



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de
servicio en la Digemid - 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión Pública**

AUTOR:

Br. Lucy Beatriz Gonzáles Dávila

ASESOR:

Dra. Gliria Susana Méndez Ilizarbe

SECCIÓN

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración del Talento Humano

PERÚ 2017

Jurado

Dr. William Flores Sotelo
Presidente

Dra. Paula Viviana Lisa Dubois
Secretario

Dra. Gliria Susana Méndez Ilizarbe
Vocal

Dedicatoria

A mí querido esposo Marko Joel, por su comprensión, confianza, apoyo y empuje en la elaboración y conclusión de esta investigación.

A mis queridos hijos: Gerardo Ernesto, Patricia Lizeth, y mis bebés Ivana y Nicolás quienes son la fuente constante de mi motivación personal y profesional.

Les dedico este trabajo como ejemplo en su formación y por darme la fuerza para emprender el camino de la superación.

Agradecimiento

A Dios por permitirme llegar a este día.

A mi familia por su compañía, apoyo y comprensión, a mis compañeros y profesores por la grata experiencia de aprendizaje juntos.

Al Médico Leandro Huayanay Falconi, Asesor de la Digemid, por su gran y valioso apoyo en el desarrollo de la presente investigación.

A los usuarios externos de la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas - Digemid por su gran participación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Lucy Beatriz Gonzáles Dávila, estudiante del Programa. Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI 0960307, respectivamente con la tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios externos de la Digemid 2016”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 10 de junio de 2017

DNI N° 0960307

Lucy Beatriz Gonzáles Dávila

Presentación

Señores miembros del jurado

A los Señores Miembros del Jurado de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo, Filial Los Olivos presento la Tesis titulada: “Satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016”; dando cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo; para optar el grado de: Maestra en Gestión Pública.

La presente investigación está estructurada en siete capítulos. En el primero se expone los antecedentes de investigación, la fundamentación científica de la variable y sus dimensiones, la justificación, el planteamiento del problema, y los objetivos. En el capítulo dos se presenta la variable en estudio, la operacionalización, la metodología utilizada, el tipo de estudio, el diseño de investigación, la población, la muestra, la técnica e instrumento de recolección de datos, el método de análisis utilizado y los aspectos éticos. En el tercer capítulo se presenta el resultado descriptivo y el tratamiento de cada una de las dimensiones. El cuarto capítulo está dedicado a la discusión de resultados. El quinto capítulo está refrendado a las conclusiones de la investigación. En el sexto capítulo se fundamenta las recomendaciones y en el séptimo capítulo se presenta las referencias bibliográficas. Finalmente se presentan los anexos correspondientes.

La investigadora

Lista de contenido

	Página
Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Abstract	xii
I. Introducción	13
1.2. Fundamentación científica, técnica o humanística	25
1.3. Justificación	42
1.4. Problema	43
1.5. Hipótesis	48
1.6. Objetivos	48
II. Marco metodológico	50
2.1. Variable de investigación	51
2.2. Operacionalización de variables	52
2.3. Metodología	53
2.4. Tipo de estudio	54
2.5. Diseño de investigación	54
2.6. Población, muestra y muestreo	55
2.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	57
2.8. Métodos de Análisis de datos	61
2.9. Aspectos éticos	61
III. Resultados	62
IV. Discusión	72
V. Conclusiones	75
VI. Recomendaciones	78

VII. Referencias	82
ANEXOS	90
Anexo 1 Matriz de Consistencia	91
Anexo 2 Cuestionario sobre calidad de servicio	93
Anexo 3 Base de datos de la variable calidad de servicio	95
Anexo 4 Constancia emitida por la institución donde se realizó la encuesta	99
Anexo 5 Operacionalización de las Variables	100
Anexo 6 Certificado de validación = no aplica es un instrumento estandarizado	104
Anexo 7 Pantallazo Turniting	104

Lista de tablas

Tabla 1	Operacionalidad de la calidad de servicio	52
Tabla 2	Variable interviniente	53
Tabla 3	Confiabilidad cuestionario de calidad de servicio	60
Tabla 4	Género de los usuarios externos	63
Tabla 5	Ocupación de los usuarios externos	64
Tabla 6	Grado de instrucción de los clientes externos	65
Tabla 7	Resultados descriptivos	66
Tabla 8	Nivel de Satisfacción en la dimensión tangibilidad de la calidad de calidad de servicio	67
Tabla 9	Nivel de satisfacción en la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio	68
Tabla 10	Nivel de satisfacción en la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio	69
Tabla 11	Nivel de satisfacción en la dimensión seguridad de la calidad de servicio	70
Tabla 12	Nivel de satisfacción en la dimensión dela calidad de servicio	71

Lista de figuras

Figura 1: Género de los usuarios externos	63
Figura 2: Ocupación de los usuarios externos	64
Figura 3: Grado de instrucción de los usuarios externos	65
Figura 4: Niveles de la calidad de servicio	66
Figura 5: Nivel de satisfacción en la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio	67
Figura 6: Nivel de satisfacción en la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio	68
Figura 7: Nivel de satisfacción en la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio	69
Figura 8: Nivel de satisfacción en la dimensión seguridad de la calidad de servicio	70
Figura 9: Nivel de satisfacción en la dimensión empatía de la calidad de servicio	71

Resumen

El objetivo del presente trabajo de investigación es Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016 y como problema general ¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016?

El tipo de investigación es no experimental, diseño descriptivo simple transversal. Se utilizó el muestreo no probabilístico, intencional, porque todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, la muestra asciende a 130 usuarios que son todas las personas que demandan servicios o productos en la Dirección de Medicamentos, Insumos y Drogas, definidos como clientes externos. Se utilizó el cuestionario de calidad de servicio de Servqual.

Se obtuvo que en el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016: Muestran que el 43,85% manifiesta estar insatisfecho, 23,08% medianamente insatisfecho, 22,31% satisfecho y el 10,77% muy satisfechos. En cuanto a la satisfacción de la calidad de servicio.

Palabras clave: satisfacción, calidad de servicio

Abstract

The objective of this research is to identify the level of satisfaction of the external user regarding the quality of service in the Digemid 2016 and as a general problem What is the level of satisfaction of the external user regarding the quality of service in the Digemid 2016?

The type of research is non-experimental descriptive simple transverse design. Non-probabilistic, intentional sampling was used because all elements of the population are equally likely to be selected, the sample amounts to 130 users who are all people who demand services or products in the Directorate of Drugs, Supplies and Drugs, Defined as external clients. Servqual's quality of service questionnaire was used.

It was obtained in the level of satisfaction of the external user regarding the quality of service in the Digemid 2016. show that 43.85% say they are dissatisfied, 23.08% are moderately dissatisfied, 22.31% are satisfied and 10.77% Very satisfied. As for the satisfaction of the quality of service.

Key words: satisfaction, quality of service.

I. Introducción

1.1. Antecedentes

1.1.1. Antecedentes nacionales

Redhead (2015) en su tesis titulada Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013, para optar el Grado Académico de Magíster en Gerencia de Servicios de Salud. La presente investigación se desarrolló con el objetivo de establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del centro de salud "Miguel Grau" de Chaclacayo, en el año 2013. En la investigación se utilizó el diseño de investigación no experimental, transeccional y descriptivo correlacional. Para recoger la información utilizo el cuestionario de calidad de servicio (Servqual) y el cuestionario de satisfacción del cliente externo. La muestra fue de 317 de clientes externos del Centro de Salud "Miguel Grau" de Chaclacayo. El estudio concluyó que la calidad de servicio es regular y la satisfacción del usuario externo es regular según los encuestados que asisten al Centro de Salud Miguel Grau de Chaclacayo. Así mismo se demostró con esta tesis que sí existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, de los usuarios del Centro de Salud "Miguel Grau" de Chaclacayo, 2013.

Gonzáles (2014), en su Tesis: "El servicio de atención y la satisfacción del usuario del Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado – Sede Central, Lima 2013", presentada en la Universidad César Vallejo, Lima-Perú, estudio que tuvo como objetivo principal poder determinar si existía relación entre las variables servicio de atención y satisfacción. El estudio usó una metodología de investigación descriptiva - correlacional. Se planteó una estrategia diseñada de manera no experimental de corte transversal. Se consideró como población y muestra los usuarios de la sede central de Lima del Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado. La investigación basó su método de manera hipotético deductivo, usando como instrumento una adaptación del cuestionario de calidad de servicio basado en el modelo Servqual. El estudio concluyó que existe una correlación significativa moderada entre el servicio de atención y la satisfacción del usuario ($Rho=0,593$, $p=0,000$). Los datos de correlación evidencian que el

servicio de atención está relacionado de forma significativa moderada con la expectativa del usuario.

Fernández (2014) investigó sobre la calidad de la atención y grado de satisfacción del paciente cardíaco transferido de provincia a la consulta externa de cardiología del Incor 2009, Tesis de Maestría en Gerencia de Servicios de salud presentada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima Perú. El estudio tuvo como objetivo general medir la influencia de la calidad de atención y la satisfacción de pacientes atendidos en cardiopata y que hayan sido transferidos a consulta externa en el Instituto Nacional del Corazón - INCOR durante el periodo 2009. La investigación utilizó el diseño observacional, transversal y descriptivo correlacional. La población estuvo constituida por los pacientes que padecían cardiopatías, mayores de 15 años, los mismos que fueron referidos desde provincias y derivados al consultorio externo de Cardiología en el Instituto Nacional del Corazón en el periodo 2009. El estudio utilizó el Cuestionario Servqual administrado por medio de una entrevista. El proceso de datos se realizó a través del paquete estadístico SPSS 15.0 para Windows. El alpha de Cronbach's como fue usado también como herramienta aplicada, que obtuvo un valor de 0.821, los resultados obtenidos indicaron que los datos son confiables Se evaluó las 5 dimensiones en el Cuestionario Servqual: En la dimensión aspectos tangibles (71.28%), fiabilidad (84.04%) respuesta rápida (71.7%) dimensión seguridad (45.96%), dimensión empatía (61.49%), ($p=0.0010$), En la Dimensión seguridad se encontró el 52% de satisfacción. El estudio arribó a la conclusión que propone que la atención brindada al paciente referido al Instituto del Corazón desde provincia, no es un servicio de calidad según la percepción de los pacientes y guarda relación con el grado de insatisfacción encontrado en estos pacientes. Existió puntos sensibles de insatisfacción manifestados por los usuarios relacionados a la Infraestructura la misma que es considerada como no adecuada, así como el cumplimiento de horarios. Respecto a la satisfacción los rubros considerados fueron: los médicos capacitados encargados de atender a los pacientes y la presencia del personal: presentable, aseado y correctamente identificado.

Bolaños y otros (2009) tuvieron como objetivo determinar el nivel de satisfacción del usuario respecto a la calidad de atención en los CERETS de Lima y Callao. Realizó un estudio descriptivo y transversal. Se aplicó una encuesta a los usuarios que asisten a los centros. Se tomó una muestra de 120 usuarios entre mujeres y varones, donde se obtuvo un nivel de confianza del 85%, luego para el análisis correspondiente se emplearon tablas de frecuencia y la prueba de Chicuadrado. Dentro de los resultados obtenidos se reportó que 13 de los usuarios como nuevos y 107 como continuadores. Se obtuvo que el 65% de la muestra considera que el servicio es bueno, el 20.83% señaló que es muy bueno y el 14.17% es regular. El trato de consejería se reportó en el 23.3% como muy bueno y 64.2% bueno. En conclusión en la calidad de atención y consejería se evidencia una relación significativa entre ambas variables, donde se reportó que el trato del personal médico influye en el grado de satisfacción del usuario en un 89%.

Martínez y Zavaleta (2013) en la investigación titulada: "Calidad del servicio educativo y satisfacción de los estudiantes en la Escuela Profesional de Obstetricia de la Universidad Arzobispo Loayza", Tesis de Maestría en Educación, Universidad Cesar Vallejo, Lima – Perú. Cuyo diseño de investigación fue sustantiva, descriptiva, correlacional y transversal, siendo su población de estudio los estudiantes que cursaban el primer semestre de la conformado carrera profesional de Obstetricia en la Universidad Arzobispo Loayza en el año 2013, siendo un total de 416 estudiantes, tomándose una muestra a 201 estudiantes que cursaban la carrera profesional de Obstetricia en la Universidad Arzobispo Loayza en el año 2013, aplicándose la técnica de encuesta a escala multidimensional Servqual ,se realizó una investigación teniéndose como objetivo el determinar de la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones en la carrera profesional de Obstetricia en la Universidad Arzobispo Loayza en el año 2013; siendo la variable calidad de servicio educativo vista a la luz de cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía, teniéndose como resultado, aplicándose el coeficiente de correlación Pearson= 0,703; por lo cual se llegó a la conclusión de que existe

correlación alta entre las variables calidad de servicio y satisfacción; en consecuencia ambas variables se relacionan directa y significativamente, siendo necesario señalar que en el caso de la cuarta dimensión (fiabilidad) existe una brecha negativa, indicándose falencia en la apariencia de las instalaciones físicas; en el caso de la quinta dimensión, existe falencia en capacidad de la entidad de situarse en la posición del alumno que cursó la carrera profesional de Obstetricia en la Universidad Arzobispo Loayza en el año 2013; siendo notable para la presente investigación la utilización de escala multidimensional Servqual; teoría aplicada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, dimensiones que encuadran dentro de lo que buscamos investigar en nuestra variable, como es la calidad de servicio al usuario, pero aplicada en un contexto de usuarios del servicio que presta la Digemid.

Córdova (2007) en la Tesis: "Satisfacción del Usuario Externo en el área de emergencia del Hospital Grau, en relación con la motivación del personal de Salud", teniendo como problema de estudio el incremento del número de quejas del usuario externo en el área de emergencia del hospital Grau, que es un ente perteneciente a la red Almenara en Lima Metropolitana. La fuente de información se obtuvo luego de la obtención de un listado de problemas en el área de emergencia referidos por el personal de salud y el usuario externo y la identificación por un análisis priorizado del problema de acuerdo a los criterios de magnitud, tendencia, riesgo, capacidad de intervención e interés de la población de salud en dicho problema, siendo el objetivo a determinar el grado de satisfacción del usuario externo del área de Emergencia del Hospital Grau, en relación a la motivación del personal, cuyo tipo de investigación fue descriptivo, transversal y correlacional así como su diseño de investigación fue cuantitativo, siendo su población de estudio los usuarios externos (asegurados) en número de 8061 usuarios; para solicitar una atención en los servicios Medicina, Cirugía y Traumatología, con una muestra de 120 asegurados, el instrumento que se utilizó fue la encuesta teniéndose como objetivo en su investigación determinar si la calidad de servicio del personal de salud del área de Emergencia del Hospital Grau, influye sobre la satisfacción del usuario externo, por lo que al aplicarse la encuesta, se tuvo como resultado que el coeficiente de correlación = 0,558; por lo

que se llegó a la conclusión de que existe correlación baja entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, específicamente; el 33% de los usuarios externos se halla satisfecho, poco satisfecho en un 43%, y no satisfechos en un 24 %. Si existe una correlación estadísticamente significativa entre satisfacción del usuario externo con la motivación del personal de salud si sumamos los resultados de satisfacción (33%) y poca satisfacción (43%) en el servicio de emergencia. Se verifica que se realizó esta investigación en base a la teoría de Donabedian, quien define la Calidad de la atención como un tipo de atención que se espera y que va a maximizar el bienestar del paciente, una vez tenido en cuenta el balance de ganancias y pérdidas que se relacionan con todas las partes del proceso de atención; esta investigación resulta importante para mi investigación ya que influye positivamente en la búsqueda de la solución del problema principal como es las quejas que existieron en el área de emergencias del Hospital Grau, siendo el motivo principal para mi trabajo el plasmar en un documento las múltiples situación provocadas por la aplicación del plan piloto de creación de juzgados dentro de una comisaría.

1.1.2. Antecedentes internacionales

López (2014) investigó sobre la evaluación del servicio al cliente en las empresas farmacéuticas de Coatepeque. Tuvo como objetivo principal evaluar la forma en que se brinda actualmente el servicio al cliente en las instituciones en mención. La investigación es de tipo descriptiva y para realizar la recolección de datos se utilizó como instrumentos las encuestas a clientes, propietarios y colaboradores de las empresas farmacéuticas de Coatepeque, para detectar la percepción que tienen los clientes del servicio que vienen recibiendo. Los resultados demostraron la importancia que tiene que brindar un buen servicio, asimismo también reportó la necesidad que tienen los propietarios sometidos al estudio y se refirió a la falta de un método para evaluar el servicio prestado y la capacitación a colaboradores sobre atención y servicio al cliente, debido a que el servicio y la capacitación está motivado por incentivos económicos. Sin embargo no existe un plan de capacitación dirigido al personal para tener servicios eficientes y adquirir nuevas técnicas de atención.

Castillo y otros (2014) Investigaron sobre la satisfacción de usuarias del control prenatal en instituciones de salud públicas y factores asociados. Tuvo como objetivos determinar los factores asociados a la satisfacción de usuarias de servicios de control prenatal en instituciones de salud en Cartagena. El tipo de estudio fue analítico. Tomó una muestra de 712 embarazadas de bajo riesgo atendidas en 25 instituciones públicas. Aplicó la encuesta de satisfacción de usuarias externas de los servicios ambulatorios en instituciones prestadoras de servicios de salud IPS. Dentro de los resultados el 84% que equivalen a 598 manifestaron sentirse satisfecha con el servicio que recibieron e la IPS donde fueron atendidas. Son factores asociados a la satisfacción y el buen trato. En conclusión, la buena percepción de las usuarias, en relación a la interacción con el profesional que las atiende, es un factor determinante para estar satisfecha y puede favorecer la adherencia de estas al cuidado prenatal independiente de otros factores relacionados con la calidad de los servicios de salud.

Lota (2014) investigó sobre la satisfacción del Cliente del Servicio de Defensa del consumidor de la Municipalidad de Ensenada. Trabajo para optar al título de Magister MBA - Maestría en Dirección de Empresas. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas – Argentina. Tuvo como objetivo Evaluar el nivel de satisfacción de los clientes o usuarios del servicio de Defensa del consumidor de la Municipalidad de Ensenada en relación a 5 dimensiones: Elementos tangibles, Confiabilidad del servicio, Capacidad de respuesta. Seguridad y Empatía. Fue una investigación exploratoria y cuantitativa, donde se analizó y se determinó el nivel de satisfacción de los ciudadanos de la ciudad de Ensenada con respecto a los servicios públicos brindados específicamente el servicio que presenta la Defensa del Consumido Universidad Nacional de La Plata Facultad de Ciencias Económicas. El análisis de esta investigación, nos indica que la mayoría de los usuarios califican a la Organización del Servicio como Excelente y bueno con la particularidad que no se obtuvo por parte de los usuarios una calificación “Pésima” De igual manera con el objetivo de entender más ampliamente este resultado, indagaremos cada una de las dimensiones expresadas en la investigación. En relación a la Dimensión I Elementos Tangibles, el nivel de satisfacción de los equipos, las instalaciones

físicas y la apariencia física de los empleados tuvo un grado de satisfacción Bueno, sin embargo la apariencia visual de los elementos materiales de comunicación disminuyó el nivel de satisfacción total, ya que un porcentaje representativo de los usuarios perciben dichos elementos como Regulares. La mejor percepción por parte de los usuarios ubica a la apariencia física de los empleados en un resultado positivo relevante. La percepción superó las expectativas de los encuestados en todos los temas a evaluar, sin embargo de acuerdo a lo mencionado en la apariencia visual de los elementos fue más bajo el porcentaje. Respecto a la Dimensión II Confiabilidad, la mayoría de los usuarios perciben los 5 elementos que definen confiabilidad con la mejor calificación. El nivel de satisfacción fue algo más que bueno en el cumplimiento de los empleados, en su interés y su eficiencia. Su eficacia tuvo el mejor grado de satisfacción y el tiempo de cumplimiento del trabajo entre los 5 elementos tuvo un nivel de satisfacción Bueno. En la Dimensión III Capacidad de respuesta, el nivel de comunicación que tienen los empleados y su nivel de disponibilidad de atención, fueron percibidos por los usuarios con un grado de Satisfacción algo más que bueno, ubicando al nivel de disponibilidad como la mejor calificada de las dos. A pesar del alto resultado anterior el grado de disponibilidad para una atención inmediata tuvo un nivel bueno de satisfacción y en este aspecto se presentaron algunos usuarios con calificación media baja. Finalmente la mayoría de usuarios tiene una percepción buena frente a la velocidad del servicio en Secretaría de Defensa del consumidor. Respecto a la Dimensión IV Seguridad, el mejor grado de satisfacción se presentó en la seguridad que siente el usuario en las transacciones con el servicio y en el grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes. Este último con la calificación más alta de la mayoría de los usuarios. Un nivel de satisfacción bueno es el obtenido en la confianza del comportamiento de los empleados y en la amabilidad de estos. Solo unos pocos usuarios percibieron la Confianza como poco confiable y la seguridad como insegura. En la Dimensión V Empatía, el mayor nivel de satisfacción es el grado en que el servicio comprende necesidades, sin embargo en esta dimensión es donde las percepciones de los usuarios son distribuidas en aspectos positivos y negativos en proporciones similares, esto se presenta en la conveniencia de los horarios donde un 80/20 opina que son convenientes y en el nivel de

personalización donde un 20/80 opina que son despersonalizados. La importancia de las dimensiones para los usuarios coloca a Capacidad de respuesta como la más relevante, seguido de Seguridad en orden de prioridad, Confiabilidad se ubica en un nivel de importancia medio y elementos tangibles y empatía son los menos importantes para los usuarios. Hay que destacar que la Confiabilidad obtuvo la mejor ponderación en cuanto a la percepción de los usuarios. En cuanto a resultados de Expectativas y Percepciones globales, estos respectivamente son para los encuestados Bueno y Excelente con tendencia a Bueno para los usuarios, es decir que el servicio de la Secretaria de Defensa del consumidor en la Municipalidad de Ensenada tiene un grado de satisfacción algo Satisfactorio con tendencia a Bastante Satisfactorio. El marco comparativo con el análisis realizado en la Municipalidad de la Plata presenta un servicio Algo insatisfecho, con la empatía y los elementos tangibles con mayor grado de insatisfacción, teniendo en cuenta que similar al Municipio de Ensenada para los usuarios no presenta prioridad en el momento de evaluar al servicio. Por el contrario el Municipio de Ensenada presenta un servicio Satisfecho, donde la percepción de los usuarios en todos los casos supero sus expectativas y donde la Confiabilidad tiene el mejor grado de Satisfacción.

Morales y Vergara (2013), en la tesis: Dimensiones involucradas en la evaluación de satisfacción usuaria hacia seguros de salud en CHILE. Postgrado Economía y Negocios Universidad de Chile, para optar el grado de Magister en Administración. La investigación tuvo por objetivo central describir información proporcionada por distintos estudios de evaluación sobre percepción de satisfacción usuaria hacia seguros de salud en Chile. Fue una investigación de carácter descriptivo, donde se dan a conocer experiencias de otros países en relación a medición de satisfacción usuaria en la industria de salud, se estableció un marco teórico y práctico para describir como abordan el tema de la satisfacción usuaria en los seguros de salud de Chile. Sobre los aspectos metodológicos de este estudio la encuesta fue aplicada a hombres y mujeres de 18 años y más, beneficiarios (cargas/afiliados) de Fonasa e Isapres abiertas residentes en las zonas urbanas de todas las regiones del país y consta de dos muestras independientes: una para el universo de beneficiarios de Fonasa y otra para el

universo de beneficiarios de Isapre. El muestreo es estratificado por conglomerados en tres etapas, para cada una de las muestras y consideró 1.800 casos (917 para Fonasa y 883 para Isapre) con un error muestral máximo de 2,5%. Esta investigación abarcó 5 áreas de estudio: Sistema de Salud, GES, Centros de salud, conocimiento e imagen de la Superintendencia de salud e Instituciones públicas y examen de medicina preventiva. El resultado de la medición de percepción de satisfacción usuaria y calidad fueron los siguientes: Sobre la satisfacción se destacó que la satisfacción “es alta” a lo largo de la década (en que se realiza la encuesta) en los usuarios de Isapres, alcanzando un máximo de 90% en 2010 y un mínimo de 76% en 2005. En el caso de Fonasa, la satisfacción también es alta, aunque inferior, según se indicó, alcanzando el 2013 un 76% (el 2007 alcanzó un 82%). Se puso el acento en que tanto el 88% como el 76% de los usuarios con su Isapre o Fonasa, respectivamente, “son niveles altos de satisfacción.

Zelege (2012), en la investigación titulada *Impact of service quality on customer satisfaction at the public owned National Alcohol and Liquor Factory* (Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la empresa pública Fábrica Nacional de alcohol y licores), Tesis de Maestría en Liderazgo Empresarial, Universidad de South Africa. Tuvo como objetivo determinar la relación existente entre las variables calidad de servicio y satisfacción. Utilizó una metodología de investigación descriptiva correlacional. La estrategia diseñada fue no experimental transversal. La población fueron 4200 clientes en Addis Ababa-Etiopía, la muestra fueron 300 clientes. El método de investigación fue el hipotético deductivo. Se empleó la técnica de la encuesta para ambas variables. Se utilizó como instrumento una adaptación del cuestionario de calidad de servicio basado en el modelo Servqual. Concluyó: que existe una correlación significativa moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. Existe una correlación positiva significativa entre las cinco dimensiones de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. La más alta correlación fue entre aseguramiento y satisfacción ($r=0,866$, $p<0,01$), seguido de elementos tangibles y satisfacción ($r=0,705$, $p<0,001$) y entre confiabilidad y satisfacción ($r=0,610$, $p<0,001$). La correlación más débil fue entre capacidad de respuesta y

satisfacción ($r=0,246$, $p<0,001$), así como empatía y satisfacción ($r=0,236$, $p<0,001$).

Civera (2008) en la Tesis: “Análisis de la relación entre Calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido” – de Tres Hospitales de España, teniendo como problema de estudio la búsqueda de la relación de calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario de tres Hospitales de España Hospital de Alzira, Hospital 09 de Octubre y Hospital de Sagunto, siendo el objetivo de determinar la relación de Calidad del Servicio de Salud a partir de la percepción del usuario y su grado de satisfacción en cuanto a la atención brindada por Personal de Enfermería así como al Personal Médico de los Tres Hospitales referidos, cuyo tipo de investigación fue correlacional, así como su diseño de investigación fue transversal correlacional, siendo su población de estudio los usuarios mayores de 18 años que han utilizado los servicios de hospitalización de algunos de los dos Hospitales al menos tres veces dos veces al año, con una muestra de 399 entrevistas, Hospital de Valencia (con 92 encuestas) Hospital de Sagunto (171 encuestas) y Hospital de Alzira (136 encuestas) el instrumento que se utilizo fue la encuesta teniéndose como Hipótesis general que a mejor calidad de servicio de salud mayor será la satisfacción del usuario durante su estadía hospitalaria, teniéndose en cuenta que se ha limitado el estudio a Servicios de Hospitalización y Consultas Externas de Traumatología y Oftalmología; por lo cual se llegó a la conclusión de que la calidad de servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del usuario, en relación a la variable de la calidad de trabajo que realizan personal médico, es alta y positiva en el Hospital de Alzira en comparación del personal médico de los otros dos Hospitales; pero en el aspecto de confianza que inspira el mencionado personal médico es altísimo en el caso de los Tres Hospitales; determinándose así que existe relación entre mejor calidad de servicio de salud mayor será la satisfacción del usuario durante su estadía hospitalaria, siendo una recomendación final del tesista la mejor capacitación del personal médico y seguimiento constante; amparándose en la teoría de Parasuraman, Zeithaml y Berry, Calidad de Gronroos y en la teoría de la calidad de Eiglier y Langeard, calidad de Bolton y Drew, Calidad de Bitner. Resulta trascendental para mi

investigación ya que conforme a su contenido se logra verificar la existencia de la relación de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario, se verifica cuán importante es la calidad en el servicio que se presta por parte de una organización.

Galvis (2006) en la propuesta de trabajo de grado Calidad de atención de salud percibida por el usuario del área de consulta de Medicina de familia del ambulatorio urbano tipo III Venezuela. Mérida. Diciembre 2005 para optar el Grado de Especialista en Gerencia de Servicios Asistenciales de Salud – Universidad Católica Andrés Bello – Venezuela; tuvo como objetivo general medir la calidad de atención de salud percibida por el usuario del área de consulta de Medicina de Familia del Ambulatorio Urbano III Venezuela. Mérida. Diciembre 2005. Fue una investigación de carácter descriptivo, con un diseño transversal la muestra estuvo conformada por 15 usuarios siendo seleccionada por un muestreo aleatorio simple, el cual se le aplicó un instrumento tipo cuestionario para la recolección de los datos validado por tres expertos. Para el análisis de los resultados se utilizaron estadísticas descriptivas, mediante cifras absolutas y porcentajes. Resultados: Existe un predominio evidente del género femenino entre los usuarios estudiados, con una edad promedio de 36 años, el estado civil predominante fue el de solteros y la mayoría posee un nivel educativo de bachiller. La accesibilidad física, geográfica, organizacional, lingüística fue percibida entre buena y excelente. La accesibilidad económica entre deficiente y regular. La aceptación social y la pertinencia de los servicios fueron definidas entre buena y excelente. La percepción de la calidad fue definida entre buena y excelente en cuanto a eficacia, efectividad y equidad, contrastando con la eficiencia que fue percibida entre deficiente y regular. Las conclusiones que llega esta investigación en relación a los objetivos fueron: La percepción de la calidad de atención de salud percibida por el usuario del área de consulta de medicina de familia del ambulatorio urbano tipo III Venezuela. Mérida. Diciembre 2005, fue definida entre buena y excelente.

1.2. Fundamentación científica, técnica o humanística

1.2.1. Bases teóricas de la variable calidad de servicio

Para una mejor comprensión del concepto de calidad de servicio se deben conocer los conceptos de calidad, servicio y cliente en forma individual.

Calidad

La calidad de servicio comprende un conjunto de actividades que realiza una organización para satisfacer las necesidades de los usuarios, y para medir hasta qué punto un servicio está cumpliendo sus objetivos desde la perspectiva del usuario, es decir si una institución cumple su objetivo principal, esto es , si ofrece servicios de calidad que satisfagan sus necesidades.

Ros (2016) enfocó a la calidad:

Desde un punto de vista de visión externa cuya demanda del usuario incide en el marketing institucional, siendo el cliente el juez del servicio brindado, dejando a la institución en identificar sus necesidades a fin de brindar la satisfacción al cliente mediante cambio en los procesos específicamente los relaciones directamente a la atención del usuario (p.37)

Gomes (2013) refirió que:

La calidad, incluyendo la seguridad del paciente, es una cualidad de la atención sanitaria esencial para la consecución de los objetivos nacionales en salud, la mejora de la salud de la población y el futuro sostenible del sistema de atención en salud. La falta de calidad se manifiesta de múltiples formas incluyendo: Servicios de salud inefectivos, es decir, que no alcanzan el resultado esperado en salud. Se expresa en términos de injustificada variabilidad de la práctica clínica, aplicación de cuidados inoportunos o innecesarios, y un alto porcentaje de servicios no consistentes con el conocimiento profesional actual (MBE). La falta de calidad hace al servicio de salud inseguro

ocasionando daño material o humano, causando desconfianza y acciones legales que ocasionen reacciones prácticas de medicina defensiva. A nivel Regional, son ejemplos de lo anterior el excesivo número de casos de mortalidad materna y neonatal, de infección nosocomial, de uso irracional de medicamentos, y de fallos quirúrgicos. Servicios de salud ineficientes, con costos superiores a los necesarios para obtener el mismo resultado. (p.15-17)

Gomes (2013) manifiesta que:

El fenómeno de la falta de calidad contribuye a un aumento excesivo y permanente del gasto en salud sin el correspondiente mejoramiento del desempeño de los servicios de salud. Esto supone un costo de oportunidad para el servicio sanitario, retrayendo recursos que podrían invertirse, por ejemplo, en incrementar la cobertura de los servicios a las poblaciones más desprotegidas. Para el usuario, esto significa: Largas listas de espera, Horarios de atención incompatibles con sus posibilidades, Distancias excesivas al centro de atención sanitaria, Falta de medicamentos en los centros de atención. (p.18-20)

Gomes (2013) analiza que:

La falta de calidad corresponde a la insatisfacción de los usuarios y de los profesionales de salud con los servicios de salud. Se quejan de maltrato, falta de comunicación e inadecuación de instalaciones de salud. Los profesionales y trabajadores de salud, por su lado, sufren de desmotivación, sobrecarga de trabajo, y en los casos más extremos el síndrome de "burn out", lo que contribuye aún más al deterioro de la calidad del servicio prestado. La deficiencia de los marcos reguladores de la calidad tales como las normas y estándares técnicos, La falta de sistemas de información para la gestión adecuada de los recursos. A nivel de la prestación de servicios de salud individual, son causas de mala calidad: La desmotivación y la ausencia de trabajo en equipo y de relaciones de confianza adecuadas y las condiciones de trabajo inadecuadas. Cuatro principios de la Garantía de Calidad se orienta

hacia las necesidades y expectativas del usuario y de la comunidad se concentra en los sistemas y procesos de prestación de la atención Utiliza datos e información para analizar la prestación de la atención (Evidencia) Alienta el trabajo en equipo para la solución de problemas y la mejora de la calidad (p. 21-28).

Donabedian (1980) propuso una definición de calidad asistencial y que la formulaba de la siguiente manera: “la Calidad de la atención es aquella que se espera que pueda proporcionar al usuario el máximo y más completo bienestar después de valorar el balance de ganancias y pérdidas que pueden acompañar el proceso en todas sus partes” (p.29)

Uno de sus aportes más constantes es la reflexión del componente ético que define las relaciones en el ámbito de la calidad. Debió no solo la responsabilidad ética con los pacientes, sino la que afecta a los profesionales individuales, a los colegios profesionales, a los gestores y a la administración, aportando en todos los casos una visión profunda y global.

López (2013). Definió a la calidad en salud como:

El concepto de calidad integral se refiere a los procesos diagnósticos, terapéuticos o rehabilitadores, y poder aprovechar la oportunidad de que el paciente llegue al establecimiento y brindar el profesionalismo o competencia de los prestadores de servicios y a la tecnología disponible para ello; la calidad percibida es valorada fundamentalmente por los usuarios y es determinada por condicionantes de la satisfacción del usuario como equidad, fiabilidad, efectividad, buen trato, respeto, información, continuidad, tiempo de espera y confortabilidad. La calidad en la atención es un concepto que depende de la característica de los pacientes, varía con la edad, el sexo, el nivel educativo y socioeconómico, y los cambios del estado de salud, y además las características de los pacientes influyen en la actitud de los profesionales de forma que esto repercute a su vez en el de satisfacción del usuario. El servicio prestado a los pacientes está directamente relacionado con su estado emocional, así aspectos como la

accesibilidad, amabilidad y especialmente la mejora de su estado de salud son aspectos extremadamente importantes de la calidad del Servicio. La atención a la salud tiene tres componentes: la atención técnica, la relación interpersonal y el medio ambiente en el que se lleva a cabo el proceso de la atención. (p. 29-31).

La Organización Mundial de la Salud define la calidad asistencial de la siguiente forma: «Una atención sanitaria de alta calidad es la que identifica las necesidades de salud (educativas, preventivas, protectoras y de mantenimiento) de los individuos o de la población de una forma total y precisa, y destina los recursos necesarios (humanos y de otros tipos) a estas necesidades de manera oportuna y tan efectiva como el resultado actual del conocimiento lo permite».

Blanco y Lobato (2013).

La calidad es la totalidad de las características y aspectos de un producto o servicio en los que se basa su aptitud para satisfacer una necesidad dada”. La calidad no es un valor absoluto ya que las características y aspectos de cada de cada producto son diferentes, y además algunos de ellos son subjetivos. Existen diferentes niveles de calidad, siendo estos los más importantes: Calidad objetiva. Características físicas de un producto susceptibles de medidas utilizando criterios objetivos cuantificables. Calidad percibida. Capacidad de un producto para satisfacer las necesidades del consumidor desde el punto de vista del propio consumidor. Calidad comercial. Características mínimas de un producto que lo hacen idóneo para su comercialización. Calidad diferenciada. Características de un producto que superan la calidad comercial y que se le añaden para que el consumidor perciba el producto como superior al resto de los productos. Calidad Certificada. Características de un producto que se ajustan a un estándar normativo determinado y controlado por un organismo independiente de certificación de la calidad (p. 316-317)

Berry, (1995). "La calidad es entienda como la satisfacción de las necesidades de los usuarios, porque ellos son los que al final van a apreciar la calidad del bien o producto final y no el producto" (p. 12).

Mosqueda y Llaguno (1995). "Es el conjunto de características y atributos que busca la persona que sean eficientes permitiéndole diferenciar entre diferentes productos o servicios a fin de poderlos valorar y estar satisfechos completamente de ellos" (p. 8).

Grónroos (1994). "La intangibilidad de los servicios origina que éstos sean percibidos de una forma subjetiva" (p. 37).

Juran, (1999). "La calidad es sinónimo de eficiencia, porque donde hay eficiencia al crear un bien o brindar un servicio siempre estará presente la calidad. Buscando la satisfacción" (p. 9).

Para la Real Academia Española (1989). La calidad son las características naturales o que han sido adquiridas por las personas que permiten ser apreciadas por los usuarios, y estas a ser apreciadas y valoradas tienden a brindar comodidad, tranquilidad y satisfacción. También es la adecuación de un producto o servicio a las características especificadas. Estas definiciones establecen elementos importantes: la referencia a características o propiedades únicas que no se pueden separar y, su sensibilidad para valorar "algo" a través de ella. Asimismo, el acomodo a distinguir cualidades individuales determinándola de modo preciso.

Zeithaml, (1988). Manifiestó que el concepto calidad, "está referida a la calidad percibida, es decir la opinión que tiene el consumidor sobre la excelencia y superioridad de un servicio o producto significando una actitud positiva". (p. 3).

Crosby, (1988).

Calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya

malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad.

Por su parte Stoner (2006) aporta que la calidad; en el lugar de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto entraña hacer las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos.

Paz (2005) señala que “la calidad se refiere a no solo a la calidad de productos o de servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios” (p. 176). La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la institución, es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

Así mismo, Paz (2005) cuando se refiere a la calidad, indica que:

Ésta es un aspecto de nuestra actividad que día a día va permitiendo realizarse mejor como empleado, integrante de un grupo de trabajo y como individuos sin importar el ámbito en el que nos desenvolvemos. Además, mencionó que la calidad es la capacidad de ofrecer un servicio con un sentido definido. Representa la medida que se le da a un servicio/producto cuando se ha logrado resolver un problema, satisfacer una necesidad o formar parte de la cadena por la que se agrega valor (p.27)

Calidad es el “grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos” (ISO 9001 :2008)

De acuerdo con Colunga (2005), la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los usuarios, como pueden ser: la reducción de costos, presencia

y permanencia en el mercado y la generación de empleos. También indica que la calidad depende básicamente de la capacidad de la institución para detectar apropiadamente los requerimientos de los usuarios y de los conocimientos tecnológicos necesarios para elaborar el diseño que los satisfaga.

Partiendo de las diversas definiciones de calidad, se resume que de una u otra forma el grado en que el diseño de un bien o servicio, expresado a través de un conjunto de especificaciones, contiene los atributos que van a satisfacer las necesidades de los usuarios

Calidad de servicio

Inicialmente los esfuerzos por definir la calidad del servicio se inclinan a hacerlo de acuerdo con los criterios de recibir dinero en calidad de préstamo, con la consecuente adaptación a las especificaciones definidas por el productor. Prueba de esto es que, en 1972, Levitt propone aplicar a la producción de los servicios definiciones y técnicas de control de calidad similares a las de la manufactura. A este enfoque de la calidad se le conoce como calidad objetiva, que se refiere a la superioridad medible y verificable del servicio frente a un ideal estándar (Zeithaml, 1988).

Un cambio en la visión objetiva de la calidad del servicio se gesta a partir de Grönroos (1982 y 1984), quien manifiesta que dada su inmaterialidad, los servicios requieren una activa interacción entre el comprador y el proveedor. Esta relación origina el concepto de calidad del servicio percibida, que implica el juicio subjetivo del cliente sobre el servicio que recibe. Introducir la percepción conlleva formular el concepto de calidad del servicio desde la óptica del cliente (Gil, 1995).

Desde una perspectiva de la mercadotecnia, existe relativo consenso entre los investigadores acerca de que la concepción de la calidad del servicio debe ser personal y subjetiva, es decir, debe considerar la percepción del cliente (Grönroos, 1984). Desde esta óptica, la definición que goza de mayor aceptación entre académicos e investigadores es la propuesta por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), para quienes la calidad del servicio, además de ser un constructo

elusivo que puede ser difícil de medir, es el resultado de la comparación de las expectativas o deseos del consumidor frente a un proveedor y sus percepciones con respecto al servicio recibido.

El análisis de la calidad en el servicio se inicia formalmente con el artículo de Parasuraman, Zeithaml y Berry, catedráticos de marketing que realizaron una investigación de calidad de los servicios en 1985, creando una escala para calificar a las empresas de servicios de acuerdo a cinco dimensiones: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, y es a partir de esa investigación que se propusieron un modelo de calidad en el servicio.

En 1998 el modelo fue redefinido y denominado Servqual por los mismos autores el cual se considera que la calidad del servicio es una noción abstracta, debido a las características fundamentales del mismo, pues es intangible, heterogéneo e inseparable. Dichos autores, consideran a la calidad del servicio como el resultado de la discrepancia entre las expectativas y la calidad percibida.

El concepto de calidad de la atención (Castro, 2012). Detalla:

La tendencia actual es la de considerar la calidad de la atención como una propiedad compleja, que puede ser sometida a un análisis sistemático y a una evaluación aceptable, que lejos de ser perfecta, es suficiente para los propósitos prácticos de generar información que permite la toma de decisiones, dirigidos a proporcionar una atención de buena calidad para los usuarios de los sistemas de seguridad social en salud (p.61)

La calidad de atención se entiende como cumplir con los requisitos que tiene el cliente, ya que satisfacerlos debe ser la parte fundamental de la filosofía de negocios y el enfoque central del plan estratégico de toda empresa, ya que el mejorar continuamente los productos y el servicio haciéndolos de calidad significa el elemento clave del éxito de las empresas.

Partiendo de las diversas definiciones de calidad, se resume que de una u otra forma el grado en que el diseño de un bien o servicio, expresado a través de un conjunto de especificaciones, contiene los atributos que van a satisfacer las necesidades de los usuarios.

Características de la calidad de servicio

La calidad puede ser vista desde diferentes puntos de vista. Por una parte se busca la completa satisfacción del usuario para diferentes fines, por otra parte puede ser el lograr la máxima productividad por parte de los miembros de la institución que genere mayores utilidades, también se puede ver como un grado de excelencia, o bien puede ser parte de un requisito para permanecer en el mercado aunque no se esté plenamente convencido de los alcances de la calidad.

Sin embargo, el objetivo fundamental y el motivo por el cual la calidad existe, es el cumplimiento de las expectativas y necesidades de los usuarios. Al respecto Carlos, (2005) lo establece de la siguiente manera: "Calidad es satisfacer al usuario. En ese sentido, para lograr los objetivos que se plantee la institución en cuanto a la calidad, y ya conocido el sentido de ser de la misma, es necesario conocer cuáles son los principios de la calidad para ponerlos en práctica.

Cliente: Organización o persona que recibe un producto

En este concepto también se puede denominar a cliente como: consumidor, usuario, minorista, beneficiario y comprador.

Definición conceptual: Son definiciones que se obtiene de diccionarios y libros especializados (Kerlinger y Lee, 2002).

Definición operacional: Conjunto de procedimientos que describen las actividades que un observador debe realizar para su investigación. Trata de señalar claramente cómo se van a manipular o medir las variables.(Hernández, Fernández y Baptista 2010, p. 120)

Expectativas

Las expectativas del usuario, son opiniones sobre la entrega del servicio que sirven como estándares o puntos de referencia contra los cuales se juzga el desempeño. Saber lo que espera el cliente es el primer paso y tal vez el más importante en la entrega de servicio de calidad (Zeithaml, Bitner, Gremler, 2009).

Las expectativas pueden significar lo que los usuarios creen que ocurrirán en una situación de servicio o lo que los clientes desean del servicio. Y son los “deseos” de los clientes sobre el servicio lo que da forma a sus percepciones de la calidad del servicio de una organización.

Parasuraman y Berry, confirman que los servicios están dominados por calidades de experiencia, atributos que solo se pueden evaluar significativamente después de un trámite y durante la presentación de la misma el usuario: examina el conocimiento de la habilidad de la organización para detectar y cumplir con las expectativas necesidades del usuario. Se examinan los procesos actuales destinados a conocer al usuario y sus necesidades y la percepción pública de los servicios entregados por la organización. Respuesta de doble vía: cómo la Institución conoce las “necesidades” de sus usuarios y cómo el usuario “percibe” lo que la Institución hace o le entrega.

Percepción y Expectativas

Leonard L. Berry y Parasuraman, comprenden que la Calidad del servicio es tanto realidad como percepción la química de lo que realmente tiene lugar en el encuentro del servicio, y como el cliente percibe lo que ocurre fundamentándose en sus expectativas del servicio.

Percepción

Las percepciones son evaluaciones subjetivas reales de la experiencia del Servicio. Es lo que el cliente realmente experimenta con el servicio (Zeithaml, Bitner, Gremler, 2009).

La percepción es el proceso por medio del cual los individuos seleccionan, organizan e interpretan los estímulos dentro de un panorama coherente y

significativo del mundo. La percepción tiene implicaciones estratégicas para los mercadólogos porque los consumidores toman decisiones basándose en lo que perciben, más que sobre la base de la realidad objetiva.

Modelo Servqual para medir la calidad de servicio

El modelo Servqual es un instrumento de evaluación fue elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Berry cuya finalidad es mejorar la calidad de servicio que se brinda en las instituciones. Se emplea un cuestionario tipo para la evaluación al cliente, el cual consiste en medir las expectativas del servicio que va recibir y la percepción del servicio recibido. La diferencia entre ambas actitudes es el índice de satisfacción del usuario y se utiliza cinco dimensiones:

Elementos Tangibles (aparición de las instalaciones físicas, equipos, personal, y materiales de comunicación)

Capacidad de Respuesta (disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido)

Fiabilidad (Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa)

Seguridad (conocimiento y atención de los métodos empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza.

Empatía (interés y nivel de atención individualizada)

Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio, es el indicador que se obtiene mediante el tratamiento adecuado de la información que se obtiene al aplicar ésta herramienta de evaluación (Dávila, 2003)

Dimensiones de la calidad de servicio

El análisis de la calidad en el servicio se inicia formalmente con el artículo de Parasuraman, Zeithaml y Berry, catedráticos de marketing que realizaron una investigación de calidad de los servicios en 1985, creando una escala para calificar a las empresas de servicios de acuerdo a cinco dimensiones: Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, y es a

partir de esa investigación que se propusieron un modelo de calidad en el servicio.

En 1998 el modelo fue redefinido y denominado Servqual por los mismos autores el cual se considera que la calidad del servicio es una noción abstracta, debido a las características fundamentales del mismo, pues es intangible, heterogéneo e inseparable. Dichos autores, consideran a la calidad del servicio como el resultado de la discrepancia entre las expectativas y la calidad percibida. A continuación se describe las dimensiones de la calidad de servicio.

Dimensión: Tangibilidad

La cual se encuentra relacionado con la infraestructura, distribución física de los diferentes procesos, servicios disponibles para el visitante, medios y materiales de comunicación y la apariencia de los gestores de atención.

Müller (2003), señala “los elementos tangibles representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio” (p. 12)

Elementos tangibles: Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal. Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985.

Son las percepciones relacionadas a los aspectos físicos que el usuario percibe en la entidad al acceder, movilizarse y gestionar sus trámites. Podemos enumerar entre ellos la iluminación, la acústica-ruido, la ventilación, la temperatura, distribución para el desplazamiento en el interior, los flujos de cada proceso, los SSHH, la limpieza, la tecnología de información, la información en sí y finalmente la imagen del personal de Digemid.

Dimensión: Capacidad de respuesta

Comprende la disponibilidad de ayudar al usuario y la precisión para proveer una pronta respuesta manteniendo un trato respetuoso y cordial. “Es importante transmitir seguridad y convicción al brindar la respuesta a la consulta formulada o problema planteado; así como, la sensación de que hemos hecho todo lo que está en nuestras manos para brindarle una solución” (Müller, 2003) Esta dimensión está más asociada a la capacitación de los empleados de Digemid en los procesos brindados como servicio.

También, representa la disposición de ayudar a los clientes y proveedores de un servicio rápido. (Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)

Dimensión: Fiabilidad

Se muestra a través de la capacidad de cumplir con el servicio prometido de forma puntual y confiable. Comprende el poder enlazar los procesos externos iniciados con cada usuario con los propios a realizarse en Digemid, de modo tal que el sistema se vea confiable pues generalmente involucra dinero. Si se identifican errores durante la atención, buscar soluciones de forma inmediata para no mellar la confiabilidad del cliente en el sistema y para mejorar el mismo. “La confiabilidad está más asociada a la calidad de los procesos y es un factor esencial en la prestación del servicio al contribuyente pues su percepción permite una mejor apertura de su parte para comunicar y resolver sus problemas cumpliendo el principal objetivo institucional” (Müller, 2003).

Fiabilidad: Implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio de forma adecuada y constante. (Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).

Dimensión: seguridad

A decir de Müller (2003), La seguridad es “parte de la gestión de la calidad orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad” (p.10).

La seguridad de la Calidad consiste, por tanto, en seguir una línea de actuación dirigida a conseguir trabajar en base a un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implantadas dentro del Sistema de Calidad de la empresa. Comprende la actuación de los empleados siguiendo los lineamientos de protocolo de atención y el conocimiento de la ejecución del servicio. Al respecto, Müller (2003), En consecuencia, el aseguramiento comprende poder brindar información; para este caso relacionado con los trámites administrativos, con respeto, amabilidad y veracidad; siendo que este servicio de orientación debe ser brindado de una manera fácil, sencilla y precisa. Cabe agregar que, los protocolos y lineamientos para la absolución de consultas tienen como finalidad proporcionar un instrumento de actuación uniforme a los profesionales ante la atención y servicio requerido por los usuarios sobre los distintos servicios que presta la Digemid.

En ciertos servicios, la seguridad representa el sentimiento de que el cliente está protegido en sus actividades o en las transacciones que realiza mediante el servicio. (Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)

Dimensión: Empatía

La palabra empatía deriva del término griego *Empháteia* (sentir dentro afecto), pero no será hasta finales del S. XVIII cuando, a partir del término alemán *Einfühlung* (sentirse dentro de), se hace una verdadera aproximación etimológica a lo que hoy en día entendemos por empatía. Implica la atención personalizada y buena comunicación con el usuario. Müller (2003), “La empatía es una habilidad propia del ser humano que nos permite establecer una comunicación cordial con los demás” (p. 98). Esta es una habilidad primordial para todo personal que presta atención directa al público. Aun cuando esta es una habilidad innata que se debe tener en cuenta al momento de la selección del personal, se puede desarrollar un grado razonable de empatía a través de la capacitación en técnicas de atención al cliente. Esta es una dimensión asociada a la selección del personal y su capacitación.

Así mismo, es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes. (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985)

Decía Gandhi que “las tres cuartas partes de las miserias y malos entendidos en el mundo terminarían si las personas se pusieran en los zapatos de sus adversarios y entendieran su punto de vista”. Desde el punto de vista de las relaciones interpersonales, la empatía es la habilidad para “ponerse en el lugar del otro ”y“ hacérselo saber.

Satisfacción del usuario

La satisfacción es entendida como la conformidad expresada por el usuario en función de las expectativas que este tiene respecto a la atención que recibe en las diferentes áreas que integran a todas las dimensiones de la calidad.

Consecuentemente diríamos que la satisfacción del usuario de los servicios de salud vendría a ser un resultado importante del trabajo realizado en los servicios de atención de salud y de acuerdo a este se determinaría su posterior utilización y el seguimiento adecuado de las indicaciones por parte del usuario.(Castillo Soto, 2013)

La satisfacción del usuario externo es la diferencia entre la percepción y la expectativa del usuario; siendo un usuario satisfecho aquel usuario cuya diferencia entre su Percepción y Expectativa (P-E) tiene un valor positivo o igual a cero y el usuario insatisfecho aquel usuario cuya diferencia entre su Percepción y Expectativa (P-E) tiene un valor negativo. Para lo cual es importante saber que Expectativa (E) es la valoración de lo que el usuario espera del servicio y Percepción (P) la valoración del servicio recibido por el usuario.

La satisfacción es en otras palabras la diferencia entre la expectativa que tiene el usuario antes de recibir el servicio y la percepción después de haber recibido el servicio.

Características socio demográficas

En la presente investigación se ha tomado algunas variables socio demográficas, características que están presentes en la población y que pueden ser medibles las cuales juegan un papel importante a la hora de explicar la consistencia, Entre estas citaremos: el sexo, el nivel de estudios y la ocupación.

Cliente

Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa («Real Academia Española», s. f.)

Cliente interno: Son aquellas personas dentro de la Institución, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativas, administrativas o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.

Cliente externo: Son aquellos que no pertenece a la Empresa u Institución y va a solicitar un servicio o a comprar un producto.

Grado de instrucción: Nivel de instrucción de una persona es el grado más elevado de estudios realizados o en curso («Real Academia Española», s. f.)

Ocupación: Trabajo, empleo u oficio («Real Academia Española», s. f.)

Usuario

Dicho de una persona: Que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación. U. m. c. s. («Real Academia Española», s. f.)

Sexo: Condición orgánica, masculina o femenina, de los animales y las plantas («Real Academia Española», s. f.)

La calidad de servicio y las Normas ISO en las instituciones del estado

Existe en la actualidad algunas Instituciones que están certificadas en Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008, que es una norma Internacional que

ayuda a las instituciones a ordenarse en un enfoque basado en procesos, que cuando se implementa, mejora la eficacia de un SGC, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

Además, cuenta con definiciones relacionado a la calidad que mencionaremos en esta investigación:

Requisito: necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria

Servicio

Kotler (2006) lo enuncia como “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (p. 656).

Para Fisher y Navarro (1994), el servicio se define como: “Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios”

Por su parte Cantú (2011) menciona que “un servicio es la actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o las instalaciones físicas de servicio, a fin de satisfacer un deseo o una necesidad de usuario” (p. 119).

Duque (2005) el “Servicio es el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor” (p. 64).

Kotler & Armstrong, 2001 “Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo” (p. 7)

“En términos simples los servicios son acciones, procesos y ejecuciones” (Zeithaml & Bitner, 2009).

Con estas definiciones se resume que el servicio es cualquier actividad o proceso que busca satisfacer necesidades al usuario, sean estas intangibles o no.

1.3. Justificación

La ejecución de esta investigación, se justifica por las siguientes razones:

Justificación Teórica

La presente investigación permitirá obtener resultados que posibiliten la realización de investigaciones futuras que coadyuven a mejorar la satisfacción del usuario externo, respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016.

La investigación es importante en la medida que la Digemid considera un análisis de la satisfacción, respecto a la calidad de servicio que brinda la Digemid, asimismo, identificar patrones de comportamiento que permitan reconocer la cultura que prevalece en el interior de los mismos. El objetivo del presente trabajo es mostrar los resultados del estudio sobre satisfacción de los usuarios externos, respecto a la calidad del servicio.

Justificación práctica

Desde el punto de vista práctico la investigación contribuirá de manera específica con los resultados que a la vez servirá de teoría, complementándola con la ya existente, la cual servirá para estudios del mismo rubro o para otro tipo de instituciones que estén interesados en lo referente a la satisfacción del usuario externo, respecto a la calidad de servicio. Es indudable, que las instituciones en cualquiera de sus niveles se benefician de los resultados porque les permitirá corregir ciertos errores.

Justificación Social

La contribución del presente trabajo es que formará parte de los antecedentes y aportes para futuros estudios en lo que respecta a la calidad de servicio con respecto a las expectativas y percepción de los usuarios, lo que permitirá conocer realmente la satisfacción de los servicios que se les ofrece a los usuarios de la

Digemid 2016. De acuerdo a los resultados que se obtengan se podrán diseñar estrategias orientadas al bienestar de los usuarios p de esa población.

Justificación legal

Aspecto legal: Jurídicamente las organizaciones se sustenta en la constitución política del estado, y en el artículo 2.inciso 5, establece que toda persona tiene derecho de exigir información sin expresión de causa .Así mismo en la ley 27785, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Controlaría General de la República del 22 de julio del 2002, Art.6” El control gubernamental consiste en la supervisión, vigilancia y verificación de los actos de los resultados de la gestión pública. La asignación de los Recursos Financieros, Art. 86 Ingresos Propios de las I.E, publicas, Art. 87 “La Transparencia de los Recursos Financieros. Por lo tanto en La ley N° 27815,ley del Código de Ética de la Función Pública y su reglamento, de igual manera Ley N° 27806, La ley de acceso a la información pública, más conocida como la ley de transparencia administrativa, publicada y por consecuencia en la Ley N° 28708,Ley general del sistema nacional de contabilidad en su Art. 4º,inciso b, señala como unos de los objetivos de dichos sistemas es ,” Elaborar la cuentas generales de la república a partir de las rendiciones de cuentas de las entidades del sector públicos.

1.4. Problema

Realidad problemática

A través de una revisión teórica del tema calidad de servicio materia de esta investigación , se ha podido evidenciar que en todas la investigaciones revisadas manifiestan que desde tiempos antiguos la calidad ha sido tema de interés, muchos expertos en el tema a lo largo de la historia lo han conceptualizado, pero la definición no se ha mantenido fija, ha ido en continuo progreso y enriquecimiento, es así que adquirió considerablemente importancia en las instituciones y organizaciones tanto a nivel internacional, nacional y local. Cabe señalar que con la globalización y modernización que se vive en el mundo actual y los constantes cambios se busca lograr mayor eficiencia en las organizaciones, esto quiere decir que los empleados, tienen como misión proporcionar una

atención de calidad fundada en una sólida base de conocimientos y habilidades, mediante la aplicación de juicios y razonamientos acertados en un sistema de valores claros y convenientes demostrando responsabilidad en el que hacer de sus funciones ya que el usuario tiene derecho a recibir la mejor calidad de servicio.

Como parte de ese fenómeno de globalización, se habla hoy día del servicio al cliente; y es que la tendencia mundial es enfocar las organizaciones hacia la satisfacción de sus clientes, que son los protagonistas principales y el factor indispensable en las instituciones u organizaciones.

La calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988).

En nuestro país, el estado através de la Secretaria de Gestión Pública de la Presidencia de Consejo de Ministros PCM están trabajando en uno los retos de la administración pública que consiste en diseñar e implementar políticas públicas, que busquen transformaciones que permitan integrar y conectar las acciones del Estado orientadas a atender de manera impecable las necesidades de los ciudadanos. Es indispensable, que se adopten medidas que ayuden a aligerar la reforma del Estado y para ello se requiere promover un proceso de modernización que apunte a alcanzar una gestión pública orientada a resultados que impacten en el bienestar de los ciudadanos, que genere igualdad de oportunidades y garantice el acceso a servicios públicos de calidad.

Ante lo antes expuesto, el estado en los últimos años viene trabajando significativamente en la Modernización del Estado

Asimismo, las entidades del estado tienen como protagonistas a los usuarios internos (personal de Digemid) y externos (establecimientos farmacéuticos) y así como a todo ciudadano que necesite hacer un trámite administrativo, ya que son ellos quienes directamente se benefician con una

atención personalizada, eficiente y de calidad de algún organismo desconcentrado de salud.

Actualmente, la satisfacción de los usuarios es utilizada como un indicador para evaluar las intervenciones de los servicios, pues nos proporciona información sobre la calidad percibida en los aspectos de estructura, procesos y resultados.

Evaluar la calidad de la atención desde la perspectiva del usuario es cada vez más común, es lo que se evidencia en la Digemid. A partir de ello, es posible obtener del encuestado en conjunto de conceptos y actitudes asociados a la atención recibida, con los cuales se obtiene información que beneficia a la institución, los servicios a usuarios en sus necesidades y expectativas.

Se sabe que existen distintas formas de medir la calidad percibida, así como la medición de la satisfacción del usuario, en ese sentido, la finalidad de la Digemid es establecer normas y procedimientos técnicos para la investigación de reclamos que formule los usuarios

El servicio al cliente es una de las necesidades imprescindibles de toda institución en la actualidad; por ello, la gerencia evalúa de manera constante las diferentes características que pueden ayudar a brindar un adecuado servicio al cliente. Asimismo el objetivo de la calidad de la atención es satisfacer las necesidades de sus usuarios, y el análisis de la satisfacción es un instrumento de medida de la calidad de la atención; por lo que el nivel de satisfacción del usuario comprende ser tratado de manera digna y respetuosa, con cortesía, amabilidad y que los traten a través de un lenguaje adecuado y comprensible.

La Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (en adelante Digemid), es un órgano de línea del Ministerio de salud y es el órgano técnico normativo en la ejecución del Proceso de Control de Medicamentos, Insumos y drogas cuyo objetivo funcional es poner al alcance de la población productos farmacéuticos y afines de calidad, seguros y eficaces, y promocionar el uso racional de medicamentos.

Cuando un ciudadano se acerca a alguna entidad percibe que al realizar un trámite en cualquier institución del sector público existe una alta probabilidad de recibir un mal trato, tanto de parte de las autoridades, los funcionarios o los trabajadores. El usuario del sector público, considera que siempre pasa demasiado tiempo (días, meses y más) antes de ser atendido; entonces el simple proceso de sacar una consulta para atención médica, consultar medicamento, en fin un trámite cualquiera, se convierte en un trámite engorroso y que requiere de tiempo, pero además el usuario es maltratado psicológicamente es decir vulneración a su condición de persona.

Frente a la situación planteada, la Digemid es la institución encargada de brindar servicios de calidad a los usuarios, por lo que considera importante la implementación sistemas de control de calidad, el mismo que pueda ser evaluado periódicamente, con la finalidad de alcanzar las metas trazadas y prepararse para las evaluaciones correspondientes.

De otro lado, se busca incrementar los niveles de eficacia y eficiencia de la Digemid como objetivo permanente por lo que en los últimos años se desarrollaron herramientas novedosas que permitirán que los resultados sean monitoreados y evaluados.

Conocer la percepción que tiene el usuario constituye un aporte de vital importancia para desarrollar un servicio de calidad. Para los usuarios la calidad depende principalmente de su interacción con el personal y de aspectos tales como trato amable, tiempo de espera, competencia técnica, accesibilidad en la atención, etc.

Por otra parte, cualquier tipo de servicio que priorice por encima de todo al usuario, estará cubriendo además de la capacidad técnica otros aspectos tales como el respeto, bienestar, trato digno y responsable, etc.

De acuerdo a los programas sociales tienen como principal objetivo lograr la satisfacción de las necesidades de los usuarios conociendo a través de este

indicador profundizar en el análisis, la calidad del servicio y las deficiencias o aspectos que se requieran mejorar.

Entonces, la Digemid, ve la calidad en la prestación de los servicios como un tema de preocupación medular en la gestión de calidad, no solamente porque se trata de mejorar las capacidades para optimizar los servicios sino porque son responsables de proteger la vida de las personas.

Todo lo mencionado constituye la priorización de esfuerzos a fin de lograr ser más competentes en la atención de los usuarios, por parte de la Digemid.

Los clientes que vienen hacer algún trámite a Digemid, son profesionales que tienen que ver con laboratorios, importadoras, droguerías y persona natural que necesite la autorización de una receta.

Todo lo anterior se presenta en la siguiente pregunta: ¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016?

Sobre la problemática identificada, se formuló la solución correspondiente al nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid. Si se aplica calidad de servicio en todos los actos; entonces, se puede alcanzar la satisfacción del usuario que recurre a una dependencia pública.

Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016?

Problemas específicos

Problemas Específico 1

¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016?

Problemas Específico 2

¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio en la Digemid 2016?

Problemas Específico 3

¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016?

Problemas Específico 4

¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad de la calidad de servicio en la Digemid 2016?

Problemas Específico 5

¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión empatía de la calidad de servicio en la Digemid 2016?

1.5. Hipótesis

Hipótesis no aplica

1.6. Objetivos**Objetivo General**

Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016

Objetivos Específicos**Objetivos específico 1**

Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016

Objetivos específico 2

Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio en la Digemid 2016

Objetivos específico 3

Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016

Objetivos específico 4

Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad de la calidad de servicio en la Digemid 2016

Objetivos específico 5

Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión empatía de la calidad de servicio en la Digemid 2016

1.7. Propósito de estudio

El propósito de estudio es proporcionar información válida a la gestión de la Digemid para implementar un plan de mejora continua de la calidad que permita regular y consolidar el desempeño en forma continua y constante de tal manera que la calidad de servicio prestada sea más efectiva, eficaz y orientada siempre a la satisfacción del usuario externo de la Digemid.

II. Marco metodológico

2.1. Variable de investigación

2.1.1. Definición conceptual de la variable: Calidad de servicio

La calidad del servicio es una evaluación centrada que refleja la percepción del cliente de las dimensiones específicas del servicio: la tangibilidad, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía. La satisfacción, por otra parte, es más inclusiva: está influenciada por las percepciones de calidad del servicio, y el precio, así como los factores situacionales y los factores personales (Gowan 2011, p. 257).

2.1.2. Definición operacional de las variables.

La idea básica para entender el sentido de la palabra calidad debe ser el de satisfacer las necesidades y expectativas. La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del cliente, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el cliente (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 15)

Dimensiones:

Elementos tangibles: las instalaciones físicas, equipos, y el aspecto del personal.

Capacidad de respuesta: disposición para ayudar a los clientes y proporcionar rápido servicio.

Fiabilidad: habilidad para realizar el servicio prometido en forma fiable y precisa.

Seguridad: el conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.

Empatía: el cuidado, la atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes.

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, pág. 23)

2.2. Operacionalización de variable

Tabla 1

Operacionacionalización de variable calidad de servicio

Dimensiones	Indicadores	ítems	Escala de medición
1. Tangibilidad	Porcentaje de clientes que indican que la calidad es buena en cuanto a la tecnología y las instalaciones físicas de la Digemid	1 - 4	1. Totalmente en desacuerdo
	Porcentaje de clientes que indican que la calidad profesional es buena en la Digemid		
	Porcentaje de clientes que indican que la calidad de los materiales relacionados a los servicios son buenos.		
	Porcentaje de clientes que indican que la calidad en cuanto la puntualidad y rapidez es bueno.		
2. Capacidad de respuesta	Porcentaje de clientes que indican que la calidad en cuanto la al disposición de ayudar es buena.	10 - 13	2. En desacuerdo
	Porcentaje de clientes que indican que la calidad con respecto a la promesa de hacer algo en cierto tiempo, debe cumplirlo		
3. Fiabilidad	Porcentaje de cliente que indica que la calidad respecto al sincero interés en solucionarlo cierto problema es buena.	5 - 9	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	Porcentaje de clientes que se siente seguro por la calidad de servicio recibido.		
4. Seguridad	Porcentaje de clientes que indican que el nivel de calidad con respecto al apoyo del ministerio es bueno	14 - 17	4. De acuerdo
	Porcentaje de clientes que indican que el nivel de calidad por la atención personalizada y la preocupación de atender necesidades específicas, es buena.		
5. Empatía	Porcentaje de clientes que indican que el nivel de calidad en cuanto al horario de trabajo es bueno en la Digemid	18 - 22	5. Totalmente de acuerdo.

Variables sociodemográficas

Tabla 2

Variable interviniente

Variable	Definición conceptual	Tipo	Indicador	Criterio de medición	Escala de medición
Sexo	Condición orgánica que distingue a la persona, determinada según características fenotípicas externas	Cualitativa	Femenino Masculino	Hombre Mujer	Nominal
Instrucción	Nivel de estudios alcanzados por el encuestado	Cualitativa	Técnico Superior	Años de estudio	Ordinal
Ocupación	Labor o quehacer que realiza el encuestado	Cualitativa	Químico Farmacéutico Representante Legal Tramitador	Tipo de trabajo	Nominal

2.3. Metodología

La metodología utilizada para esta investigación científica consistió en ejecutar en una serie de etapas de las cuales se busca comprender, comprobar, corregir y aplicar el conocimiento por medio del uso del método científico, procurando tener información importante y fiable. Sobre el método científico Ruiz (2007) al respecto señala que “es como un conjunto de pensamiento universal que conforman un conocimiento sistemático de la realidad. Y es así que el método procura una adecuada elaboración de ese pensamiento universal” (p.24).

El método empleado en este estudio fue deductivo con un enfoque cuantitativo. Según Carraco (2009). El método deductivo, es “cuando luego de analizar las teorías generales arribamos a conclusiones específicas” (p. 270). Esto quiere decir que a los resultados de la encuesta se hizo una interpretación con el fin de tener criterios básicos de la estructura de la investigación.

2.4. Tipo de estudio

El presente investigación que está en función al objetivo del estudio se puede determinar que el trabajo se ubica en el nivel de investigación básica al respecto Carrasco (2009) en relación a la investigación básica refiere: “es la que no tiene objetivo práctico específico, pues sólo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimiento científico existente acerca de la realidad” (p.43). Estudio se fundamenta en la teoría científica que permiten ampliar y profundizar los contenidos materia del proceso de investigación.

Sobre la investigación básica:

Es conocida también como investigación teórica, pura o fundamental. Está destinada a aportar un cuerpo organizado de conocimientos científicos y no produce necesariamente resultados de utilidad práctica inmediata. Se preocupa por recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento teórico-científico, orientado al descubrimiento de principios y leyes. (Valderrama, 2013, p. 164)

2.5. Diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental descriptivo. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2014) los estudios descriptivos únicamente pretenden medir información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas. En este estudio el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, que se medirá y sobre que o quienes se recolectarán los datos. Describiendo tendencias de un grupo o población.

Este diseño parte de la consideración de dos o más investigaciones descriptivas simples; esto es, recolectar información relevante en dos o más muestras con respecto a un mismo fenómeno o aspecto de interés y luego caracterizar este fenómeno en base a la comparación de los datos recogidos,

pudiendo hacerse esta comparación en los datos generales o en una categoría de ellos (Hernández, et al., 2014, p.152).

2.6. Población, muestra y muestreo

Población

La población de la presente investigación estuvo conformada por todos los usuarios externos de la Digemid. Los registros indican que la población de usuarios externos asciende a 1100 personas por día en promedio que hacen uso de los servicios. Hernández et al (2014 p. 174), define a la población como “el conjunto de todas las cosas que concuerdan con determinadas especificaciones esto se entiende como la totalidad de los sujetos posibles a ser analizados”, definiéndose como una población finita.

Es por ello, de acuerdo con Sánchez et al. (2009) en la investigación se empleó el muestreo no probabilístico intencional, donde “la representatividad (de la población) se da en base a una opinión o intención particular de quien selecciona la muestra y por lo tanto la evaluación de la representatividad es subjetiva” (p.147).

Muestra

Por su parte, Ballestrini (1997), refiere que: cuando el universo de estudio está integrado por un número reducido de sujetos por ser una población pequeña y finita, se tomaran como unidades de estudio e indagación a todos los individuos que la integran, por consiguiente, no se aplica criterios muestrales (p.141).

Según Hernández (2014), la muestra “es esencia de un subgrupo de la población se aplica en consecuencia muestreo censal debido a que los sujetos constituyen un grupo reducido por lo cual se trabajó con totalidad de la población (p.173).

Además, Hernández et al (2014), sostiene que “este tipo de muestras son esenciales en los diseños de investigación transeccionales” (p.175).

Para el estudio la muestra estuvo conformada por 130 usuarios externos de Digemid.

Para determinar el tamaño de la muestra se calculó con (Kerlinger, 1975), la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times O \times N}{(N-1) \times E^2 + Z^2 \times P \times Q}$$

- n : Tamaño de la muestra a calcular
 Z : 1.96 (valor tabular de distribución normal para un nivel de significancia del 5%)
 E : Máximo error tolerable (8.07 %)
 P : Grado de probabilidad que el fenómeno ocurra (0,5)
 Q : Grado de probabilidad que el fenómeno no ocurra nada (0,5)
 N : Tamaño de la población

Reemplazando valores de la fórmula tenemos:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times O \times N}{(N-1) \times E^2 + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 1100}{(1100 - 1) \times 0.0807^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{1,056.44}{8.11762651}$$

$$n = 130.141 \quad \text{Redondeando, } n = 130$$

Muestreo

El tipo de muestreo que se empleó en la investigación fue no probabilístico. De acuerdo con Vara (2008) este tipo de muestreo no se basa en el principio de la

equi-probabilidad, sino que tiene sus propios criterios de selección (conocimientos del investigador, comodidad, economía, etc.) procurando que la muestra sea lo más representativa posible. Asimismo, Fernández et al (2010) afirma que en el muestreo no probabilístico la selección de los elementos no depende de la probabilidad sino de causas relacionadas a las características de la investigación o de quien hace la muestra. Para el estudio la muestra estuvo conformada por 130 usuarios externos de Digemid.

Criterio de selección de la muestra

Para la selección de la muestra se consideraron los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

Criterio de inclusión

Usuarios que aceptaron ser parte de la investigación

Usuarios de establecimientos farmacéuticos, (droguerías, laboratorios e importadoras) y usuarios que van a visar sus recetas y pedir información.

Usuarios que asistieron a Digemid los días programados para la encuesta

Criterio de exclusión

Usuarios que no aceptaron ser parte de la investigación

Usuarios que no son de establecimientos farmacéuticos, (droguerías, laboratorios e importadoras) y usuarios que van a visar sus recetas y pedir información.

Usuarios que no asistieron a Digemid los días programados para la encuesta

2.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

La recolección de datos de la variable se obtuvo mediante la técnica de la encuesta.

La encuesta según Hamui *et al.* (2013) puede ser estructuradas con preguntas cerradas que corresponden al formato de la encuesta;

semiestructuradas que se centran en algún tema y desestructuradas o abiertas que corresponden al relato de la vida.

Para Sabino (1992), la encuesta “es una forma específica de interacción social cuyo fin es recolectar datos para una investigación, se realizan preguntas que sean comprensibles, se realiza una encuesta donde uno busca recoger informaciones y el otro es la fuente de esas informaciones”. (p.116). En el estudio se utilizó la encuesta semiestructurada, enfocada al tema de la satisfacción del usuario con preguntas de fácil comprensión y puntuales.

Instrumento de recolección de datos

Para Hernández, Baptista (2010), manifiesta que el instrumento de medición es un “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre la variable que tiene en mente los medios que utilizamos en cada técnica para recolectar la información, en cuya redacción se han tomado en cuenta las variables e indicadores correspondientes” p (217).

El instrumento utilizado en la presente investigación fue el cuestionario. Según Carrasco (2013), precisa que el cuestionario “es el instrumento de investigación social más usado cuando se estudia gran número de personas, ya que permite una respuesta directa., mediante la hoja de preguntas que se le entrega a cada una de ellas. Las preguntas estandarizadas se preparan con anticipación y previsión” (p.318).

Likert (1932) desarrolló un procedimiento en el cual la escala representa un continuo bipolar. El extremo bajo representa una respuesta negativa, mientras que el extremo alto representa una respuesta positiva. La ventaja de utilizar el formato tipo Likert frente a la lista de verificación se refleja en la variabilidad de las puntuaciones que resultan de la escala. La escala de Likert es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios y de uso más amplio en encuestas para la investigación mide las actitudes en contextos sociales, permite que el usuario pueda variar el grado en que coincide con una declaración sobre el servicio o producto que ha recibido.

Así también, Hernández et al (2010), manifiestan que el instrumento de medición es un “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre la variable que tiene en mente los medios que se utilizamos en cada técnica para recolectar la información, en cuya redacción se han tomado en cuenta las variables e indicadores correspondientes” (p. 276).

Ficha técnica del instrumento

Variable N° 01: Medición de Calidad de Servicio

Ficha Técnica

Nombre del Instrumento	: Servqual
Autor	: Zeithaml, V. Parasuraman, A. Berry, L.
Año	: 1998
Tipo de instrumento	: cuestionario
Objetivo	: Determinar el nivel de calidad de servicio.
Población	: usuarios de la Digemid
Número de ítems	: 22 ítems que mide expectativa del usuario 22 ítems que mide percepción de los usuarios
Aplicación	: Directa
Tiempo de administración	: 30 minutos
Lugar de aplicación	: Digemid, Av. Parque de las Leyendas N° 240, San Miguel

Confiabilidad de los instrumentos

El instrumento se sometió a la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, Tamayo (2007, p. 68), quien define que la obtención que se logra cuando aplicada una prueba repetidamente a un mismo individuo o grupo, o al mismo tiempo por investigadores diferentes, da iguales o parecidos resultados indica que el instrumento es confiable. El estadístico utilizado es el alfa de Cronbach, el cual requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente. En este caso la prueba piloto se realizó en 20 usuarios.

Tabla 3

Confiabilidad cuestionario de calidad de servicio

	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Calidad de servicio	0.870	22

Fuente: Elaboración propia (2016)

Interpretación:

Considerando la siguiente escala De Vellis (García, 2006, p.8)

Por debajo de .60 es inaceptable

De .60 a .65 es indeseable.

Entre .65 y .70 es mínimamente aceptable.

De .70 a .80 es respetable.

De .80 a .90 es buena

De .90 a 1.00 Muy buena

Siendo los coeficientes de Alfa de Cronbach superiores a 0.80 lo que indicaría que el grado de confiabilidad del instrumento es buena.

Servqual

Esta variable fue medida con el instrumento de Servqual, que consta de 3 preguntas sociodemográficas y 22 preguntas de expectativas y percepciones respectivamente, distribuidas en cinco dimensiones.

Para Bernard y Caldero (2000) un instrumento “es un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. Cada instrumento se distingue por su forma y contenido”. (p.2)

Según Fabregues, Meneses, Rodriguez y Paré (2016) el cuestionario “es el instrumento estandarizado que utilizamos para la recolección de datos durante el

trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas” (p. 24)

2.8. Métodos de Análisis de datos

Se encuestó a una muestra de 130 usuarios externos, el tiempo promedio estimado para cada uno fue de 20 minutos aproximadamente, y se les aplicó los instrumentos de estudio, con el objetivo de recolectar la información sobre la variables de investigación. Culminada la tarea de recolección de datos se procedió con el conteo y tabulación de datos, los cuales fueron procesados, analizados y sistematizados de acuerdo a las variables de análisis correspondientes: análisis estadísticos, análisis interpretativos, presentación en tablas y figuras estadísticas a través del programa SPSS 22 en español.

2.9. Aspectos éticos

Se seguirá los siguientes principios:

Reserva de identidad de los trabajadores.

Citas de los textos y documentos consultados.

No manipulación de resultados.

III. Resultados

3.1. Resultados descriptivos

Tabla 4

Género de los usuarios externos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	88	67,7
	Masculino	42	32,3
	Total	130	100,0

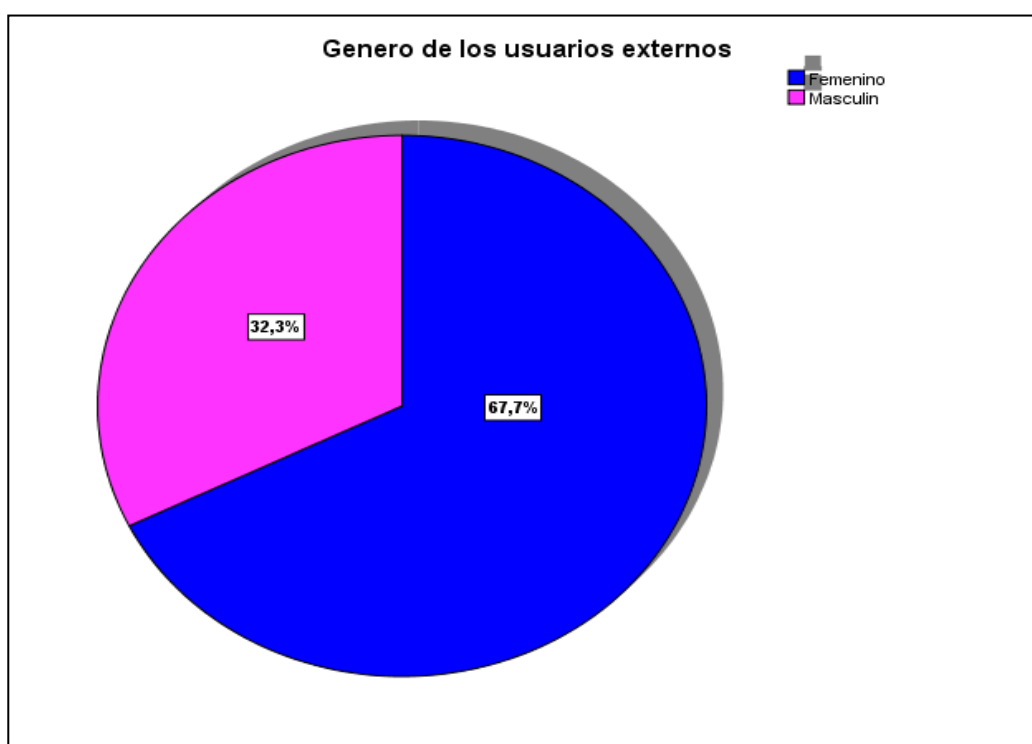


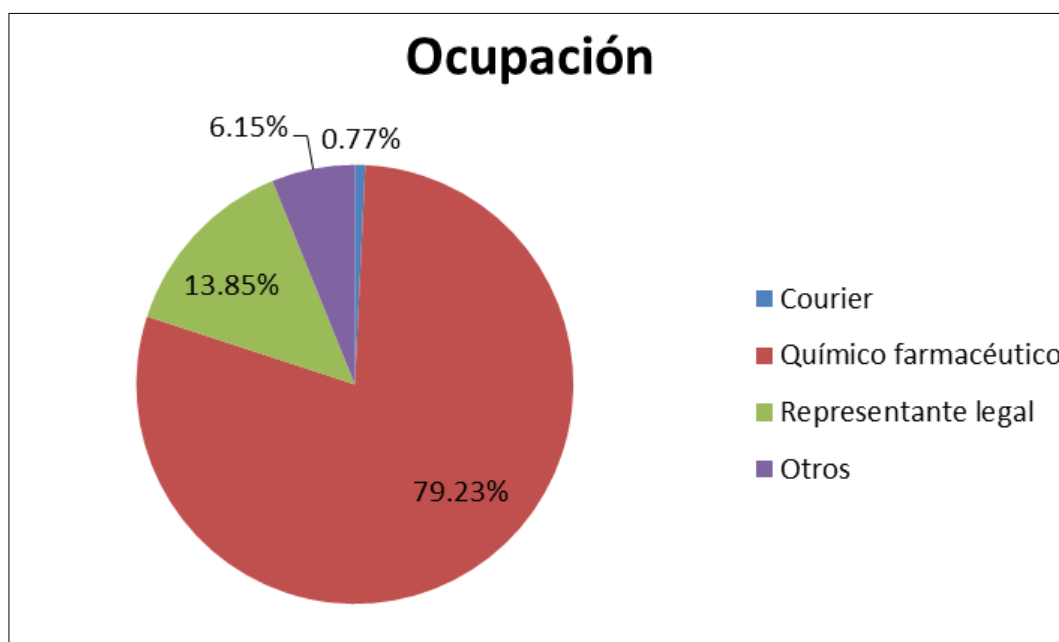
Figura 1: Género de los usuarios externos

Como se puede observar en la tabla N° 4 y figura N° 1, la participación de los clientes externos en su mayoría es de género femenino, es decir una frecuencia de 88 que hacen un 67,7%, mientras que 42 que hacen 32.3% son del género masculino.

Tabla 5

Ocupación de los usuarios externos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Courier	1	0,77
	Químico farmacéutico	103	79,23
	Representante legal	18	13,84
	Otros	8	6,15
	Total	130	100,00

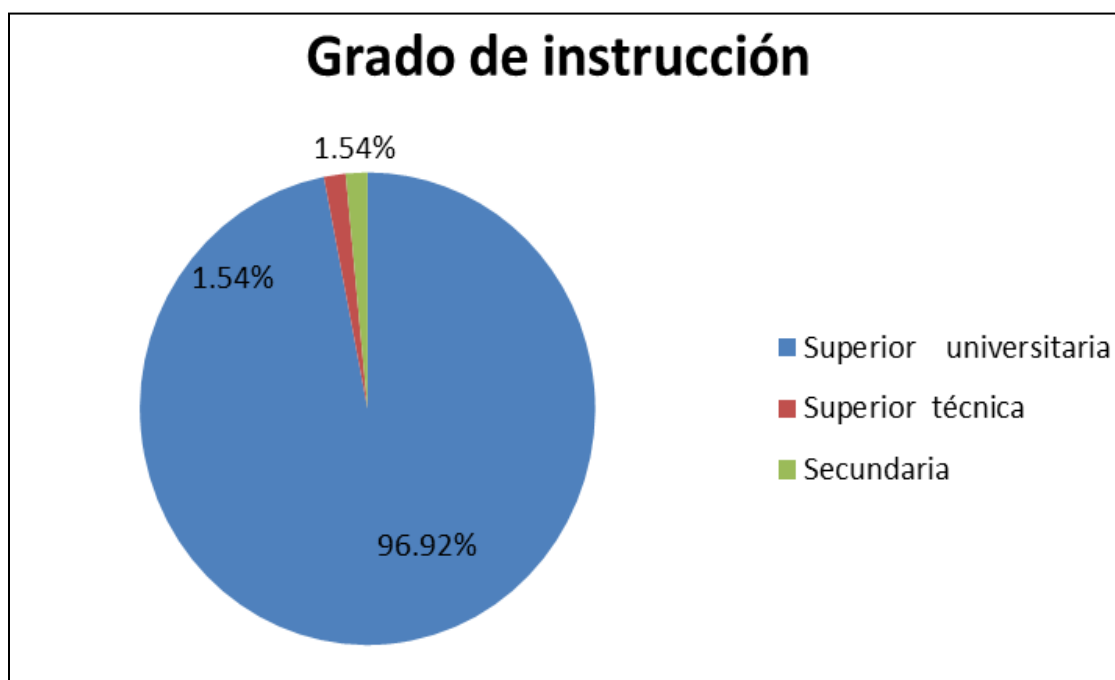
**Figura 2:** Ocupación de los usuarios externos

Como se puede observar en la tabla N° 5 y figura N° 2, la ocupación de los clientes externos solo 1 es Courier que se traduce en un 0,77 %; 103 son químicos farmacéuticos es decir el 79,23% de la muestra; mientras que 18 son representantes legales, es decir el 13,84 %; y el segmento de otros solo 8 que hacen el 6,15% de la muestra.

Tabla 6

Grado de instrucción de los clientes externos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Superior universitaria	126	96,92
	Superior técnica	2	1,54
	Secundaria	2	1,54
	Total	130	100,00

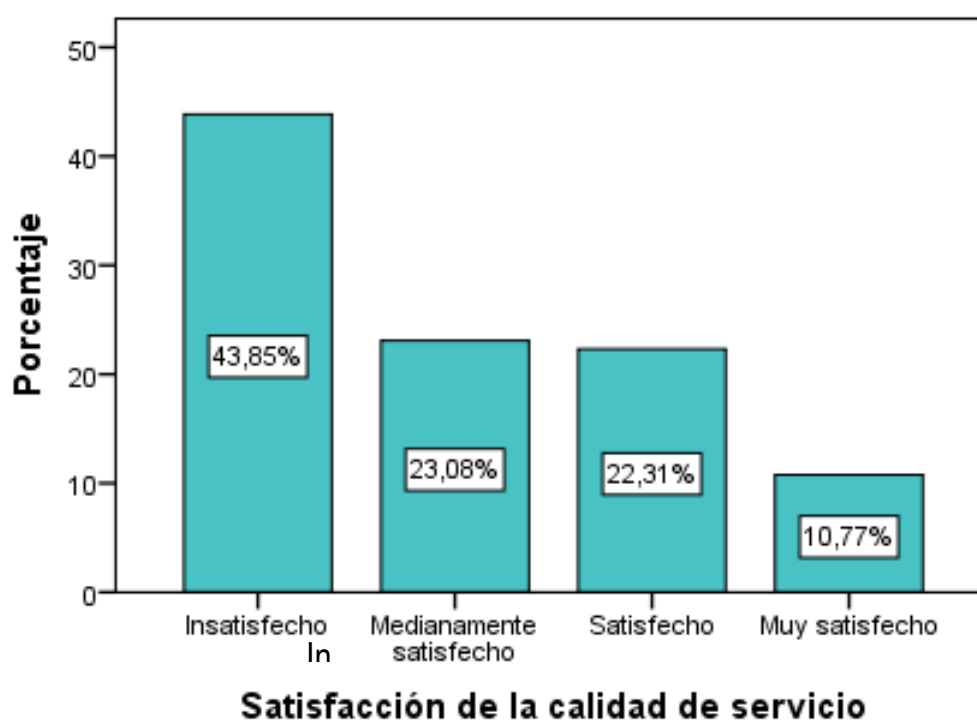
**Figura 3:** Grado de instrucción de los usuarios externos

Como se puede observar en la tabla N° 6 y figura N° 3, el grado de instrucción de los usuarios externos en su mayoría tiene estudios superiores universitarios que hacen un total 126 es decir el 96,92% de la muestra, mientras que solo 2 tiene estudios superiores técnicos, es decir 16 que hacen 1,54 %, al igual que un mínimo segmento tiene solo estudios de secundaria, es decir 2 que hacen el 1,54%.

Tabla 7

*Resultados descriptivos***Satisfacción de la calidad de servicio**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	57	43,85
	Medianamente insatisfecho	30	23,08
	Satisfecho	29	22,31
	Muy satisfecho	14	10,77
	Total	130	100,00

**Figura 4:** Niveles de la calidad de servicio

Como se observa en la tabla N° 7 y figura N° 4, como resultado de la aplicación del cuestionario a los usuarios externos del servicio de la Digemid, muestran que el 43,85% manifiesta estar insatisfecho, 23,08% medianamente insatisfecho, 22,31% satisfecho y el 10,77% muy satisfechos.

Tabla 8

Nivel de Satisfacción en la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	32	24,62
	Medianamente insatisfecho	62	47,69
	Satisfecho	26	20,00
	Muy satisfecho	10	7,69
	Total	130	100,00

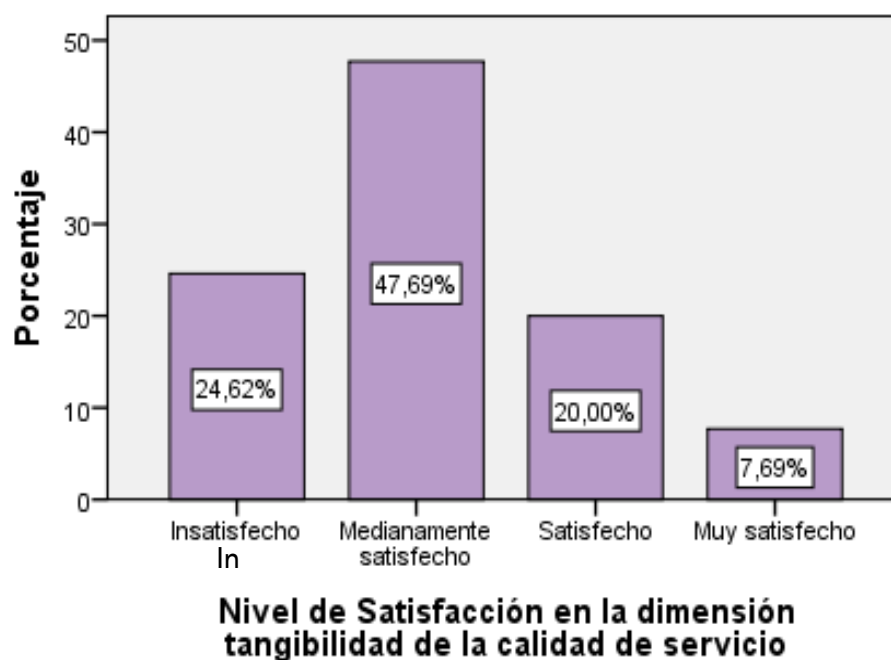


Figura 5 : Nivel de satisfacción en la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio

Como se observa en la tabla N° 8 y figura N° 5, como resultado de la aplicación del cuestionario a los usuarios externos del servicio de la Digemid, muestran que el 24,62% manifiesta estar insatisfecho, 47,69% medianamente insatisfecho, 20,00% satisfecho y el 7,69% muy satisfechos.

Tabla 9

Nivel de satisfacción en la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	30	23,08
	Medianamente insatisfecho	38	29,23
	Satisfecho	44	33,85
	Muy satisfecho	18	13,85
	Total	130	100,00

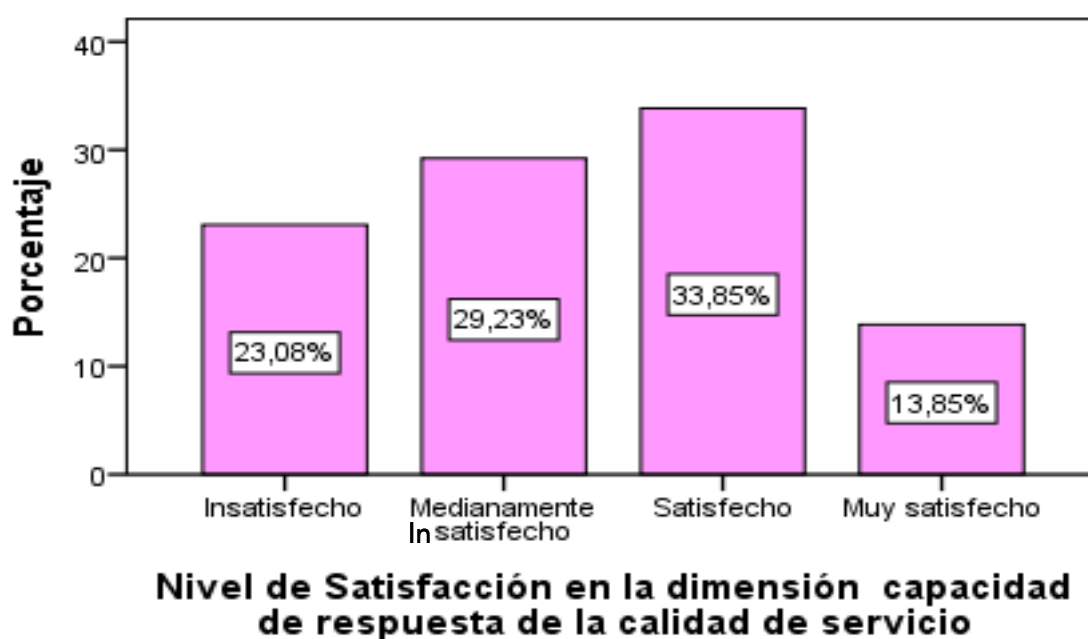


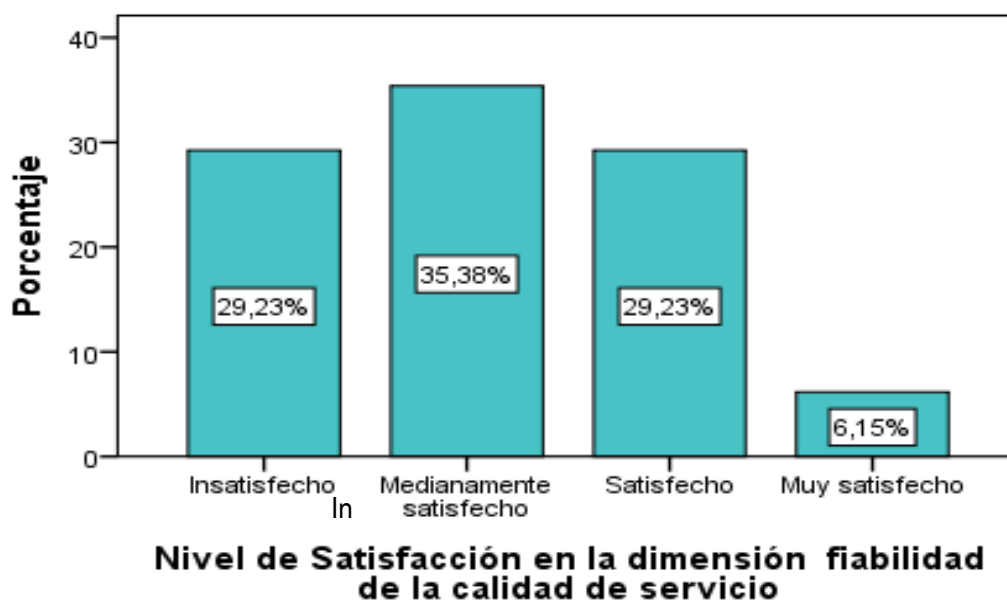
Figura 6: Nivel de satisfacción en la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio

Como se observa en la tabla N° 9 y figura N° 6, como resultado de la aplicación del cuestionario a los usuarios externos del servicio de la Digemid, muestran que el 23,08% manifiesta estar insatisfecho, 29,23% medianamente insatisfecho, 33,85% satisfecho y el 13,85% muy satisfechos.

Tabla 10

Nivel de satisfacción en la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	38	29,23
	Medianamente insatisfecho	46	35,38
	Satisfecho	38	29,23
	Muy satisfecho	8	6,15
	Total	130	100,00

**Figura 7:** Nivel de satisfacción en la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio

Como se observa en la tabla N° 10 y figura N° 7, como resultado de la aplicación del cuestionario a los usuarios externos del servicio de la Digemid, muestran que el 29,23% manifiesta estar insatisfecho, 35,38% medianamente insatisfecho, 29,23% satisfecho y el 6,15% muy satisfechos.

Tabla 11

Nivel de satisfacción en la dimensión seguridad de la calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	49	37,69
	Medianamente insatisfecho	39	30,00
	Satisfecho	37	28,46
	Muy satisfecho	5	3,4
	Total	130	100,

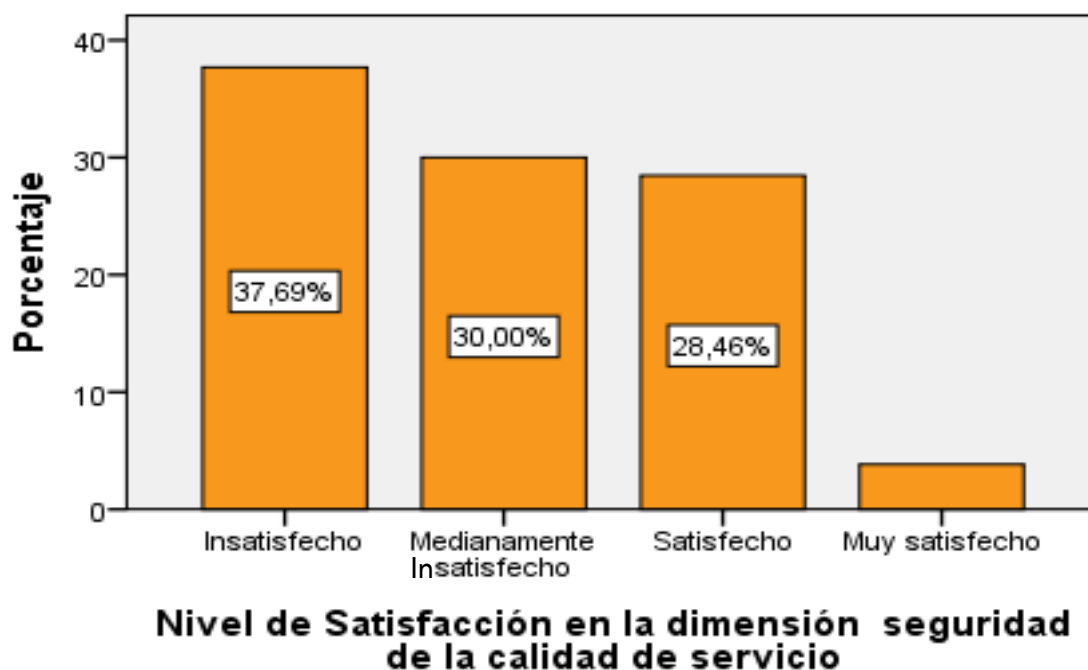


Figura 8: Nivel de satisfacción en la dimensión seguridad de la calidad de servicio

Como se observa en la tabla N° 11 y figura N° 8, como resultado de la aplicación del cuestionario a los usuarios externos del servicio de la Digemid, muestran que el 37,69% manifiesta estar insatisfecho, 30,00% medianamente insatisfecho, 28,46% satisfecho y el 3,4% muy satisfechos.

Tabla 12

Nivel de satisfacción en la dimensión de la calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	51	39,23
	Medianamente insatisfecho	36	27,69
	Satisfecho	34	26,15
	Muy satisfecho	9	6,92
	Total	130	100,00

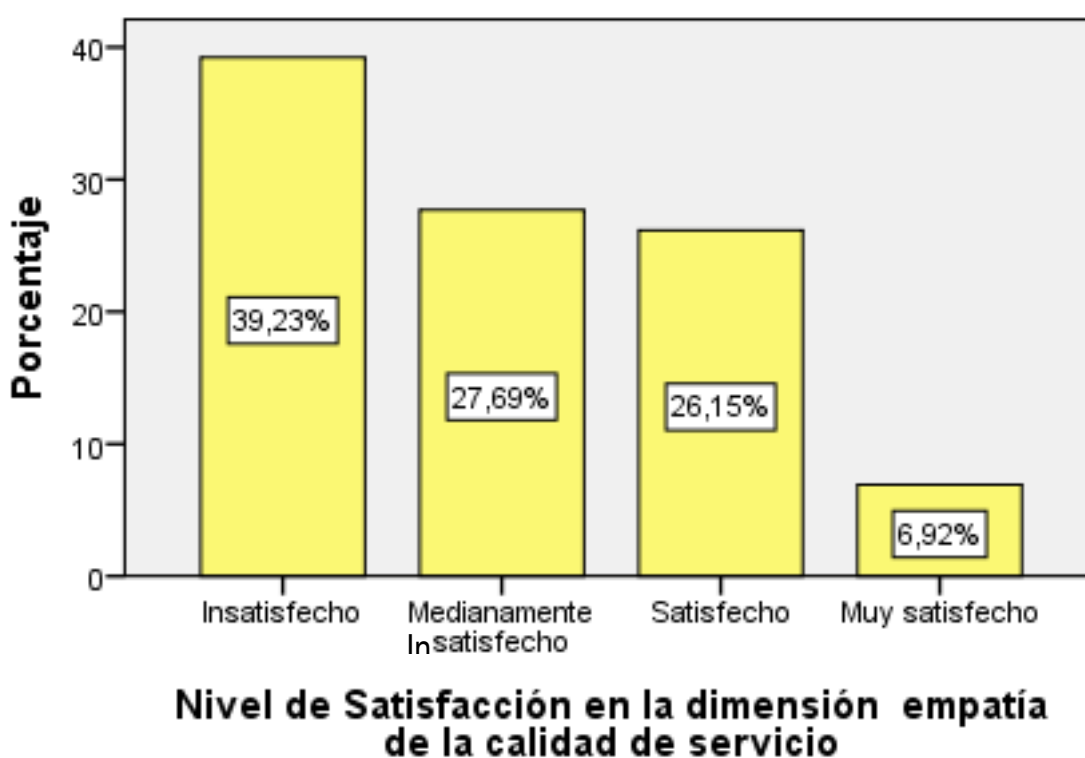


Figura 9: Nivel de satisfacción en la dimensión empatía de la calidad de servicio

Como se observa en la tabla N° 12 y figura N° 9, como resultado de la aplicación del cuestionario a los usuarios externos del servicio de la Digemid, muestran que el 39,23% manifiesta estar insatisfecho, 27,69% medianamente insatisfecho, 26,15% satisfecho y el 6,92% muy satisfechos.

IV. Discusión

Se presenta el contraste y discusión de los resultados, que han sustentado y orientado esta investigación, con relación al objetivo general Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto encontramos en Redhead (2015) reportó que la calidad del servicio depende de la satisfacción del usuario, ya que si un usuario no presenta satisfacción es porque no hay una buena calidad de servicio en los insumos que reciben o en el mismo servicio intangible que le brindan. Asimismo estos hallazgos coinciden con López (2014) que dentro de sus hallazgos reportó la importancia de brindar un buen servicio a los usuarios externos, así es como demuestra que para que exista motivación en el buen servicio al cliente debe haber un buen incentivo económico.

A continuación se presenta el objetivo específico 1: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto encontramos en Fernández (2014) concluyó que la atención brindada desde la percepción de los pacientes guarda relación con el grado de insatisfacción encontrado. Por otro lado la satisfacción en los rubros considerados fueron: los médicos capacitados encargados de atender a los pacientes y la presencia del personal: presentable, aseado y correctamente identificado.

Se presenta el objetivo específico 2: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Con respecto encontramos en Civera (2008) quien reportó dentro de sus hallazgos que la capacidad de respuesta, conseguida en los tres hospitales donde aplico la encuesta se obtuvo satisfacción muy alta. Asimismo encontró que existen diferencias entre la valoración que realizan los encuestados de la capacidad de respuesta del personal de enfermería entre los tres hospitales del estudio en lo que se refiere.

Se presenta el objetivo específico 3: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto Castillo y otros (2014) encontró que la percepción de

las usuarias, en relación a la interacción con el profesional que las atiende, es un factor determinante para estar satisfecha y puede favorecer la adherencia de estas al cuidado prenatal independiente de otros factores.

Se presenta el objetivo específico 4: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto Córdova (2007) reportó que la calidad de la atención como un tipo de atención que se espera y que va a maximizar el bienestar del paciente, una vez tenido en cuenta el balance de ganancias y pérdidas que se relacionan con todas las partes del proceso de atención. Con esta investigación se demuestra que la seguridad de la calidad es importante y primordial antes que las ganancias, porque una medicina en mal estado, no solo sería un pésimo servicio; sino atentaría contra el bienestar de los usuarios externos.

Finalmente se presenta el objetivo específico 5: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión empatía de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto Bolaños y otros obtuvieron que el 65% de la muestra considera que el servicio es bueno, el 20.83% señaló que es muy bueno y el 14.17% es regular. En conclusión en la calidad de atención y consejería se evidencia una relación significativa entre ambas variables, donde se reportó que el trato del personal médico influye en el grado de satisfacción del usuario en un 89%.

V. Conclusiones

Primera: En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016, muestran que el 43,85% manifiesta estar insatisfecho, 23,08% medianamente insatisfecho, 22,31% satisfecho y el 10,77% muy satisfechos. En cuanto a la satisfacción de la calidad de servicio.

Segunda: En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016, se muestran que el 24,62% manifiesta estar insatisfecho, 47,69% medianamente insatisfecho, 20,00% satisfecho y el 7,69% muy satisfechos.

Tercera: En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio en la Digemid 2016, muestran que el 23,08% manifiesta estar insatisfecho, 29,23% medianamente insatisfecho, 33,85% satisfecho y el 13,85% muy satisfechos.

El punto más crítico es indudablemente la dimensión capacidad de respuesta y la Digemid tendría que tomar acciones correctivas para mejorar este punto mejorando el servicio en el tiempo acordado” y “que los profesionales nunca deberían estar demasiado ocupados para responder rápidamente a las preguntas de los usuarios”.

Cuarta: En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016, muestran que el 29,23% manifiesta estar insatisfecho, 35,38% medianamente insatisfecho, 29,23% satisfecho y el 6,15% muy satisfechos.

Quinto: En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad de la calidad de servicio en la Digemid 2016, muestran que el 37,69% manifiesta estar insatisfecho, 30,00% medianamente insatisfecho, 28,46% satisfecho y el 3,4% muy satisfechos.

Sexto: En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión empatía de la calidad de servicio en la Digemid 2016, muestran que el 39,23% manifiesta estar insatisfecho, 27,69% medianamente insatisfecho, 26,15% satisfecho y el 6,92% muy satisfechos.

VI. Recomendaciones

- Primera:** En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016. Se recomienda a la institución mejorar el servicio de calidad brindando incentivos económicos, reconocimientos o bonos.
- Segunda:** En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión tangibilidad referida a la apariencia e instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Se recomienda a los directivos de la institución según los resultados obtenidos organizar talleres y programas con los gestores de servicio, así como mejorar la implementación en la infraestructura, distribución física de los diferentes procesos, servicios disponibles para el visitante, medios y materiales de comunicación.
- Tercera:** En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión capacidad de respuesta alusiva a la disposición de ayudar a los clientes y proveedores de un servicio rápido de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Se recomienda a los funcionarios, directivos de la Digemid realizar talleres con el área de recursos humanos o consultorías externas sobre capacidad de respuesta, para mejorar la calidad del servicio, con la finalidad de obtener disponibilidad de ayudar al usuario y la precisión para proveer una pronta respuesta manteniendo un trato respetuoso y cordial en la solución de sus demandas. Así mismo, para garantizar la calidad del servicio deben orientarse hacia las necesidades y expectativas del usuario.
- Cuarta:** En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión fiabilidad alusivo a la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio de forma adecuada y constante de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Se recomienda a los directivos de la Digemid, mejorar la calidad de los procesos porque es un factor esencial en la prestación del servicio al contribuyente pues su percepción permite una mejor apertura de su parte para comunicar y resolver sus problemas. Así

mismo que alienten el trabajo en equipo para la solución de problemas y la mejora continua.

Quinta: En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad referida a la credibilidad y confianza de que el cliente está protegido en sus actividades o en las transacciones de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Se recomienda a los directivos del Digemid. a conseguir trabajar en base a un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implantadas dentro del Sistema de Calidad de dicha institución, ya que comprende la actuación de los empleados siguiendo los lineamientos de protocolo de atención y el conocimiento de la ejecución del servicio. Así mismo, los Directivos de la Digemid tendrán que alcanzar la madurez profesional, es decir la autorealización o éxito alcanzado tras cumplir ciertas etapas que apliquen el aprendizaje de su carrera profesional.

Sexta: En el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión empatía referida al grado de atención personalizada de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Se recomienda a los directivos del Digemid realizar talleres mensuales para fortalecer las relaciones interpersonales con los clientes externos, ésta es una habilidad primordial para todo el personal que presta atención directa al público.

Mejorar la escucha eficaz, los directivos deben, no sólo buscar que los entiendan sino también entender. Un método para estimular a alguien a expresar sus verdaderos sentimientos, deseos y emoción es el de escuchar, de esta manera los usuarios externos se sentirán con la tranquilidad de que sus reclamos son atendidos.

Séptima.- Para una óptima interrelación de las dimensiones y mejorar la satisfacción de los usuarios externos, respecto a la calidad de servicio en la Digemid se recomienda los funcionarios y directivos, se implemente un sistema de gestión de calidad en todos los procesos

para que estos se ordenen y desarrollen al interior de la institución, una serie de actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características del producto o del servicio cumplan con los requisitos del cliente, en pocas palabras sean de calidad, lo cual nos da mayores posibilidades de aumentar la satisfacción, respecto a la calidad de servicio.

VII. Referencias

- Balestrini, M. (1997) *Como se elabora el Proyecto de Investigación*, Caracas: Editorial BL Consultores Asociados. (p. 130).
- Bernardo, J. y Caldero, J.F. (2000). *Aprendo a investigar en educación*. Madrid: Rialp.
- Berry, L. (1995). *Calidad del servicio*. México: Pearson
- Blanco, C., Lobato, F., y Lobato, F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. España: Macmillan Iberia, S.A.
- Bolaños, G., Mongrut, U., Morales, M., Muñoz, E., Sabastegui, A. y Toribio, R. (2009). *Calidad de atención y satisfacción del usuario en los centros de referencia de enfermedades de transmisión sexual de Lima y Callao*. *Revista de salud, sexualidad y sociedad*, 2(3), 2009
- Carlos, P. (2005) *Calidad en el Servicio*. Pequeña y Mediana Institución educativa. Disponible: <http://www.pyme.com.mx/articulos/calidadenelservicio>.
- Carrasco, S (2008)..*Metodología de la investigación científica*. 2a. ed.Edit. San Marcos. Lima.ISBN: 978-9972-34-242-4. (5a. reimp. 2013)
- Carrasco, S; (2009) "*Metodología de la Investigación Científica*". Editorial San Marcos, Lima-Perú,
- Castillo, G. (2013). *Grado De Satisfacción Del Usuario Externo Con La Calidad De Atención*. Recuperado 15 de abril de 2017, a partir de <http://text-mx.123dok.com/document/eqog1kz1-grado-de-satisfaccion-del-usuario-externo-con-la-calidad-de-atencion-en-la-consulta-externa-que-se-desarrolla-en-el-centro-medico-esmil.html>
- Castillo, I., Villarreal, M. Olivera, E., Pinsón, A. Carrascal, H. (2014). Satisfacción de usuarias del control prenatal en instituciones de salud públicas y factores asociados. Cartagena. *Revista hacia la promoción de la salud* 19 (1), 128-140

- Castro, O. (2012). *La calidad como variable estratégica y factor de costes*. Club Gestión de Calidad. Madrid.
- Civera, M. (2008). *Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido*. (tesis de Doctor). Universitat Jaume. España.
- Colunga, T. (2005), *Administración para la calidad*. México Panorama editorial.
- Còrdova, V. (2007). *Satisfacción del Usuario Externo en el área de emergencia del Hospital Grau, en relación con la motivación del personal de Salud*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Perú.
- Crosby, P. (1988). *Dinámica gerencial*. México: McGraw Hill.
- Dávila, M. M. (2003). *Marketing en los servicios de educación: Modelos de percepción de calidad*. Recuperado 6 de abril de 2017, a partir de <https://es.scribd.com/doc/4714431/Ejemplo-de-tesis-doctoral-hecha>
- Diccionario de la Lengua Española (1989) Real Academia Española
- Donabedian A. (1980). The definition of quality and approaches to its assessment. En: Explorations in quality assessment and monitoring. Vol.I. *Health Administration Press. Ann Arbor. Michigan (p. 82)*.
- Duque O., E. J (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar, revista de ciencias administrativas y sociales*.
- Fábregues, S.; Meneses, J.; Rodríguez-Gómez, D.; Paré, M. (2016). *Técnicas de investigación social y educativa*. Barcelona, Editorial UOC. ISBN: 978-84-9116-325-1.
- Fernández, R. (2014). *Calidad de atención y grado de satisfacción del paciente cardíaco transferido de provincia a la consulta externa de cardiología del INCOR 2009*. (Tesis Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú

- Fisher, L. y Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercado*. México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Galvis, Y. y Gabaldón, F. (2006). *Calidad de atención de salud percibida por el usuario del área de consulta de Medicina de familia del ambulatorio urbano tipo III Venezuela. Mérida. Diciembre 2005*. (Tesis de maestría). Universidad de Mérida. Venezuela
- García, C. (2006). *La medición en ciencias sociales y en la psicología*. En R. Landeros y M. González (Comp.), *Estadística con SPSS y metodología de la investigación* (pp. 139-166). México: Trillas.
- Gil, I. (1995) *La conceptualización y Evaluación de la Calidad de Servicio al Cliente Percibida en el Punto de Venta*. Madrid: Club gestión de la calidad.
- Gómez, L. (2013). *Manual de calidad y los procedimientos*. Lima Perú : Norma
- González, E. (2014). *El servicio de atención y la satisfacción del usuario del Organismo Supervisor de las Contrataciones del estado – Sede Central, Lima 2013*. (Tesis Maestría). Universidad César Vallejo, Lima. Perú
- Gonzales, Hugo (2006), *Manual de calidad y los procedimientos requeridos específicamente por la norma ISO 9001*,
- Grönroos, C. (1982): *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*, Helsinki: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Gronroos, C. (2010). *Marketing y gestión de servicios*. México. McGraw-Hill Interamericana.
- Grönross, C. (1984). Un modelo de calidad del servicio y sus implicaciones de marketing. *Revista Europea de Marketing*, Vol. 18 N° 4.

- Hamui Sutton L, Fuentes Garcia R, Aguirre Hernandez R, Ramirez Dela Roche O. (2013) *Expectativas y experiencias de los usuarios del Sistema de Salud en México*.
- Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, L. (1998). *Metodología de la investigación*. (3ra ed.). México: Mc. Graw-Hill. Interamericana
- Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ª ed.). México: Mc. Graw-Hill. Interamericana
- Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (2da edición) México. Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta edición) México. Mc Graw Hill.
- ISO 9000:2005. Quality management systems –Fundamentals and vocabulary.
- Jurán, J. (1999). *Quality control handbook*. Connecticut, Estados Unidos: The McGraw-Hill Companies
- Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales*. México, DF, México: McGraw-Hill Interamericana Editores
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2001). *Fundamentos de Marketing*. En P. Kotler, & G. Armstrong, Parte 1: Fundamentos de marketing y del proceso de marketing (pág. 7). Mexico : Pearson.
- Kotlery, P. y Armstrong, G. (2010). *Marketing*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Levitt, T. (1972): Production Line Approach to service. Harvard Business Review, vol.50, septiembre- octubre, pp.41-45.
- Likert, R. (1932) A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-55.

- López, M. (2014). *Evaluación del servicio al cliente en las empresas farmacéuticas Coatepeque*. (Tesis de maestría). Universidad Rafael Landívar.
- López, N. (2013): "*Sistema de Gestión de la Calidad de los Procesos Universitarios*", Informe de asesoría al Rector, Universidad de La Habana.
- Lota, M. (2014). *Satisfacción del Cliente del Servicio de Defensa del consumidor de la Municipalidad de Ensenada*. (Tesis maestría). Universidad de la Plata. Buenos Aires. Argentina
- Martínez, G y Zavaleta, A. (2013). *Calidad del servicio educativo y satisfacción de los estudiantes en la Escuela Profesional de Obstetricia de la Universidad Arzobispo Loayza Lima*. (tesis para optar el grado de Magister en Educación. Universidad Cesar Vallejo). Lima Perú.
- MINSA. (2009). Documento Técnico: Política Nacional de Calidad en Salud. Lima: RM No. 727-2009/MINSA.
- Morales, K. y Vergara, M. (2013). *Dimensiones involucradas en la evaluación de satisfacción usuaria hacia seguros de salud en CHILE*. (Tesis Maestría). Universidad de Chile. Chile.
- Mosqueda, R. y Llaguno, L. (1995). *Manual para la promoción de las pymes mexicanas: elementos administrativos y jurídicos a considerar en la planeación integral de utilidades*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1081/indice.htm>
- Müller, E. (2003) *Cultura de calidad de servicio*. (1ª Ed). México: Trillas
- Ñaupas. H. (2010), *Metodología de la Investigación Científica y asesoramiento de tesis*, 1ra edición 2010, UNMSM.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1998). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 15, 23, 64, 12-40.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50
- Paz, R. (2005) *La Comunicación y la Calidad de Servicio en la Atención al Cliente*.
- Redhead, R. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013*. (Tesis Maestría en Gerencia de Servicios de Salud), Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima - Perú.
- Ros, L. (2016). *Calidad desde un punto de vista de visión externa cuya demanda del ususuario incide en el marketing*. Mexico.:Perason
- Ruiz, L. R. (2006). *Historia y Evolución del pensamiento Científico*. <http://www.mnografias.com/trabajos-pdf/historia-pensamiento-cientifico/historia-pensamiento-cientifico.shtml>, en línea a partir de 2 marzo 2007, primera versión en español y inglés.
- Sabino, C.(1992) *El proceso de investigación*.Panapo, Caracas, 216 págs. Ed. Panapo, Caracas, 1992, pags. 216
- Sánchez, S., Pizza, L. y Rojas, L. (2009). *Evaluación de actitudes violentas y clima escolar en situaciones de agresividad en alumnos de sexto grado del IED Gabriel Betancourt Mejía*. Perspectivas contemporáneas en psicología social. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Stoner, J. (2006). *Administración*. (6ta edición). Lima. Perú:Pearson
- Tamayo, M. (2007). *El Proceso de la Investigación Científica*, México: Limusa, Noriega Editores.
- Valderrama, M. S; (2013) *“Pasos para Elaborar Proyectos y Tesis de Investigación Científica”*, Editorial San Marcos, Lima
- Vara-Horna Arístides (2008). *Manual de Investigación Empresarial Aplicada. Una guía efectiva para los estudiantes de administración, negocios*

internacionales y recursos humanos. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Lima

Zeithalm, V.A. y Bitner, M. J (2002), *Marketing de Servicios* .Ed. Mc Graw-Hill Hispanoamericana, México.

Zeithaml, V. y Bitner, M. (2009), *Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. Segunda Edición, McGraw-Hill Interamericana Editores.

Zeithaml, V. (1988). *Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence*. *Journal of Marketing*, 52 (3), 2-22.

Zeithaml, V., Berry, L.L. y Parasuraman, A. (1988). *Communication and Control Processes in Delivery of Service Quality*. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.

Zeithman Valarie A. y Bitner Jo. (2002) *Marketing de servicio*. 2da Edición, Editorial, Fic Graw-Hill Intera mericana.

Zelege, T. (2012). *Impact of service quality on customer satisfaction at the public owned National Alcohol and Liquor Factory*. (Tesis de maestría). Universidad de Sur Africa. Africa

Ziethaml, V.; Parasuraman, A.; Berry, L. (1993). *Calidad Total en la Gestión*

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

TITULO: Satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Dimensiones e indicadores																											
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016?</p> <p>Problemas específicas</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016?</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio en la Digemid 2016?</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016?</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad de la calidad de servicio en la Digemid 2016?</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión empatía de la calidad de servicio en la Digemid 2016?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016.</p> <p>Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio en la Digemid 2016</p> <p>Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016</p> <p>Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad de la calidad de servicio en la Digemid 2016</p> <p>Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la E en la Digemid 2016</p>	No Aplica	<p>Variable 1: Calidad de servicio</p> <table border="1" data-bbox="1361 300 2134 895"> <thead> <tr> <th data-bbox="1361 304 1570 357">Dimensiones</th> <th data-bbox="1570 304 1783 357">Indicadores</th> <th data-bbox="1783 304 1966 357">Ítems encuesta</th> <th data-bbox="1966 304 2134 357">Niveles o rangos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1361 357 1570 528">Tangibilidad</td> <td data-bbox="1570 357 1783 528">Calidad en tecnología. Calidad profesional. Calidad de materiales.</td> <td data-bbox="1783 357 1966 528">1 - 4</td> <td data-bbox="1966 357 2134 528">Totalmente en desacuerdo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1361 528 1570 612">Fiabilidad</td> <td data-bbox="1570 528 1783 612">Cumplimiento Interés</td> <td data-bbox="1783 528 1966 612">5 – 9</td> <td data-bbox="1966 528 2134 612">En desacuerdo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1361 612 1570 724">Capacidad de respuesta</td> <td data-bbox="1570 612 1783 724">Puntualidad Rapidez Disposición de ayuda</td> <td data-bbox="1783 612 1966 724">10 –13</td> <td data-bbox="1966 612 2134 724">Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1361 724 1570 777">Seguridad</td> <td data-bbox="1570 724 1783 777">Servicio recibido Apoyo</td> <td data-bbox="1783 724 1966 777">14 – 17</td> <td data-bbox="1966 724 2134 777">De acuerdo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1361 777 1570 895">Empatía</td> <td data-bbox="1570 777 1783 895">Atención personalizada Horacio de trabajo.</td> <td data-bbox="1783 777 1966 895">18 – 22</td> <td data-bbox="1966 777 2134 895">Totalmente de acuerdo.</td> </tr> </tbody> </table>				Dimensiones	Indicadores	Ítems encuesta	Niveles o rangos	Tangibilidad	Calidad en tecnología. Calidad profesional. Calidad de materiales.	1 - 4	Totalmente en desacuerdo	Fiabilidad	Cumplimiento Interés	5 – 9	En desacuerdo	Capacidad de respuesta	Puntualidad Rapidez Disposición de ayuda	10 –13	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Seguridad	Servicio recibido Apoyo	14 – 17	De acuerdo	Empatía	Atención personalizada Horacio de trabajo.	18 – 22	Totalmente de acuerdo.
Dimensiones	Indicadores	Ítems encuesta	Niveles o rangos																											
Tangibilidad	Calidad en tecnología. Calidad profesional. Calidad de materiales.	1 - 4	Totalmente en desacuerdo																											
Fiabilidad	Cumplimiento Interés	5 – 9	En desacuerdo																											
Capacidad de respuesta	Puntualidad Rapidez Disposición de ayuda	10 –13	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																											
Seguridad	Servicio recibido Apoyo	14 – 17	De acuerdo																											
Empatía	Atención personalizada Horacio de trabajo.	18 – 22	Totalmente de acuerdo.																											

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e Instrumentos	Estadística descriptiva e inferencial
<p>Metodología:</p> <p>Tipo de Investigación La presente investigación es de tipo básica con un enfoque cuantitativo</p> <p>Diseño de la investigación No experimental - transversal</p> <p>Procedimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observación. • Descripciones. • Correlaciones. <p>Esquema de diseño</p> <div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; display: inline-block;"> M → O </div> <p>Dónde: M = Muestra O = Observación de la muestra</p>	<p>Población: La población está conformada por un número de 1100 usuarios de Digemid</p> <p>Muestra: Para la extracción de la muestra de estudio se utilizaron 130 usuarios de Digemid</p> <p>No probabilística</p>	<p>Variable 1: CALIDAD DE SERVICIO</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Servqual</p> <p>Autor: : Zeithaml, V. Parasuraman, A. Berry, L.</p> <p>Año: 1988</p> <p>Objetivo: Determina el nivel de calidad de servicio.</p> <p>Población: usuarios de la Digemid</p> <p>Número de ítems : 22 ítems que mide expectativa del usuario 22 ítems que mide percepción de los usuarios</p> <p>Aplicación: Directa</p> <p>Tiempo de administración: 20 minutos</p> <p>Lugar de aplicació: Digemid, Av. Parque de las Leyendas N° 240, San Miguel</p> <p>Forma de administración: Individual</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tablas de frecuencia y figuras estadísticas <p>INFERENCIAL:</p> $n = \frac{Z^2 \times P \times O \times N}{(N-1) \times E^2 + Z^2 \times P \times Q}$

Anexo 2 Cuestionario sobre calidad de servicio

Instrumento de medición de la Calidad de Servicio

Instrucción: Se está realizando un estudio sobre la "Satisfacción de los usuarios externos respecto a la calidad de servicio en la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Digemid). Esta encuesta es estrictamente académica por esta razón deseamos conocer su opinión acerca de calidad de atención y el grado de satisfacción del servicio recibido, le invito responder con honestidad las siguientes preguntas, cuya información proporcionada tendrá un carácter estrictamente confidencial.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIO DEMOGRÁFICAS. Marque con un aspa según considere:

Sexo: Masculino Femenino

Grado de Instrucción: Secundaria: Técnica: Superior:

Ocupación:

Representante Legal Químico Farmacéutico Courier Tramitador Otros

II. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Calidad : Expectativas							
Estimado usuario, califique entre 1 a 5 la importancia que usted le otorga a cada uno de los siguientes ítems relacionados con el servicio que usted espera recibir en Digemid. Considere 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo.							
N°		ÍTEMS	1	2	3	4	5
1	T	Debería la Digemid contar con equipos de nuevas tecnologías.					
2	T	Considera usted que las instalaciones físicas de la Digemid deberían ser cómodas, accesibles e identificables.					
3	T	La apariencia del profesional de la Digemid debería ser pulcra.					
4	T	Los materiales relacionados con el servicio (como folletos, dípticos que ofrece la Digemid debería ser suficientemente explícitos					
5	F	Cuando el profesional de la Digemid promete hacer algo en cierto tiempo debería cumplir.					
6	F	Cuando los usuarios tienen un problema, el profesional de la Digemid debería mostrar un sincero interés en solucionarlo.					
7	F	Considera usted que la Digemid deberían habitualmente prestar buena atención.					
8	F	La Digemid debería prestar servicio en el tiempo acordado.					
9	F	Considera usted que la Digemid debería mantener sin errores en los trámites administrativos de los diferentes servicios.					
10	CR	La Digemid debería informar puntualmente y con sinceridad acerca de todos los procedimientos, solicitudes y actividades que realizan.					
11	CR	El profesional de la Digemid debería ofrecer un servicio rápido y ágil a los usuarios.					
12	CR	El profesional de la Digemid debería estar dispuesto a ayudar a los usuarios.					
13	CR	Considera usted que los profesionales nunca deberían estar demasiado ocupados para responder rápidamente a las preguntas de los usuarios.					
14	S	Deberías sentir confianza con el comportamiento del profesional de la Digemid.					
15	S	Debería sentirse usted seguro al realizar los trámites de las solicitudes en la Digemid.					
16	S	El profesional de la Digemid debería ser siempre amable con los usuarios.					
17	S	Debería el profesional de la Digemid recibir apoyo adecuado del ministerio de salud para desarrollar bien su trabajo.					
18	E	Espera usted que el profesional de la Digemid le ofrezca una atención personalizada.					
19	E	El profesional de la Digemid debería preocuparse por atender las necesidades específicas de los usuarios.					
20	E	Debería preocuparse el profesional de la Digemid por los intereses de los usuarios.					
21	E	El profesional de la Digemid debería tener horarios de trabajos flexibles y adaptados a los diversos tipos de usuarios.					
22	E	El profesional de la Digemid debería explicar con detalle lo que requiere en un tiempo disponible					

Instrumento de medición de la Calidad de Servicio

Instrucción.- Se está realizando un estudio sobre la "Satisfacción de los usuarios externos respecto a la calidad de servicio en la General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Digemid), esta encuesta es estrictamente académica por esta razón deseamos conocer su opinión acerca de calidad de atención y el grado de satisfacción del servicio recibido, le invito responder verazmente, las siguientes preguntas y cuya información proporcionada tendrá un carácter estrictamente confidencial.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIO DEMOGRÁFICAS. Marque con un aspa según considere:

Sexo: Masculino Femenino

Grado de Instrucción: Secundaria: Técnica: Superior:

Ocupación:

Representante Legal Químico Farmacéutico Courier Tramitador Otros

II. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Calidad : Percepciones		Estimado usuario, califique entre 1 a 5 la importancia que usted le otorga a cada uno de los siguientes ítems relacionados con el servicio que usted recibió en la Digemid. Considere 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo.					
N°		ÍTEMS	1	2	3	4	5
1	T	Considera usted que la Digemid cuenta con equipos de nuevas tecnologías.					
2	T	Considera usted que las instalaciones físicas de la Digemid son cómodas, accesibles e identificables.					
3	T	Considera usted la apariencia del profesional de la Digemid es pulcra.					
4	T	Considera usted que los elementos materiales y documentación relacionada con los servicios que ofrece la Digemid son suficientemente explícitos.					
5	F	Considera usted que cuando el profesional de la Digemid promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.					
6	F	Considera usted que cuando los usuarios tienen un problema, el profesional de la Digemid muestra un sincero interés en solucionarlo.					
7	F	Considera usted que en la Digemid habitualmente presta una buena atención.					
8	F	Considera usted que la Digemid se presta el servicio en el tiempo acordado.					
9	F	Considera usted que la Digemid se mantiene sin errores en los trámites administrativos de los diferentes servicios.					
10	CR	Considera usted que en la Digemid le informa puntualmente y con sinceridad acerca de todo los procedimientos, solicitudes y actividades que realiza.					
11	CR	Considera usted que los profesionales de la Digemid ofrece un servicio rápido y ágil a los usuarios.					
12	CR	Considera usted que el profesional de la Digemid siempre está dispuesto ayudar a los usuarios.					
13	CR	Considera usted que el profesional de la Digemid nunca está demasiado ocupado para responder rápidamente a las preguntas de los usuarios.					
14	S	Considera usted que el comportamiento del personal de la Digemid transmite confianza a los usuarios.					
15	S	Se siente usted seguro al realizar los trámites de las solicitudes en la Digemid.					
16	S	Considera usted que el profesional de la Digemid es siempre amable con los usuarios.					
17	S	Considera usted que el profesional del Digemid recibe apoyo adecuado del ministerio de salud para desarrollar bien su trabajo.					
18	E	Considera usted que el profesional de la Digemid ofrece atención personalizada a los usuarios.					
19	E	Considera usted que el personal de la Digemid se preocupa por atender las necesidades específicas de los usuarios.					
20	E	Se preocupa el profesional de la Digemid por los intereses de los usuarios.					
21	E	Considera usted que el profesional de la Digemid tiene horario de trabajo flexibles y adaptados a los diversos tipos de usuarios.					
22	E	Considera usted que el profesional de la Digemid tiene que explicarle con detalle lo que requiere en un tiempo disponible.					

Anexo 3 Base de datos de la variable calidad de servicio

Calidad percepción – calidad expectativa

Nivel de satisfacción de los usuarios externos respecto a la calidad de servicio en la Digemid

N°	1	2	3	4	T	5	6	7	8	9	F	10	11	12	13	CR	14	15	16	17	S	18	19	20	21	22	E	TOTAL
1	0	1	1	0	-2	1	1	2	0	0	-4	0	-1	0	-1	-2	1	1	0	1	3	0	1	1	0	2	4	-5
2	4	3	1	2	-10	2	0	2	1	0	-5	-1	2	1	0	2	1	0	0	-1	0	-1	-2	2	-1	0	-2	-14
3	1	4	0	1	4	2	2	0	0	1	5	2	-1	0	0	1	0	-1	-1	-2	2	2	0	0	1	5	10	
4	2	3	1	0	0	1	1	2	1	0	-1	0	-1	2	1	2	1	2	3	0	6	0	0	1	0	0	1	7
5	2	2	2	2	-8	1	2	3	1	0	-7	-3	-1	1	0	-3	1	0	-2	0	-1	-3	-1	0	-1	0	-5	-22
6	1	0	1	1	1	1	1	0	2	1	-1	-1	1	3	2	5	1	0	2	0	3	-2	-2	-1	1	-3	-7	6
7	2	0	0	0	-2	1	2	1	3	0	-5	0	0	1	1	2	0	-2	-2	0	-4	-1	-2	3	1	0	1	-10
8	0	0	0	1	1	0	2	1	0	2	3	1	3	0	2	6	-2	0	-1	0	-3	2	2	1	1	0	6	9
9	1	1	1	1	-4	0	2	1	0	1	-2	2	0	1	1	4	0	-2	-2	1	-3	1	0	0	1	0	2	-4
10	2	0	2	2	2	3	4	1	3	1	10	-1	2	0	1	2	-1	3	3	0	5	-1	-2	1	-1	1	-2	18
11	1	0	0	0	-1	1	0	2	1	0	0	-2	1	2	-1	0	3	-2	-2	0	-1	0	1	-1	0	-1	-1	-2
12	3	3	2	1	-9	2	0	1	0	1	-4	-1	1	0	1	1	-1	0	-1	0	-2	-1	0	-1	-1	0	-3	-15
13	1	0	1	3	-5	2	0	0	1	3	-6	0	-2	-1	-1	-4	0	-1	-1	0	-2	3	2	-2	-2	2	3	-14
14	0	1	1	1	-1	1	1	0	1	3	2	0	3	3	0	6	3	0	0	2	5	-2	-2	1	1	0	-2	10
15	2	0	3	2	7	1	3	3	2	0	9	-1	0	1	-1	-1	2	-1	-3	0	-2	-3	-1	2	0	1	-1	10
16	1	1	1	1	0	0	2	0	2	0	0	1	1	0	2	4	-2	1	1	0	0	-1	0	2	1	-1	1	3
17	1	1	0	0	0	1	2	1	1	1	0	-2	1	-1	0	-2	-1	-2	-3	-1	-7	-2	-1	-1	2	-2	-4	-11
18	1	2	0	2	-5	1	1	1	1	1	-1	-2	0	-2	0	-4	-2	-1	-1	-1	-5	-1	0	2	0	1	2	-16
19	2	1	1	1	-3	3	3	2	3	2	-13	-3	-2	-2	-2	-9	0	-4	-3	-1	-8	1	-1	-1	1	-3	-3	-32
20	2	1	1	3	-1	1	1	1	3	1	5	1	2	1	2	6	-1	0	0	2	1	0	1	1	1	0	3	11
21	0	1	0	0	1	1	0	2	1	0	4	0	-2	0	0	-2	0	-2	0	-2	-4	-2	-2	-1	0	-3	-8	-3
22	3	1	1	1	2	1	3	2	2	3	11	3	3	0	2	8	-2	3	3	-1	3	-3	0	-1	0	-1	-5	21
23	1	1	1	4	-5	1	2	0	0	2	-5	-2	-2	-2	-2	-8	0	-4	-4	-4	-12	0	1	1	0	-1	1	-30
24	4	2	1	1	-6	0	1	1	1	3	2	2	3	1	2	8	-1	2	1	1	3	-3	-3	-1	0	-1	-8	4
25	2	2	0	1	-5	3	2	1	3	3	-12	-4	-4	0	-1	-9	1	-2	-2	-2	-5	-1	-1	0	-1	0	-3	-32
26	1	0	0	0	1	2	1	3	3	3	12	3	1	1	1	6	0	-1	1	1	1	-1	-1	0	-2	1	-3	19
27	1	2	1	1	-3	2	1	1	1	1	-4	1	2	-2	0	1	-2	1	0	-1	-2	-1	-1	0	1	-2	-3	-9
28	3	2	1	4	10	3	2	2	2	1	10	-1	1	0	-1	-1	1	1	2	2	6	-1	-1	2	1	-1	0	24
29	4	1	1	2	-6	0	1	2	1	2	-6	0	0	-2	0	-2	-2	-2	-3	-3	-10	0	-2	-1	0	-2	-5	-24
30	1	4	2	0	7	3	4	1	3	2	13	2	3	2	2	9	0	0	2	1	3	-2	-3	1	0	1	-3	30
31	-	0	0	0	-2	-	-	-	-	-	-14	-2	-1	1	0	-2	1	-3	-3	-1	-6	0	1	-1	1	-3	-2	-24

66	1	1	1	2	3	1	2	1	0	1	3	2	1	1	0	4	1	0	0	3	4	1	1	-1	1	-1	1	15
67	2	0	2	2	6	3	0	0	2	1	6	1	1	1	-1	2	2	-1	0	0	1	0	-2	1	-1	0	-2	15
68	1	1	1	0	-3	3	3	4	2	3	-15	-3	-2	-3	-3	-11	0	0	0	0	0	1	2	3	3	-1	8	-28
69	2	3	0	3	-2	1	0	0	2	1	2	1	1	1	0	3	1	1	1	1	4	0	-1	0	0	2	1	7
70	2	0	2	1	-1	1	1	0	1	1	-2	3	-2	3	1	5	2	0	0	0	2	-2	-2	2	-1	0	-3	2
71	2	1	0	3	0	4	2	1	1	1	7	-1	1	0	-1	-1	1	-1	0	0	0	-3	-2	-1	0	2	-4	3
72	0	1	2	1	0	1	3	0	2	4	-2	2	3	3	0	8	3	0	-1	0	2	2	0	-1	-1	0	0	10
73	2	2	1	1	-2	2	3	0	2	1	2	0	-1	0	1	0	-1	-1	0	1	-1	0	0	-1	1	-1	-1	-1
74	0	1	1	3	-3	1	2	1	1	0	-5	1	0	-1	2	2	-3	4	0	-1	0	-1	-2	0	0	0	-3	-7
75	1	1	1	3	0	2	2	0	1	2	-7	0	-2	-2	-2	-6	0	-3	-2	-3	-8	-2	-1	-3	0	0	-6	-23
76	1	0	1	0	-2	1	2	2	3	1	-7	0	-2	-1	2	-1	-3	0	-1	0	-4	-1	-1	4	-1	1	2	-15
77	1	2	1	4	4	2	2	4	3	0	11	1	3	1	1	6	0	0	0	3	3	-2	-1	1	0	3	1	22
78	1	2	0	2	3	0	2	1	3	1	7	0	1	0	-1	0	1	-1	-1	-2	-3	-3	-2	1	-1	1	-4	4
79	0	1	1	3	-5	3	3	3	3	2	-14	-3	-2	-4	-3	-12	-1	-4	-2	-3	-10	0	-2	-1	-1	1	-3	-41
80	1	0	1	4	2	0	0	1	0	1	2	0	2	1	1	4	0	0	-1	-1	3	1	-1	1	-1	3	10	
81	0	2	0	1	-3	0	1	2	2	0	-1	0	1	3	0	4	3	-3	-3	-2	-5	-1	0	0	1	-3	-3	-6
82	1	1	1	0	-1	0	1	0	3	0	4	-1	2	-2	0	-1	-2	4	1	2	5	0	0	1	-2	0	-1	7
83	2	2	2	2	0	1	2	1	3	4	-3	3	3	3	-1	8	4	2	1	1	8	-2	-1	-2	0	2	-3	11
84	1	1	2	4	8	4	2	3	1	0	10	0	0	0	4	4	-4	3	3	4	6	0	0	2	-1	0	1	28
85	2	0	1	1	-4	3	0	1	0	0	-2	0	-2	0	-2	-4	2	-1	-1	-3	-3	-3	-4	1	0	2	-4	-16
86	3	2	1	2	-4	1	0	0	1	1	3	1	-2	-2	-2	-5	0	4	3	2	9	-1	2	1	0	0	2	2
87	2	0	0	1	-3	2	2	2	1	2	-9	-3	0	-2	-3	-8	1	-4	-3	-3	-9	0	0	1	-1	2	2	-29
88	0	1	2	1	-4	1	1	2	1	2	5	1	2	1	1	5	0	-1	0	1	0	0	-1	-1	1	1	0	6
89	0	0	0	2	-2	1	1	0	0	0	0	2	-2	-1	-1	-2	0	-2	-4	-4	-10	-1	-2	-2	0	-1	-6	-15
90	1	1	1	1	0	2	1	1	1	3	8	0	2	1	0	3	1	1	1	3	6	1	2	2	-1	0	4	18
91	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	-6	0	-2	1	-2	-3	3	-2	-4	-2	-5	4	2	0	0	2	8	-9
92	1	2	0	1	4	2	1	2	1	2	8	2	3	-1	2	6	-3	4	3	2	6	0	0	1	3	-2	2	24
93	1	0	1	1	-3	3	1	2	1	1	8	1	0	-1	-2	-2	1	1	1	-1	2	-1	0	-2	0	2	-1	4
94	1	2	1	2	-4	2	2	2	0	0	6	0	2	0	-1	1	1	-1	-1	-1	-2	-1	0	-1	-1	1	-2	0
95	0	0	1	0	-1	1	1	1	0	3	6	2	2	1	-2	3	3	0	-1	-2	0	-1	-1	-2	-1	-1	-6	7
96	0	1	1	1	1	1	0	1	2	2	-6	-1	-2	-2	0	-5	-2	0	-3	-3	-8	-3	-3	1	-1	-2	-8	-21
97	0	0	2	0	-2	1	2	2	1	1	5	2	0	1	-2	1	3	-1	0	0	2	0	0	-2	0	4	2	6
98	1	1	1	2	-3	1	1	1	2	1	-6	-1	-2	-2	-3	-8	1	-4	-3	-3	-9	-3	-3	0	-1	1	-6	-29
99	0	0	1	0	-1	1	2	1	2	1	3	2	1	-2	-4	-3	2	-2	-4	-4	-8	-3	-4	-1	0	-2	-10	-12
100	3	1	0	1	5	2	1	-	0	-	0	2	1	1	0	4	1	-2	-3	-4	-8	2	0	0	0	-3	-1	3

Anexo 4 Constancia emitida por la institución donde se realizó la encuesta



PERÚ

Ministerio
de SaludDirección General
de Medicamentos, Insumos y Drogas

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

CONSTANCIA

La Ejecutiva adjunta de la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas – DIGEMID – Ministerio de Salud.

HACE CONSTAR:

Que, doña **LUCY BEATRIZ GONZÁLES DÁVILA**, identificada con DNI N° 09603078, ha aplicado una encuesta para fines de investigación de postgrado denominada "Satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016".

Se expide la presente constancia, a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.

San Miguel, mayo del 2017

MINISTERIO DE SALUD
DIRECCIÓN GENERAL DE MEDICAMENTOS, INSUMOS Y DROGAS

.....
Q.F. LIDIA LUZ CASTILLO SOLÓRZANO
Ejecutiva Adjunta
Equipo de Asesoría de la Dirección General

Anexo 5 Operacionalización de la Variable Calidad de Servicio

En el cuerpo de la tesis solo debe existir el cuadro siguiente.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de valor	Niveles y Rango	
Calidad de servicio Calidad del servicio, además de ser un constructo elusivo que puede ser difícil de medir, es el resultado de la comparación de las expectativas o deseos del consumidor frente a un proveedor y sus percepciones con respecto al servicio recibido. (Parasuraman, Zeithaml y Berry)	Elementos Tangibles	Calidad en tecnología. Se refiere al uso de la tecnología que va acorde con la modernización y a una adecuada infraestructura física de la institución.	Debería la Digemid contar con equipos de nuevas tecnologías.	Escala de tipo Likert 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	1) Insatisfecho 2) Medianamente Insatisfecho 3) Satisfecho 4) Muy satisfecho	
	Zeithman, Valerie A. y Jo Bitner (2002:103) define elementos tangibles: "(...) a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio, que los clientes utilizan en particular, para evaluar la calidad"	Calidad profesional Se refiere a la acreditación que lo distingue	La apariencia del profesional de la Digemid debería ser pulcra.			Considera usted que las instalaciones físicas de la Digemid deberían ser cómodas, accesibles e identificables.
	En la escala Servqual, los elementos tangibles están relacionados con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos.	Calidad de materiales Se refiere al contenido de la información que da al usuario, que debe ser clara y entendible	Los materiales relacionados con el servicio (como folletos, dípticos que ofrece la Digemid debería ser suficientemente explícitos			Cuando el profesional de la Digemid promete hacer algo en cierto tiempo debería cumplir.
	Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE): "Proviene de la palabra en latín tangibilis; adj, "Que se puede tocar"	Puntualidad Se refiere al cumplimiento de la actividad de evaluar el expediente	Cuando los usuarios tienen un problema, el profesional de la Digemid debería mostrar un sincero interés en solucionarlo.			Considera usted que la Digemid deberían habitualmente prestar buena atención. La Digemid debería prestar servicio en el tiempo acordado.
	Müller (2003), señala "los elementos tangibles representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio" (p. 12)	Rapidez Se refiere a la rapidez en la atención de un servicio, sin errores en un tiempo determinado.	Considera usted que la Digemid debería mantener sin errores en los trámites administrativos de los diferentes servicios.			Considera usted que la Digemid debería informar puntualmente y con sinceridad acerca de todos los procedimientos, solicitudes y actividades que realizan.
	Fiabilidad	Disposición de ayuda Se refiere al sentido de colaboración para hacer más sencillo los trámites administrativos	La Digemid debería ofrecer un servicio rápido y ágil a los			El profesional de la Digemid debería ofrecer un servicio rápido y ágil a los
	Para la Real Academia Española (RAE) es	Cumplimiento Se refiere a que en el desarrollo de la evaluación el profesional evaluador notifique al usuario si le falta algún requisito				

<p>la "Cualidad de fiable (seguridad y buenos resultados), probabilidad del buen funcionamiento de algo".</p> <p>Implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio de forma adecuada y constante. (Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).</p> <p>Farfán M. Yheni (2007:11) precisa que: "La fiabilidad de un sistema es hacer un producto o proceso sin fallos y evitando el riesgo mínimo, con un factor esencial para la competitividad de una industria, va desde (...), hasta el seguimiento del final de la producción"</p> <p>"La fiabilidad está más asociada a la calidad de los procesos y es un factor esencial en la prestación del servicio al contribuyente pues su percepción permite una mejor apertura de su parte para comunicar y resolver sus problemas cumpliendo el principal objetivo institucional". (Müller, 2003)</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Representa la disposición de ayudar a los clientes y proveedores de un servicio rápido. (Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)</p>		usuarios.
	Interés Se refiere a la predisposición que tienen los profesionales en contestar las consultas técnicas.	Considera usted que los profesionales nunca deberían estar demasiado ocupados para responder rápidamente a las preguntas de los usuarios
		El profesional de la Digemid debería estar dispuesto a ayudar a los usuarios.
	Confianza Se refiere al valor percibido del cliente	Deberías sentir confianza con el comportamiento del profesional de la Digemid.
		Debería sentirse usted seguro al realizar los trámites de las solicitudes en la Digemid.
		El profesional de la Digemid debería ser siempre amable con los usuarios.
	Apoyo Se refiere que para el buen cumplimiento de las funciones del profesional, se le de las herramientas necesarias para su buen desempeño en el trabajo.	Debería el profesional de la Digemid recibir apoyo adecuado del ministerio de salud para desarrollar bien su trabajo.
	Atención personalizada Se refiere al trato directo entre el usuario	Espera usted que el profesional de la Digemid le ofrezca una atención personalizada.
		El profesional de la Digemid debería preocuparse por atender las necesidades específicas de los usuarios.
	Horario de trabajo. Se refiere al cumplimiento de la atención en los horarios establecidos en una entidad pública	Debería preocuparse el profesional de la Digemid por los intereses de los usuarios.
	El profesional de la Digemid debería tener horarios de trabajos flexibles y adaptados a los diversos tipos de usuarios.	

Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar un servicio rápido; también es considerado parte de este punto, el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que pueda ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que se pueda lograrlo. Drucker (1990, p. 41)

“Es importante transmitir seguridad y convicción al brindar la respuesta a la consulta formulada o problema planteado; así como, la sensación de que hemos hecho todo lo que está en nuestras manos para brindarle una solución”. (Müller, 2003)

Seguridad

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE) su significado es el siguiente: “cualidad de seguro, certeza (conocimiento seguro y claro de algo)”

Son los conocimientos y atención mostrados con los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad. En ciertos servicios, la seguridad representa el sentimiento de que el cliente está protegido en sus actividades o en las transacciones que realiza mediante el servicio. (Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)

Zeithman, Valerie A. y Jo Bitner 2002:103) la responsabilidad es: “El conocimiento y la cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar buena fe y confianza”

El ingeniero González, Hugo (2006) precisa que: “La seguridad es el conocimiento del servicio y la cortesía prestada, amabilidad de los empleados; así como, su habilidad para transferir confianza al cliente”.

El profesional de la Digemid debería explicar con detalle lo que requiere en un tiempo disponible

Müller (2003), La seguridad es “parte de la gestión de la calidad orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad”. (p.10)
Empatía

Según Zeithman, Valarie A. y Jo Bitner, (2002:103): empatía es “Brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa”.

Es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes. (Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)

N. Feshback (1984:67), definió empatía como: “Una experiencia adquirida a partir de las emociones de los demás a través de las perspectivas tomadas de éstos y de la simpatía, definida como un componente emocional de la empatía”.
La empatía es una habilidad propia del ser humano, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando las relaciones interpersonales que permiten la buena comunicación, generando sentimientos de simpatía, comprensión y ternura.

Müller (2003), “La empatía es una habilidad propia del ser humano que nos permite establecer una comunicación cordial con los demás” (p. 98).

Anexo 6 Certificado de validación = no aplica es un instrumento estandarizado

Anexo 7 Pantallazo Turniting

Feedback Studio - Google Chrome
 Seguro | https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=826549283&lang=es&ro=103&u=1051413498&s=1

feedback studio | Satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid - 2016

Satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid - 2016

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en gestión pública

AUTOR:

Br. Lucy Beatriz Gonzáles Dávila

ASESOR:

Página: 1 de 67 Número de palabras: 15753 Volver a Turnitin Classic

Resumen de coincidencias

25 %

2	repositorio.uchile.cl	2 %
3	bibadm.ucla.edu.ve	2 %
4	www.inppares.org	2 %
5	aprendeenlinea.udea.ed.	1 %
6	www.powershow.com	1 %
7	cybertesis.unmsm.edu...	1 %
8	biblio3.url.edu.gt	1 %
9	dgoes.salud.gob.mx	1 %
10	www.scielo.unal.edu.co	1 %
11	www.tdx.cat	1 %

07:53 a.m. 21/06/2017

Satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016

Br. Lucy Beatriz Gonzáles Dávila

Universidad César Vallejo

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general, Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016. El tipo de investigación es no experimental, de diseño descriptivo simple transversal. Se utilizó el muestreo no probalístico, intencional. La muestra asciende a 130 usuarios que son todas las personas que demandan servicios o productos en la Dirección de Medicamentos, Insumos y Drogas, definidos como clientes externos. Se obtuvo que en el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016: Muestran que el 43,85% manifiesta estar insatisfecho, 23,08% medianamente insatisfecho, 22,31% satisfecho y el 10,77% muy satisfechos en cuanto a la satisfacción, respecto a la calidad de servicio.

Abstract

The objective of the present investigation was to identify the level of satisfaction of the external user regarding the quality of service in the Digemid 2016. The type of research is non-experimental, with a descriptive simple transversal design. Non-probabilistic, intentional sampling was used. The sample amounts to 130 users who are all people who demand services or products in the Department of Medicines, Inputs and Drugs, defined as external customers. It was obtained that in the level of satisfaction of the external user regarding the quality of service in the Digemid 2016: They show that 43.85% say they are dissatisfied, 23.08% are moderately dissatisfied, 22.31% are satisfied and 10.77 % Very satisfied. As for the satisfaction of the quality of service.

Introducción

Dentro del marco de la investigación nuestro principal objetivo es, Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016. A nivel nacional también se muestra preocupación por el estudio de nuestra variable, encontramos en Redhead (2015) reportó que la calidad del servicio depende de la satisfacción del usuario, ya que si un usuario no presenta satisfacción es porque no hay una buena calidad de servicio en los insumos que reciben o en el mismo servicio intangible que le brindan. Asimismo estos hallazgos coinciden con López (2014) que dentro de sus hallazgos reportó la importancia de brindar un buen servicio a los usuarios externos, así es como demuestra que para que exista motivación en el buen servicio al cliente debe haber un buen incentivo económico.

En el ámbito institucional la Dirección General de Medicamento, Insumos y Drogas presenta dificultades en la calidad de servicio a los usuarios externos.

Antecedentes del Problema

En el ámbito Nacional tenemos a Gomes (2014) La falta de calidad hace al servicio de salud inseguro ocasionando daño material o humano, causando desconfianza y acciones legales que ocasionan reacciones prácticas de medicina defensiva.

Revisión de la Literatura

Dentro del marco de la investigación, se definió a la variable calidad de servicio. La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del cliente, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el cliente (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 15)

Para medir la calidad de servicio se adaptó el modelo SERUQUAL es un instrumento de evaluación fue elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Berry cuya finalidad es mejorar la calidad de servicio que se brinda en las instituciones. Se emplea un cuestionario tipo para la evaluación al cliente, el cual consiste en medir las expectativas del servicio que va recibir y la percepción del servicio recibido. La diferencia entre ambas actitudes es el índice de satisfacción del usuario y se utiliza cinco dimensiones:

Elementos tangibles: las instalaciones físicas, equipos, y el aspecto del personal.

Fiabilidad: habilidad para realizar el servicio prometido en forma fiable y precisa.

Capacidad de respuesta: disposición para ayudar a los clientes y proporcionar rápido servicio.

Seguridad: el conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.

Empatía: el cuidado, la atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes.

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, pág. 23)

Satisfacción del usuario

Se tomó la presente definición porque el usuario externo es prioridad y que su satisfacción nos indica que la calidad de servicio en la institución está mejorando. Estado psicológico final resultante cuando la sensación que rodea la discrepancia de las expectativas se une con los sentimientos previos acerca de la experiencia de consum, Oliver (1980).

Objetivo

Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016.

Método

El método empleado en este estudio fue deductivo con un enfoque cuantitativo. Según Carraco (2009). El método deductivo, es “cuando luego de analizar las teorías generales arribamos a conclusiones específicas” (p. 270). Esto quiere decir que a los resultados de la encuesta se hizo una interpretación con el fin de tener criterios básicos de la estructura de la investigación.

Resultados

Tabla 7 Resultados descriptivos

Satisfacción de la calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Insatisfecho	57	43,85
	Medianamente Insatisfecho	30	23,08
	Satisfecho	29	22,31
	Muy satisfecho	14	10,77
	Total	130	100,00



Figura 4: Niveles de la calidad de servicio

Como se observa en la tabla N° 7 y figura N° 4, como resultado de la aplicación del cuestionario a los usuarios externos del servicio de la Digemid, muestran que

el 43,85% manifiesta estar insatisfecho, 23,08% medianamente insatisfecho, 22,31% satisfecho y el 10,77% muy satisfechos.

Discusión

En el presente capítulo, se presenta el contraste y discusión de los resultados, que han sustentado y orientado esta investigación, con relación al objetivo general Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto encontramos en Redhead (2015) reportó que la calidad del servicio depende de la satisfacción del usuario, ya que si un usuario no presenta satisfacción es porque no hay una buena calidad de servicio en los insumos que reciben o en el mismo servicio intangible que le brindan. Asimismo estos hallazgos coinciden con López (2014) que dentro de sus hallazgos reportó la importancia de brindar un buen servicio a los usuarios externos, así es como demuestra que para que exista motivación en el buen servicio al cliente debe haber un buen incentivo económico.

A continuación se presenta el objetivo específico 1: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto encontramos en Fernández (2010) concluyó que la atención brindada desde la percepción de los pacientes guarda relación con el grado de insatisfacción encontrado. Por otro lado la satisfacción en los pacientes y la presencia del personal: presentable, aseado y correctamente identificado.

Se presenta el objetivo específico 2: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Con respecto encontramos en Civera (2008) quien reportó dentro de sus hallazgos que la capacidad de respuesta, conseguida en los tres hospitales donde aplico la encuesta se obtuvo satisfacción muy alta. Asimismo encontró que existen diferencias entre la valoración que realizan los encuestados de la capacidad de respuesta del personal de enfermería entre los tres hospitales del estudio en lo que se refiere.

Se presenta el objetivo específico 3: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto Castillo y otros (2014) encontró que la percepción de las usuarias, en relación a la interacción con el profesional que las atiende, es un factor determinante para estar satisfecha y puede favorecer la adherencia de estas al cuidado prenatal independiente de otros factores

Se presenta el objetivo específico 4: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto Córdova (2007) reportó que la calidad de la atención como un tipo de atención que se espera y que va a maximizar el bienestar del paciente, una vez tenido en cuenta el balance de ganancias y pérdidas que se relacionan con todas las partes del proceso de atención. Con esta investigación se demuestra que la seguridad de la calidad es importante y primordial antes que las ganancias, porque una medicina en mal estado, no solo sería un pésimo servicio; sino atentaría contra el bienestar de los usuarios externos.

Finalmente se presenta el objetivo específico 5: Identificar el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión empatía de la calidad de servicio en la Digemid 2016. Al respecto Bolaños y otros obtuvieron que el 65% de la muestra considera que el servicio es bueno, el 20.83% señaló que es muy bueno y el 14.17% es regular. En conclusión en la calidad de atención y consejería se evidencia una relación significativa entre ambas variables, donde se reportó que el trato del personal médico influye en el grado de satisfacción del usuario en un 89%.

Conclusiones

El nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la calidad de servicio en la Digemid 2016, muestran que el 43,85% manifiesta estar insatisfecho, 23,08% medianamente insatisfecho, 22,31% satisfecho y el 10,77% muy satisfechos. En cuanto a la satisfacción de la calidad de servicio.

Recomendación

Para el nivel de satisfacción respecto a la dimensión tangibilidad referida a la apariencia e instalaciones físicas, se recomienda a los directivos de la institución

según los resultados obtenidos organizar talleres y programas con los gestores de servicio, así como mejorar la implementación en la infraestructura, distribución física de los diferentes procesos, servicios disponibles para el visitante, medios y materiales de comunicación.

Para el nivel de satisfacción respecto a la dimensión capacidad de respuesta alusiva a la disposición de ayudar a los usuarios, se recomienda a los funcionarios, directivos de la Digemid realizar talleres con el área de recursos humanos o consultorías externas sobre capacidad de respuesta, para mejorar la calidad del servicio, con la finalidad de obtener disponibilidad de ayudar al usuario y la precisión para proveer una pronta respuesta manteniendo un trato respetuoso y cordial en la solución de sus demandas. Así mismo, para garantizar la calidad del servicio deben orientarse hacia las necesidades y expectativas del usuario.

Para el nivel de satisfacción respecto a la dimensión fiabilidad alusivo a la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio de forma adecuada y constante, se recomienda a los directivos de la Digemid, mejorar la calidad de los procesos porque es un factor esencial en la prestación del servicio al contribuyente pues su percepción permite una mejor apertura de su parte para comunicar y resolver sus problemas. Así mismo que alienten el trabajo en equipo para la solución de problemas y la mejora continua.

Para el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión seguridad referida a la credibilidad y confianza, se recomienda a los directivos de la Digemid. a conseguir trabajar en base a un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implantadas dentro del Sistema de Calidad de dicha institución, ya que comprende la actuación de los empleados siguiendo los lineamientos de protocolo de atención y el conocimiento de la ejecución del servicio. Así mismo los Directivos de la Digemid tendrán que alcanzar la madurez profesional, es decir la autorealización o éxito alcanzado tras cumplir ciertas etapas que apliquen el aprendizaje de su carrera profesional.

Para el nivel de satisfacción del usuario externo respecto a la dimensión empatía referida al grado de atención personalizada, se recomienda a los directivos del Digemid realizar talleres mensuales para fortalecer las relaciones interpersonales con los clientes externos, ésta es una habilidad primordial para todo el personal que presta atención directa al público

Referencias

- Bolaños, G., Mongrut, U., Morales, M., Muñoz, E., Sabastegui, A. y Toribio, R. (2009). *Calidad de atención y satisfacción del usuario en los centros de referencia de enfermedades de transmisión sexual de Lima y Callao. Revista de salud, sexualidad y sociedad*, 2(3), 2009.
- Civera, M. (2008). *Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido.* (tesis de Doctor). Universitat Jaume. España.
- Castillo, I., Villarreal, M. Olivera, E., Pinsón, A. Carrascal, H. (2014). *Satisfacción de usuarias del control prenatal en instituciones de salud públicas y factores asociados.* Cartagena. *Revista hacia la promoción de la salud* 19 (1), 128-140.
- Còrdova, V. (2007). *Satisfacción del Usuario Externo en el área de emergencia del Hospital Grau, en relación con la motivación del personal de Salud.* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Perú.
- Donabedian A. (1980). *The definition of quality and approaches to its assessment. En: Explorations in quality assessment and monitoring.* Vol.I. Health Administration Press. Ann Arbor. Michigan.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación.* México. Mc Graw –Hill.

López, M. (2014). *Evaluación del servicio al cliente en las empresas farmacéuticas Coatepeque*. (Tesis de maestría). Universidad Rafael Landívar.

Ñaupas, H. (2010), Metodología de la Investigación Científica y asesoramiento de tesis, 1ra edición 2010, UNMSM.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.

Oliver, R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.

Redhead, R. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013*. (Tesis Maestría en Gerencia de Servicios de Salud), Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima - Perú.