraron neutral en su respuesta.

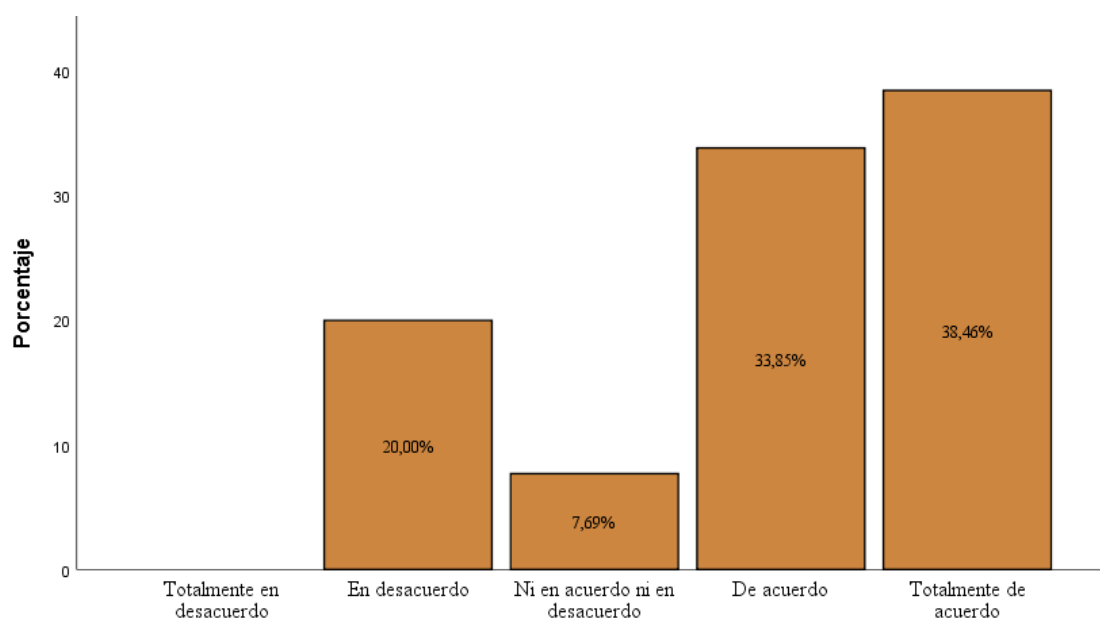


Figura 18 Atención en el horario programado por parte del médico del área asistida del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 18, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión confiabilidad, hay un grupo relativamente alto a comparación de los demás que se muestran totalmente de acuerdo en que el médico de la especialidad solicitada lo atendió en el horario programado, mostrando interés y respeto por el tiempo y la condición de salud del paciente, el presente ítem muestra la importancia, que el centro médico San Vicente brinda a sus pacientes actuales y a los potenciales por lo que el sistema de trabajo debe ser riguroso para mejorar cada vez más la experiencia del servicio, si bien es cierto hay otro grupo relativamente alto que está de acuerdo con el cumplimiento de la programación de su cita hay un tercero con un porcentaje considerable que está en desacuerdo con dicho ítem, convirtiéndose en una debilidad, por último hay un pequeño porcentaje que evaluó neutralmente dicha afirmación con la alternativa, ni en acuerdo ni en desacuerdo.

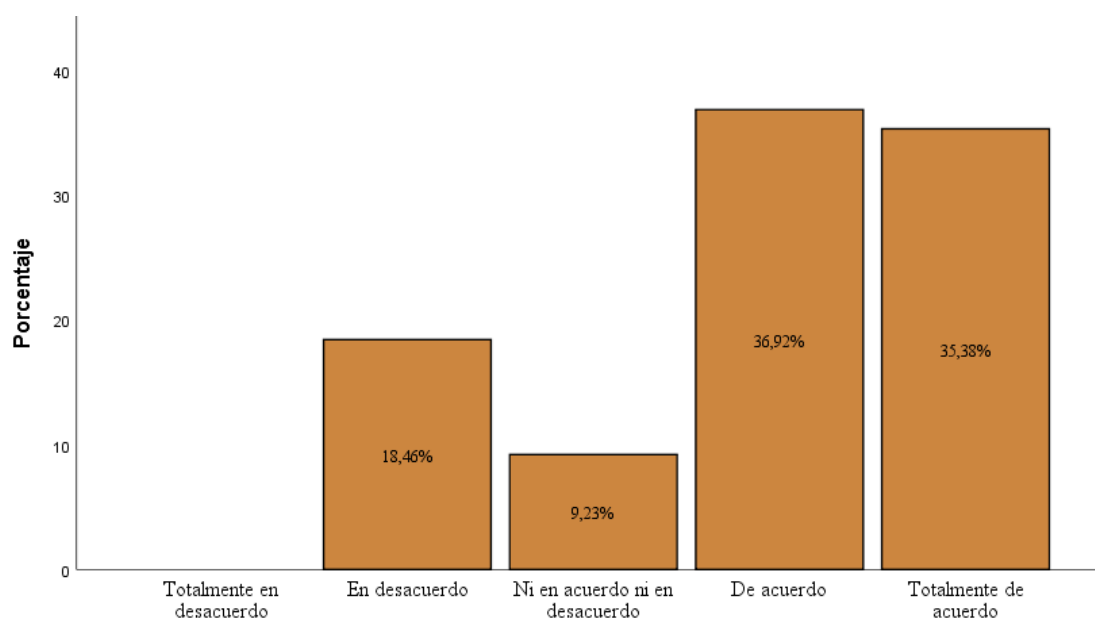


Figura 19 Atención acorde la programación y el orden de llegada a la consulta en el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 19, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión capacidad de respuesta, existe un porcentaje con mayor incidencia que refiere estar de acuerdo con que la consulta se llevó a cabo respetando la programación y el orden de llegada, en la misma línea con una diferencia mínima hay un grupo que está totalmente de acuerdo con dicho ítem, encontrándose satisfechos con los procesos que ejecuta el centro médico San Vicente para llevar a cabo la atención en las diversas especialidades, por otro lado, corroborando el ítem anterior se observa un porcentaje considerable de pacientes que están en desacuerdo por lo que es esencial trabajar en este punto para brindar un servicio de calidad y mantener satisfechos a todos los pacientes.

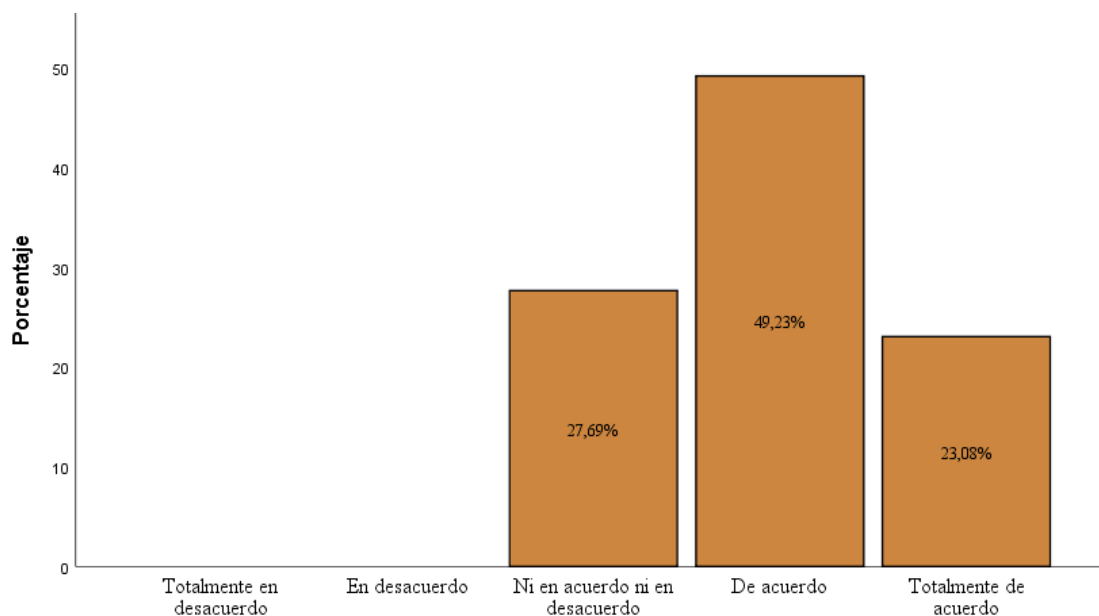


Figura 20 Atención rápida en el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 20, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión capacidad de respuesta, existe un gran porcentaje de pacientes atendidos en diversas áreas del centro médico San Vicente que manifiestan haber recibido una atención rápida y otro porcentaje considerable que está totalmente de acuerdo, ello quiere decir que trabajan con procesos simples y eficientes y que tienen capacidad de asistencia inmediata tanto en el área administrativa como en la médica, no obstante ello no es suficiente ya que se observa un grupo que no califica la atención como rápida ni como tardía, haciendo que un pequeño desajuste motive al paciente a dejar de ser nuestro cliente y pase a la fila de la competencia.

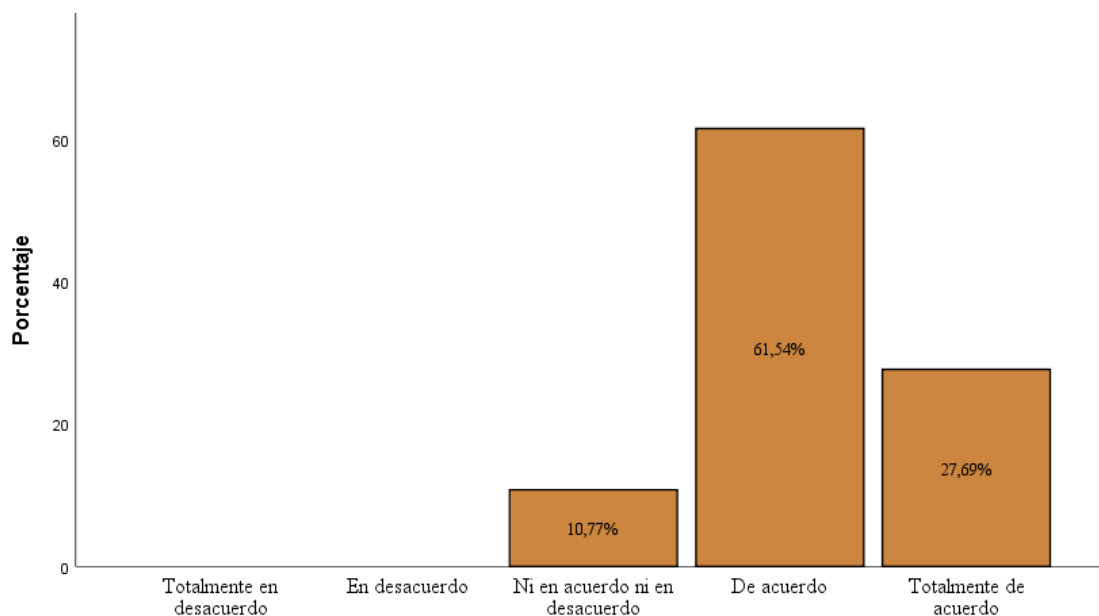


Figura 21 Explicación sencilla por parte del médico sobre el problema de salud o resultado de la consulta de los pacientes del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 21, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión capacidad de respuesta, hay una gran incidencia de los pacientes encuestados que están de acuerdo con que el médico explicó su problema de salud y/o resultado de la consulta con palabras fáciles de entender y otro gran grupo que está totalmente de acuerdo, lo que quiere decir que los médicos del centro médico San Vicente están cumpliendo con su deber facultativo de informar con frases cortas su estado de salud y están evitando en la medida posible los tecnicismos sustituyéndolos por descripciones simples, brindando al paciente conocimiento previo para aceptar o no con mayor confianza el tipo de tratamiento a seguir, exámenes a realizarse o intervenciones quirúrgicas, por último se observa un pequeño grupo de pacientes que tienen una opinión intermedia en cuanto al ítem, lo que quiere decir que el médico de turno explicó de manera sencilla algunos puntos del diagnóstico y otros no.

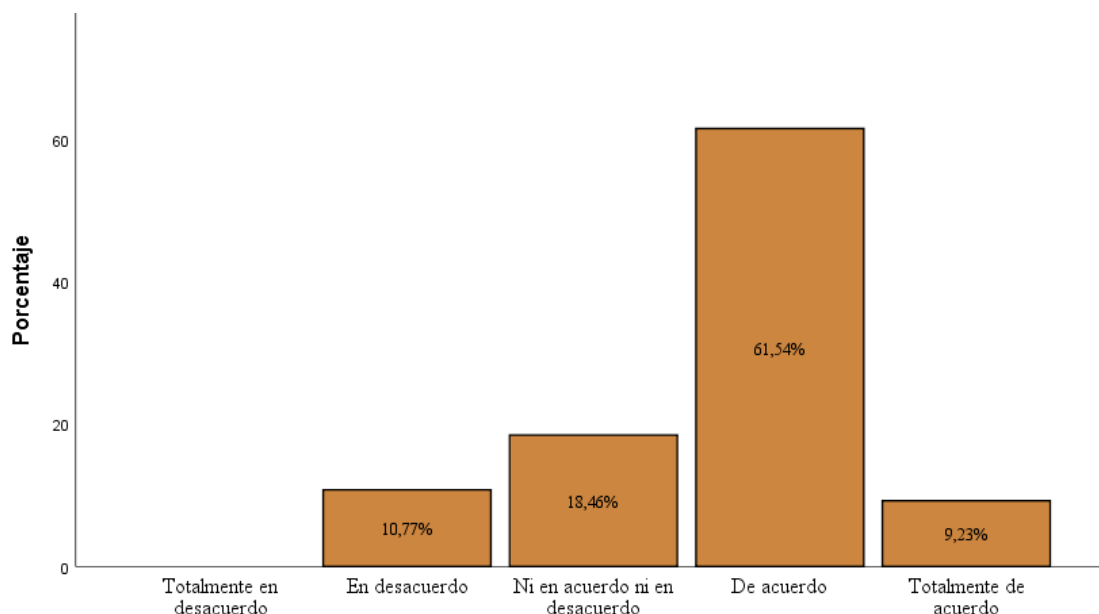


Figura 22 Explicación sencilla por parte del médico sobre el tratamiento a seguir como: tipo de medicamentos, dosis y efectos adversos.

Como se observa en la figura 22, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión capacidad de respuesta, hay un grupo importante de pacientes que están de acuerdo en que el médico que los atendió en el área solicitada les explico claramente el tratamiento a seguir como: información de medicamentos, instrucciones de horarios y dosis, y advertencias de efectos secundarios, es importante el presente ítem ya que el cumplimiento correcto del tratamiento conllevara a la mejora de los pacientes, los cuales percibirán como efectiva la atención del médico que lo atendió y le brindo el tratamiento, en la misma línea se observa un porcentaje menor de pacientes que están totalmente de acuerdo, no obstante el grupo de los mismos que están en desacuerdo es mayor, por lo que se debe llevar a cabo una reunión para disminuir o eliminar esta debilidad, por último se observa un gran porcentaje que no está ni acuerdo ni en desacuerdo con el presente ítem ya que supieron cómo cumplir el tratamiento pero no entendieron holísticamente los efectos y consecuencias.

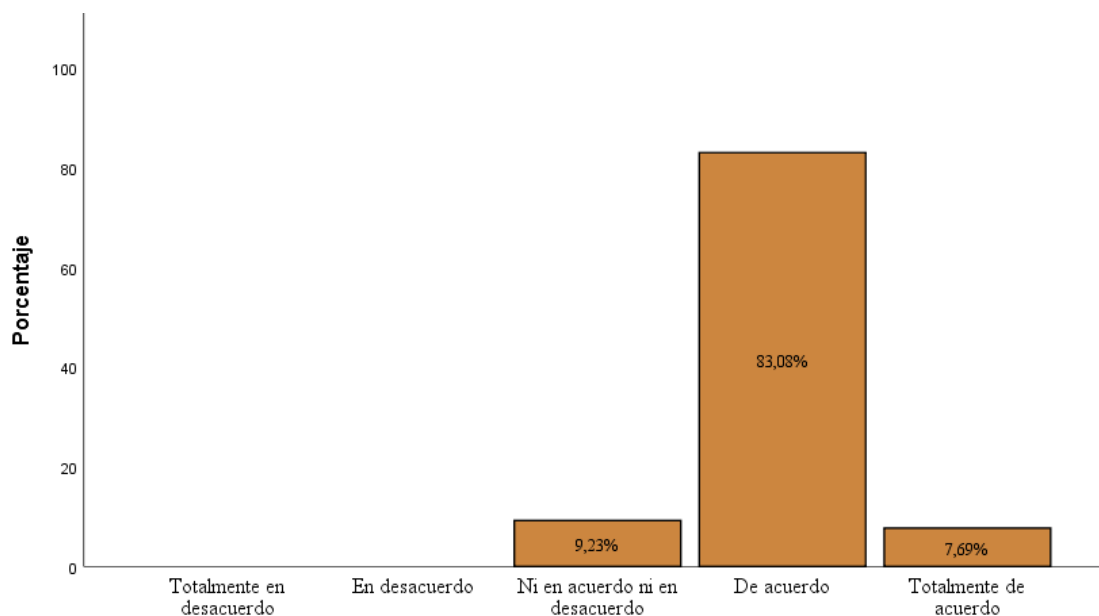


Figura 23 Confianza brindada por parte del médico al paciente para expresar su problema de salud.

Como se observa en la figura 23, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión seguridad, el porcentaje con mayor incidencia son los pacientes que están de acuerdo que el médico de la especialidad asistida les inspire confianza para expresar su problema de salud, estableciendo un vínculo paciente – médico mediante una comunicación efectiva, el entendimiento recíproco y la empatía, logrando buenos resultados y una experiencia satisfactoria gracias al comportamiento humanístico del médico, por otro lado se observa un porcentaje pequeño pero considerable que se muestra totalmente de acuerdo brindándole la posibilidad al médico de una mejor gestión de la salud, por último hay un grupo que mantiene su respuesta de manera neutral optando por no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

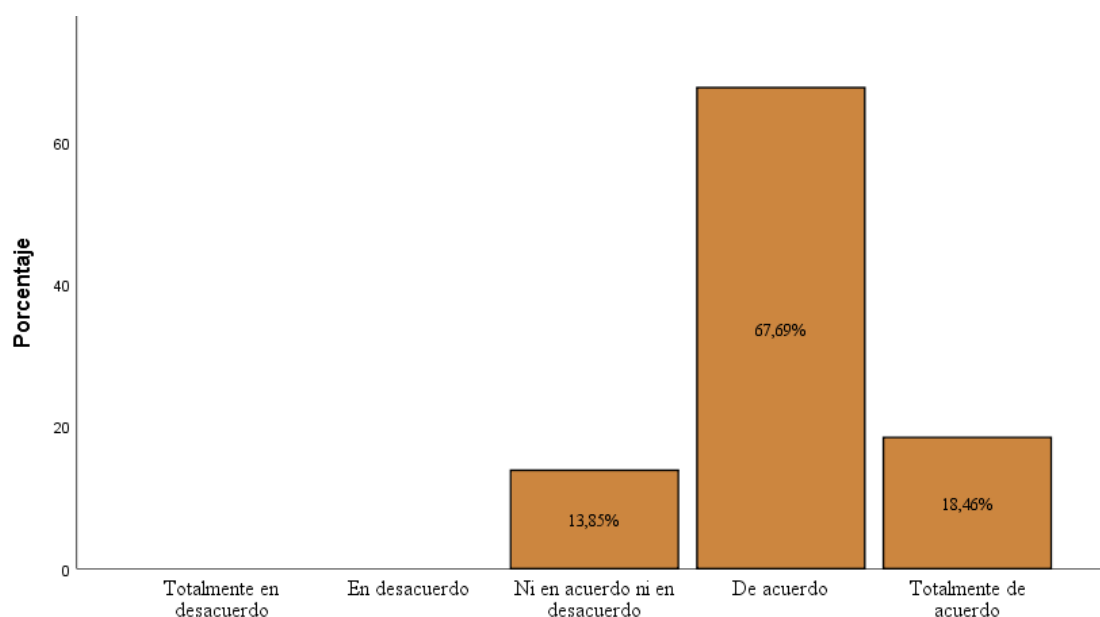


Figura 24 Seguridad al momento de realizar pagos de servicios, compra de medicamentos y/o obtención de servicios complementarios en el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 24, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión seguridad, hay un gran grupo de pacientes que afirman estar de acuerdo en que se sintieron seguros al momento de realizar sus pagos ya sea por los servicios médicos, por la compra de los medicamentos recetados y/o la compra de servicios complementarios solicitados por su médico, debido a que la empresa ofrece en todas las transacciones realizadas boletas o facturas detalladas o por el total, de acuerdo a la conveniencia del paciente o usuario, y por otro lado el establecimiento genera confianza ya que en los espacios públicos se muestran la licencia y otros permisos de funcionamiento del centro médico reflejando una imagen fidedigna, en la misma línea hay un grupo menor que está totalmente de acuerdo con el presente ítem reforzando la confianza en la institución y por último se observa un pequeño porcentaje que no está ni en acuerdo ni en desacuerdo.

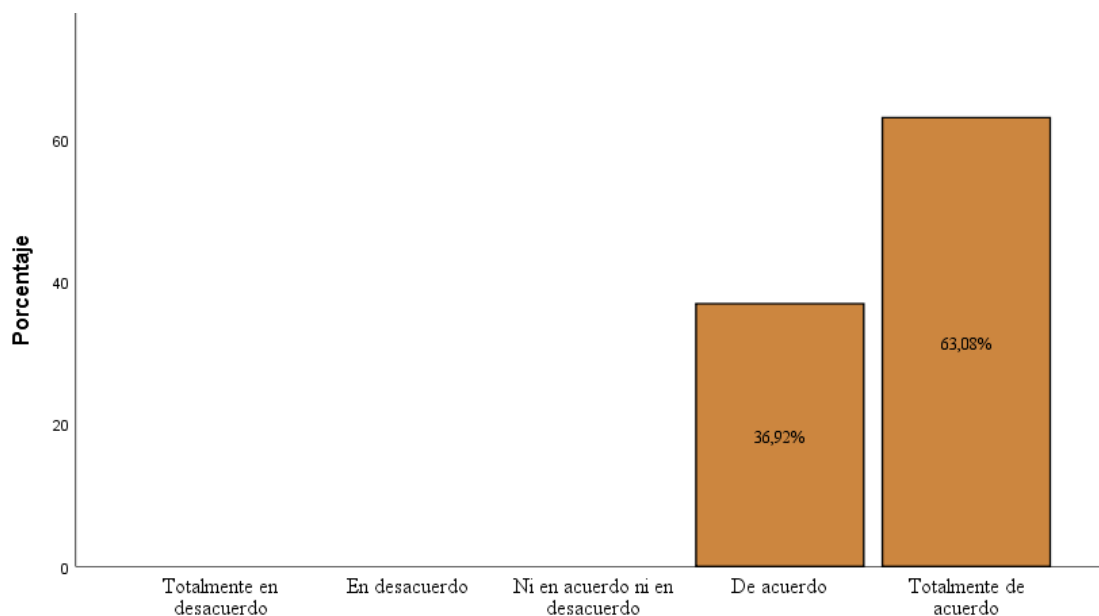


Figura 25 Trato amable y respetuoso por parte del médico del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 25, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión seguridad, el total de los pacientes encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que los médicos que conforman el staff de profesionales de salud del centro médico San Vicente brindaron en todo momento un trato amable y respetuoso, saludándolo con educación, mostrando una sonrisa, brindándole un trato digno en todo momento de la atención y mostrándose empático con la situación de vulnerabilidad e inseguridad del mismo, estos gestos y acciones construyen experiencias memorables que a la larga generaran fidelización e incrementaran los niveles de satisfacción.

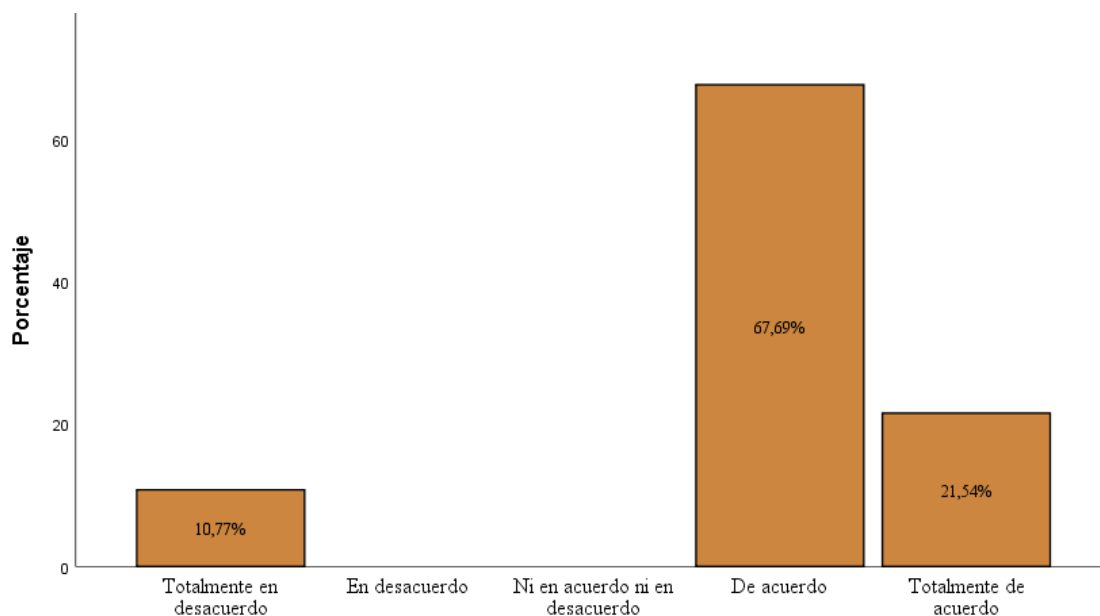


Figura 26 Dominio del tema por parte del médico al momento de responder las preguntas de los pacientes del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 26, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión seguridad, existe un gran porcentaje de pacientes que señalan estar de acuerdo en que el médico de la especialidad asistida mostro dominio del tema al momento de responder sus preguntas, brindando información pertinente y necesaria para que el paciente entienda su situación de salud y pueda ser capaz de mejorar su condición de salud por si solas, por otro lado se observa un grupo que está totalmente de acuerdo y sienten que la intervención del médico fue eficiente, generando confianza para una próxima consulta ya que absolvieron sus dudas, expresaron sus preocupaciones e iniciaron una conversación bidireccional con el médico, por ultimo hay un pequeño grupo de pacientes que se muestran totalmente en desacuerdo con el presente ítem generando desconfianza en el personal médico ya que no sienten que absuelven sus inquietudes con eficiencia.

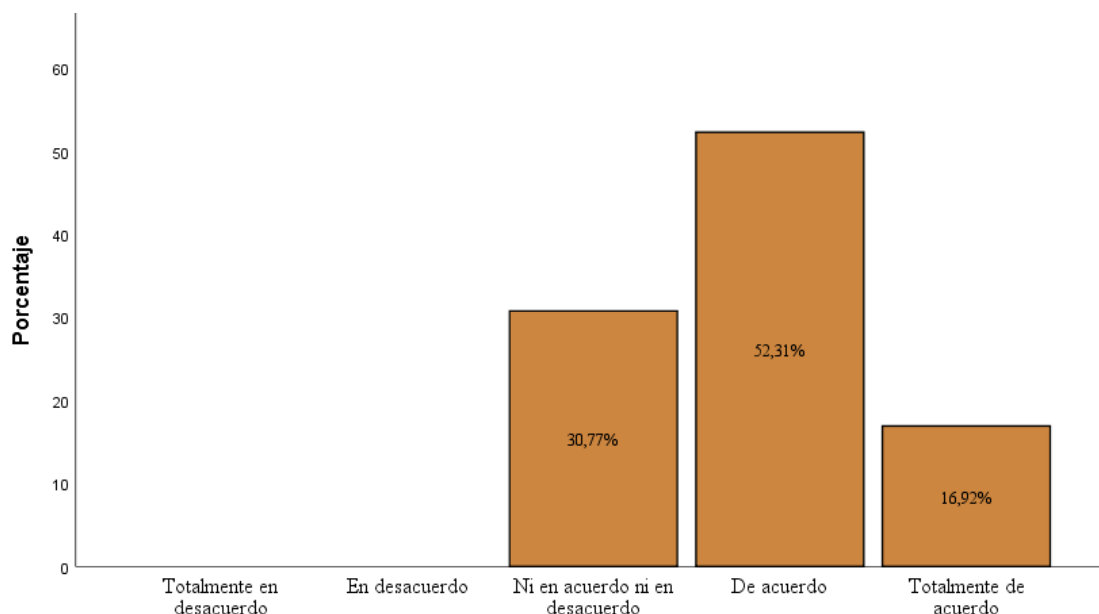


Figura 27 Tarifas accesibles en las diversas especialidades que ofrece el centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 27, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión empatía, un gran porcentaje de los pacientes se muestra de acuerdo en que las tarifas establecidas de la consulta de las especialidades brindadas en el centro médico estuvieron a su alcance, ello debido a que la mayoría de los pacientes de dicho grupo se atendieron en alguna campaña médica que San Vicente llevo a cabo o gozaron del precio de apertura, no obstante el resto de pacientes que pago el precio normal expresan que el diseño de la estrategia de precios es adecuada y ello nos da luces para afirmar que si se mantienen los precios tal cual están establecidos, a corto plazo habrá un incremento en las ventas y se gozara de un crecimiento constante, por otro lado también se observa un pequeño porcentaje que está totalmente de acuerdo mostrándose satisfechos debido a que el precio es por la consulta inicial y por otra que es la consulta de re evaluación en el cual se evalúa la evolución del paciente, por último existe un grupo medianamente considerable que se muestra neutral con dicha afirmación por lo que concluimos que se debe profundizar en los motivos de su posición.

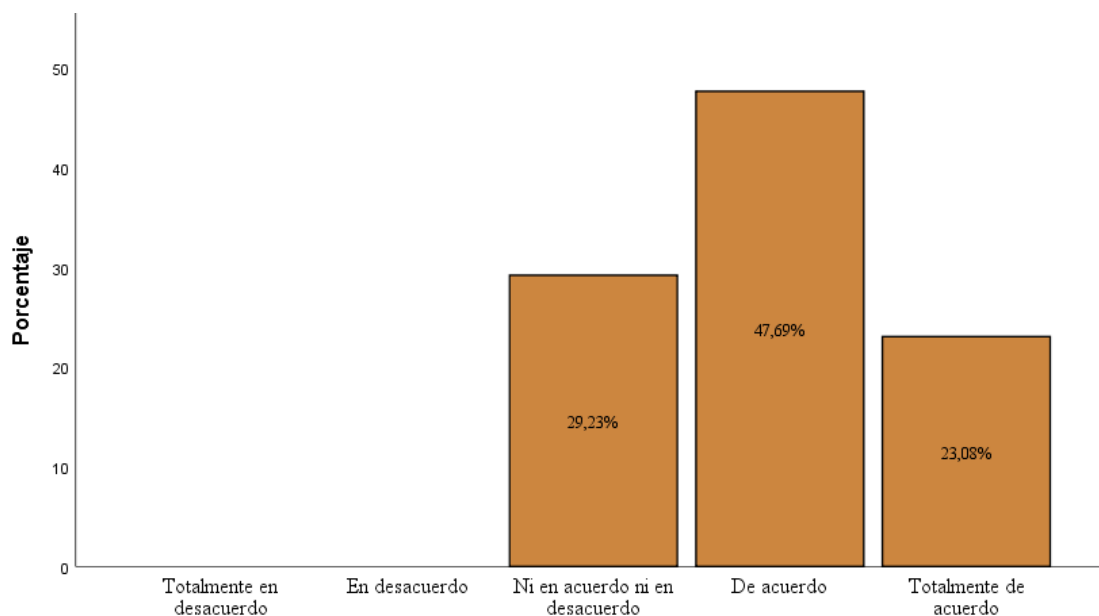


Figura 28 El horario de atención conveniente para los pacientes del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 28, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión empatía, hay un gran grupo de pacientes que está de acuerdo en que el horario de atención del centro médico San Vicente es adecuado y se adapta a sus necesidades; considerando que es un servicio que puede ser requerido a cualquier hora del día, los pacientes afirman que dicho horario les brinda mayor oportunidad para recibir una atención oportuna ante cualquier urgencia o emergencia, acceso a consultas y tratamientos médicos y la disponibilidad inmediata de los servicio de salud cuando se encuentre enfermos, en segundo lugar se observa un grupo considerable que toman una postura neutral ante la presente afirmación por lo que dicho factor no fue evaluado al momento de su atención, por último se observa a otro grupo ligeramente menor respecto al segundo que afirma estar totalmente de acuerdo con el ítem, ello re afirma que el horario está acorde con los requeridos por los pacientes.

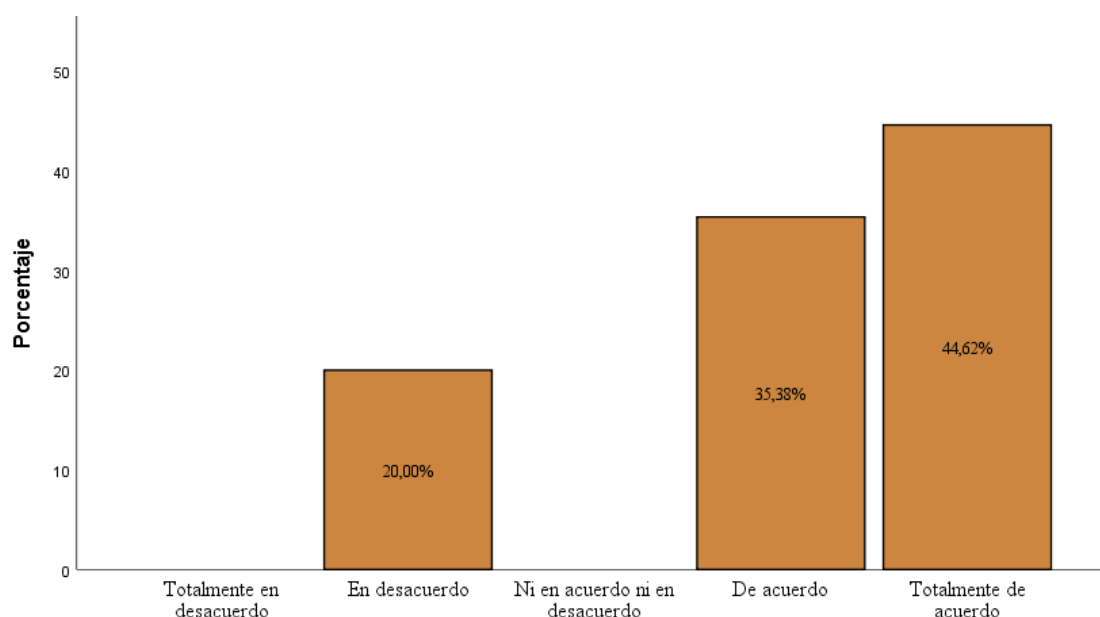


Figura 29 Respeto de las creencias de los pacientes sobre la enfermedad y la cura por parte del médico del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 29, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión empatía, el mayor porcentaje de los pacientes atendidos en el centro médico San Vicente está totalmente de acuerdo en que el médico que los atendió considero a todo momento sus creencias en relación a su enfermedad y cura, ello quiere decir que el médico respeto la interculturalidad, interseccionalidad, género y generacional del paciente sin ningún tipo de discriminación de raza, sexo, procedencia, clases sociales o discapacidades físicas o mentales, en la misma línea se observa otro gran grupo que está de acuerdo con dicha afirmación, logrando la satisfacción del paciente a través de la escucha activa, el entendimiento y la consideración por medio del profesional de salud, por último hay un pequeño grupo que está en desacuerdo con el presente ítem, por lo que es importante identificar en qué áreas o que profesionales no toman en cuenta la idiosincrasia de los pacientes.

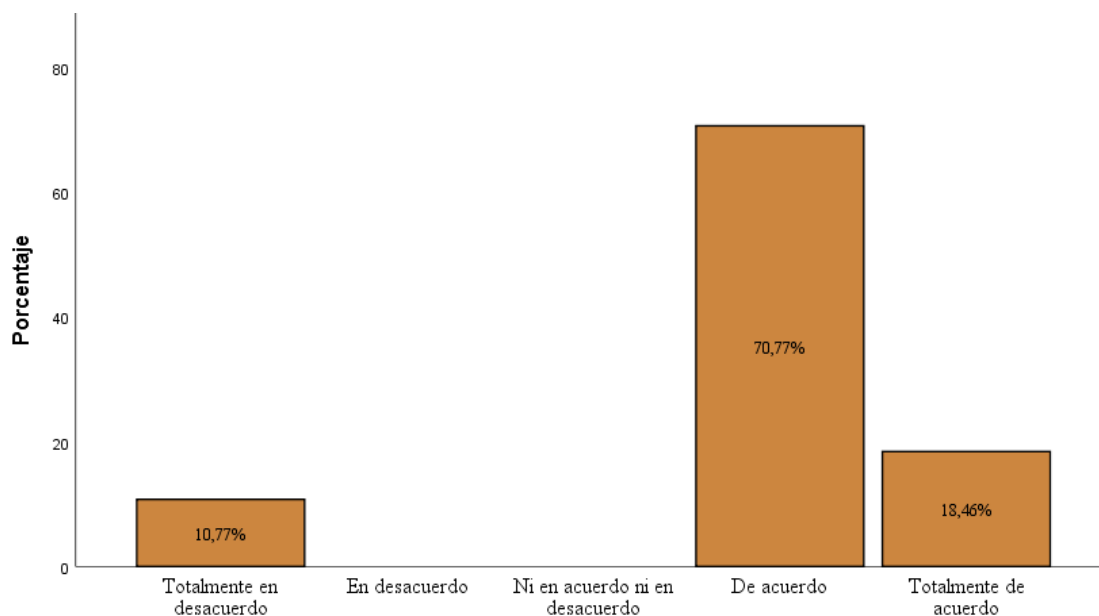


Figura 30 Interés por parte del médico en solucionar el problema de salud de los pacientes del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 30, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión empatía, un gran porcentaje de pacientes está de acuerdo que el médico se mostró interesado en solucionar su problema de salud, señalando que el mismo lo escuchó con atención y siempre mantuvo la mirada puesta en él o ella demostrando que le importa sus síntomas y su estado de salud, en segundo lugar se encuentra un grupo pequeño pero considerable de pacientes que sostienen estar totalmente de acuerdo con la afirmación, observando al médico simpatizar con su problema de salud de una manera cortés, este punto es importante ya que el paciente se encuentra en una posición de incertidumbre, inestabilidad e ignorancia respecto a su condición de salud por lo que el interés del profesional de salud brinda esperanza al paciente, teniendo mayor posibilidad de una sanación efectiva, por último se observa un pequeño grupo que muestra una respuesta completamente opuesta ya que sostienen estar totalmente en desacuerdo con la afirmación, reforzando la conclusión de verificar el trabajo de todos los profesionales para identificar quien o quienes no consideran que el paciente es lo más importante en su labor diaria.

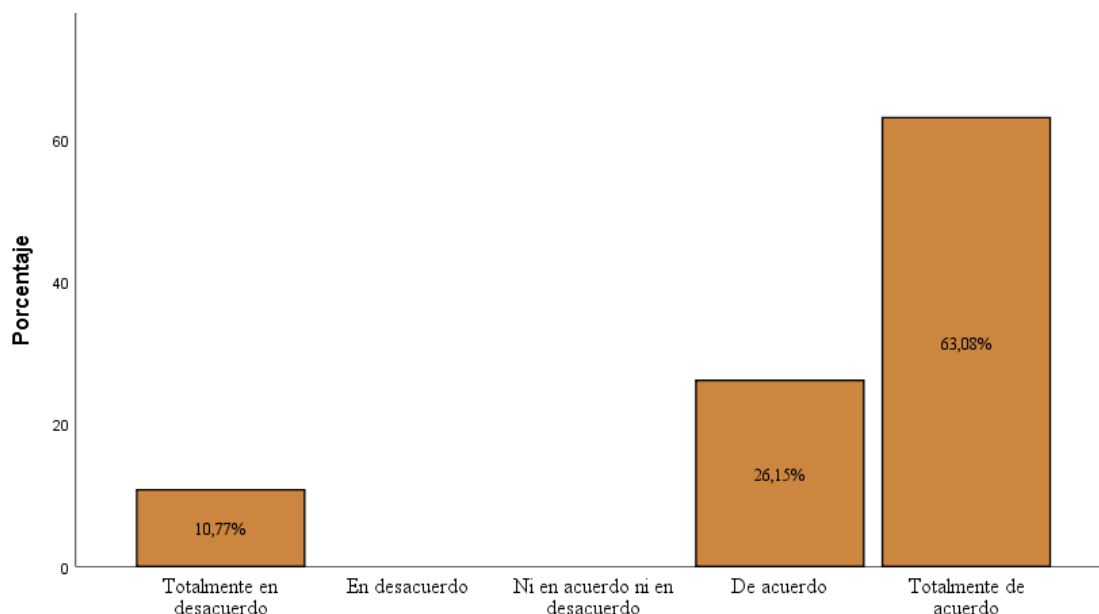


Figura 31 Tiempo adecuado en contestar las dudas y/o preguntas sobre el problema de salud de los pacientes del centro médico San Vicente.

Como se observa en la figura 31, en torno a la pregunta correspondiente a la dimensión empatía, más de la mitad de los pacientes encuestados están totalmente de acuerdo en que el médico del área asistida les brindó el tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud generando confianza médico – paciente, varios de los encuestados expresaron haberse sentido cómodos con el personal de salud que los atendió ya que observaban la pre disposición del mismo al momento de absorber cada inquietud que tenían, del mismo modo hay un gran porcentaje que afirma estar de acuerdo, ello quiere decir que el staff se encuentra realizando una buena labor al administrar bien de tiempo de consulta, por último se observa un porcentaje pequeño que está totalmente en desacuerdo, obteniendo una mala experiencia en el servicio.

Interpretaciones relevantes:

- La mayor afluencia de pacientes que se atienden en el centro médico está dentro del grupo de edad de 27 a 59 años por el lado contrario hay una asistencia baja en el grupo de pacientes comprendidos de 6 a 11 años.

- Medicina general es el servicio con mayor demanda, afirmando que las percepciones de los pacientes serán evaluadas en su gran mayoría desde la experiencia brindada por el médico general.
- La mayoría de los pacientes conciben que el centro médico dispone de equipos y reservas adecuadas de materiales para la atención de cualquier urgencia o emergencia, por otro lado existe un pequeño grupo que están insatisfechos con dicha afirmación.
- Hay un grupo considerable de pacientes que no percibieron como funcionales las señaléticas del centro médico, mostrándose en desacuerdo o de manera neutral.
- La totalidad de pacientes encuestados mostraron una respuesta positiva en cuanto a la atención recibida en admisión, brindando una atención de calidad a los usuarios que llegan al centro médico en situaciones de vulnerables.
- Los pacientes se encuentran satisfechos con la limpieza y comodidad de los espacios del centro médico, haciendo grata la estadía.
- La persona encargada de admisión establece una comunicación efectiva con los pacientes, gestionando los trámites necesarios para una atención rápida y oportuna.
- La flexibilidad de medios para solicitar citas y la poca afluencia de usuarios permite al responsable, agendar y programar de manera eficiente las citas de cada paciente.
- Existe una comunicación efectiva con los médicos por lo que se traduce en una programación adecuada brindando hora y fecha exacta a los pacientes.
- Considerando a la historia clínica, como un documento importante de comunicación paciente – medico, el centro médico realizar una gran labor ya que la gestiona de manera eficiente, confiable y rápida mejorando la atención médica y brindando mayor seguridad al paciente.
- Existe un grupo considerable de pacientes que se muestran insatisfechos con la consulta ya que no fueron atendidos en el horario programado, convirtiéndose en una debilidad

que deben y pueden resolver inmediatamente ya que es un ajuste en la organización y manejo de tiempos.

- Corroborando el ítem anterior, una parte de los pacientes se encuentran descontentos con los procesos que ejecuta el centro médico para llevar a cabo la atención afirmando no se entendidos acorde a la programación ni al orden de llegada.
- El centro médico emplea procesos simples y eficientes que permiten brindar asistencia inmediata en el área administrativa y médica.
- Los médicos del centro médico informan a los pacientes sobre su problema de salud o resultados de la consulta con frases cortas y sencillas, sobre todo evitan en la medida posible los tecnicismos propios de su formación.
- Los pacientes están satisfechos con la explicación brindada por el médico sobre el tratamiento a seguir como: información de medicamentos, instrucciones de horarios y dosis, se observa un grupo pequeño que no está de acuerdo con dicha afirmación.
- Los pacientes afirman que el médico que los atendió les inspiró confianza para expresar su problema de salud, ya que la consulta se desarrolló estableciendo una comunicación efectiva, un entendimiento recíproco y mostrando empatía, logrando una experiencia satisfactoria y placentera.
- La licencia y el permiso de funcionamiento, dispuestos en admisión a vista de todos los usuarios y pacientes genera confianza a los mismos al momento de realizar diversos pagos ya sea por servicios médicos, servicios complementarios y/o compra de medicamentos recetados.
- Los pacientes del centro médico afirman haber recibido por parte de los médicos un trato amable y respetuoso ya que fueron saludados con educación y se mostraron empáticos y sonrientes a todo momento, logrando construir una experiencia memorable que a corto plazo logre la fidelización de los mismos.

- Los médicos muestran dominio del tema respecto a las preguntas formuladas por los pacientes, brindando información pertinente necesaria para que el paciente entienda y sea capaz de mejorar su condición de salud, por otro lado, se observa un grupo mínimo que está insatisfecho con el personal médico ya que no fueron absueltas sus inquietudes con eficiencia.
- En general los pacientes se muestran satisfechos con las tarifas establecidas en el centro médico, ya que están a su alcance.
- Los pacientes afirman que el horario de atención del centro médico les brinda mayor oportunidad para recibir atención médica oportuna ante cualquier urgencia o emergencia.
- Existe un pequeño grupo de pacientes que afirman que el médico que los atendió no respetó sus creencias sobre su enfermedad y cura, rechazando la idiosincrasia de los mismos.
- Un gran grupo de pacientes señalan que el médico se mostró interesado en solucionar su problema de salud, ya que el doctor los escucho con atención y empatizo con su condición a todo momento, por otro lado, hay un grupo pequeño que está en desacuerdo mostrándose insatisfecho.
- Los pacientes del centro médico afirman que el personal de salud que los atendió les brindo tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre su problema de salud generando confianza médica – paciente.

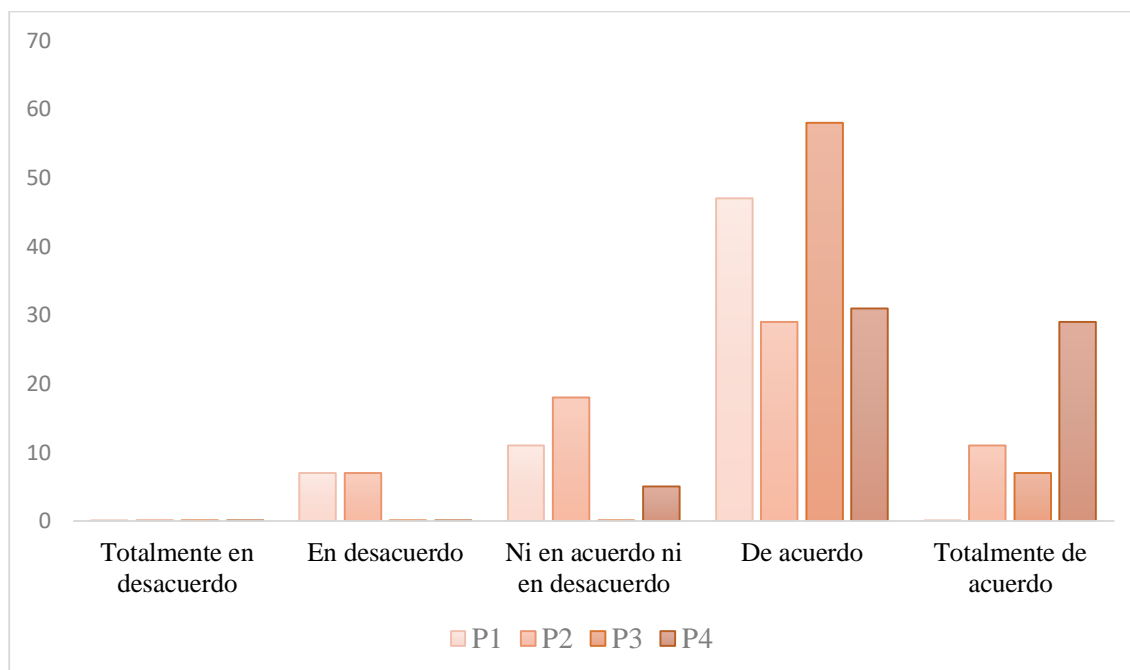


Figura 32 Resultados de la dimensión tangibilidad

Como se observa en la figura 32, en torno a la dimensión tangibilidad y los ítems que lo conforman, en general los pacientes se encuentran satisfechos con el equipamiento, señalización, personal de admisión, higiene y comodidad que brinda el centro médico San Vicente, pero sobre todo la satisfacción de los pacientes se logra en su mayoría gracias al personal de admisión que se encuentra totalmente capacitado para brindar información y orientarlos, ya que a comparación del resto de factores es el único que obtiene resultados positivos como de acuerdo y totalmente de acuerdo, por lo que se concluye que se debe mantener y reforzar el procedimiento que se realiza en dicha área e informar al personal que está realizando una excelente labor y brindarle los méritos y recompensas correspondientes, por otro lado el segundo ítem que corresponde a la señalética dentro y fuera de las instalaciones del centro médico debe ser revisada y modificada para que logre su objetivo principal el cual es la orientación a los pacientes, realizado dicha actividad la dimensión tangibilidad incrementara su relevancia en cuanto a brindar un servicio de calidad.

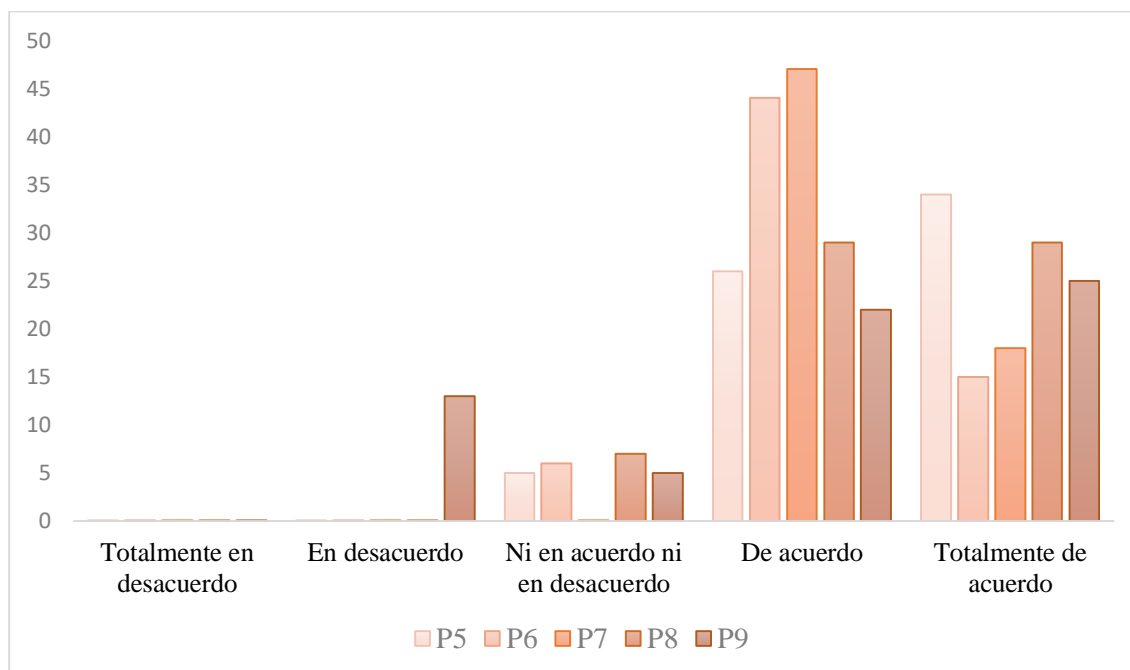


Figura 33 Resultados de la dimensión confiabilidad

Como se observa en la figura 33, en torno a la dimensión confiabilidad y los ítems que lo conforman, la mayoría de pacientes se encuentran satisfechos en cuanto a la orientación recibida respecto a los trámites necesarios para la atención, obtención y programación de citas, gestión de las historias clínicas y la atención de la consulta; no obstante se observa un pequeño grupo que está en desacuerdo con la atención recibida ya que el médico no inicio la cita en el horario programado, mejorar la gestión de tiempos en cuanto a las citas por parte del personal médico es de suma importancia ya que en general la presente dimensión refleja resultados óptimo, por otro lado San Vicente debe profundizar en los motivos que tienen los pacientes para manifestar respuestas neutrales ya que existen pequeños grupos en cuatro ítems, la identificación de dichos motivos permitirá tomar acciones de mejora para que los pacientes insatisfechos mencionados anteriormente y los que muestran posturas neutrales cambien su opinión de manera positiva, en general se concluye que la dimensión confiabilidad aporta significativamente a que los pacientes perciban que reciben un servicio de calidad en el centro médico San Vicente.

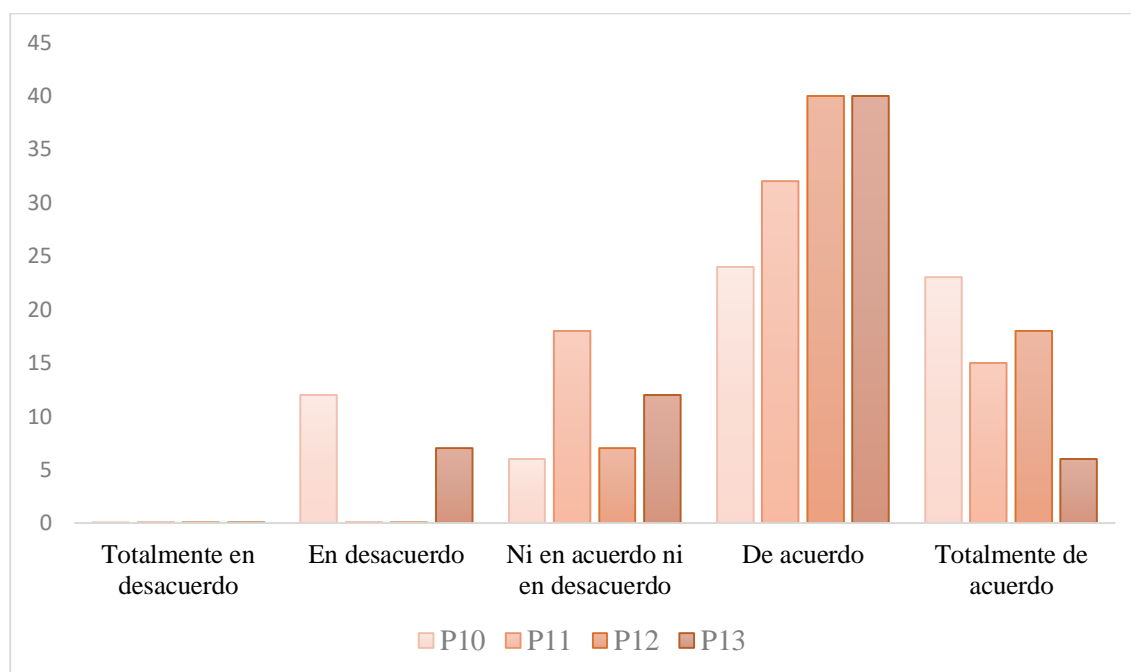


Figura 34 Resultados de la dimensión capacidad de respuesta

Como se observa en la figura 34, en torno a la dimensión capacidad de respuesta y los ítems que lo conforman, existe un gran porcentaje acumulado de pacientes que muestran una posición indecisa en cuanto a la evaluación de la ejecución de las consultas de acuerdo a la programación, orden de llegada y rapidez, así como el entendimiento por parte de los pacientes sobre el problema de salud que los aqueja, los resultados de la consulta en sí y/o el tratamiento a seguir como las medicinas a consumir, dosis y efectos secundarios que logra el médico que los atendió mediante una explicación sencilla y evitando los tecnicismos propios de su formación, generando poca información para tomar medidas correctivas puntuales, por lo que se debe investigar con mayor detalle los motivos ya que esta la dimensión, capacidad de respuesta, obtiene mayor importancia en el sector salud, debido a que la misión es ofrecer una atención excelente de manera oportuna, rápida y eficiente, y se da por hecho que es menester de dichas instituciones velar por la mejora efectiva de las condiciones de salud de los pacientes, por otro lado se observa dos ítems que tienen puntuaciones negativas en proporciones considerables, no obstante dichos puntos se corrigen mediante un ajuste con el personal médico, puntualizando las respuestas negativas y neutras recolectadas cabe mencionar que también se

observan en mayor grado percepciones positivas traducidas en respuestas como de acuerdo y totalmente de acuerdo en los ítems que conforman la presente dimensión, por lo que se concluye que pequeñas mejoras, potencializarían idónea y significativamente la capacidad de respuesta que brinda el centro médico San Vicente.

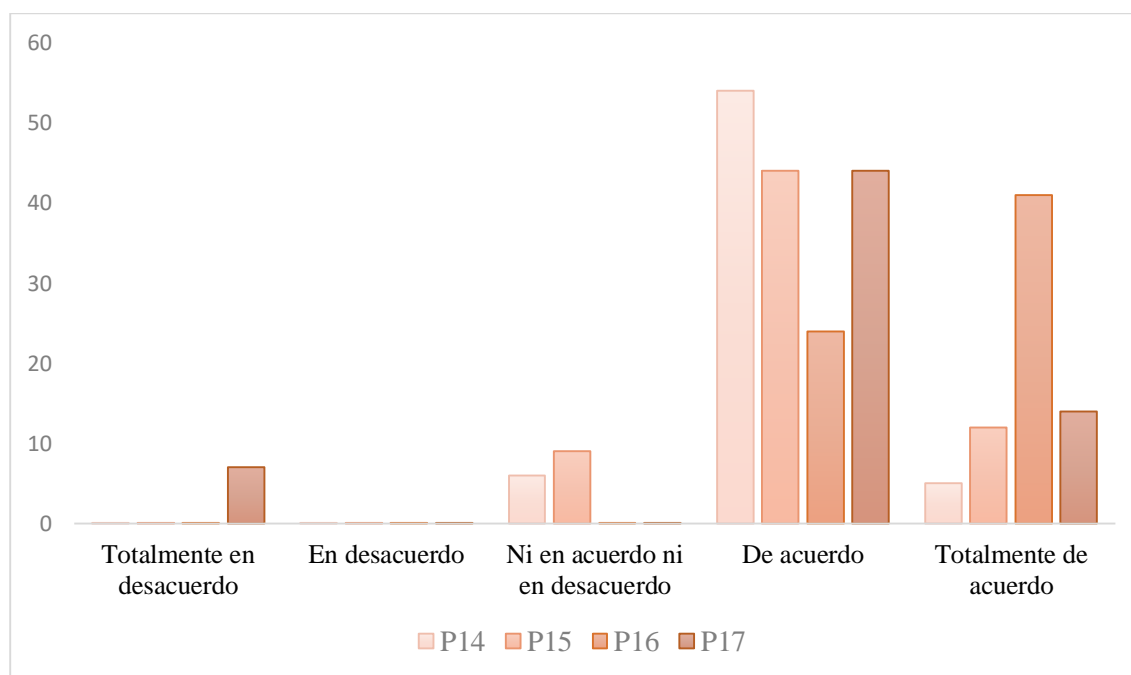


Figura 35 Resultados de la dimensión seguridad

Como se observa en la figura 35, en torno a la dimensión seguridad y los ítems que lo conforman, existe dos grupos considerables y significativos que muestran estar satisfechos en cuanto al médico y la confianza que les brindo para expresar su problema de salud, la seguridad que sintieron al momento de realizar los pagos, el trato amable y respetuoso por parte del médico así como que el desenvolvimiento del médico al momento de absolver sus consultas mostrando dominio de los temas, por lo que optaron por marcar respuestas como de acuerdo y totalmente de acuerdo ante la afirmación de los cuatro ítems que conforman la dimensión seguridad, por otro lado se observa puntuaciones mínimas que reflejan la insatisfacción de los pacientes mostrándose totalmente desacuerdo en torno al cuarto ítem. Considerando que el centro médico San Vicente cuenta con un staff de profesionales de salud dentro de ellos médicos generales, ginecólogos y pediatras que están al servicio y que son pocos los pacientes

que muestran respuestas negativas, podemos afirmar que si el gerente general identifica al personal médico que no está realizando de manera eficiente su labor al no mostrarse competente en cuanto a la respuesta que brinda frente a las dudas /o consultas de los pacientes y opta por brindarle capacitaciones o retirarlo del centro médico, la dimensión seguridad tendría resultados óptimos, no obstante es el factor más relevante entre todos en cuanto a que los pacientes perciban la atención que brinda San Vicente de calidad.

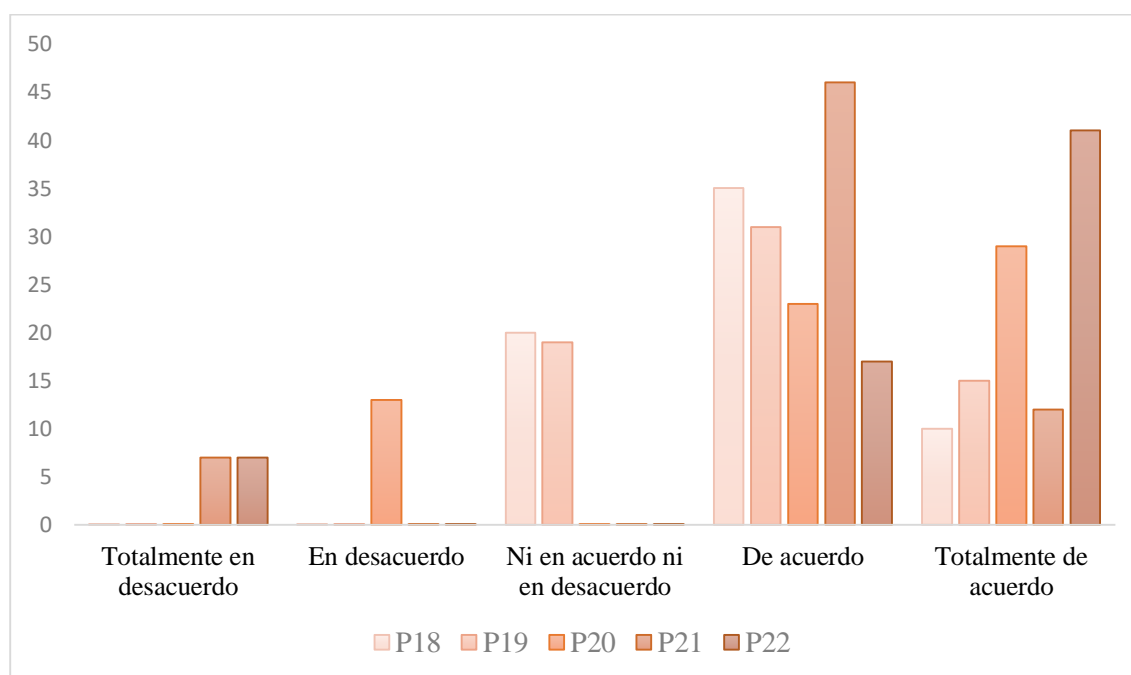


Figura 36 Resultados de la dimensión empatía

Como se observa en la figura 36, en torno a la dimensión empatía y los ítems que lo conforman, en general los pacientes encuestados están de acuerdo con las tarifas establecidas, el horario de atención, el respeto que mostro el medico en torno a sus creencias en cuanto a la enfermedad que padecen y su cura así como el interés en resolver su problema de salud y el tiempo que se tomó el médico al responder sus consultas y/o dudas, por lo que se deduce que el centro médico San Vicente brinda una atención personalizada y de acuerdo a las necesidades de los clientes, en comparación con las anteriores cuatro dimensiones, la presente muestra tres grupos que se encuentran insatisfechos mostrándose en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, el primer grupo que está en desacuerdo manifiesta que el médico no tomo importancia a la

idiosincrasia que tienen respecto a su enfermedad y cura por lo que y el segundo grupo que están en total desacuerdo refieren que el médico no mostro interés en solucionar su problema de salud y no les brindaron el tiempo suficiente para contestar sus consultas y/o dudas, concluyendo que los puntos negativos aluden a la atención prestada por los profesionales de salud, un engranaje fundamental e importante en el proceso de atención de una centro médico, por lo que esta dimensión es relevante para que los pacientes no perciban una atención de calidad.

4.3. Contrastación de resultados

El logro del objetivo general y los objetivos específicos de la presente investigación es en gran medida a la utilización de la herramienta brindada por el modelo SERVQUAL propuesta por Parasuraman, Zeithaml y Berry y modificada por Cronin y Taylor en 1992, ya que el instrumento se elaboró y adaptó a partir de los parámetros brindados por los autores mencionados permitiendo conocer las percepciones que tienen los pacientes del centro médico sobre la calidad del servicio, a través de cinco dimensiones los que a su vez se disgregan en ítems puntuales que son medidos a través de la escala Likert, como concluye Churampi (2016) en su tesis titulada “Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la percepción de la calidad del servicio del sistema de administración académica en los estudiantes de la facultad de ingeniería de sistemas de la UNCP 2016”, SERVQUAL pese a sus deficiencias, logra mapear los puntos fuertes y débiles de las actividades que realiza una empresa para lograr o no la satisfacción de los usuarios, de tal forma dicho autor y yo encontramos en SERVQUAL una herramienta que permite cuantificar aspectos subjetivos de calidad y del servicio para la mejora continua; asimismo permite realizar una comparación de los ítems que integran cada dimensión para determinar cuáles requieren acciones de mejora y cuales funcionan de manera óptima. En cuanto a los resultados finales la investigación de Churampi (2016) y la presente coinciden que la dimensión tangibilidad, seguridad y capacidad de respuesta son eficientes ya que aportan

significativamente a que el servicio sea percibido como una de calidad, mientras que ambas no coinciden en los siguientes puntos: 1) en la presente investigación la dimensión confiabilidad requiere pequeños ajustes para que sus resultados sean óptimos en cambio en la de Churampi (2016) dicha dimensión requiere necesariamente acciones de mejora para lograr optimizarla y por ultimo 2) en el centro médico San Vicente, la dimensión empatía muestra ineficientes resultados mientras que en el sistema de administración académica de la facultad de Ingeniería de Sistemas de la UNCP todo lo contrario, es decir, es eficiente.

El nivel de investigación de la presente tesis es descriptivo debido a que se detalla las percepciones que tienen los pacientes del centro médico respecto a la calidad de servicio, con la intención de determinar la satisfacción o insatisfacción que tienen los mismos a través de 5 dimensiones. Miranda (2017) realiza un estudio titulado “Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017” cuya metodología es correlacional debido a que el objetivo principal fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional del Perú, aportando teóricamente al estudio ya que se determinó en dicha investigación que ambas variables se relacionan de manera directa por ende se consideró en evaluar la calidad del servicio mediante la herramienta SERPEVF que cuantifica dicha variable y no estructurar una herramienta que mida la satisfacción de los pacientes ya que se contaba con la anterior hipótesis. En cuanto a utilización de las dimensiones, en la presente investigación se consideró las propuestas por Parasuraman, Zeithaml y Berry sin modificación alguna, por el contrario, Miranda (2017) modificó la dimensión seguridad nombrándola garantía, no obstante, los ítems o subdimensiones que lo conforman refieren preguntas similares. Respecto a los resultados ambas investigaciones manifiestan resultados óptimos en cuanto a las condiciones de las instalaciones y equipos; grado de puntualidad y confianza; condiciones de la información y disposición para atender a los clientes; grado de competencia y profesionalismo y grado de

comunicación de empresa – cliente, sin embargo las mismas difieren en 1) los resultados obtenidos en la adecuación de los horarios, dado que los clientes del banco internacional del Perú refieren estar insatisfechos ya que de 1:00 pm a 3:00 pm las ventanillas habilitadas para la atención son insuficientes en cambio los pacientes del centro médico refieren que el horario está acorde con los requeridos; 2) el tiempo de espera, puesto que un gran porcentaje de los clientes del banco internacional del Perú expresan estar insatisfechos optando por seleccionar dentro de la escala de Likert las opciones 1 y 2, que significan total desacuerdo y desacuerdo ante la poca agilidad y prolongada espera mientras que los pacientes del centro médico seleccionan en su mayoría opciones como 4 y 5, traducidos como de acuerdo y totalmente de acuerdo con la rapidez en la atención, por último 3) Miranda (2017) considera una segunda variable, satisfacción del cliente, añadiendo 3 dimensiones que no son desarrolladas en la presente investigación, no obstante muestran ítems y resultados similares.

La presente investigación evalúa la calidad del servicio del centro médico San Vicente a través de las siguientes cinco dimensiones: 1) elementos tangibles, 2) confiabilidad, 3) capacidad de respuesta, 4) seguridad y 5) empatía, las cuales conforman la herramienta brindada por el modelo SERVQUAL, la utilización de cada una de ellas fue estrictamente necesaria para el logro de los objetivos puesto que evalúa holísticamente la unidad de estudio, lo mencionado anteriormente se consiguió debido a que la población cuenta con características similares tales como: nivel socioeconómico, ambiente cultural, idiosincrasia, formas de organización, etc. y comparten el mismo territorio, en contraste con la de Ballón (2016) en su tesis titulada “Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay”, la muestra obtenida a partir de la población fue muy dispersa de manera que dicho autor redujo las dimensiones a tres considerando; la primera, la tercera y la quinta, sumado a ello la eliminación de las otras dos variables se debió a la necesidad que tuvo el autor por adaptar eficientemente la herramienta al tipo de servicio que

brinda los hoteles seleccionados para la investigación. En cuanto a los resultados en la presente investigación la dimensión que cuenta con resultados pésimos en comparación de los demás es la quinta, empatía, puesto que existen tres grupos conformados por pacientes que se muestran insatisfechos, concluyendo que dicha dimensión no aporta a que los usuarios tengan una percepción positiva de la calidad de la atención, difiriendo así con la de Ballón (2016) ya que sus resultados determinan que la dimensión en cuestión tiene significativa influencia en la satisfacción de los clientes, construyendo una percepción positiva de la calidad del servicio de los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Por último, cabe mencionar que la dimensión que otorga al centro médico buenas percepciones es la cuarta, seguridad.

Los resultados generales obtenidos luego del recojo de las percepciones de los pacientes del centro médico San Vicente gracias al cuestionario brindado por el modelo SERVQUAL y adaptado para dicho fin, el procesamiento de información mediante el programa estadístico SPSS y la interpretación, revelaron que los usuarios atendidos en las diversas especialidades estuvieron satisfechos con: 1) la atención brindada por el staff administrativo y médico; 2) la infraestructura y materiales, 3) la ubicación, el horario y los precios, 4) la organización y manejo de las citas y procedimientos, etc. ello a pesar de no contar con manuales de calidad ni de operaciones, si no con lo básico de un plan estratégico el cual es la misión, visión, políticas y objetivos de calidad a comparación de la empresa SYRY, unidad de estudio de la investigación realizada por Valencia (2015) en la tesis titulada “Aplicación del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY”, en el cual los docente y padres de familia de las instituciones que contratan sus servicios están insatisfechos con el servicio recibido, debido a las deficiencias que se evidencian en la calidad, a consecuencia de lo descortés que se muestran los conserjes, las discusiones que entablan con los usuarios internos y externos de las instituciones, la impuntualidad reiterativa, la poca o nula disciplina con la utilización del

uniforme y el estado de los exteriores y el baño en cuanto a la escasa limpieza, concluyendo que ambas investigaciones difieren en su organización interna y en los resultados. Por último, cabe mencionar que, en la presente investigación, la herramienta brindada por Parasuraman, Zeithmly y Berry es utilizada para recabar información de las percepciones de los pacientes en cuanto a la calidad de servicio y en la de Valencia (2015) es utilizada para brindar propuestas de mejora.

Para terminar, la dimensión dentro de la presente investigación que no aporta significativamente a que los pacientes del centro médico San Vicente no perciban una atención de calidad es el factor empatía ya que dentro de la misma se observó tres grupos insatisfechos ello en cuanto 1) al personal médico ya que no respetaron la idiosincrasia que tenían respecto a la enfermedad que los aquejaba y a su cura, así como 2) el poco interés que percibieron al solucionar su problema de salud y 3) el poco tiempo que les brindaron para absolver sus dudas y consultas, discrepando con la investigación realizada por Castillo (2016) en la tesis titulada “Diagnóstico de la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario, año 2015” ya que se determinó que la dimensión que presenta mayor brecha es el factor capacidad de respuesta. Por otro lado, la dimensión que presenta una menor brecha fue el factor tangibilidad coincidiendo con mi investigación ya que los pacientes se mostraron contentos con el equipamiento, la apariencia del personal, higiene y comodidad al igual que los usuarios externos de la cooperativa. Por último, Castillo determina que la dimensión fiabilidad es el más importante para la satisfacción del usuario, no coincidiendo con mi investigación debida a que la dimensión que aporta significativamente es el factor seguridad, ya que mostro resultados óptimos en comparación con las otras cuatro dimensiones. Cabe señalar que los servicios que brindan las dos empresas en mención son diferentes, por lo que difieren en cuanto a resultados no obstante la metodología, instrumento y procesamiento de información fueron similares.

Conclusiones

1. En primer lugar, la dimensión seguridad es un factor relevante para que los pacientes del centro médico San Vicente perciban un servicio de calidad, puesto que genera valor a la prestación brindada, dicha afirmación se da gracias a los resultados óptimos que obtuvo en cada ítem que conforma dicha dimensión a comparación los otros cuatro, en segundo lugar la dimensión que es vital para lograr la satisfacción de los pacientes es el factor confiabilidad, puesto que refleja percepciones positivas en cuanto a calidad de servicio, en la tercera y cuarta posición están la dimensión tangibilidad y capacidad de respuesta debido a que presentan muchas respuestas neutrales que pueden traducirse en posiciones indiferentes o indecisas, limitando conocer la impresión que se llevaron en dichos factores, por otro lado se observa percepciones negativas en varios ítems de dichas dimensiones, no obstante son mínimas por lo que pequeños ajustes potenciarían e incrementarían valor a dichos ítems generando satisfacción, por último la dimensión que tiene menor influencia en una positiva percepción de la calidad de servicio es la dimensión empatía visto que se observan mayor cantidad de grupos que se encuentran totalmente insatisfechos e insatisfechos con los ítems que conforman dicha dimensión.
2. El factor que aporta valor significativo a la dimensión tangibilidad, es la labor realizada por el personal del área de admisión ya que los pacientes refieren estar satisfechos con la prestación brindada, dicho punto adquiere relevancia en el servicio que brinda San Vicente, el sector salud, ya que los potenciales pacientes acuden al establecimiento en un situación de vulnerabilidad ya sea por su leve o grave condición de salud o la de un familiar, por lo que están emocionalmente frágiles y un buen o mal trato en el primer encuentro con el personal determina en gran medida la percepción que se construirá del servicio, mientras que el factor que no contribuye en que la dimensión tangibilidad aporte en gran medida a que los pacientes perciban una calidad de servicio son las señaléticas ubicadas en las

instalaciones internas y externas del centro médico ya que no cumple con los objetivos de brindar mensajes claros para orientar a los potenciales y actuales pacientes, controlar los espacios y ofrecer información oportuna.

3. El factor que aporta valor significativo a la dimensión confiabilidad es la gestión de citas que ejecuta el centro médico puesto que los pacientes se muestran satisfechos con la información exacta y oportuna de la hora y fecha de la consulta programada en la especialidad solicitada, ello debido a la comunicación efectiva entre el personal de admisión, encargada de gestionar citas y los médicos en sus diferentes especialidades, encargados de ejecutar dichas citas, asimismo, la cartera de profesionales con la que cuenta San Vicente que permite que los médicos logren adecuarse a los horarios solicitados, por otro lado el factor que no contribuye en construir una percepción positiva de la calidad del servicio dentro de la dimensión confiabilidad es el inicio de la consulta ya que indican que fue tardío, a consecuencia de la mala gestión de tiempos dentro de la misma.
4. El factor que aporta valor significativo a la dimensión capacidad de respuesta, es la explicación que los pacientes reciben por parte del médico tratante sobre su condición de salud o resultados de la consulta, refiriendo que gran parte del tiempo en el que se desarrolló la consulta, los profesionales de salud brindaron descripciones sencillas, frases cortas y evitaron tecnicismos propios de su formación brindándoles conocimiento previo para aceptar o no con mayor confianza el tipo de tratamiento a seguir, exámenes a realizarse o intervenciones quirúrgicas, mientras que el factor que resta valor a la dimensión capacidad de respuesta, limitando su contribución para que el servicio sea percibido en general como de calidad es la ejecución de la consulta sin respetar la programación y orden de llegada, ya que aparte de los resultados, los pacientes manifestaron que la insatisfacción radica en la hora de inicio de la consulta más que en la atención de acuerdo al orden de llegada, ello a causa de que la cita previa seguía

desarrollándose cuando la programación indicaba que ya tenía que iniciarse la siguiente cita, por lo que entre cita y cita se generaban retrasos cada vez más extensos.

5. El factor que aporta valor significativo a la dimensión seguridad, es el trato amable y respetuoso que el staff de profesionales de salud brinda a los pacientes ya que saluda con educación, muestra siempre una sonrisa, brinda un trato digno en todo momento de la atención y se muestra empático con la situación de vulnerabilidad e inseguridad por el que atraviesa el paciente, de lo contrario el factor que muestra mayor desaprobación dentro de la dimensión seguridad, no generando valor, es el dominio que mostro el medico al momento de absolver las dudas y/o preguntas que los pacientes formulaban, por lo que se concluye que no fue eficiente la intervención del profesional de salud debido a que no brindo información pertinente y necesaria para que los pacientes entiendan su situación de salud.
6. El factor que aporta valor significativo a la dimensión empatía, es el horario de atención del centro médico San Vicente dado que es adecuado y se adapta a sus necesidades; considerando que es un servicio que puede ser requerido a cualquier hora del día, los pacientes afirman que dicho horario les brinda mayor oportunidad para recibir una atención oportuna ante cualquier urgencia o emergencia, acceso a consultas y tratamientos médicos y la disponibilidad inmediata de los servicio de salud cuando se encuentre enfermos, mientras que el factor que contribuye de manera negativa en la construcción de la percepción sobre la calidad del servicio que brinda San Vicente es la poca consideración que tuvieron los médicos sobre las creencias de la enfermedad y curación que expresaron los pacientes, generando poca confianza e insatisfacción con el personal de salud.

Recomendaciones

1. La oferta de valor del centro médico San Vicente recae sobre sus fortalezas por lo que es importante impulsarlas, reforzarlas y potenciarlas, la dimensión seguridad mostro a través de los resultados obtenidos, aportar significativamente valor al servicio, por lo que es importante dar a conocer al personal de admisión y de salud sobre los resultados obtenidos, brindar los reconocimientos merecidos en cada área y construir estrategias para fortalecer la percepción que tienen los pacientes sobre la credibilidad de la empresa y la confianza hacia el talento humano, por otro lado es menester de cualquier empresa buscar la excelencia por lo que es vital mejorar las debilidades, en el presente caso la dimensión que representa lo anterior mencionado es el factor empatía, por consiguiente se debe realizar una propuesta de mejora. Por último, se deben realizar constantemente estudios para medir la calidad del servicio en base a la percepción de los pacientes.
2. Dentro de la dimensión tangibilidad, la fortaleza recae en la labor que realiza el personal encargado del área de admisión, ya que como se mencionó en el segundo ítem de las conclusiones dicho factor genera valor significativo para que el paciente perciba una atención de calidad, por este motivo es importante comunicar los resultados obtenidos así como valorar y premiar el desempeño realizado a través de recompensas económicas o simbólicas y reconocimientos públicos para aumentar la motivación y el compromiso hacia el logro de los objetivos del centro médico, sumado a ello es necesario registrar los procedimientos de atención que se ejecutan para estandarizarla y mejorarla progresivamente, por el lado de mejorar las debilidades el gerente con la participación activa del talento humano debe reestructurar las señaléticas del centro médico e investigar a través de un cuestionario si cumplen con el objetivo principal de orientar a los potenciales y actuales pacientes, controlar los espacios y ofrecer información oportuna.

3. Dentro de la dimensión confiabilidad, la fortaleza recae sobre la programación de citas debido a la comunicación efectiva que existe con los profesionales de salud que logra informar la fecha y hora de la consulta, potenciar dicho factor requiere la creación de una página web en la cual se pueda brindar información necesaria sobre los horarios disponibles de los médicos generales y especialistas y un espacio donde reservar una cita, dicha herramienta dinamizaría las programaciones, por otro lado la debilidad detectada es la atención fuera de la programación realizada, ello como ya se mencionó por una mala gestión de tiempos dentro de la misma, por lo que se recomienda re plantear el tiempo en el cual se desarrollan las citas, incrementando los minutos, ya que la demora en la culminación aplaza la atención del siguiente paciente.
4. Dentro de la dimensión capacidad de respuesta, la fortaleza recae en los profesionales de salud, ya que brindaron a los pacientes su diagnóstico o resultado de los exámenes realizados mediante descripciones sencillas, frases cortas y evitaron en la medida posible tecnicismos propios de su formación, dicho factor incrementaría su potencial si adicionalmente el médico tratante incrementara el tiempo de consulta para ejecutar una retroalimentación y de tal forma verificar que el paciente haya entendido adecuadamente su condición de salud o resultados expuestos por el profesional de salud, mientras que el factor que significa una debilidad para la presente dimensión es la ejecución de la consulta sin respetar la programación y orden de llegada, como se mencionó en el ítem cuatro de las conclusiones la insatisfacción de los pacientes recae esencialmente sobre el inicio de la consulta fuera de la programación, por lo que el ítem anterior brinda las recomendaciones para mejorar la debilidad tres y cuatro.
5. Dentro de la dimensión seguridad, la fortaleza recae en los profesionales de salud, debido a que brindan un trato respetuoso y amable a los pacientes del centro médico, complementario a ello el médico previamente a la cita debe revisar su historia clínica y

saludar por su nombre al pacientes y establecer una breve conversación, mostrando interés por otros temas personales, dicha acción incrementaría valor al factor en cuestión, por otro lado la debilidad identificada en la presente dimensión es a causa de los médicos ya que no absuelven efectivamente las dudas y/o consultas de los pacientes, dicho factor se mejora a través de la ejecución de una evaluación de desempeño al personal del salud que permita medir el nivel de conocimientos para identificar que médicos son los que se muestran incompetentes al momento brindar información pertinente, necesaria y oportuna para que los pacientes entiendan su situación de salud.

6. Dentro de la dimensión empatía, la fortaleza recae en el horario de atención, ya que se adecua a las necesidades de atención de los pacientes, por lo que un servicio adicional como la habilitación de un centro de atención de 24 horas a través de la aplicación de WhatsApp a cargo del director médico potencializaría dicho factor, ello a fin de facilitar información básica a los pacientes si se les presentara una emergencia que se pueda resolver en el domicilio, por último la debilidad identificada recae en el personal de salud ya que mostraron poca consideración sobre las creencias de la enfermedad y curación que expresaron los pacientes, la mejora se efectuaría a través de una capacitación a los médicos cuyo objetivo sea romper estereotipos y prejuicios, mediante la no catalogación del paciente.

Referencias

- Alcalde, P. (2010). *Calidad* (Segunda edición ed.). Madrid: Paraninfo. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Alcaraz, A., & Martínez, Y. (2012). Calidad en el Servicio. *Revista Panorama Administrativo*, 4. Recuperado el 18 de Setiembre de 2018, de <http://132.248.9.34/hevila/Panoramaadministrativo/2012/vol6/no11/5.pdf>
- Ballón, S. (2016). *Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay*. Tesis de pregrado, Universidad ESAN, Lima. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barquero, J., Rodríguez, C., Barquero, M., & Huertas, F. (2007). *Marketing de clientes: ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* (Segunda edición ed.). Madrid: McGraw-Hill. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación : administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera edición ed.). Bogotá: Pearson Educación. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Cabello, E., & Chirinos, J. (Junio de 2012). Validación y aplicabilidad de encuestas SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud. *Revista Medica Herediana*, 23(2), 8. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de <http://www.upch.edu.pe/vrinve/dugic/revistas/index.php/RMH/article/viewFile/1037/1003>

- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad: concepto, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Castillo, G. (2016). *Diagnóstico de la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario, año 2015*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/931/TESIS%20GLADYS%20JH%20SELYNE%20CASTILLO%20MORENO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Churampi, R. (2016). *Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la percepción de la calidad del servicio del sistema de administración académica en los estudiantes de la Facultad De Ingeniería de Sistemas de la UNCP 2016*. Tesis de postgrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3890/Churampi%20Cangalaya.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 18. Recuperado el Setiembre de 18 de 2018, de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Forrellat, M. (2014). Calidad en los servicios de salud: un reto ineludible. *SciELO Cuba*, 5. Recuperado el 18 de Setiembre de 2018, de <http://scielo.sld.cu/pdf/hih/v30n2/hih11214.pdf>
- Gutierrez, L. (2017). Importancia de la calidad del servicio al. *El blog Insignia*, 1. Recuperado el 17 de Setiembre de 2018, de <https://blog.elinsignia.com/2017/10/31/importancia-de-la-calidad-del-servicio-al-cliente/#comment-5097>

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Segunda edición ed.). México: McGrawHill. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edición ed.). México: McGraw-Hill. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos*. (Cuarta edición ed.). México: Cengage Learning. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del marketing* (Vol. Sexta edición). México: Prentice Educación. Recuperado el 21 de Enero de 2019
- Lara, R. (2002). La gestión de la calidad en los servicios. *Conciencia Tecnológica*, 6. Recuperado el 17 de Setiembre de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94401905>
- Miranda, H. (2017). *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, tienda 500 Huancayo, 2016-2017*. Tesis de pregrado, Universidad Continental, Huancayo. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/continental/3587/3/INV_FCE_CAN_T E_Miranda_Torres_2017.pdf.pdf
- Najera, A., Ramírez, T., & López, G. (13 de Octubre de 1997). Percepción de la calidad de la atención de los servicios de salud en México: perspectiva de los usuarios. *Instituto Nacional de Salud Pública.*, 10. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de <https://www.scielosp.org/pdf/spm/1998.v40n1/03-12/es>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación : cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis* (Cuarta edición ed.). Bogotá: Ediciones de la U. Recuperado el 21 de Enero de 2019

Reyes, H., Flores, H., Saucedo, A., Vértiz, J., Juárez, C., Wirtz, V., & Pérez, R. (7 de Enero de 2013). Percepción de los usuarios sobre la calidad de la atención ambulatoria en servicios de salud en México. *Instituto Nacional de Salud Pública*, 55(2), 5. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342013000800005

Schnarch, A. (2011). *Marketing de fidelización: ¿Cómo obtener clientes satisfechos y leales, bajo una perspectiva latinoamericana?* (Octava edición ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones. Recuperado el 21 de Enero de 2019

Seclén, J., & Darras, C. (2005). Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados. Perú, 2000. *Anales de la Facultad de Medicina*, 66(2), 16. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37966207>

Sierra, R. (2007). *Técnicas de investigación social : teoría y ejercicios* (Décima cuarta edición ed.). Madrid: Thomson editores. Recuperado el 21 de Enero de 2019

Valencia, E. (2015). *Aplicación del modelo ServQual para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY*. Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10269/1/UPS-GT001302.pdf>

Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 53. Recuperado el 21 de Enero de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y Servicio, Conceptos y herramientas*. (Tercera edición ed.). Bogotá: Ecoe. Recuperado el 21 de Enero de 2019

- Vega, Y. (8 de Julio de 2017). ¿Qué hacer para que el consumidor sea fiel al producto o servicio de una determinada empresa? *¿Qué hacer para que el consumidor sea fiel al producto o servicio de una determinada empresa?*, pág. 12. Recuperado el 18 de Setiembre de 2018
- Villagarcía, E., Delgadillo, L., Argüello, F., & González, L. (02 de Diciembre de 2016). Percepción usuaria de la calidad en los servicios de salud ISSEMyM. *Horizonte sanitario.*, 9. Recuperado el 03 de Diciembre de 2018, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/hs/v16n1/2007-7459-hs-16-01-00046.pdf>
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa* (Segunda edición ed.). México: McGraw Hill. Recuperado el 21 de Enero de 2019

Apéndices

Apéndice A. Matriz de consistencia

Factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.			
Problema	Objetivos	Variables y dimensiones	Metodología
<p>General:</p> <p>¿Cuáles son los factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente?</p> <p>Específicos:</p> <p>¿Cuáles son las características relevantes del factor tangibilidad de los pacientes del centro médico San Vicente?</p> <p>¿Cuáles son las características relevantes del factor fiabilidad de los pacientes del centro médico San Vicente?</p> <p>¿Cuáles son las características relevantes del factor capacidad de respuesta de los pacientes del centro médico San Vicente?</p> <p>¿Cuáles son las características relevantes del factor seguridad de los pacientes del centro médico San Vicente?</p> <p>¿Cuáles son las características relevantes del factor empatía de los pacientes del centro médico San Vicente?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.</p> <p>Específicos:</p> <p>Identificar las características relevantes del factor tangibilidad de los pacientes del centro médico San Vicente.</p> <p>Identificar las características relevantes del factor fiabilidad de los pacientes del centro médico San Vicente.</p> <p>Identificar las características relevantes del factor capacidad de respuesta de los pacientes del centro médico San Vicente.</p> <p>Identificar las características relevantes del factor seguridad de los pacientes del centro médico San Vicente.</p> <p>Identificar las características relevantes del factor empatía de los pacientes del centro médico San Vicente.</p>	<p>Variable:</p> <p>Factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementos tangibles - Confiabilidad - Capacidad de respuesta - Seguridad - Empatía 	<p>Enfoque:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Tipo de la investigación:</p> <p>Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Método de investigación:</p> <p>Científico</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Población:</p> <p>Pacientes atendidas en el centro médico San Vicente entre el mes de abril y el mes de diciembre del 2018. Siendo 587 pacientes atendidos.</p> <p>Muestra:</p> <p>Muestra finita utilizando el método de muestreo probabilístico estratificado simple. El tamaño de la muestra es de 65 pacientes.</p>

Apéndice B. Instrumento

N° de cuestionario:

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS PACIENTES DEL CENTRO MEDICO
SAN VICENTE**

Presentación:

Soy Rocio Suasnabar Ricaldi, bachiller de la carrera profesional de administración de empresas de la facultad de ciencias de la empresa, me encuentro realizando la tesis titulada “Factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente”, este cuestionario tiene como objetivo determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad de servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.

Confidencialidad:

La información proporcionada en el presente cuestionario será utilizada para fines académicos y su contenido será tratado en forma confidencial.

Instrucciones:

El presente cuestionario consta de 22 enunciados los cuales evaluarán su experiencia en los consultorios del centro médico San Vicente, cada enunciado cuenta con una escala cuantitativa, que son las siguientes:

Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Especialidad asistida:

1. Medicina general
2. Ginecología
3. Pediatría

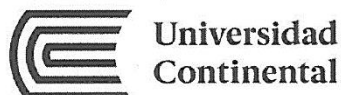
Edad: _____

Preguntas sobre el centro médico San Vicente	Escala Likert				
1. El centro médico San Vicente conto con equipos disponibles y materiales necesarios para su atención.	1	2	3	4	5
2. Los carteles, letreros y/o flechas ubicados en las instalaciones del centro médico San Vicente fueron funcionales al momento de su orientación.	1	2	3	4	5
3. El centro médico San Vicente conto con personal capacitado para mantenerlo informado y orientarlo.	1	2	3	4	5

4. Los consultorios y la sala de espera del centro médico San Vicente se encontraron limpios y fueron cómodos.	1	2	3	4	5
5. El personal de admisión del centro médico San Vicente lo orientó y explicó de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en las diversas especialidades.	1	2	3	4	5
6. En el centro médico San Vicente encontró y obtuvo cita facilidad.	1	2	3	4	5
7. En el centro médico San Vicente le informaron el día y/o la hora exacta de su consulta en el área solicitada.	1	2	3	4	5
8. Su historia clínica estuvo disponible o fue aperturada de manera rápida para su atención.	1	2	3	4	5
9. El médico del área asistida del centro médico San Vicente lo atendió en el horario programado.	1	2	3	4	5
10. En el centro médico San Vicente, la consulta se llevó a cabo respetando la programación y el orden de llegada.	1	2	3	4	5
11. La atención en el área asistida del centro médico San Vicente fue rápida.	1	2	3	4	5
12. El médico del área asistida del centro médico San Vicente explicó su problema de salud o resultado de la consulta con palabras fáciles de entender.	1	2	3	4	5
13. El médico del área asistida del centro médico San Vicente explico claramente el tratamiento a seguir como: tipo de medicamentos, dosis, efectos adversos.	1	2	3	4	5
14. El médico del área asistida del centro médico San Vicente le inspiro confianza para expresar su problema de salud.	1	2	3	4	5
15. Sintió seguridad al momento de realizar sus pagos de servicios, compra de medicamentos y/o obtención de servicios complementarios en el centro médico San Vicente.	1	2	3	4	5
16. El médico del área asistida del centro médico San Vicente tuvo un trato amable y respetuoso.	1	2	3	4	5
17. El médico del área asistida del centro médico San Vicente respondió a todas sus preguntas mostrando dominio del tema.	1	2	3	4	5
18. Las tarifas establecidas en el centro médico San Vicente en el servicio del área asistida estuvieron a su alcance.	1	2	3	4	5
19. El horario de atención del centro médico San Vicente le parece conveniente.	1	2	3	4	5
20. El médico del área asistida del centro médico San Vicente respeto sus creencias en relación a la enfermedad y su curación.	1	2	3	4	5
21. El médico del área asistida del centro médico San Vicente mostró interés en solucionar su problema de salud.	1	2	3	4	5
22. El médico del área asistida del centro médico San Vicente le brindó el tiempo necesario para contestar sus y/o preguntas sobre su problema de salud.	1	2	3	4	5

DNI _____

Apéndice C. Cuestionario



Nº de cuestionario: 18

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS PACIENTES DEL CENTRO MEDICO SAN VICENTE

Presentación:

Soy Rocio Suasnabar Ricaldi, bachiller de la carrera profesional de administración de empresas de la facultad de ciencias de la empresa, me encuentro realizando la tesis titulada "Factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente", este cuestionario tiene como objetivo determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad de servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.

Confidencialidad:

La información proporcionada en el presente cuestionario, será utilizada para fines académicos y su contenido será tratado en forma confidencial.

Instrucciones:

El presente cuestionario consta de 22 enunciados los cuales evaluarán su experiencia en los consultorios del centro médico San Vicente, cada enunciado cuenta con una escala cuantitativa, que son las siguientes:

Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Especialidad asistida:

- ① Medicina general
2. Ginecología
3. Pediatría

Edad: 37

Preguntas sobre el centro médico San Vicente	Escala Likert				
1. El centro médico San Vicente conto con equipos disponibles y materiales necesarios para su atención.	1	2	3	X	5
2. Los carteles, letreros y/o flechas ubicados en las instalaciones del centro médico San Vicente fueron funcionales al momento de su orientación.	1	2	3	X	5

3. El centro médico San Vicente conto con personal capacitado para mantenerlo informado y orientarlo.	1	2	3	4	5
4. Los consultorios y la sala de espera del centro médico San Vicente se encontraron limpios y fueron cómodos.	1	2	3	4	5
5. El personal de admisión del centro médico San Vicente lo orientó y explicó de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en las diversas especialidades.	1	2	3	4	5
6. En el centro médico San Vicente encontró y obtuvo cita facilidad.	1	2	3	4	5
7. En el centro médico San Vicente le informaron el día y/o la hora exacta de su consulta en el área solicitada.	1	2	3	4	5
8. Su historia clínica estuvo disponible o fue aperturada de manera rápida para su atención.	1	2	3	4	5
9. El médico del área asistida del centro médico San Vicente lo atendió en el horario programado.	1	2	3	4	5
10. En el centro médico San Vicente, la consulta se llevó a cabo respetando la programación y el orden de llegada.	1	2	3	4	5
11. La atención en el área asistida del centro médico San Vicente fue rápida.	1	2	3	4	5
12. El médico del área asistida del centro médico San Vicente explicó su problema de salud o resultado de la consulta con palabras fáciles de entender.	1	2	3	4	5
13. El médico del área asistida del centro médico San Vicente explico claramente el tratamiento a seguir como: tipo de medicamentos, dosis, efectos adversos.	1	2	3	4	5
14. El médico del área asistida del centro médico San Vicente le inspiro confianza para expresar su problema de salud.	1	2	3	4	5
15. Sintió seguridad al momento de realizar sus pagos de servicios, compra de medicamentos y/o obtención de servicios complementarios en el centro médico San Vicente.	1	2	3	4	5
16. El médico del área asistida del centro médico San Vicente tuvo un trato amable y respetuoso.	1	2	3	4	5
17. El médico del área asistida del centro médico San Vicente respondió a todas sus preguntas mostrando dominio del tema.	1	2	3	4	5
18. Las tarifas establecidas en el centro médico San Vicente en el servicio del área asistida estuvieron a su alcance.	1	2	3	4	5
19. El horario de atención del centro médico San Vicente le parece conveniente.	1	2	3	4	5
20. El médico del área asistida del centro médico San Vicente respeto sus creencias en relación a la enfermedad y su curación.	1	2	3	4	5
21. El médico del área asistida del centro médico San Vicente mostró interés en solucionar su problema de salud.	1	2	3	4	5
22. El médico del área asistida del centro médico San Vicente le brindó el tiempo necesario para contestar sus y/o preguntas sobre su problema de salud.	1	2	3	4	5

DNI 41147531

Apéndice D. Validación del instrumento, experto I



Universidad
Continental

JUICIO DE EXPERTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario dirigido a los pacientes del centro médico San Vicente para determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio.

Objetivo: Determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad de servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.

Apellidos y Nombres del Evaluador: Vicente Ramos Wagner Enoc

Grado Académico del Evaluador: Doctor, especialista en investigación

N°	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SI	NO
1	Los ítems del instrumento de recolección de datos reflejan el contenido temático.	<input checked="" type="checkbox"/>	
2	Los ítems están de acuerdo a las dimensiones e indicadores planteados en la operacionalización de variables	<input checked="" type="checkbox"/>	
3	Los ítems del instrumento permiten recoger información de acuerdo a los objetivos planteados	<input checked="" type="checkbox"/>	
4	Los ítems permiten demostrar las hipótesis	<input checked="" type="checkbox"/>	
5	El instrumento tiene estructura lógica	<input checked="" type="checkbox"/>	
6	Los ítems tienen una buena redacción	<input checked="" type="checkbox"/>	
7	Existe relación entre el ítem y la opción de respuesta	<input checked="" type="checkbox"/>	
8	Los ítems son suficientes	<input checked="" type="checkbox"/>	

Sugerencia del experto:

Considerar factor sexo, edad y tipo de especialidad en la que se atiende al paciente.

.....

.....

.....

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Huancayo, 08 de Febrero del 2019

Apéndice E. Validación del instrumento, experto II



JUICIO DE EXPERTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario dirigido a los pacientes del centro médico San Vicente para determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio.

Objetivo: Determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad de servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.

Apellidos y Nombres del Evaluador: Ríos Cataño Claudia

Grado Académico del Evaluador: Dra. en Ciencias

Nº	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SI	NO
1	Los ítems del instrumento de recolección de datos reflejan el contenido temático.	X	
2	Los ítems están de acuerdo a las dimensiones e indicadores planteados en la operacionalización de variables	X	
3	Los ítems del instrumento permiten recoger información de acuerdo a los objetivos planteados	X	
4	Los ítems permiten demostrar las hipótesis	X	
5	El instrumento tiene estructura lógica	X	
6	Los ítems tienen una buena redacción	X	
7	Existe relación entre el ítem y la opción de respuesta	X	
8	Los ítems son suficientes	X	

Sugerencia del experto:

El instrumento se adecua a los objetivos propuestos en el trabajo de investigación.

.....

.....

.....

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Huancayo, *08* de *febrero* del 2019


 Claudia Ríos Cataño

Apéndice F. Validación del instrumento, experto III



JUICIO DE EXPERTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario dirigido a los pacientes del centro médico San Vicente para determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio.

Objetivo: Determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad de servicio de los pacientes del centro médico San Vicente.

Apellidos y Nombres del Evaluador: Santillán Zapata Nivaldo

Grado Académico del Evaluador: Magister en Administración

Nº	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SI	NO
1	Los ítems del instrumento de recolección de datos reflejan el contenido temático.	X	
2	Los ítems están de acuerdo a las dimensiones e indicadores planteados en la operacionalización de variables	X	
3	Los ítems del instrumento permiten recoger información de acuerdo a los objetivos planteados	X	
4	Los ítems permiten demostrar las hipótesis	X	
5	El instrumento tiene estructura lógica	X	
6	Los ítems tienen una buena redacción	X	
7	Existe relación entre el ítem y la opción de respuesta	X	
8	Los ítems son suficientes	X	

Sugerencia del experto:

.....

.....

.....

.....

.....

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Huancayo, 13 de febrero del 2019

Apéndice G. Validación del instrumento

Análisis de confiabilidad del cuestionario dirigido a los pacientes del centro médico San Vicente para determinar los factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio.

La validez del instrumento comprende la validez de contenido y la validez de constructo, la primera se evaluó mediante el juicio de tres expertos, el primer evaluador fue el Dr. Vicente Ramos Wagner especialista en investigación, la segunda la Dra. Ríos Castaño Claudia especialista en ciencias y por último el Mg. Santillán Zapata Nivardo especialista en administración, cada especialista evaluó y dio visto bueno a cada uno de los ocho criterios planteados para asegurar un instrumento eficiente para lograr el objetivo de la investigación [Ver el apéndice D, E y F], el desarrollo de la validez por parte de cada experto en la materia se llevó a cabo entre el jueves 08 y el martes 13 del mes de febrero, las siguientes sugerencias fueron brindadas por el Dr. Vicente Ramos Wagner, las cuales son: considerar el factor sexo, edad y especialidad en la que se atendió el paciente, las mismas que fueron incluidas dentro del cuestionario. Por otro lado la segunda se validó con los resultados del Alfa de Cronbach mediante el cálculo del índice de fiabilidad a través del software SPSS versión 22, los resultados arrojados fueron los siguientes:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,874	22

Como podemos apreciar en la tabla el valor del Alfa de Cronbach es de 0.874. De acuerdo a la tabla de interpretación propuesto por Córdova Baldeón, 2013:

ESCALA	CATEGORIA
R=1	Confiabilidad perfecta
0,90 r 0,99	Confiabilidad muy alta
0,70 r 0,89	Confiabilidad alta
0,60 re 0,69	Confiabilidad aceptable
0,40 r 0,59	Confiabilidad moderada

0,30 r 0,39	Confiabilidad baja
0,10 r 0,29	Confiabilidad muy baja
0,01 r 0,09	Confiabilidad despreciable
R=0	Confiabilidad nula

Adicionalmente del resultado obtenido anteriormente, a continuación se observa la matriz de correlaciones de cada uno de los 22 ítems que conforman el instrumento de la presente investigación, las mismas cuya escala están sobre el 0,70 determinando una confiabilidad alta.

Estadísticas de total de elemento

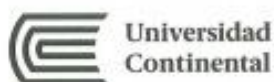
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. El centro médico San Vicente conto con equipos disponibles y materiales necesarios para su atención.	85,54	76,502	,884	,837
2. Los carteles, letreros y/o flechas ubicados en las instalaciones del centro médico San Vicente fueron funcionales al momento de su orientación.	85,48	76,222	,718	,869
3. El centro médico San Vicente conto con personal capacitado para mantenerlo informado y orientarlo.	85,05	81,795	,914	,873
4. Los consultorios y la sala de espera del centro médico San Vicente se encontraron limpios y fueron cómodos.	84,78	74,297	,588	,859
5. El personal de admisión del centro médico San Vicente lo orientó y explicó de manera clara y adecuada sobre los pasos o trámites para la atención en las diversas especialidades.	84,71	74,023	,209	,858
6. En el centro médico San Vicente encontró y obtuvo cita facilidad.	85,02	73,015	,358	,854
7. En el centro médico San Vicente le informaron el día y/o la hora exacta de su consulta en el área solicitada.	84,88	75,703	,404	,860
8. Su historia clínica estuvo disponible o fue aperturada de manera rápida para su atención.	84,82	79,840	,577	,867

9. El médico del área asistida del centro médico San Vicente lo atendió en el horario programado.	85,25	73,782	,648	,842
10. En el centro médico San Vicente, la consulta se llevó a cabo respetando la programación y el orden de llegada.	85,26	74,352	,663	,870
11. La atención en el área asistida del centro médico San Vicente fue rápida.	85,20	81,538	,559	,868
12. El médico del área asistida del centro médico San Vicente explicó su problema de salud o resultado de la consulta con palabras fáciles de entender.	84,98	72,828	,345	,854
13. El médico del área asistida del centro médico San Vicente explicó claramente el tratamiento a seguir como: tipo de medicamentos, dosis, efectos adversos.	85,46	66,190	,772	,839
14. El médico del área asistida del centro médico San Vicente le inspiró confianza para expresar su problema de salud.	85,17	76,768	,529	,862
15. Sintió seguridad al momento de realizar sus pagos de servicios, compra de medicamentos y/o obtención de servicios complementarios en el centro médico San Vicente.	85,11	76,035	,637	,862
16. El médico del área asistida del centro médico San Vicente tuvo un trato amable y respetuoso.	84,52	75,222	,550	,859
17. El médico del área asistida del centro médico San Vicente respondió a todas sus preguntas mostrando dominio del tema.	85,26	60,634	,877	,850
18. Las tarifas establecidas en el centro médico San Vicente en el servicio del área asistida estuvieron a su alcance.	85,29	72,273	,544	,854
19. El horario de atención del centro médico San Vicente le parece conveniente.	85,22	85,234	,664	,874
20. El médico del área asistida del centro médico San Vicente respetó sus creencias en relación a la enfermedad y su curación.	85,11	70,754	,839	,831
21. El médico del área asistida del centro médico San Vicente mostró interés en solucionar su problema de salud.	85,29	71,898	,810	,873
22. El médico del área asistida del centro médico San Vicente le brindó el tiempo necesario para	84,85	83,538	,880	,872

contestar sus y/o preguntas sobre su problema de salud.

En conclusión, el instrumento de la presente investigación tiene la categoría de confiabilidad muy alta.

Apéndice H. Carta de presentación



Universidad
Continental

“Año de la lucha contra la corrupción e impunidad”

Huancayo, 14 de enero de 2018

Doctor:
Luis Alberto Alvarado Erazo
Director Médico
CENTRO MÉDICO SAN VICENTE

Presente.-

Es grato dirigirme a usted para saludarlo a nombre de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental.

Mediante el presente documento solicitamos a usted y apelamos a su reconocida generosidad, para que autorice a la egresada Rocio del Pilar Suasnabar Ricaldi identificada con DNI y código Nro. 47718632, a realizar su Tesis de Grado en su prestigiosa empresa – “Factores relevantes de la percepción de la calidad del servicio de los pacientes del centro médico San Vicente”

Agradeciendo de antemano las facilidades que pueda brindarle, hago propicia la ocasión para expresarle las muestras de mi consideración.

Sin otro particular, me despido de usted, esperando su aceptación.

Atentamente.

Carlos Ricardo Salazar
Coordinador de la E.A.P.
Administración y Negocios Internacionales
Universidad Continental

Arequipa
Av. Los Incas S/N, La Cansaco II
José Luis Bustamante y Rivero
(054) 432 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
(054) 432 030

Huancayo
Av. San Carlos 7980
(054) 481 430

Lima
Av. Alfredo Mendiolá 5210, cruce
con Calle Los Hornos, Los Olivos
(01) 213 2160

Jr. Junín 355, Miraflores
(01) 213 2160

Cusco
Urb. Manuel Prado B-13
(084) 480 070

Apéndice I. Evidencias

